

انماط العنونة في البحوث الاعلامية

أ.م.د. حسين اسماعيل حداد

كلية الاعلام - جامعة ذي فار

Abstract

The current research discusses the nature of dealing with the title in scientific media research, and the extent of its treatment at the levels of the analytical study according to various variables and indicators that make it a subject that can give evaluation indicators of the reality of scientific research and its development. An applied study was conducted, represented by a sample of theses and dissertations of the College of Information at the University of Baghdad, to determine the methodological approaches to the titles therein.

The research was divided into three sections, the first dealt with the methodological framework of the research, While the second dealt with the theoretical framework that the researcher tried to establish for this topic some of what was dealt with in the literature of scientific research in the West that dealt with the title from perspectives that the researcher considers valuable and important in terms of diversity in treatment angles, frameworks for scientific treatment, and the possibility of scientifically benefiting from it. As for the third section, it dealt with the applied study that came out with results related to the reality of titles on a sample of the research of the College of Media at the level of graduate studies.

الملخص

يناقش البحث الحالي طبيعة التعاطي مع العنوان في البحوث الاعلامية، ومدى تناوله على مستويات الدراسة التحليلية وفق متغيرات ومؤشرات متنوعة تجعل منه موضوعا يمكن ان يعطي مؤشرات تقييمية لواقع البحث العلمي وتطوره نظرا لان العنوان وكل الخطوات السابقة واللاحقة له تمثل صورة تتداخل فيها ابعاد تكاملية البحث العلمي. وتم اجراء دراسة تطبيقية تمثلت بعينة من رسائل واطاريح كلية الاعلام بجامعة بغداد للوقوف على المقاربات المنهجية للعناوين فيها.

وتم تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث، تناول الاول الاطار المنهجي للبحث، من الوقوف على مشكلة البحث التي ينبثق جانبا منها مما اورد انفا في هذه المقدمة الى ماتوفر من الدراسات السابقة التي اقتصرت على الدراسات الاجنبية، نظرا لعدم امكانية العثور على دراسات عربية في هذا المجال رغم محاولات الباحث، فيما تناول المبحث الثاني الاطار النظري الذي حاول الباحث ان يؤسس لهذا الموضوع بعض مما تناولته ادبيات البحث العلمي في الغرب التي تناولت العنوان من منظورات يراها الباحث قيمة ومهمة على

صعيد التنوع في زوايا المعالجة واطر التعاطي العلمي وإمكانية الافادة منها علميا دراسة العنوان، حيث ضم هذا المبحث موضوعات احاطت بالعنوان العلمي من حيث الشكل والنوع والخصائص والشروط وعلاقته بمتغيرات الدراسة، اما المبحث الثالث فقد تناول الدراسة التطبيقية التي خرجت بنتائج تخص واقع العناوين على عينة من بحوث كلية الاعلام على مستوى الدراسات العليا.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث: تكمن مشكلة البحث في تقدير الابعاد المنهجية والنظرية التي يتطلبها العنوان باعتباره عنصرا مهما في التصميم المنهجي والنظري في البحوث الاعلامية، ومدى اعتمادها كأسس علمية يستند اليها التعاطي العلمي مع موضوعة العنوان. ويرى الباحث ان هذا الموضوع لم يأخذ مساحته العلمية إلا من خلال زاوية منهجية تتعلق بجوانب محددة تتمثل في الشروط والخصائص التي ينبغي على الباحث الالتزام بها وفق ما تفرضه طبيعة وخصائص البحث العلمي، فيما تقلصت مساحته في اطار الدراسات التحليلية التي يمكن ان تتناوله من منظورات مختلفة وفي سياق اشمل ووسع. لذلك فان مشكلة البحث، تنطلق من هذه الرؤية في محاولة للاجابة على تساؤلات تتمثل بالاتي:

- ما طبيعة التعاطي العلمي، المنهجي والنظري، مع موضوعة العنوان في البحوث العلمية بشكل عام والاعلامية تحديداً؟.
- ما ابرز انماط العناوين المستخدمة في البحوث الاعلامية؟.
- ما المقاربات المنهجية في صياغة العناوين ومتغيراتها؟

اهداف البحث: يهدف البحث الى التعرف الى الآتي:

- طبيعة التعاطي العلمي منهجيا ونظريا في تناول العنوان في البحوث العلمية والاعلامية.
- انماط العناوين المستخدمة و توظيفها في البحوث الاعلامية.
- الاطر المنهجية في صياغة العناوين ومتغيراتها في البحوث العلمية والاعلامية.

اهمية البحث: تتمثل اهمية البحث في جانبين: الاول انه يتضمن ابعادا نظرية في محاولة لتسليط الضوء على المنظورات العلمية التي تناولت العنوان خارج السياق المنهجي، وإمكانية الافادة منها في توسيع مساحة الاهتمام ووضع مؤشرات لمسارات جديدة في تناول هذا الموضوع، نظرا لعدم وجود دراسات عربية- حسب ما لاحظته الباحث- تتناول العنوان العلمي عبر منظورات غير المنهجية مثل الاتصال العلمي او دراسات تحليل المؤلفات العلمية كميا، او المقاربات العلمية اللغوية وغير ذلك. اما الجانب الثاني، فانه يتضمن ابعادا عملية تتمثل بالجانب

التطبيقي من الدراسة على عينة من عناوين بحوث التخرج للدراسات العليا في كلية الاعلام جامعة بغداد وما يمثله ذلك من امكانية الوقوف على مؤشرات المنهجية وانماط توظيفها لمتغيرات البحث العلمي وعناصره الموضوعية. كما انه لا بد من الاشارة الى ان اهمية الموضوع تنبع من مبررات التصدي له في ظل قلة التراث العلمي الذي يتناول موضوع العنوان في البحوث العلمية، وكونه محاولة للتأصيل النظري في هذا الموضوع.

منهج البحث وإجراءاته:

- نوع البحث : ينتمي البحث الى الدراسات الوصفية، وفي اطار هذا النوع من البحوث تم استخدام منهج المسح، اذ تم استخدام هذا المنهج على مستوى الاطار النظري في مسح ادبيات البحث المتعلقة بموضوع الدراسة ومحاولة الوقوف على ابرز خصائص الموضوع والتراث العلمي حوله، وكذلك على مستوى مجتمع دراسة المضمون من خلال مسح عينة من عناوين البحوث العلمية في كلية الاعلام جامعة بغداد وتم لهذا الغرض وفي اطار المنهج ذاته استخدام طريقة تحليل المضمون كأسلوب بحثي مناسب لغرض الدراسة.

اداة جمع البيانات: تم تصميم استمارة تحليل المضمون تضمنت الفئات التالية:

- ١- فئة شكل صياغة العنوان، وتتضمن الفئات الفرعية التالية :
 - العنوان الرئيس: وهو العنوان الذي يأتي في بداية اجزاء العنوان او يأتي لوحده بشكل مستقل دون ان تفصله علامات او فواصل لغوية، ويشتمل عادة على المتغيرات المستقلة والتابعة او واحد منهما.
 - فئة العنوان الفرعي: وهو العنوان الذي يلي العنوان الرئيس ويكون مسبقا بعلامة معينة كأن تكون شارحة أو شرطة وما الى ذلك، أو أن يكون منفصلا عن العنوان الرئيس من خلال فضاءات معينة.
- ٢- فئة متغيرات العنوان وعناصره: وتشمل الفئات الفرعية التالية:
 - الاطار الجغرافي: المكان الذي تطبق او تشمله الدراسة .
 - الاطار الزمني: المدة التي تقع الدراسة في حدودها.
 - نوع الدراسة: نوع الدراسة، وصفية، استطلاعية، سببية..
 - نوع المنهج: مسحي، تجريبي، تاريخي ...
 - مجتمع الدراسة: مجتمع دراسة جمهور، مجتمع دراسة مضمون.
- ٣- فئة نوع العنوان: وشملت الفئات الفرعية التالية:
 - العنوان الوصفي: وهو ما يصف متغيرات موضوع البحث.
 - العنوان التعريفي: وهو ما يتضمن نتيجة الدراسة.

- العنوان الاستفهامي: وهو ما يتضمن سؤالاً ويأتي في شكل سؤال.

وحدة التحليل: تم اعتماد العنوان بكامل تقسيماته واجزائه كوحدة تحليل لقياس تكراراته تحت الفئات وانواعها في الدراسة.

مجتمع وعينة البحث: لغرض اجراء الدراسة العملية تم اختيار عينة عشوائية من بحوث التخرج من رسائل الماجستير والدكتوراه في كلية الاعلام جامعة بغداد، وتكونت العينة من ٢٠ رسالة ماجستير واطروحة دكتوراه لسنوات مختلفة.

الدراسات السابقة:

خلال تقصي الباحث للدراسات التي تتناول العنوان كموضوع مستقل، لم يتسنى الوقوف على هذا النوع من الدراسات على مستوى ادبيات البحث العلمي العربي، انما ما تناوله المنتج العلمي على هذا المستوى كان لايتعدى اشارات او صفحات في كتب المناهج او كتب البحث العلمي عموماً تنحصر في اطار متطلبات المنهجية العلمية، اما على مستوى الدراسات الاجنبية، فقد امكن الوقوف على بعض الدراسات التي تناولت العنوان في البحوث العلمية التي تنشر في المجالات والدوريات المختلفة بالدراسة والتحليل ومن منظورات علمية مختلفة، علماً ان هذه الدراسات تشير ايضا الى قلة البحث العلمي في هذا الموضوع.

١- دراسة سينيسيا سوبوتك (Sinisa Subotic) ^(١) بعنوان (العلاقة بين خصائص العناوين القصيرة والمثيرة وحجم الاستشهادات والاقتباسات في البحوث العلمية الفيزيائية) (Short and amusing: The relationship between title characteristics, downloads, and citations in psychology articles)

وتناولت الدراسة العناوين من خلال فئات مختلفة، مثل طول العنوان، نوع العنوان، درجة الجاذبية فيه، وكذلك عدد المؤشرات اللغوية التي تستخدم في اجزاء العنوان كالفارزة وانواعها او الشارحة، ومدى علاقة كل ذلك بالاستشهادات والاقتباسات ومعدلات التحميل الالكتروني لها.

وكانت عينة الدراسة قوامها ١٢٩ بحثاً علمياً تمتاز بكثرة الاستشهاد العلمي بها، وعينة مماثلة من البحوث التي يقل معدل الاستشهاد بها.

وقد تم قياس متغيرات العنوان في هذه الدراسة حسب فئات نوع العنوان التي تم قياسها وفق مؤشرات العنوان الوصفي او الاعلامي او التعريفي او الاستفهامي، وكذلك من حيث الشكل من خلال وجود علامات شارحة او نقاط او فاصلة او فراغات وغير ذلك، فضلاً عن قياس المتغيرات عبر فئات طول العنوان من حيث عدد الحروف وعدد الكلمات وحجم الخط وعدد الحروف بدون فراغات (والاخير ينطبق فقط على الحروف اللاتينية،

اما في اللغة العربية فقد يقاس ذلك عن طريق مؤشرات مختلفة مثل تمديد بعض الحروف او الفراغات بين الكلمات).

وتوصلت الدراسة الى نتائج ابرزها ان العناوين القصيرة هي الاكثر اقتباسا لمواضيعها واستشهادا بها، فضلا عن ارتفاع معدلات التحميل لها الكترونيا، كما ان المتغيرات الوسيطة لها تاثير على كثرة الاقتباسات والاستشهادات ومرات التحميل، مثل معامل تاثير المجلة الذي ينشر فيها البحث.

٢- دراسة جمالي ونيكزاد (Jamali and Nikzad)^(٢) بعنوان (العلاقة بين نوع العنوان وعدد الاقتباسات واعداد التحميل الالكتروني) (Article title type and its relation with the number of downloads and citations) وتناولت الدراسة انماط العلاقة بين المتغيرات الخاصة بنوع العنوان (وصفي او تعريفي او استفهامي) وبين حجم الاقتباسات ومرات التحميل الالكتروني له، وتم دراسة هذه العلاقة من منظور التسويق المرتبطة بقوة مفرداته والفهرسة الواضحة التي تمكن من العثور عليه بسهولة في عمليات البحث الالكتروني. وخلصت الدراسة الى ان العناوين الاستفهامية، أي التي تاتي في صيغة سؤال او تتضمن ذلك، هي الاكثر تحميلا عبر الويب، لكنها الاقل اقتباسا لمواضيعها، في حين ان العناوين الطويلة اقل تحميلا الكترونيا من العناوين القصيرة، وكذلك حصلت العناوين المركبة التي تفصل ما بين اجزاؤها شارحة على معدلات منخفضة في مرات التحميل.

٣- دراسة جون هودسون (John Hudson)^(٣) بعنوان (تحليل عناوين البحوث العلمية في المملكة المتحدة خلال عام ٢٠١٤: دراسة في المؤلفين والتخصصات والاسلوب). (An analysis of the titles of papers submitted to the UK REF in 2014: authors, disciplines, and stylistic details) وهي دراسة موسعة شملت ١٥٥ الف بحث علمي احيل لتقييم البحوث العلمية في بريطانيا عام ٢٠١٤، وتم دراسة خصائص العناوين وعدد المؤلفين وتفاصيل اساليبها العلمية، وكانت ابرز نتائجها:

- ازدياد طول العناوين مع ازدياد عدد المؤلفين الذين يشتركون في كتابة بحث وفي جميع التخصصات العلمية.
- استخدام علامات الشارحة وعلامات الاستفهام يتجه الى الانخفاض مع ازدياد عدد المؤلفين المشاركين.
- البحوث المؤلفة خلال السنين الاربع الاخيرة تميزت بكثرة عدد المؤلفين في البحث الواحد مقارنة بالفترة التي تسبقها.
- العناوين القصيرة التي تستخدم علامة الشارحة قبل العنوان الفرعي تمتاز بكثرة الاقتباس منها، ولكنها تكون اقل اقتباسا لمواضيعها عندما تستخدم علامة استفهام.

٤-دراسة جاكس وسيبير Jacques and Sebire^(٤) بعنوان (الاتصال العلمي في مرحلة الانتقال: استخدام علامات الاستفهام في عناوين البحوث الطبية والفيزيائية) (Scholarly communication in transition: The use of question marks in the titles of scientific articles in medicine, life sciences and physics) واستعرضا فيها خصائص عناوين ٢٥ بحثا ومقالاتا علميا الأكثر استشهادا والعدد ذاته من المقالات والبحوث العلمية الاقل استشهادا في عام ٢٠٠٥، وشملت بعض المجالات الطبية المتخصصة، ووجد الباحثان أن طول العنوان، ووجود علامة الشارحة، والاختصار في مفردات العنوان، يرتبط ارتباطا إيجابيا مع عدد الاستشهادات. اما العوامل التي تؤدي الى قلة الاقتباس او الاستشهاد فهي ترجع الى تضمين العنوان اشارة الى بلد معين. ولا بد من الاشارة الى ان الباحث قد استند في جانب من قياسات المتغيرات الخاصة بالعنوان على الدراسات اعلاه، بما يفيد اغراض البحث، فضلا عن الافادة منها في اغناء المنطلقات النظرية لموضوع العنوان في البحوث العلمية.

المبحث الثاني : الاطار النظري

اولا: تعريف العنوان .. لغة واصطلاحا:

ورد في لسان العرب لابن منظور في باب العين و في مادة "ع ن ن" مايلي: «قال ابن سيده: العنوان والعنوان سمة الكتاب. وعنونة عنونة وعنونا وعنائه، كلاهما: وسمه بالعنوان. وقال أيضا: والعنوان سمة الكتاب، وقد عنّاه وأعناه، وعنونت الكتاب وعلونته. قال يعقوب: وسمعت من يقول أطن وأعن أي عنونه واختمه، قال ابن سيده: وفي جبهته عنوان من كثرة السجود أي أثر»⁽⁵⁾.

اما يشير المعنى الاصطلاحي للعنوان الى ان العنوان يعد "علامة لغوية تعلق النص لتسمه وتحدده وتغري القارئ بقراءته، فلولا العناوين لظلت الكثير من الكتب مكدسة في رفوف المكاتب، فكم من كتاب كان عنوانه سببا في ذبوعه وانتشاره وشهرة صاحبه وكم من كتاب كان عنوانه وبالالا عليه وعلى صاحبه. والعنوان حسب رأي بعض النقاد "مقطع لغوي أقل من الجملة يمثل نصا أو عملا فنيا ويمكن النظر إلى العنوان من زاويتين، زاوية تدخل في السياق والاخرى خارج السياق".⁽⁶⁾

كما انه " مقطع لغوي أقل من الجملة يمثل نصا أو عملا فنيا". ومع أن التعريف يركز على أن العنوان يكون أقل من الجملة إلا أن هناك عناوين قد تتجاوز الجملة^(٧). وهو "المدخل للوقوف على ما يشتمل عليه العمل، او هكذا ينبغي ان يكون، وتكمن مهارة الباحث في صياغة مشكلته في عنوان دقيق يتضمن المتغيرات الاساسية للدراسة".^(٨)

مقاربة في مفهوم العنونة:

في مجال العنونة، بصفتها علما قائما بذاته اخذ مجاله الواسع على مستوى النظرير والدراسة العلمية والتطبيقية في الدراسات الادبية خاصة، نشير بشكل موجز الى تطور هذا العلم من زاوية تلك الدراسات من باب الوقوف على معطيات الاسهام العلمي في هذا المجال وامكانية الافادة منه في تاثير المنطلقات النظرية لدراسة العنوان في البحوث العلمية، التي لم تزل تقتصر، على المستوى العربي تحديدا، على اشارات ارشادية لشروط التعامل مع العنوان العلمي من قبل الطلبة نراها في متون الكتب من دون الخوض في زوايا واطر عميقة تستكشف ماهية العناوين العلمية من منظورات مختلفة كما هو الحال في ادبيات دراسة العنوان في البحوث العلمية الغربية.

ولابد من ذكر ان القاسم المشترك في المنتج العلمي في كل التخصصات العلمية يكمن في اعتبار العنوان بمثابة بطاقة تعريفية للمنتج، ولا يعدم اختلاف المنظور البحثي للعنوان من عده كذلك.

وعلى هذا، فان علم العنونة، قد نال اهتماما ملحوظا على مستوى الدراسات الادبية، من خلال مفاهيم العتبات النصية التي يقف العنوان على راسها، والنص الموازي الذي يشكل العنوان احد عناصره، وعلاقته الجدلية بالنص الادبي، وتطورت في ضوء ذلك دراسة العنوان مع توسع مفهوم النص والتعرف على مختلف جزئياته وتفاصيله في الدراسات النقدية والفكرية، ومنذ ستينات القرن الماضي، توالى الدراسات في مجال العنونة، واختلفت المنظورات التي تتناوله من زوايا متنوعة وفق تصنيفاته ووظائفه واشتغالاته الدلالية والموضوعية واللغوية والسيميائية، وهي المجالات التي توسعت في دراسته.^(٩)

العنوان في مجال الدراسات العلمية

اما ادبيات العنوان في البحوث العلمية، فقد تم دراسة عناوين البحوث العلمية من منظورات مختلفة، من بينها المنظور اللغوي، والاتصال العلمي، وكذلك السايستومتري *Scientometrics* الذي يعنى بالدراسة الكمية للمؤلفات العلمية وتحليلها من حيث الاقتباسات والاستشهادات ومتغيرات اخرى، وقد قارن يتساكي Yitzhaki (١٩٩٧) توافر المعلوماتية (عدد الكلمات الموضوعية) للعناوين في البحوث الإنسانية مع نظيرتها في العلوم والعلوم الاجتماعية بين عامي ١٩٤٠ و ١٩٦٠ ووجد اختلافات كبيرة. وقد نظر يتساكي في طول المواد ووجد علاقة إيجابية بين طول العنوان وعدد المؤلفين وحجم البحث، وقد فحص ليويسون وهارتلي (٢٠٠٥) عدد الكلمات ووجود الشارحة colon في عناوين البحوث على مر الزمن، ووجد أن كلا منهما قد ازداد استخدامهما للفترة من ١٩٨١ إلى ٢٠٠١. ودرس وانغ وباي Wang and Bai (٢٠٠٧) بناء الجملة في ٤١٧ بحث نشر في مجلة *New*

England Journal of Medicine للفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٥) ووجدنا أن الفئات ذات الجمل الاسمية تستخدم على نطاق واسع (في ٩٩٪ من العناوين)^(١٠).

وقام كل من ساجي ويتشيام Sagi and Yechiam بدراسة علاقة تضمين العناوين مفردات تشير الاهتمام والمتعة في بعض المقالات العلمية بحجم الاستشهادات لمقال في مجلتين في علم النفس. كما قاموا بفحص العلاقة بين مستويات هذا التضمين ومعدل الاقتباس الشهري للمقالة. وأظهرت دراستهم ان المقالات البحثية ذات العناوين المسلية للغاية تلقى أقل الاستشهادات. وانه لا يمكن أن يعزى الارتباط السلبي بين العناوين المسلية والاستشهادات المترتبة عنها إلى الاختلافات في طول العنوان وطبيعته وعدد المؤلفين وسنة النشر ونوع المادة.

وفي دراسة واسعة النطاق، بحث بال Ball عناوين ما يقرب من ٢٠ مليون مقال وبحث علمي في مجموعة مجلات سكوبس Scopus في الفيزياء وعلوم الحياة والطب للفترة من ١٩٦٦ إلى ٢٠٠٥. ووجد زيادة كبيرة من ٥٠٪ إلى أكثر من ٢٠٠٪ في العدد من المقالات والبحوث العلمية ذات العناوين التي تتضمن علامات الاستفهام على مدى ٤٠ عاما. وأشار إلى "الجانب التسويقي" باعتباره واحدا من العوامل الحاسمة وراء الاستخدام المتزايد لعناوين علامات الاستفهام في المقالات والبحوث العلمية. وقد تم دراسة وجود علامة الشارحة في العناوين وعلاقتها مع معدل الاستشهاد العلمي من قبل هارتلي. وأظهر أن هناك اختلافات في مختلف التخصصات العلمية من حيث استخدام علامة الشارحة في عناوين المادة العلمية، وأشار الى أن استخدام الشارحة ليس له تأثير على نسبة الاستشهادات العلمية عنها.^(١١)

والدراسة الأكثر أهمية هي الدراسة التي قام بها جاكس وسيبير Jacques and Sebire (٢٠٠٩). واستعرضا فيها خصائص عناوين ٢٥ بحثا ومقالا علميا الأكثر استشهادا والعدد ذاته من المقالات والبحوث العلمية الأقل استشهادا في عام ٢٠٠٥، وشملت بعض المجالات الطبية المتخصصة، ووجد الباحثان أن طول العنوان، ووجود علامة الشارحة، والاختصار في مفردات العنوان، يرتبط ارتباطا إيجابيا مع عدد الاستشهادات. اما العوامل التي تؤدي الى قلة الاقتباس او الاستشهاد فهي ترجع الى تضمين العنوان اشارة الى بلد معين. وتم دراسة بعض النتائج التي توصلوا إليها في وقت لاحق من قبل مور Moore (٢٠١٠)، وأشار الى أن النتائج التي توصلوا إليها كل من جاكس وسيبير قد تكون محددة ولا يمكن تعميمها، وقال أيضا إن ارتباط الاقتباسات وطول العنوان في بعض الحالات سلبي.

ويظهر استعراض الأدبيات أنه على الرغم من دراسة مضمون وصياغة عناوين المقالات من منظورات مختلفة، لم تركز أي دراسة حتى الآن على العلاقة المحتملة بين نوع العنوان وتنقيحه أو الاستشهادات. وعلاوة على ذلك، ليس هناك دراسة في العلاقة بين خصائص العناوين وبين حجم التحميل لها من بعض المواقع.

ثانيا: الاسس المنهجية في صياغة العنوان في البحوث العلمية

هناك شروط لا بد من توفرها للتمكن من صياغة عناوين جيدة مستوفية للشروط المنهجية، من بينها ضرورة الإلمام بموضوع البحث من كافة جوانبه قبل الشروع في اختيار الصياغة المناسبة لمشكلة البحث، وفرز الموضوع الرئيس العام، فضلا عن ضبط المصطلحات والمفاهيم العلمية وحسن توظيفها (١٢)، وتقتضي الدراسة العلمية المنهجية الوصول الى عنوان واضح ودقيق يوحي للقارئ بفحوى مضمون البحث (١٣).

ولعل ذلك يتطلب من الباحث ان تكون لديه فكرة شاملة عن موضوع البحث ومشكلته الرئيسية، وان يسبق صياغة العنوان سعيه الى احاطة موضوع دراسته بشكل واف يمكنه من التحكم في خطوات البحث عن الاجابات والمفاتيح لمشكلة بحثه واسئلته الرئيسية، لذلك فان التصور الذي يمتلكه الباحث عن مشكلته وابعادها ومدى سلاسة ودقة الخطوات البحثية يمكن ان تقوده الى خطوة صياغة العنوان على نحو سليم. فخطوات البحث العلمي هي عبارة عن مجموعة من المراحل التي تتميز بالتسلسل والتتابع والتداخل والترابط مما يجعل الخطوة الاولى في مشروع البحث تقرر طبيعة الخطوة الاخيرة. (١٤).

وتتراوح خطوات البحث العلمي في عملية اعداد خطة بحثية بين جهد مختصر يحدد فيه الباحث الالية التي سوف ينفذ في ضوءها دراسته، وبين جهد مضاعف يفصل فيه القول وفقا لعناصر اساسية تمثل اركاننا رئيسية في بناء مخطط بحثه، وتمثل الحالة الاخيرة في الغالب الدراسات الاكاديمية في مراحل الدراسات العليا وكذلك الدراسات التي تقدم في شكل مشاريع بحثية للمؤسسات بانواعها المختلفة (١٥)، وعلى هذا فانه ليس هناك قاعدة موحدة لاعداد الخطة البحثية، ولا يوجد تسلسل دقيق ونظام ثابت تسيير عليه كل البحوث العلمية، فخطوات البحث العلمي متداخلة ومتشابكة بحيث لا يمكن تقسيم البحث الى مراحل زمنية منفصلة تنتهي كل منها قبل ان تبدأ المرحلة التالية، فالباحث العلمي كالفنان يتناول موضوعه كوحدة متكاملة، ولكن هذا لا يعني اطلاقا ان يكون تسلسل البحث خاضعا للصدفة والعفوية، ومن هنا تاتي اهمية تحديد مراحل البحث العلمي وخطواته بشكل خطوط عريضة يسترشد بها الباحث في سياق بحثه دون ان ينظر اليها كقوانين ثابتة لا يمكن تجاوزها. فالمرحلة او الخطوات تشبه الاطار العام الذي يحتوي البحث دون ان يقيد الباحث، لان المرونة صفة اساسية في البحث العلمي وهي تسمح للباحث بحرية الحركة والابداع. (١٦)

الا انه بشكل عام، فان البحث في مجال الاعلام يتم في اطار خطوات واجراءات منظمة ومحددة، وهي تشمل ما يلي (١٧):

- اختيار موضوع البحث وتحديد المشكلة البحثية.
- مراجعة التراث العلمي.
- وضع تساؤلات البحث او فروضه.

- تحديد التصميم الملائم للبحث، واختيار المنهج المناسب والادوات التي تستخدم في اطار هذا المنهج. (الاطار او التصميم المنهجي للبحث وخطته).
- جمع البيانات المطلوبة.
- تحليل وتفسير النتائج.
- كتابة تقرير البحث.

اختيار الموضوع وتحديد مشكلة البحث

تعد مرحلة اختيار موضوع ملائم لعمل بحث علمي في أي من التخصصات بما في ذلك الاعلام، من اصعب المراحل واحرجها، بل انها تكاد تكون اشقها على الاطلاق، ويأتي في مقدمة الخطوات التي ينبغي ان يحرص عليها من يرغب في القيام ببحث، ان يحدد مجال الدراسة بمعنى ان يضع نصب عينيه اطارا معيناً من الاطر التي يرى انها تتلائم مع رغباته الشخصية وميوله ويقرر بان ذلك هو المجال العام الذي يريد ان يبحث فيه، وعليه ان يتذكر بانه كلما امكن حصر ذلك الموضوع في نطاق اضيق كلما يعني ذلك انه اقترب من موضوع بحثه^(١٨).

ويصبح في اطار ذلك من الضروري ان يتم تحديد موضوع الدراسة بشكل دقيق وواضح قبل الانتقال الى مراحل البحث الاخرى^(١٩)، فعملية اختيار موضوع البحث هي الخطوة الأولى التي من خلالها يختار الباحث فيها موضوعاً يود استكشاف نواحيه ودراسته، وبتعبير آخر طرح مشكلة، وهذه الخطوة الإيجابية هي التي تطلق إشارة البدء في العمل الجاد، وتوجهه وتحدده، والباحث الأصل هو الذي يعرف كيف يختار المشكلة، أو يعرف كيف يسأل ليأتي جواباً له أهميته بالنسبة له، أهمية واقعية وقيمة وجودية، تتجاوز مع واقع قائم في المحيط المدروس.

ومهما كان الأمر على الباحث عدم الإسراع في هذه المرحلة، عليه أن يتخير ويحدد ما له فائدة وقيمة علمية في مجال التخصص، وأن يكون منطلقاً لدراسة علمية أوسع، إن طلبة الدراسات العليا يقومون باختيار موضوعاتهم، وفق مجموعة من المعايير التي يمكن ان يستلهمها الطالب في اختيار الموضوع وتتفاوت ما بين هو متعلق بالطالب بشأن رغبته وميله الى الموضوع ومنها ما يتعلق بالموضوع ذاته من حيث الجودة والاهمية وتوفر المصادر وغير ذلك^(٢٠).

وعندما يختار الباحث موضوع بحثه فان الخطوة التي تلي ذلك تتمثل في ان يصوغ ذلك الموضوع في عنوان دقيق يعبر تماما عما يريد دراسته. ولا يتاتي هذا الهدف مالم يصغ الباحث في ذهنه تصورا كاملا لكل ما سوف يتناوله في بحثه، بل ان الصورة الحقيقية لما ينبغي ان تكون عليه الصيغة النهائية لعنوان البحث كثيرا ما يتم الوصول اليها بعد وضع مخطط بحثه الذي تتضح فيه الكثير من عناصره وجزئياته وبخاصة تحديد مشكلة البحث واهدافه^(٢١).

ومن المسلم به أن الباحث يقوم باختيار موضوع بحثه بعد الإطلاع على الدراسات السابقة ومن خلال خبرته في مجاله، فعند اختيار موضوع بحثه على أساس ذلك، كان العنوان ملهماً ومرشداً لموضوع البحث. ويقال أن الباحث الجيد هو من يجيد المطلاع والمقطع، ومطلع البحث هو اختيار العنوان الجيد، بحيث يكون مبتكراً، ويعبر عن الأفكار التي ستجيب بعده في محتوى البحث، ويوضح ويرسم فكرة المشكلة البحثية في ذهن القارئ. وغالباً ما تكمن الصعوبة في البدايات، واختيار عنوان البحث يعد من أهم البدايات في البحث العلمي الذي يحرص الباحث كل الحرص على انتقائه بشكل مبسط ولا تعقيد ولا غموض فيه بحيث يتيح للقارئ قراءته وفهمه دون نشوب أي لبس أو استشارة مختصين.

ثالثاً: خصائص العنوان الجيد في البحوث العلمية

العنوان هو جزء من البحث الذي يقرأ أكثر من أي جزء آخر منه، وعادة ما يقرأ أولاً، وأحياناً يكون هو الشيء الوحيد الذي يقرأ. وتعتمد خدمات الفهرسة الإلكترونية بشكل كبير على دقة العنوان للسماح للمستخدمين بالعثور على بحوث ذات صلة بأبحاثهم. ويعرف داي Day (1983) العنوان الجيد "باعتباره أقل الكلمات الممكنة التي تصف محتويات البحث العلمي بشكل دقيق".

وعندما يكون العنوان طويلاً جداً، فإنه يحتوي عادة على عدد كبير جداً من الكلمات الزائدة مثل عبارة "دراسة في ... التي تأتي في بداية العنوان. ومن ناحية أخرى، فإن العناوين القصيرة جداً تستخدم في كثير من الأحيان الكلمات ذات الطابع العمومي جداً. مثلاً، عنوان "كتابة التقارير" لا يقدم أي معلومات عن نوع التقارير التي يركز عليها البحث. وهكذا، فإن العناوين الجيدة للبحوث العلمية تتضمن مايلي^(٢)

- تحديد المشكلة الرئيسية للبحث.
- تبدأ بالإشارة مباشرة لموضوع البحث.
- تكون دقيقة، لا لبس فيها، محددة وكاملة.
- لا تحتوي على الاختصارات ما لم تكن معروفة جيداً من قبل الجمهور المستهدف، مثل HTML أو وحدة المعالجة المركزية Cpu في عناوين بحوث علوم الكمبيوتر.
- تعمل على جذب انتباه القراء.

وظائف العنوان في البحوث العلمية

يشهد العالم اليوم غزارة ملحوظة في الإنتاج العلمي، وفي خضم هذه الوفرة العلمية، تخضع المواد العلمية بشكل عام أيضاً إلى قوانين المنافسة للاستحواذ على الاهتمام في السوق. وقد أدى ذلك إلى استراتيجيات التسويق المختلفة التي يجري توظيفها في هذا المجال أيضاً من أجل كسب الاهتمام، ولذلك فإن العناوين مهمة للغاية في مجال الاتصالات العلمية، ووجد كل من مابي Mabe وأرمين Armin (2002) أن الباحث العلمي يقرأ حالياً ما معدله

٩٧ مقالا، و ٢٠٤ ملخصا و ١،١٤٢ عنوان كل عام. وفي اطار تلك الاستراتيجيات التسويقية، برز اتجاه عام بالابتعاد عن استخدام العبارات الفعلية في صياغة العناوين واستخدام الصيغ الاسمية بشكل اوسع، على اعتبار ان العناوين تتاثر بشدة بمحددات الاقتصاد في اللغة والحاجة إلى ضغط أكبر قدر ممكن من المعلومات في مساحة صغيرة قدر الإمكان". وعليه، فإنه ينبغي أن يؤدي كل عنوان الوظائف الأساسية التالية^(٢٣):

- تحفيز القارئ على قراءة البحث.
 - إعطاء القراء فكرة عن ملخص محتويات البحث.
 - إعطاء القراء لمحة عامة عن الموضوعات والنتائج التي نوقشت.
- وقد وضع هارتلي Hartley (٢٠٠٨) ثلاثة عشر نوعا من العناوين تضمنت تلك التي تشير إلى النتائج وتلك التي " تحاول جذب الانتباه" وفي هذا الاطار، هنالك عاملان يجب مراعاتهما هنا، الاول هو محتوى المعلومات التي يوفرها العنوان، والثاني مدى قدرته جذب الانتباه علميا واكاديميا. على سبيل المثال، قد تزيد العناوين الطويلة محتوى المعلومات الى درجة معينة ولكنها، في المقابل، قد تقلل من الاهتمام المتولد عنها. وعليه، يمكن من خلال استخدام الفوارز التغلب على هذه النقطة، خاصة إذا كان جزء من العنوان المشطور الى نصفين يركز على اثاره الاهتمام، ويمكن لذلك أيضا أن يسهل من الوظيفة الاعلامية للعنوان، أو يمكن المؤلفين الباحثين من تحقيق توازن أفضل بين الهدفين التوأمين من العنوان. (الوصفي والاستنتاجي) ولكن في هذه العملية، يميل العنوان إلى أن يصبح أطول وأكثر تعقيدا واحيانا، ولكن ليس في كل الظروف، قد يدفع ذلك المؤلفين الى اختزال العناوين وهو ما يقلل من قراءتها وجاذبيتها، وقد ظهرت اباحث كثيرة بشأن خصائص عناوين المجالات في مختلف التخصصات العلمية، وعموما فان العناوين تخدم غرضين على الأقل، فهي تحتاج اولا إلى جذب القراء، وثانيا إعلام القارئ بمحتويات البحث العلمي.^(٢٤)

كما ان هناك من يشترط في عنوان البحث ان يؤدي وظيفتين اساسيتين:

الاولى : اعلامية او تعريفية، أي اعلام الباحثين خاصة والقراء عامة بموضوع البحث والحقل الذي يبحث في نطاقه، واتجاهات البحث (نظر يا او تطبيقيا) والمشكلات التي يعالجها. ويؤدي العنوان هذه الوظيفة للتعريف بموضوع بحثه ومجاله، لذلك يشترط في العنوان ان يكتب بعبارات وجيزة ولغة سلسة مقبولة، ويفضل فيه ابراز الفكرة الاساسية وخاصة الكلمات التي تمثل محور المشكلة التي يستهدفها البحث.

الثانية: دعائية، أي اقناع الباحثين والقراء بالفكرة والموضوع الذي يدرسه البحث وعدم الاكتفاء باجتذاب القراء، او ان يتسم بالطرافة او الاثارة، فالعنوان لابد ان يتسم بالعلمية والموضوعية، وان يكون منطقيا، ولا يشترط توفر الشروط المذكورة جميعها في العنوان، ولكن على الاقل ان يتضمن العنوان احدها، والقاعدة ان يشمل العنوان من المعلومات ما يدفع باحثا اخر ان يبحث عن هذه المعلومات تحت هذا العنوان.^(٢٥)

انواع العناوين في البحوث العلمية

ان العديد من المراجع العلمية والتعليمات التي توفرها المجالات العلمية حول كيفية كتابة مقالات بحثية تنص على أن العنوان هو الجزء الأكثر أهمية في المادة العلمية، وأشار لانغ Lang الى أنه الجزء الأكثر قراءة وفي كثير من الأحيان الجزء الوحيد الذي يقرأ. وعلى الرغم من أهميتها، لا يوجد توافق في الآراء حول أنسب أسلوب لصياغة العناوين. ويمكن تصنيف عناوين البحوث على أنها إما وصفية أو إعلامية. فالعناوين الوصفية (أو الإرشادية) تصف موضوع الدراسة وتصميمها. فيما تظهر العناوين التوضيحية (أو الإعلامية) نتائج الدراسة^(٢٦).

وهناك من الباحثين من صنف العناوين الى أنواع مختلفة، ابرزها:

- العناوين الوصفية: descriptive titles وهي التي تصف ما يتناوله الموضوع في البحث العلمي، اي يصف العنوان الوصفي موضوع البحث فقط ولا يكشف عن النتيجة أو الاستنتاج الرئيسي، وتسمى بالمحايدة ايضا، (مثل "دراسة دور المؤتمرات الأكاديمية في صياغة اجندة البحوث العلمية).

- عناوين تعريفية توضيحية: declarative titles وهي التي تشير الى النتائج التي يتضمنها البحث، اي انها تتضمن ما تقوله البحوث، بالاشارة الى استنتاجاتها الرئيسية، وليس فقط ما يغطيه موضوعها، على سبيل المثال "المؤتمرات الأكاديمية تشكل اجندة البحوث العلمية القصيرة الأجل).

- العناوين الاستفهامية: interrogative titles وهي التي تضع سؤالاً بحثياً، وتشير هذه العناوين إلى موضوع البحث في شكل سؤال يوجه لاثارة اهتمام القراء مثل: "هل تشكل المؤتمرات الأكاديمية اجندة البحوث العلمية؟".

- العناوين المركبة: compound titles وهي التي يمكن أن تجمع بين العديد من الانواع المذكورة انفا، وعادة ماتكون مفصولة بنقطتين أو علامة استفهام، على سبيل المثال: (هل تشكل المؤتمرات الأكاديمية اجندة البحوث العلمية؟: دراسة تجريبية).

ومن ناحية اخرى، وفي مجال تأثير انواع العناوين على عملية البحث الالكتروني و عدد الاستشهادات بالبحوث من خلالها او تحميلها من قبل المستخدمين، اثبتت دراسات ان العناوين الاستفهامية نالت اكثر التنزيلات ولكن أقل الاستشهادات، والعناوين المركبة نالت أقل عدد من التنزيلات والاستشهادات، فيما تميل العناوين الطويلة إلى الحصول على عدد أقل من التنزيلات من العناوين الأقصر في عدد كلماتها^(٢٧).

غير أن الأنواع الثلاثة الاولى هي الأنواع الرئيسية والاكثر استخداما، ومن وجهة النظر الأكاديمية والاتصال العلمي، فان النوع الموصى به اكثر هو العنوان التعريفي الذي ينطوي على معنى اعلامي والذي ينقل أكبر قدر من المعلومات للقارئ. ومع ذلك، فإنه ليس من الممكن في كل بحث أن يتم صياغة جملة تعريفية كعنوان، غير أن استخدام علامة استفهام في العناوين لا يوصى به عموماً، ومع ذلك، فقد كان استخدامها في ارتفاع مطرد خلال

العقود الأربعة الماضية وفي بعض المجالات أكثر من غيرها. وتعد العناوين الاستفهامية أكثر ملائمة لمقالات تعنى باستعراض الدراسات او مراجعتها منها الى البحوث العلمية، ولا يزال النوع الأكثر شيوعا من العنوان هو العنوان الوصفي (٢٨).

تقسيمات العنوان: العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية في اطار التقسيم الشكلي للعنوان، يظهر نوع العناوين المركبة المكونة من عنوان رئيس وعنوان فرعي، من بين ما تتضمنه البحوث الأكاديمية، ويتم عرض العنوان الرئيس أولا وفصله عن العنوان الفرعي بواسطة الشارحة، ونادرا ما يكون هذا التنسيق من العنوان الرئيس والعنوان الفرعي إلزاميا في الكتابة الأكاديمية، ولكنه يستخدم بكثرة ، لأنه يسمح، جزئيا، بنطاق أكبر من الاحتمالات التي تعرف بموضوع البحث من مجرد استخدام العنوان الرئيس لوحده (٢٩).

وفي ضوء معايير الجودة في صياغة البحوث العلمية، وشروط العنوان البحثي الجيد، يمكن ان يتضمن اي من النوعين بعض الخصائص المتعارف عليها في البحوث العلمية، وترى شيماء ذو الفقار بعض الشروط في صياغة العنوان والتي تشمل عناصر ومتغيرات ينبغي لعنوان البحث في مجال الاعلام ان يتضمنها، وهي كما مايلي (٣٠):

- ١- تحديد المتغير المستقل والمتغير التابع للدراسة.
- ٢- تحديد مجتمع الدراسة ، سواء كان مجتمع دراسة جمهور ام مجتمع دراسة مضمون.
- ٣- تحديد نوع البحث، اي هل ينتمي البحث الى الدراسات الوصفية او السببية.
- ٤- تحديد المنهج المستخدم في الدراسة، فالعنوان يحدد اذا كان البحث يعتمد على منهج المسح او على المنهج التجريبي او على غيرهما من المناهج.
- ٥- تحديد الاطار الجغرافي للدراسة (احيانا).
- ٦- تحديد الاطار الزمني للدراسة (احيانا).
- ٧- يلحق احيانا بالعنوان الرئيس عنوان فرعي، اما ان يحدد نوع المنهج المستخدم او الاطر النظرية التي تعتمد عليها الدراسة.

وهذه الشروط يمكن توافرها نسبيا في البحث العلمي، سواء كان على مستوى الماجستير او الدكتوراه، او على مستوى البحوث الاكاديمية الاصغر، وبطبيعة الحال فان هذه الشروط تفترض ضمنا انها تنطلق من استيفاء عناصر التقييم لمعايير علمية تتعلق بخصائص جودة الصياغة والوضوح والدلالة المباشرة، مثل معيار الوضوح والملائمة الذي يلزم ان يعبر العنوان عن موضوع ومشكلة البحث (٣١). فالعنوان الرئيسي في الرسائل والاطاريح يكون عنوانا للقضية المركزية التي يعالجها البحث، وتكون عناوين الفصول أو الأبواب أو المحاور تفرعات أو أجزاء من القضية الأم. كما يجب الانضباط مع القضية المحورية، حتى لا يتسرب البحث إلى مجالات أخرى تعتبر مباحث مستقلة عما يعالجه البحث (٣٢) وينبغي الإشارة الى هذه

الخصائص او المعايير الدالة على جودة الصياغة في عنونة البحوث العلمية من حيث ضرورة ان يكون العنوان⁽³³⁾:

- مفصلاً عن موضوعه.
 - أن تتبين منه حدود الموضوع، وأبعاده.
 - أن لا يتضمن ما ليس داخلاً في موضوعه.
 - إبحاؤه بالأفكار الرئيسية بصورة ذكية.
- وفي الاطار ذاته، من حيث تقسيمات العنوان في البحوث الاعلامية، هناك من يصنف العناوين في اسلوب تحليل المحتوى الى ثلاثة انواع⁽³⁴⁾، وهي:
- اولاً: النص على تحليل المحتوى: قد يذكر عنوان البحث صراحة استخدام تحليل المحتوى كاسلوب منهجي، مثل (تحليل مضمون بريد القراء في الصحافة المصرية).
 - ثانياً: الاشارة الى تحليل المحتوى: وهو ما ينص الباحث فيه على ذكر طبيعة الدراسة واستخدام اسلوب التحليل واشارة الى تحليل المحتوى، مثل (دراسة تحليلية لصورة المرأة المصرية في الفيلم المصري).
 - ثالثاً: الايحاء بتحليل المحتوى: وهو من العناوين ما يوحي باستخدام تحليل المحتوى، مثل: (صورة رجال الشرطة في الدراما التلفزيونية).

رؤية تحليلية لمعايير تصنيفات العناوين في البحوث الاعلامية

في ضوء ما سبق ذكره من شروط منهجية ومعايير في جودة الصياغة للعناوين في البحوث الاعلامية، يمكن أن نلمس أن توافر العناصر الضرورية في العنوان تختلف في تضمينها على مستوى العنوان الرئيس أو العنوان الفرعي، وتتوزع بينهما بحسب طبيعة وموضوع الدراسة، وهو أمر نرى أنه لا يوفر مقياساً يمكن من خلاله تصنيف تلك العناصر المتضمنة للشروط والمعايير حسب كل تصنيف للعنوان، رئيسياً كان أم فرعياً، فعنصر مثل نوع المنهج يمكن أن يتضمنه العنوان الرئيس أو الفرعي وكذلك العناصر الأخرى مثل الاطار الزمني أو الجغرافي، وسعياً للوقوف على امكانية الاستدلال على تلك العناصر أو المتغيرات المتضمنة في العنوان من دون تداخل في وجودها تحت هذا العنوان أو ذاك، نرى أن تصنيفات العنوان في الدراسات الادبية التي اشرنا الى منحها النظري آنفاً، يمكن في جانب منها أن يفيد في ما نذهب اليه.

لذلك يمكن في اطار هذه التقسيمات الشائعة للعنوان في البحوث العلمية، ما بين العنوان الرئيس والعنوان الفرعي، مقارنة تصنيفات العنوان في الدراسات الادبية التي تقسم العنوان الى مايلي⁽³⁵⁾:

- العنوان الحقيقي هو ما يحتل واجهة الكتابة ويبرزه صاحبه لمواجهة المتلقي ويسمى "العنوان الحقيقي أو الأساسي أو الأصلي"، ويعد بطاقة تعريف تمنح النص هويته.

- العنوان الفرعي: يستشف من العنوان الحقيقي و"يأتي بعده لتكملة المعنى، وغالبا ما يكون عنوانا لفقرات أو مواضيع أو تعريفات موجودة داخل الكتاب وينعته بعض العلماء بالثاني أو الثانوي وهذا مقارنة بالعنوان الحقيقي.

- عنوان الإشارة الشكلية وهو "العنوان الذي يميز نوع النص وجنسه عن باقي الأجناس، وبالإمكان أن يسمى العنوان الشكلي، وهذا لتمييز هذا العمل عن غيره من الأعمال الأدبية والأشكال الأخرى من حيث هو قصة أو رواية أو شعر أو مسرحية.

وغايتنا من ذلك تضمين الجوانب المشتركة في هذا التصنيف مع ما تتضمنه البنية التركيبية للعنوان في البحث العلمي، من دون أن يعني ذلك التطرق الى جوانب الاهتمام وتعقيداته في مجال الدراسات الادبية والنقدية. ومما يمكن ملاحظته هنا إن التصنيف الاول يرتبط بالبنية الدلالية للعنوان وما يمكن أن يحيل الى الموضوع، وهو مقياس تشترطه الشروط المنهجية في البحث العلمي بشكل أكبر منه في الدراسات الادبية التي تمتد فيه دلالات العنوان وحرية الكاتب ومقاصده الى حدود ليست في مجال الدراسة الحالية، فيما نلاحظ أن مفهوم العنوان الفرعي حسب تصنيف الدراسات الادبية، يمثل تجليات لاتتضمنها البنية التركيبية للعنوان وتقسيماته في البحث العلمي، لانه يشمل العناوين الفرعية داخل الموضوع. أما العنوان الثالث، فهو اشارة الى جنس العنوان الرئيس أو الموضوع ويمكن الاستدلال عليه في البحوث العلمية من خلال ما يمكن ان يدل عليه العنوان الفرعي من قبيل : دراسة تحليلية او تجريبية او مقارنة وغير ذلك من المتغيرات.

وفي ضوء ذلك، نرى أن النوع أو التصنيف الثالث (عنوان الإشارة الشكلية) هو المؤشر الذي يتيح امكانية تضمين متغيرات او عناصر العنوان الموضوعية في اطار منفصل عن النوعين الثابتين (العنوان الرئيس والعنوان الفرعي) في البحوث الاعلامية، ويسمح بقياس ظهور تلك العناصر من عدمه في اطار منفصل يصبح فيه التقسيم للعنوان من ناحية البنية التركيبية في البحوث العلمية على النحو التالي:

- العنوان الرئيس: بحسب تضمينه لشروط وعناصر صياغة العنوان الجيد، من متغيرات تابعة أو مستقلة، أو أطر زمانية أو مكانية، وغير ذلك. مع افتراض أن العنوان الرئيس يشتمل المتغيرات الأساسية لموضوع الدراسة.

- العنوان الفرعي: بحسب ما يقتضيه من وظيفة تكميلية واحتواءه على عناصر أو متغيرات مكملة للعنوان الرئيس، من قبيل نوع الدراسة أو المنهج، أو الاطر الزمانية أو المكانية.

العنوان الاشاري او الشكلي: وهو هنا ليس نوعا أو تصنيفا لعناوين البحوث العلمية، لكنه يفاد منه كمؤشر لقراءة ظهور المتغيرات أو العناصر البحثية في كل من العنوان الرئيس أو الفرعي وهي عادة ماتكون دالة على جنس الدراسة أو نوعها أو منهجها أو اطرها وليس متغيراتها الأساسية التي يفترض بالباحث أن يضمنها في العنوان الرئيس.

المبحث الثالث : نتائج الدراسة التحليلية لعناوين عينة من البحوث الإعلامية

في ضوء معايير التصنيف اعلاه والمقياس الدال على وجود متغيرات الموضوع البحثي في العناوين، سواء كانت فرعية او رئيسية، يمكن تطبيق ذلك على عينة عشوائية من البحوث الاعلامية للماجستير والدكتوراه في كلية الاعلام وكما يلي.

١- تنوع العناوين المستخدمة

نلاحظ في الجدول رقم (١) ان استخدام انواع العناوين في عينة الدراسة بنوعيهما الرئيس والفرعي، قد كشف عن ميل لاستخدام العنوان المركب الذي يضم كلا النوعين، بنسبة لا تشكل فارقا كبيرا عن استخدام نوع واحد فقط، الذي غالبا ما يكون هو العنوان الرئيس من دون اضافة نوع فرعي له، ف جاء استخدام الاثنين معا بنسبة (٥٥٪) فيما جاء استخدام عنوان واحد فقط بنسبة مقاربة وهي (٤٥٪).

ويدل ذلك بحسب ما يرى الباحث ان متغيرات الدراسة ومواضيعها التي تفترض تنوعا وسعة في الرسائل الجامعية تفرض على الباحث الاطالة في العنوان لتضمنين اكبر قدر ممكن من المتغيرات. وان ذلك لا يحققه غير اللجوء الى العناوين المركبة.

٢- استخدام المتغيرات المستقلة والتابعة

يبين الجدول رقم (٢) تضمين العنوان الرئيس للمتغيرات المستقلة والتابعة، سواء كان العنوان رئيسا لوحده أو يكون له عنوانا فرعيا مكملا له، وقد جاء ظهور المتغيرين في العنوان بنسبة (٨٥٪) وهي نسبة كبيرة قياسا بما يتضمنه العنوان من متغير واحد والذي جاء بنسبة (١٥٪). ويمكن ان يكون ذلك مؤشرا يستوفي احد شروط صياغة العنوان الجيد في البحوث العلمية، وانعكاسا لادراك الباحثين لاهمية ذلك.

٣- العناصر والمتغيرات المستخدمة في العنوان

من خلال معطيات الجدول (٣) الذي يشمل المؤشرات الخاصة بمتغيرات الدراسة التي يتضمنها عنوان البحث أو ما ذهبنا اليه في موضوع "العنوان الاشاري" الذي يمكن أن نستدل من خلاله على العناصر والمتغيرات التي تتضمنها عناوين البحث العلمي في كلا النوعين الرئيس والفرعي، نلاحظ ما يلي:

- تضمين العناوين لمجتمع مضمون البحث بنسبة اكبر من باقي المتغيرات، اذ جاء اولا بنسبة (٢٩.٨٢٪)، يليه ثانيا كل من مجتمع دراسة الجمهور والاطار الجغرافي بالمرتبة الثانية، وبفارق لا بأس به، فيما ندر استخدام الاطار الزمني في عناوين البحوث العلمية عينة الدراسة، اذ جاء اخيرا بنسبة (١٠.٥٢٪).

- جاء استخدام الاطار الجغرافي في العنوان الرئيس بنسبة اكبر مما يستخدم في العنوان الفرعي.
- دلت العناوين على نوع المنهج من خلال العناوين الفرعية بنسبة اكبر مما دلت عليه العناوين الرئيسية، حيث ظهر في الاخيرة في عنوان واحد فقط.
- تدل معطيات الفئة الخاصة بمجتمع الدراسة انها الاكثر بروزا في العناوين اذا ما اخذنا تكرار ظهورهما معا بنسبة اكبر من باقي العناصر او المتغيرات.
- العنوان الرئيس هو الاكثر توظيفا لمجتمع مضمون الدراسة في البحوث العلمية حيث تم تكراره بنسبة (٤٠.٦٢%) وظهرت تكراراته على نحو اكثر من توظيفه في العنوان الفرعي الذي جاء بنسبة (٤%).
- الاطار الزمني هو الاقل ظهور في العناوين بنوعها، وكذلك ظهر في العناوين الفرعية اكثر منه في العناوين الرئيسية.

٤- العناصر الديموغرافية للعنوان

يبين الجدول (٤) طول العناوين في عينة الدراسة وتم اعتماد ما هو متعارف عليه علميا في ادبيات البحث العلمي من أن يكون العنوان مختصرا قدر الامكان وجامعا لمتغيراته الرئيسية التي تعبر عن موضوع البحث، وأشار بعض الباحثين الى ان المعيار الافضل في طول العنوان هو (١٥) كلمة وان لايزيد عن ذلك منعا لاطالته أو يقل عنه منعا لغموضه وابهامه، وهو امر غير ملزم في كل الاحوال لكنه من الممكن الاخذ به في الاشارة الى الحدود التي يتحرك فيها الباحث في الصياغة اللغوية لبنية العنوان، فضلا عن ان معايير طول العنوان في بعض البحوث الاجنبية للرسائل والاطاريح تقترح من ٦-١٦ كلمة ومع انها تخص العناوين باللغة الانكليزية لكنها تقترب من المؤشر المعياري في البحوث العربية.^(٣٦)

ويكشف الجدول المذكور أن ما جاء متوافقا تماما مع هذا المعيار من مجموع عينة البحث هو (١٠%) فقط فيما جاءت العناوين ذات الكلمات الاقل عددا بنسبة (٥٥%) تليها في المرتبة الاخيرة ما زاد عن الرقم المعياري وبنسبة (٣٥%). ويمكن ان نلمس من ذلك ان الاقتصاد اللغوي في صياغة العناوين قد جاء بنسبة مقبولة وتعكس محاولة تضمين المتغيرات الرئيسية في العنوان قدر الامكان بالشكل الذي يراعي حجم العنوان من دون اطالة او توسع. ولعل ذلك يتطلب قراءة سياقية للكشف عن اوجه القصور من عدمها في مدى تعبير العناوين المراعية للمعايير في طول العنوان عن موضع ومشكلة البحث وهو مما ليس في مجال هذا البحث. وعموما فان النتائج اعلاه تكشف عن توجه بحثي في مراعاة استخدام العناوين المقبولة وعدم الاطالة او التوسع في تضمين العناوين عدد كبير من المتغيرات والعناصر البحثية.

٥- انواع العناوين المستخدمة

يتضح من الجدول (٥) أن نسبة استخدام نوع العنوان الوصفي هي المسيطرة على اتجاه عناوين البحوث العلمية في جميع عينة البحث، ولعل هذا الأمر ينطبق على البحوث العلمية العربية بشكل عام سواء كانت رسائل واطاريح جامعية او بحوث مجلات علمية، نظرا لتقاليد المنهجية العلمية العربية في هذا الموضوع، وعدم ورود ما يشير الى استخدام انواع اخرى في كتب مناهج البحث العلمي، على خلاف المنظورات الغربية في هذا الاتجاه، ورغم ان ذلك يقيد الباحث، لكن يمكن اعتماد جانبا من المرونة المنهجية في اختيار شكل العنوان وامكانية التوسع اكثر الى استخدام العناوين الاخرى.

الاستنتاجات :

من خلال نتائج الدراسة الحالية، وكذلك المقاربة النظرية لجانب من المنظورات العلمية التي تناولت العنوان في البحوث العلمية بالدراسة والتحليل، يمكن وضع الاستنتاجات على مستويين، هما:

اولا: المستوى النظري: استنتج الباحث الاتي :

- ١- رغم صعوبة الجزم علميا بعدم وجود دراسات في موضوع معين وفي أي تخصص، لكن على المستوى العربي، وحسب حدود المعطيات المتوفرة لدى الباحث، فانه لا توجد دراسات عميقة تعنى بالعنوان بشكل تحليلي او احصائي خارج الاطر المنهجية.
- ٢- حفلت الدراسات الادبية بأبحاث ودراسات مختلفة حول موضوع العنوان ومن منظورات معرفية عديدة على خلاف الدراسات العلمية.
- ٣- اهتمت الدراسات الاجنبية بموضوع العنوان في البحوث العلمية وتناولته من زوايا ومناحي علمية ونظرية وتطبيقية مختلفة.
- ٤- ان العنوان في المنظور العلمي الغربي لا يرتبط فقط بالمنهجية وشروطها، لكن مع الاخذ بها، يرتبط في جوانب منه بمفاهيم التسويق والذيع والانتشار ومدى قدرة الباحث على تضمين عنوان بحثه مقومات ذلك.
- ٥- تنوع استخدام اشكال مختلفة من العناوين في البحوث الاجنبية، فيما ينعدم ذلك في البحوث العربية بحسب ادبيات البحث العلمي العربي التي توجه باستخدام العنوان الوصفي دون الخوض بتفاصيل العناوين الاخرى.
- ٦- ان التعاطي العلمي العربي مع موضوعة العنوان لا يزال اسير التنظير المنهجي وعدم تأصيل منطلقات بحثية اخرى لدراسته بعمق.

ثانيا: على مستوى الدراسة التطبيقية: إذ بنيت الاستنتاجات على المقاربات المنهجية التي كشفت عنها عينة البحث.

١- استخدام العناوين المركبة بشكل اكثر من العنوان الواحد وكذلك تضمين العنوان اكبر عدد من المتغيرات يدل على مؤشر ايجابي في مراعاة المعايير المنهجية الخاصة بضرورة تعبير العنوان عن ابرز جوانب موضوع الدراسة.

٢- عدم وجود تنوع في استخدام انماط العناوين المستخدمة عالميا يكون ذلك نتيجة الصرامة المنهجية في البحوث العلمية العربية وشروط صياغة العنوان.

٣- تركيز العناوين في البحوث عينة الدراسة على تضمين العناوين متغير مجتمع الدراسة بنسبة اكبر من باقي المتغيرات يدل على اهتمام الباحثين المنصب على الاطار الجغرافي وهو مؤشر سلبي يؤثر على رواج الدراسة في بيئة الاتصال العلمي بحسب دراسة (جاكس وسيبير Jacques and Sebire) في الجانب النظري من هذا البحث.

٤- عدم اهتمام الباحثين بتضمين الاطار الزمني في عناوين البحوث العلمية، حيث جاء بنسبة اقل من باقي المتغيرات، وهو امر ينعكس سلبا على العنوان الذي تمثل الدلالة الزمنية لموضوع البحث جانبا مهما منه.

٥- مراعاة اطوال العناوين عينة الدراسة لمعايير متفق عليها في طول العنوان وعدد كلماته وهو مؤشر ايجابي في عملية صياغة العنوان.

التوصيات: يوصي الباحث بما يلي:

١- الاهتمام بدراسة العنوان في البحوث العلمية كموضوع مستقل بذاته، والافادة من الدراسات الاجنبية في هذا المجال التي تناولته من منظورات مختلفة.

٢- توسيع قاعدة التعاطي المرن مع العنوان صياغة وتركيبا بشكل لا يخرج عن الضوابط المنهجية، ولكن بما يتيح لطلبة الدراسات العليا او الباحث عموما استخدام انواعا مختلفة من العناوين كما هو الحال بالنسبة للباحث في دول الغرب.

٣- دراسة العنوان في البحوث العلمية من منظور تكنولوجيا الاتصال العلمي عبر الانترنت، ودراسة مقومات التسويق والانتشار للبحوث العلمية.

٤- دراسة العناوين في رسائل واطاريح كلية الاعلام بجامعة بغداد من حيث متغيرات مختلفة لتتبع مسارات التطور والاختلاف فيها عبر الزمن، سواء في الشكل او النوع.

هوامش البحث

¹ Sinisa Subotic: Short and amusing: The relationship between title characteristics, downloads, and citations in psychology articles. Journal of Information Science 1-11. Available at:

<https://goo.gl/kE2Yq5>

² Jamali, H.R. and Nikzad, M. (2011): Article title type and its relation with the number of downloads and citations. *Scientometrics*, 88 (2):653-661. Available at: <http://dx.doi.org/10.1007/s11192-011-0412-z>

³John Hudson: An analysis of the titles of papers submitted to the UK REF in 2014: authors, disciplines, and stylistic details. *Scientometrics* (2016) 109:871–889. Available at: <https://goo.gl/HU2P88>

Ball, R. (2009). Scholarly communication in transition: The use of question marks in the titles of scientific articles in medicine, life sciences and physics 1966–2005. *Scientometrics*, Available at <http://link.springer.com/article/10.1007/s11192-007-1984-5>

⁽⁵⁾ أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، مادة عنن من باب العين، دار صادر للطباعة و النشر بيروت، لبثان المجلد ٤، ١٩٩٧، ص ٣١٥.

⁽⁶⁾ علي ملاحي: مقالات نقدية و حوارات مختارة ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١١، ص ٥١٧.

سعید علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، مطبوعات المكتبة الجامعية، الدار البيضاء، المغرب، ١٩٨٤، ص ٨٩.

رشدي احمد طعيمة، رشدي احمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٥٧.^٨
لمزيد ينظر: ليندة جنادي، هبة مفتاحي: سيميائيات العنوان في روايات محمد مفلح، رسالة ماجستير غير منورة، جامعة الجبلالي، الجزائر، ٢٠١٥، ص ٦.^٩

Hamid R. Jamali: Article title type and its relation with the number of downloads and citations. <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11192-011-0412-z> ¹⁰

Ball, R. (2009). Scholarly communication in transition: The use of question marks in the titles of scientific articles in medicine, life sciences and physics 1966–2005. *Scientometrics*, 79(3), 667-679. Available at <http://link.springer.com/article/10.1007/s11192-007-1984-5>

الحسين بشوط: صياغة العنوان وفق الشروط والضوابط المنهجية: متوفر على <http://www.arsco.org/detailed/6949cc71-2664-484c-a278-8d35900dd920> ^{١٢}

رجاء وحيد ديودري: البحث العلمي، اساسياته النظرية وممارساته العملية، دار الفكر، دمشق، ٢٠٠٠، ص ٤٠٦.^{١٣}
محمد منير حجاب، اساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط٣، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٢٣.^{١٤}
محمد بن عبد العزيز جيزان، البحوث الاعلامية، اسسها اساليبها مجالاتها، مكتبة الملك فهد، ط٢، الرياض، ٢٠٠٤، ص ٣٦١.^{١٥}
فوزي غرايبة، واخرون: اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، الجامعة الاردنية، ط٢، ١٩٩٨، ص ١٩٦.^{١٦}
شيماء ذو الفقار: مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩، ص ٢٩.^{١٧}
محمد بن عبد العزيز جيزان، مصدر سبق ذكره، ص ٣٦١.^{١٨}
فوزي غرايبة، واخرون: مصدر سبق ذكره، ص ١٩.^{١٩}
فهد خليل زايد: اساسيات منهجية في العلوم الانسانية، دار النفائس للنشر، عمان، ٢٠٠٦، ص ١٦٢.^{٢٠}
محمد بن عبد العزيز جيزان، مصدر سبق ذكره، ص ٣٦١.^{٢١}

Michael Derntl : Basics of research paper writing and publishing. Int. J. Technology Enhanced Learning, Vol. 6, No. 2, 2014. P 109. Available at: <http://dbis.rwth-aachen.de/~derntl/papers/misc/paperwriting.pdf> ^{٢٢}

23 R AFAEL BALL: Scholarly communication in transition: The use of question marks in the titles of scientific articles in medicine, life sciences and physics 1966–2005. *Scientometrics*, Vol. 79, No. 3 (2009) p 678. Available at: <https://goo.gl/Tf5dcm>

²⁴ John Hudson: An analysis of the titles of papers submitted to the UK REF in 2014: authors, disciplines, and stylistic details. *Scientometrics* (2016).p 872. Available at: <https://goo.gl/kUFkop>

^{٢٥} عبد الخالق محمد علي: خطوات نحو بحث النهج الاعلامي، دار المحجة البيضاء للنشر، بيروت، دت، ص ٤٤.

²⁶Wager et al. Do declarative titles affect readers 'perceptions of research findings? A randomized trial

Research Integrity and Peer Review (2016) p2. Available at: <https://goo.gl/ljQB92>.

Michael Derntl : Basics of research paper writing and publishing. Int. J. Technology Enhanced Learning, Vol. 6, No. 2, : ^{٢٧} 2014. P 109. Available at: <http://dbis.rwth-aachen.de/~derntl/papers/misc/paperwriting.pdf>

Wager et al: Op.cit., p22. ^{٢٨}

²⁹ Ryan Wepler: composing an effective title. Yale College Writing Center. 2013. Available at:

[http://ctl.yale.edu/sites/default/files/files/Titles%20\(revised\).pdf](http://ctl.yale.edu/sites/default/files/files/Titles%20(revised).pdf)

شيماء ذو الفقار: مصدر سبق ذكره، ص ٣٦. ^{٣٠}

بركات عبد العزيز: مناهج البحث الاعلامي، الاصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠١١، ص ٨٨. ^{٣١}

الحسين بشوط: مصدر الكتروني سابق. ^{٣٢}

دليل كتابة الاطروحة الجامعية، جامعة دمشق، ٢٠١٢، ص ١٠. ^{٣٣}

رشدي احمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٥٧. ^{٣٤}

(35) شادية شقرون، (سيمبائية العنوان في ديوان مقام البوح ، لعبد الله العشي)، متوفر على [http://dspace.univ-](http://dspace.univ-biskra.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3164)

[biskra.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3164](http://dspace.univ-biskra.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3164)

³⁶ John Garger: How to Choose a Title for a PhD Research Paper. Available at:

<http://www.brighthub.com/education/postgraduate/articles/80637.aspx> وينظر ايضا : دليل كتابة الرسائل العلمية

<https://goo.gl/buC0bw> الماجستير والدكتوراه في جامعة الملك عبد العزيز. متوفر على:

ملحق جداول الدراسة:

جدول رقم (١) يبين انواع العناوين المستخدمة من حيث الشكل

ت	متغير العنوان	التكرار	النسبة
١	العنوان الرئيس مع العنوان الفرعي (مركب)	١١	%٥٥
٢	العنوان الرئيس لوحده (جملة واحدة)	٩	%٤٥
مج		٢٠	%١٠٠

جدول رقم (٢) يبين العنوان الرئيس ومدى استخدام المتغيرات المستقلة والتابعة

ت	وجود المتغيرات في العنوان (تابع ومستقل)	التكرار	النسبة
١	وجود متغيرين في العنوان	١٧	%٨٥
٢	وجود متغير واحد (مستقل)	٣	%١٥
مج		٢٠	%١٠٠

جدول رقم (٣) يبين العناصر والمتغيرات المستخدمة في العنوان

ت	مؤشرات العنوان الشكلي	عدد العناصر	%	المرتبة	العنوان الرئيسي	%	العنوان الفرعي	%
١	نوع المنهج	١٠	١٧.٥٤	ثالثا	١	٣.١٢	٩	٣٦%
٢	الاطار الزمني	٦	١٠.٥٢	رابعا	٢	٦.٢٥	٤	١٦%
٣	الاطار الجغرافي	١٢	٢١.٠٥	ثانيا	٩	٢٨.١٢	٣	١٢%
٤	مجتمع جمهور	١٢	٢١.٠٥	ثانيا	٧	٢١.٨٧	٥	٢٠%
	مجتمع مضمون	١٧	٢٩.٨٢	اولا	١٣	٤٠.٦٢	٤	١٦%
	المجموع	٥٧	١٠٠%		٣٢	١٠٠%	٢٥	١٠٠%

جدول رقم (٤) يبين طول العنوان حسب معيار الجودة (١٥ كلمة) متضمنا العنوان الرئيسي والفرعي.

ت	طول العنوان / كلمة	العنوان الرئيسي والفرعي	النسبة
١	١٥	٢	١٠%
٢	اقل من ١٥	١١	٥٥%
٣	اكثر من ١٥	٧	٣٥%
	المجموع	٢٠	١٠٠%

جدول رقم (٥) يبين انواع العناوين المستخدمة

ت	نوع العنوان	التكرار	النسبة
١	عنوان وصفي	٢٠	١٠٠%
٢	عنوان تعريفي	-	-
٣	عنوان استفهامي	-	-
	المجموع	٢٠	١٠٠%

ملحق: عناوين البحوث العلمية لعينة البحث ومتغيرات دراستها حسب استمارة تحليل المضمون

ت	عنوان الدراسة/ متغيراتها	المتغيرات الاساسية		نوع الدراسة	نوع المنهج	الاطار الزمني والمكاني او النظري مجتمع الدراسة	حجم العنوان /كلمة/
		مستقل	تابع				

١٧	اطار مكاني/ مجتمع دراسة جمهور	مسحي	وصفية	اتجاهات الجمهور	التغطية الاخبارية	دور التغطية الاخبارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء الحشد الشعبي- دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد	١
١٥	اطار مكاني/ مجتمع دراسة جمهور	مسحي	وصفية	الاشباعات	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	استخدام المرأة العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها- دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد	٢
١١	مجتمع دراسة مضمون		وصفية	حرية الراي والتعبير	التفاعلية في مواقع القنوات الفصائية	التفاعلية في مواقع القنوات الفصائية ودورها في تعزيز حرية الراي والتعبير	٣
١٦	اطار مكاني/ مجتمع دراسة جمهور / مجتمع دراسة مضمون		وصفية	تشكيل الراي العام لدى الطبة	مواقع التواصل الاجتماعي	مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الراي العام لدى طلبة جامعات إقليم كرديستان : الفيسبوك انموذجا	٤
٦	مجتمع دراسة مضمون		وصفية	موضوعات الحشد الشعبي	تغطية الصحافة العربية	موضوعات الحشد الشعبي في الصحافة العربية	٥
١٦	اطار مكاني/ اطار زمني/ مجتمع دراسة جمهور		وصفية		اساليب الحرب النفسية	اساليب الحرب النفسية للكيان الصهيوني تجاه الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة للفترة 1967 - 197	٦
٥	مجتمع دراسة مضمون		وصفية	التسويق السياحي	الاعلان	الاعلان ودوره في التسويق السياحي	٧
٤	اطار مكاني/ مجتمع دراسة مضمون		وصفية	-	الاعلام البيئي	الاعلام البيئي في العراق	٨
٧	اطار مكاني/ مجتمع دراسة مضمون		وصفية	الامن القومي العربي	العولمة الاعلامية	العولمة الاعلامية وانعكاساتها على الأمن القومي العربي	٩
١٦	اطار مكاني/ مجتمع دراسة مضمون/ اطار زمني	مسحي	وصفية		مضمون المقال الافتتاحي	مضمون المقال الافتتاحي في الصحافة السورية -تحليل مضمون المقالات الافتتاحية في جريدة تشرين للمدة من	١٠

						2003 \ 4 \ 10 ولغاية 30 2004 \ 6 \	
٢٠	اطار مكاني/ اطار زمني/ مجتمع دراسة مضمون	مسيحي	وصفية		صحافة الاقليات الدينية	صحافة الاقليات الدينية في العراق -دراسة تحليلية في مجلة الفكر المسيحي ، مجلة آفاق مندائية ، مجلة لالش خلال عامي (2002 – 2003)	١١
١٩	اطار مكاني / مجتمع دراسة مضمون اطار زمني	مسيحي	وصفية	صورة العراق السياسية	الصحافة العربية	صورة العراق السياسية في الصحافة العربية- دراسة تحليلية للأعمدة الصحفية في صحف الرأي الاردنية والاهرام المصرية والبيان الاماراتية لعام 2005	١٢
١٢	مجتمع دراسة جمهور		وصفية	الصورة الذهنية للمنظمات	العلاقات العامة	دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المعنية بالتدريسيين	١٣
١٧	اطار مكاني/ مجتمع دراسة جمهور	مسيحي	وصفية	تشكيل الاتجاهات السياسية	الصحافة العراقية	دور الصحافة العراقية في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة جامعة بغداد دراسة ميدانية لطلبة كليتي الاعلام والهندسة	١٤
١٣	اطار مكاني/ مجتمع دراسة مضمون/ مجتمع دراسة جمهور	مسيحي	وصفية	اشاعة القلق	العنف في البرامج	العنف في البرامج الإخبارية التلفزيونية وإشاعة القلق لدى الجمهور -دراسة جمهور محافظة بغداد	١٥
	مجتمع دراسة جمهور	مسيحي	وصفية		الخصائص المهنية للقائم بالاتصال	الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الاعلام العراقي -دراسة ميدانية	١٦
٢٢	اطار مكاني/ اطار زمني/ مجتمع دراسة مضمون	مسيحي	وصفية	مواقف الصحافة العراقية	ظاهرة هجرة الكفاءات	مواقف الصحافة العراقية من ظاهرة هجرة الكفاءات العلمية الوطنية بعد 9 \ 4 \ 2003 لغاية 31 \ 12 \ 2006 دراسة تحليلية لجريديتي الزمان والصبح خلال شهري آذار ونيسان من العام 200	١٧
١٠	مجتمع دراسة جمهور		وصفية	التغير في النسق القيمي	تعرض الجمهور	تعرض الجمهور لقنوات الجنس الفضائية والتغير في النسق القيمي الاجتماعي	١٨

٥	مجتمع دراسة مضمون		وصفي		الحرب النفسية	الحرب النفسية في الشريعة الإسلامية	١٩
٧	مجتمع دراسة مضمون	مسخي	وصفي	موضوعات الارهاب	التغطية الصحفية	التغطية الصحفية لموضوعات الإرهاب في جريدة الصباح	٢٠