

طرائق قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار

دراسة في بناء مقياس العنونة الخبرية

(بحث مستقل من اطروحة دكتوراه)

د . أكرم فرج الربيعي

وزارة الثقافة - مركز البحوث والاتصالات

المستخلص

يتطلب قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار ومستوى المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغتها استحداث مقياس كمي يستند إلى أسس بناء المقاييس ومستوياتها، فالحكم على علمية الدراسات الصحفية يكمن في إمكانية الضبط الكمي للمعارف الصحفية، أي قابلية هذه المعارف إلى التحول من اللغة الكيفية إلى ما يعادلها بلغة الأعداد.⁽¹⁾ وتعد عناوين الأخبار ومعالجة الصياغة فيها واحدة من المعارف الصحفية التي ينبغي دراستها وتحليلها أسلوبياً ودلالياً واستخلاص نتائجها والتعبير عنها بلغة الأرقام. فالمعارف الصحفية تنقسم إلى نوعين: ⁽²⁾

الأول: معارف تتصل بعنصر الوسيلة ويقصد بها الصحيفة سواء كانت جريدة أو مجلة.

الثاني: معارف تتصل بعناصر المرسل، والرسالة والمستقبل والصدى أو التأثير.

ويعتمد مقياس العنونة الخبرية المراد استحداثه على تقسيم هذه الأنواع من المعارف الصحفية وفقاً لأركان العملية الاتصالية إذ يقيس كفاءة كل عنصر من عناصرها وكالاتي:

١. القياس الأسلوبية والدلالية للرسالة الإعلامية المتمثلة بصيغ عناوين الأخبار: وتتضمن مجموعة من المعادلات الرياضية التي تعتمد نظام النسبة والتناسب والتي استحدثها الباحث لغرض إنجاز قياس فعالية العناوين المنشورة في الجرائد ومستوى كفاءتها الاتصالية. ويمثل هذا القياس المعارف الصحفية المتصلة بعنصر الرسالة.

٢. قياس مستوى المهارات الاتصالية للمحررين الصحفيين فيما يتعلق بالمعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار. باستخدام نموذج الاختبار الذي أعده الباحث لغرض إنجاز هذا القياس والمتكون من عشرين سؤالاً، ولكل سؤال تقدير خمس درجات. وفي ضوء ذلك تحدد درجة مهارة الصياغة لدى محرري عناوين الأخبار. ويمثل هذا القياس المعارف الصحفية المتصلة بعنصر المرسل، فمهارة الاتصال تقابلها الحرفة والذكاء. وتعني الارتقاء بالمعاني بإيجابية وإثارة وإيجاز لكي تصل إلى التوازن مع شكل الوسيلة المستخدمة، وتقديم المعنى بتناسق وإيقاع. ويقصد بالمهارات الاتصالية مهارات الكتابة والتحدث من جانب ومهارات القراءة والاستماع من جانب آخر أي قدرة الكاتب أو المتحدث بوصفه المرسل أو المصدر على اختيار الرموز اللغوية وغير اللغوية وكذلك قدرة المتلقي على تحويل الرموز التي يتلقاها إلى معان يفهمها ويدركها. ويطلق على هذه العملية مهارات الترميز⁽³⁾

٣. تحديد أفضلية الصياغات في عناوين الأخبار والناجمة عن المعالجة التي يتخذها المحرر والتي تحقق

وظيفة جذب الانتباه وإثارة اهتمام القارئ باستخدام استمارة التفاضل الدلالي التي أعدها الباحث لاستبانة أفضلية الصياغات المستخدمة في عناوين الأخبار لدى القراء والتي تجذب انتباههم وتثير اهتمامهم بالخبر. ويمثل هذا القياس المعارف الصحفية المتصلة بعنصري المستقبل ورجع الصدى. ٤ . تحديد الجرائد التي تخضع عناوينها للدراسة وفقا لخطة البحث وأهدافها. وقياس كفاءة صياغتها للعناوين وطريقة عرضها. وتشخيص نوع المدرسة الصحفية التي تنتمي لها. ويمثل هذا القياس المعارف الصحفية المتصلة بعنصر الوسيلة.

مقياس العنونة الخبرية

ينتمي مقياس العنونة الخبرية المراد استحداثه إلى مستوى المقاييس النسبية ضمن موازين القياس وهي « أعلى مستويات القياس وتميز بخصائص جميع المقاييس الأخرى الاسمية والتراتبية والفئوية إضافة إلى وجود الصفر المطلق بمعنى أن هذا الصفر هو صفر حقيقي ويعني غياب الصفة. ويمكن في حالة المقياس النسبي استخدام جميع العمليات الحسابية من جمع وطرح وضرب وقسمة»^(٤). ولموازن القياس أنواع متعددة منها المقاييس الاسمية وهي عبارة عن إعطاء أرقام لمواضع هذه الأرقام لا تجمع ولا ترتب. كإعطاء التليفونات أرقاما . وتقسيم مجموعات الطلاب إلى مجموعة أولى وثانية وثالثة . بينما يسمى النوع الثاني من هذه الموازين بالمقاييس الترتيبية . وفي هذا النوع من المقاييس ترتب المواضيع ترتيبا تنازليا أو تصاعديا حسب ما يراه الباحث. أما النوع الثالث من أنواع المقاييس فيطلق عليه اسم المقياس الفاصل الذي لا يختلف عن المقياس الذي سبقه إلا في حالة تساوي المواضيع المرتبة في فرق قيمتها. أما النوع الأخير الذي ينتمي إليه المقياس المستحدث في هذه الدراسة وهو النسبة القياسية. وتكمن أهمية هذا النوع من المقاييس في أن النسبة تعبر عن رقم معين وتعطي الباحث قياسا دقيقا^(٥)

واعتمدت عملية استحداث مقياس العنونة الخبرية على الدراسة المعرفية النظرية والتطبيقية لأغلب ما صدر من بحوث ودراسات وكتب تناولت تحرير عناوين الأخبار وما اتفق عليه الباحثون في تحديد شروط كتابة العنوان ووظائفه فضلا عن المصادر التي حددت خطوات بناء المقاييس وشروطها ومستوياتها والهدف من بنائها. والاستفادة من بعض نماذج المقاييس الأسلوبية المستخدمة في تحليل النصوص ومنها مقاييس الجمل والعبارات الصحفية.

ولكي يكون هذا المقياس مستوفيا لشروط بناء المقاييس وبفي الغرض فقد طبقت جميع الخطوات المتفق عليها علميا في بناء أداة القياس والمحددة بالآتي: ^(١)

١. تحديد الأهداف : وهي خطوة أساسية في بناء المقياس مع ضرورة تحديد الأهمية النسبية لكل هدف من هذه الأهداف.

٢. تحديد عناصر المحتوى : وتبرز أهمية هذه الخطوة في كونها الأساس الذي تبنى عليه الفقرات والمجال الذي تشتق منه. فعند تعريف الظاهرة (السمة) حدد أهداف المقياس وبيصار إلى تحديد مكونات تلك الظاهرة أو تقسيمها إلى عناصرها الأولية. يمثل كل عنصر مجالا معيناً أو إطاراً مرجعياً تشتق منه الفقرات.

٣. بناء جدول المواصفات : ويمثل مخططاً لتوزيع فقرات أداة القياس في ضوء توزيع أقسام المحتوى

ومجموعة الأهداف التي يقيسها الاختبار.

٤. بناء فقرات المقياس : أي تحديد ما الذي سيتم قياسه وكيف يمكن تنفيذ عملية القياس ؟ ويتطلب ذلك اختيار الشكل المناسب للفقرات والتثبت من فاعلية نوع الفقرات وملائمته للفئة المستهدفة من ذلك المقياس. ومن ثم كتابة الفقرات وضبطها.

٥. مراجعة فقرات المقياس : وذلك بعرضها على مجموعة خبراء في موضوع الأداة لفحص اللغة ومفرداتها وقواعدها وصحة المقياس ودقته ودرجة غموض المعنى أو وضوحه .

٦. التطبيق الأولي لفقرات المقياس : وتأتي هذه الخطوة قبل طباعة المقياس وإخراجه بصورته النهائية، ليكون جاهزا للتطبيق والاستخدام العملي والميداني، وذلك بتجريبه على عينة صغيرة من العناوين الخبرية المنشورة في الجرائد الخاضعة للدراسة.

٧. الخطوات القادمة : وتشمل :

أ. تحليل فقرات المقياس

ب. تحديد درجة الثقة بالمقياس عن طريق دراسة الصدق والثبات.

ج. اشتقاق المعايير.

د. استراتيجيات التصحيح.

وتأسيسا على ما تقدم فإن بناء مقياس العنونة الخبرية تم وفقا لهذه الخطوات من حيث تحديد الأهداف وعناصر المحتوى وتوزيع فقرات أداة القياس وتجريبه على عينة صغيرة من العناوين الخبرية المنشورة في جريدتي الزمان والمشرق وتحديد درجة الثقة بالمقياس ومراجعة فقراته وإخضاعه للتحكيم وذلك بعرضه على مجموعة من الخبراء وباختصاصات مختلفة .

ويمكن تقسيم محاور القياس وفقا لأركان العملية الاتصالية بالآتي :

١. القياس الأسلوبى والدلالي لعناوين الأخبار :

ويشمل قياس الفقرات الآتية :

أ- مستوى سهولة قراءة الجملة وصعوبتها في صياغة عناوين الأخبار ومدى توافر شرط الإيجاز والقصر.

حدد درجة سهولة جملة العنوان وصعوبتها بمعدل طولها. وقد اتفق اغلب الباحثين الإعلاميين على أن الطول هو مقياس مقروئية الجملة فكلما كانت قصيرة كانت مفهومة وكلما زاد طولها صعب فهمها. وبذلك يقاس مدى توافر شرط الإيجاز والقصر في عناوين الأخبار بقلة استخدام الكلمات في الصياغة إذ يشتمل الإيجاز في المقياس البلاغي على « الدلالة في أقل قدر ممكن من الألفاظ بشرط أن تتم به الإفادة فالقلة معيار يحدد طبيعة الإيجاز. ويمثل إيجاز القصر الوجه الآخر من الإيجاز الذي يتحدد بتقليل اللفظ وتكثير المعنى»^(٧)

وتحدد مقروئية النص بقدرة الشخص على فهم المادة المكتوبة نظرا لسهولة طريقة كتابتها^(٨) . فكلما كانت المادة المقروءة سهلة وواضحة تصبح عملية إيصال الفكرة للقارئ سهلة أيضا وتزيد حماسه للقراءة^(٩) . وبذلك يعد طول الجملة والفصل بين أركانها ومستوى تعقيدها ومعدل طول الكلمة وتكرارها وتعدد معانيها والإكثار من استخدام الجمل المعطوفة واستخدام ضمير الغائب والمبني للمجهول أكثر من المبني للمعلوم من العوامل المؤثرة في مقروئية النص فضلا عن

العوامل المتعلقة بالقارئ كخبرته وحماسه ورغبته^(١). وقد وزعت وكالة اليونايتهندبرس جدولاً بمعدل طول الجملة من حيث مستوى مقروئيتها مستندة إلى أبحاث علمية ونفسية في دراسة المقروئية^(٢). واعتمد مقياس العنونة الخبرية المستحدث على معايير هذا الجدول من حيث طول الجملة وفقاً لعدد كلماتها. ذلك لأن الكلمة تعد من أدق أساليب التسجيل والعدد وأكثرها موضوعية في تحليل البحوث الإعلامية^(٣). والخطوات الآتية تمثل طريقة القياس:

أولاً: احتساب عدد كلمات عناوين الأخبار في عينة البحث الخاضعة للدراسة.

ثانياً: احتساب عدد عناوين الأخبار في عينة البحث الخاضعة للدراسة.

ثالثاً: حاصل ضرب عدد العناوين في معدل طول الجملة المبينة في الجدول أدناه.

ويمكن تمثيل هذه الخطوات لقياس درجة سهولة الأسلوب وصعوبته المستخدم في صياغة عناوين الأخبار بالمعادلة الآتية:

$$\text{مجموع كلمات عناوين الأخبار خلال مدة الدراسة} \\ \text{مستوى الأسلوب المقروء} = \frac{\text{معدل طول الجملة وفقاً للجدول} \times \text{عدد العناوين المنشورة}}{\text{معدل طول الجملة وفقاً للجدول} \times \text{عدد العناوين المنشورة}}$$

فإذا كان مجموع كلمات عناوين الأخبار خلال مدة الدراسة اصغر أو يساوي حاصل ضرب معدل طول الجملة بالكلمات وفقاً للجدول مع عدد العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة فإن الأسلوب يكتسب الدرجة المحددة في مستوى المقروئية من حيث سهولة القراءة. أما إذا تجاوز مجموع كلمات عناوين الأخبار خلال مدة الدراسة معدل طول الجملة بالكلمات وفقاً لمعيار الأسلوب المقروء حسب درجاته المبينة في الجدول فإن أسلوب صياغة عناوين الأخبار يعد صعباً في القراءة ويفتقر إلى شرط الإيجاز والقصر.

وفي أدناه جدول بمعدل طول الجملة وفقاً لدرجة مقروئيتها والذي وزعته وكالة اليونايتهندبرس واعتمده الباحثون الإعلاميون في تقدير درجة الأسلوب المقروء ومستوى الصياغة اللغوية والأسلوبية من حيث سهولة الفهم وصعوبته.

طرائق قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار د . أكرم فرج الربيعي

جدول رقم (١) مستوى الجمل من حيث سهولتها في القراءة أو صعوبتها وفقاً لعدد كلماتها

ت	الجملة وفقاً لدرجة مقروئيتها	معدل الكلمات
١	جملة سهلة القراءة جداً	(٨) كلمات حداً أقصى (وهو الحد الأعلى لعدد كلمات العنوان الرئيسي)
٢	جملة سهلة القراءة	(١١) كلمة حداً أقصى
٣	جملة سهلة القراءة إلى حد ما	(١٤) كلمة حداً أقصى
٤	جملة عادية (متوسطة - معيارية)	١٧ كلمة
٥	جملة صعبة القراءة إلى حد ما	(٢١) كلمة
٦	جملة صعبة القراءة	(٢٥) كلمة
٧	جملة صعبة القراءة جداً	(٢٩) كلمة فأكثر

ويمكن جعل الاحتمالات التي قد تظهر عند عد وإحصاء الكلمات في عناوين الأخبار الخاضعة للدراسة خماسية دون الإخلال بالإطار العام للجدول أعلاه وكالاتي :

ت	الجملة وفقاً لدرجة مقروئيتها	معدل الكلمات
١	جملة سهلة القراءة جداً	(٨) كلمات حداً أقصى وهو الحد الأعلى لعدد كلمات العنوان الرئيسي (
٢	جملة سهلة القراءة	٩ كلمات - ١٤ كلمة حداً أقصى
٣	جملة عادية (متوسطة - معيارية)	١٥ - ١٧ كلمة
٤	جملة صعبة القراءة	٢١ كلمة - ٢٥ كلمة
٥	جملة صعبة القراءة جداً	(٢٩) كلمة فأكثر

والشكل الآتي يوضح طريقة قياس درجة أسلوب الصياغة في عناوين الأخبار من حيث سهولة القراءة أو صعوبتها ومدى توافر شرط الإيجاز والقصر^(١٣) وكالاتي :
شكل رقم - ٩ - مخطط قياس مستوى سهولة القراءة وصعوبتها ومدى توافر شرط الإيجاز والقصر في جمل عناوين الأخبار

-----	++++
-------	------

١ معيار القراءة الاعتيادي

ويمثل الرقم (١) معيار القراءة الاعتيادي المحدد بـ ١٧ كلمة وهو معدل الكلمات للجملية العادية (المعيارية - المتوسطة). فكلما قل عدد الكلمات في العنوان عن معيار القراءة الاعتيادي ووجهت إلى اليسار كانت درجة سهولة القراءة أكثر وازدادت درجة توافر شرط الإيجاز والقصر في العنوان. أما إذا زاد عدد كلمات عناوين الأخبار عن معيار القراءة الاعتيادي بالاتجاه نحو اليمين في المستقيم أعلاه فإن درجة القراءة تزداد صعوبة وينعدم توافر شرط الإيجاز والقصر في عنوان الخبر.

ب- مستوى العلاقة بين العنوان والخبر

تعد المطابقة التامة بين العنوان والخبر واحدة من شروط وخصائص كتابة عنوان الخبر^(١) إذ يجب أن يعبر العنوان عن واقع الخبر وان تكون ألفاظه مطابقة لألفاظ الخبر. ويمكن قياس مستوى العلاقة بين العنوان والخبر عن طريق تحليل صياغة العناوين المنشورة في الجرائد باستعمال طريقة الكلمات المفتاحية (key words method) التي تعني تحديد الكلمات التي يجب أن تتضمنها صياغة عنوان الخبر لكي تنقل للقارئ معنى الخبر وتشكل معالم طريق للمحرر الصحفي عند كتابة العنوان^(٢) والخطوات التالية تمثل طريقة القياس :

أولاً : احتساب عدد الكلمات المفتاحية في جسم الخبر الصحفي ومقدمته.

ثانياً : احتساب عدد الكلمات المفتاحية المستخدمة في صياغة العنوان .

ثالثاً : استخراج النسبة بين الفقرة (٢) إلى الفقرة (١)

والمعادلة التالية تمثل خطوات القياس أعلاه :

$$\text{مستوى المطابقة} = \frac{\text{مجموع الكلمات المفتاحية المستخدمة في صياغة عنوان الخبر}}{\text{مجموع الكلمات المفتاحية في جسم الخبر الصحفي ومقدمته}}$$

فإذا كانت النسبة متساوية بين مجموع الكلمات المفتاحية المستعملة في صياغة عنوان الخبر مع مجموع الكلمات المفتاحية في نص الخبر الصحفي فإن العنوان يحقق شرط المطابقة التامة بين العنوان والخبر. وإذا قلت النسبة أو زادت فإن العنوان لا يعبر بشكل تام عن واقع الخبر.

ويمكن تمثيل مستوى تعبير العنوان عن واقع الخبر الصحفي بالشكل الآتي :

شكل رقم - ١٠ - مستوى المطابقة بين العنوان والخبر

الكلمات المفتاحية الكلمات المفتاحية

-----	+++++
-------	-------

تطابق غير تام ١ تطابق غير تام

(معيار التوافق التام)

فإذا كانت نتيجة نسبة مجموع الكلمات المفتاحية المستخدمة في صياغة عناوين الأخبار إلى

مجموع الكلمات المفتاحية في نصوص الأخبار تساوي = ١ فان العناوين حققت شرط التطابق التام بينها وبين الأخبار وعبرت عن واقعها الفعلي. فالرقم ١ يمثل معيار التطابق التام بين العنوان والخبر. أما إذا قلت النسبة عن ١ باتجاه اليسار من المستقيم فان العنوان لم يحقق شرط المطابقة التامة ولا يعبر عن مضمون الخبر بشكل كامل. أما إذا زادت عن الرقم ١ وجّهت إلى اليمين من المستقيم فإنها لا تحقّق شرط المطابقة التامة بين العنوان والخبر وأضافت معلومات لا يحتويها فحوى الخبر.

ت- أسلوب التركيز في صياغة عناوين الأخبار

يمكن ملاحظة نوع التركيز في عناوين الأخبار عن طريق أسلوب الصياغة اللغوية لهذه العناوين وكالاتي :

أولاً : التركيز في الحدث : وذلك بحصر وإحصاء عناوين الأخبار التي تبدأ صياغتها ب فعل أو مصدره.

ويمكن معرفة أسلوب تركيز الجريدة في الحدث نسبةً إلى مجموع العناوين المنشورة على صفحاتها في المدة الخاضعة للدراسة عن طريق تطبيق المعادلة الآتية :

$$\text{مجموع العناوين التي تبدأ ب فعل أو مصدره} \\ \text{أسلوب التركيز في الحدث} = \frac{\text{مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة}}{\text{مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة}}$$

ثانياً : التركيز في خلفية الحدث : وذلك بحصر وإحصاء عناوين الأخبار التي تبدأ صياغتها ب شبه جملة (جار ومجرور، ظرف زمان، ظرف مكان).

ويمكن معرفة أسلوب تركيز الجريدة في خلفية الحدث نسبةً إلى مجموع العناوين المنشورة في المدة الخاضعة للدراسة عن طريق المعادلة الآتية :

$$\text{مجموع العناوين التي تبدأ صياغتها بشبه جملة أو ظرف} \\ \text{أسلوب التركيز في خلفية الحدث} = \frac{\text{مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة}}{\text{مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة}}$$

ثالثاً : التركيز في شخصية الحدث : وذلك بحصر وإحصاء عناوين الأخبار التي تبدأ صياغتها ب اسم مجرد مثل : (اسم شخصية يدور حولها الحدث) أو (اسم مدينة أو دولة أو وزارة يدور حولها الحدث).

ويمكن تحديد أسلوب تركيز معالجة الصياغة في شخصية الحدث نسبةً إلى مجموع العناوين المنشورة في الجريدة أثناء المدة الخاضعة للدراسة باستخدام المعادلة الآتية:

مجموع العناوين التي تبدأ ب اسم مجرد
أسلوب التركيز في شخصية الحدث = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال المدة الخاضعة للدراسة

وعن طريق تطبيق مقياس العنونة الخبرية بمعادلاته الثلاث نستطيع تحديد أسلوب التركيز الغالب في معالجة الصياغة في عناوين الأخبار فيما إذا كانت تركز في الحدث أم خلفيته أم شخصية الحدث.

ث- أسلوب صياغة عناوين الأخبار وفقا للتصنيف التحريري

يمكن تحديد التصنيف التحريري الغالب في المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار في الجريدة الخاضعة للدراسة باستخدام مقياس العنونة الخبرية وكالاتي:
أولا : أسلوب الصياغة الاستفهامي : وهو العنوان الذي يبدأ بأداة استفهام وينتهي بعلامة استفهام.
والمعادلة الآتية تحدد طريقة قياس مدى ميل الجريدة في معالجتها الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار نحو الأسلوب الاستفهامي :

مجموع العناوين التي تبدأ بأداة استفهام
الأسلوب الاستفهامي = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

ثانيا : أسلوب الإسناد في الصياغة: وهو نوعان من المعالجة في صياغة عناوين الأخبار الأول يستلزم إسناد معلوماته إلى مصدر والثاني لا يحتاج في إسناد معلوماته إلى مصدر. وبتطبيق مقياس العنونة الخبرية يمكن تحديد أسلوب الصياغة المسند وغير المسند في عناوين الأخبار عن طريق المعادلات الآتية :
١. الإسناد الظاهر : وهو أسلوب صياغة عناوين الأخبار التي تسند معلوماتها إلى مصدر صريح وظاهر مثل عناوين الاقتباس أو التعليق والرأي والمعلومات التي تثير جدلا وخلافا أو عناوين تعبر عن قصة خبرية غير مباشرة مثل شاهد عيان أو مشارك في الحدث.

مجموع العناوين التي تسند معلوماتها إلى مصدر صريح
الإسناد الظاهر = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

٢. الإسناد المضمهر : وهو أسلوب صياغة عناوين الأخبار التي تضم ذكر المصدر على نحو واضح وذلك بسبب تعذر إيراد المصدر ونسب المعلومات إليه صراحة لعدم رغبته بالكشف عن اسمه.

مجموع العناوين المسندة لمصدر مضمّر
الإسناد المضمّر = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

٣. الإسناد غير المعرف : وهو أسلوب المعالجة في صياغة عناوين الأخبار التي تسند معلوماتها إلى مصادر مجهولة مثل: (مصادر مطلعة، مصادر مقربة، مصادر مسؤولة، مصادر عليمية، مصادر موثوقة، مصادر حسنة الاطلاع، مصدر لا يرغب الكشف عن اسمه، العاملون ببواطن الأمور المراقبون... الخ) .

مجموع العناوين المسندة إلى مصادر مجهولة
الإسناد غير المعرف = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

٤. الإسناد الذاتي أو المصادر المشهورة : وهو أسلوب المعالجة في صياغة عناوين الأخبار التي لا تحتاج في إسناد معلوماتها إلى مصدر لأنها تعتمد على الملاحظة المباشرة للمخبر الصحفي أو لكون الخبر واثقا من صدق مصدر المعلومات ودقته مثل الجهات الرسمية والشرطة والصحة والإطفاء.

مجموع العناوين المسندة معلوماتها إلى مصادر ذاتية
الأسلوب الذاتي = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

ج- تحديد نوع المدرسة الصحفية التي ينتمي إليها أسلوب صياغة عناوين الأخبار :
إذا أريد تحديد نوع المدرسة الصحفية التي تنتمي إليها عناوين الأخبار المنشورة في الجريدة فلا بد من ملاحظة أسلوب الصياغة وطريقة المعالجة عن طريق تطبيق المعادلة الآتية :

مجموع العناوين الهادئة
نوع مدرسة عناوين الأخبار = _____
مجموع العناوين المثيرة

فإذا كان مجموع العناوين الهادئة هو الغالب على العناوين المنشورة في الجريدة فإن أسلوب الصياغة ينتمي إلى مدرسة صحافة الخبر (الوظيفة). بينما إذا كان مجموع العناوين المثيرة هو الغالب على العناوين المنشورة فإن أسلوب الصياغة ينتمي إلى صحافة الإثارة. في حين إذا كان أسلوب الصياغة متوازنا وكانت نسبة استخدام العناوين الهادئة والعناوين المثيرة متساوية فأنه ينتمي إلى مدرسة الصحافة الثالثة والتي تندرج فيها العناوين وفقا لأهمية الخبر. أي تلتزم نوعا من التوازن بإبراز الخبر لأهميته وليس لأن المصلحة أو الإثارة تقتضي ذلك. ويمكن تمثيل ذلك بالشكل الآتي :

شكل رقم - ١١ - نوع المدرسة الصحفية التي تنتمي إليها عناوين الأخبار

+العناوين الهادئة	+ العناوين المثيرة
-------------------	--------------------

مدرسة الخبر ١ (مدرسة التوازن) مدرسة الإثارة

فإذا كانت نسبة مجموع العناوين الهادئة إلى مجموع العناوين المثيرة تساوي = ١ فان أسلوب صياغة عناوين الأخبار ينتمي إلى مدرسة التوازن. أما إذا زادت نسبة العناوين المثيرة إلى العناوين الهادئة فأن أسلوب صياغة عناوين الأخبار ينتمي إلى مدرسة الإثارة. بينما إذا زادت نسبة مجموع العناوين الهادئة إلى مجموع العناوين المثيرة فأن أسلوب صياغة عناوين الأخبار ينتمي إلى مدرسة صحافة الخبر.

ح-القيم الإخبارية الغالبة في أسلوب صياغة عناوين الأخبار :

يمكن تحديد القيمة الخبرية الغالبة في المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار نسبة إلى مجموع العناوين المنشورة باستخدام المعادلة الآتية :

العناوين التي تبرز قيمة إخبارية (١٦) معينة العنصر الغالب في أسلوب الصياغة = مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة
--

خ-العناوين الملونة

وهي العناوين التي تصاغ باستعمال ألفاظ خاصة لتلوين الخبر وتوجيهه. وتظهر فيها شخصية المحرر عن طريق أسلوب الصياغة نتيجة استعمال الصفات وأفعال التفضيل وبعض الضمائر ومنها ضمائر المخاطب والأفعال السلبية (١٧).

ولغرض تحديد هذه العناوين نعتد القياس الآتي :

العناوين الملونة = العناوين المصاغة بألفاظ خاصة لتوجيه الخبر مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

د-عناوين تناسب طبيعة الموضوع وهدفه وطريقة العرض :

ويمكن تحديد هذه العناوين بمعادلات القياس الآتية :

أسلوب يبرز العدد = مجموع العناوين التي تبدأ صياغتها بأرقام أو أعداد مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة
--

مجموع العناوين التي تعتمد على عنصر المقابلة أو المقارنة
أسلوب المقارنة = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

عناوين تجيب عن الأسئلة ماذا، من، كيف، ولماذا ؟
الأسلوب الوصفي = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

ويمكن تحديد العناوين (الصاروخية) المستخدمة في الجريدة الخاضعة للدراسة عن طريق تشخيص أسلوب المعالجة في صياغة العناوين وذلك بانتقال كلمات العنوان للاستهلال وجسم الخبر بلا فاصل، وعن طريق المعادلة الآتية :

مجموع العناوين الصاروخية
الأسلوب الصاروخي = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

ويمكن تحديد العناوين الحادة عن طريق تشخيص أسلوب المعالجة في صياغة العناوين والتي تستخدم عبارات قوية ينفعل لها القراء، ولغرض تحديد نسبة العناوين الحادة في الجريدة الخاضعة للدراسة نتبع المعادلة الآتية :

مجموع العناوين الحادة
الأسلوب الحاد (الاستهلال الصاعق) = _____
مجموع العناوين خلال مدة الدراسة

ويمكن تحديد نسب أنواع عناوين النصوص المستخدمة في الصياغة بالآتي :

مجموع العناوين الرئيسية (المانشيتات)
عناوين النصوص = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

مجموع العناوين التمهيدية
عناوين النصوص = _____
مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

مجموع العناوين الفرعية
 _____ = عناوين النصوص
 مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

مجموع العناوين الاستكمالية
 _____ = عناوين النصوص
 مجموع العناوين المنشورة خلال مدة الدراسة

ذ-الكلمات الربحية في عناوين الأخبار:

وهي الكلمات ذات الدلالة المباشرة على الخبر والتي تتمتع بالحيوية ولا تسبب لبسا أو غموضا في المعنى وحقق شروط وصفات الخبر وعنوانه ووظائفه.
 فالعنوان الذي يصاغ بكلمات رابحة يعد عنوانا رابحا لأنه يخلو من الكلمات التي تحمل أكثر من معنى والكلمات غير المتداولة بين الناس وألفاظ التورية والكلمات المركبة والتعبيرات التقنية والمبني للمجهول والكلمات الغامضة.

ويمكن الحصول على العناوين ذات الكلمات الربحية بالمعادلة الآتية :

العناوين الربحية = مجموع كلمات العناوين المنشورة - مجموع (الكلمات غير الشائعة، ألفاظ التورية، ازدواج المعنى، الكلمات المركبة، التعبيرات التقنية، المبني للمجهول)

ر-الحالية والجدة في عناوين الأخبار :

يمكن قياس مدى توافر عنصر الحالية والأنية في عناوين الأخبار عن طريق معرفة نسبة استخدام الفعل الماضي إلى الفعل المضارع في صياغة العنوان ومن المعادلة الآتية :

مجموع الأفعال في زمن الماضي
 _____ = الحالية والأنية في الأخبار
 مجموع الأفعال في زمن المضارع

فإذا كانت نسبة استخدام الفعل الماضي في صياغة عناوين الأخبار الخاضعة للدراسة أعلى من نسبة استخدام الفعل المضارع أو المستقبل فإن عنوان الخبر يفتقر إلى عنصر الحالية، أما إذا كان العكس فإن صياغة عناوين الأخبار تمتلك عنصر الجدة والحالية وفقا لنسبتها من مجموع العناوين المنشورة.

والشكل التالي يوضح مدى توافر الأنية والحالية في عنوان الخبر :

شكل رقم (١٢) مخطط طريقة قياس مدى توافر الأنية في عناوين الأخبار

الفعل المضارع	الفعل الماضي
+++++++	-----

فكلما كانت نسبة استخدام الفعل الماضي في صياغة عناوين الأخبار تساوي = ٠ فإن الصياغة يتوافر فيها عنصر الآنية والحالية بدرجة ١٠٠٪. أما إذا زادت نسبة استخدام الفعل الماضي في صياغة عنوان الخبر عن ١ فإن الصياغة تقل فيها الآنية والحالية. في حين إذا كانت نسبة استخدام الفعل الماضي = ١ فإن الصياغة تحافظ على عنصر الحالية بشرط أن ينحصر الاستخدام في العناوين الحادة أو الاستهلال الصاعق فقط لخصوصية الحدث .

وكلما زاد استخدام الفعل المضارع في صياغة عناوين الأخبار كان توافر عنصر الآنية والحالية أكثر لأن الفعل المضارع يدل على الاستمرارية.

ز-اضطراب الأزمان :

يمكن تحديد اضطراب الأزمان في صياغة عناوين الأخبار عن طريق عد وإحصاء عناوين الأخبار التي تجمع بين قرينة أسلوبية تدل على زمن الماضي مثل : أمس مع الفعل المضارع في عنوان واحد أو استخدام قرينة أسلوبية تدل على الحاضر أو المستقبل مثل : اليوم أو غدا مع الفعل الماضي في العنوان الواحد وكما مبين في المعادلة الآتية :

عناوين الأخبار التي تحتوي على قرينة أسلوبية متعارضة مع فعل العنوان	= اضطراب الأزمان
عناوين الأخبار التي تحتوي على قرينة أسلوبية متوافقة مع فعل جملة العنوان	

فإذا كان مجموع القرائن الأسلوبية المتناقضة مع فعل جملة عناوين الأخبار أعلى من نسبة استخدام القرائن الأسلوبية المتوافقة مع فعل العنوان فهذا يؤشر الى أن الصياغة في عناوين الأخبار مضطربة الأزمان. أما إذا انعدمت نسبة استخدام القرائن الأسلوبية غير المتوافقة مع أفعال جملة العناوين فإن صيغ العنونة الخبرية تخلو من اضطراب الأزمان.

وكما موضح بالشكل الآتي :

شكل رقم (١٣) مخطط طريقة قياس اضطراب الأزمان في عناوين الأخبار

قرينة أسلوبية متعارضة مع فعل جملة العنوان	قرينة أسلوبية متعارضة مع فعل جملة العنوان
---	---

فإذا كانت نسبة استخدام القرينة الأسلوبية المتعارضة مع فعل جملة العنوان تساوي = ٠ كانت الصياغة تخلو من اضطراب الأزمان أما إذا زاد استخدام هذه القرينة عن الصفر فإن الأزمان في صياغة العناوين تكون مضطربة.

٢. قياس مستوى مهارات محرري عناوين الأخبار

يجمع نموذج اختبار المهارة المستحدث في هذه الدراسة بين أسس مقياس التقدير الذي يتكون من مجموعة من الخصائص أو الصفات للحكم عليها. وتفيد في قياس كثير من المتغيرات منها على سبيل المثال القراءة وعزف الآلات الموسيقية وبين اختبار التعرف الذي يعني أن يختار المبحوث الإجابة من عدة إجابات معطاة^(١٨) لغرض قياس مستوى مهارات المحررين الصحفيين في طريقة المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار في أي جريدة خاضعة للدراسة . ويتكون هذا النموذج من عشرين سؤالاً وبتقدير خمس درجات لكل سؤال. وبذلك يكون المجموع الكلي للدرجات ١٠٠ درجة. وفي ضوء ما يجمعه المحرر من درجات في هذا الاختبار تحدد نسبة مهاراته في الصياغة. مع العرض أن مفردات الاختبار أعدت عن طريق الدراسة المعرفية لصياغة عنوان الخبر. ومن أولى هذه المهارات امتلاك حصيلة وافرة وعميقة من المفردات اللغوية وإحساس قوي بتركيب الجمل وبنائها^(١٩).

٣. تحديد أفضلية الصياغات في عناوين الأخبار

يرمي هذا المقياس إلى تحديد أي الصياغات المفضلة في عناوين الأخبار والتي يمكن أن تحقق وظيفة جذب الانتباه وإثارة اهتمام القراء أكثر من غيرها. إذ اعتمد هذا المقياس على طريقة التفاضل الدلالي التي وضعها أوسجود Osgood وطورها في علم النفس هوفشتير (Hofstatter) وتتلخص هذه الطريقة بأن يطلب من أشخاص التجربة الخاضعة للدراسة أن يكون رد فعلهم الشخصي تجاه مفهوم معين أو كلمة أو نص أو غير ذلك باستخدام قائمة من الصفات بوضع رد فعل الشخص على النموذج المتدرج الذي أعد سلفاً.^(٢٠)

ويعتمد التفاضل الدلالي أساساً على مكونات الدلالة وعناصرها ويقاس به رد فعل القارئ على أي اتجاه من القطبين المختلفين في الاختيارات الدلالية.^(٢١) وتم تكييف هذه الطريقة بما يتفق مع شروط بناء عنوان الخبر ومعالجة صياغته أسلوبياً ودلالياً وبما يحقق إبراز وظائفه المتصلة بالجمهور والتي تمثل أبرز مراحل قياس مستوى الكفاءة الاتصالية لعناوين الأخبار في تحقيق جذب انتباه القراء للخبر.

مستوى الثقة بالمقياس

١. الصدق: اتبع الباحث أكثر من نوع لتحديد مستوى صدق المقياس وكالاتي :

أ-الصدق الظاهري

ويسمى بصدق المحتوى الذي يعتمد على مهارات الباحث في اختيار الأدوات التي تنفق مع طبيعة ووظيفة المقياس وتحكيم حس الباحث ومشاهداته في تقرير ملائمة الأدوات لوظيفة المقياس بالإضافة إلى إجراءات التحكيم الخارجي خلال العملية المنهجية^(٢٢) . ويقوم هذا النوع من الصدق على فكرة مدى مناسبة المقياس لما يقيس ولما يطبق عليه؟ ويبدو مثل هذا الصدق في وضوح البنود ومدى علاقتها بالقدرة أو السمة أو البعد الذي يقبسه المقياس. وغالباً ما يقرر ذلك مجموعة من المتخصصين في المجال الذي ينتمي إليه هذا المقياس أو ذلك^(٢٣). وتأسيساً على ذلك عرض الباحث بنود مقياس العنونة الخيرية على مجموعة من الخبراء والحكمين باختصاصات الإعلام والاجتماع والإحصاء واللغة وقد كان متوسط الاتفاق بين الحكمين والخبراء ٩٩,٦ ٪. إذ تضمن المقياس ترميز

١٠ حالات. وقد أعطيت ١٠ درجات للحالة التي لم تجر عليها لجنة الخبراء والمحكمين أي تعديل . و٨ درجات للحالة التي اتفق عليها المحكمون مع تعديل طفيف في صياغتها ودرجة واحدة للحالة التي اجري عليها تعديل كامل ودرجة صفر للحالة التي اتفق المحكمون على إلغائها .

ب-صدق البناء

ويرتبط بالمهارات المنهجية للباحث وإدراكه الكامل للإطار النظري لمشكلة البحث. فالإدراك الكامل للإطار النظري لمشكلة ما هو الأساس في تحديد المتغيرات وتعريفها وصياغة العلاقات الفرضية بينها^(١٢). ووصم الباحث مقياس العنونة الخبرية في ضوء الدراسة النظرية والاستطلاعية والإجرائية والمنهجية لموضوع البحث ومشكلته بغية الوصول إلى إجابات دقيقة لكل ما يتعلق بالمشكلة وتحقيق أهداف البحث في قياس الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار.

ت- إجراء اختبار قبلي للمقياس على عينة صغيرة من جريدتي الزمان والمشرق بلغت خمسين عنوانا خبريا بواقع خمسة وعشرين عنوانا لكل جريدة لغرض التثبت من صلاحيته . وقد أفرزت نتائج الاختبار صلاحية المقياس للتطبيق .

٢ . الثبات : استعان الباحث بالطرق الشائعة لاختبارات الثبات ومنها طريقة الاختبار وإعادة الاختبار .

هوامش الدراسة

١. د. فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب : القاهرة، ١٩٨٦، ص ١٢.
٢. المصدر نفسه، ص ١٣ - ١٤.
٣. ينظر إلى كل من : د . محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام وأجاءات التأثير ، ط ٣ ، عالم الكتب : القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ٧٠ ، ومعتز سيد عبد الله : الأجاهات التعصبية ، سلسلة عالم المعرفة - ١٣٧ : الكويت ، ١٩٨٩ ، ص ١٤٩ - ١٥٠ ، و د . راند حسين عباس الملا : مهارات الاتصال الجماهيري عن طريق لغة الخطاب (القنوات الفضائية العربية أمودجا) ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد الثالث ، كلية الإعلام - جامعة بغداد ، حزيران ٢٠٠٧ ، ص ١٠٩ وما بعدها .
٤. د. موسى النبهان : أساسيات القياس في العلوم السلوكية ، دار الشروق للنشر والتوزيع : عمان ، ٢٠٠٤ ، ص ٣١ .
٥. د . احمد جمال ظاهر : البحث العلمي الحديث ، ط ٢ ، دار الفكر للنشر والتوزيع : عمان ، ١٩٨٤ ، ص ١٣٣ وما بعدها .
٦. د. موسى النبهان : مصدر سابق، ص ٧٢ - ٨٦ .
٧. أ. د . كريم الوائلي : الخطاب النقدي عند المعتزلة ، بغداد ، ٢٠٠٦ ، ص ١٤٩ وما بعدها .
٨. جورج كليز : مقياس صلاحية القراءة ، ترجمة : إبراهيم الشافعي ، عمادة شؤون المكتبات بجامعة الملك سعود : الرياض ، ١٩٨٨ ، ص ٢ .
٩. أماني عبد الله العجلان : قياس مقروئية النصوص العربية ، النسخة الثانية ، مبادرة الملك عبد الله للمحتوى العربي مع جامعة الملك سعود ، وحدة المعرفة Knol ، ١٥ - ٥ - ٢٠٠٩ ، منقول من Towards the development of an automatic readability measurements for Arabic language , In third International Conference on Digital Information Management I C D I M , London , ٥١١ - ٥٠٦ . p , ٢٠٠٨ Al - Ajlan , A , AL - Khalifa , H , and AL - salaman , A : ١٠. أماني عبد الله العجلان : مصدر سابق، منقول من : عودة الطلحي : قياس مستوى انقراطية كتب القراءة المقررة عام ١٤١٠ هـ الخصصة لتلاميذ الصفوف الأخيرة من المرحلة الابتدائية ، جامعة أم القرى : مكة المكرمة ، ١٩٩٤ .
١١. ميلفن مينتشر : تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، ترجمة : د . أديب خضور ، المكتبة الإعلامية : دمشق ، ١٩٩٢ ، ص ١٠٢ .
١٢. بسام عبد الرحمن مشاقبة : مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب ، دار أسامة للنشر والتوزيع : الأردن - عمان ، ٢٠١٠ ، ص ٩٠ .
١٣. إن الأخبار والعناوين التي تذكر الفكرة الرئيسية مباشرة وبكلمات معدودة وموجزة تروق أكثر لستهلكي الأخبار وعناوينها المشغولين بأعمالهم وأمورهم ، والجريدة التي تسمح بكتابة أخبار وعناوين طويلة وغير موجزة أكثر ما ينبغي ستجد نفسها مفتقرة إلى المساحة والوقت الكافي لتغطية أخبار أخرى وإعداد عناوين تعبر عنها ، فالإيجاز يعني الاقتصاد في عدد الكلمات إذ تكمن قوة المادة المكتوبة في الإيجاز . للمزيد ينظر إلى كل من : ديبرا بوتر : دليل الصحافة المستقلة ، مكتب برامج الإعلام الخارجي : وزارة الخارجية الأمريكية ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٤ ، و Stunk, W.

- , 1959, and White, E.B. The Elements of style Macmillan publishing CO, Inc., New York
1979, p. 23.
١٤. د. كرم شلبي : الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية. دار ومكتبة الهلال : بيروت، ٢٠٠٨ .
ص ١٩٩.
١٥. د. حسني نصر. و د. سناء عبد الرحمن : التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي
٢. دار الكتاب الجامعي : العين، ٢٠٠٤ . ص ٢٣٩ - ٢٤٣.
١٦. القيمة الإخبارية قد تشمل الغرابة أو الشهرة أو ضخامة الحدث أو إبراز العدد وأهميته أو
الإجابة عن من وماذا ؟ أو الإجابة عن لماذا أو أي قيمة أخرى يقتضي إبرازها .
١٧. يقصد بالأفعال السلبية تلك الأفعال غير الحيادية التي تستخدم في بعض الأحيان في صياغة
الأخبار وعناوينها لغرض توجيهها وتلوينها مثل : زعم، ادعى، هدد، اتهم وما إلى ذلك، للمزيد ينظر
إلى : ادمون غريب : (الإعلام الأمريكي والعرب) . مجلة المستقبل العربي، العدد : ٢٦٠، مركز دراسات
الوحدة العربية : بيروت . ٢٠٠٠، ص ٧٧ - ٧٨.
١٨. د. رجاء محمود أبو علام : مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط ٤، القاهرة : دار
النشر للجامعات . ٢٠٠٤، ص ص ٣٣٧، ٣٥٣، ٣٥٤.
١٩. البرت ل. هستر، مصدر سابق، ص ١٦٦.
٢٠. برند شبلنر : علم اللغة والدراسات الأدبية دراسة الأسلوب، البلاغة، علم اللغة النصي، ترجمة
: د. محمود جاد الرب، الدار الفنية للنشر والتوزيع : الرياض، ١٩٨٧، ص ١٥٧.
٢١. المصدر السابق، ص ١٥٧.
٢٢. د. محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال : بيروت، ٢٠٠٨ -
٢٠٠٩، ص ٢٢٦.
٢٣. سعد عبد الرحمن : القياس النفسي : النظرية والتطبيق، ط ٣، دار الفكر العربي : القاهرة
١٩٩٨، ص ١٨٥ - ١٨٦.
٢٤. د. محمد عبد الحميد : مصدر سابق، ص ٢٣٠.