

الجمهورية الديمقراطية الجزائرية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي

قسم: العلوم الإنسانية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

## دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة

### لدى الطلبة الجامعيين

- دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الوادي-

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس

في الإعلام واتصال تخصص إعلام

إشراف الأستاذ:

د. هابه طارق

من إعداد الطلبة:

• بشرى دردور

• عرفات غريسي

• محمد الأخضر عمار

• وريدة شوية

السنة الجامعية: 2019/2018

قال تعالى:

(وَمَا تُوَفِّيهِ إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)

الآية 88 من سورة هود

## الإهداء

إلى كل شهيد من شهداء أرض المليون ونصف المليون شهيد الذين بفضلهم وبفض تضحياتهم وصلنا إلى

ما نحن عليه اليوم بعد الله عز وﷻ.

إلى من كان لهما الفضل وسبب وجودنا إلى من كانوا كالشمس والقمر فأناروا دروبنا، إلى من غرسوا فينا

حب العلم والعمل إلى الوالدين الكريمين

إلى كل الأهل والأحباب إلى كل أفراد عائلتنا صغيرا وكبيرا

إلى كل الأصدقاء والزملاء

إلى كل طلبة علوم الاعلام والاتصال دفعة 2018/2018.

لكم جميعا نهدي ثمرة عملنا .

## شكر وعرّفان

قال تعالى: {رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ}

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على إمام المرسلين، وخاتم النبيين، الشكر أولا وأخيرا لله سبحانه وتعالى الذي أكرمنا و سهل لنا اتمام هذه المذكرة العلمية

ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر والعرّفان لكنز المعرفة الأستاذ والدكتور طارق هابة، لكرمه بقبول الاشراف على المذكرة، الذي لم يبخل علينا بوقته وجهده، والذي كان لنا عوناً في انجاز هذا العمل وإخراجه بصورته النهائية، حيث كان نعم المشرف الذي يقتدى بنهجه، فأسأل الله أن يبارك في عمله ويجزيه علينا خير الجزاء.

كما أتقدم بجزيل الشكر للأساتذة الذين حكموا استمارة الاستبيان و اثروها بملاحظاتهم القيمة كل باسمه ولقبه ومكانته العلمية.

والشكر موصول لجميع أساتذتنا بالجامعة على ما قدموه لنا من إثراء علمي خلال فترة الدراسة.

كما نتقدم بجزيل الشكر أيضا لكل الزملاء و الأصدقاء الذين شجعونا على مواصلة الطريق.

وختاما نسال الله العلي القدير أن يكون هذا العمل خالصا لوجهه الكريم وأن يجعله علما نافعا، ويسهل لنا به طريق إلى الجنة.

(وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)

## المخلص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين لجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، وبالتالي معرفة لابد من التعرف على أهم وسائل إبراز العنوان الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية، والتعرف على أكثر أنواع العناوين الصحفية تأثيرا في زيادة مقروئية والتعرف على الدور الوظيفي الذي يؤديه العنوان الصحفي زيادة فهم واستيعاب الرسالة الاعلامية من طرف الطالب الجامعي.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدام الباحثون في هذه الدراسة المنهج الوصفي، واعتمد الباحثون في الدراسة على اداتي الملاحظة والاستبيان في جمع المعلومات والبيانات.

و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة قصدية من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- 1- أن استخدام وسائل الإبراز يعتبر عاملا مهما لجذب القارئ ويزيد من قدرة القارئ على الفهم والاستيعاب.
- 2- أن العنوان الصحفي يعتبر أكثر العناصر التيبوغرافية تحفيزا على قراءة الصحف.
- 3- أن الألوان من أكثر وأهم عناصر الفصل التي لها تأثير كبير على جذب الانتباه وزيادة مقروئية الصحف.
- 4- أن العنوان الرئيسي يعتبر من أكثر أنواع العناوين التي تساعد القارئ على فهم واستيعاب المواضيع و تحثه على مواصلة القراءة
- 5- أن الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي يؤدي إلى لفت الانتباه وهي الوظيفة الأساسية للإخراج الصحفي ويسعى من خلالها إلى كسب قراء دائمين كما يكسب الصحيفة شخصية مميزة تميزها عن غيرها في ضل المنافسة القوية والشديدة بين مختلف الصحف.
- 6- أن العنوان الصحفي يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع و يستدرجه للقراءة.
- 7- أن العناوين يساهم بشكل كبير في رفع مبيعات الصحف ذلك لأنه يعتبر واجهة الصحيفة و صلة الربط بين الصحيفة والقارئ.

## Ressemé

Dans cette étude, nous cherchons à identifier le rôle du discours de la presse dans l'amélioration de la lisibilité des journaux écrits par les étudiants de l'université de Martyr Hama Lakhdar à El-oued, il est donc nécessaire d'identifier le moyen le plus important de mettre en valeur le discours de presse. Et d'identifier le rôle joué par l'adresse de la presse dans l'amélioration de la compréhension et de l'absorption du message d'information par l'étudiant universitaire.

Cette étude appartient à la recherche descriptive dans laquelle les chercheurs ont utilisé l'approche descriptive: les chercheurs ont utilisé les outils d'observation et de questionnaire pour la collecte d'informations et de données.

Le questionnaire a été distribué à un échantillon d'étudiants des sciences des médias et de la communication de l'Université Wadi. Parmi les principales conclusions de l'étude:

- 1 - L'utilisation de moyens de surbrillance est un facteur important pour attirer le lecteur et accroître sa capacité de compréhension et d'assimilation.
- 2 - que l'adresse de presse est l'élément le plus important de la topographie pour stimuler la lecture des journaux.
- 3 - Les couleurs sont les éléments les plus importants du chapitre. Elles ont un impact important sur l'attention et l'accroissement de la visibilité du journal.
- 4 - L'adresse principale est l'un des types les plus courants de titres qui aident le lecteur à comprendre et à comprendre les sujets et l'incitent à continuer de lire
- 5 - L'intérêt porté à la production du discours de la presse suscite l'attention, principale fonction de la production de la presse. Il s'agit de gagner des lecteurs permanents et de donner au journal un caractère distinctif qui le distingue des autres dans la féroce concurrence entre les différents journaux.
- 6 - L'adresse de presse crée dans l'esprit du lecteur une image préliminaire du sujet et dessinée à lire.
- 7- Ces gros titres contribuent de manière significative à l'augmentation des ventes de journaux, car c'est le devant du journal et le lien entre le journal et le lecteur

## Summary :

In this study, we aim to identify the role of the press headline in increasing the readability of the newspapers written by the university students of the University of Hama Lakhdar in Eloued. Therefore, it is necessary to identify the most important means of highlighting the press address. And to identify the role played by the press headline in increasing the understanding and absorption of the information message by the university student.

This study belongs to descriptive researches. In this study, the researchers used the descriptive approach. The researchers relied on the observation and questionnaire tools in collecting information and data. The questionnaire was distributed to a sample of students from the Media and Communication Sciences at Eloued University. One of the most important conclusions reached by the study

1 - The use of means of highlighting is an important factor to attract the reader and increase the reader's ability to understand and assimilation.

2 - The press headline is the most important elements of the topographic to stimulate the reading of newspapers.

3 - Colors are the most important elements of the chapter, which have a great impact on attracting attention and increase the newspaper's visibility.

4 - The main headline is one of the most types of titles that help the reader to understand and understand the topics and urge him to continue reading

5 - Interest in the production of the press headline leads to attention, which is the main function of the output of the press and seeks to earn permanent readers and earns the newspaper a distinctive character distinguish them from others in the fierce competition between the various newspapers.

6 - The press headline creates in the reader's mind a preliminary picture of the subject and drawn to read.

7- Headlines contribute significantly to the increase in sales of newspapers, because it is the front of the newspaper and the link between the newspaper and the reader.

## خطة البحث:

- مقدمة عامة

### الفصل الأول: العنوان الصحفي كعنصر تيبوغرافي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية العنوان الصحفي

المطلب الأول: مفهوم العنوان الصحفي

المطلب الثاني : نشأة العنوان الصحفي

المطلب الثالث : أنواع العنوان الصحفي

### المبحث الثاني : تحرير العنوان الصحفي

المطلب الأول: مفهوم التحرير الصحفي

المطلب الثاني : قواعد كتابة العنوان الصحفي

المطلب الثالث: موعد تحرير العنوان الصحفي

المطلب الرابع: أهمية تحرير العنوان الصحفي

### المبحث الثالث: إخراج العنوان الصحفي

المطلب الأول: مفهوم إخراج العنوان الصحفي

المطلب الثاني: أسس الإخراج الصحفي

المطلب الثالث: مدارس الإخراج الصحفي

المطلب الرابع: أهداف وأهمية الإخراج الصحفي

### الفصل الثاني : تأثير العنوان على مقروئية الصحف

## المبحث الأول: ماهي القراءة

المطلب الأول: تعريف القراءة

المطلب الثاني: نشأة القراءة

المطلب الثالث: أنواع القراءة

المطلب الرابع: أهمية القراءة

## المبحث الثاني: ماهية المقروئية

المطلب الأول: تعريف المقروئية

المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن المقروئية

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في المقروئية

## المبحث الثالث: علاقة اخراج العنوان الصحفبالمقروئية في الصحف المكتوبة

المطلب الأول: دور الإخراج الصحفي في زيادة المقروئية

المطلب الثاني: مقروئية الصحف وعلاقتها بالأنماط الإخراجية

المطلب الثالث: مقروئية الصحف في ضل نظريات التأثير الإعلامية

## الجانب التطبيقي

## الفصل الثالث: دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة

### المبحث الأول: دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب عينة الدراسة

المطلب الأول: مواصفات عينة الدراسة

المطلب الثاني : دور وسائل الابرار في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة

المطلب الثالث: أكثر أنواع العنوان الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف

المطلب الرابع: دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الاعلامية في الصحف المكتوبة

## المبحث الثاني : دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب متغيرات الدراسة

استنتاجات عامة

خاتمة عامة

قائمة المراجع

الملاحق

الفهارس

مقدمة عامة

## مقدمة

لقد تغيرت الصناعة الصحفية في العالم وأصبحت أحسن من قبل، ولعل أهم سبب في ذلك نذكر التطور التكنولوجي الكبير الذي سمح بالاستفادة من الخبرات و التجارب و تبالها بسرعة ويسر، ومهما يكن فإن التكنولوجيا أصبحت ضرورة اجتماعية و مطلبا استراتيجيا تتطلبه مقتضيات العصر بحيث تتسابق دول العالم على اكتسابها، وذلك لمساهمتها الكبيرة في تحقيق نجاحات عالية المستوى لدى الدول المتقدمة، أما في الصحافة المكتوبة ساهم ذلك إلى تيسير عملية إنتاج الصحيفة المطبوعة على الورق وبكل مراحلها، من تجميع للمادة الإعلامية و ترتيبها إلى التصميم و إخراج والطبع والتوزيع، حتى تصل إلى القارئ في نهاية المطاف، وعلى الرغم من ظهور ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، و التوسع الكبير و التنوع في البث الإذاعي و التلفزيوني، إلا أنه تبقى للصحافة المكتوبة مكانتها المتميزة وبريقها الوهاج وشخصيتها المتفردة، كيف لا وهي واحدة من الوسائل التي يقاس بها تطور المجتمعات، من خلال قياس نسبة عدد الصحف المطبوعة مقابل عدد السكان، وبالتالي مازالت الصحافة المطبوعة وسيلة الإعلام الأولى التي تستحوذ على الإعلانات مقارنة ببقية وسائل الإعلام الأخرى، والتي أصبحت تهتم بميول القراء، وتسعى إلى جذب انتباه أكبر عدد منهم بطرح مادة إعلامية جد متنوع تساهم بشكل كبير في زيادة عدد القارئ، الأمر الذي جعل من الصحافة المكتوبة تراعي جملة من الاعتبارات و التدبير تعتمد عليها في إصدار وإنتاج الصحيفة، يغلب عليها الطابع التنافسي، من خلال الاهتمام بنوعية وجودة المحتوى المادة الإعلامية و الجانب الشكلي والجمالي والفني للصحيفة معا، ومن المعروف أن غالبية الصحف لا تستطيع في تعبيرها عن شخصيتها أن تكتفي بالتميز في مضمونها ولا أسلوب تحريرها فقط، بل تحاول في كل مطبوع إظهار نفسها في شكل معين يتسم بالخصوصية والتفرد، لأن الشكل هو أول من تقع عليه عين القارئ قبل المضمون فإذا كان الشكل جذابا جميلا ممتعا دفع القارئ إلى قراءة المحتوى.

فالتحرير الجيد لا يجذب انتباه القارئ دون أن يتخذ شكلا جذابا مثيرا يشد انتباه القارئ فهو لا يستغني عن الإخراج الجيد، الإخراج الجيد دون مضمون جيد لا يكفي لدفع الناس للقراءة لان القارئ قد يذبح ويبدأ في القراءة إلا أن الإخراج لا يستطيع أن يرغم القارئ على مواصلة القراءة فهو يحتاج إلى مضمون جيد، فهي تريد أن تجذب القارئ جدد من خلا إخراج جذاب يبدأ من الصفحة الأولى، ثم الاحتفاظ بقارئها القديم من خلال الاعتناء بالإخراج وبمحتوى المادة الإعلامية معا، و من هنا أصبح الاهتمام بالإخراج الصحفي كأولى الأولويات لدى إدارة وهيئة تحرير الصحف، وأصبحت تهتم كثير لمفعول بعض العناصر التيبوغرافية على التأثير البصري ودوره القوي في إنجاح عملية الاتصال بجمهور القراء، ولعل أهم هذه العناصر التيبوغرافية التي يتم التركيز عليها هو العنوان الصحفي الذي يتم فيه تعزيز الرابطة بين المثير والاستجابة.

لذلك فإن العنوان الصحفي في الصحافة المكتوبة كعنصر تيبوغرافي فني وجمالي ووسيلة إبراز تستعمل بهدف التأثير على القارئ من خلال توزيع هذه الأخيرة على صفحات الورق طبقا لخطة مدروسة هدفها إثارة اهتمام القراء وتيسير عملية القراءة، ويعد العنوان بمثابة النافذة التي يطل من خلالها القارئ على الصحيفة، فهو أول ما يطلع عليه في الموضوع، وأخر ما يكتبه المحرر، حتى يستطيع اختيار الزاوية المناسبة التي تهتم أكبر قدر من القارئ، ويزاحم الإخراج الصحفي الأهمية مع محتوى العنوان، إذ يبرز دوره بجلاء ووضوح في إبراز مواطن الجمال و المتعة والوظيفة في أن واحد، فهو يعمل على توصيل المادة إلى القارئ بطريقة سهلة ميسورة وصورة جميلة شيقة تعمل على جذب هذه المادة، ولعل أهمية إخراج العناوين لوظيفتها 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 رماية المتن، 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، والضغوط 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 على الجمهور مطبوع محققا وظائفه المنشودة، وهذا يعني أن تحريرها وإخراجها يحتاج إلى مهارة عالية، وخبرة ودراية كبيرة، لأنه يتوقف عليها روجها وانتشارها، لذا قيل أن الصحف تباع على عناوينها، وذلك لتدعيم موقعها بين القراء، من خلال الاعتناء بعملية إخراج العناوين، والتي تساهم بشكل كبير في تشكيل عادات قرائية، فإذا نظرنا إلى النمو السريع في قطاع التعليم ومنها قطاع التعليم العالي، يبدوا أن الطلبة الجامعيين يعتبرون أكثر الشرائح الاجتماعية قراءة للصحف، بحيث أن إقبالهم على قراءة الصحف يعود لأسباب عدة، منها ما يتعلق بالميول و الرغبات و الاهتمامات لدى الطالب الجامعي، أو ما يتعلق بالصحيفة ذاتها من خلال بروز شخصيتها الإعلامية، وإتقان عملية الاتصال بجمهور قراءها بإخراجها عناوينها في شكل ولائق يلفت الانتباه.

ولهذا سنحاول في هذه الدراسة -دراسة العنوان الصحفي في الصحافة المكتوبة و دوره في زيادة المقروئية لدى جمهور الطلبة - طلبة جامعة الوادي كميدان للدراسة، بحيث نركز فيها على دراسة دور العنوان في جذب انتباه القارئ للمتابعة مواضيع الصحافة المكتوبة ومدى تأثيراته على المقروئية، لنخلص إلى دراسة أكثر الوسائل والعناصر تأثيرا على زيادة المقروئية.

وفي هذا إطار هذه الأبعاد تتبلور مشكلة هذه الدراسة وأهدافها، والتي جاءت في أربعة فصول، يعرض الفصل الأول منها إشكالية الدراسة، ومنهجيتها بدءا بتحديد المشكلة وعرض أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، مروراً بالدراسات السابقة فتحدد المفاهيم، ثم نتناول في نقطة أخرى الإجراءات

المنهجية للدراسة بدءا بمجالات الدراسة فمجتمع البحث والعينة، وأخيرا المنهج والأدوات المعتمدة، ويتناول في الفصل الثاني العنوان الصحفي كعنصر تيبوغرافي في الصحافة المكتوبة، والذي تم التطرق فيه إلى ماهية العنوان الصحفي و تحرير ه ثم إخراجها، وتحدثنا في البداية حول تعريف العنوان الصحفي، النشأة، الأنواع، والوظائف، ثم تعرضنا على تحرير العنوان الصحفي تعريفه، قواعده، شروطه، وموعد تحريره، قم تناولنا في آخر الفصل إخراج العنوان الصحفي تعريفه، أسسه ومدارسه، ثم أهدافه، أما الفصل الثالث فيتعلق بتأثير الإخراج الصحفي على المقروئية ويتضمن عرضا حول القراءة بصفة عامة، ثم التطرق إلى المقروئية و العوامل المؤثر عليها وكذا أساليب قياسها، ثم في المبحث الأخير لهذا لأفصل تناولنا علاقة إخراج العنوان الصحفي بالمقروئية في الصحافة المكتوبة، تناولنا دور إخراج العناوين في زيادة المقروئية، ثم العوامل المؤثرة في إخراج وتحرير العناوين في الصحيفة وصولا إلى الحديث حول مقروئية الصحف في ظل نظريات التأثير، ويعرض الفصل الرابع تحليل البيانات الميدانية بدءا بتفريغ البيانات ووصولنا إلى نتائج العامة للدراسة، لتكون آخر مرحلة خاتمة دارستنا هذه.

## 1- اشكالية الدراسة:

تعتبر الصحافة المكتوبة المطبوعة أحد أبرز وسائل الإعلام، التي احتلت مكانة هامة بحيث تقوم بوظائف متعددة متمثلة في التربية، التثقيف، والتوعية والتنمية، والتحديث، إضافة إلى ذلك فهي تعمل على إخبار الافراد إعلامهم بمجريات الاحداث التي تدور من حولهم ومحاولة إعطاء تفسيرات و تفضيلات حولها وإيصال أنبائها إلى حيث تكون الفائدة أشمل و اثرها اعمق، وبصورة مغايرة، في أسلوب وطريقة تقديمها عن الوسائل الاعلامية الأخرى لذا وجب عليها مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة خاصة في مجال الإخراج الصحفي، وبأن تكون لذا الأخير أسس علمية يعتمد عليها ليتعلق أساسا بشكل الصحيفة ومكوناتها مع الالمام بالمبادئ العامة لتقنيات تكوينها، وهذه المبادئ هي الأساس الذي يقوم عليه الإخراج الصحفي.

وتتبع أهمية الإخراج الصحفي في إبرازه لمواطن الجمال و الوظيفة في أن واحد فهو يعمل على توصيل المادة إلى القارئ بطريقة سهلة وميسورة و بصورة جميلة ولبقة تعمل على جذبته لهذه المادة.

ويسعى المخرج الصحفي إلى ايجاد نوع من الربط بين تصميم الصحيفة وبين التأثير على القارئ من خلال الإخراج الجيد الذي يسهل وييسر المقروئية و الفهم والاستيعاب و سد الحاجة وذلك بتوظيف العناصر التيبوغرافية الاساسية للصحف والتي بدورها تعمل على جذب انتباه القارئ نحوى قراءة الصحف، وبالتالي تعمل على زيادة مقروئيتها، حيث يعد العنوان الصحفي أحد أهم العناصر التيبوغرافية في الصحيفة خاصة وأنه يمثل أول نقطة تماس بين الصحيفة والقارئ، و المدخل الطبيعي للولوج إلى موضوعاتها و بوابتها المتنوعة، فهو أحد المعايير الأساسية التي يحتكم إليها الجمهور و بناءا عليه يقرر قراءة تفاصيل الموضوع أو التوقف عنه، وبالتالي يعتبر البوابة، التي يتوقف على جاذبيتها بيان مدى أهمية الموضوع بالنسبة للقارئ وفدرته على استقطابه، وهذا يعني أن تحريره وإخراجه يحتاج إلى مهارة

عالية و خبرة ودراية كبيرة، وذلك راجع إلى أن أساليب وطرق القراءة تختلف من قارئ إلى آخر، فالبعض يكتفي بالمرور السريع على العناوين ومن ثم يختار ما يرغب في قراءته و البعض الآخر يفضل الاطلاع على مقدمات الأخبار.

وبما أن جمهور الطلبة الجامعيين فئة مهمة من فئات المجتمع وعلى افتراض أنه الأكثر تعلمًا ووعيًا فهو ليس بمعزل عن استخدام وسائل الاعلام بما فيها الصحافة المكتوبة والذي يسعى من خلالها إلى معرفة ما يحيط به ، من أجل الحصول على المعلومات و معرفة جديدة تساعد في اتخاذ القرارات و التصرف في المواقف المختلفة، فالطلبة الجامعيين يصنفهم البعض ضمن طبقة المثقفين والنخبويين من المجتمع والمدركين لما يحدث حولهم و القادرين على مواجهة المشاكل، وهذا ما يدفعهم للاطلاع على الصحف باعتبارها ركيزة أساسية في البناء الاجتماعي للمجتمعات الحديثة نظرا لما تقوم به من وظائف إعلامية وثقافية وتربوية تحقق بها اشباعات تعليمية للمجتمع عامة وللطالب الجامعي بصفة خاصة ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف يساهم العنوان الصحفي المكتوب في زيادة المقروئية الصحف لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي؟ و للإجابة على هذا التساؤل قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:**

- ماهي أهم وسائل إبراز العنوان الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف لدى طلبة جامعة الوادي؟
- ماهي أكثر أنواع العناوين الصحفية تأثيرا في زيادة مقروئية الصحف لدى طلبة جامعة الوادي؟
- ما هو الدور الوظيفي الذي يؤديه العنوان الصحفي زيادة فهم واستيعاب الرسالة الاعلامية من طرف الطالب الجامعي؟

## 2- أسباب اختيار موضوع:

أن اختيار الباحث لمشكلة ما دون سواها من المشكلات التي تحتاج إلى دراسة و المعالجة له مبرراته و أسبابه، و تعتبر هذه الأخيرة دافع و محفز لاختيار موضوع جدير بالدراسة و على ضوء ذلك فان أسباب اختيارنا لهذا الموضوع تتمثل في :

### 1-2 أسباب ذاتية

- الفضول و الميل إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع و التعمق فيه.
- الرغبة في تقديم دراسة عن دور العنوان الصحفي كعنصر تيبوغرافي للخبر الصحفي مكتوبة.
- معرفة كيف يساهم العنوان الصحفي في زيادة فهم الطلبة الجامعيين للخبر الصحفي .

### 2-2 أسباب موضوعية

- قلة الدراسات الاعلامية التي تتطرق لهذا الموضوع في التخصص.
- إدراكنا بالحاجة الماسة للمكتبة الجامعية إلى المزيد من البحوث و الدراسات العلمية في هذا المجال.
- حداثة الموضوع إذ يرتبط بالإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة و تأثير العنوان على زيادة المقروئية.

## 3- أهداف الدراسة :

تبرز أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- معرفة مدى تأثير العنوان الصحفي في زيادة المقروئية الصحف.
- معرفة كذلك مدى تأثير اخراج العناوين الصحفية على مقروئية الصحف لدى الطلبة الجامعيين

- التعرف أكثر على وسائل الإبراز العنوان الصحفي تأثيرا على الطلبة الجامعيين.
- التعرف على أكثر أنواع العناوين الصحف تأثيرا على زيادة المقروئية لدى الطلبة الجامعيين.
- تهدف الدراسة لمحاولة التحكم في كيفية القيام ببحوث إعلامية ميدانية تخضع لتقنيات و مناهج و متطلبات البحث العملي.

#### 4- أهمية الدراسة :

- أن أهمية أي دراسة تتجلى في أهمية ما تضيفه للمعرفة العلمية و تتمثل أهمية هذه الدراسة في :
- إبراز الدور الفعال لعملية إخراج العنوان الصحفي و تأثير على الفرد و المقروئية كواحدة من أهم أسباب نجاح العمل الصحفي.
- تسليط الضوء على العلاقة الوثيقة التي تربط بين الإخراج العنوان الصحفي و زيادة المقروئية الصحف.
- معرفة رأي الطلبة الجامعيين لجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي حول دور العنوان الصحفي في جذب انتباه القراء لزيادة مقروئية الصحف.
- كثرت الدراسات المتعلقة بالإخراج الصحفي و انعدام التركيز على العنوان الصحفي وربطه بمقروئية الصحف في بحث متصل.
- الرغبة في زيادة الاهتمام بموضوع الدراسة لصلته المباشرة بمسار الدراسة و أهميته للطلبة الجامعيين.

## 5- المفاهيم والمصطلحات:

### - تعريف الصحافة:

- اصطلاحاً: عرفها فوضيلدليو " هي كل مطبوع دوري يصدر باسم واحد بصفة دورية في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة متى تحقق فيها شرط الدورية لذا فهي كل منشور دوري يصدر باسم واحد ويعبر عن الفكرة بواسطة الكتابة أو القول أو الصورة و يصدر بصفة دورية".<sup>1</sup>
- وتعرف الصحافة بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها و يكون ذلك عن طريق مساحات من الورق المطبوع بأعداد كبيرة وبغرض النشر والتوزيع.<sup>2</sup>
- **التعريف الإجرائي:** من التعريفات السابقة يمكن تقديم تعريف إجرائي للصحافة المكتوبة، هي وسيلة إعلامية تواصلية وهي إحدى أهم المهن تقدم للقارئ الأخبار و المعلومات حول ما يحدث من مستجدات في شتى المجالات داخل بيئته أو خارجها، مهمتها الأساسية نشر الأخبار المختلفة وشرحها و التعليق عليها.

### - العنوان الصحفي:

- اصطلاحاً: هو السطر، أو مجموعة الأسطر التي تكون بحروف كبيرة وتسبق و تسبق المادة الصحفية... والغرض من والغرض من جعل القارئ راغبا في قراءة المادة الصحفية فوراً وبلا تأجيل.<sup>3</sup>

- **التعريف الاجرائي:** من التعريفات السابقة يمكن أن نقدم تعريف اجرائي للعنوان: هو رسالة مختصرة عن مضمون المادة الاخبارية، يصاغ عادة بجملة قصيرة، يوضع على الخبر أو المقال،

<sup>1</sup> باسم خلف العساف ، حماية الصحفيين أثناء النزاعات المسلحة ، ط1، دار زهران، عمان-الأردن، 2010، ص : 49.

<sup>2</sup> فضيل دليو ، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، ط4 معدلة، دار الخلدونية، الجزائر، 2013،ص : 80.

<sup>3</sup> محمد فريد محمود عزت ، دراسات في فن التحرير الصحفي، في ضوء معالم قرآنية، ط1، دار الشروق، جدة- السعودية،

1984، ص : 249.

ويكون في سطر واحد أو عدة سطور، وهو في الغالب آخر ما يكتب أثناء العملية التحريرية وعليه لا بد أن يكون مناسب.

### - الإخراج الصحفي

- اصطلاحاً: هو توزيع الوحدات التيبوغرافية، فوق حيز الصفحة واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفقاً لخطة معينة.<sup>1</sup>

- هو إحدى خطوات إنتاج الصحيفة، هي الخطوة ذات العلاقة بالشكل الذي تظهر به الصحيفة لقارئها، معبرة عن المضمون الذي تشتمل عليه و متأثرة بمعطياته.<sup>2</sup>

- التعريف الإجرائي: هو عرض المادة التحريرية المكتوبة عرضاً يحقق الجمال والمتعة و الوظيفة في أن واحد، بهدف تسهيل وتسريع توصيل المعلومة للقارئ وبصورة جمالية شيقة بغية لفت الانتباه لهذه المادة.

### - المقروئية:

- اصطلاحاً: هي نتاج تفاعل القارئ مع المادة المقروءة ومدى التوافق بينهما.<sup>3</sup>

- ويقصد بالمقروئية، سهولة فهم المكتوب، وتكون المادة المقروءة ملائمة لقدرات القارئ على القراءة وانجذابه إلى المقروء وفهمه لما يقرأ، ضمن حدود قدرة من كتبت لهم يقرؤونها ويفهمونها ببسر وسهولة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محي الدين تيتاوى، النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي د/ط، د/ن، د/س، ص: 88.

<sup>2</sup> فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكة، الرياض، د/س، ص: 15.

<sup>3</sup> خالد جزء الحربي، مستوى مقروئية كتب العلوم للصف الثالث متوسط وعلاقته بجنس المتعلمين ومكان إقامتهم في المملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية، العدد الرابع عشر، جامعة بور سعيد، يونيو 2012، ص: 230.

<sup>4</sup> عبد المالك الدنداني، مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، مجلة الباحث العلمي، العدد 32، كلية الاعلام، جامعة صنعاء، د/س، ص: 128.

**التعريف الإجرائي:** هي سهولة فهم مضمون المادة المكتوبة وسرعة استيعابها وإدراكها وتفاعل القارئ وتوافقه مع المادة المقروءة.

- **التيبوغرافيا:**

- **اصطلاحا:** ويقصد بها علم وفن الهيئات المطبوعة، و يطلق على المنشغلين بهذا الفن التيبوغرافيين.

- والاسم مشتق من كلمة type التي تطلق على حرف الطباعة من حيث هو جسم معدني أو خشبي، يعلو شكل حرف أو علامة ترقيم أو خط أو ما إلى ذلك كما تطلق الكلمة نفسها على مجموع هذه الحروف وأشكالها.<sup>1</sup>

- **الطالب جامعي:** هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية بالمؤسسة<sup>2</sup>.

- **التعريف الاجرائي:**

## 6-الدراسات السابقة:

من المهم جدا على اي باحث أن يطلع على البحوث السابقة ذات علاقة بموضوع دراسته، وذلك لتوضيح الرؤى، ولذلك قمنا بمحاولة الحصول على دراسات سابقة في هذا الموضوع، ونظرا لعدم وجود

<sup>1</sup> محمود علم الدين ، الإخراج الصحفي، د/ط ، دار العربي، القاهرة، 1989، ص: 75.

<sup>2</sup> مخفر حفيفة، خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التربية، جامعة سطيف2، 2013، ص: 35.

دراسات تطرقت لموضوع دراستنا، اضطررنا إلى تبني دراسات مشابهة لموضوع دراستنا ومن بين هذه الدراسات ما يلي:

**دراسة محي الدين فاطنة (2012-2013):** بعنوان تأثير الإعلان على مقروئية الجريدة، وتمحورت

اشكالية الدراسة حول: ما مدى تأثير الإعلان على مقروئية الجريدة لدى طلبة جامعة سعيدة؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات هي كالآتي :

✓ ما طبيعة الإعلان في الجرائد؟

✓ ما مدى مقروئية جريدة الشروق لدى الطالب

✓ كيف يساهم الاعلان في جلب القراء؟

✓ ما هو رأي الطلبة في الاعلانات المنشورة في الجريدة؟

✓ ماهي العوامل المؤثرة على مقروئية الجريدة؟

✓ هل للإعلانات تأثير على مقروئية الجريدة؟

**الفرضيات :**

✓ تحظى مقروئية جريدة الشروق باهتمام كبير في الوسط الطلابي.

✓ لا تؤثر المضامين الاشهارية على مقروئية جريدة الشروق لدى الطلبة.

✓ زيادة الاعلانات لها دور في زيادة مقروئية الجريدة.

<sup>1</sup> محي الدين فاطنة، تأثير الاعلان على مقروئية الجريدة، جريدة الشروق أنموذجاً، دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة سعيدة، مذكرة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص، اتصال وصحافة مكتوبة، كلية الأداب واللغات و العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الانسانية والاجتماعية، شعبة الاعلام والاتصال، جامعة د. مولاي الطاهر، 2012-2013.

اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستعانت في جمع البيانات على اداتي الاستبيان، والملاحظة البسيطة، ووزعت الاستمارة على عينة قصدية من طلبة اعلام واتصال، أولى وثانية ماستر، ومن أهم النتائج المتحصل عليها:

- أنه يوجد أقبال كبير على قراءة جريدة الشروق من كلا الجنسين.
- أن المضامين الإخبارية تساهم في التأثير على مقروئية الجريدة.
- أن غالبية المبحوثين نادرا ما يعتبرون الاعلان هو المصدر الأساسي لشراء حاجاتهم.
- غالبية المبحوثين يرون أن المضامين الاشهارية لا تؤثر على قراءتهم للجريدة.

دراسة **محمد حمادي (2014-2015)**<sup>1</sup>: بعنوان مقروئية الصحف الوطنية بين المحتوى والتسويق الاعلامي وتمحورت اشكالية الدراسة حول: إلى أي مدى أثرت استراتيجية تسويق المنتج الاعلامي على ارتفاع نسبة مقروئية جريدتي الشروق اليومي و الوطن، وهل وحدها المادة الصحفية الجيدة و طريقة إخراجها هما اللذان يؤديان إلى زيادة مقروئية الصحف أم لابد انتهاج سياسة تسويقية للتعريف بالجراند بيم أوساط القراء؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات هي كالاتي

- هل نسبة المقروئية المحققة من طرف جريدتي الشروق اليومي والوطن، راجع لنوعية المادة الاعلامية المقدمة، أم إلى استراتيجية التسويق التي انتهجها القائمون عليها؟
- هل تعتمد "الشروق اليومي" و "الوطن" الأساليب التسويقية نفسها في استقطاب القراء؟

<sup>1</sup> محمد حمادي، مقروئية الصحف الوطنية بين المحتوى والتسويق الاعلامي، دراسة وصفية تحليلية لجريدتي الشروق اليومي والوطن، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بله، 2014-2015.

- هل نجاعة وشدة تأثير تسويق المنتج الإعلامي لجريدتي الشروق اليومي و الوطن على الجماهير يكون بنفس تأثير التسويق الخاص بالسلع التجارية؟

- ما هي العناصر الواجب توفرها لدى القائمين على وسائل الإعلام لإنجاح العملية التسويقية للمنتج الإعلامي؟

اعتمد الباحث في الدراسة على منهج تحليل مضمون و على اداة التحليل الكمي والكيفي للموضوع وذلك من خلال عينة قصدية متمثلة في 40 عدد من جريدة الشروق، ومن أهم النتائج المتحصل عليها:

- أن القضايا التي تهم الرأي العام وطريقة تناولها اعلاميا لها دور كبير في استقطاب القراء .
- اختلاف واضح بين كل من جريدة الشروق والوطني في الاعتماد على الاساليب التسويقية لاستقطاب القراء، فجريدة الشروق ركزت على الأسلوب المشوق والمثير وهو ما جعل سحب الجريدة يرتفع لمستويات عالية، في حين أن جريدة الوطن اعتمدت الأسلوب المعتدل بعيدا عن الاثارة وهو ما أدى إلى عدم ارتفاع سحب الجريدة.
- أن المادة الاعلامية الجيدة عاملا مهما في نجاح الجريدة وذيوعها بين أوساط القراء .

**دراسة عمران الهاشمي المجدوب(2015)<sup>1</sup>:** بعنوان مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في

الصحافة ، وتمحورت إشكالية الدراسة حول: ما مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة؟

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث النظرية الوصفية ، واعتمد الباحث في الدراسة على المصادر والمراجع والدراسات المتخصصة في جمع المعلومات لفهم مشكلة أو ظاهرة معينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج

منها:

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

<sup>1</sup>عمران الهاشمي المجدوب، مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة، مجلة الأستاذ، العدد 08، 2015.

- يساعد العنوان القارئ على التنقل بسهولة بين محتويات صفحات الجرائد خاصة الصفحات التي تكثر بها العناوين.
- يضفي العنوان جاذبية على الصحف ويسهم في جذب القراء على شراء الصحف مما يزيد من كميات توزيعها.

دراسة **DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic**<sup>1</sup> بعنوان طرق إخراج العناصر الطباعية في الصحف اليومية، التأثير على تصور القارئ والانطباع البصري، وتمحورت إشكالية الدراسة حول: ما هي العلاقة التي تربط الإخراج في الصحف اليومية في السوق الكرواتية بتصور المحتوى وتأثير اللون على الإدراك والانطباع البصري للقارئ؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات هي كالاتي:

- ما مدى تأثير الشكل على المتلقي.
  - ما مدى تأثير البصرييات على فهم وادراك المتلقي.
  - ما هو دور الإخراج في التفاعل البصري.
- تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، باستخدام صحيفة الاستقصاء، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية من قراء الصحف، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن فهم المحتوى السياقي هو الذي يحدد شكل الصحيفة من خلال اعتماد القارئ على عناصر التصميم.

<sup>1</sup>DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic , key desing elements of daily newspapers:impact on the reader's perception and visual Impression, Hungarian communication Studies Association, 2018.

- أن خصائص التصميم في المجال المرئي يؤثر على انطباع وادراك القارئ لمحتوى الصحيفة.
- ان دور الاخراج ليس فقط المساهمة في تحسين شكل الصحيفة بل يساهم ايضا في زيادة مصداقية مضمون الصحف.

## 7-مناقشة الدراسات السابقة:

- يمكننا الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة على النحو التالي:
- لم تتناول أي من الدراسات السابقة موضوع تأثير العنوان الصحفي على زيادة مقروئية الصحف.
  - تتفق هذ الدراسة مع دراسة محي الدين فاطنة ودراسة **DurdanaOzretic and LidijaBrkljadic** في انتمائها للدراسات الوصفية.
  - تتفق مع دراسة محي الدين فاطنة من حيث مجتمعها وعينتها المتمثلة في طلبة علوم الاعلام والاتصال.
  - تختلف مع دراسة عمران مجدوب الهاشمي التي تنتمي غلى البحوث النظرية الوصفية.
  - تختلف أيضا مع دراسة محمد حمادي التي تنتمي إلى دراسات تحليل المضمون.
  - تختلف مع دراسة **DurdanaOzretic and LidijaBrkljadic** من حيث مجتمعها وعينتها التي كانت عينة عشوائيةموجهة إلى قراء الصحف الكرواتية.
  - تختلف أيضا مع دراسة محمد حمادي من حيث المجتمع وعينة الدراسة حي كانت عينته متمثلة في 40 عدد من جريدة الشروق.
- مما سبق يتضح أن الدراسة جديدة في مجالها، وموضوعها، وأسلوبها الأمر الذي يحفز على البحث في هذا الموضوع للوقوف على دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة.

## 8- منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج من طرف الباحث من أهم الخطوات الأساسية للوصول إلى نتائج دقيقة و بحث ناجح قصد الاجابة عن مشكلة الدراسة.

ويعرف المنهج بأنه: هو مجموعة من الإجراءات، والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة.<sup>1</sup>

وبما أن دراستنا تهدف إلى التعرف على كيفية مساهمة العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن دراسة وصفية مسحية، وانطلاقا من هذا التصنيف قمنا بالاعتماد على المنهج الآتي:

المنهج الوصفي: هو وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة.<sup>2</sup>

## 9- أدوات الدراسة:

إن قيمة البحث أو الدراسة تظهر في مدى قدرة الباحث على الحصول على المعلومات اللازمة لبحثه والمرتبطة بأهدافه العامة، لذلك تعتبر مرحلة جمع البيانات خطوة هامة من خطوات البحث إذ تمكن الباحث من جمع أكبر ما يمكن من المعلومات التي تخدم بحثه، ومن الواضح أن هناك وسائل مختلفة لجمع البيانات، تتناسب مع طبيعة موضوع البحث وسنعمد في هذا لبحث على وسيلتين هما:

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010، ص : 282.

<sup>2</sup> محمد عبيدات، محمد أبونصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999، ص : 46.

**9-1 الملاحظة البسيطة:** هي المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة و تسجيل الملاحظات عنها، والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات<sup>1</sup>.

**9-2 الاستبيان:** يعرفه أحمد بن مرسللي "أنها تلك القائمة من الاسئلة التي يحظرها الباحث بعناية تعبيراً عن موضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعة لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و التعريف بجوانبها المختلفة"<sup>2</sup>. وبالتالي فإن استمارة استبيانها ما هي إلا تقنية مباشرة نطرح الأسئلة على المبحوثين بطريقة موجه وذلك من أجل الحصول على أجوبة نهدف من ورائها إلى اكتشاف دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين.

**صدق الاستمارة:** بعد الانتهاء من تصميم الاستبيان واطلاع الاستاذ المشرف عليه، قمنا بعرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علوم الاعلام والاتصال ومن جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي<sup>3</sup>، وهذا لمعرفة مدى صلاحية الاستبيان لمشكلة الدراسة المطروحة للبحث، وبعد التصحيح الذي شمل الاضافة و البحث والتصويب والتوجيه وغيرها من الأخطاء والمعلومات التي يمكن اضافتها في هذا الاستبيان حسب توجيهات الأساتذة وبعدها قمنا بإعادة تصميم الاستبيان في صورته النهائية ليكون على النحو التالي:

<sup>1</sup> عبد الله محمد الشريف، **مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية**، ط1، مكتبة الإشعاع،

الأسكندرية، 1996، ص : 118.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسللي، المرجع السابق، ص : 220.

<sup>3</sup> أنظر الملحق رقم 02.

بداية بالبيانات الشخصية للمبحوثين يحتوي على أربعة أسئلة، الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي.

**المحور الأول:** يحتوي على ستة أسئلة تتعلق بدور وسائل الإبراز في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة.

**المحور الثاني:** يحتوي على سبعة أسئلة تتعلق بأكثر أنواع العنوان الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف المكتوبة.

**المحور الثالث:** يحتوي على ثمانية أسئلة تتعلق بدور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الاعلامية في الصحف المكتوبة.

## 10- مجتمع وعينة الدراسة:

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الانسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تتركز الملاحظات عليها ... وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي.<sup>1</sup>

وبناء على الاهداف التي ترمي إليها هذه الدراسة فقد تحدد المجتمع المستهدف على أنه يتكون من طلبة من جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص: 298.

<sup>2</sup>أنضر الملحق رقم 03

## عينة الدراسة:

بفضل توسعات المجمعات المدروسة، أصبح الباحثون لا يستطيعون القيام بدراسة لجميع مفردات مجتمع البحث، لذلك اعتمد الباحثون لتجاوز هذه الصعوبة على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع الكلي وذلك للقيام ببحوثهم.

وانطلاقاً من هذا الاعتبار تعرف العينة على أنها: "اختبار عدد محدود من المفردات أو الوحدات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته لمجموع لأفراد مجتمع البحث وهذا بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والامكانيات المتاحة".

وعينتنا في هذه الدراسة عينة غير احتمالية، وهي العينة التي يدخل فيها حكم الباحث، و النتائج التي يصل إليها الباحث باستخدامها تعتمد على حكمه الشخصي الذي لا يمكن عزله أو قياسه.<sup>1</sup>

ومن بين أنواع العينة الغير احتمالية هناك العينة القصدية أو العمدية، وهي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور المهمة للدراسة.<sup>2</sup>

وعينتنا في بحثنا العلمي هي طلبة شعبة الإعلام والاتصال وبالضبط قسم ثلاثة إعلام و قسم الأولى ماستر ولقد وقع اختيارنا على هؤلاء الطلبة كونهم في مجال التخصص والاكثـر معرفة ودراية بمفاهيم ومصطلحات الدراسة، ولأن تحديد عدد مفردات العينة من الأمور المهمة التي يجب على الباحث أن يوليها اهتمامه، فصغرنا لا يجعلها ممثلة لمجتمع الدراسة الأصلي، وكبرها يستهلك الكثير من الوقت والجهد، لذا حددنا حجم العينة ب: 100 مفردة، وللاشارة فقط قمنا بتوزيع 100 استمارة في الفترة المحددة

<sup>1</sup> أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، د/ط، المكتبة الأكاديمية، د/س، ص: 334.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص: 170.

من 29 أبريل إلى غاية 14 ماي وقد تم استرجاع 96 استمارة، وقد تم استبعاد 3 استمارات لعدم إجابات  
المبحوثين فيها عن بعض الأسئلة المهمة، وعليه قد تم تحليل اجابات العينة من خلال 93 استمارة.

الجدول رقم (01): يوضح عدد الاستمارات الموزعة

الاستمارات	العدد	النسب المئوية
الموزعة	100	%100
المسترجعة	96	%96
المرفوضة	03	%03
المقبولة	93	%93

من إعداد الطلبة

# الفصل الأول

## الفصل الأول: العنوان كعنصر تيبوغرافي

المبحث الأول: ماهية العنوان الصحفي

المطلب الأول: تعريف العنوان الصحفي

المطلب الثاني: نشأة العنوان الصحفي

المطلب الثالث: أنواع العتوان الصحفي

المطلب الرابع: وظائف العنوان الصحفي

المبحث الثاني: تحرير العنوان الصحفي

المطلب الأول: مفهوم التحرير الصحفي

المطلب الثاني: قواعد كتابة العنوان الصحفي

المطلب الثالث: موعد تحرير العنوان الصحفي

المطلب الرابع: أهمية كتابة العنوان الصحفي

المبحث الثالث: إخراج العنوان الصحفي

المطلب الأول: مفهوم إخراج العنوان الصحفي

المطلب الثاني: أسس الإخراج الصحفي

المطلب الثالث: مدارس الإخراج الصحفي

المطلب الرابع: أهداف الإخراج الصحفي

## تمهيد

يعد العنوان من أهم العناصر التيبوغرافية التي تؤدي إلى جذب انتباه القارئ للصحيفة فهو يعطي للقارئ انطباعا مختصرا عن فحوى الإخبار والمواضيع المنشورة في الصحيفة سواء كان (خبرا، تحقيقا، مقالا، حديثا صحفيا....الخ) وذلك لقدرته على جذب انتباه القراء إلى ما تحمله تلك الأنواع الصحفية من مضامين و يستند في ذلك إلى كل الكتابة الصحفية من وجوب الاختصار و المعالجة التيبوغرافية المميزة بحيث ممكن أن يكتفي القارئ المتعجل بقراءة العناوين فقط ولهذا لا بد أن تعرض العناوين إخراجيا بطريقة واضحة تسهل قراءتها بسهولة لعرض المضمون بشكل واضح ومؤثر وليعبر في النهاية عن سياسة الصحيفة و شخصيتها و كأنه فن صحفي مستقل بذاته يخصص لإخراجه وتحريره الجهد و الوقت الكافيان بما يتناسب مع أهميته، وتعتمد الصحف بشكل عام على العناوين الصحفية المختلفة بأنواعها عن طريق عرض المادة الاعلامية أو الصحفية للجمهور، وذلك استخدام أشكال و أساليب مختلفة لغرض نقل المادة وهدفها في ذلك التأثير في القارئ و إقناعه بوجهات نظر الصحيفة أو اطلاعه بكل ما يحدث محليا و عربيا و عالميا.

## المبحث الأول : ماهية العنوان الصحفي.

تناولنا في هذا المبحث أربعة مطالب طرقتنا في المطلب الأول إلى مفهوم العنوان الصحفي لغة واصطلاحاً، وفي المطلب الثاني تعرفنا فيه على لمحة وجيزة عن نشأته وتطوره، وفي المطلب الثالث طرقتنا إلى أنواع العناوين الصحفية بمختلف تصنيفاته سوى من حيث الشكل أو المضمون أو الوظيفة أما المطلب الرابع والأخير تناولنا فيه الوظائف التي تؤديها هذه العناوين .

### المطلب الأول: تعريف العنوان الصحفي.

لم يتفق الباحثون والممارسون للصحافة على تحديد تعريف ثابت للعنوان :

**لغة:** هو السمة أو العامة أو الأثر الذي يستدل به على الشيء بوجه من وجوه التعريض لا التصريح.

" من المادة اللغوية نقول عُنْوَانُ الْكِتَابِ، لِأَنَّهُ أُبْرِزَ مَا فِيهِ وَأُظْهِرَهُ. يُقَالُ عَنَنْتُ الْكِتَابَ أَعْنُهُ عَنَاءً، وَ عَنُونْتُهُ، وَعَنَنْتُهُ أَعْنَيْتُهُ تَعْنِينًا. وَإِذَا أَمَرْتَ قُلْتَ عَنَيْتُهُ " <sup>1</sup>

**اصطلاحاً :** إذا كان العنوان الصحفي يتولى جذب الأنظار القارئ إلى المادة الصحفية، فإن طريقة تحريره و الطريقة الفنية التي يتم إبرازه بها تحددان إلى حد كبير حجم اهتمام الصحيفة بالخبر و مدى مقروئية، و يخبر العنوان القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة ا واهم زاوية فيه<sup>2</sup>، و للعنوان الصحفي عدة تعريفات اصطلاحية أهمها :

<sup>1</sup> احمد بن فارس بن زكريا أبو الحسن، الرازي، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، الجزء الرابع، 1399-1979، ص:20.

<sup>2</sup> حمزه عبد اللطيف، مدخل في فن التحرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص:161.

أول شيء تقع عليه عين القارئ، و لذلك كان لابد من الاهتمام به و إتقان كتابته و هو آخر شيء يكتب في الموضوع و لابد أن يكون مناسباً<sup>1</sup>.

و تعرفه مؤسسة BBC على انه "ملخص للخبر يظهر ما ستتحدث عنه المقالة في الصحافة المكتوبة أو في الراديو أو التلفزيون أو هو الذي يظهر فوق المقالة إخبارية في الصحف الإخبارية"<sup>2</sup>. هو مجموع الكلمات التي تمثل عبارة واحدة أو أكثر من عبارة مقسمة على أكثر من سطر يتناسب طولها مع طول المادة التحريرية التي ترتفع فوقها أو توجد داخل المساحة المخصصة لها و تكون شديدة الصلة بالمضمون و قوية الدلالة عليه مختصرة له و مبرزة لبعض الجوانب الأهمية فيه ممثلة وحدة تحريرية بذاتها ذات نسيج قوي و مركز و واضح تجمع و تكتب بحروف اكبر من حروف الخبر نفسه لتسبق الخبر الصحفي و تدل عليه و يكون جذابا و معبرا و ملفتا لنظر القارئ<sup>3</sup>.

## المطلب الثاني : نشأة العنوان الصحفي

تطور الإخراج الصحفي عقب ظهور المطبعة عام 1436 على يد الألماني غوتمبرغ فلم يعرف الإخراج الصحفي بهذا الاسم حيث كان مرتبط بفن التحرير الصحفي، فقد كانت عمليات الإخراج مماثلة تماما للنظم المتبعة في إخراج الكتب لأن عمال المطابع كانوا هم القائمين على إصدار الصحف دون الالتزام بقواعد محددة، بل أن الصحف كانت تسمى بكتب الإخبار فلم يكن غريبا على أن تظهر بمظهر الكتب من حيث الإخراج و التبويب و طبع .

<sup>1</sup> إبراهيم إسماعيل، فن التحرير الصحفي بين النظري و التطبيق، ط1، دار الفجر، القاهرة، 1998، ص:50.

<sup>2</sup> BBC, The Language of The Media, London: British broadcasting corporation 2003 ، ، p9.

<sup>3</sup> عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، د/ط، دار المجدلوي، عمان- الأردن، 2002، ص:65.

و كان لابد للصحافة الشعبية الجديدة أن تغري القراء بوسيلة جديدة في الإخراج الصحفي بعد أن ظهر أن الإخراج القديم الذي يتناسب مع طبقة القراء الخاصة في أواخر القرن التاسع عشر لا يمكن أن يتناسب مع المضمون الإخباري التنوع و الموضوعات الخفيفة التي تميزت بها الصحافة الشعبية الحديثة.<sup>1</sup>

كانت الصحف لا تعرف العناوين أو الصور أو الرسومات لصعوبة نقلها إلى الورق و بدأت العناوين الكبيرة في الظهور و ذلك بعد اكتشاف وسائل الحفر على المطاط على المعدن، حيث شقت هذه الوسائل طريقها على الصحف لتغير مظهرها بشكل كبير .

وبدء الإخراج صحفي الحديث يتبلور بعد ظهور المانشيتات على عرض صحيفة في صحيفة world التي أصدرها جوزيف بوليترز عام 1890 بالإضافة إلى التوسع في نشر الصور و الأخبار المثيرة<sup>2</sup> عند العودة تاريخيا إلى بداية صدور الصحافة نجد أن الطابعين الذين مارسوا طباعة الكتب هذه الممارسة على الصحف التي أصدروها، فجاءت العناوين الصحفية بأحجام مختلفة بداية مع الحجم الصغير و قليلة العدد، و ربما عنوان واحد أحيانا أكثر من عنوان، و كانت تجمع من نفس الحجم الحروف و المحتوى التحريري أو اكبر بقليل، و كثيرا ما لجأت الصحف إلى إبراز العناوين وذلك عن طريق وضع خط تحتها أو جمعها بحروف مائلة أو أحاطتها بأقواس، و العنوان يختلف من خبر لآخر لأنه يعبر عن مضمون الخبر و مضامين الأخبار ليست متشابهة، لهذا يأتي بمساحة معينة و مضمون معبر، و قد يأخذ شكل عمود واحد أو عمودين و أحيانا أكثر من ذلك، و قد يأخذ شكل مانشيت في

<sup>1</sup> منير سليم أبو راس، مدخل إلى الإخراج الصحفي، الجامعة الإسلامية قسم الآداب، كلية الصحافة و الإعلام، غزة، 2016-2017، ص:03.

<sup>2</sup> طلعت همام، مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، ط1، موسوعة الإعلام و الصحافة، دار الفرقان، عمان، 1984، ص:

بعض الإخبار و الموضوعات المهمة، بحيث يقول الدكتور اشرف صالح أن المتتبع لنشأة العناوين و تطورها يجد أن الغرض الأساسي منها هو الإعلان عن مضمون الصحيفة<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : أنواع العناوين.

تنقسم العناوين الصحفية إلى عدة أنواع وأبرزها التالي:

**وفقا لوظيفتها:**يركز هذا التصنيف على الوظيفة التي يؤديها العنوان من الناحية التحريرية و الإخراجية، و تنقسم عناوين الأخبار طبقا لهذا التصنيف إلى:

✓ **العنوان التمهيدي :** و هو عدة كلمات القليلة أبرزها، قبل العنوان الرئيس تمهد له، و في أغلب الأحيان يشير إلى المكان أو الزمان الحدث، و من الضروري عدم تكرار الكلمات المستخدمة في العنوان الرئيس، و تكتفي كلماته بالإشارة إلى العنوان الرئيس المصاحب للنص الخبري و تمهد له بكلمات تتصل بشكل ما بمضمونه<sup>2</sup>.

✓ **العنوان الرئيسي:** و هو من أهم العناوين و أبرزها، و يحمل أهم ما يتصل بالمضمون التحريري للخبر و أبرز جوانبه<sup>3</sup> و هو الذي تتجه إليه الأذهان بسرعة<sup>4</sup>، و يهدف العنوان الرئيس إلى حث القارئ على قراءة المزيد و اجتذابه و نقله إلى المقدمة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> احمد حسين الصاوي، طباعة الصحف و إخراجها، د/ط، انجلوا المصرية، القاهرة، 1972، ص:141.

<sup>2</sup> عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، ط1، دار المسير، عمان، 2012، ص:112.

<sup>3</sup> محمد الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية و تحريرها، ط1، دار أسامة، عمان، 2012، ص:134.

<sup>4</sup> الدليمي عبد الرزاق، المرجع السابق، ص:112.

<sup>5</sup> أدهم محمود، فنون التحرير الصحفي بين النظري و التطبيقي، د/ط، الدار البيضاء، القاهرة، 1994، ص:51.

✓ **العنوان الثانوي:** و هو يلي العنوان الرئيسي ، يروي معلومات أقل أهمية يتراوح بين سطر وعدة

سطور، وقد يصل احيانا إلى فقرة أو عدة فقرات تظم كل منها عدة سطور، <sup>1</sup> يأتي العنوان

الثانوي أسفل العنوان الرئيس ويكون ذا وحدة مستقلة <sup>2</sup>

✓ **العنوان الثابت:** ويستخدم فوق نوعين من المواد الصحفية : الأبواب الثابتة، كالفن والأدب

والرياضة، والأعمدة الخاصة والرأي القصير دو الموضوع الثابت والتوقيع الثابت. <sup>3</sup>

✓ **عناوين البواقى:** يرشد هذا العنوان القارئ على بقية الخبر الموجود في الصفحة الأولى، و يمكن

أن يأخذ عبارة أو كلمة أو عدة كلمات من العنوان الرئيس للخبر، و لا يصاغ بشكل جديد حتى

لا يضل القارئ و يجعله يفشل في التعرف على بقية الخبر. <sup>4</sup>

#### وفقا لموضوعه و محتواه:

و يمكن تصنيف عنوان الخبر وفقا لموضوعه إلى عدة أنواع:

✓ **العنوان الملخص:** و هو الذي يقدم الإجابة على أبرز أدوات الاستفهام الدالة على الحدث، و

هو يتمثل في العنوان الرئيس أكثر من غيره. <sup>5</sup>

✓ **العنوان الوصفي:** و هو العنوان الذي يركز على عنصر الوصف لبعض جوانب الأهمية

في الخبر أو لبعض الوقائع أو التفاصيل المهمة المتصلة بها، و يعتمد في ذلك على

الكلمات القوية و العبارات التي تشد الانتباه. <sup>6</sup>

<sup>1</sup> أشرف صالح، الصحف النصفية ثورة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الوفاء، القاهرة، 1984، ص: 59.

<sup>2</sup> محمد الحتو، المرجع السابق، ص: 134.

<sup>3</sup> أشرف صالح، المرجع السابق، ص: 60.

<sup>4</sup> محمد الحتو، المرجع السابق، ص: 135.

<sup>5</sup> عبد الرزاق الدليمي، المرجع السابق، ص: 113.

<sup>6</sup> سعيد النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص: 81.

✓ **العنوان المقتبس**: وهو عبارة عن أهم جملة في تصريحات المتحدث وتهم أغلب قراء الصحيفة.<sup>1</sup>

✓ **العنوان الاستفهامي**: وهو نوع من العناوين تحمل صيغتنا التساؤل، تطرح بشكل سؤال بهدف شد انتباه القارئ.<sup>2</sup>

### أنواع العناوين من حيث الشكل:

يمكن تصنيف العناوين الصحفية من حيث الشكل إلى عدة أنواع:

✓ **العنوان العريض (المانشيت)**: وهو عنوان كبير، يمتد بعرض قمة الصفحة الأولى ويسمى المانشيت ويكون بلون مختلف أحيانا، و يتصدر أهم خبر من وجهة نظر الصحيفة،<sup>3</sup>

✓ **العنوان الممتد**: وهو العنوان الذي يمتد على أكثر من عمود، ويتكون من سطر أو أكثر ويحتل العنوان الممتد اتساعا أقل من العنوان العريض، وكلما زاد اتجاه الصحيفة نحو الإخراج الأفقي، كلما أعطت أولوية أكبر لهذا النوع من العناوين.<sup>4</sup>

✓ **العنوان العمودي**: وهو العنوان الذي يمتد على عمود واحد فقط يستخدم 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 كل نفسه، كما أن هذا العنوان يجب أن يتكون من عدد محدود من الكلمات ولا بد أن يكون مختصرا ومركزا.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> ابتهاج جاسم رشيد، سيماء سعدون عزيز، فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية، مجلة كلية التربية للبنات، مجلد 24-3، 2013، ص: 845.

<sup>2</sup> مسعود حسين التائب، أساسيات الإعلان، د/ط، المكتب العربي للمعارف، 2017، ص: 173.

<sup>3</sup> سعيد النجار، المرجع السابق، ص: 81.

<sup>4</sup> علي نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط2، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية، 2001، ص: 161.

<sup>5</sup> إبراهيم اسماعيل، فن الإخراج الصحفي، الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار العربي، د/س، ص: 87.

## المطلب الرابع: وظائف العنوان الصحفي

يحقق العنوان وظائف متعددة للصحيفة والقارئ في ظل السياسة التحريرية والخراجية للصحيفة وذلك

من خلال:

- من أول وظائف العنوان هي المساعدة على تكوين شخصية مميزة للصحيفة بصورة يمكن التعرف عليها دون النظر إلى اسمها وإنما من خلال النظر إلى عناوينها من حيث الشكل و الإخراج و المضمون.<sup>1</sup>
- يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع.<sup>2</sup>
- إغراء الناس بشراء الصحف وتتم عملية الإغراء بواسطة العناوين في الصفحة الأولى فيجب أن تكون العناوين واضحة ومركزة بحيث تستطيع العين أن تقرأها وتفهمها في لمحة واحدة
- جذب القارئ بعد شراء الصحيفة إلى قراءة أكبر عدد ممكن من المواضيع و الأخبار ويتحقق ذلك بتوزيع العناوين على الصفحة مما يكفل راحة للعين.<sup>3</sup>
- تلخيص الخبر و تقديم أهمية للموضوع المنشور.
- يساعد العنوان الصحفي القارئ على اختيار ما يرغب في قراءته.
- تحقق العناوين الصحفية التوازن في بقية العناصر التيبوغرافية كالصورة.
- المساهمة في تحديد شخصية مميزة للصحيفة.
- كسر حدة بياض أو سواد الصفحة.

<sup>1</sup> عمران الهاشمي المجدوب، المرجع السابق، ص: 194.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 196.

<sup>3</sup> ابتهاج جاسم رشيد، سيماء سعدون عزيز، المرجع السابق، ص: 843.

- التباين بين درجة الرمادية الباهتة عن طول الأعمدة المتن .
- تحقيق الراحة للعين أثناء عملية القراءة.
- تقوم العناوين الصحفية على الترويج و التسويق للصحيفة.
- عنصر جمالي مرتفع الكفاءة.<sup>1</sup>

و هذا يعني أن الوظائف التي يحققها العنوان قد ترفع من سقف الصحيفة في سوق منافستها بين الصحف الأخرى، أو تهوي بها أرضاً، و لاسيما أن اعتمدت العناوين بعد تحريرها على صفة الجاذبية التي تساعد على كسر جمود المادة الصحفية المصاحبة لها، و استخدام مفردات مألوفة، و إبرازها للحقائق المصاحبة للنص، و تعطي للقارئ المتعجل جرعة مكثفة من الإخبار في بعض الكلمات يقرأها و قد تفتح العناوين شهية قارئ آخر لمواصلة القراءة.<sup>2</sup>

## المبحث الثاني: تحرير العنوان الصحفي

تناولنا في هذا المبحث أربعة مطالب، تطرقنا في المطلب الأول أربعة مطالب، تطرقنا في المطلب الأول إلى مفهوم التحرير الصحفي للعنوان، و المطلب الثاني تناولنا فيه قواعد تحرير العنوان الصحفي، و تطرقنا في المبحث الثالث إلى شروط تحرير العنوان الصحفي و المطلب الرابع و الأخير تطرقنا فيه إلى موعد كتابة العنوان الصحفي.

### المطلب الأول: مفهوم التحرير الصحفي

تعددت و اختلفت تعريفات التحرير الصحفي ومن بينها:

**لغة:** من المادة اللغوية حرر يحرق، تحريراً، فهو محرر، و المفعول محرر، حرر الكتاب و غيره :

<sup>1</sup> مركز الرائد للتدريب و التطوير الإعلامي، تاريخ الإطلاع 2019/03/12 [www.al-raeed.net/training](http://www.al-raeed.net/training) .

<sup>2</sup> منير سليم أبو راس، المرجع السابق، ص:52.

أصلحه وجود خطة، حرر الصحيفة أو المجلة : أشرف على إعدادها و أسهم في كتابة موادها<sup>1</sup>.

**اصطلاحاً :** التحرير الصحفي هو ركن رئيسي للصحيفة و إخراجها، و هو الأساس في نجاحها و

رواجها، فالصحيفة هي التحرير أولاً، و كل نجاح تحققه إنما هو نتيجة جودة التحرير و نجاحه<sup>2</sup>

ويعرف التحرير الصحفي أيضاً:

- أنه إعداد الرسالة الإعلامية التي تنتقل إلى الجماهير عن طريق إحدى وسائل الإعلام، بهدف تزويد

الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة، و الحقائق 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 و اتجاهاتهم و ميولهم<sup>3</sup>

- هو الفن الذي يعبر الصحفي من خلاله عما يدور أو يدور أو يجري في المجتمع من وقائع أو أحداث

من خلال أشكال فنية تتبع قواعد و أسس معينة لا بد أن يعيها الصحفي جيداً.<sup>4</sup>

- هو فن تحويل الأخبار و القضايا و الأحداث المحيطة بنا إلى مادة مكتوبة مطبوعة سهلة الفهم عند

جميع المستويات الثقافية عالية الذكاء و المتوسطة و محدودة الذكاء.

- أنه العملية اليومية أو الأسبوعية، حسب دورية الإصدار، التي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة

الفنية، و الكتابة الصحفية، أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية، أو المعلومات التي جمعها من

المصادر المختلفة في الأشكال، أو القوالب الصحفية المناسبة، و المتعارف عليها، ثم المراجعة الدقيقة

<sup>1</sup> عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص:231.

<sup>2</sup> عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، د/ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987، ص:17.

<sup>3</sup> أدهم محمود، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984، ص:42.

<sup>4</sup> زراع احمد، فن التحرير الصحفي، د/ط، دار قباء، غزة، 2006، ص:22.

و إعادة الصياغة لها<sup>1</sup>.

و يعرفه خليفة إجلال "بأنه العملية النهائية التي يجريها المحرر على المادة الصحفية من تعديل، حذف، وإضافة قبل نشرها للجمهور، بحيث تصبح سهلة الفهم و مشوقة وجذابة"<sup>2</sup>.

و من هنا فإن مهارات محرري العناوين لا تأتي من فراغ و لكن وليدة تجارب و خبرات طويلة حتى يتمكن من أداء المهمة بنجاح<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: قواعد تحرير العنوان الصحفي

يعتبر العنوان البداية التي يدخل عن طريقها القارئ إلى جسم الخبر أو الموضوع وعليه فهناك مجموعة من الشروط يجب توفرها عند كتابة العنوان وقد حصرت هذه الشروط بالآتي:

لابد أن يحرص كاتب العنوان على ان يكون هذا الأخير يتطابق مع المضمون وأن يكون مثيرا للانتباه، جذابا ومشوقا دقيقا ومختصرا، وألا تعتمد على طرق صراع الخداع في كتابة العناوين كأن يكتب عنوان لا يتطابق مع محتوى الخبر، ومن قواعد دقة العنوان عند اختياره تجنب إعطاء إجابات متسرعة والتي تكون غير مؤكدة، أو تتناسب مع أهوائه وتكون بعيدة عن واقع الخبر<sup>4</sup>

أن تكون ألفاظه ملائمة قدر المستطاع لطريقة عرضه فالعنوان الكبير الحجم يحتاج إلى ألفاظ أكثر دقة، كما يفضل أن يبدأ العنوان بالفعل المضارع والحكمة من ذلك أن يشعر القارئ بأنه يعيش

<sup>1</sup> مصطفى فريد، تكنولوجيا الفن الصحفي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص: 92.

<sup>2</sup> خليفة إجلال، اتجاهات الحديثة في فن التحرير الصحفي، ط2، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1981، ص: 14.

<sup>3</sup> محمد سعيد أحمد أبو زائدة، العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية-غزة، 2017، ص: 51.

<sup>4</sup> صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2013، ص: 107.

الموضوع أو الحادث الذي تنشر عنه الصحيفة<sup>1</sup>، وكذلك التأكيد على حداثة الخبر أو الموضوع لأن القارئ أصبح لا يهتم بالمواضيع القديمة، وكذلك يجب أن تتوفر في العنوان الإثارة والتشويق لجذب انتباه القارئ، وأن يكون العنوان موضوعياً يتناول أهم زاوية من زوايا الخبر أو الموضوع، كما يجب أن يكون العنوان مركزاً إلى أبعد حد لأنه ليس من الضرورة أن يجمع العنوان كل ما يحمله الخبر أو الموضوع من مضمون، وإنما يجب أن يتناول الجوهر وأهم مادة فيه.

من أبرز القواعد الخاصة بكتابة العنوان الصحفي، العمل بقدر الامكان بأن يكون كل سطر من سطور العنوان مستقلاً بذاته، تجنب العناوين الغامضة، كما يجب تجنب استخدام الألفاظ التي يمكن أن تنطق بصورتين مختلفتين وتعطي معنيين<sup>2</sup>، ومن أبرز القواعد الخاصة بكتابة العنوان: استخلاص العنوان من الكلمات المفتاحية التي يتضمنها النص الإخباري، وعدم المبالغة في تأكيده، ويجب تجنب إعادة المقدمة في العنوان، وتجنب استخدام العبارات المنفية في العنوان إلا إذا كان الخبر يتطلب ذلك، ويجب على محرر العناوين الحفاظ على الحياد وعدم التعبير عن الرأي في العنوان، وكذلك الالتزام بقواعد اللغة، وان يتأكد المحرر من أن عنوانه سهل القراءة، وعدم تركيز المحرر على وجهة نظر ثانوية في العنوان وإهمال النقطة الأساسية، وتجنب المبالغة في العنوان، فالعنوان لا بد أن يبنى على الحقائق الواردة في الخبر<sup>3</sup>.

كذلك هناك مجموعة من القواعد الواجب تتبعها عند إخراج العنوان الصحفي ومنها:

تجنب مجاورة العنوان لعنصر ثقيل آخر كعنوان أو صورة، وكذلك الحرص على استخدام العناوين لإحياء كافة جوانب الصفحة وعدم تركيزها على النصف العلوي من الصفحة بل من الضروري امتدادها

<sup>1</sup> محي الدين تيناوي، المرجع السابق، ص: 88.

<sup>2</sup> عمران الهاشمي المجذوب، المرجع السابق، ص: 194.

<sup>3</sup> أدهم محمود، الأسس الفنية للتحضير الصحفي العام، المرجع السابق، ص: 50.

إلى النصف السفلي، والحرص على التدرج في استخدام أبناط العناوين الكبيرة وذلك لإيجاد واسطة مريحة بين العناوين ، بالإضافة إلى ضرورة توفير الفضاءات التي تحيط بالعناوين لتحقيق شروط مقروئية الصفحة ولكي لا تختلط مع غيرها من العناوين المجاورة حتى لا يضعف كل منها الآخر<sup>1</sup>.

وعلى محرر العناوين تجنب استخدام اللهجة العامية في العنوان ما أمكن، و عدم استخدام صيغة أفعال الكينونة في العناوين الإخبارية، وتجنب التحريف تماما مع عدم محاولة تبسيط العنوان أكثر من اللازم، واختيار كلمات محددة وأفعال قوية تجبر القارئ على تناول الصحيفة وقراءة ما بداخلها من أخبار<sup>2</sup> فالعنوان الجيد والناجح هو الذي يسحب القارئ لقراءة الموضوع.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: موعد تحرير العنوان الصحفي

إذا كان العنوان أول عنصر يطلع عليه القارئ فإنه يعنيه و ينصح عادة بتحريره بعد الانتهاء من كتابة الموضوع لأنه يجب أن يشمل على درجة من الأهمية من صلب الخبر، و ربما يكون غير ذلك، فقد يهتدي الصحفي منذ البداية على عنوان و بصفة أخص بالنسبة إلى العناوين الإيحائية التي تصدر مقالات الرأي أو التحقيقات، فعليه أن يكتبه ثم يعود إليه من جديد بعد الانتهاء من الكتابة و يراجعه أو يغيره كليا و هناك من المحررين من يرى أن الشروع في الكتابة بعد تحديد العنوان يساعده على حصر الخط العام للموضوع و تضمن وحدته<sup>4</sup>

البدء بالعنوان أم الانتهاء به يختلف حسب الممارسات الشخصية، و يمكن أن نبدأ كتابة الموضوع و يؤدي العنوان في هذه الحالة دورا موجهة للكتابة و قد يساعد على التقيد بالموضوع، و يفضل كتابة

<sup>1</sup> ابتهاج جاسم رشيد، سيماء سعدون عزيز، المرجع السابق، ص: 845.

<sup>2</sup> الحتو محمود، المرجع السابق، ص: 131.

<sup>3</sup> عمران الهاشمي المجذوب، المرجع السابق، ص: 193.

<sup>4</sup> الجندوبي المهدي، كتابة عناوين المواضيع الصحفية، تاريخ الإطلاع 2019-04-12، <http://goon.gl/i2vjwb>.

العنوان و خاصة الإخباري في نهاية التحرير حتى يكون أكثر تعبيراً عن جوهر الموضوع بكامله، و حتى إذا انطلقنا في الكتابة و معنا موضوع ملح فالأفضل مراجعته عند الانتهاء<sup>1</sup> و تتسم عملية، كتابة العنوان بالمرونة، فقد تراود الصحفي فكرة أو عنوان أثناء لقائه مع مسؤول و يزيغها على شكل عنوان قبل البدء تفرغ مادته و صياغتها، و ربما يكتب موضوعاً صحفياً تبعاً لعنوان يود تسليط و الضوء عليه بشكل أكبر، و لكن القاعدة الأساسية أن المحرر الذي توكل له مهمة إعداد المادة الصحفية، عليه أن يحبرها أولاً ثم يحبر عنواناً و يضع اللمسات الأخيرة عليه.

### المطلب الرابع: أهمية تحرير العنوان الصحفي:

لتحرير العنوان الصحفي أهمية كبيرة كونه يعتبر بمثابة البوابة أو المنفذ الذي يطل به القارئ على الصحف:

العنوان الصحفي هو ملخص الموضوع، و لكن العنوان الذكي هو الذي لا يدع القارئ يأخذ منه كل المعلومات، و المفروض في العنوان أن يجذب القارئ و يقدمه لقراءة الموضوع كله، و لهذا فكتابة العنوان فن و خبرة و دراسة و معايشة، و قد خصصت الصحف كثيراً سكرتير التحرير لكتابة العناوين فقط، و بالتالي يرى البعض أن العنوان من أهم وسائل النجاح لأي صحيفة.<sup>2</sup>

وإذا كان العنوان هو أول ما يطالعه القارئ في الخبر، فإنه آخر ما يحبره الصحفي في الخبر، إذ يفضل دائماً أن يكون العنوان آخر ما يكتب في الخبر، وذلك حتى يستطيع المحرر انتقاء الزاوية المناسبة التي تهتم أكبر عدد من القراء وتقدم لهم ملخصاً سريعاً لمحتواه، إذ يتولى العنوان جذب أنظار القراء إلى الخبر وبالتالي يجب الاهتمام بطريقة تحريره والطريقة الفنية التي يتم إبرازها، إذ يقبل القراء على قراءة الأخبار ذات العناوين الواضحة والمثيرة وكبيرة الحجم و المطبوعة بألوان.

<sup>1</sup> محمد منير، مدخل إلى الصحافة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2002، ص:67.

<sup>2</sup> محمود فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى، د/ط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1982، ص: 90.

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

والعنوان الجيد المكتوب جيدا يساعد المخرج الصحفي ويسهل مهمته، وعادة ما يحدث مناقشات كبيرة بين كاتب المقال والمخرج بخصوص هذا الموضوع، كيف يكون العنوان جذابا.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: إخراج العنوان الصحفي

تناولنا في هذا المبحث أربعة مطالب، تطرقنا في المطلب الأول إلى تعريف الإخراج الصحفي لغة واصطلاحا، وتعريف إخراج العنوان الصحفي، أما المطلب الثاني تناولنا فيه أسس الإخراج الصحفي النفسية والسيولوجية و الفنية الصحفية ووسائل الإبراز الصحفي، والمطلب الثالث نتناول فيه مدارس الإخراج الصحفي ، التقليدية و المعتدلة والحديثة ومذاهب كل مدرسة، أما المطلب الأخير تطرقنا فيه إلى أهداف الإخراج الصحفي وأهميته بالإضافة إلى أهمية إخراج العنوان الصحفي.

### المطلب الأول مفهوم إخراج العنوان الصحفي

هناك أكثر من تعريف للإخراج الصحفي كعملية فنية و صحفية ذات طابع مميز ووظائف معينة، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة.

<sup>1</sup>سمير صبحي، الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة، د.ط، دار المعارف، القاهرة، ص: 125.

لغة: الإخراج مشتق لغويا من كلمة (خرج) و قد ورد في (لسان العرب) أن الخروج يناقض الدخول، خرج يخرج خروجا ومخرجا فهو خارج، وقد أخرجه وخرج به، وقال الجوهري: قد يكون المخرج موضع الخروج، يقال خرج مخرجا حسنا وهذا مخرجه و الاستخراج هو الاستنباط.<sup>1</sup>

لفظ الإخراج هو عكس الستر والإخفاء، وهو بمعنى الاظهار والبيان، ولما كانت مهنت من يعملون في الصحف إظهارها للناس ونشرها فقد جاءت التسمية لمن يقومون بذلك "بالمخرجين الصحفيين" وسمي عملهم بالإخراج الصحفي.<sup>2</sup>

اصطلاحا: عرفه "محمود علم الدين" هو خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي و شكلها الفني أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون و المؤثرة فيه والمعبرة عنه".<sup>3</sup>

وعرفه "فير بالا" "هو تصميم صفحات الصحف، وترتيب الأخبار، والصور لتحقيق أقصى حد من الفاعلية، ويشمل الإخراج الصحفي اختيار القصص، وحجم و أنماط العناوين، والرسوم التوضيحية، وأحجامها وعلاقتها ببعضها البعض".

هو عبارة عن خطة معينة لترتيب الصفحة لتحقيق الأهداف المرجوة منه.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>الحسن الياس حمزة، حسن محمد الزين: دور العناصر الطبوغرافية في انقراطية الصحف السودانية، مجلة العلوم الإنسانية،

العدد 14، قسم دراسات الاتصال، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، د/س، ص: 107

<sup>2</sup> محي الدين تيتاوى، المرجع السابق ص: 87.

<sup>3</sup> محمود علم الدين، المرجع السابق، ص: 09.

<sup>4</sup>. VirBalaAggarwal, **essentials of practical journalism**, first published, ashokkumarmital

أما عن إخراج العنوان الصحفي فيقصد به الأشكال التي تظهر بها العناوين من حيث انفراد سطورها، أو تعددها، والطريقة التي ترتب بها السطور في حالة التعدد، وعلاقة اتساعها بالحيز الذي تشغله من الأعمدة المخصصة لها على الصفحة.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: أسس الإخراج الصحفي

وهناك أسس وقواعد تعتمد عليها عملية الإخراج الفني تعطي للصحيفة انطباعا جميلا من الناحية الشكلية، فضلا عن دعم الجانب الوظيفي للصحيفة.

**الأسس النفسية:** تعتبر صحيفة وسيلة للتأثير في القارئ ، عليه لابد من دراسة نفسية هذا القارئ لنجاح عملية التأثير<sup>2</sup>، وذلك بمراعاة طبيعة الجمهور من حيث السن فالشباب يميلون إلى التجديد على عكس الشيخوخ الذين يفضلون الإخراج التقليدي، وكذلك الجنس حيث تختلف اهتمامات الذكور عن اهتمامات الإناث، مع مراعاة أذواق القراء و مستوياتهم الثقافي حيث تختلف الطبقة العاملة عن طبقة الفلاحين وتلك عن طبقة الأطباء والمتقنين، كما يجب معرفة اتجاهات الرأي العام، وعقلية الجمهور وعاداتهم القرائية فبعض القراء يكتفون بالمرور السريع على العناوين ومن ثم يختارون ما يرغبون في قراءته، والبعض الآخر يكتفي بالاطلاع على مقدمات الأخبار.

**الأسس الصحفية:** هناك عدة معايير لاختيار الموضوعات التحرير و تحديد مدى صلاحيتها للنشر أوزانها المختلفة بحسب أهميتها، ومن هذه المعايير:

<sup>1</sup> طلعت عبد الحميد عيسى: إخراج الصحف الجامعية الفلسطينية، دراسة تحليلية على القائم بالاتصال في صحيفتي، "صوت الجامعة" و"الرواد"، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2003، ص: 18.

<sup>2</sup> الحسن حمزة إلياس ، حسن محمد الزين، المرجع السابق، ص: 108.

السياسة التحريرية للصحيفة : التي تحدد وتحكم: ماذا تنشر الصحيفة من مضامين.<sup>1</sup>

**عناصر الخبر:** فالخبر الناجح هو الذي يهتم أكبر عدد ممكن من القراء، ولا بد أن تتوفر فيه عدة شروط،

ومن أهمها الحداثة، الشهرة، القرب، الضخامة، الدلالة والمغزى وغيرها.<sup>2</sup>

**رابعاً: الأسس الفنية:** التي يسعى المخرج من خلالها لتحقيق سهولة القراءة و الجمال وتوفير الحيوية

والجاذبية<sup>3</sup>، من خلال مراعاة التكوين الفني للصحيفة الذي له أصوله وقواعده ولا بد أن تتوفر فيه عدة

خصائص منها:

**التوازن:** يقصد به عدم إقبال كاهل صفحة كاملة أو جزء منها بالعناصر التيبوغرافية في الوقت الذي

يخلو فيه جزء آخر منها<sup>4</sup>، **الإيقاع** الذي نلمسه في الشكل الفني عندما تنتقل عين القارئ من عنوان لآخر

من صورة إلى آخر دون تعثر أو ملل<sup>5</sup>، **التباين** الذي يساعد على خلق تأثير بفضل الاختلاف في الأشكال

والألوان بما يمكن أن يجعل الصفحة جذابة مع إمكانية التأكيد على العناصر المثيرة للاهتمام<sup>6</sup>، **والتناسب**

الذي يجب أن يراعى فيه توزيع العناصر التيبوغرافية على الصفحة بما يحقق التوافق و الانسجام بين

<sup>1</sup> محمود علم الدين: المرجع السابق ، ص: 18.

<sup>2</sup> سمير أحمد خليل، **فن الإخراج الصحفي**، ط1، دار أسامة، عمان-الأردن، 2015، ص: 33.

<sup>3</sup> الحسن حمزة إلياس ، حسن محمد الزين، المرجع السابق، ص: 108.

<sup>4</sup> حسن فراج حسن، **تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف**، د/ظ، دار العربي، القاهرة، د/س، ص: 101.

<sup>5</sup> طلعت همام: المرجع السابق، ص: 22.

<sup>6</sup> AURELINE LECLERC, **L'ENTREPRISE DE PRESSE ET LE JOURNALISTE**, preesas da

هاته العناصر<sup>1</sup> وكذلك الوحدة: تعني خلق نوع من الترابط والتكامل بين أجزاء الموضوع الواحد، وبين موضوعات الصفحة الواحدة، وعلى مستوى الصحيفة ككل، حتى لا يحدث التشتت للقارئ<sup>2</sup>.

وسائل الإبراز: فالمخرج بحاجة إلى إبراز بعض العناصر كالأخبار والصور عن طريقا لمساحات: والمعروف أن العنوان أو الصور الكبيرة تلفت الانتباه، وخاصة إذا قيست بالنسبة للمساحة العامة للصحيفة، و كذلك اللون الذي يثير الانتباه بطبيعته وخاصة إذا كان زاهيا<sup>3</sup>، والجداول التي تستخدم لفصل بين الوحدات الطباعة المشتركة في تصميم الصفحة<sup>4</sup>،

الإطارات وهي عبارة عن أربعة أضلاع تحيط بالمادة المطبوعة، والأرضيات وهي تلك الضلال الرمادية الواقعة بين الأسود والأبيض، وتساعد المحرر على إبراز خبر موضوع ما، بالإضافة إلى ترك مساحة معينة من الورق فارغة دون طبع شيء عليها لأن ذلك يريح عين القارئ، وأيضا من بين عناصر الإبراز التغيير في حجم الحروف وشكلها<sup>5</sup>.

### المطلب الثالث: مدارس الإخراج الصحفي

عرف الإخراج الصحفي ظهور عدة مدارس تأثر بعضها بالمدارس التشكيلية المتزامنة معها، و تأثر البعض الآخر بنتائج الدراسات النفسية و التعامل مع الإخراج الصحفي على ضوءها.

<sup>1</sup>سفيان حمزة، هارون مصباحي، الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة وتأثيره على المقروئية لدى جمهور الطلبة، دراسة وصفية ميدانية لعينة من طلبة جامعة تبسة، ماستر، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017، ص: 55.

<sup>2</sup>إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2015، ص: 139.

<sup>3</sup>سمير أحمد خليل، المرجع السابق، ص: 44.

<sup>4</sup>فهد العسكر، المرجع السابق، ص: 55.

<sup>5</sup>طلعت عبد الحميد، المرجع السابق، ص: 20.

**المدرسة التقليدية:** تعد أقدم المدارس ظهوراً من الناحية التاريخية، تعتبر فيه الصفحة وحدة واحدة،

ويؤمن أنصارها بالتوازن الشكلي الدقيق حول محور ارتكاز متوسط بالصفحة وهي أسلوبين هما:<sup>1</sup>

**أسلوب التوازن الشكلي الدقيق:** وفيه يتماثل شقا الصفحة تماثلاً تاماً<sup>2</sup>، وهو أسلوب يندر استخدامه لرتابته وجموده وتقييده لحرية المخرج الصحفي<sup>3</sup>.

**التوازن الشكلي التقريبي:** ويقوم على توازن تقريبي غير تام بتوزيع الأثقال عبر عدة أساليب، منها:

التوازن بالتعويض والتوازن في أحد أقسام الصفحة.

**المدرسة المعتدلة:** تقوم على التحرر من فكرة التوازن الشكلي المفتعل أياً كان، وذلك بهدف أن يكون

تحديد شكل الصفحة ملائماً لطبيعة موادها، أو محتواها، ومن أهم مذاهبها:<sup>4</sup>

**مذهب التوازن اللاشكلي:** يعتمد أساساً على نظرية أرخميدس في توازن الرافعة، حيث يمكن أن يتوازن

عنصران على الصفحة مع اختلافهما في الحجم، ويسمى أحياناً بمذهب التوازن مع التباين<sup>5</sup>.

**المذهب التربيعي:** و الذي يقوم على أساس تقسيم الصفحة إلى أربعة أقسام متساوية، و التعامل مع كل

قسم بصفته جزءاً مستقلاً من الصفحة<sup>6</sup>، يتميز هذا الأسلوب بإشاعة الحركة في جوانب الصفحة و يبسر

قراءتها مطوية،<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> هناء زياد عفانة، علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام،

دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، ص: 74.

<sup>2</sup> غازي رين عوض الله، الأسس الفنية للمجلة، د/ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997، ص: 105.

<sup>3</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 75.

<sup>4</sup> سمير أحمد خليل، المرجع السابق، ص: 49.

<sup>5</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 75.

<sup>6</sup> فهد العسكر، المرجع السابق، ص: 157.

**المذهب التركيبي:** يقوم على أهمية استئثار وحدة طباعيه معينة ذات أهمية نسبية، بالنظر إلى الوحدات الأخرى المنشورة في الصفحة باهتمام المخرج، من ثم سعيه لإبرازها من خلال احتلالها لأهم موقع في الصفحة<sup>2</sup>.

**المدرسة الحديثة:** وهي من أكثر المدارس تحررا، ومن مذاهب هذه المدرسة:

**مذهب التجديد الوظيفي:** هو أسلوب يحاول تحقيق الدور الوظيفي للاخراج الصحفي، بالحرص على تقديم الموضوعات مرتبة وفقا لأهميتها النسبية، ويحقق هذا الأسلوب المزوجة بين العرض الرأسي والأفقي للوحدات المنشورة.

**مذهب الإخراج الأفقي:** الذي يعد تطورا لفكرة المسرى الطبيعي لحركة العين أفقيا وليس عموديا أثناء القراءة،<sup>3</sup> ويتحقق ذلك باستخدام العناوين العريضة والممتدة، والصور ذات القطاعات الأفقية،<sup>4</sup> كما يراعي ضرورة البناء المتداخل للوحدات حتى لا تتحول الصفحة إلى قطاعات مفككة.

**مذهب الإخراج المختلط:** وهو أكثر مذاهب هذه المدرسة تحررا، حيث ينظر المخرج إلى كل وحدة طباعيه بصفتها جزءا مستقلا يتم إبرازه،<sup>5</sup> يستخدم هذا المذهب عناصر تيبوغرافية ثقيلة ومتنوعة بالإضافة للألوان الصارخة، لهذا سمي أيضا بأسلوب "السيرك".<sup>6</sup>

<sup>1</sup> عبد العزيز سعيد الصويعي: الإخراج صحفي والتصميم بين الأقسام والأفكار و الحواسيب، ط1، دار الملتقى، لبنان، 1998، ص:163.

<sup>2</sup> فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، المرجع السابق، ص: 157.

<sup>3</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 76.

<sup>4</sup> سمير صبحي، المرجع السابق، ص: 150.

<sup>5</sup> فهد العسكر، المرجع السابق، ص ص: 164-166.

<sup>6</sup> طلعت همام، المرجع السابق، ص: 140.

## المطلب الرابع: أهداف الإخراج الصحفي:

وحتى يكون الإخراج الصحفي فعالاً، لا بد له أن يحقق العديد من الأهداف التي تبدأ بتق،م الأخبار على الصفحة وتنتهي بأن تبدو هذه الصفحة جذابة ومغرية للقارئ.

يهدف الإخراج الصحفي إلى تيسير وسهولة القراءة، بحيث يمكن للقارئ المستعجل فهم و استيعاب الصفحة بسهولة دون الحاجة لقراءة الكثير منها<sup>1</sup> فالإخراج الجيد للصحيفة يجعل قراءتها ممتعة و ذلك بتوزيع العناصر على الصفحة بطريقة يسيرة.

ويعمل الإخراج الصحفي على أن تبدو الصفحة جذابة ومشوقة، ترتاح العين إلى شكلها، وتخلص الصفحة من عنصري الرتابة والملل، وبالتالي إضفاء الجانب الجمالي على الصفحة الأمر الذي يقود إلى جذب انتباه القارئ إليها.<sup>1</sup>

و يهدف الإخراج الصحفي إلى عرض المادة الصحفية بطريقة تتفق مع أهميتها<sup>2</sup>، فالقارئ يتوقع إبراز الموضوعات المهمة سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التيبوغرافية المستخدمة فيها، وبالتالي يعمل الإخراج الصحفي على عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة والقارئ بحيث يستطيع تمييزها في يسر ويسعى إليها في رغبة.<sup>3</sup>

و كذلك يهدف الإخراج الصحفي إلى إعطاء هوية مميزة للصحيفة عن غيرها من باقي الصحف المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومميزة<sup>4</sup>، ولا تخرج كذلك عن المألوف فتبدو شاذة، وهذا بدوره يساعد في عقد صلة

<sup>1</sup>محمد نجيب الصرايرة-علي نجات: أنماط إخراج الصفحة الأولى في الصحف الأردنية اليومية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 2، 1996، ص 144.

<sup>2</sup>نجلاء إسماعيل أحمد: الإعلام التوظيفي، ط1، دار المعنز، عمان، 2017، ص، 67.

<sup>3</sup>إسماعيل إبراهيم، اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص، 32.

<sup>4</sup>virBalaAggarwal,opcit,p:67.

تعارف و ألفة بين القارئ و صحيفته، و ذلك من خلال الثبات في الإخراج، واستخدام نفس الحروف في عناوين الأخبار و متونها.

ولكي تصل الصحيفة إلى أكبر عدد من القراء، بالطبع ليس الحل الأمثل أن تهتم بالجانب الترفيهي على حساب المادة الجادة، وإنما بتقديم المادة الجادة في شكل فني جذاب يرضي أذواق الجماهير ومن هنا كانت أهمية الإخراج الصحفي.<sup>1</sup>

- يسهم الإخراج الصحفي في زيادة إقبال القراء على الصحف.
- يؤثر أسلوب الإخراج الصحفي على إدراك القارئ لأهمية و مصداقية المحتوى.<sup>2</sup>
- و تتجسد أهمية الإخراج الصحفي من خلال دوره في إطار الوظيفة الكلية للصحافة القائمة على ضرورة تقديم مضامين إعلامية متميزة تشبع حاجات القراء الاتصالية، بطريقة فنية ومشوقة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نجلاء إسماعيل أحمد. المرجع السابق، ص، 66.

<sup>2</sup>DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic, ,opcit.

<sup>3</sup>فهد العسكر، المرجع السابق، ص، 90.

# الفصل الثاني

## الفصل الثاني: تأثير العنوان الصحفي على المقروئية

### المبحث الأول: ماهية المقروئية

المطلب الأول: تعريف القراءة

المطلب الثاني: نشأة القراءة

المطلب الثالث: أنواع القراءة

المطلب الرابع: أهمية القراءة

### المبحث الثاني : ماهية المقروئية

المطلب الأول: مفهوم المقروئية

المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن المقروئية

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في المقروئية

### المبحث الثالث: علاقة إخراج العنوان الصحفي بالمقروئية في الصحافة المكتوبة.

المطلب الأول: دور الإخراج الصحفي في زيادة المقروئية.

المطلب الثاني: مقروئية الصحف و علاقتها بالأنماط الإخراجية

المطلب الثالث : مقروئية الصحف في ظل نظريات التأثير

تمهيد:

تعد القراءة وسيلة هامة للاتصال ولا يمكن الاستغناء عنها إذ يتمكن الانسان عن طريقها من الحصول على مختلف المعارف و الثقافات وشغل أوقات الفراغ بما يفيد وينفع، وقد اعتبر العلماء أن القدرة على القراءة الجيدة من أهم المهارات التي يجب أن يتسلح بها الانسان في حياته ولما كانت القراءة بهذه الأهمية خاصة مع تقدم وتطور العلوم المختلفة ومنها وسائل الاعلام المختلفة بشكل عام والمكتوبة بشكل خاص خاصة الصحف التي أصبحت ذات شعبية واسعة يقرأها الجمهور بشكل يومي.

## المبحث الأول: ماهية القراءة.

تناولنا في هذا المبحث أربع مطالب، تطرقنا في المطلب الأول إلى ماهية القراءة ، وفي المطلب الثاني تناولنا نشأة القراءة و تطرقنا في المطلب الثالث إلى أنواع القراءة أما المطلب الرابع والأخير تناولنا فيه أهمية القراءة .

### المطلب الأول : تعريف القراءة.

تعد القراءة من أهم المهارات اللغوية الأربع إلى جانب الكتابة، الاستماع، و التحدث التي يجب أن ي القارئ فيرد و يعمل على تنميتها، وقد عرفها العلماء على أنها

عملية عقلية تتم فيها ترجمة الرموز المكتوبة بحروف و حركات إلى معان مقروءة يتضح اثر إدراكها عند القارئ في التفاعل مع ما يقرأ و توظيفها في سلوكه الذي يصدر عنه في أثناء القراءة.<sup>1</sup>

و هي الوسيلة التي تمكن القارئ من الوصول إلى معنى تلك الحروف و الكلمات و الجمل و الرمزية.<sup>2</sup>

هي نطق الثاني: تهجيتها للتعرف على الكلمة و النطق بها شكل صحيح حتى يمكن فهم ما تعينه هذه الحروف التي تم النطق بها و على أي شيء تهدف.

وعرفها أحد الباحثين بأنها: العملية التي يتم فيها التعرف بصريا على الرموز المطبوعة، و فهمها و التفاعل معها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الحسن هاشم، طرق تعليم القراءة و الكتابة، ط1 الدار الدولية، الأردن-عمان، 2000، ص: 11.

<sup>2</sup> علوانة عمر، حلمو عبد الله، مستوى تحصيل تلاميذ الصف الرابع أساسي- المادة المقروءة باللغة العربية في محافظة نابلس، رسالة ماجستير جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2001، ص: 21.

<sup>3</sup> ميلاد علي، الطفل و القراءة، مجلة الطفولة و التنمية، العدد 3، المجلس العربي للطفولة و التنمية، 2001، ص: 180.

وتعرف كذلك على أنها عملية بناء للمعنى من خلال التفاعل بين الرموز المكتوبة التي تمثل اللغة، و الخبرات السابقة للقارئ، و في ذلك يحاول القارئ أن يعطي معاني جديدة لكلمات الكتاب، وذلك حسب مستواه اللغوي و خبراته الحيوية، و معنى هذه العبارة الأخيرة أن القراءة على الرغم من أنها استقبال لغوي إلا أنها عملية نشطة إيجابية تتطلب من القارئ مستويات مختلفة من الفهم.

و من خلال التعريفات السابقة نرى أن القراءة عملية عقلية انفعالية تهتم بتحليل الرسوم و الرموز المكتوبة و الخبرات السابقة للقارئ<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني : نشأة القراءة

لقد حدث تطور في مفهوم القراءة إبان القرن 20، و ربما كان ذلك على النحو التالي:

في العقد الأول من القرن وقف هذا المفهوم - غالبا - عند حد التعرف على الحروف و الكلمات و النطق بها، و سرعة المطالعة مع فهم المعاني العبارات التي يطالعونها.

في العقد الثاني من القرن العشرين، تطورت الأبحاث حول القراءة، عندما أجريت دراسة تتعلق بأخطاء الكبار في القراءة، و استنتجت أنها ليست عملية آلية تقتصر على التعرف و النطق بها فقط، بل هي عملية رياضية تستلزم الفهم و الربط بالتالي أضيف إلى مفهوم القراءة عنصر ثاني و هو النقد و تطور هذا المفهوم ليشمل فهم و نقد المادة المقروءة، ففي ضوء ما يمر به الفرد من نمو<sup>2</sup>

في العقد الثالث، اتسع مفهوم القراءة نتيجة ظهور العديد من المشكلات الاقتصادية و السياسية ليشمل الإفادة من المادة المقروءة في حل المشكلات التي يمكن أن تواجه الإنسان.

<sup>1</sup> عايطي بن عطية بن مقبل البردي، مستوى مقرئية كتب العلوم للصف الثاني و علاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير في المناهج و طرق التدريس العلوم، جامعة أم القرى كلية التربية، المملكة العربية السعودية، 2005، ص: 14.

<sup>2</sup> إبراهيم محمد عطاء، المرجع في تدريس اللغة العربية، ط2 مركز الكتاب، مصر - القاهرة، 2006، ص: 164.

في العقد الرابع، ظهر تطور لمفهوم القراءة، و هو القراءة للاستماع بالمقروء، و كان ذلك نتيجة ظهور وقت الفراغ و رغبة الإنسان خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، في استغلال و حاجة الناس إليها، أن يرفهوا عن أنفسهم و يستمتعوا بأوقاتهم بعد أن ذاقوا ويلات الحربين العالميتين. وقد أصبحت تشمل التعرف على الرمز اللغوي و الفهم و النقد و حل المشكلات<sup>1</sup>.

فمفهوم القراءة قد تطور من قراءة لا تخرج عن حدود الإدراك البصري للرموز المكتوبة إلى صيرورتها عملية فكرية عقلية، فهي قديما قراءة ببغاوية مهمتها أن ينطق القارئ الألفاظ و العبارات سواء أكان يفهم ما يقرأ أم لا يفهم، و سواء أكان يحس بالمعنى أم لم يحس.

ثم أخذ هذا المفهوم الخاطئ بطبيعة الحال بالاختفاء و الزوال إذ حل محله مفهوم جديد غذ اقتضت القراءة معه الفهم و عمق البصيرة، و إدراك المعاني المترجمة فيما بعد على سلوك و عمل يخدم الفرد و المجتمع معا.

من هنا نفهم أن القراءة قديما كانت عبارة على قراءة ببغاوية لكنها أصبحت الآن قراءة تهدف إلى إدراك المعاني و ترجمتها إلى سلوك يخدم الفرد و المجتمع<sup>2</sup>

### المطلب الثالث : أنواع القراءة.

تعتبر القراءة أيا كان نوعها أحد الوسائل المهمة في التواصل على المعرفة، و فهم وإدراك الأفكار، و تنقسم القراءة من حيث الأداء و الغرض إلى عدة أنواع، فهي تنقسم من حيث الأداء إلى ثلاثة أنواع:

<sup>1</sup> نايف محمود،، خصائص اللغة العربية و طرق تدريسها، ط1، دار النفائس، بيروت، 2000، ص: 85.

<sup>2</sup> سعدي فضيلة، صادق طاوس، الكتاب المدرسي للتلميذ الجزائري في المستوى الابتدائي-كتاب السنة الخامسة

أنموذجاً-، رسالة الماجستير في اللغة و الأدب العربي، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، كلية الأدب و العلوم الإنسانية، 2004-2005 ص21.

## أولاً: القراءة الصامتة:

تعتبر القراءة الصامتة قراءة شائعة بين أفراد المجتمع حيث أن معظم علماء التربية متفقون على أنها القراءة التي لا حراك فيها بالشفيتين أو نطق بالصوت.

و يؤكد بعض الباحثون أن القراءة الصامتة قراءة بالعينين ليس فيها صوت ولا همسن ولا تحريك للشفيتين<sup>1</sup>

أما عبد الحميد فقد عرفها بأنها القراءة التي يحصل القارئ فيها على فهم وإدراك معاني المادة المقروءة دون استخدام أجهزة النطق<sup>2</sup>

و مما سبق يتضح أن التعريفات السابقة ركزت على فهم المعاني و الرموز المكتوبة دون النطق، و دون تحريك الشفتين، و من هذا المنطلق يرى الباحث أن القراءة الصامتة هي كل ما استوعبه القارئ من أفكار و مفاهيم دون النطق أو التحدث بها.

## ثانياً : القراءة الجهرية:

يتفق الكثير من العلماء على أن القراءة الجهرية هي التي يوجد بها الصوت و همس و تحريك للشفيتين مع مراعاة صحة النطق، وسلامة الكلمات، و إخراج الحروف بصورة جيدة من مخرجها.

وتعرف القراءة الجهرية أيضا بأنها العملية التي تتم فيها ترجمة الرموز الكتابية على ألفاظ منطوقة، أو أصوات مسموعة متباينة الدلالة حسب ما تحمل من معنى<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رياض بدري، مشكلات القراءة من الطفولة إلى المراهقة، ط1، دار الصفاء، الأردن-عمان، 2005، ص: 43 .

<sup>2</sup> عبد الحميد، هبه محمد، أنشطة و مهارات القراءة و الاستنكار في المدرستين الابتدائية و الإعدادية، ط1، دار الصفار، الأردن-عمان، 2006، ص: 85.

وهي التي يتم فيها القراءة باستعمال صوت مسموع مثلاً: قراءة الأخبار بصوت عالي، ويساهم هذا النوع من القراءة في الوصول إلى المعنى المراد تحقيقه.<sup>2</sup>

### ثالثاً: قراءة الاستماع:

تعرف قراءة الاستماع على أنها العملية التي يستقبل فيها الإنسان المعاني والأفكار الكامنة وراء ما يسمعه من ألفاظ والعبارات التي ينطق بها القارئ قراءة جهرية، أو التحدث في موضوع ما، أو ترجمة لبعض الرموز والإشارات ترجمة مسموعة. وتعرف القراءة الاستماع بأنها قدرة المستمع على فهم وإدراك ما يسمع و يكون ذلك بتمكنه من ترجمة الأصوات و على دلالات<sup>3</sup>

### المطلب الرابع : الأهمية القراءة.

إن القراءة لها دور كبير في حياة الإنسان منذ الطفولة إلى الشيخوخة وسنذكر أهم النقاط الدالة على أهميتها:

- تنمي الفكر و العواطف و تثري الخبرات و تعين على حل مشكلات الحياة اليومية بما تمده من أفكار و حقائق.
- تساعد على تقوية الشخصية و الميول و الاتجاهات.
- تمكن الفرد من التفسير و المقارنة و النقد و التحليل و اكتساب المهارة.

<sup>1</sup> عبد الرحمن، إيمان زكي، الاستعداد لتعلم القراءة تنميه و قياسه في مرحلة الرياض الأطفال، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003، ص: 65 .

<sup>2</sup> محي الدين فاطنة ، المرجع السابق، ص: 68.

<sup>3</sup> عبد المجيد، جميل طارق، إعداد الطفل العربي للقراءة و الكتابة، ط1، دار الصفاء، الأردن-عمان، 2005، ص: 48 .

- تنمية ثروة المتعلم الفكرية و تدريبه على التعبير الصحيح عن المادة المقروءة و تنمية التخيل و الإبداع و التذوق والحس النقدي.
- في ميدان التعلم تعمل القراءة على توثيق الصلة بين التلميذ و الكتاب كي يكسب خبرات متنوعة<sup>1</sup>
- توسيع أفاق المتعلم و قدرته على جمع المعلومات و الاستفادة منها .
- توفر للقارئ المتعة وحب الاستطلاع.
- تكسب المتعلم معلومات يستطيع أن يعمل بها في عدة مجالات.
- تمكن المتعلم من التحدث بطلاقة<sup>2</sup>

## المبحث الثاني : ماهية المقروئية

يحتوي هذا المبحث ثلاث مطالب، كانت كالاتي: المطلب الأول تناولنا في تعريف المقروئية، والمطلب الثاني تطرقنا فيه إلى نبذة تاريخية عن المقروئية أما المطلب الثالث والأخير تناولنا فيه العوامل المؤثرة في المقروئية.

### المطلب الأول: تعريف المقروئية.

لقد اجمع معظم التربويين في العديد من الكتب و الدراسات و البحوث العملية أنه لا يوجد تعريف دقيق للمقروئية و يمكن تعريف المقروئية لغة و اصطلاحاً ب:

<sup>1</sup> لطفى موسى، نعيمة حسن، أساليب الحديثة لتدريس اللغة العربية، د/ط، دار مجدلاوي، عمان-الأردن، 2008. ص142.

<sup>2</sup> لطفى موسى، أثر استخدام الدراما على تحسين بعض مهارات القراءة لدى طلبة الصف السابع الأساسي، رسالة ماجستير، كلية التربية الجامعة الإسلامية غزة، 2007، ص: 68.

**لغة:** المقرئية وفق التحليل الصرفي مصدر صناعي، الحق باسم المفعول، و اسم المفعول يدل على واقع الحدث -القراءة- و موقع عليه الحدث، أي أنه وصف فقط فالمقروء هو الدلالة على القراءة و ما وقع عليه القراءة. دون إفادة بسهولة أو صعوبة أو مطاوعة النص للقراءة<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** المقرئية مصطلح يستعمل للدلالة على مدى صعوبة النص، بسبب طول النص و عدد المقاطع في كل كلمة، و هي المستوى الذي يمثل استيعاب و فهم القارئ لنص ما نثري أو مكتوب، و تقاس بمستوى عدد الاستراحات الصحيحة من قبل القراء للكلمات المحذوفة من النص وفق اختبار التتمة<sup>2</sup> و يعرفها الطنطاوي، و رمضان بهلول بأنها : وصف لقطعة من القراءة ثم إعدادها لكي يقرأها القارئ محدد مسبقاً، فإن استطلع أن يفهمها و يفهم ما اشتملت عليه من معان و أفكار و معلومات قيل إن مقرئيتها جيدة، و لا تكون المقرئية جيدة إلا إذا كان مستوى الصياغة اللغوية فيما يقدم للقارئ في مستوى قدرته المقرئية، فالمقرئية إذا تعتمد على أمرين هما : مستوى الصياغة للمادة المقروءة، و مستوى القدرة اللغوية القرائية<sup>3</sup>

و يشير أبو صليط أن : كلية المقرئية لها دلالات عدة، فهي تدل على درجة الوضوح المادة المكتوبة من حين رسمها و طريقة كتبها، و كما أنها تدل على مدى قدرة القارئ على فهم الحقائق و معلومات صريحة أو ضمنية، و بالرغم من أن هذه الدلالات ما زالت قائمة في استعمال هذه الكلمة، إلا أن

<sup>1</sup> خالد حسين أبو عشة، المقرئية -ماهيتها أهميتها وكيفية قياسها، موقع شبكة الألوكة، 02-03-2019، ص 04، متاح على الرابط: [/http://www.alukqh.net/library/0/83809](http://www.alukqh.net/library/0/83809).

<sup>2</sup> جيه بن القاسم، المقرئية - العوامل المؤثرة فيها - صعوبات تطبيقها -، مجلة كلية التربية الاساسية، العدد 17، جامعو بابل، ص: 173.

<sup>3</sup> الطنطاوي، رمضان بهلول، انقرئية كتب العلوم بالمرحلة الابتدائية، مجلة كلية التربية، العدد 16، بدمياط، د/ت ص 51.

مصطلح يشير على المدلول الأخير و هو الدرجة النسبية لصعوبة المادة المكتوبة التي يواجهها القارئ في مضمونها.

و مما سبق يلاحظ أنه لا يوجد تعريف موحد لمقروئية، حيث وردت تعاريف متباينة و مختلفة، و يعود السبب أن كل الباحث يتأثر بوجهة نظره ورؤيته في مجال دراسته و بحثه

و على الرغم من اختلاف الباحثين حول تعريف المقروئية إلا أنهم يتفقون على أنها مناسبة المادة المقروءة للقارئ من حيث السهولة أو الصعوبة و مدى قابلية النص العلمي للقراءة بالنسبة للمرحلة العمرية للطلاب الذين أعدت لهم، الأمر الذي يجعلهم أكثر اندمجا و اهتماما مع النص مما يؤدي على نجاح عملية الاتصال و التفاعل بين القارئ و المادة المقروءة.

و هناك ثلاث مستويات للمقروئية و أوردها الأدب التربوي و هي :

### المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن المقروئية.

بدأت عن المقروئية في الولايات المتحدة الأمريكية في الأربعينيات من القرن الماضي عندما كانت معرفة القراءة و الكتابة لعامة الناس لا تزال منخفضة، و كذلك عندما احتاجت الحكومة إلى توزيع الوثائق المكتوبة أكثر تعقيدا في مجالات الطب و القانون و الأحوال<sup>1</sup>

كما أن ظهور الدراسات المقروئية تعود على سببين أوردها البسيوني و هي:

أولا: زيادة أعداد القراء مع عدم وجود كتب مناسبة لهم، فقد كانوا يدرسون الكتب المؤلفة لطلاب

المرحلة الثانوية مما شكل صعوبة لديهم في فهمها .

<sup>1</sup> أبو زهراء محمد، مستوى مقروئية النصوص القرائية في كتاب اللغة العربية المقرر على تلاميذ الصف الأول إعدادي، مجلة الدراسات في مناهج و طرق التدريس، العدد 79، جامعة عين الشمس، الجمعية المصرية للمناهج و طرق التدريس، المؤتمر العلمي الحادي و العشرون و تطوير مناهج الراسية بين الأصلة و المعاصرة، ص: 282.

ثانياً: نمو الأدوات البحث العلمي المستخدمة في حل المشكلات، و من هذه الأدوات ظهور أول قائمة تكرار الكلمات في اللغة الانجليزية على يد ثورندايك في كتابه و ذلك عام 1921 . كل ذلك أدى إلى تطوير طرق قياس صعوبة النص سواء أكانت للأطفال أم البالغين، للكتب المدرسية أو لكتب القراءة الحرة<sup>1</sup>

ويضيف **طعمية** أنه شاع مصطلح المقرئية لتحليل و تقويم المستوى اللغوي لمواد الاتصال في أربعينات القرن العشرين بالجامعات الأمريكية و ألفت في سبيل الاستخدام العلمي لها معدلات كثيرة سميت بالمعدلات المقرئية و ذلك في ضوء خصائص اللغة الانجليزية، و بدء يشيع هذا المصطلح في التربية في ستينيات القرن العشرين.

المقرئية هي نتاج تفاعل مجموعتين من المتغيرات قسم منها يتعلق بالمادة المقروءة، و القسم الآخر يتعلق بالقارئ، و بناء على ما سبق فالمقرئية هي مدى التوافق بين المادة المقروءة و القارئ، حيث يهتم المتصدون للمقرئية بجانبين أساسيين هما : المواد المقروءة و ما تتضمنه من مستويات مختلفة من الصعوبة، و الجزء الثاني هو جمهور القراء و ما يمتلكونه من اهتمامات و قدرات قرائية مختلفة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> البسيوني، سامية علي، قياس بعض جوانب انقرئية كتب اللغة بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة عين الشمس، ص:61.

<sup>2</sup> طعمية رشدي أحمد، تحليل محتوى في العلوم الإنسانية، د/ط، دار الفكر العربي، القاهرة-مصر، 2004، ص: 44.

## المطلب الثالث : العوامل المؤثرة في المقروئية

يقصد بعوامل المقروئية جملة المتغيرات التي تدخل في نطاق دراسات المقروئية، والتي يفترض

فيها التأثير في عملية الفهم، وتتعلق بعض هذه العوامل بالنص المقروء ويتعلق بعضها الآخر بالقارئ.<sup>1</sup>

### 1- عوامل تتعلق بالقارئ:

العوامل المرتبطة بالقارئ كثيرة منها، المستوى التعليمي، والثقافي للقارئ وخلفيته السابقة عن الموضوع، وخبراتهم السابقة التي ينتمون إليها، كما تلعب الحالة المزاجية و الانفعالية دورا كبيرا في التأثير على المقروئية فالقارئ الذي لا يتمتع باستمرار انفعالي لا يحرز تقدما ملحوظا في القراءة<sup>2</sup>، وبقدر ما لدى القارئ من زاد كافي من اللغة يمكنه فهم وقراءة النصوص الاعلامية.<sup>3</sup>

### 2- العوامل تتعلق بالمقروء: وتشتمل عوامل المقروئية المرتبطة سواء بالمفردات، أو الجمل، أو

الفقرات، أو البناء الفني للنص وهي كالاتي:

**المفردة:** لها تأثير كبير على صعوبة النص فهناك عوامل تجعل النص سهل القراءة والفهم.

**الجملة:** طول الجملة وكلماتها يؤدي إلى صعوبة الفهم ، ذلك أن طول الجملة يتطلب ربط

الأفكار والتي قد لا يكون القارئ مستعد لها.

**عرض الأفكار:** تعد الأفكار جوهر الموضوع المقروء لذا يجب مراعاة السهولة والدقة والتنظيم في

عرض أفكار الموضوع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يحي باسم يحي عياش، انقرائية الأخبار في الصحف الفلسطينية الالكترونية، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير في الصحافة كلية الأدب، قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص: 81.

<sup>2</sup> يحيى لطفي أبو سعيد، مقروئية كتب الدراسات الاجتماعية للمرحلة الإعدادية بالنسبة للتلاميذ وكما يراها المعلمون والموجهون، مجلة كلية التربية، العدد 39، ص: 263.

<sup>3</sup> يحي باسم يحي عياش، المرجع السابق، ص: 81.

<sup>4</sup> محي الدين فاطنة، المرجع السابق، ص: 81.

**الألوان الطباعية:** وهي من أهم عناصر التشويق، فمعظم القراء يفضلون ألوانا غير الأسود والأبيض، ولكن تقنيا أي صور غير الأسود والورق غير الأبيض يكون أقل مقروئية من حيث الطباعة.<sup>1</sup>

**الصور والرسوم:** تزيد من وضوح المعنى وربما تكون الصورة أبلغ من الكلمات في التعبير .

**التنظيم:** يعد التنظيم من أهم العوامل المساعدة على سهولة فهم المادة المكتوبة ويعني ذلك بأن يتم وصف الفقرات التمهيدية التي تساعد القارئ على فهم محتوى النص بتقديم مختصر لأجزائه<sup>2</sup>

### 3- عوامل تتعلق بالإخراج:

يرى أن هناك سبعة عوامل تؤثر على مقروئية النص هي: الخلفيات و التباين، والتناقض التام ونوع الخط والبياض بين السطور، واتساع الهوامش.

أما هناء زياد عفانة فقد رأت أن أبعاد المقروئية هي المحاذاة، ونوع وحجم الحرف، وطول السطر، والمسافات البيضاء، والتأكيدات مثل: الخط المائل والخط العريض، ووضع خط تحت الكلمة بالإضافة إلى لون النص.<sup>3</sup>

### 4- عوامل خارجية :

يرى بعض الباحثون أن المقروئية تتأثر بالعوامل الخارجية مثل : كمية الضوء، و الحالة النفسية و الجسمية و درجة الحرارة و جو المحيط، و ركون القارئ الذي يجلس بشكل مريح أ غير مريح.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 102.

<sup>2</sup> رحيم علي صالح اللامي، إبتسام صاحب الزويني، المقروئية مستوياتها- العوامل المؤثرة فيها- صعوبات تطبيقها، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد، 17، جامعة بابل، 2014، ص: 177.

<sup>3</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 103.

<sup>4</sup> ابراهيم بيسيوني، تدريس العلوم التربوية العلمية، ط4، دار المعارف، مصر-القاهرة، 1998، ص: 87.

## المبحث الثالث: علاقة إخراج العنوان الصحفي بالمقروئية في الصحافة المكتوبة

### المطلب الأول: دور الإخراج الصحفي في المقروئية.

يعد الإخراج الصحفي فناً إبداعياً، وهناك إمكانيات لا نهائية لتنويع التصميم بالصحيفة، ويتم الحكم على إصدار الصحيفة الإخبارية من المصممين المتخصصين، وذلك من خلال النظر على التصميم بأنفسهم، ودراسة مدى التأثير الذي ستركه على القارئ و الدور الكبير للإخراج الصحفي في زيادة المقروئية للصحيفة المكتوبة ليعمل في ما يعد على تطوير الإخراج داخل الصحيفة بما يتناسب مع الجمهور المتلقي.<sup>1</sup>

ويؤدي الإخراج الصحفي دوراً كبيراً في شكل الصحيفة لتبدو جذابة، ومنافسة، و تلبى احتياجات القارئ و ترضي طموحاته، و لما كان الهدف من كل ما ينشر في الصحف أن تقرأ و يطلع عليه، ظهر دور الإخراج الصحفي في زيادة المقروئية و دوره في إبراز هذه الأخبار بشكل يشد انتباه القارئ، سيما وأن القارئ أصبح الآن يتعامل مع الصحف بشكل انتقائي، و هذه الانتقائية ذات حدين، متعلقة بوسائل الإعلام عامة، أو متعلقة بالصحيفة نفسها كوسيلة إعلامية، بمعنى أن القارئ له الحق في التعرض للوسيلة التي يريد، و إذا اختار التعرض للصحيفة فله الحق أيضاً أن يختار من بين هذه الصحف ما تناسب هواه و يلبي رغباته<sup>2</sup>، و من هناك فإن للإخراج الصحفي دور بارز في زيادة المقروئية من خلال:

كذلك يؤثر أسلوب طباعة النص على قابلية القراء وذلك من خلال حجم و نوع الخط المستخدم في الطباعة، حيث تم الجدل بين الكثير من المسؤولين على أن وضع كمية كبيرة من النصوص في المحتوى

<sup>1</sup> علي نجادات، المرجع السابق، ص: 21.

<sup>2</sup> فهد بن عبد العزيز العسكر، المرجع السابق، ص: 106.

لا يقود إلى نتائج قراءة إيجابية بل يقلل من قراءة النص و بالتالي لا يساهم في زيادة المقروئية بالنسبة للصحيفة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني : مقروئية الصحف و علاقتها بالأنماط الإخراجية.

تعد المقروئية كما يعرفها هاري ماكلوجلان أنها نوعية الاتصال المكتوب و المطبوع الذي يسهل لأي فرد أو فئة من الناس فهم معناه، و تدفعهم لمواصلة قراءتها، و يطرح ماكلوجلان تساؤلات ليحدد من خلاله مفهوم المقروئية والسؤال هو عما إذا كان المقصود بالاعتبار النص مفهوماً أو أن يكون متناسباً مع متطلبات أن يكون مقروءاً و أن يكون مقروءاً و مفهوماً معاً<sup>2</sup>، و عموماً فإن هناك بعض المتغيرات مرتبطة بالمقروئية والتي لها علاقة بالأنماط الإخراجية وهي:

**الوضوح البصري:** و تشمل الاعتبارات البصرية أن يكون النص مرئياً واضحاً ومن المؤثرات في ذلك أن الورق المصقول يعكس كمية كبيرة من الضوء مما قد يشوش الرؤية كما قد يتسبب الورق الملون في تقليل الوضوح البصري.

**الاتساق:** أن نوع الخطوط التي اعتاد القراء عليها هي الأكثر اتساقاً معهم و الأيسر في قراءتها و يرتبط ذلك بنوع الحروف و كثافتها و الأرضيات التي تطبع عليها و يشكل الإسراف في استخدام الإشكال الغير المألوفة، خصوصاً في حالة تكرارها في الصفحة الواحدة أكثر من مرة. إذ انه يضاعف الإجهاد البصري و يؤثر سلباً على سرعة و سهولة القراءة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فهد بن عبد العزيز العسكر، المرجع نفسه، ص: 104.

<sup>2</sup> الحسن الياس حمزه، حسن محمد الزين، المرجع السابق، ص: 110.

<sup>3</sup> سعيد الغريب النجار، المرجع السابق، ص: 37.

**الفروق الفردية:** أن القراءة فعل فردي يتعلق بشخصية القارئ و انفعاله بالنص المقروء. لذلك تتحكم الفروق الفردية بدرجة كبيرة في المقرئية الصحف أو من عدمها، و يقول ماكلوجلان أن كفاءة القراء تتأثر بالضوضاء المحيطة و التشويش و مشتتات الانتباه و الحالة الصحية للقارئ تدل كل هذه المؤشرات إلى إن المستقبل ليس سلبيا تجاه الرسائل و لا وسائل نقلها و إنما يتحكم في تقبله لها وفق سلسلة من العمليات الانتقائية التي يمكن النظر فيها عبر المداخل الآتية:<sup>1</sup>

**مدخل العمليات الانتقائية:** و هو مدخل يفترض أن الناس يتعاملون مع الرسائل ووسائل نقلها بانتقائية في التعرض لها و تقبلها وفق سلسلة من العمليات العقلية المدركة و الوجدانية غير المدركة كما يلي:

**التعرض الانتقائي:** يقوم هذا المفهوم على أن الناس يتعرضون اختياريا للرسائل التي تتفق مع مخزونهم المعرفي و يتجنبون الرسائل التي تتعارض معه. و تؤيد ما ذهب إليه ميليندوفلر في أن تشبع المجتمعات المعاصرة بالرسائل الإعلامية يجعلها تعاني حملا زائد مما يدفعها إلى استخدام مرشحات عقلية.

**الإدراك الانتقائي:** و يعرفه دوفلر بأنه النشاط النفسي ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المعنى للمؤثرات و المنبهات الحسية التي يستقبلونها من بيئتهم.

**التذكر الانتقائي:** و يرتبط بمفهومي التعرض و الإدراك الانتقائيين لان الناس عادة ما يميلون عادة إلى تذكر ما يتفق مع مصالحهم و نسيان ما يتعارض معها.

**التصرف الانتقائي:** يرتبط التصرف الانتقائي مباشرة بالأفعال القارئ تجاه الرسالة بعد مقارنتها بما هو موجود في مخزونه المعرفي.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: مقرئية الصحف في ظل نظريات التأثير الإعلامية

<sup>1</sup> ميلفيندوفلير، نظريات وسائل الإعلام، ط1، دار الوطنية للإعلام، القاهرة، 1993، ص56.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص: 23.

يقصد بنظريات الإعلام هي خلاصة نتائج الباحثين و الدارسين للاتصال الإنساني للجماهير، بهدف تفسير ظاهرة الاتصال و إعلام و محاولة التحكم فيها و التنبؤ بتطبيقاتها و أثرها في المجتمع.

### نظرية الاستخدام و الإشباع:

تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، و دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط، لذلك يستخدم الفرد الصحيفة من أجل إشباع جملة من الرغبات أهمها:

5- الصحف ذات فائدة من خلال نشر الأخبار، و الآراء و التفسيرات حول الشؤون العامة مما يسمح للقارئ بالظهور بالمركز الاجتماعي الذي تجسده المعرفة بالأمور، بالإضافة إلى أن الصحيفة تعتبر أداة للتواصل الاجتماعي، و التعرف على مشكلات و اهتمامات الناس، و بصفة خاصة بالمدن الكبرى.

6- تساهم الصحف في توضيح الصور حول الأحداث الاجتماعية، كما تسمح قراءة الصحف بالمشاركة في الرأي العام، و حتى المساعدة في العمل و الدراسة.

ففي ظل تطور وسائل الاتصال الحديثة صارت تتعرف على حجم قرائها في زمن قياسي، و تتعرف أيضا على حاجاتهم التي من أجلها يقرءون الصحف، و يمكن بذلك قياس التعديل في محتوى و مضمون منتجها الإعلامي من وقت لآخر، و بناء على ذلك يحاول المخرج الصحفي جذب انتباه القارئ، و إثارة اهتمامه من خلال عملية الإخراج.<sup>1</sup>

### نظرية ترتيب الأولويات:

<sup>1</sup> إبراهيم إمام، فن الإخراج الصحفي، د/ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1957. ص: 55.

تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق الظهور، و إهمال القضايا الأخرى، فييدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها، و تتمحور هذه النظرية حول فكرة رئيسية هي أن وسائل الإعلام تقوم بالنشر المنكر فتبني معارف الجمهور<sup>1</sup>، و تضع لهم القضايا التي يفكرون فيها، و تركز على الشخصيات و الأحداث التي يهتم بها الناس، و القائمون بالاتصال ينتقون من بين الأحداث ما يطرحونه على مائدة اهتمامات الجمهور فترتيب اهتمامات الجمهور بالقضايا يعكس اهتمامات الإعلام بها، ففي إخراج الصحيفة تبرز العناوين الكبيرة المعبرة عن الأحداث المهمة، و تبرز الصورة المعبرة عن الموضوع الأهم، و ترتب المواضيع المطروحة على صفحات الجريدة حسب أهميتها أيضا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، ط1، المكتبة العالمية، القاهرة، 2001، ص118.

<sup>2</sup> سفيان حمزه، هارون مصباحي، المرجع السابق، ص:91.

# الفصل الثالث

**الفصل الثالث: دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية.**

**المبحث الأول :** دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب عينة الدراسة

**المطلب الأول :** تحديد مواصفات العينة

**المطلب الثاني :** دور وسائل إبراز العنوان في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة.

**المطلب الثالث:** أكثر أنواع العنوان الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف

**المطلب الرابع:** دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية في الصحف المكتوبة

**المبحث الثاني :** دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب متغيرات الدراسة

## تمهيد

نستعرض في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية للتعرف على دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة ، واعتمدنا في الدراسة على برنامج معالج البيانات EXCEL لتحليل النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، بحيث نتناول النتائج الرقمية التكرارات والنسب المئوية المتصلة بأسئلة استمارة البيانات.

يتضمن هذا الفصل مبحثين المبحث الأول تعرض فيه نتائج الجداول البسيطة ويتضمن أربع مطالب المطالب الأول خاص بتحليل البيانات الشخصية والمطلب الثاني تعرض فيه نتائج تحليل المحور الأول والمطلب الثالث نتناول في تحليل نتائج المحور الثاني أما المطلب الأخير نتناول فيه نتائج المحور الرابع و المبحث الثاني تعرض فيه نتائج وتحليل الجداول المركبة.

## المبحث الأول : دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب عينة الدراسة

بعد قيامنا بتوزيع الاستمارة على مفردات العينة (طلبة علوم الإعلام والاتصال)، واسترجاعها بدأنا في تفريغ البيانات في جداول حسب الأسيلة الموجودة في الاستمارة وإجابة المبحوثين عنها من أجل تبويبها في جداول إحصائية بسيطة مكونة من التكرارات والنسب المئوية ، وأخرى مركبة من متغيرين من أجل معرفة " دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة"

### المطلب الأول: تحديد مواصفات العينة:

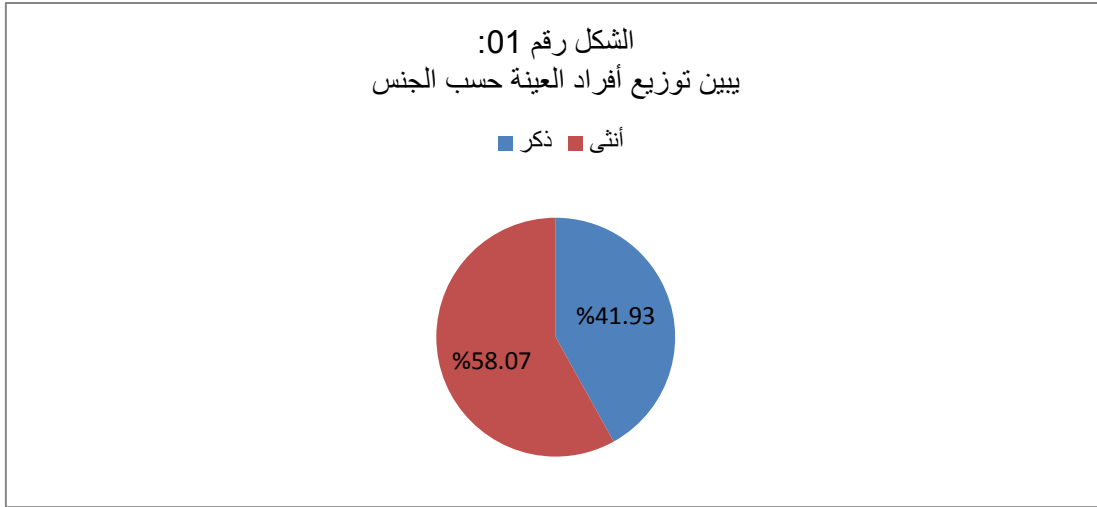
الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسب المئوية	التكرارات	الجنس العدد
%41.93	39	ذكر
%58.07	54	أنثى
%100	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يبين الجدول رقم (02) أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس حيث بلغت نسبة الإناث ب: %58.07 بينما قدرت نسبة الذكور %41.93، ومن الواضح أن نسبة الإناث مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور و يمكن

إرجاع هذا الاختلاف إلى أن معظم الطلبة المسجلين في أقسام الإعلام والاتصال هم إناث.



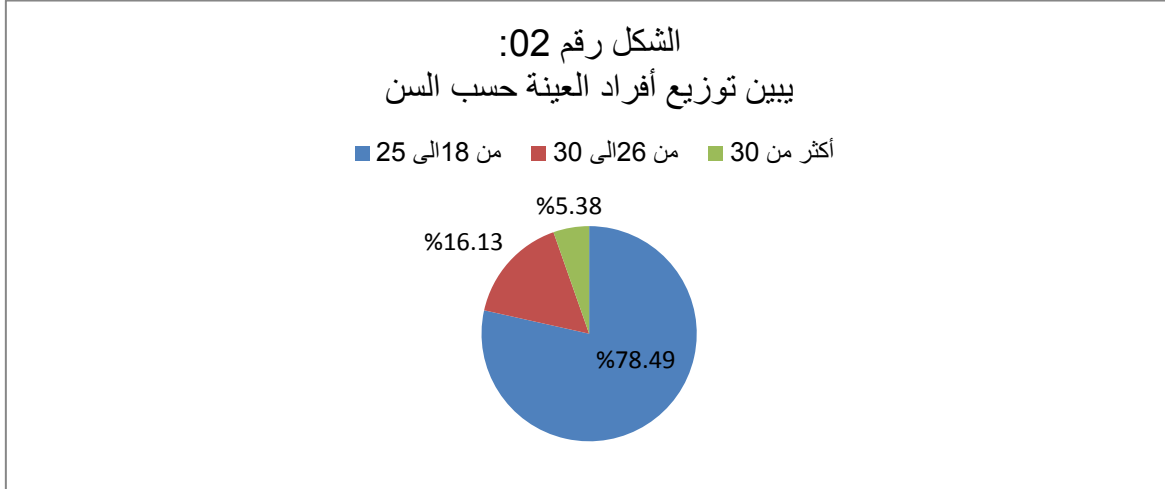
الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسب المئوية	التكرارات	العدد العمر
78.49%	73	من 18 إلى 25
16.13%	15	من 26 إلى 30
5.38%	05	أكثر من 30 سنة
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

جدول رقم (03) أعلاه نلاحظ أن نسبة 78.49% من أفراد مجتمع الدراسة أعمارهم ما بين 18 إلى 25 و أن نسبة 16.13% من أفراد العينة تراوحت أعمارهم ما بين 26 إلى 30 أما الفئة التي تتراوح مفرداتها 30 فما فوق فقد شكلت نسبة ضعيفة جدا بالمقارنة مع الفئتين السابقتين وهي 5.38%، ويمكن

تفسير الاختلاف في هذه النتائج بأن الفئات التي يتراوح عمرها ما بين 18-25 هم الطلبة المسجلين في قسم الإعلام والاتصال ينتمون إلى نفس المرحلة العمرية.

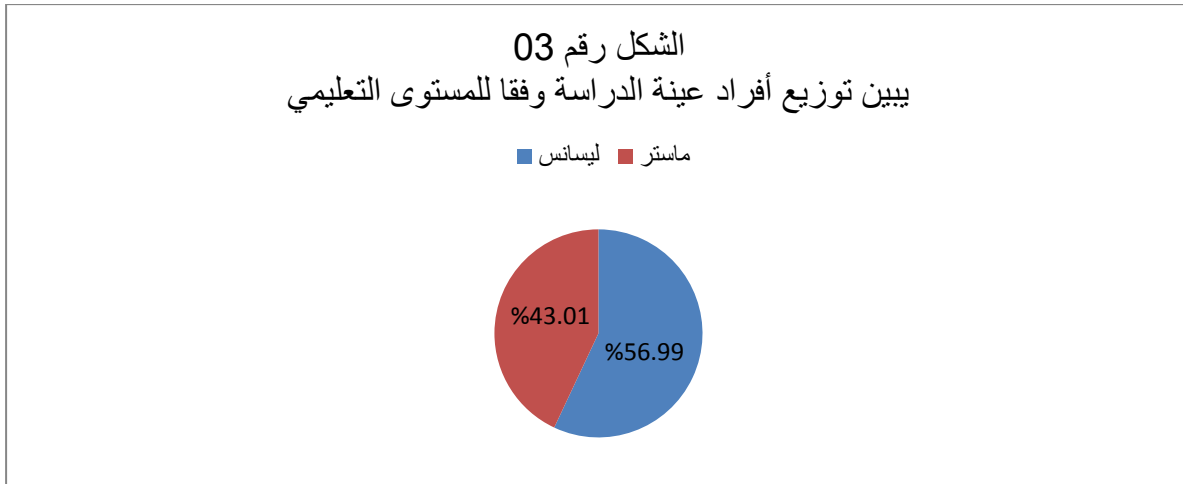


الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	العدد / المستوى التعليمي
56.99%	53	ليسانس
43.01%	40	ماستر
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

من الجدول رقم (04) أعلاه والخاص بالمستوى التعليمي للطلبة يتبين أن نسبة المبحوثين في مرحلة الليسانس تقدر بـ 56.99% وهذه النسبة تعتبر مرتفعة مقارنة بنسبة المبحوثين في مرحلة الماستر والتي تقدر بـ: 43.01% وهذا راجع إلى أن تخصص إعلام واتصال هو تخصص جديد على جامعتنا "جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي".

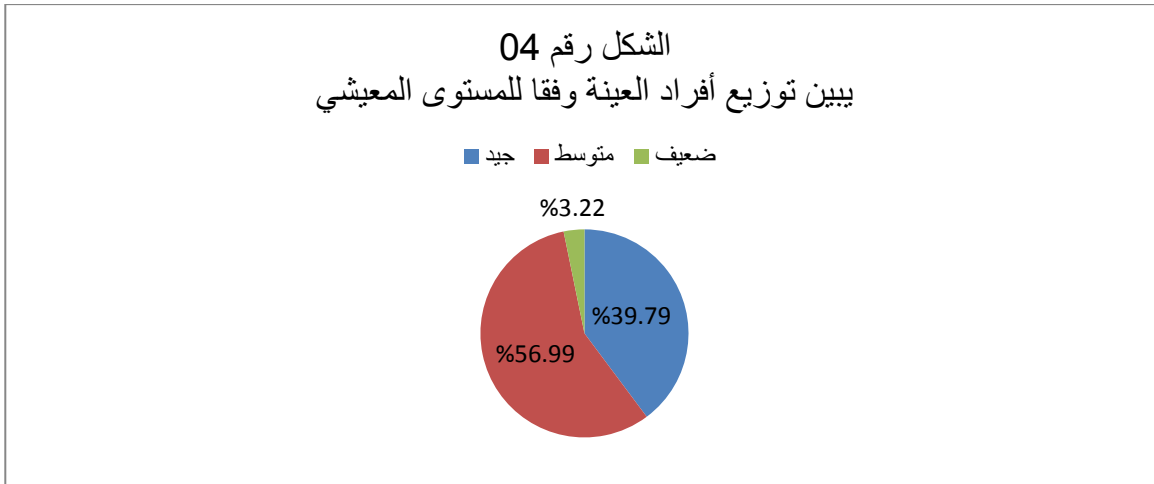


الجدول رقم (05): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمستوى المعيشي:

النسب المئوية	التكرارات	العدد المستوى المعيشي
%39.79	37	جيد
%56.99	53	متوسط
%3.22	03	ضعيف
%100	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يشير الجدول رقم (05) أعلاه إلى أن العدد الكبير من المبحوثين هم ذوي مستوى معيشي متوسط حيث بلغ عددهم 53 فرداً بنسبة 56.99% ثم المبحوثين ذوي المستوى الجيد والذين بلغ عددهم 37 فرداً بنسبة 39.79% ويليهم في الأخير ذوي المستوى الضعيف بنسبة 3.22% ويمكن تفسير هذه النتائج باختلاف الطبقات الاجتماعية و طبيعة المستوى المعيشي في منطقة الوادي.



### المطلب الأول: أهم وسائل الابرار تأثيرا على زيادة المقروئية

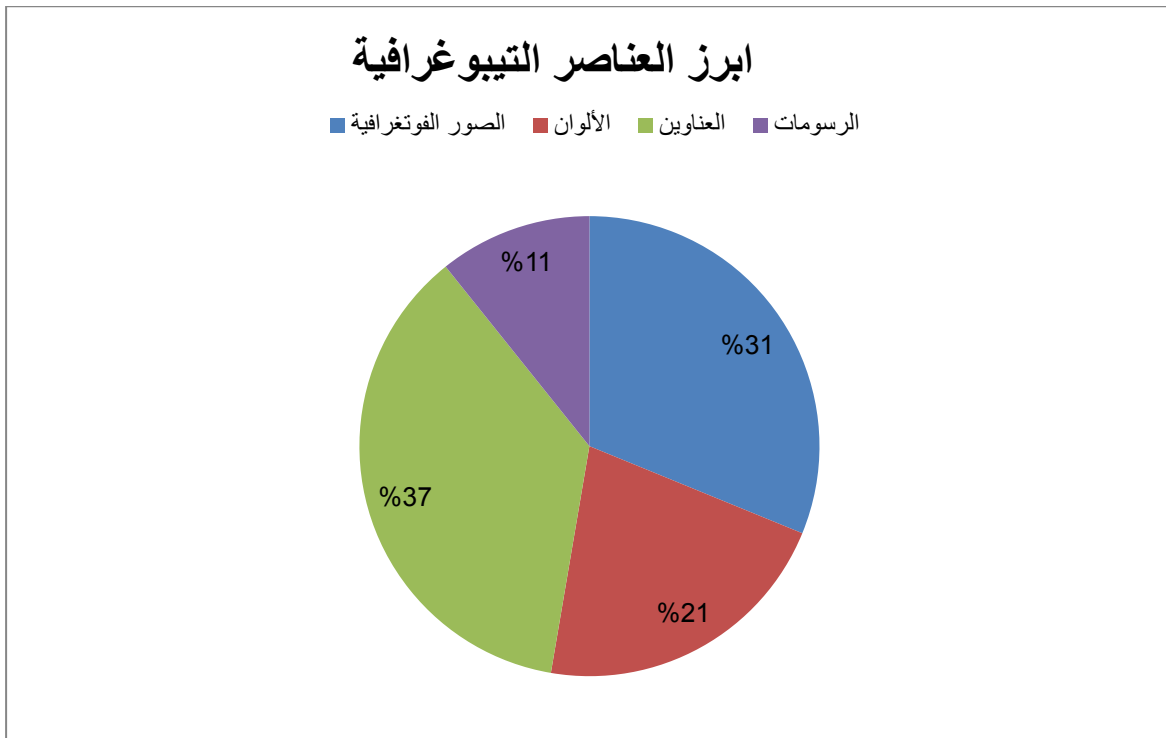
جدول رقم (06): يبين أبرز العناصر التيبوغرافية المحفزة على قراءة الصحف

النسب المئوية	التكرارات	العدد الإجابة
31.18%	29	الصور الفوتوغرافية
21.50%	20	الألوان
36.57%	34	العناوين
10.75%	10	الرسومات
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن العناوين الصحفية تشكل أكثر العناصر التيبوغرافية تحفيزا للقراءة بنسبة 36.57% ويعود ذلك إلى أن العناوين عبارة عن كلمات قليلة سهلة الفهم تحمل جوهر الموضوع و تعمل على جذب القارئ، وهي تلعب دورا بارزا في الصحيفة، بحيث تعتبر أولى العناصر

التيبوغرافية التي تجذب القراء، ثم تليها الصور الفوتوغرافية بنسبة 31.18% كثاني عنصر تيبوغرافي يجذب انتباه القراء لقراءة الصحف ويعود ذلك إلى دور الصور كإحدى العناصر الجرافيكية التي تعمل على جذب القراء خاصتا وأن الصور الفوتوغرافية تزيد من مصداقية الخبر المنشور على الصحيفة. ثم تليها الألوان بنسبة 21.50%، ثم في المرتبة الأخيرة تأتي الرسومات بنسبة 10.75%، و يتضح من هذه المعطيات أن العناوين في الصحف مازالت تحتل الصدارة في الجذب وتحفيز القراء باختلاف ميولهم وأصنافهم، بينما النسب التي تعبر عن الصور و الألوان والرسومات توحى بتحفيز الطلبة لمحتوى الصحف.

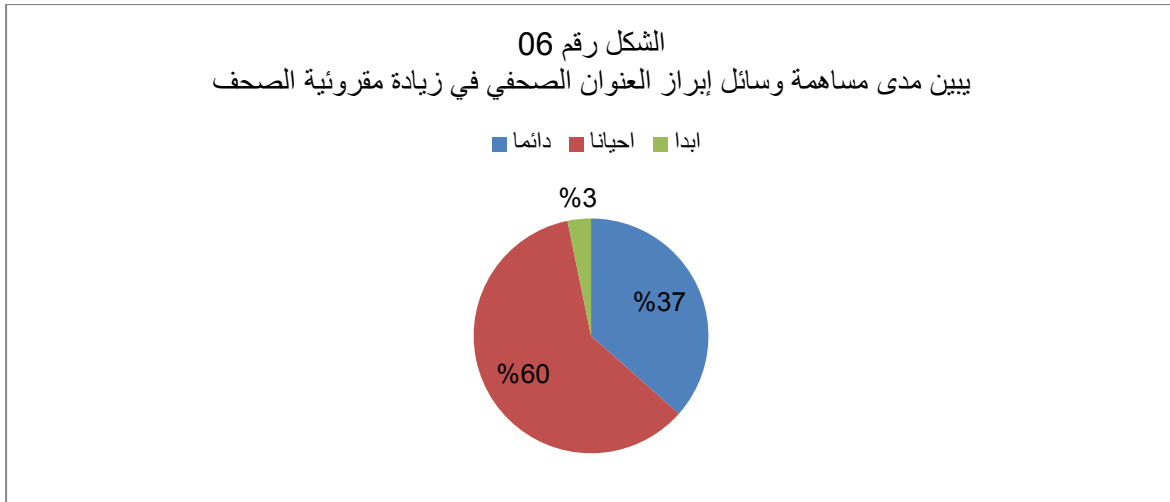


الجدول رقم(07): يبين مدى مساهمة وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف

النسب المئوية	التكرارات	العدد الإجابة
%36.55	34	دائما
%60.22	56	أحيانا
%3.23	03	أبدا
%100	91	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

من خلال الجدول رقم 07 الذي يوضح مدى مساهمة وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة المقروئية يتبين لنا أن عدد المبحوثين الذين كانت إجابتهم أحيانا 56 فردا بنسبة %60.22 وهي تأخذ أكثر من نصف العينة، ويليها 34 من المبحوثين الذين كانت إجابتهم دائما وذلك بنسبة %36.55 في حين نجد أن أقل عدد من المبحوثين كانت إجابتهم أبدا بنسبة %3.23 وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة مع النسب السابقة وتفسر هذه النتائج بأن الصحف تستخدم وسائل الإبراز للتعبير عن أهمية الموضوعات وأبرزها و بالتالي توفر على القارئ الجهد والوقت للوصول إلى الأخبار المهمة.



الجدول رقم (08): يبين دور وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف

النسب المئوية	التكرارات	العدد / الإجابة
32.06%	42	جذب القارئ
13.74%	18	إبراز النص
29.02%	38	تشكيل جمالية الصفحة
25.18%	28	إراحة العين
-	-	أخرى
100%	131	المجموع

#### مستخرج من استمارة الاستبيان.

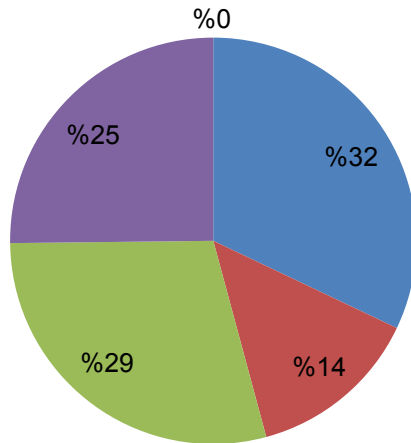
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 42 فردا من عينة الدراسة أي ما يعادل نسبة 32.06% وهي نسبة كبيرة مقارنة بالنسب الأخرى كانت إجاباتهم أن وسائل الإبراز تعمل على جذب القارئ وغير بعيدا عن ذلك و بنسبة 29.02% أن وسائل الإبراز تساهم في تشكيل جمالية الصفحة، ويفسر ذلك أن وسائل الإبراز تمكن وظيفتها في المساهمة في عرض المادة التحريرية المكتوبة عرضا يحقق الجمال و المتعة

في أن واحد لأنها تعمل على توصيل المادة للقارئ بطريقة سهلة و ميسورة، وبالتالي تساهم في الزيادة في المقروئية، فيما يرى بقية المبحوثين المقدرة نسبتهم بـ 25.18% أنها تقدم لهم وظيفة إراحة العين وذلك أن وسائل الابرار تساهم في خلق مساحات بيضاء داخل الصفحات و تحقق التوازن بين مختلف العناصر التيبوغرافية و كذلك مساهمتها في فصل المواضيع عن بعضها البعض، فيما يرى بقية المبحوثين المقدرة نسبتهم بـ 13.74% أنها تساهم في إبراز النص الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على زيادة المقروئية.

#### الشكل رقم 07

يبين دور وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف

■ أخرى ■ اراحة العين ■ تشكيل جمالية الصفحة ■ ابراز النص ■ جذب القارئ



## الجدول رقم 09 : يبين أهم وسائل الإبراز التي يفضل و جودها مع العنوان الصحفي

النسب المئوية	التكرارات	الاجابة / العدد
36.10%	48	اللون
21.05%	28	الأرضية
11.28%	15	خط تحت العنوان
13.53%	18	الإطارات
18.04%	24	الفراغات البيضاء
100%	133	المجموع

## مستخرج من استمارة الاستبيان.

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (09) الذي يوضح أهم وسائل الإبراز التي يفضل وجودها مع العنوان الصحفي أن نسبة 36.10% من عدد المبحوثين من مجموع التكرارات التي تفوق ثلثي العينة يفضلون الألوان كأهم عنصر إبراز مع العناوين، فهذه الأخيرة كلما كانت ملونة كانت أكثر جذبا للانتباه، ثم تليها بعد ذلك في المرتبة الموالية كثاني عنصر من وسائل الإبراز التي يفضل وجودها مع العنوان و بنسبة 21.05 % هي الأرضيات ويفسر ذلك من خلال إضفاء عنصر التباين التام بين لون الأرضية و لون الحرف حتى تظهر العناوين الصحفية بالوضوح الكافي للقراء.

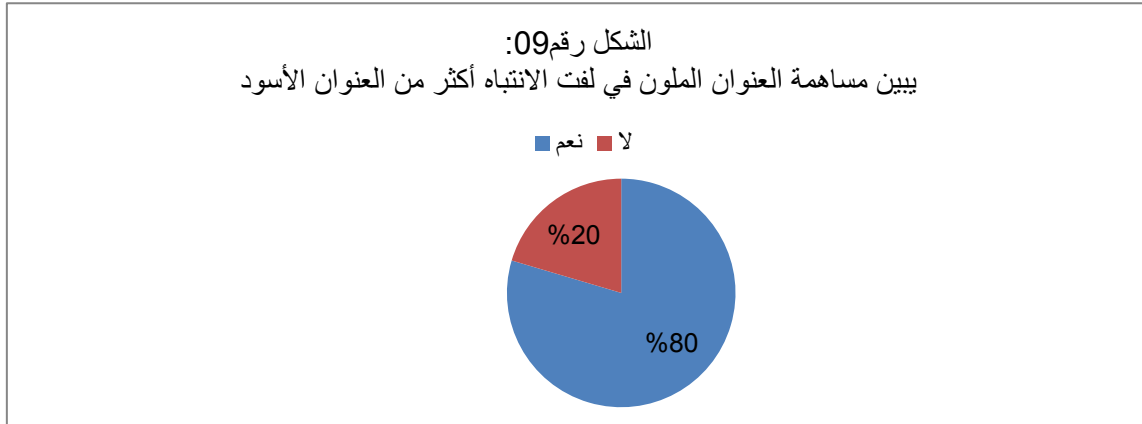
الجدول رقم(10): يبين رأي الطلبة حول مساهمة العنوان الملون في لفت الانتباه أكثر من العنوان الأسود.

النسب المئوية	التكرارات	الاجابة / العدد
%79.58	74	نعم
%20.42	19	لا
%100	93	المجموع

#### مستخرج من استمارة الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول و المتعلق حول رأي الطلبة حول لون العنوان وذلك إن كان يساهم في زيادة مقروئية الصحف تبين أن نسبة %79.58 من المبحوثين يرون أن لون العنوان يمكن له أن يساهم في زيادة مقروئية الصحف بينما بقية أفراد العينة و الذين يمثلون نسبة %20.42 لا يرون بأن لون العنوان ساهم في زيادة مقروئية الصحف ويرجع السبب في ذلك إلى أن الألوان تعتبر عنصر جذب وتشويق يعود ذلك دور الذي تلعبه الألوان الأخرى في جذب الانتباه أكثر من اللون الأسود و الأهم عندما تكون في الصفحة الأولى بالمقابل نجد أن اللون الأسود غالبا ما يكون الصفحات الداخلية سواء تعلق

لأمر بالعناوين أو بالمتن، وبالتالي فإن الألوان تظفي الحيوية على الصفحة وهذا ما يجذب انتباه القراء.



الجدول رقم (11): يبين الألوان المفضلة مع العنوان الصحفي

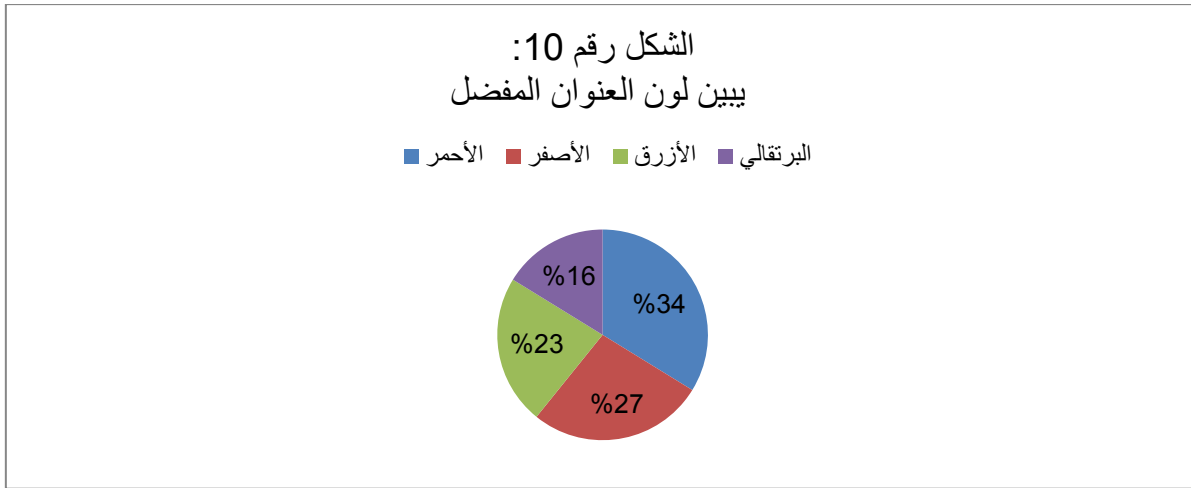
النسب المئوية	التكرارات	اللون / العدد
33.78%	25	الأحمر
27.02%	20	الأصفر
22.98%	17	الأزرق
16.22%	12	البرتقالي
100%	74	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يبين الجدول رقم 11 أكثر الألوان لفتا للانتباه فكانت إجابات أفراد العينة بنسب متقاربة بين

الأحمر بنسبة 33.78%، والأصفر بنسبة 27.02%، والأزرق بنسبة 22.98%، والبرتقالي بنسبة

16.22% و يفسر هذا التقارب في النسب إلى ميولات أفراد العينة ورغباتهم.



الجدول رقم (12): يوضح دور التدرج أحجام الحروف في إراحة العين أثناء القراءة.

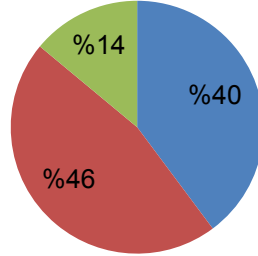
النسب المئوية	التكرارات	العدد	الإجابة
39.80%	37		دائما
46.23%	43		أحيانا
13.97%	13		أبدا
100%	93		المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن أكثر من ثلثي عدد المبحوثين بنسبة 43.23% يرون أن التدرج في أحجام الحروف أحيانا ما يريح عين القراء أثناء القراءة، و بنسبة 39.80% يرون أن التدرج في أحجام الحروف دائما ما يريح عين القراء أثناء المطالعة وبنسبة أقل بكثير التي تقدر بـ 13.97% عكس ذلك تماما، وفي قراءة عميقة لما وراء النتائج يتضح لنا أن الصحف المكتوبة تبذل ما في وسعها لإرضاء قرائها العمل على طرح مادة إعلامية في الصحيفة بأحسن شكل ممكن إخراجها بها، وذلك لتلبية اهتمامات وحاجات القراء أثناء المطالعة.

الشكل رقم 11:  
يبين دور التدرج في احجام الحروف في إراحة العين اثناء القراءة

ابدا ■ احيانا ■ دائما ■



المطلب الثالث: أكثر أنواع العناوين الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف

الجدول رقم(13): يوضح المساعدة التي يقدمها التنوع في العناوين الصحفية

النسب المئوية	التكرارات	العدد / الإجابة
%25.81	24	اختيار موضوع
%40.86	38	الوصول إلى المادة التي ترغب في قراءتها
%18.28	17	تحقيق الراحة والمتعة
%15.05	14	تيسير عملية القراءة
%100	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يبين الجدول رقم(13) الذي يوضح الدور الذي يقدمه تنوع العناوين في الصحف، حيث كانت

نسبة 40.86% أن التنوع في العناوين يساعد على الوصول إلى المادة التي يرغبون في قراءتها وهذا

راجع إلى أن العناوين تساهم في الفصل بين المواضيع المنشورة في صفحات الجرائد، في حين قدرت

نسبة 25.81% أن التتويج في العناوين يساعد على اختيار الموضوع ويعود ذلك إلى الدور الوظيفي للعناوين كونها تعطي فكرة عن محتوى المادة وتدفعه لقراءتها دون غيرها، وغير بعيد عن ذلك وبنسبة 18.28% أن التتويج في العناوين يساعد على تحقيق راحة للعين ويعود ذلك إلى أن التتويج في العناوين تؤدي إلى خلق مساحات بيضاء وبين الأعمدة والسطور بالإضافة إلى الفصل بين المواضيع المنشورة، فيما يرى بقية الباحثين المقدرة نسبتهم بـ 15.05% أن التتويج في العناوين يساعد على تيسير عملية القراءة.

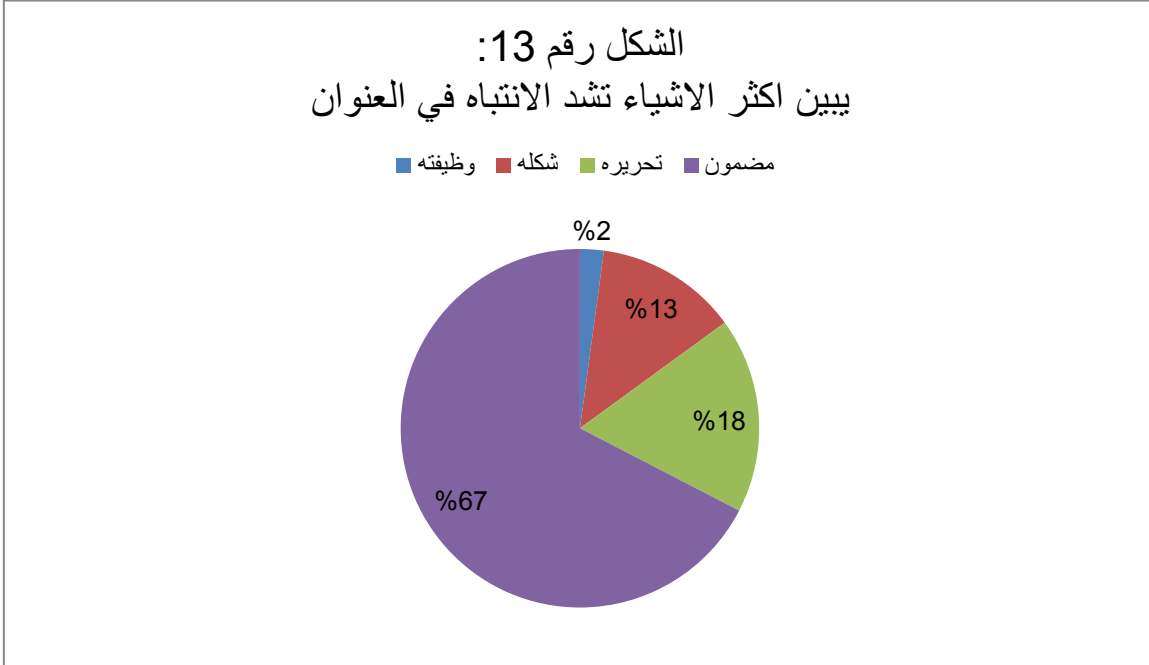
#### الجدول رقم (14): يوضح أكثر ما يشد الانتباه في العنوان الصحفي

النسب المئوية	التكرارات	العدد الإجابة
4.31%	04	وظيفته
21.50%	15	شكله
24.73%	23	تحريره
49.46%	46	مضمونه
100%	93	المجموع

#### مستخرج من استمارة الاستبيان.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 49.46% من الباحثين الذين يشد انتباههم مضمون العنوان وذلك راجع إلى أن العنوان عادة ما يكون موجز ومفيد و يحمل في طياته أهم في الخبر، في حين كانت نسبة 24.73% ممن يشدهم في العنوان تحريريه ويعود ذلك إلى قدرة المحرر على حسن صياغة وتحرير العنوان بطريقة تستدرج القارئ و تشد انتباهه، بينما كانت نسبة الباحثين الذين يشدهم في

العنوان شكله تقدر ب: 21.50%، أما بقية المبحوثين الذين يشدهم في العنوان وظيفته قدرت 4.31% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب السابقة ونفسر ذلك بميولات وطبيعة المبحوثين الشخصية.



الجدول رقم (15): يوضح نوع العنوان الذي يساعد على فهم الموضوع ويفضل القارئ وجوده خلال

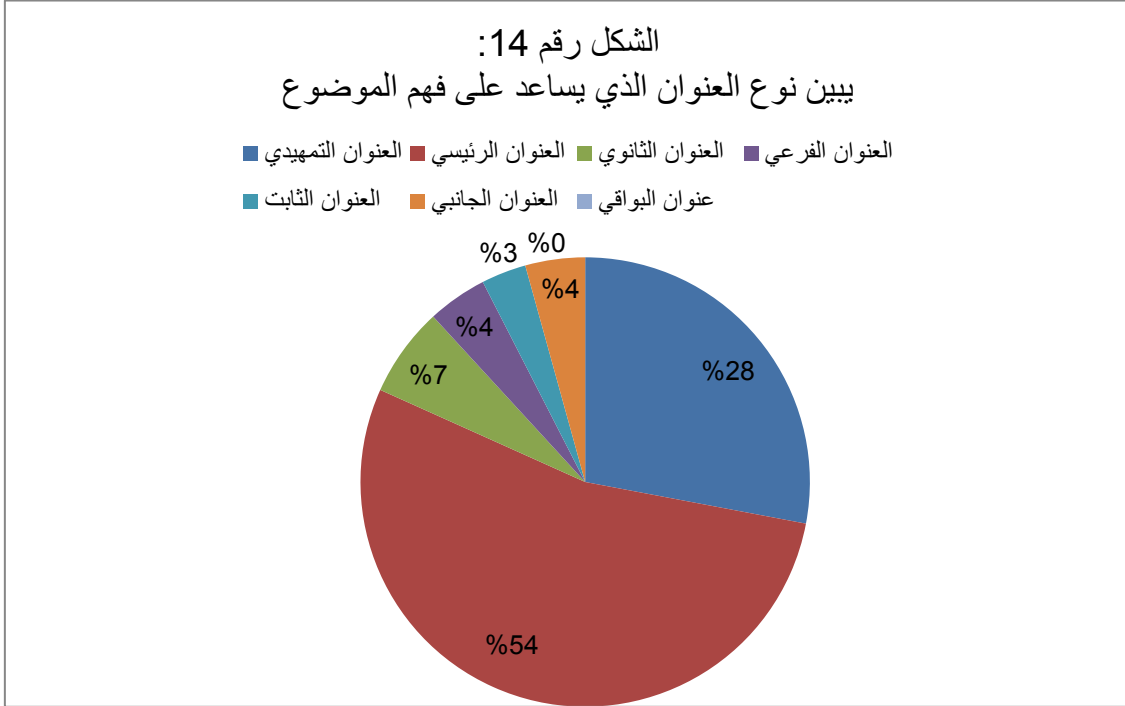
تصفحه للصحف

النسب المئوية	التكرارات	الإجابة / العدد
%27.97	26	العنوان التمهيدي
%53.76	50	العنوان الرئيسي
%6.45	06	العنوان الثانوي
%4.30	04	العنوان الفرعي
%3.23	03	العنوان الثابت
%4.30	04	العنوان الجانبي
%00	00	عنوان البواقي
<b>%100</b>	<b>93</b>	<b>المجموع</b>

مستخرج من استمارة الاستبيان

يبين الجدول أعلاه أهم أنواع العناوين التي تساعد على فهم الموضوع و التي يفضل القارئ وجودها في الصحف، حيث كانت نسبة المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان الرئيسي تقدر ب: %53.76 وهذا راجع إلى كونه أهم عنوان في وهو الذي يحمل الفكرة الأهم والرئيسية في الموضوع، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان التمهيدي تقدر ب: %27.97 والسبب في ذلك أن العنوان التمهيدي هو عبارة عن تمهيد للعنوان الرئيسي يعبر عنه، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان الثانوي بنسبة %6.45، وكل من الجانبي والفرعي %4.30، والثابت %3.23 وتعتبر هذه النسب ضئيلة مقارنة بالنسب السابقة وهذا رجع لكون هذه العناوين عادة لا تحمل في ثناياها أخبار مهمة

بالنسبة للقارئ، وكانت النسبة منعدمة تماما بالنسبة لعنوان البواقى. وبشكل عام تلعب العناوين دورا بارزا في الصحيفة، حيث تعتبر أول العناصر التي تجذب القارئ وتعطيه فكرة عن الموضوع.



جدول رقم (16): يوضح نوع العنوان الذي يشد الانتباه

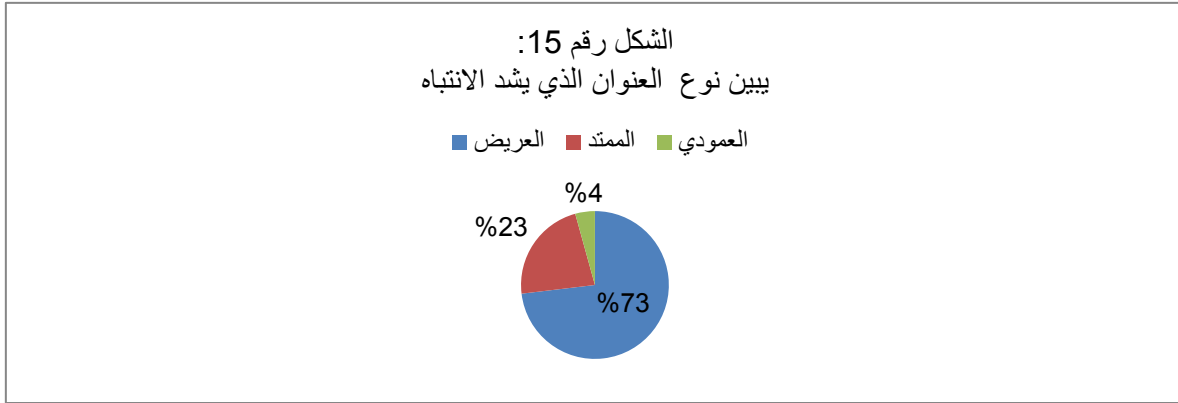
النسب المئوية	التكرارات	الاجابة / العدد
73.12%	68	العريض
22.58%	21	الممتد
4.30%	04	العمودي
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تشير نتائج الجدول رقم 16 إلى أبرز انواع العناوين التي تشد أنتباه القارئ، وكانت نسبة

المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان العريض ب نسبة 73.12% ويفسر ذلك بقدرة العنوان

العريض قوة جذبته لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه وكانت نسبة 22.58% الذين وقع اختيارهم على العنوان الممتد وهي نسبة منخفضة مقارنة بالسابقة ، والعمودي 4.30%.



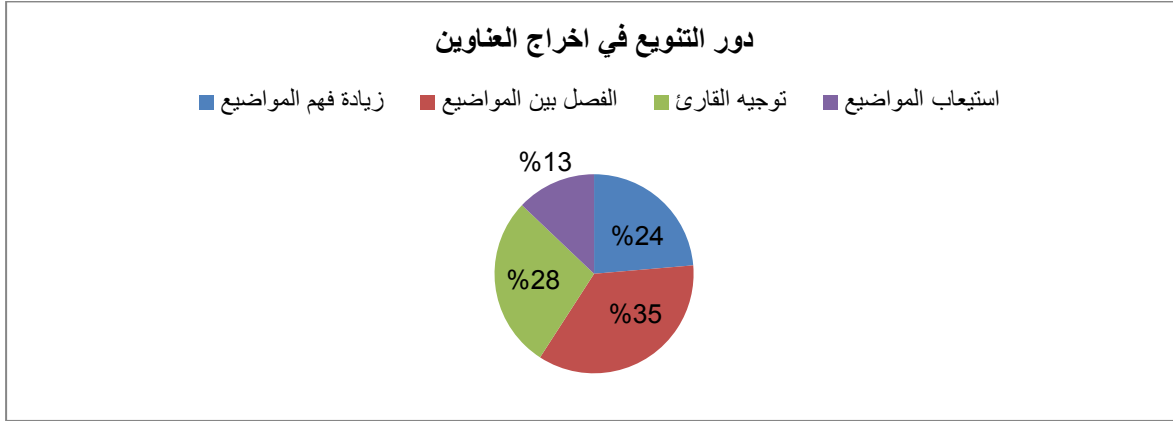
الجدول رقم(17): يوضح الدور الذي يقدمه التنوع في إخراج العناوين عند القراءة

النسب المئوية	التكرارات	العدد نوع المساعدة
23.65%	22	زيادة فهم المواضيع
35.48%	33	الفصل بين المواضيع
27.97%	26	توجيه القارئ
12.90%	12	استيعاب المواضيع
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تشير نتائج الجدول رقم 17 الذي يبين الدور الذي يقدمه التنوع في إخراج العنوان الصحفي عند القراءة أن الغرض من تنوع في إخراج العنوان من طرف المبحوثين هو المساهمة في الفصل بين المواضيع بأعلى نسبة و التي تقدر ب 35.48 من التكرارات التي فاقت مستوى العينة، يليه في المرتبة الثانية توجيه القارئ بنسبة 27.97، ثم زيادة فهم الموضوع بنسبة 23.65، بينما تأتي في الاخير أن

الغرض من التنوع في إخراج العناوين هو بهدف استيعاب المواضيع، وتشير هذه المعطيات أن العنوان يهدف إلى تقديم الخبر و شرح المعاني المساعد على الحقائق و الأشخاص و الأماكن و الإلمام بكل مواضيع الصحيفة، وهذا ما يزيد في أهمية العنوان في الصحف مقارنة بالعناصر التيبوغرافية الأخرى.



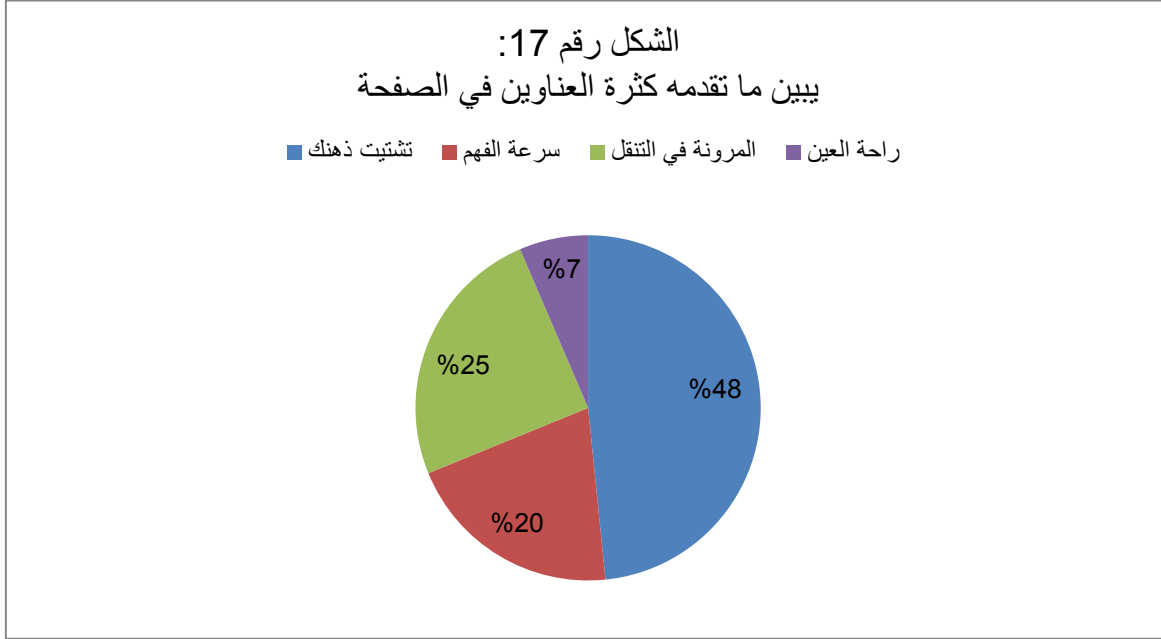
الجدول رقم (18): يوضح ما تقدمه كثرة العناوين على الصفحة الواحدة

النسب المئوية	التكرارات	الإجابة العدد
48.39	45	تشثيت ذهنك
20.43	19	سرعة فهم الموضوع
24.73	23	المرونة في التنقل بين المواضيع
6.45	06	راحة العين
<b>%100</b>	<b>93</b>	<b>المجموع</b>

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تظهر نتائج الجدول رقم 18 أن كثرة العناوين في الصفحة الواحد حسب المبحوثين تؤدي إلى تشثيت ذهن القارئ وذلك بنسبة 48.39% من مجموع التكرار التي فاقت أكثر من نصف العينة، و يمكن أن نفسر ذلك أن للعناوين دور كبير في تحقيق التوازن بين مختلف العناصر التيبوغرافية الموجودة على

الصفحة ثم تليها بعد ذلك في المرتبة الثانية المرونة في التنقل بين المواضيع بنسبة 24.73% وبنسبة 20.43% أنها تؤدي إلى سرعة الفهم، في حين نجد أنه بنسبة 6.45%



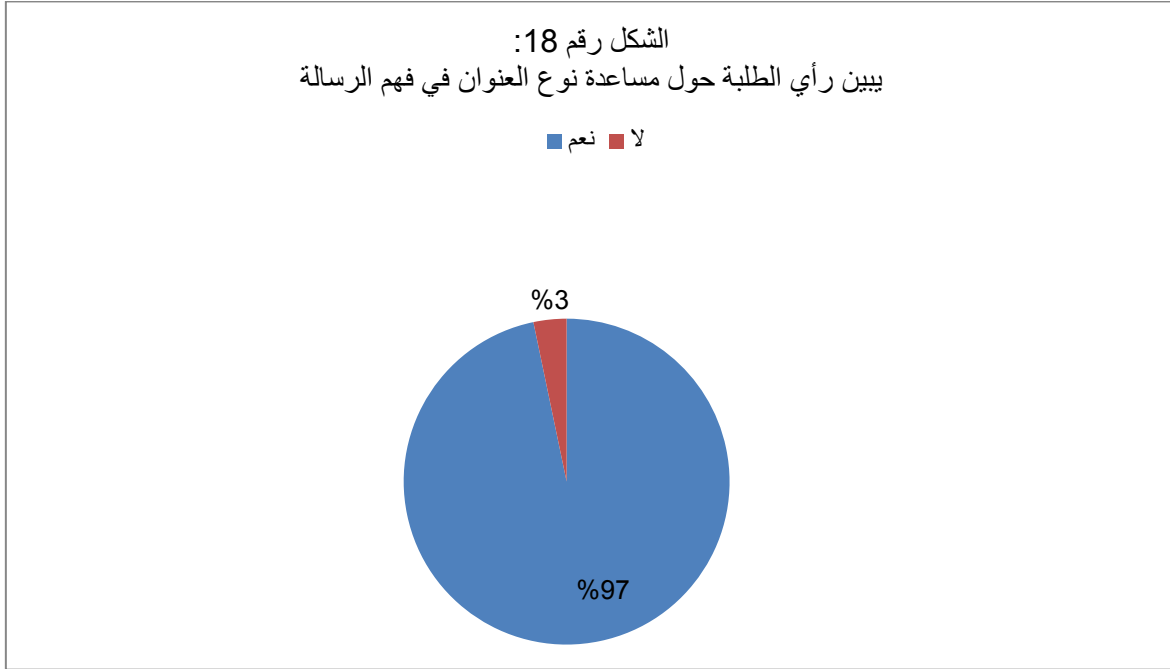
الجدول رقم (19): يوضح ما إذا كان نوع العنوان يساعد في فهم مضمون الرسالة الإعلامية

النسب المئوية	التكرارات	العدد / الرأي
94.62%	88	نعم
5.38%	5	لا
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح ما إذا كان نوع العنوان يساعد في فهم مضمون الرسالة الإعلامية، أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم بنعم وذلك بنسبة 94.62% وهي نسبة مرتفعة جدا في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بلا تقدر بـ: 5.38% ويمكن أن نفسر هذه النتيجة بأن

العناوين بمخلف أنواعها تعتبر أهم ما في الصحيفة فهي عبارة عن كلمات قليلة سهلة الفهم تحمل في طياتها جوهر الموضوع، و تلعب دورا بارزا في الصحيفة بحيث تعتبر أكثر العناصر جذبا للانتباه، وتحدد للقراء نوعية الموضوعات على الصفحة.



الجدول رقم (20): يبين أكثر أنواع العناوين التي تساعد على فهم الرسالة الإعلامية

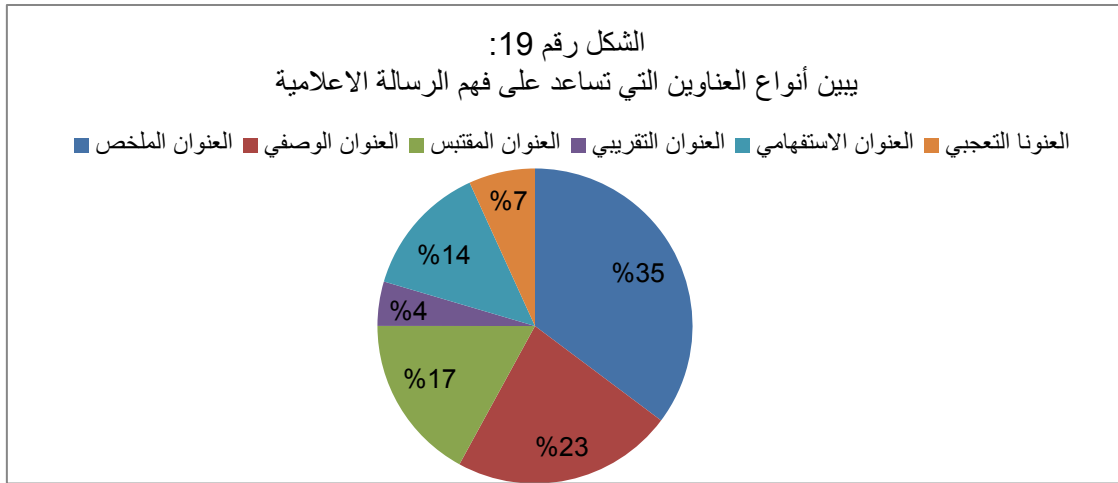
النسب المئوية	التكرارات	العدد الإجابة
35.23%	31	العنوان الملخص
22.73%	20	العنوان الوصفي
17.05%	15	العنوان المقتبس
4.55%	04	العنوان التقريبي
13.63%	12	العنوان الاستفهامي
6.81%	06	العنوان التعجبي
100%	88	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول أن العنوان الملخص يعتبر أكثر أنواع العناوين التي تساعد على فهم الرسالة الإعلامية حسب رأي المبحوثين وذلك بنسبة 35.23% وذلك راجع إلى أن هذه العناوين تكون مقتضبة وتسنقر القارئ و تدفعه لقراءة الموضوع كاملا، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان الوصفي تقدر ب 22.73% و بذلك تكون في المرتبة الثانية ويفسر ذلك بأن هذا النوع من العناوين يعطي وصفا دقيقا للموضوع المنشور، في حين تقاربت نسب المبحوثين الذين اختاروا العنوان المقتبس والاستفهامي بنسبتي 17.05% و 13.63% على التوالي بينما كانت نسبة المبحوثين الذين وقع اختيارهم على العنوان التقريبي والتعجبي ضعيفة مقارنة بالأنواع السابقة وقدرت نسبهم ب: 6.81% و 6.81% ين الأحمر بنسبة 33.78%، والأصفر بنسبة 27.02%، والأزرق بنسبة 22.98%، والبرتقالي

بنسبة

%16.22



المطلب الرابع: دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية في الصحف المكتوبة

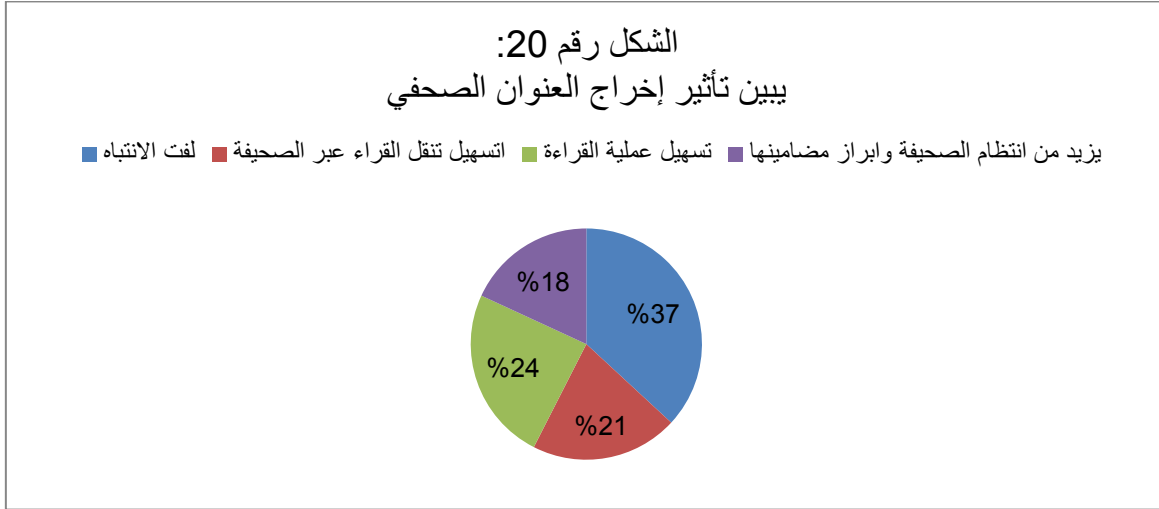
الجدول رقم (21): يوضح تأثير إخراج العنوان الصحفي على القارئ

النسب المئوية	التكرارات	العدد / الإجابة
%36.88	59	لفت انتباهك
%20.62	33	تسهيل تنقل القراء عبر الصحيفة
%24.38	39	تسهيل عملية القراءة
%18.12	29	يزيد من انتظام الصحيفة وإبراز مضمونها
%100	160	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تشير نتائج الجدول رقم 22 الذي يوضح تأثير إخراج العنوان الصحفي على القراء، إلى أن نسبة %36.88 من المبحوثين كانت إجابتهم على أن الاهتمام بإخراج العنوان يؤثر في لفت الانتباه، ويمكن تفسير ذلك بأن الوظيفة الأولى والأساسية للإخراج هي جذب الانتباه نظرا لوجود منافسة بين مختلف الصحف، في حين نجد أن تسهيل عملية القراءة وتسهيل تنقل القراء عبر الصفحة بنسب متقاربة جدا

24.38% و20.62% على التوالي وذلك بحكم أن هذه العمليات متسلسلة ومتتابعة، وتأتي في المرتبة الأخيرة زيادة انتظام الصحيفة وإبراز مضامينها بنسبة 18.12% وهذا طبعاً يعود لكفاءة المخرج وقدرته على الإلمام بأذواق القراء وميولهم.



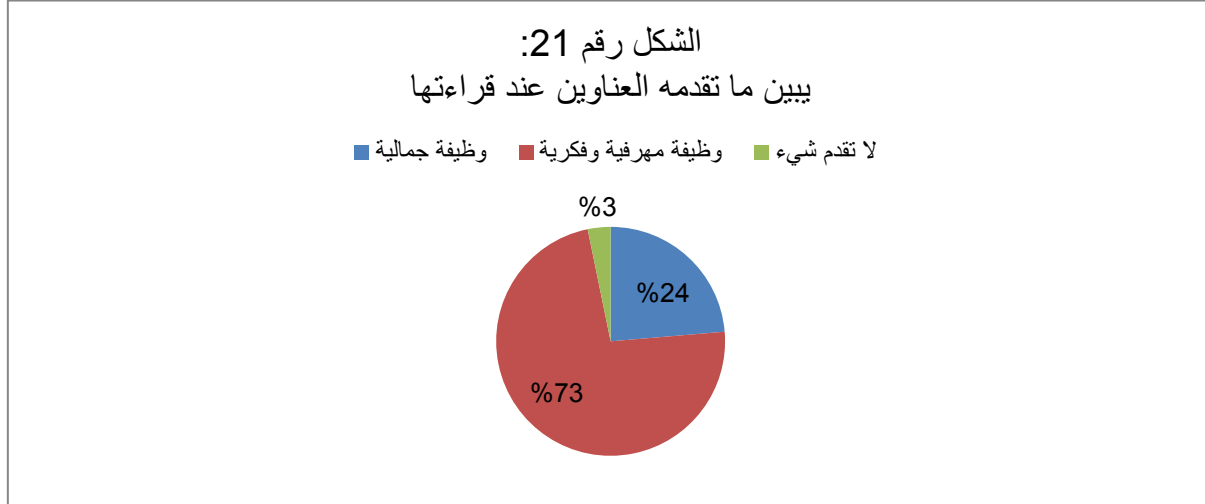
الجدول رقم (22): الوظيفة التي تقدمها العناوين عند قراءتها

الإجابة	العدد	التكرارات	النسب المئوية
وظيفة جمالية	22	22	23.66%
وظيفة معرفية وفكرية	68	68	73.12%
لا تقدم شيء	03	03	3.22%
المجموع	93	93	100%

مستخرج من استمارة الاستبيان.

من خلال الجدول رقم 23 يتبين أن أغلب المبحوثين تقدم لهم العناوين وظيفية معرفية وفكرية و ذلك بنسبة 73.12%، وهي نسبة مرتفعة جداً ويمكن تفسير ذلك بأن الفئة المدروسة هم من الطلبة الأكاديميين يركز على المواضيع المعرفية بما تخدم ميولاتهم واهتماماتهم، فيما يرى بعض المبحوثين

والذين تقدر نسبتهم 23.66% أنها تقدم لهم وظيفة جمالية وذلك لما تحدثه هذه الأخيرة من تشويق وجذب للقراء، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يرون بأن العنوان لا يقدم شيء قدرت ب 3.22%.



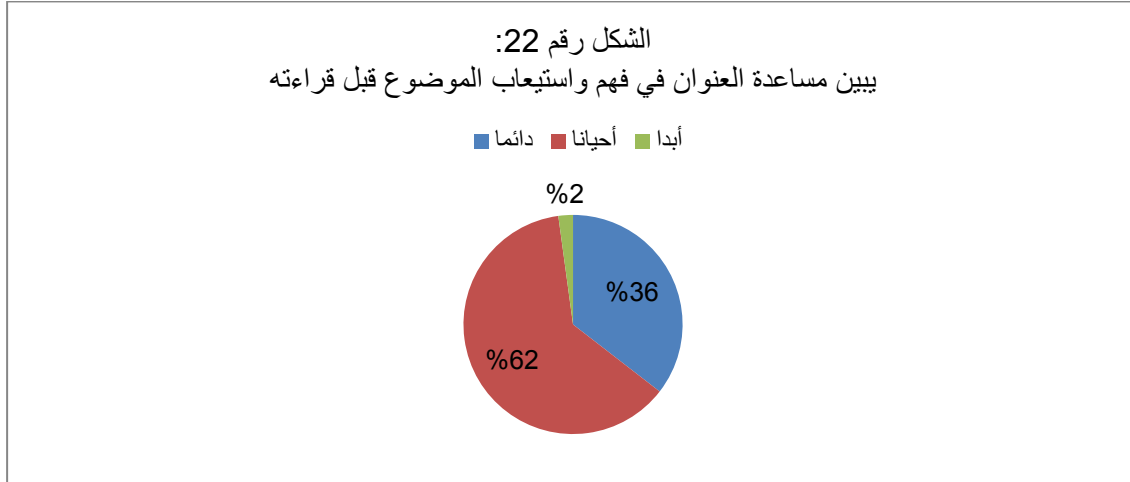
الجدول رقم (23): يبين مدى مساعدة العنوان في فهم واستيعاب الموضوع قبل قراءته

النسب المئوية	التكرارات	العدد	الإجابة
35.48%	33		دائما
62.37%	58		أحيانا
02.15%	02		أبدا
100%	93		المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 و الذي يبين مدى مساعدة العنوان في فهم واستيعاب المواضيع المنشورة في الصحف، حيث نجد أن 58 فردا من أفراد عينة الدراسة كانت أجابتهم أحيانا أي ما يقدر بنسبة 62.37%، ثم تأتي في المرتبة الثانية نسبة المبحوثان الذين كانت إجابتهم دائما وقدرت ب 35.48%، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين كانت إجابتهم أبدا ضعيفة جدا حيث قدرت ب 2.15%

ويمكن تفسير هذه النتائج بقدرة وخبرة المحررين والمخرجين العنوان على العناية بصياغته بأسلوب يستوعبه القارئ دون تضييع وقت أو جهد كبيرين، ومن خلاله يستطيع القارئ أن يقرر ما إذا كان يريد مواصلة القراءة أم لا.



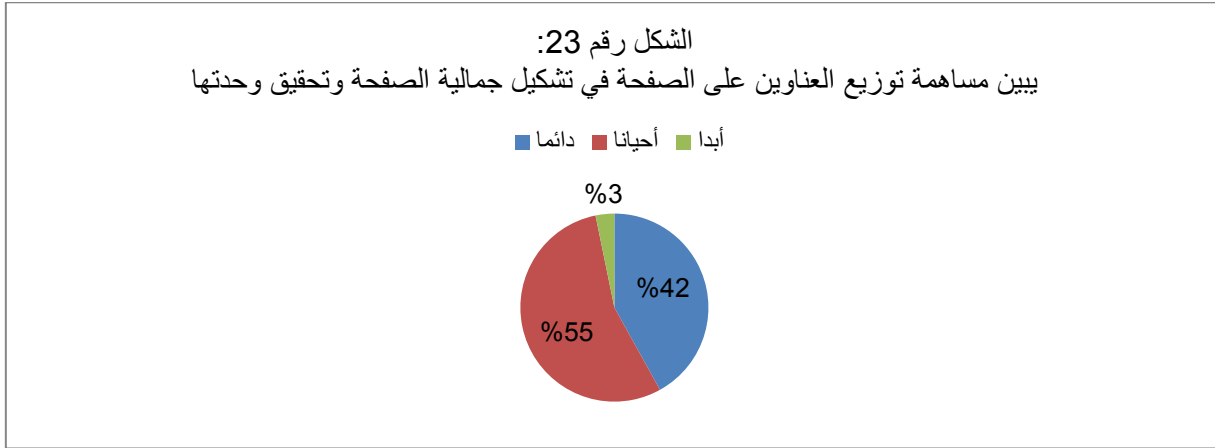
الجدول رقم(24): يبين مدى مساهمة توزيع العناوين على الصفحة في تشكيل جمالية الصفحة وتحقيق وحدتها

الاجابة	العدد	التكرارات	النسب المئوية
دائما	39	39	41.94%
أحيانا	51	51	54.84%
أبدا	03	03	3.22%
المجموع	93	93	100%

مستخرج من استمارة الاستبيان.

تشير نتائج الجدول رقم 25 الذي يوضح مدى مساهمة توزيع العناوين على الصفحة في تشكيل جماليتها وتحقيق وحدتها إلى أن نسبة 54.84% من المبحوثين كانت أجابتهم أحيانا، بينما قدرت نسبة المبحوثين

الذين كانت أجابتهم دائما ب 41.94%، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين اجابوا أبدا ب 3.22%، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن العنوان الصحفي يحقق التوازن بين العناصر التيبوغرافية وهو أيضا يؤدي دوره كوسيلة من وسائل الإبراز ويعمل على الفصل بين المواضيع بما يحقق جمالية الصفحة، وتدفعهم للإقبال عليها .



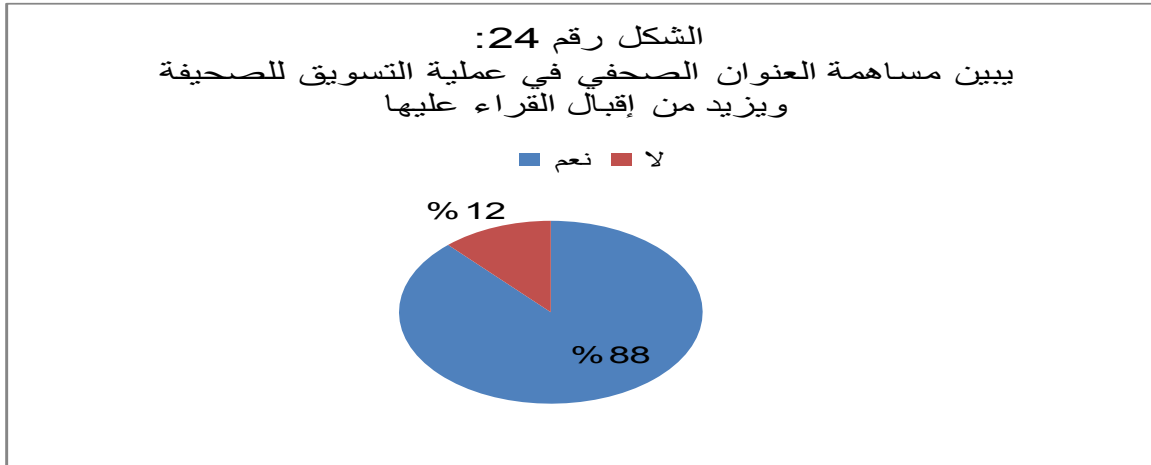
الجدول رقم(25): بين هل يساهم العنوان الصحفي في عملية التسويق للصحيفة ويزيد من إقبال القراء عليها

النسب المئوية	التكرارات	العدد / الإجابة
88.17%	82	نعم
11.83%	11	لا
100%	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يبدو من خلال نتائج الجدول أعلم أن أغلبية المبحوثين يرون أن العنوان يساهم في رفع مبيعات الصحف و ذلك بنسبة 88.17%، في حين المبحوثين الذين يرون أن العنوان لا يساهم في التسويق للصحيفة قدرت نسبتهم ب 11.83%، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة السالفة الذكر ويفسر ذلك بأن

العنوان يعطي جاذبية للصحف و يسهم في جذب القراء لشراء الصحف مما يزيد من نسبة مبيعاتها.



الجدول رقم(26): يبين دور الاهتمام بإخراج العنوان

الإجابة	العدد	التكرارات	النسب المئوية
تحقيق التوازن بين العناصر التيبوغرافية على الصفحة	43	43	24.71%
اكساب الصفحة شخصية مميزة عن غيرها من الصحف	56	56	32.18%
تسهيل عملية عرض الأخبار الأكثر أهمية عن غيرها	52	52	29.89%
بناء صلة تعارف بين القارئ والصحيفة	23	23	13.22%
المجموع	174	174	100%

مستخرج من استمارة الاستبيان.

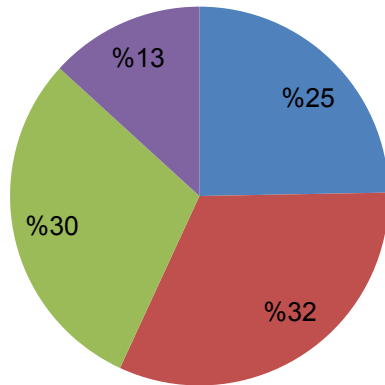
تبين من خلال الجدول أن الاهتمام بإخراج العنوان أسفر عنه بالدرجة الأولى إكساب الصحيفة شخصية مميزة عن غيرها من الصحف وهذا ما أقرته نسبة 32.18% من المبحوثين، ويفسر ذلك بكفاءة المخرج الصحفي و قدرته على الإلمام بحاجات ورغبات القراء فإكساب الصحيفة شخصية مميزة يضمن الحفاظ على القراء الدائمين لها في ظل المنافسة الشديدة بين الصحف، في حين نجد أن نسبة 29.89% من القراء يرون أن الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي يسهل عملية عرض الأخبار الأكثر

أهمية عن غيرها وذلك راجع لقدرة المخرج على التنسيق مع سكرتير التحرير لإنجاح عملية الإخراج من خلال معرفته بأهمية المواضيع والعمل على إبرازها من خلال وسائل الإبراز المختلفة، بينما نجد أن نسبة 24.71% من المبحوثين يرون أن الاهتمام بإخراج العنوان يحقق التوازن بين العناصر التيبوغرافية على الصفحة، ويفسر ذلك بخبرة المخرج وقدرته على التعامل مع العناصر التيبوغرافية المختلفة، ثم تأتي في الأخير نسبة 13.22% من المبحوثين الذين يرون أن إخراج العنوان يعمل على بناء صلة تعارف بين القارئ والصحيفة وهذا راجع إلى اهتمام المخرج بشكل العنوان خاصة في الصفحة الأولى كتلويح المانشيت بلون جذاب ومختلف عن باقي الصحف يستدرج القارئ للتعرف على صحيفته دون غيرها من الصحف.

الشكل رقم 25:

يبين دور الاهتمام بإخراج العنوان

- اكساب الصفحة شخصية مميزة عن غيرها من الصحف
- تحقيق التوازن بين العناصر التيبوغرافية على الصفحة
- بناء صلة تعارف بين القارئ والصحيفة
- تسهيل عملية عرض الأخبار الأكثر أهمية عن غيرها

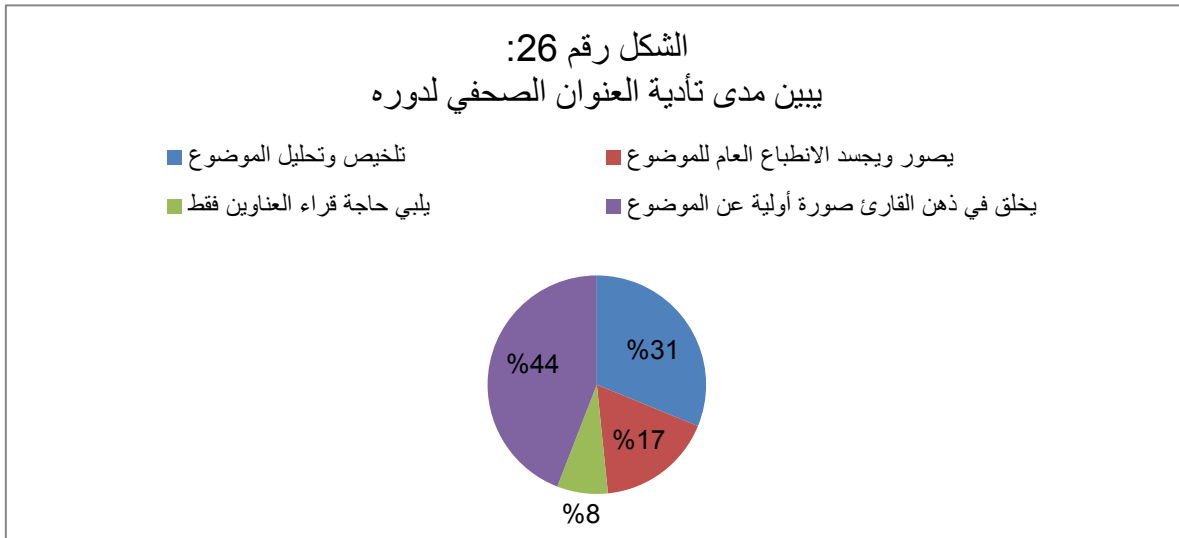


## الجدول رقم(27): يوضح مدى تأدية العنوان الصحفي لدوره

النسب المئوية	التكرارات	الاجابة
%31.18	29	تلخيص وتحليل الموضوع
%17.20	16	يصور ويجسد الانطباع العام للموضوع
%07.53	07	يلبي حاجة قراء العناوين فقط
%44.10	41	يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع
%100	93	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان:

من خلال نتائج الجدول رقم 28 يتبين لنا أن نسبة 44.10 من المبحوثين كانت إجابتهم بأن العنوان يخلق في أذهانهم صورة أولية عن الموضوع ، ونسبة 31.18% من المبحوثين كانت أجابتهم بأن العنوان يعمل على تلخيص وتحليل الموضوع في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بان العنوان يعمل على تجسيد الانطباع العام للموضوع تقدر ب 17.20، لتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن العناوين تلبية حاجات القراء فقط بنسبة 7.53% ويفسر ذلك الاختلاف في النسب باختلاف العادات القرائية للمبحوثين وكذلك بمولاتهم وحاجاتهم ودوافعهم للقراءة.



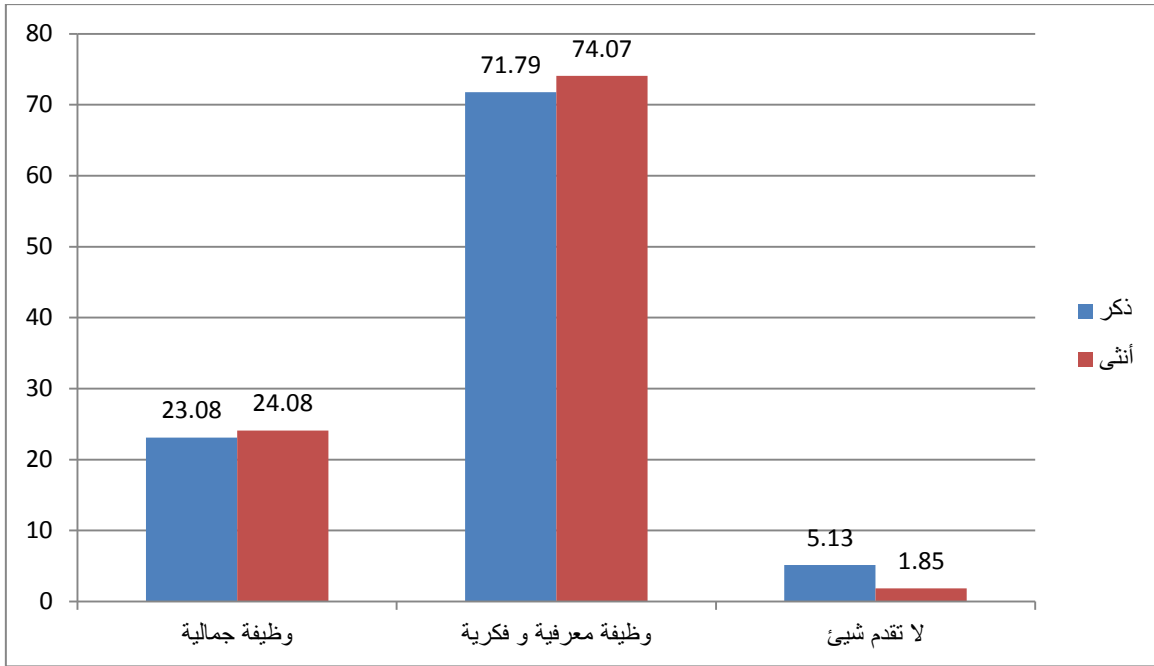
## المبحث الثاني : دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية حسب متغيرات الدراسة

الجدول رقم (28): يوضح علاقة ما يقدمه العنوان الصحفي للقارئ بمتغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس وظيفة العنوان
%	ت	%	ت	%	ت	
%23.66	22	%24.08	13	%23.08	09	وظيفة جمالية
%73.12	68	%74.07	40	71.79	28	وظيفة معرفية وفكرية
%03.22	03	%01.85	01	05.13	02	لا تقدم شيء
%100	93	%100	54	%100	39	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه بان معظم المبحوثين تقدم لهم العناوين وظيفية معرفية وفكرية وذلك سواء بالنسبة للذكور او الإناث فالنسب كانت متقاربة جدا بين 71.79% للذكور و74.07% للإناث وهذا راجع كما قلنا سابقا أنه أن فئة الدراسة هي من النخبة والأكاديميين الذين يركزون على المواضيع المعرفية والفكرية بما يخدم ميولاتهم ويلبي حاجاتهم ، وهو ما يجعل القارئ يتناسى الجماليات من الألوان وغيرها وهذا ما توضحه نسبة المبحوثين الذين يقدم لهم العنوان وظيفية جمالية بنسب متقاربة أيضا بين الجنسين بنسبة 23.08% ذكور ، ونسبة 24.08% إناث، بينما قدرت نسبة المبحوثين الذين لا يقدم لهم العنوان أي شيء ب 5.13% ذكور و 1.85% إناث وهذا راجع ربما لعدم اهتمام هذه الفئة بقراءة الصحف باستمرار .



الجدول رقم(29): يبين علاقة أكثر ما يشد انتباه القارئ في العنوان الصحفي بمتغير الجنس

الاجابة	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
وظيفته	02	5.13%	02	3.71%	04	4.31%		
شكله	05	12.82%	12	22.22%	17	18.28%		
تحريره	13	33.33%	11	20.37%	24	25.80%		
مضمونه	19	48.72%	29	53.70%	48	51.61%		
المجموع	39	100%	54	100%	93	100%		

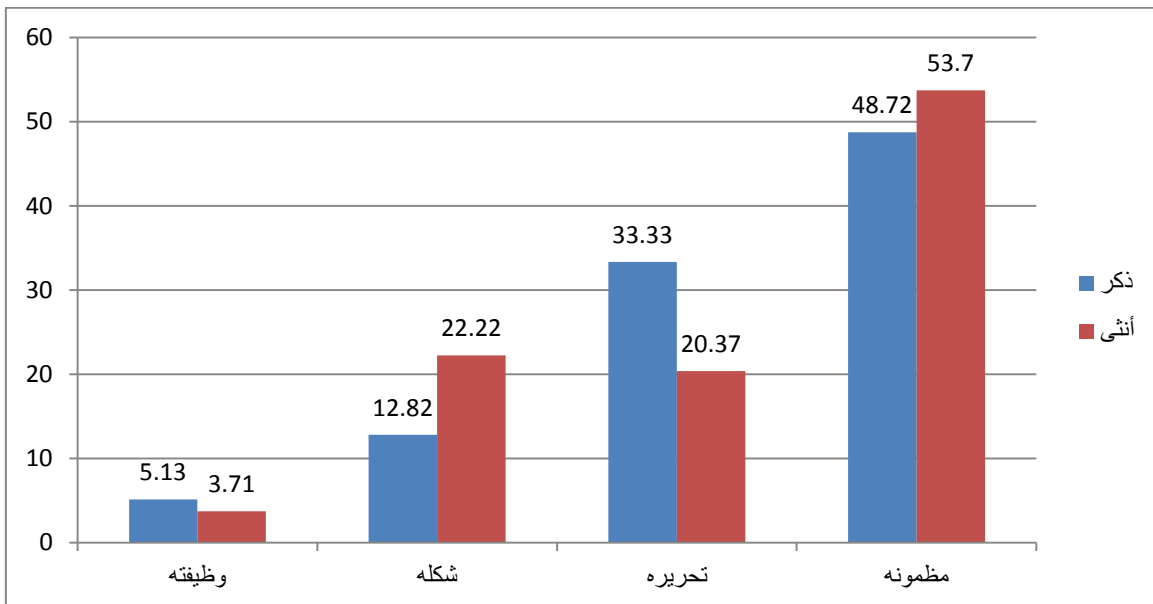
مستخرج من استمارة الاستبيان

يبين الجدول أعلاه أكثر ما يشد الانتباه في العنوان الصحفي وعلاقته بمتغير الجنس حيث تشير

النتائج إلى أن ما نسبته 48.72% من الذكور، و ما نسبته 50% من الإناث كانت إجابتهم أن مضمون

العنوان هو أكثر ما يلفت الانتباه وهي نسب متقاربة جدا وهذا ربما راجع إلى وعي كلا الجنسين بأهمية

العنوان في وضع صورة أولية عن محتوى الموضوع ، بينما نجد أن ما نسبته 33.33% من الذكور، وتقلبه ما نسبته 18.52% من الإناث من كانت إجابتهم بأن تحرير العنوان هو ما يلفت انتباههم و يعود هذا الاختلاف إلى أن الذكر عقلائي بطبيعته و يفضل الكلمات الهادفة والقليلة و المعبرة بينما نجد أن الإناث هن عاطفيات ويركزن على الشكل أكثر وهذا ما تشير إليه نتائج الجدول بأن الإناث اللواتي كانت إجابتهن أن شكل العنوان هو أكثر ما يلفت الانتباه وذلك بنسبة 27.78%، وتقابلها نسبة 12.82% من الذكور وهي نسبة ضعيفة مقارنة معها، بينما نجد أن الطلبة الذين كانت إجابتهم بأن وظيفة العنوان هي أكثر ما يلفت الانتباه كانت متقاربة إلى حد ما حيث تقدر نسبة الذكور ب 5.13% وتقابلها بنسبة 3.70% للإناث.



الجدول رقم(30): يبين علاقة أكثر ما يشد انتباه القارئ في العنوان الصحفي بمتغير المستوى

التعليمي

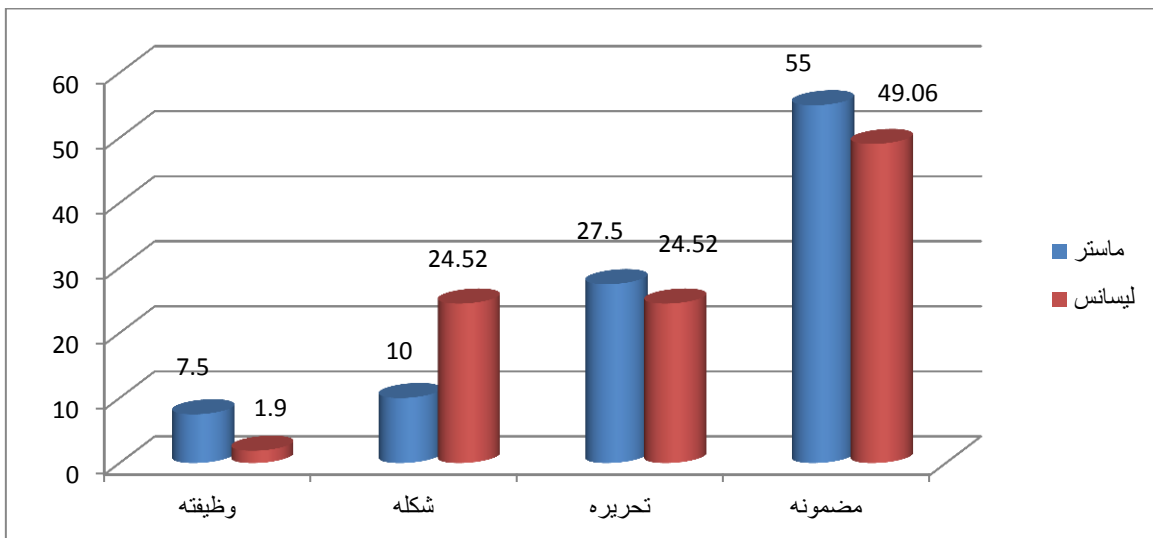
المجموع		ليسانس		ماستر		الجنس أكثر ما يشد الانتباه في العنوان
%	ت	%	ت	%	ت	
4.31%	04	1.90%	01	7.50%	03	وظيفته
18.28%	17	24.52%	13	10%	04	شكله
25.80%	24	24.52%	13	27.50%	11	تحريره
51.61%	48	49.06%	26	55%	22	مضمونه
100%	93	100%	53	100%	40	المجموع

مستخرج من استمارة الاستبيان

تبين لنا من خلال معطيات الجدول أن أكثر ما يجذب الانتباه في العنوان هو مضمونه بنسبة 51.61%

فكانت نسبة 55% ماستر ونسبة 49.06% لليسانس ويمكن تفسير ذلك بأن المستوى التعليمي للطلبة

ووعيهم بأهمية مضمون العنوان الصحفي، وتركيزهم على المحتوى أنساهم الاهتمام بالشكل.

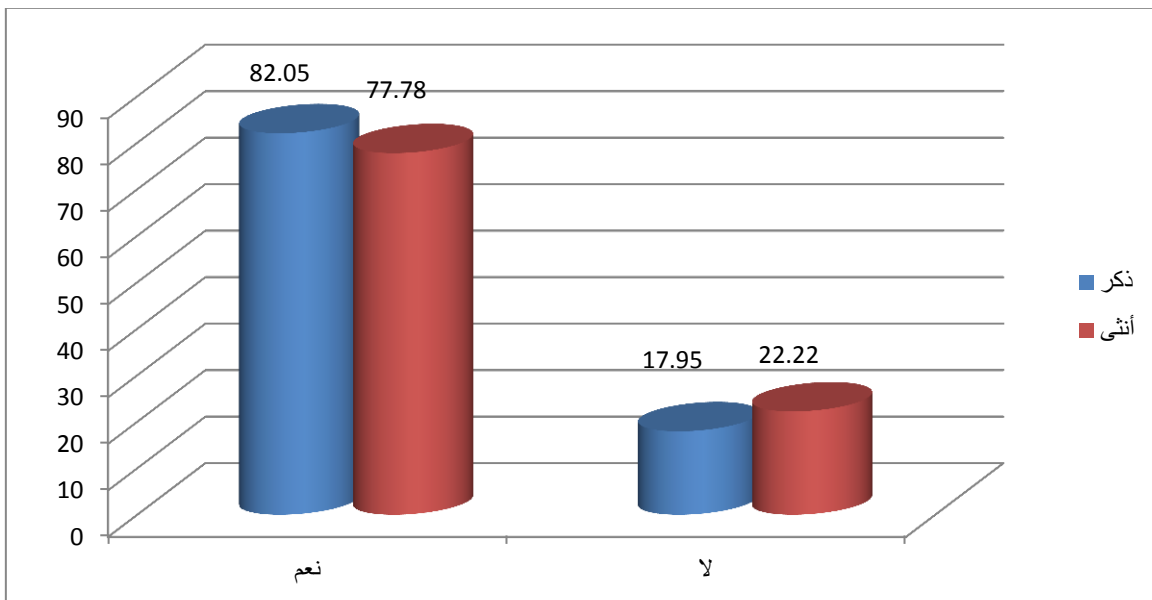


## الجدول رقم(31): يبين علاقة تأثير لون العنوان على القارئ بمتغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس رأي الطلبة
%	ت	%	ت	%	ت	
%79.57	74	%77.78	42	% 82.05	32	نعم
%20.43	19	%22.22	12	%17.95	07	لا
<b>%100</b>	<b>93</b>	<b>%100</b>	<b>54</b>	<b>%100</b>	<b>39</b>	<b>المجموع</b>

## مستخرج من استمارة الاستبيان

يمثل الجدول رأيي الطلبة في لون العنوان حسب متغير الجنس، حيث أظهرت هذه النتائج وفقاً لتفريغ بيانات الاستمارة فإن 79.57% والتي مثلت أعلى نسبة تعتبر أن استعمال الألوان غير اللون الأسود يساهم في لفت الانتباه، حيث مثلت نسبة ذكور 82.05% في حين نسبة الإناث 77.78% وعليه نستنتج أن الألوان الأخرى تساهم في لفت الانتباه أكثر من اللون الأسود

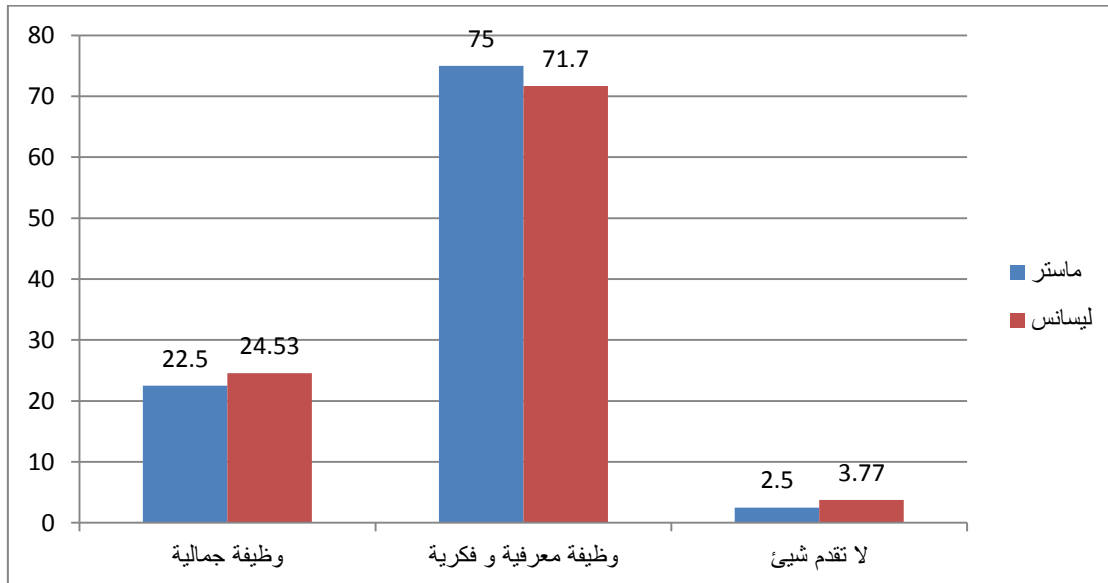


الجدول رقم (32): يوضح علاقة ما يقدمه العنوان الصحفي للقارئ بمتغير المستوى التعليمي

المجموع		ليسانس		ماستر		المستوى التعليمي وظيفة العنوان
%	ت	%	ت	%	ت	
%23.66	22	%24.53	13	%22.50	09	وظيفة جمالية
%73.12	68	%71.70	38	%75.00	30	وظيفة معرفية وفكرية
%03.22	03	%03.77	02	%2.50	01	لا تقدم شيء
<b>%100</b>	<b>93</b>	<b>%100</b>	<b>53</b>	<b>%100</b>	<b>40</b>	<b>المجموع</b>

مستخرج من استمارة الاستبيان

يمثل الجدول أعلاه وظيفة العنوان حسب متغير المستوى التعليمي، فكانت وظيفة معرفية وفكرية وهي الأكبر حيث بلغت %73.12 عند ماستر %75 وعند الليسانس %71.70 لأنها الوظيفة الأكثر أهمية، وتليها الوظيفة الجمالية بنسبة أقل وعليه نستنتج أن اختيار مضمون العنوان بدرجة أولى له علاقة بمستوى التعليمي.



## الجدول رقم(33): يعرض مجموعة اقتراحات المبحوثين في دور العنوان لزيادة المقروئية

النسب المئوية	التكرارات	العدد الاجابة
%14.65	29	تلخيص والالمام الموضوع
%7.58	15	الإكثار من العناوين العريضة
%25.25	50	توظيف عناوين بألوان جذابة
%3.03	6	يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع
%9.10	18	استخدام وسائل الإبراز مع العنوان
%4.04	8	أن يكون العنوان يحمل في طياته قيمة إخبارية
%12.62	25	الاهتمام بإخراج العنوان
%8.59	17	الاهتمام بصياغة العنوان من حيث البساطة والوضوح والاختصار
%1.51	3	عدم الاكثار من تنوع العناوين في الصفحة الواحدة
%1.01	2	اجتناب التهويل في العناوين
%12.62	25	أن يكون العنوان مشوق ومثير يلفت الانتباه
<b>%100</b>	<b>198</b>	<b>المجموع</b>

مستخرج من استمارة الاستبيان.

يمثل الجدول أعلاه إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص الاقتراحات التي قدموها حول دور

العنوان في زيادة مقروئية الصحف و أمكننا حصرها في 11 اقتراحا كما هو مبين في الجدول : وكان

ترتيب أهم الاقتراحات على النحو التالي:

- توظيف عناوين بألوان جذابة بنسبة 25.25% أي أن أثر من نصف أفراد العينة يكدون على ضرورة توظيف العنوان كونه عنصر تيبوغرافي قوي وله تأثير كبير في جذب الانتباه.
- تلخيص العنوان والالمام بالموضوع بنسبة 14.65% كون العنوان الملخص يثير فضول القارئ ويدفعه لقراءة الموضوع كامل .
- الاهتمام بإخراج العنوان و أيضا أن يكون العنوان مثير ومشوق ولفت الانتباه بسببة متساوية 12.62% تساوي النسب بين هذين الاقتراحين كون أن هناك علاقة تكاملية بينهما حين أن من مهام المخرج الأساسية لفت وجذب الانتباه، وأن عنصر لفت الانتباه لا يتحقق بدون خبرة المخرج وكفاءته.
- استخدام وسائل الإبراز مع العنونا بنسبة 9.10% ذلك أن وسائل الإبراز تبرز المواضيع المهمة عن غيرها وتوفر على القارئ المستعجل عناء قراءة الصفحة كاملة.
- الاهتمام بصياغة العنوان من حيث البساطة والوضوح و الاختصار بنسبة 8.95%.
- الإكثار من استعمال العناوين العريضة بنسبة 7.58% لما لهذا النوع من العناوين على القدرة على لفت الانتباه .
- أن يكون العنوان يحمل في طياته قيمة إخبارية وكذلك يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع وذلك بنسب متقاربة جدا 4.04% و 3.03% على التوالي .
- عدم الإكثار من التنويع في العناوين على الصفحة الواحدة بنسبة 1.15% ذلك أن توزيع العناوين على الصفحة يؤدي إلى تشتيت ذهن القارئ.
- تجنب التهويل في العناوين بنسبة 1.01% وذلك لان التهويل في العناوين يفقد الصحيفة مصداقيتها و يخسرها قراءها ومتابعيها.

الاستنتاجات العامة

## عرض و مناقشة النتائج :

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

### 1- مناقشة المحور الذي يتعلق بدور وسائل الإبراز في زيادة مقروئية الصحف:

تبين من خلال نتائج الدراسة أن العنوان يعتبر من أكثر العناصر التيبوغرافية تحفيزا على زيادة مقروئية الصحف وزيادة فهمها واستيعابها و ذلك بنسبة 36.57%، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة **هنا عفانة** حيث أشارت الباحثة في دراستها إلى أن الصورة الفوتوغرافية تعتبر أكثر العناصر التيبوغرافية تحفيزا على الإدراك والفهم والاستيعاب، وذلك بنسبة 94.03%<sup>1</sup> وأشار في دراسته إلى أن الصور والألوان تساعد على الإدراك والفهم للقارئ، وتطابقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **سفيان حمزة وهارون مصباحي** ، اللذان أشارا أن العنوان أكثر قدرة على تحفيز القراء لقراءة الصحف، وذلك بنسبة 61.67%<sup>2</sup>.

أظهرت نتائج الدراسة أن الألوان من أهم وسائل الإبراز التي يفضل وجودها مع العنوان بنسبة 36.10% و تتفق نتائج الدراسة مع دراسة **يعقوب**<sup>3</sup> التي أكدت على أن 64% من المبحوثين كثافة الألوان أثناء تصميم عناوين الصحيفة و هذا يشير إلى مدى جذب وتأثير الألوان على جمهور الصحيفة.

وتتطابق هذه الدراسة مع دراسة **DurdanaOzretic and LidijaBrkljajic** الذي يشير إلى أن استخدام الألوان في الصحف يؤدي إلى إضفاء الحيوية و التحفيز و التباين كما أن أعتبر أن اللون عنصر تيبوغرافي قوي وله تأثير قوي على جذب القراء .

<sup>1</sup> هنا زياد عفانة ، المرجع السابق، ص: 180.

<sup>2</sup> سفيان حمزة، هارون مصباحي، المرجع السابق، ص: 107.

<sup>3</sup> محمد أحمد أبو زيادة ، المرجع السابق، ص: 101.

وتتفق أيضا مع دراسة **هناء زياد عفانة** التي أشارت في دراستها أن الألوان لها تأثير قوي على مقروئية الصحف.<sup>1</sup>

واختلفت هذه الدراسة مع دراسة **سفيان حمزة و هارون مصباحي**، التي تشير إلى أن نسبة 60% من المبحوثين يفضلون الفواصل للإبراز.

تأكد نتائج الدراسة أن العنوان الملون يزيد من مقروئية الصحف خاصة إذا كان باللون الأحمر والصفير وذلك بنسبة 33.78% و 27,03% على التوالي، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن الألوان أكثر تأثيرا وجذبا للانتباه من الألوان الأخرى وأوضحت عدد من الدراسات أن قدرة الألوان تتباين، فالألوان الدافئة مثل الأحمر والأصفر ومشتقاتهما أكثر قدرة على الجذب من الألوان الباردة مثل الأزرق والأخضر ومشتقاتهما.<sup>2</sup>

أسفرت نتائج الدراسة على أن التدرج في أحجام الحروف يريح عين القارئ أحيانا وذلك بنسبة 46.23%، كما يشير **DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic** في دراسته على أن التغيير في حجم الحروف يؤثر في الاستجابة النفسية والجمالية للقارئ و تساعد في تحسين فهم المفهوم البصري و سلوك القارئ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> هناء زياد عفانة، المرجع السابق، ص: 180.

<sup>2</sup> رضوان بالخيري، مدخل إلى الاعلان، د/ط، دار الخلدونية، الجزائر، 2016، ص: 44.

<sup>3</sup>DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic,opcit

## 2- مناقشة المحور الذي يتعلق بأكثر أنواع العناوين الصحفي تأثيرا على زيادة

### المقروئية

تأكد نتائج الدراسة على أن أكثر ما يشد الانتباه في العنوان الحفي هو مضمونه بنسبة 49.64%، حيث يقول أبو فخر<sup>1</sup> في هذا الشأن " أن فعالية العنوان الصحفي تنطلق من حيوية مضمونه ..... ما يجعله مؤثرا وفعالا وقادرا على إحداث تغيير في آراء و عواطف وأفعال الجماهير".

أظهرت النتائج أن العنوان الرئيسي يعتبر من أكثر وأهم أنواع العناوين التي تساعد القارئ على فهم الموضوع واستيعابه ذلك أن العنوان الرئيسي يحمل أهم ما في الخبر وذلك بنسبة 53.76% و تتطابق هذه النتيجة مع دراسة **DurdanaOzretic and LidijaBrkljacic**<sup>2</sup> التي تشير إلى أن العناوين الرئيسية تساعد على فهم واستيعاب وإدراك المواضيع بإضافة إلى أنها تضاعف فرصة قراءة المواضيع وإكمال القصة، وتطابقت أيضا مع دراسة **سفيان حمزة ومصباحي هارون**<sup>3</sup> حيث أشارا إلى أن العنوان الرئيسي يؤثر في لفت انتباه القارئ بنسبة 76.67%

كشفت نتائج الدراسة أن العنوان العريض هو أكثر أنواع العناوين لفتا للانتباه نظرا لقوة جذب لانتباه القارئ و إثارة اهتمامه و ذلك بنسبة 72.12%.

أظهرت نتائج الدراسة أن التنويع في إخراج العنوان يساعد في فصل المواضيع بنسبة 35.48%، ويرى الباحثون هنا أن العنوان يؤدي دوره كوسيلة من وسائل الإبراز من خلا مساهمته في الفصل بين المواضيع حرصا على عدم تشتيت ذهن القارئ.

<sup>1</sup>محمد أحمد أبو زائدة ، المرجع السابق، ص: 140.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص: 106.

<sup>3</sup>سفيان حمزة، مصباحي هارون، ص: 107.

تأكد الدراسة على أن العنوان الملخص يثير فضول القارئ ويحفزه على قراءة الموضوع كاملاً بنسبة 94.62%، وأن العنوان الملخص هو من أكثر العناوين إثارة لفضول القارئ كونه يحجب بعض المعلومات المهمة عليه.

### 3- دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية

تشير الدراسة إلى أن إخراج العنوان الصحفي يؤثر بشكل كبير في جذب انتباه القارئ وإثارة اهتمامه بنسبة 36.88%.

أكدت الدراسة أن العناوين تقدم وظيفة معرفية وفكرية وذلك بنسبة 73.12% وتتطابق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة سفيان حمزة و هارون مصباحي<sup>1</sup> حيث أشارا إلى أن العناوين تقدم وظيفة معرفية وفكرية للقارئ بنسبة 80%.

تأكد نتائج الدراسة على أن العناوين الصحفية تزيد من رفع نسبة مبيعات الصحف و تساهم في عملية التسويق بنسبة 88.17%، و هذا تتفق مع دراسة المجدوب<sup>2</sup> التي توصلت إلى أن العنوان الصحفي يعطي جاذبية للصحف ويسهم في جذب القراء لشراء الصحف مما يزيد من كميات توزيعها.

أن الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي يكسب الصحيفة شخصية مميزة تميزها عن باقي الصحف و هذه النتيجة تختلف مع دراسة سفيان حمزة الذي توصل في دراسته إلى أن الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي.

<sup>1</sup>سفيان حمزة، هارون مصباحي، المرجع السابق، ص: 109.

<sup>2</sup>عمران الهاشمي المجدوب، المرجع السابق، ص: 103.

## ثانيا: النتائج النهائية :

- 1- أن استخدام وسائل الإبراز يعتبر عاملا مهما لجذب القارئ ويزيد من قدرة القارئ على الفهم والاستيعاب.
- 2- أن العنوان الصحفي يعتبر أكثر العناصر التيبوغرافية تحفيزا على قراءة الصحف.
- 3- أن الألوان من أكثر وأهم عناصر الفصل التي لها تأثير كبير على جذب الانتباه وزيادة مقروئية الصحف.
- 4- أن العنوان الرئيسي يعتبر من أكثر أنواع العناوين التي تساعد القارئ على فهم واستيعاب المواضيع و تحثه على مواصلة القراءة
- 5- أن كثرة العناوين في الصفحة الواحدة يؤدي إلى تشتيت ذهن القارئ
- 6- أن قراء الصحف يفضلون العنوان الملخص ذلك انه يستفز القارئ ويثير فضوله لمعرفة مضمون الموضوع.
- 7- أن الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي يؤدي إلى لفت الانتباه وهي الوظيفة الأساسية للإخراج الصحفي ويسعى من خلالها إلى كسب قراء دائمين كما يكسب الصيفة شخصية مميزة تميزها عن باقي الصحف
- 8- حيفة شخصية مميزة تميزها عن غيرها في ضل المنافسة القوية والشديدة بين مختلف الصحف.
- 9- أن العنوان الصحفي يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع و يستدرجه للقراءة.
- 10- أن العناوين يساهم بشكل كبير في رفع مبيعات الصحف ذلك لأنه يعتبر واجهة الصحيفة وصلة ربط بينها وبين القارئ.

خاتمة عامة

## خاتمة

جاءت هذه الدراسة من اجل معرفة الدور الذي يلعبه العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين، إذ أن العنوان الصحفي هو واجهة لكل فن من فنون التحرير الصحفي وهو المرآة التي تعكس للقارئ فحوى الموضوع، وهو عنصر جذب أساسي يدفع جمهور القراء إلى اختيار الأخبار والموضوعات التي تقع ضمن اهتماماته، ويعتبر أحد أهم المقاييس التي تكسب الصحيفة شخصية تميزها عن غيرها من الصحف كما أن العنوان يساهم في بناء صفحات الصحف ويعمل على إحداث التوازن بين مختلف أجزاء الصفحة، ومن أهم أدوار العنوان الصحفي أنه يقوم بتلخيص أكثر العناصر أهمية في القصة الخبرية، وبهذا فهو ينقل أهم عنصر في الخبر في كلمات قصيرة وسهلة.

إذ تؤكد الدراسة على أن العنوان الصحفي هو عنصر جذب يدفع القراء إلى اختيار ما يروق لهم من أخبار حسب اهتماماتهم و رغباتهم، كما تؤكد على أن العنوان وهو معيارا أساسيا يكسب الصحيفة شخصية مميزة تميزها عن باقي الصحف، ولا يقل العنوان أهمية عن مضمون المادة في اي موضوع.

في الحقيقة إن العنوان الصحفي عبارة عن نسخة مصغرة للموضوع الصحفي يساهم في جذب القراء لشراء الصحف مما يزيد من كميات توزيعه

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية.

### المعاجم والموسوعات

1. أبو الحسين احمد بن فارس بن زكريا، الرازي، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، الجزء الرابع، 1399-1979.

### المؤلفات

1. إبراهيم إسماعيل، اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2015.
2. إجلال خليفة، اتجاهات الحديثة في فن التحرير الصحفي، ط2، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1981.
3. أحمد سمير خليل، فن الإخراج الصحفي، ط1، دار أسامة، عمان-الأردن، 2015.
4. أدهم محمود، أسس الفنية للتحرير الصحفي العام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984.
5. أدهم محمود، فنون التحرير الصحفي بين النظري و التطبيق، د/ط، الدار البيضاء، القاهرة، 1994.
6. إسماعيل إبراهيم ، فن الإخراج الصحفي، الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار العربي، د/س، 1998.
7. إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظري و التطبيق، ط1، دار الفجر، القاهرة، 1998.
8. إسماعيل أحمد نجلاء: الإعلام التوظيفي، ط1، دار المعتز، عمان، 2017.
9. أشرف صالح، الصحف النصفية ثورة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الوفاء، القاهرة، 1984.
10. إمام إبراهيم، فن الإخراج الصحفي، د/ط، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1957.

11. أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2، دار القصبه، الجزائر، 2006.
12. ايمان عبد الرحمن زكي، الاستعداد لتعلم القراءة تنميه و قياسه في مرحلة الرياض الأطفال، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003.
13. بدر أحمد، أصول البحث العلمي ومناهجه، د/ط، المكتبة الأكاديمية، د/س.
14. بدري رياض، مشكلات القراءة من الطفولة إلى المراهقة، ط1، دار الصفاء، الأردن-عمان، 2005.
15. بسيوني إبراهيم، تدريس العلوم التربيه العلمية، ط4، دار المعارف، مصر-القاهرة، 1998.
16. بن عبد العزيز العسكر فهد، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثه، ط1، مكتبة العبيكة، الرياض، د/س.
17. بن مرسللي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010،
18. تيتاوى محي الدين، النشر الالكتروني والاخراج الصحفي د/ط، د/ن، د/س.
19. جميل عبد المجيد طارق، إعداد الطفل العربي للقراءة و الكتابة، ط1، دار الصفاء، الأردن-عمان، 2005،
20. جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، د/ط، دار المجدلاوي، عمان- الأردن، 2002.
21. الحتو محمد، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية و تحريرها، ط1، دار أسامة، عمان، 2012.
22. الحسن هاشم، طرق تعليم القراءة و الكتابة، ط1، الدار الدولية، الأردن-عمان، 2000.
23. حسيناحمد الصاوي، طباعة الصحف و إخراجها، د/ط، انجلوا المصرية، القاهرة، 1972.
24. حسين مسعود التائب، أساسيات الإعلان، د/ط، المكتب العربي للمعارف، 2017.

25. خلف باسم العساف، حماية الصحفيين أثناء النزاعات المسلحة ، ط1، دار زهران، عمان-الأردن.
26. دليو فضيل ، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، ط4 معدلة، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.
27. رضوان بالخيري، مدخل إلى الاعلان، دار الخلدونية، الجزائر 2016.
28. رمضانالطنطاوي بهلول، انقراطية كتب العلوم بالمرحلة الابتدائية، مجلة كلية التربية، العدد 16، بدمياط، د/ت.
29. زراع احمد، فن التحرير الصحفي، د/ط، دار قباء، غزة، 2006.
30. سعيد عبد العزيز الصويحي، الإخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار و الحواسيب، ط1، دار الملتقى، لبنان، 1998.
31. شرف عبد العزيز، فن التحرير الإعلامي، د/ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987.
32. صبحي سمير، الجور نال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة، د/ط، دار المعارف، القاهرة.
33. طعيمة رشدي أحمد، تحليل محتوى في العلوم الإنسانية، د/ط، دار الفكر العربي، القاهرة-مصر، 2004.
34. عبد الحميد صلاح، فن التحرير الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2013.
35. عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، ط1، دار المسير، عمان، 2012.
36. عبد اللطيف حمزه، مدخل في فن التحرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
37. عبيدات محمد، أبونصار محمد، مبيضين عقلة، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999.
38. عدلي عاطف العبد، الاتصال و الرأي العام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
39. عكاشةرضاء، تأثيرات وسائل الإعلام، ط1، المكتبة العالمية، القاهرة، 2001.

40. علم الدين محمود، الإخراج الصحفي، د/ط ، دار العربي، القاهرة، 1989.
41. عوض الله غازي رين، الأسس الفنية للمجلة، د/ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997.
42. فراج حسن، تكنولوجيا الاقناع في تصميم مواقع الصحف، د/ط، دار العربي، القاهرة، د/س.
43. فريد مصطفى، تكنولوجيا الفن الصحفي ، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
44. فهمي محمود، فن تحرير الصحف الكبرى، د/ط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1982.
45. لطفي موسى، نعيمة حسن، أساليب الحديثة لتدريس اللغة العربية، دار مجدلاوي، عمان-الأردن، د/ط، 2008.
46. محمد عبد الله الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية، ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 1996.
47. محمد عطاء إبراهيم، المرجع في تدريس اللغة العربية، ط2، مركز الكتاب، مصر- القاهرة، 2006.
48. محمد فريد محمود عزت ، دراسات في فن التحرير الصحفي، في ضوء معالم قرآنية، ط1، دار الشروق، جدة- السعودية، 1984.
49. منير محمد، مدخل إلى الصحافة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2002.
50. ميلفيند. فلير، نظريات وسائل الإعلام، دار الوطنية للإعلام، القاهرة، 1993.
51. نايف محمود، خصائص اللغة العربية و طرق تدريسها، ط1، دار النفائس، بيروت، 2000.
52. نجادات علي، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه و العوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط2، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية، 2001.
53. النجار سعيد الغريب، المدخل إلى الإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.

54. هبه عبد الحميد محمد، أنشطة و مهارات القراءة و الاستذكار في المدرستين الابتدائية و الإعدادية، د/ط، دار الصفار الأردن-عمان، 2006.
55. همام طلعت، مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، ط1، موسوعة الإعلام و الصحافة، دار الفرقان، عمان، 1984.

### المجلات:

- 55- أبو زهراء محمد، مستوى مقروئية النصوص القرائية في كتاب اللغة العربية المقرر على تلاميذ الصف الأول إعدادي، جامعة عين الشمس، الجمعية المصرية للمناهج و طرق التدريس، المؤتمر العلمي الحادي و العشرون و تطوير مناهج الراسية بين الأصلة و المعاصرة، مجلة الدراسات في مناهج و طرق التدريس، العدد79.
- 56- أبو سعيد يحيى لطفي، مقروئية كتب الدراسات الاجتماعية للمرحلة الإعدادية بالنسبة للتلاميذ و كما يرها المعلمون و الموجهون، مجلة كلية التربية، العدد 39.
- 57- جاسم راشد ابتهاج، سيماء سعدون عزيز، فن اخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية،مجلة كلية التربية للبنات، مجلد 24-3 2013.
- 58- جزاء الحربي خالد، مستوى مقروئية كتب العلوم للصف الثالث متوسط وعلاقته بجنس المتعلمين و مكان إقامتهم في المملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية ، العدد الرابع عشر، جامعة بور سعيد، يونيو 2012.
- 59- جيه بن القاسم، المقروئية - العوامل المؤثرة فيها - صعوبات تطبيقها -، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد17، جامعة بابل
- 60- الحسن الياس حمزة، حسن محمد الزين: دور العناصر الطبوغرافية في انقراءة الصحف السودانية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 14، قسم دراسات الاتصال، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

- 61- الدنداني عبد المالك، مقروئية الصحف الورقية في ضل منافسة الصحافة الإلكترونية، مجلة الباحث العلمي، العدد 32، كلية الاعلام، جامعة صنعاء، د/س.
- 62- رحيم علي صالح اللامي، ابتسام صاحب الزويني، المقروئية مستوياتها- العوامل المؤثرة فيها- صعوبات تطبيقها، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد، 17، جامعة بابل، 2014.
- 63- الصرايرة محمد نجيب-نجادات علي: أنماط إخراج الصفحة الأولى في الصحف الأردنية اليومية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 2، 1996.
- 64- المجذوب عمران الهاشمي، مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة، مجلة الأستاذ، العدد 08، 2015.
- 65- ميلاد علي، الطفل و القراءة، مجلة الطفولة و التنمية، العدد 3، المجلس العربي للطفولة و التنمية، 2001.
- المذكرات:**
- 66- أبو راس منير سليم، مدخل إلى الإخراج الصحفي، الجامعة الإسلامية قسم الآداب، كلية الصحافة و الإعلام، غزة، 2016-2017.
- 67- البسيوني، سامية علي، قياس بعض جوانب إنقرائية كتب اللغة بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة عين الشمس.
- 68- حفيظة مخفر، خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التربية، جامعة سطيف، 2013.
- 69- حمادي محمد، مقروئية الصحف الوطنية بين المحتوى والتسويق الاعلامي، دراسة وصفية تحليلية لجريدتي الشروق اليومي والوطن، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بله، 2014-2015.
- 70- الحمزة سفيان. مصباحي هارون، الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة و تأثيره على المقروئية لدى جمهور الطلبة، دراسة وصفية ميدانية لطلبة جامعة تبسة، مذكرة ماستر تخصص

- وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي ، تبسة، 2017.
- 71- زياد هناء عفانة، علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام، كلية الآداب الجامعة الاسلامية غزة، 2017.
- 72- سعيد أحمد أبو زائدة، العوامل المؤثرة في تحرير العناوين و إخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية-غزة، 2017.
- 73- عاطي بن عطية بن مقل البردي، مستوى مقروئية كتب العلوم للصف الثاني و علاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير في المناهج و طرق التدريس العلوم، جامعة أم القرى كلية التربية، المملكة العربية السعودية، 2005.
- 74- عبد الحميد طلعت: إخراج الصحف الجامعية الفلسطينية، دراسة تحليلية على القائم بالاتصال في صحيفتي، "صوت الجامعة" و"الرواد"، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2003.
- 75- علوانة عمر و حلمو عبد الله، مستوى تحصيل تلاميذ الصف الرابع أساسي- المادة المقروءة باللغة العربية في محافظة نابلس، رسالة ماجستير جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2001 .
- 76- فاطنة محي الدين، تأثير الاعلان على مقروئية الجريدة، جريدة الشروق أنموذجاً، دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة سعيدة، مذكرة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص، اتصال وصحافة مكتوبة، كلية الآداب واللغات و العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الانسانية والاجتماعية، شعبة الاعلام والاتصال، جامعة د. مولاي الطاهر، 2012-2013.
- 77- فضيلة سعدي و طاوس صادقي، الكتاب المدرسي للتلميذ الجزائري في المستوى الابتدائي- كتاب السنة الخامسة أنموذجاً-، رسالة الماجستير في اللغة و الأدب العربي، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، كلية الأدب و العلوم الإنسانية، 2005-2004 .
- 78- لظفي موسى، أثر استخدام الدراما على تحسين بعض مهارات القراءة لدى طلبة الصف السابع الأساسي، رسالة ماجستير، كلية التربية الجامعة الإسلامية غزة، 2007.

79- يحي باسم يحي عياش، انقرائية الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير في الصحافة كلية الأدب، قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.

## الاجنبية

- 80- AURELINE LECLERC, **L'ENTREPRISE DE PRESSE ET LE JOURNALISTE**, preesas da Universite du Quebec, 1997.
- 81- BBC, **The Language of The Media**, London: British broadcasting corporation 2003 .
- 82- Durdana Ozretiv and Lidija Brkljacic, **key desing elements of daily newspapers: impact on the reader's perception and visual Impression**, Hungarian communication Studies Association, 2018
- 83- Vir Bala Aggarwal, **essentials of practical journalism**, first published, ashokkumarmital concept, New Delhi – INDIA, 2006. /

## المواقع

- 84- أبو عمشة خالد حسين، المقروئية - ماهيتها أهميتها و كيفية قياسها، موقع شبكة الألوكة، 02-03-2019، ص 04، [/http://www.alukqh.net/library/0/83809](http://www.alukqh.net/library/0/83809) .
- 85- مركز الرائد للتدريب و التطوير الإعلامي، تاريخ الاطلاع 12/03/2019 على الساعة 15.41 [www.al-raeed.net/training](http://www.al-raeed.net/training) .

الملاحق



الشهيد حمه لخضر - الوادي  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إعلام

الملحق رقم 01

استبيان

دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الوادي -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس تخصص إعلام

في إطار التحضير لإعداد مذكرة تخرج لسانس في ميدان الإعلام، تحت عنوان "دور العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة لدى الطلبة الجامعيين، لذلك نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة عن الأسئلة الواردة أسفله بكل صدق وأمانة حتى تتمكن من الوصول الى هدف الدراسة وما عليكم إلا وضع علامة (x) أمام العبارة التي تناسب إجاباتكم، كما نعلمكم ان المعلومات المقدمة من طرفكم ستبقى في سرية وكتمان ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذ:

د/ طارق هابة

من إعداد :

✓ بشري دردور

✓ عرفات غريسي

✓ محمد الأخضر عمار

✓ وريدة شوية

السنة الدراسية: 2019/2018

## البيانات الشخصية:

- (1) الجنس: ذكر  أنثى
- (2) السن: من 18 إلى 25  من 26 إلى 30  أكثر من 30
- (3) المستوى التعليمي: ليسانس  ماجستير
- (4) المستوى المعيشي: جيد  متوسط  ضعيف

## المحور الأول : دور وسائل إبراز العنوان في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة

- (5) ما هي ابرز العناصر التيبوغرافية التي تحفزك لقراءة الصحف ؟
- الصور الفوتوغرافية  الالوان  العناوين  الرسومات
- (6) هل تساهم وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئتك للصحف ؟
- دائما  أحيانا  ابدا
- (7) ما الذي تقدمه وسائل ابراز العنوان لزيادة مقروئية الصحف؟ (لك الحق في أكثر من اختيار)
- جذب القارئ
- ابرز النص
- تشكيل جمالية الصفحة
- اراحة العين

أخرى أذكرها:.....

- (8) ماهي وسائل الابراز التي تفضل وجودها مع العنوان الصحفي؟(لك الحق في أكثر من اختيار)

- اللون
- الأرضية
- خط تحت العنوان
- الاطارات
- الفراغات البيضاء

- (9) هل يلفت انتباهك العنوان الملون أكثر من اللون الأسود؟

نعم  لا

\* إذا كانت اجابتك نعم: ما هو اللون الذي تفضله ؟

أحمر  اصفر  ازرق

أخرى أذكرها:.....

10 هل التدرج في أحجام الحروف يريح عينك أثناء القراءة؟

دائماً  أحيانا  أبدا

## المحور الثاني: أكثر أنواع العناوين الصحفي تأثيرا على زيادة مقروئية الصحف المكتوبة

11 هل التنوع في العناوين الصحفية يساعدك على؟

اختيار موضوع دون آخر   
الوصول إلى المادة التي ترغب في قراءتها   
تحقيق الراحة والمتعة   
تيسير عملية القراءة

12 ما هو أكثر شيء يشد انتباهك في العنوان الصحفي؟

وظيفته  شكله  تحريره  أنه

13 : أي نوع من العناوين يساعدك على فهم الموضوع وتفضل وجوده خلال تصفحك للصحف؟

العنوان التمهيدي  العنوان الرئيسي  العنوان الثانوي   
العنوان الفرعي  العنوان الثابت  العنوان الجانبي   
عنوان البوادي

14 أي نوع من العناوين يشد انتباهك و تفضل وجوده خلال تصفحك للصحف؟

العنوان العريض  العنوان الممتد  العنوان العمودي

15 ما الدور الذي يقدمه التنوع في اخراج العناوين الصحفي عند القراءة ؟

زيادة فهم المواضيع  وصل بين المواضيع  للقارئ   
استيعاب المواضيع

16 هل تؤدي كثرة العناوين في الصفحة الواحدة إلى؟

تشثيت ذهنك  سرعة فهم الموضوع  المرونة في التنقل بين المواضيع   
راحة العين

أخرى أذكرها:.....

17 هل يساعد نوع العنوان في فهمك لمضمون الرسالة الاعلامية؟

نعم لا

\* إذا كانت إجابتك نعم ما هي أكثر أنواع العناوين الذي يساعدك على فهم مضمون الرسالة الاعلامية؟

العنوان المفيد

العنوان التفهامي

العنوان الملخص

العنوان التقريبي

.....أخرى أذكرها.....

## المحور الثالث: دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الاعلامية في الصحف

### المكتوبة

18) هل اخراج العنوان الصحفي يؤثر في؟ ( لك الحق في أكثر من خيار)

لفت انتباهك

تسهيل تنقل القراء عبر الصحيفة

تسهيل عملية القراءة

يزيد من انتظام الصحيفة وإبراز مضمونها

19) عند قراءتك للعناوين هل تقدم لك؟

لا تقدم لك شيء

وظيفة معرفية وفكرية

وظيفة جمالية

20) هل يساعدك العنوان في فهم واستيعاب الموضوع قبل قراءته؟

أبدا

دائما

21) هل يساهم توزيع العناوين على الصفحة في تشكيل جمالية الصفحة وتحقيق وحدتها؟

أبدا

أحيانا

دائما

22) هل يساهم العنوان في عملية التسويق للصحيفة ويزيد من اقبال القراء عليها؟

لا

نعم

23) هل الاهتمام بإخراج العنوان يعمل على؟ ( لك الحق في أكثر من خيار)

تحقيق التوازن بين العناصر التيبوغرافية على الصفحة

إكساب الصحيفة شخصية مميزة عن غيرها من الصحف

تسهيل عملية عرض الأخبار الأكثر أهمية عن غيرها

بناء صلة تعارف بين القارئ و الصحيفة

24 هل يقوم العنوان الصحفي بدوره في؟

تلخيص وتحليل الموضوع

يصور ويجسد الانطباع العام للموضوع

يلبي حاجة قراء العناوين فقط

يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع

25 ما هو اقتراحك فيما يخص دور العنوان في زيادة مقروئية الصحف المكتوبة؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## الملحق رقم 02:

الأساتذة محكمي استمارة الاستبيان

الاسم واللقب	التخصص	الجامعة
د. قدة حمزة	إعلام واتصال	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
د. قيطة فاطمة الزهراء	إعلام واتصال	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

## ملحق رقم 03:

### بطاقة فنية حول جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

مرت جامعة الوادي بأربع مراحل بداية من سنة 1995 إلى غاية 2012.

#### ملحقة المعهد الوطني للتجارة بالوادي

أنشأت ملحقة المعهد الوطني للتجارة بالوادي بموجب قرار وزاري مشترك مؤرخ في 03 جوان 1995 حيث انطلقت الدراسة لأول مرة خلال الموسم الجامعي 1996/1995 والتي تعتبر أول نواة جامعية بولاية الوادي كان مقرها بثانوية تكسبت والتي ظلت لموسمين حتى تم تحويلها إلى مركز الشهداء سنة 1998 والتي يدرس بها شعبة العلوم التجارية بتخصصين:

. إدارة أعمال بداية من الموسم الجامعي 1998/1997

. تجارة دولية بداية من الموسم الجامعي 2000/1999

#### الملحق الجامعي بالوادي

الملحق الجامعي بالوادي وهو التابع لجامعة محمد خيضر ببسكرة (( من سنة 1998 إلى غاية 2001. إضافة إلى ملحقة المعهد الوطني للتجارة التابعة للمعهد الوطني للتجارة بين عكنون - الجزائر العاصمة - فقد استفادت ولاية الوادي من فتح فرع العلوم القانونية والإدارية في الموسم 1999/1998 ومعهد الأدب العربي في الموسم 2000/1999 و التابعتين لجامعة بسكرة ليتشكل الملحق الجامعي بالوادي

#### المركز الجامعي بالوادي

انشأ المركز الجامعي بالوادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06/280 مؤرخ في 16 أوت 2006 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 01/277 المؤرخ في 18 سبتمبر 2001 بموجبه تحول الملحق الجامعي إلى مركز جامعي والذي ضم خمسة معاهد وهي :

- معهد العلوم القانونية والإدارية

- معهد الآداب واللغات

- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

- معهد العلوم والتكنولوجيا

- معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية.

### جامعة الوادي :

أنشئت جامعة الوادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-243 و المؤرخ في 4 جوان 2012

الموافق لـ 14 رجب 1433 و تضم :

- كلية العلوم و التكنولوجيا

- كلية علوم الطبيعة و الحياة

- كلية الآداب و اللغات

- كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

- كلية الحقوق و العلوم السياسية

- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تضم هذ الكلية العديد من الشعب من بينها شعبة الإعلام والاتصال الذي يحوي بدوره تخصصين اثنين:

إعلام (ليسانس)، وسمعي بصري (ماستر)، عدد طلبية هذا الفرع310 طالب موزعة حسب: 146 طالب

سنة ثانية،78 طالب سنة ثالثة، 56 طالب أول ماستر، 30 طالب ثانية ماستر.

<b>فهرس المحتويات</b>	
	إهداء
	شكر وعرهان
	ملخص باللغة العربية
	ملخص باللغة الفرنسية
	ملخص باللغة الإنجليزية
	خطة البحث
<b>مقدمة عامة</b>	
02	مقدمة
06	تحديد إشكالية الدراسة
08	اسباب اختيار الموضوع
08	أهداف الدراسة
09	أهمية الدراسة
10	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
12	الدراسات السابقة
17	مناقشة الدراسات السابقة
18	منهج وأدوات الدراسة
20	مجتمع وعينة الدراسة
<b>الفصل الأول: العنوان الصحفي كعنصر تيبوغرافي في الصحافة المكتوبة</b>	
25	تمهيد
26	<b>المبحث الأول: ماهية العنوان الصحفي</b>
26	المطلب الأول: تعريف العنوان الصحفي
27	المطلب الثاني: نشأة العنوان الصحفي
29	المطلب الثالث: أنواع العنوان الصحفي
32	المطلب الرابع: وظائف العنوان الصحفي
33	<b>المبحث الثاني: تحرير العنوان الصحفي</b>
33	المطلب الأول: تعريف تحرير العنوان الصحفي
35	المطلب الثاني: قواعد تحرير العنوان الصحفي

37	المطلب الثالث: موعد تحرير العنوان الصحفي
38	المطلب الرابع: أهمية تحرير العنوان الصحفي
39	<b>المبحث الثالث: إخراج العنوان الصحفي</b>
39	المطلب الأول: مفهوم الإخراج الصحفي للعنوان
41	المطلب الثاني: أسس إخراج الصحفي
43	المطلب الثالث: مدارس إخراج الصحفي
46	المطلب الرابع: أهداف إخراج الصحفي
<b>الفصل الثاني:</b>	
50	تمهيد
51	<b>المبحث الأول: ماهية القراءة</b>
51	المطلب الأول: تعريف القراءة
52	المطلب الثاني: نشأة القراءة
53	المطلب الثالث: خصائص القراءة
55	المطلب الرابع: أنواع القراءة
56	<b>المبحث الثاني: ماهية المقروئية</b>
56	المطلب الأول: مفهوم المقروئية
58	المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن المقروئية
60	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في المقروئية
62	<b>المبحث الثالث: علاقة إخراج العنوان الصحفي بالمقروئية في الصحافة المكتوبة</b>
62	المطلب الأول: دور الإخراج الصحفي في زيادة المقروئية
63	المطلب الثاني: مقروئية الصحف وعلاقتها بالأنماط الإخراجية
65	المطلب الثالث: مقروئية الصحف في ظل نظريات التأثير
<b>الفصل الرابع: دور العنوان الصحفي في زيادة المقروئية</b>	
69	تمهيد
70	<b>المبحث الأول: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية</b>
70	المطلب الأول: البيانات الشخصية
74	المطلب الثاني: دور وسائل إبراز العنوان في زيادة المقروئية
83	المطلب الثالث: أكثر أنواع العنوان الصحفي تأثيرا في زيادة مقروئية الصحف
93	المطلب الرابع: دور العنوان في زيادة فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية في الصحافة المكتوبة
101	<b>المبحث الثاني: تفريغ وتحليل بيانات الجداول المركبة</b>

109	استنتاجات عامة
116	خاتمة
118	قائمة المصادر والمراجع
	ملاحق
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	لرقم
22	الاستمارات المقبولة والمرفوضة	1
70	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	2
71	توزيع أفراد العينة حسب السن.	3
72	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	4
73	توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمستوى المعيشي	5
74	أبرز العناصر التيبوغرافية المحفزة على قراءة الصحف	6
76	مدى مساهمة وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف	7
77	دور وسائل إبراز العنوان الصحفي في زيادة مقروئية الصحف	8
79	يبين أهم وسائل الإبراز التي يفضل و جودها مع العنوان الصحفي	9
80	رأي الطلبة حول مساهمة العنوان الملون في لفت الانتباه أكثر من العنوان الأسود	10
81	الألوان المفضلة مع العنوان الصحفي	11
82	دور التدرج أحجام الحروف في إراحة العين أثناء القراءة	12
83	المساعدة التي يقدمها التنوع في العناوين الصحفية	13
84	أكثر شيء يشد الانتباه في العنوان الصحفي	14
86	أي نوع من العناوين يساعد على فهم الموضوع ويفضل القارئ وجوده خلال تصفحه للصحف	15
87	اي نوع من العناوين يشد الانتباه	16
88	الدور الذي يقدمه التنوع في إخراج العناوين عند القراءة	17

89	ما تقدمه كثرة العناوين على الصفحة الواحدة	18
90	ما إذا كان نوع العنوان يساعد في فهم مضمون الرسالة الإعلامية	19
92	أكثر أنواع العناوين التي تساعد على فهم الرسالة الإعلامية	20
93	تأثير إخراج العنوان الصحفي على القارئ	21
94	الوظيفة التي تقدمها العناوين عند قراءتها	22
95	مساهمة العنوان الصحفي في عملية التسويق للصحيفة ويزيد من إقبال القراء عليها	23
96	مساهمة توزيع العناوين على الصفحة في تشكيل جمالية الصفحة وتحقيق وحدتها	24
97	مساهمة العنوان الصحفي في عملية التسويق للصحيفة وزيادة إقبال القراء عليها	25
98	دور الاهتمام بإخراج العنوان الصحفي	26
100	مدى تأدية العنوان الصحفي لدوره	27
101	علاقة ما يقدمه العنوان الصحفي للقارئ لمتغير الجنس	28
102	علاقة أكثر ما يشد انتباه القارئ في العنوان الصحفي بمتغير الجنس	29
104	علاقة أكثر ما يشد انتباه القارئ في العنوان بمتغير المستوى التعليمي	30
105	علاقة تأثير لون العنوان على القارئ بمتغير الجنس	31
106	العلاقة ما يقدمه العنوان للقارئ بمتغير المستوى التعليمي	32
107	مجموعة اقتراحات المبحوثين في دور العنوان الصحفي لزيادة المقروئية	33