

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام

دور تكنولوجيا الطباعة في تطوير
الإخراج الصحفي في الجزائر
- دراسة حالة جريدة El-Watan -

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال
فرع: تكنولوجيات واقتصاديات ومؤسسات الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:
جمال بوعجمي

إعداد الطالبة:
مليلة جوريخ

السنة الجامعية: 2025-2026

شكر وعرفان

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف الدكتور "جمال بوعجيمي" على توجيهاته القيمة التي أفادني بها.

كما لا يفوتني أن أعبر عن خالص شكري وامتناني إلى كل إطارات "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة" على تعاونهم خلال إجراء الدراسة. كما أتوجه بالشكر إلى الأساتذة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة الذين يتكرمون لمناقشتها وبقينا أن ملاحظاتهم وآرائهم سيكون لها صدى طيبا لديّ ودافعا للبحث والاستزادة العلمية والتطوير العلمي.

ملخص الدراسة:

يهدف البحث إلى إبراز أهمية التكنولوجيا المتقدمة في عالم طباعة الصحف، وكذا التعرف على أهم المشكلات التي تواجه صناعاتها، ورصد المقومات التي تساعد على نهضتها وتطورها، كما اهتمت الدراسة بالجوانب الفنية والإخراجية للصحافة الورقية لمواجهة الخطر المتمامي للصحافة الإلكترونية.

لقد تم التركيز على جريدة **El-Watan** كمفردة من مفردات الدراسة من خلال البحث في الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الطباعة في تطوير إخراج الجريدة بعد اقتنائها لماكينات الطباعة الحديثة وامتلاكها لمطبعة خاصة. وأما الإطار البشري للبحث فتم تمثيله في مدير ومخرجي الصحيفة، وفنيو الطباعة وفرز الألوان.

وقد اعتمدت الدراسة الحالية التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية على منهج دراسة الحالة للجريدة، من خلال استخدام أدوات الملاحظة المباشرة، والمقابلات مع الطاقم البشري العامل بالمطبعة والصحيفة معتمدين على استمارة المقابلة الموجهة للمدراء، وعمال المطبعة والمخرجين، كما التركيز على الأداة الأساسية المتمثلة في تحليل المحتوى (الشكلي) للصفحة الأولى لجريدة **El-watan**.

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة أبواب، الباب الأول تناول تكنولوجيات واقتصاديات الطباعة الصحفية، وعالج الباب الثاني عملية الإخراج الصحفي وأسسها، و الباب الثالث الجانب التطبيقي للدراسة من خلال التعرض لواقع طباعة وإخراج الصحف في الجزائر ومختلف تكنولوجياتها، وأثر هذه الأخيرة على مردودية الصحيفة والشكل الإخراجي لها قبل وبعد تبني التطور التكنولوجي في مجال الطباعة، وختمنا بالانعكاسات الايجابية و التوصيات.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا، الطباعة، الإخراج الصحفي، الصفحة الأولى.

Abstract:

This research aims to highlight the importance of advanced technology in the field of newspaper printing, as well as to identify the main problems facing the printing industry, and to determine the factors that help its growth and development. The study also addressed the technical and layout (design) aspects of print journalism in facing the growing threat of electronic journalism.

The focus study was placed on El-Watan newspaper as the study's case, by examining the role that printing technology plays in developing the newspaper's layout after it acquired modern printing machines and its own printing press. The human framework of the research was represented by the newspaper's director and layout designers, as well as printing and color- color-separation technicians.

This descriptive study relied on the case-study method applied to the newspaper, using tools of direct observation and interviews with the human staff working in the printing press and the newspaper, based on interview forms directed at managers, printing press workers, and layout designers. It also focused on the core tool of (formal) content analysis of the front page of El-Watan newspaper.

The study was divided into three sections. The first section dealt with the technologies and economics of newspaper printing. The second section addressed the process of journalistic layout/design and its foundations.

The third section constituted the applied part of the study, examining the reality of newspaper printing and layout in Algeria and its various technologies, and the impact of the latter on the newspaper's profitability and its design/layout form before and after adopting technological development in the field of printing. The study concluded with the positive implications and recommendations.

Keywords: technology, printing, journalistic layout, front page

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
50	آلة الطباعة المسطحة	01
51	آلة الطباعة الأسطوانية	02
52	آلة الطباعة الدوارة	03
55	الطباعة البارزة	04
56	الطباعة الغائرة	05
57	طباعة الجرافور Gravure	06
58	طباعة الأوفست Offset	07
59	مبدأ عمل طباعة الأوفست	08
68	مراحل صنع جريدة يومية	09
69	مقارنة بين إنتاج صحيفة قديما وحديثا	10
72	من الحاسوب إلى التقنيات "Computer to Techniques"	11
83	الطباعة الرقمية Digital printing	12
153	العناصر الرئيسية لجلب الإيرادات	13
301	الهيكل التنظيمي للجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة (ALDP)	14
314	توزيع التركيب الشكلي للالفة	15
315	توزيع موقع الالفة من الصحيفة	16
317	الألوان المستخدمة على الالفة	17
318	توزيع الخط المستخدمة على الالفة	18
320	توزيع اتساع الالفة في الصحيفة	19
321	توزيع توفر الأذنين في الترويسة	20
323	توزيع مضمون الأذنين	21
324	موقع الأذنين في الالفة	22
326	دراسة العنق من حيث وجوده	23
327	دراسة العنق من حيث الأبعاد	24
329	دراسة العنق من حيث المضمون	25
330	نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى	26
332	توزيع حروف المتن في الصفحة الأولى حسب ميل الحروف	27

334	استخدام الحروف العائلة في متن الصفحة الأولى	28
335	حجم الحرف الذي طبعت به نصوص الصفحة الأولى	29
337	استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى	30
338	توزيع النصوص وفقا لكثافة الحروف	31
340	اتساع سطور المتن	32
341	استخدام الألوان في حروف المتن	33
343	استخدام الأرضيات الملونة للمتن	34
344	أنواع العناوين حسب الوظيفة	35
346	أنواع العناوين حسب اتساعها	36
347	أنواع العناوين حسب طرازها	37
349	نوع الخط المستعمل في العناوين	38
350	حجم الحرف المستخدم في العناوين	39
352	استخدام الألوان في العناوين	40
353	استخدام الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين	41
355	أنواع الصور المنشورة في الصحيفة	42
356	أنواع الصور من حيث اللون	43
358	موقع الصور على الصفحة	44
359	مساحة الصورة المنشورة في الصفحة الأولى	45
361	الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى	46
362	استخدام الألوان في الصور	47
364	وجود تعليق في الصور	48
365	أنواع الصور من حيث المصدر	49
367	الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى	50
368	أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	51
370	وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	52
371	العناصر التيبوغرافية والجرافية الأكثر استخداما للألوان	53
373	أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى	54
374	موقع استخدام الجداول والفواصل في الصفحة	55
376	استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع	56
377	استخدام المساحات البيضاء	57

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
114	أنواع الملائم	01
120	نسبة الإنتاج العالمي من الورق	02
121	أكبر الدول المنتجة للورق في العالم	03
281	عدد العمال بمطبعة المجاهد في سنة 1965	04
287	العجز المالي المسجل على مستوى المطابع العمومية ما بين 1995 – 1996	05
288	ارتفاع أسعار المواد الأولية الخاصة بالمطابع خلال سنتي 1993 – 1994	06
296	إمكانيات المطبعة الجديدة	07
302	التنظيم الإداري للجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة	08
304	كميات الحبر التي تستهلكها المطبعة في اليوم	09
306	العناوين التي تطبعها "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة"	10
307	العناوين التي تنشرها "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة".	11
307	العناوين التي تطبعها وتنشرها "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة"	12
313	التركيب الشكلي لللافتة	13
315	موقع اللافتة من الصحيفة	14
316	الألوان المستخدمة على اللافتة	15
318	الخط المستخدمة على اللافتة	16
319	اتساع اللافتة في الصحيفة	17
321	توفر الأذنين في الترويسة	18
322	مضمون الأذنين	19
324	موقع الأذنين في اللافتة	20
325	دراسة العنق من حيث وجوده	21
327	دراسة العنق من حيث الأبعاد	22
328	دراسة العنق من حيث المضمون	23
330	نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى	24
332	توزيع حروف المتن في الصفحة الأولى حسب ميل الحروف	25
333	استخدام الحروف العائلة في متن الصفحة الأولى	26
335	حجم الحرف الذي طبعت به نصوص الصفحة الأولى	27

336	استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى	28
338	توزيع النصوص وفقا لكثافة الحروف	29
339	اتساع سطور المتن	30
341	استخدام الألوان في حروف المتن	31
342	استخدام الأرضيات الملونة للمتن	32
344	أنواع العناوين حسب الوظيفة	33
345	أنواع العناوين حسب اتساعها	34
347	أنواع العناوين حسب طرازها	35
348	نوع الخط المستعمل في العناوين	36
350	حجم الحرف المستخدم في العناوين	37
351	استخدام الألوان في العناوين	38
353	استخدام الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين	39
354	أنواع الصور المنشورة في الصحيفة	40
356	أنواع الصور من حيث اللون	41
357	موقع الصور على الصفحة	42
359	مساحة الصورة المنشورة في الصفحة الأولى	43
360	الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى	44
362	استخدام الألوان في الصور	45
363	وجود تعليق في الصور	46
365	أنواع الصور من حيث المصدر	47
366	الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى	48
368	أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	49
369	وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	50
371	العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداما للألوان	51
372	أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى	52
374	موقع استخدام الجداول والفواصل في الصفحة	53
375	استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع	54
377	استخدام المساحات البيضاء	55

فهرس المحتويات

أ-ج	مقدمة
	الجانب المنهجي للدراسة
2	1- إشكالية الدراسة
7	2- تساؤلات الدراسة
7	3- أهمية الدراسة
8	4- أسباب اختيار الموضوع
8	5- أهداف الدراسة
9	6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
14	7- مجتمع البحث والعينة
16	8- تحديد المصطلحات
17	9- الحدود الزمنية والمكانية للدراسة
17	10- الدراسات السابقة
	الباب الأول
	تكنولوجيات واقتصاديات الطباعة الصحفية
24	تمهيد:
25	I- ماهية التكنولوجيا وسيرورة التنبّي:
25	1.I- تعريف التكنولوجيا:
30	2.I- النقل التكنولوجي ومعايير تنبّي التكنولوجيا الاتصالية:
36	II- ماهية الطباعة وتطورها:
36	1.II- التعريف بالطباعة Printing:
37	2.II- الظروف المحيطة بتطور الطباعة:
38	3.II- مراحل ما قبل الطباعة:
41	4.II- اختراع الطباعة وتطورها في الدول الغربية والعربية:
47	5.II- التطور الصحفي وعلاقته بالمطبعة:
49	6.II- أنواع أنظمة الطباعة وأساليبها:
69	7.II- الأنماط التكنولوجية لطباعة الصحف:
93	III- اقتصاديات المطابع الصحفية:
93	1.III- اقتصاد الصحافة المكتوبة:

96	2.III صناعة الصحافة ومقوماتها الاقتصادية:
96	3.III القطاع الإداري للمؤسسة الصحفية:
97	4.III الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية:
98	5.III صناعة الطباعة الصحفية:
102	6.III أهمية المطبعة في حياة الصحيفة:
104	7.III التنظيم الإداري للمطابع الصحفية وأقسامها الإنتاجية:
106	8.III القطاع الإداري للمطابع:
109	9.III المراحل الفنية لإنتاج الطباعة:
117	10.III مستلزمات الطباعة:
118	11.III صناعة الورق الطباعي: نشأته وتطوره:
141	12.III تكاليف الطباعة:
الباب الثاني الإخراج الصحفي، المفاهيم والأسس	
158	تمهيد:
160	I- الإخراج الصحفي:
160	1.I- تعريف الإخراج الصحفي:
162	2.I- التطور التاريخي للإخراج الصحفي:
169	3.I- أهداف الإخراج الصحفي:
170	4.I- وظائف الإخراج الصحفي:
171	5.I- العوامل المؤثرة في الإخراج الصحفي:
179	6.I- عوامل تطور الإخراج الصحفي:
180	II- الأسس العلمية للإخراج الصحفي:
180	1.II- الأسس الصحفية:
183	2.II- الأسس الصحفية المتصلة بالشكل:
185	3.II- الأسس الفنية للإخراج الصحفي:
194	4.II- الأسس النفسية للإخراج الصحفي:
200	5.II- الأسس الفسيولوجية للإخراج الصحفي:

الباب الثالث:	
دور تكنولوجيا الطباعة في تطوير الشكل الإخراجي لجريدة El-Watan	
277	I. واقع طباعة الصحف في الجزائر:
279	1.I. وضعية المطابع قبل التعددية الإعلامية : 1963 – 1987:
282	2.I. الورق:
282	II. تسيير قطاع المطابع بعد إقرار التعددية الإعلامية 1990:
283	1.II. مشكل الطبع:
285	2.II. أزمة الورق:
286	3.II. مشكل الديون:
289	III. علاقة المطابع بالصحافة المكتوبة:
291	IV. تجربة المطابع الخاصة في الجزائر:
292	V. الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة (ALDP):
البيانات التحليلية للدراسة	
313	1- دراسة الترويسة لجريدة El Watan:
321	2- دراسة تحليلية لأذني الترويسة:
325	3- دراسة العنق:
330	4- دراسة تحليلية لحروف المتن في الصفحة الأولى:
344	5- دراسة تحليلية لحروف العناوين:
354	6- دراسة تحليلية للصورة المنشورة:
366	7- دراسة تحليلية للألوان المستخدمة في الصفحة الأولى:
372	8- دراسة تحليلية لعناصر الفصل:
387	خاتمة:
390	قائمة المراجع:
399	الملاحق:

مقدمة

لقد دفع تحدي مواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات وتطوير العملية الإنتاجية للصحف، ومواجهة المنافسة بين الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى إلى ضرورة استعمال التطور التكنولوجي في صناعة الصحف وإنتاجها⁽¹⁾، وكانت التطورات الحديثة فرصة نادرة للصحيفة المطبوعة للاستفادة من الثورة التقنية من خلال توظيف هذه الإمكانيات التكنولوجية لصالحها لمواكبة التطور الحاصل الذي أضاف بعداً جديداً لمهمة العمل الصحفي، وأصبح نجاح الصحف اليوم يعتمد على قدرتها في تطوير وتبني التقنيات الجديدة، مما يعزز وظائفها في توصيل الأخبار.

وشهدت تقنية صناعة الصحف في العالم خلال العشرين الأخيرة تطورات عديدة ومتلاحقة، فجرها الاستخدام الواسع للتقنية الالكترونية في كل المراحل الإنتاجية للصحف، بحيث تحولت معظم كبريات الصحف في العالم إلى اعتماد نمط الإنتاج الالكتروني المتكامل لصفحات الصحيفة، وهو ما أحدث تغيرات جذرية في العملية الإنتاجية بكل عناصرها المقروءة والجغرافية⁽²⁾.

لاشك أن استخدام طرق جديدة وتكنولوجيا حديثة أمر جوهري لنجاح الصحف إن لم يكن لبقائها كوسيلة إعلامية، لأن وسائل الإعلام المطبوعة مصدر مهم لاكتساب كثير من المعلومات التي يحتاجها القارئ، فإنّه من الضروري للتقدم الإنساني والديمقراطي أن يتم تطوير أساليب وطرق اقتصادية جديدة تتسم بالفعالية في أداء الصحافة لدورها، وفي أوائل القرن العشرين حثّ الطلب المتزايد على أشكال الاتصال المطبوع المختلفة على ظهور تكنولوجيات تركزت في البداية على ميكنة الطباعة وصناعة الورق⁽³⁾ الأمر الذي ساهم بشكل كبير في إدخال تحسينات جوهريّة في أشكال الصحف وأحجامها، وزيادة السحب اليومي، فضلاً عن تقليل التكاليف سواء للناسخ أو المستهلك.

(1) عبد الجواد، سعيد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في الواقع والمستحدثات، ط1، مصر، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2004، ص58.

(2) أمل محمد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و دورها في تطوير الأداء الصحفي، ط1، مصر دار العالم العربي، 2010، ص10.

(3) تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، الأردن، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، 2000، ص44.

انطلاقاً من هذا السياق، تظهر العلاقة الوطيدة التي جمعت ولقرون عديدة بين ازدهار الصحافة والتقدم التكنولوجي بما في ذلك تكنولوجيا الطباعة الصحفية، الأمر الذي جعل الباحث الأمريكي مارشال ماكلوهان (Marshal Mec Luhan) يدعو إلى دراسة الوسيلة في حد ذاتها لما تحمله هذه الأخيرة من أثر على المتلقي، فالوسيلة هي الرسالة بغض النظر عن المحتوى.

فالصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية كان لزاماً عليها أن تتبني كل ما هو جديد وتتكيف مع العصر، حيث أخذت الصحف الحديثة تتنافس فيما بينها في تطوير آلياتها الطباعية بعد اتساع نطاق عملية الطباعة، والتقدم في أساليبها، وفي ظل هذا التنافس كان من الصعب أن يكون الاختيار للآلة الحديثة سهلاً وميسوراً، بل يحتاج إلى كفاءة فنية عالية، تستطيع أن تضع تقديراتها للاختيار الأمثل لنوعية الطباعة التي تخرج بها الصحيفة، بالإضافة إلى توفر اليد العاملة القادرة على إدارة آليات الطباعة الحديثة⁽¹⁾.

وفي ظل التحولات الراهنة لم تبق الصناعة المطبعية رهينة الماضي، ومتأخرة على مثيلاتها في حقول أخرى، حيث بدأ المشرفون على الصحافة في استغلال التقنية الحديثة التي أدت إلى انقلاب خطير طور من الصحافة المكتوبة، وأعاد لها مجدها الذي كاد أن يفلت منها في نهاية الحرب العالمية الثانية، خاصة بعد انتشار الوسائل السمعية البصرية، وقد صرح أحد الإعلاميين الأمريكيين في زحمة التطورات الكبرى في ميدان الطباعة، وبعد أن أجرى بحثاً حول عشرين صحيفة أمريكية، قال ديبولد: "إني لم أر صناعة مقدراً لها أن تشهد تحولات ما بقدر ما ستشهد صناعة الصحف، وإن كانت هذه تحقق الآن من التحول أقل ما يحققه غيرها" و يضيف قائلاً: "إن الأجهزة الالكترونية ستؤدي إلى ثورة في الطباعة في مثل عظمة الثورة التي أحدثها جوتنبرغ"⁽²⁾.

وهكذا أضحت في عالم اليوم قوة كبيرة وصناعة ضخمة، وبات إصدار الصحف يتطلب توفر الإمكانيات المالية الكبيرة والمعدات الحديثة، ولعلّ أهم ما تتطلبه الصحافة وجود المطابع التي تعمل ضمن مقاييس فنية محكمة الدقة، بهدف الوصول إلى الجودة

(1) غازي زين، عوض الله، الأسس الفنية للمجلة، ط1، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997، ص117.

(2) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربي، مقال لمحمد طلال "تكنولوجيا الإتصال وتطوير الإعلام العربي المكتوب"، ط1، تونس، دار الثقافة، 1991، ص229.

المطلوبة في إنتاج الصحف⁽¹⁾، فهناك جرائد متعددة الألوان والأشكال تسحب في مطابع ضخمة تقذف مئات الصفحات العائدة لعدد واحد، باستطاعة أجهزة النقل والمواصلات الحديثة وضعه على طاولة الفطور، أو على أكشاك مختلف نقاط البيع كما في الوقت الحالي، فصناعة الصحف أصبحت ظاهرة اقتصادية وإحدى أوسع الصناعات في العالم، فهي توظف مئات الألوف من الأشخاص، من مدراء التحرير، مخبرين، طابعين وموزعين، وهم بذلك يشكلون حلقة متواصلة غايتها الأساسية إيصال الخبر إلى القارئ تجسيدا لمبدأ حق المواطن في الإعلام الذي تضمنته المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948⁽²⁾.

ولعلّ هذه التطورات كانت تهدف أساسا إلى تطوير شكل الصحيفة أو إخراجها بحيث تصل إلى القارئ في ثوب جذاب يثير انتباهه، ويجذب اهتمامه للمحتوى الذي تقدمه له صحيفته، ومنه فإن تبني الصحف للمستحدثات التكنولوجية المختلفة ربما يهدف أيضا إلى أن تتمتع بتميز نسبي في صراعها مع الاكتشافات الجديدة⁽³⁾.

ومن هنا نجد حرص المؤسسات الصحفية على امتلاك مطابع خاصة بها لتنفيذ شكل إخراجي مميز لها لتحقيق فعالية كبيرة وتأثير بصري فعال للمادة المطبوعة، مما يدفع القارئ للنظر أولا ثم القراءة ثانيا.

(1) جون بيتر، مقدمة في الإتصال الجماهيري، تر مركز الكتب الأردني، ط4، الأردن، 1986، ص33.

(2) يعتبر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أول بيان دولي أساسي يتناول حقوق كافة أعضاء الأسرة الإنسانية، وهي حقوق غير قابلة للتصرف أو الانتهاك وقد صدر طبقا لقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948 بوصفه المعيار العام لإنجازات جميع الشعوب والدول فيما يتصل بحقوق الإنسان، وهو يتضمن حقوقا عديدة مدنية و سياسية و اقتصادية و ثقافية يستحقها الناس في كل مكان. ويتألف من ديباجة و 30 مادة تحدد حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، التي ينبغي أن يتمتع بها الجميع في جميع أنحاء العالم دون تمييز. للمزيد انظر كتاب: الطاهر بن خرف الله، محاضرات في الحريات العامة و حقوق الإنسان، ط2، الجزائر، مطبعة الكاهنة، 2002، ص47.

** المادة 19 من الإعلان تقول: « Tout citoyen peut parler, écrire, imprimer, librement sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi »

* ترجمة المادة: "كل شخص يحق له أن يتكلم، يكتب، يطبع بحرية، استجابة لهذه الحرية، إلا في حدود ما تسمح به الحالات التي حددها القانون".

(3) شريف درويش، اللبان، الإخراج الصحفي، ط1، مصر، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص21.

الجانب المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. منهج الدراسة وأدواته
7. مجتمع البحث والعينة
8. تحديد المصطلحات
9. الحدود الزمنية والمكانية للدراسة
10. الدراسات السابقة
11. المقاربة النظرية للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

يعتبر الاعتناء بالجانب الجمالي في إخراج الصحيفة بأحسن صورة من بين أولويات الصحافة الورقية في عصرنا الحالي أمام ظهور التقنيات الرقمية والصحافة الإلكترونية، وهذا ما يعرف بالإخراج الصحفي الذي يضمن توزيعاً متوازناً للوحدات والعناصر التيبوغرافية والجغرافية على الصفحات، وهو ما يعزز القيمة الجمالية للصحيفة، يعتمد فيه المخرج على فنه وذوقه تساعده في ذلك التكنولوجيا الحديثة.

فضلاً عن ذلك، يعمل الإخراج الصحفي على تنظيم المحتوى الصحفي وإبراز أهم عناصره، وتحقيق الجذب، وتوفير التصفح المريح، فلا تستطيع المطبوعات في تعبيرها عن شخصيتها أن يكتفي كل منها بالتميز في المادة التي تقدمها للقراءة، ولا في أسلوب تحرير هذه المادة فقط، فمن باب أولى أن تحاول كل مطبوعة إظهار نفسها في شكل معين، يتسم بالإنفراد والخصوصية، وترجع هذه الأولوية في المقام الأول إلى أن الشكل بصفة عامة هو الذي يصفح القراء قبل المحتوى، وبالتالي فإن كان الشكل جذاباً جميلاً ممتعاً دفع القارئ إلى قراءة المحتوى والعكس صحيح.

وتجدر الإشارة إلى أنه في مجال بحوث الصحافة نجد أنها اهتمت في النصف الثاني من القرن العشرين بموضوعات عديدة، وتركزت في مجملها على تاريخ الصحافة، والتحرير الصحفي بفروعه المختلفة، والأدوار التي تقوم بها الصحافة في المجالات السياسية والاجتماعية، وجاء ترتيب الإخراج الصحفي، والاهتمام بمظهر الصحيفة آنذاك في ترتيب متأخر، ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى عدم وضوح مفهوم الإخراج الصحفي وندرة البحوث والدراسات التي أجريت في هذا المجال، بجانب نقص المهتمين بفروع الصحافة عموماً، نظراً لصعوبة التصدي لموضوعاته، وضرورة توافر عنصر الخبرة والأداء المهني، وكذلك ارتباط مجال إخراج الصحف بتخصصات أخرى أكثر تعقيداً مثل تكنولوجيا الطباعة، وأسس التصميم الفني.

إلا أنه، وعلى الرغم من ذلك فقد شهدت السنوات القليلة من عمر القرن الحادي والعشرين تحديثاً وتطويراً على شكل الصحف، والتحسين التدريجي في أسلوبها الإخراجي وجودة طباعتها، والذي تزامن مع الاهتمام بمضمون المادة المقدمة عبر صفحاتها، واستطاعت الصحف أن توظف إمكانيات هذه المرحلة في تحسين إنتاج الصحيفة شكلاً

ومضمونا، وعلى ذلك كانت الحاجة إلى الاهتمام بإخراج وتصميم الصحف بصفة دائمة لإعطاء شخصية إخراجية منفردة للمنتج الصحفي.

بناء على ذلك، تظهر العلاقة الوطيدة التي جمعت بين الطباعة والإخراج الصحفي منذ قرون، فبسبب حداثة الأجهزة الطباعية، يشهد إخراج الجرائد قفزة هائلة في صحافة اليوم، حيث أصبحت أهم جوانب الإخراج الصحفي تتركز على عناصر الجذب والتأثير والجمالية، إضافة إلى العنصر الاقتصادي وعنصر التحديث.

والجزائر كغيرها من الدول عملت منذ الاستقلال على تطوير قطاع الصحافة المكتوبة في جميع مراحلها الإنتاجية رغم الصعوبات التي واجهتها والإمكانيات الضئيلة، حفاظا على استمرارية حق المواطن في الإعلام، ففي مجالات الطباعة واصلت الشركات الفرنسية احتكارها لهذه العملية بموجب الفراغ القانوني، وهو ما شكّل عائقا أمام انتشار الصحافة الوطنية الناشئة وهو ما جعل السلطات الجزائرية تلجأ إلى إنشاء مطابع عمومية تتكفل بطباعة الصحف الجزائرية، حيث ظهرت أربعة مطابع تابعة لكل من "المجاهد"، "النصر"، "الجمهورية"، الشعب، مجهّزة بالعتاد، وإن وجود هذه المطابع في الوقت الذي دخلت فيه الجزائر التعددية الإعلامية الذي تزايدت فيه العناوين الصحفية إلى ما يزيد عن 200 عنوان يدل على عدم توازن واضح بين الإمكانيات المتوفرة والإعلام المكتوب الذي يحتاج إليه، ومواكبة للتطورات التي مسّت صناعة الصحافة بما في ذلك الطباعة الحديثة، عمدت الصحف الوطنية إلى استعمال أحدث التكنولوجيات في الطباعة كوسيلة جديدة للحفاظ على مكانتها في السوق الإعلامية وتحقيق أكبر عدد ممكن من التوسّع والانتشار على المستوى الوطني وحتى خارج الوطن، ومواجهة منافسة وسائل الإعلام الأخرى.

لهذا لجأت بعض العناوين إلى إنشاء مطابع خاصة في شكل شركات مساهمة أو ذات مسؤولية محدودة، وتدعيما لهذا القطاع عملت الجزائر على توفير آليات إنتاج و ضمانات موجهة لناشري العناوين لتسهيل الحصول على عناصر الإنتاج وتطوير الوسائل اللازمة للقطاع العمومي من حيث استيراد آلات الطبع لسدّ حاجيات الصحف وتسهيل العملية أكثر فأكثر من حيث تطوير العملية الإنتاجية للصحف كمّا ونوعا، وتحقيق أكبر مقروئية، فضلا عمّا يتوقّع لها من تقليص في التكلفة الإقتصادية. للإشارة فإن مشكل الطبع تضرّرت منه أكثر الصحافة الخاصة على غرار الصحافة العمومية التي تملك إمكانيات

الطبع في القطاع العمومي، فالصحف الخاصة التي تأسست بعد إقرار التعددية الإعلامية في الجزائر كانت تعاني من مشاكل الطبع، وهو ما أثر على سحبها. من ضمن المطابع الخاصة التي تأسست استجابة لمبدأ الحرية في إنشاء شركات الطبع والتوزيع وتنفيذا لما صرح به رئيس الحكومة "أحمد أويحيى" في خطابه أمام مجلس الأمة عام 1998، وضعت جريدة El-Watan النواة الأولى لظهور شركات مساهمة مناصفة، تمارس نشاطاتها بصورة مستقلة عن عمل الشركة الأم، مما أدى إلى ظهور مجمع الخبر الذي يضم شركات ذات مسؤولية محدودة متمثلة في **مطبعة الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة ALDP**، شركة مساهمة مشتركة بين جريدتي "الخبر" و "El-Watan"، دشنت في سنة 2000، حيث تتمثل مهمتها في طبع وتوزيع الصحيفتين في كامل التراب الوطني، ولعل الغرض الذي أنشأت لأجله هو تسهيل عملية التوزيع للجريدتين، وكان ذلك في سنة 1995، لكن سرعان ما تطور نشاطها بإضافة عملية لا تقل أهمية عنها وهي الطبع، التي من شأنها أن تساهم في رفع المردودية لدى الجريدتين. من جهة أخرى يعتبر هذا المشروع المشترك بين جريدتين تابعتين للقطاع الخاص نتيجة لرفع احتكار قطاع المطابع في الجزائر، وخصوصته في إطار سياسة تهدف إلى الرفع من فعالية الجرائد وإنتاجها الصحفي إلى جانب تطوير الصناعة الإعلامية في الجزائر التي لا تزال في مرحلتها الأولى من النمو.

لقد جاءت هذه المطبعة كحل لمشكل الطبع الذي عانت منه الصحف نتيجة لغياب عدد كافٍ من المطابع يغطي طبع مجمل الصحف الوطنية، ما جعل بعض العناوين تتوقف عن الصدور للسبب ذاته، أما العناوين الأخرى فبقيت في الساحة الإعلامية تؤدي رسالتها بإمكانياتها البسيطة رغم الاضطرابات التي شهدتها على مستوى السحب أو توقيت الصدور والطبع، فأحيانا تسحب الصحف في وقت متأخر، الشيء الذي أدى إلى تذبذب صدورها، ومن ثم توزيعها باعتبار عملية التوزيع مكتملة للطبع، فحدوث خلل على مستوى طباعة الصحيفة يؤدي بالضرورة إلى تأخر توزيعها، وهو ما حدث لجريدة "الخبر" اليومية حيث كان من المقرر أن تكون صباحية، فأصبحت تصدر مسائية لأسباب تدخل في نفس السياق.

ولتغطية جميع الولايات، أنشأت فروعاً لها في كل من قسنطينة من خلال شركة (SIMPREC) بنسبة 51% للخبر مقابل 49% لجريدة El-Watan وشركة (ENIMPOR) التي يملكها الخبر بنسبة 49 في المائة مقابل نسبة 51 في المائة لجريدة El-Watan.

الجدير بالقول هو أنّ "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة" هي مشروع مشترك بنسبة 50% لكل من صحيفتي "الخبر و El- Watan"، يأتي بعد فشل عدة مشاريع لإنشاء مطابع خاصة، كالمشروع الذي كان من المقرر أن تشترك فيه كل من جريدتي "Le soir d'Algérie" و "الخبر"، هذه الأخيرة حرصت في بداية مشوارها على اقتناء معدات وتجهيزات الطباعة الحديثة، حيث تعاملت مع شركات أجنبية رائدة في هذا المجال، وذلك للرفع من فعالية الجريدتين من حيث الإنتاجية والنوعية، على الرغم من العراقيل التي واجهت إنشاء هذه المطبعة سواء كانت جمركية أو تجارية، إلا أن المشروع تحقق في النهاية بفضل تظافر جهود الجريدتين، وأصبح نموذجا للمطابع الخاصة التي تستحق التشجيع والاهتمام من طرف الدارسين في الحقل الإعلامي بصفة عامة، والباحثين في اقتصاديات الإعلام بصفة خاصة، باعتبار أن هذا الجانب لم يحظ بالدراسة المعمقة والمفصلة في الجزائر رغم الأهمية التي يكتسبها.

إن الدور الفعال الذي تلعبه المطبعة ضمن سلسلة الإنتاج الصحفي يدفعنا إلى معرفة تنظيمها الهيكلي، وطرق تسييرها انطلاقا من كونها جزء لا يتجزأ من الصناعة الإعلامية في المؤسسات الصحفية، وقد وقع اختيارنا على مطابع الجريدتين باعتبارها تجربة حديثة العصر، وتابعة لجريدتين لهما مكانة مميزة في الحقل الإعلامي الجزائري، إلى جانب أن لها من الإمكانيات والمميزات التي تؤهلها لمنافسة المطابع العمومية سواء من حيث شكل التسيير أو من حيث العتاد الجديد المستعمل بها، فالمطابع مجهزة بأحدث التقنيات المطبعية، وصممت على أسس العمران الحديث، كل هذه المميزات تؤهلنا للبحث في مختلف الجوانب المنظمة لها، وميكانيزمات تسييرها، ومدى مساهمتها في تطوير الإخراج الصحفي للصحيفتين ودورها في ذلك إعلاميا، وهل هي ضرورة ملحة في نجاح الأداء الإعلامي لها. تعتبر هذه الدراسة بحثا علميا تطبيقيا حول حجم التطورات الحديثة والنهضة العالمية في فنون الطباعة والإخراج الصحفي، ومدى الاستفادة من الثورة الطباعية العالمية في الصحافة الجزائرية، والعوامل التي تحول دون الاستعانة بالتطبيقات الجديدة في إخراج الصحف، فالإخراج الصحفي لم يعد مرتبط بالنظريات الإخراجية التقليدية، بل أصبح يعتمد على مقومات فنية عصرية تواكب ثورة المعلوماتية والاستخدام الشامل للحاسوب في كل أقسام الإنتاج الصحفي كالجمع والتنضيد والتنفيذ.

في هذا السياق نحاول الكشف عن العلاقة بين استعمال تكنولوجيا طباعة الصحف واقتصادياتها باعتبارها إنتاج اجتماعي تتعدى كونها مجموعة من الآلات والمعدات الخاصة التي تستخدم في الإنتاج، لتشير كذلك إلى هيكل من المعرفة والأفكار التي تمكن من استخدام هذه الآلات، إلى جانب أنها صناعة لها مستلزماتها من المواد الأولية، تستدعي مصاريف وتكاليف تتدرج ضمن نفس الإطار، وانعكاسات ذلك على عملية الإخراج الصحفي لجريدة El-Watan، ونستعرض من خلال هذه الدراسة مدى تأثير الجريدتين بتكنولوجيا الطباعة المستخدمة على مستوى مطابعها، وتوضيح العلاقة الجوهرية بين التطور الطباعي وأثر ذلك على الشخصية الإخراجية لهما التي تضمن درجة من القبول لدى القراء. كما نتوخى في بحثنا هذا التعرف على الدور الذي أضافته التكنولوجيا الطباعية المتاحة في تطوير الإخراج وأداء المخرج الصحفي من خلال التطرق إلى إخراج الجريدة قبل دخول المطبعة وبعدها ومختلف المؤثرات على جميع جوانب العمل الصحفي التنظيمية والإدارية والاقتصادية، والتركيز على الفنية والجمالية منها، خاصة مع التحديات التي تفرضها الوضعية الراهنة للإعلام المكتوب.

لقد عانت الصحافة الجزائرية في الماضي الكثير من المشاكل من حيث الوقت و الجهد و الجودة بسبب النظم التقليدية في الطباعة و احتكار السلطة للمطابع و منه السيطرة على المحتوى الصحفي، و كانت هذه المطابع تعتمد على الطباعة البارزة ذات الإمكانيات المحدودة، الأمر الذي جعل الصحف الخاصة و على رأسها جريدتي الخبر و الوطن بالفرنسية تقتني مطبعة خاصة تعتمد التكنولوجيا الحديثة في الطباعة مثل طريقة الطباعة بالالوفست لتطوير البناء الشكلي لها.

نستعرض من خلال هذه الدراسة مدى تأثير جريدة El-watan بتكنولوجيا الطباعة المستخدمة على مستوى مطابعها، وتوضيح العلاقة الجوهرية بين التطور الطباعي وأثر ذلك على الشخصية الإخراجية لهما التي تضمن درجة من القبول لدى القراء. كما نتوخى في بحثنا هذا التعرف على الدور الذي أضافته التكنولوجيا الطباعية المتاحة في تطوير الإخراج وأداء المخرج الصحفي من خلال التطرق إلى إخراج الجريدة عينة الدراسة قبل دخول المطبعة وبعدها ومختلف المؤثرات على الشكل الإخراجي، والتركيز على الفنية والجمالية منها، خاصة مع التحديات التي تفرضها الوضعية الراهنة للإعلام المكتوب.

واستنادا لكل ما سبق، يمكن طرح الإشكالية الجوهرية مفادها:

ما هو دور تكنولوجيا الطباعة الصحفية في إخراج جريدة El watan؟

2- تساؤلات الدراسة:

تتفرع عن الإشكالية الرئيسية التساؤلات التالية:

- كيف تمت معالجة العناوين في الصفحة الأولى لجريدة الوطن بالفرنسية؟
- كيف تم توظيف الألوان في الصفحة الأولى للجريدة؟
- كيف تم إخراج العناوين في الصفحة الأولى للجريدة محل الدراسة؟
- كيف تمت معالجة الصور و الرسوم في الصفحة الأولى للجريدة؟
- كيف تم توظيف وسائل الفصل في الصفحة الأولى للجريدة محل الدراسة؟
- إلى أي مدى اختلف شكل الجريدة بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة في الطباعة؟
- ما مدى التطور في إخراج الصفحة الأولى لجريدة الوطن بالفرنسية بفعل التطور التقني في طباعتها؟

3- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من كونها تتبع من مكانة المطبعة في الدورة الإنتاجية للصحيفة في شكلها المادي الموجه للقارئ بمختلف طبقاته الاجتماعية، وعلى اعتبار أنها حلقة الإنتاج التي لا يمكن الاستغناء عنها، وأيضا من كونها تقدم معلومات عن التطور التكنولوجي في الطباعة الصحفية وانعكاساته على الصحافة والإخراج الصحفي كأحد أهم الخطوات في إصدار الصحيفة، وما لهذه العملية من الأثر على تطوير مهارات المخرجين وتوظيفها بالشكل الذي يحقق مردودية أكثر ومقروئية واسعة.

حاولنا دراسة شركات طبع الجريدة من الناحيتين التكنولوجية والاقتصادية، حتى يتسنى لنا معرفة التسيير العام لها، والعلاقة التي تحكمها، فالغرض من هذه الدراسة يدخل في نطاق الوصف الشامل لهذه الشركات ضمن إطارها الداخلي وتوضيح العلاقة بين التقنيات المطبعة الحديثة المستخدمة فيها بكونها صناعة إعلامية لها متطلباتها ومقاييسها، تحتاج إليها كلما دعا التعجيل بالخدمات الصحفية وإيصال المعلومات الإخبارية في وقت أقل وبتكاليف مناسبة، والشكل الإخراجي للصحيفتين ودورها في جودة الإخراج، فمشكل

الصحافة اليوم يتوقف على السرعة الضرورية في إنجاز الصحيفة اليومية والخدمات المتنوعة، والتكلفة المتزايدة التي تهدد استمرارية الجريدة.

عموما الإخراج الصحفي هو المسؤول عن تنظيم المحتوى الصحفي وإبراز أهم عناصره، وتحقيق الجذب، وتوفير التصفح المريح، فالقارئ لا يستمع إلى الصحيفة بل ينظر إليها ويمسحها بصريا، ثم يقوم بقراءتها، والإخراج الصحفي يسعى دائما إلى التجديد، والابتعاد عن الرتابة لجذب انتباه القارئ، واستثارة رغبته في قراءة موضوع قبل آخر.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها الدراسة التي تناولت صحيفة El-watan مراحل تطورها طباعيا وإخراجيا في ان واحد. كما تتضح أهمية الدراسة لحدثة استخدام الصحف الجزائرية الخاصة لتقنيات طباعية حديثة أثرت على جودة طباعة الصحف وإخراجها، حيث أن معظم الصحف الجزائرية كانت في وقت مضى تصدر بالاعتماد على الطرق التقليدية في الطباعة والإخراج.

4- أسباب اختيار الموضوع:

➤ أسباب ذاتية:

1. الميل إلى دراسة مثل هذه المواضيع المتعلقة بالصحافة المكتوبة و كيفية إخراجها و جمالها.
2. ولوجي إلى عالم الصحافة المكتوبة كصحفية متدربة في بعض الصحف الخاصة و تعلقي بهذا الميدان.

➤ أسباب موضوعية:

- 1- أهمية الموضوع الذي يعالج تكنولوجيا الطباعة الصحفية و الإخراج الصحفي من الناحيتين العملية و الفنية باعتباره جزءا لا يتجزأ من العملية الصحفية من خلال أداء عدة أدوار أهمها الجذب و إثارة الاهتمام، و الوظيفة الجمالية التي تقف وراءها التكنولوجيا الحديثة في طباعة الصحف.
- 2- قلة الدراسات السابقة في هذا المجال، و هذا ما يجعل هذا الموضوع حديث الدراسة في الجزائر

5- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع الطباعة في شركة ALDP ونمط التسيير فيها، وتحاول أن تحدد مكانة استعمال التكنولوجيا فيها حيث تتبع أهمية قطاع المطابع في حد ذاته، ومدى مواكبة الصحيفة للإخراج الصحفي ضمن مواصفاته العالمية، وتحديد الاحتياجات الفنية والتقنية لمسايرة الثورة التكنولوجية، علما أن الطباعة أصبحت اليوم ظاهرة اقتصادية حقيقية اعتبارا للدور الذي تلعبه في عملية التنمية. ويمكن تلخيص هذه الأهداف فيما يلي:

- 1- التعرف على إمكانيات المطبعة الخاصة بجريدة El Watan من الناحية الإنتاجية.
- 2- دراسة أساليب إخراج وطباعة جريدة El Watan باعتبارها أهم إصدارات المطبعة الخاصة بالجريدة، ومدى تغير هذه الأساليب باقتناء تكنولوجيا النشر المكتبي والماكينات الحديثة.
- 3- قياس دور التكنولوجيا الجديدة للطباعة في تطوير إخراج جريدة El Watan.

6. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

❖ منهج الدراسة:

استنادا لغرض الدراسة يتحدد نوعها، حيث يمكن إدراجها ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات، والاتجاهات، والقيم والأهداف، والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وفي بحوث الصحافة تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن لجمهور القراء وغير القراء والجماعات، وكذلك وصف الدوافع والحاجات والاتجاهات، بالإضافة إلى وصف الصحف ومحتواها والنظم والوقائع والأحداث ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها وتحققها⁽¹⁾، ولعل هذا يفيدنا في إعطاء وصف كامل للمطبعة في سياقها العام، وتصنيفها واستخلاص النتائج، والتعرف على النموذج الإخراجي المتبع في الجريدة.

(1) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005، ص248.

إن طبيعة الموضوع وزاوية الاختيار هي التي تحدد طبيعة المنهج المتبع، الذي يحدد بدوره إستراتيجية البحث وأدواته، ويهدف إلى الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها، ولما كان موضوعنا مرتبطا بالكشف عن دور استخدام تكنولوجيات الطباعة في الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة في تطوير الإخراج الصحفي في جريدة El-Watan كمفردة باعتبارها أحد المالكين لهذه الشركة من مجمل المطابع الأخرى، استعنا في ذلك على منهج دراسة الحالة الذي يستوجب اختيار عدد محدود من الحالات أو الوحدات الممثلة لمجتمع الدراسة، ويتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بالوحدة المدروسة بغرض التعمق فيها، ويعرف على أنه منهج يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة، سواء كان شخصا أو مؤسسة أو تنظيما اجتماعيا، وهو يقدم على أساس التعمق في جميع المراحل التي مرت بها الوحدة⁽¹⁾، ومنه فالهدف من منهج دراسة الحالة لا يقتصر على مجرد الوصف الكامل للوحدة المدروسة ولكنه يتعدى إلى كونه يتعمق في دراسة تلك الوحدة أو جانبا منها⁽²⁾.

بناء على ما سبق، تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف رصد و تحليل خصائص ظاهرة أو موقف معين لاستخلاص النتائج، وتصل من خلال ذلك إلى تعميمات بشأن الظاهرة التي يدرسها الباحث. و بشكل أدق تتدرج هذه الدراسة ضمن بحوث الشكل، حيث تعد الدراسة الوصفية لاتجاهات التصميم و البناء الشكلي للجرائد احد اتجاهاتها الأساسية، و يمثل البناء الشكلي للصحف و عناصره في هذا النوع من البحوث مادة التحليل التي يتم تسجيل البيانات حول وجودها.

تأسيسا على ذلك، تم اختيار الوصف التحليلي، حيث سيتم إجراء مسح لمحتوى جريدة El-Watan محل الدراسة نركز فيه على سمات البناء الشكلي الخاص بها، و هل لتكنولوجيا الطباعة دورا في تحسين الميزات الشكلية، و العناصر الثابتة و المتغيرة و كيفية إخراجها. ولما كان موضوعنا مرتبطا بالكشف عن دور استخدام تكنولوجيات الطباعة في الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة في تطوير الإخراج الصحفي في جريدة El-Watan كمفردة باعتبارها مالكة مساهمة في هذه الشركة من مجمل المطابع الأخرى، استعنا في ذلك على

(1) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص20.

(2) محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1985، ص134.

منهج دراسة الحالة الذي يستوجب اختيار عدد محدود من الحالات أو الوحدات الممثلة لمجتمع الدراسة، ويتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بالوحدة المدروسة بغرض التعمق فيها، ويعرّف على أنه منهج يتّجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة، سواء كان شخصا أو مؤسسة أو تنظيما اجتماعيا، ومنه فالهدف من منهج دراسة الحالة لا يقتصر على مجرد الوصف الكامل للوحدة المدروسة ولكنه يتعدّى إلى التعمق فيها. إلى جانب منهج دراسة الحالة، وجدنا أنفسنا مطالبين بالاستعانة بالسرد التاريخي في جوانب من هذه الدراسة استجابة لجزء هام منها ووفقا لطبيعة المادة المختارة، والتي تستوجب العودة إلى الماضي لتقصّي حقائق تاريخية معينة، ويقصد به البحث العلمي الذي يقوم على تتبّع ظواهر تاريخية، انعكست من خلال أحداث ووقائع مثبتة في التاريخ ومسجلة في المصادر المختلفة⁽¹⁾ بصورة تبعث فيها الحياة من جديد، ويسهم هذا المنهج في فحص ونقد المصادر المختلفة التي تستقي منها الأحداث والحقائق التاريخية، وتصنيف البيانات والمعلومات وتنظيمها بصورة علمية يسهل الرجوع إليها من أجل استخدام النتائج العامة والتنبؤ والتخطيط للمستقبل⁽²⁾.

❖ أدوات الدراسة:

بناء على إشكالية الدراسة، والتساؤلات المطروحة، وبناء على ما ترمي إليه من أهداف، واستنادا إلى المنهج المتبع في البحث، استلزم في الجانب الميداني الاستعانة بالأدوات التالية في جمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة وهي:

أ. المقابلة:

تفرض طبيعة المعلومات التي يرغب الباحث في استخدامها وفق ما يخدم أهداف الدراسة، اللجوء إلى أسلوب المقابلة الذي يمكن تعريفه على أنه التفاعل اللفظي المنظم بين الباحث والمبحوث والمبجوثين لتحقيق هدف معين⁽³⁾، فكانت المقابلة الشخصية أنسب وسيلة لجمع المعلومات وذلك عن طريق الاتصال الشخصي لتقصّي الحقائق من المبحوثين في

(1) عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، الجزائر، الشهاب، 1998، ص28.

(2) عبد الله محمد عبد الرحمن، محمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2001، ص175.

(3) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص227.

وضعية أكثر حرية حتى يتم التعبير عن الآراء والأفكار والمعتقدات وذلك هو السبيل للتعلم في المبحوث⁽¹⁾.

أما محمد بدر فيعرفها على أنها استبياناً، فبدلاً من كتابة الإجابات، فإن المستجوب يعطي معلوماته شفويًا في علاقة مواجهة وإذا ما قام بالمقابلة شخص ماهر، فإن المقابلة تصبح أفضل وأعلى من طرق جمع البيانات الأخرى⁽²⁾.

من الناحية الإعلامية يمكن تعريفها على أنها نوع صحفي قائم بذاته يقوم على طرح العديد من الأسئلة المعدة سلفاً، أو التي تولد خلال إجراء المقابلة⁽³⁾.

كما استخدمنا بشكل أساسي المقابلة في الجانب التطبيقي بحكم غياب المراجع الخاصة بالجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة باستثناء المقالات الصحفية التي تبقى ناقصة، وجملة المقابلات التي قمنا بها كان الغرض منها التعرف على نوع التكنولوجيا المستخدمة في المطبعة والتنظيم الداخلي للمطبعة ومجمل المصاريف والتكاليف المترتبة عن خدماتها، إلى جانب معرفة مختلف المعاملات التجارية وزبائن المطبعة.

وعن الجانب التنظيمي والاقتصادي لشركة الطبع وتوزيع الصحافة، فاستعنا باستمارة مقابلة من خلال إجراء مقابلات شخصية غير مقننة مع مدير الجريدة، و الأقسام الإنتاجية في المطبعة وذلك بهدف توصيف التجهيز التكنولوجي لهذه الأقسام للتوصل لجوانب التطور على مستوى العملية الإنتاجية. ويرجع اختيارنا لمدراء الأقسام الإنتاجية في المطبعة لما لهم من اتصال مباشر وإلمام بكل جوانب العملية الإنتاجية وما يرتبط من آلات وعمالة، بالإضافة إلى مقابلات مع عمال المطبعة لمعرفة أنواع الآلات المستخدمة في أداء كل عملية والإمكانيات المتاحة لذلك وأوجه التحديث فيها (المجهود، الأمان، والوقت.... الخ)، وأيضاً الطاقة الإنتاجية لكل آلة، والوقت اللازم للقيام بكل مرحلة من مراحل الطباعة قبل وبعد التطوير.

وفيما يخص الإخراج الصحفي قمنا باستجواب مخرجي الصحيفة وفنييها، و العاملين بالجرافيك لتزويدنا بالكيفية التي يتم بها الإخراج وما هي الأدوات المستعملة في ذلك.

(1) نفس المرجع، ص 228.

(2) أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، دون تاريخ، ص 350.

(3) محمد لعقاب، الصحفي الناجح، ط 1، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص 109.

ب. الملاحظة:

تفيد الملاحظة كأداة أساسية من أدوات البحث العلمي في الحصول على معلومات صادقة ودقيقة، وتعرف على أنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها الاستعانة بالأدوات والأجهزة المناسبة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر، وذلك بهدف معرفة صفاتها، خواصها والعوامل الداخلية فيها⁽¹⁾.

لقد كانت للملاحظة نصيبا هاما في دراستنا، وساعدتنا في الحصول على معلومات إضافية هامة من وسائل تجميع البيانات فهناك معلومات يمكن للباحث أن يحصل عليها عمليا بالفحص المباشر.

وقد تركزت الملاحظة الشخصية حول الأدوات المستخدمة ووسائل القيام بالعمل في النظام الجديد، وأساليب العمل، وعمليات المراجعة والتصحيح، وإعداد الصور، واشتملت أيضا كيفية صنع الألواح الطباعية، وعمليات التوضيب النهائي للصفحات وصولا لعملية الطبع، كما لاحظنا المجهود العضلي الذي يبذله العامل على الآلة، ومدى وجود آلات عاطلة أو طاقات غير مستعملة وكذا نسبة المرتجعات، هذا بالنسبة للجانب الإنتاجي، أما عن المرحلة الإخراجية فكانت جل ملاحظتنا مركزة على مراحل وضع الماكيت أو الخريطة العامة للصحيفة، وما هي الوسائل المستعملة في ذلك.

كما أن استخدام الملاحظة حدد نوع التكنولوجيا المستعملة، واستطعنا من خلالها التقرب من عملية الطبع وسيرها في "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة"، وما هي المراحل المختلفة التي تمر بها الصحيفة اليومية. فضلا عن المقابلة والملاحظة، فقد اعتمدنا على الوثائق والسجلات الإحصائية الرسمية والتقارير التي تحصلنا عليها أثناء إنجازنا لهذه الدراسة.

ج. استمارة تحليل المحتوى (الشكل) :

ونظرا لطبيعة الدراسة التحليلية فقد تم استخدام تحليل المحتوى كأداة أساسية لجمع البيانات، من خلال التركيز على البناء الشكلي للصفحة الأولى لجريدة El-Watan من خلال تحليل عينة من أعداد الجريدة المدروسة. يقصد بتحليل المحتوى حسب برلسون

(1) محمد حسين سمير، بحوث الإعلام، مصر، عالم الكتب، 1995، ص124.

"تقنية بحث تستهدف الوصف الموضوعي، المنهجي و الكمي للمحتوى الظاهر في الاتصال"⁽¹⁾. وكان ذلك من خلال دراسة و تحليل الصفحة الأولى كآلاتي:

1. دراسة الترويسة لجريدة EL- WATAN
2. دراسة تحليلية لأذني الترويسة
3. دراسة تحليلية لحروف المتن في الصفحة الأولى
4. دراسة تحليلية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى
5. دراسة تحليلية للألوان المستخدمة في الصفحة الأولى
6. دراسة تحليلية لعناصر الفصل في الصفحة الأولى
7. مجتمع البحث والعينة:

يمثل مجتمع البحث المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى ، أو المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي، وفي دراستنا الحالية يتمثل في جريدة **El-watan** بجميع هياكلها و القائمون بالعمل على المستوى الفني والتقني والتحريري والطباعي. أما العينة التي تمثل مجتمع الدراسة الذي يتم جمع المعلومات الميدانية منه، و هي الجزء من الكل، حيث يتم اختيارها بطريقة عشوائية، أو احتمالية ، أو قصدية، فقد اخترنا عينة بطريقة الأسبوع الصناعي، حيث تم اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر جانفي 2010، ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر الموالي و هكذا إلى غاية 28 ديسمبر 2010. وتم اختيار هذه السنة تحديدا كونها السنة التي تم فيها البدء بعملية الطباعة باستخدام المطبعة الحديثة لمعرفة إسهامات هذه التكنولوجيا في إخراج الجريدة عينة الدراسة.

(1) لارامي ب. فالي، البحث في الاتصال، مراجعة وتدقيق: فضيل دليونمخير، علم الاجتماع والاتصال، قسنطينة، الجزائر،

جدول يمثل عينة الدراسة من صحيفة EL WATAN:

الأعداد	الشهر	الأسبوع	اليوم (تاريخ العدد) سنة 2010
1	جانفي	1	2 جانفي
2		2	10 جانفي
3		4	26 جانفي
4	فيفري	1	3 فيفري
5		2	11 فيفري
6		2	12 فيفري
7		4	27 فيفري
8	مارس	1	7 مارس
9		3	15 مارس
10		4	23 مارس
11		4	31 مارس
12	أفريل	1	8 أفريل
13		4	24 أفريل
14	ماي	1	2 ماي
15		3	18 ماي
16		4	26 ماي
17	جوان	1	3 جوان
18		2	11 جوان
19		3	19 جوان
20		4	27 جوان
21	جويلية	1	5 جويلية
22		2	13 جويلية
23		3	21 جويلية

14 أوت	1	أوت	24
22 أوت	3		25
30 أوت	4		26
7 سبتمبر	1	سبتمبر	27
14 سبتمبر	2		28
23 سبتمبر	3		29
9 أكتوبر	1	أكتوبر	30
17 أكتوبر	3		31
25 أكتوبر	4		32
2 نوفمبر	1	نوفمبر	33
10 نوفمبر	2		34
18 نوفمبر	3		35
26 نوفمبر	4		36
10 ديسمبر	2	ديسمبر	37
18 ديسمبر	3		38
28 ديسمبر	4		39

8. تحديد المصطلحات: نعرض مفاهيم الدراسة كما يلي:

الدور: الدور هو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامي للمركز التفاعلي للفرد، فبينما يشر المركز على مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز، يتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته و توقعات الآخرين منه.

1. **تكنولوجيا الطباعة:** تمثل مجموعة الوسائل المادية و المعدات التقنية، و المعارف و الأفكار العلمية المستخدمة في طباعة الصحف لتحقيق طاقة إنتاجية كبيرة في ظرف قياسي و بأقل تكلفة ممكنة.

2. الإخراج الصحفي: هو العمليات و الأساليب الفنية التي تؤدي إلى تصنيف المادة الصحفية و تقديمها و عرضها في شكل جمالي جذاب، معتمدة في ذلك على مستحدثات العلم في مجالات الفنون و علم النفس قصد جذب القراء و تيسير القراءة.

9. الحدود الزمنية والمكانية للدراسة:

1. الحدود الزمنية للدراسة: يمتد الإطار الزمني لهذه الدراسة بداية من 2 جانفي 2010 إلى غاية 28 ديسمبر 2010، وهي الفترة التي امتلكت فيها الجريدة محل الدراسة المطبوعة الحديثة.

2. الحدود المكانية: يجري البحث على صحيفة El-watan التي تصدر في الجزائر، وقد وقع الاختيار عليها كونها من الصحف الرائدة و التي تسعى إلى اللحاق بركب التقدم التكنولوجي في مجال طباعة الصحف.

10. الدراسات السابقة:

تتنوع الدراسات التي تدرس تكنولوجيا الطباعة و الإخراج الصحفي سواء على المستوى الغربي و العربي و الجزائري، و يمكن رصد بعضا منها المرتبطة بموضوع الدراسة في بعض من جوانبها:

أولاً: الدراسات الأجنبية:

1. المؤلف: Mario Garcia عنوان الدراسة:

Contemporary Newspaper Design: A Structural Approach

"ماريو غارسيا: تصميم الصحافة المعاصرة: مقارنة بنيوية - جامعة سيراكيوز، الولايات المتحدة الأمريكية).

➤ الملخص: ركزت الدراسة على تتبع التحول الهيكلي في إخراج الصحف اليومية الكبرى بعد إدخال الحواسب الآلية في الجمع والفرز اللوني، ودرست كيف غيرت تكنولوجيا الطباعة السريعة بالليزر من جماليات المطبوع.

➤ **أوجه الاستفادة:** تفيد في تأصيل الإطار النظري لمفهوم الهوية البصرية، وفهم الأسس العلمية لكيفية تحرير المخرج من القيود التقنية السابقة والانتقال إلى الإخراج المرن.

2. المؤلف: Gerard Swann

The Impact of Digital Printing Technologies on the Layout and Aesthetics of Periodicals

(جيرارد سوان: أثر تكنولوجيا الطباعة الرقمية على تصميم وجماليات الدوريات والصحف - جامعة لندن للفنون).

➤ **المخلص:** تناولت الأطروحة بالتحليل الفني أثر الانتقال إلى تقنيات الطبع المباشر من الحاسوب إلى الصفحة الطباعية (CTP)، وكيف أثر ذلك على دقة تباين الألوان وعلاقتها بسلوك القراءة والراحة البصرية.

➤ **أوجه الاستفادة:** تقدم معايير فنية دقيقة لقياس الجودة البصرية والطباعة لعناصر الصفحة الأولى، وربط الجانب التقني الصرف بالتأثير الجمالي والاتصالي للقارئ.

ثانيا: الدراسات العربية:

1. شريف درويش اللبان: 'اتجاهات التطور التكنولوجي في تدوير المادة الصحفية وأثرها على التصميم البصري للصحف اليومية' (دكتوراه - جامعة القاهرة).

➤ **المخلص:** بحثت الدراسة كيف تداخلت النظم الرقمية لإنتاج الصفحات (Desktop Publishing) مع خطوط الطباعة الحديثة لتغيير البنية الهندسية للصحف المصرية اليومية (الأهرام والمصري اليوم كنموذج).

➤ **أوجه الاستفادة:** تساعد في فهم التطور التاريخي لتكنولوجيا الطباعة في المنطقة العربية والانتقال من الجمع الرصاصي إلى الصف الإلكتروني، وتأثير ذلك على دمج الوظيفة التقنية بالوظيفة الجمالية للمخرج.

2. باسم الطويسى: معايير الإخراج الصحفي في الصحافة اليومية الأردنية في ظل البيئة الرقمية والطباعة الحديثة' (جامعة اليرموك).

➤ **المخلص:** درست مدى مساهمة البرمجيات الحديثة ومطابع الأوفست التجارية المتطورة في صياغة واجهات الصحف الأردنية، محذرة من عشوائية التلوين دون الالتزام بالمعايير الهندسية الأكاديمية.

➤ **أوجه الاستفادة:** تقدم للبحث الحالي مؤشرات علمية واضحة حول 'الاستخدام الوظيفي للألوان' والتمييز بين التلوين العشوائي والتلوين الدلالي الموجه لخدمة النص.

3. عبد الفتاح بوجمعة (2018): 'الهوية البصرية للصحافة العربية المطبوعة في عصر الرقمية' (تونس/جامعة منوبة).

➤ **الأهداف:** البحث في واقع الصحافة الورقية التونسية والعربية في ظل تحديات العصر الرقمي ومدى صمود إخراجها البصري.

➤ **المنهجية:** المنهج الوصفي التحليلي مع مقابلات مع مخرجين صحفيين ومدراء مطابع.

➤ **أهم النتائج:** بينت الدراسة أن التكنولوجيا الطباعية الحديثة نجحت في تأخير أزمة الصحافة الورقية من خلال تقديم 'منتج بصري عالي الجودة' ينافس الشاشات الرقمية، مشيرة إلى أن الصفحة الأولى في الصحف المغاربية باتت تُصمم بمنطق البوستر أو الواجهة الجاذبة (Poster Style) بفضل تقنيات الطباعة الرقمية الفورية.

4. فتحي احمد محمد شهاب تناولت التقدم الفني والتكنولوجي الحديث للطباعة وإمكانية استخدامه في الصحافة العربية - رسالة ماجستير (جامعة حلوان - كلية الفنون التطبيقية - 1975).

➤ انتهت الدراسة إلى إمكانية نقل التكنولوجيا من الدول الغربية بعد تعديلها وتهيئتها لتتماشى مع ظروف تلك الدول).

5. مروة إبراهيم سليمان تناولت "تطور تقنية طباعة الصحف اليومية ودورها في تدعيم موقف الإعلان التجاري أمام منافسة الوسائل الإلكترونية - رسالة ماجستير (جامعة حلوان - كلية الفنون التطبيقية - 2003).

➤ بحثت الدراسة في العلاقة بين التطور التقني في مجال طباعة الصحف اليومية وبين تطور الإعلان التجاري، والبحث وراء مدى تأثير فن الإعلان التجاري بالتطورات التقنية في فترة الدراسة).

ثالثاً: الدراسات الجزائرية:

1. "ساعد ساعد" (أطروحة دكتوراه/رسالة ماجستير): تناولت «التحرير الصحفي الإخباري في الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التطور التكنولوجي».

ركزت جزئياً على كيف أثرت التكنولوجيات الحديثة في أنظمة الجمع الإلكتروني، وأساليب الإخراج، وطرق النشر والطباعة في اليوميات الجزائرية.

2. باي أحلام: «الإخراج الصحفي في الجزائر دراسة تحليلية و مقارنة للصحف اليومية الجزائرية». ناقشت الدراسة القواعد الإخراجية المتبعة في توظيف الصور، الألوان، والقطع، ومدى ملاءمتها لمتطلبات الطباعة الحديثة وعادات القراءة لدى الجمهور الجزائري.

❖ التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن القول أن أغلب الدراسات العربية والجزائرية تناولت تكنولوجيا الطباعة بوصفها متغيراً تقنياً وسيطاً، أو ركزت على الجوانب الاقتصادية والسياسية للمطابع. قد تمت الاستفادة من هذه الدراسات سواء من حيث تشابه متغيرات الدراسة أو من حيث المعالجة المنهجية و التطبيقية.

تأتي قيمة الدراسة الحالية التي ركزت على جريدة El- Watan لتملاً ثغرة هامة في المكتبة الإعلامية، من خلال تتبع كيف تحولت تكنولوجيا الطباعة وفنون الطبع الرقمي والألوان' إلى شريك تفاعلي ومباشر للمخرج الصحفي في بناء الصفحة الأولى، وتأسيس مدرسة إخراجية جزائرية فريدة كسرت الجمود الإخراجي السائد، مبرزاً كيف تخدم التكنولوجيا الشكل والمضمون والخط التحريري في آن واحد.

11. المقاربة النظرية للدراسة:

تتبنى هذه الدراسة المقاربة الوظيفية التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها، التي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام، ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم العناصر التي تنطوي عليها وهي:

- مفهوم البناء والنسق: رغم تقارب مفهوم ي النسق والبناء، إلا أن التحليل الوظيفي أضفى على المفهومين أبعاد متميزة، خصوصا بارسونز الذي يعتبر مفهوم النسق أشمل بكثير من مفهوم البناء⁽¹⁾.

اعتمدت الدراسة الحالية على المنظور الوظيفي كخلفية مرجعية لها، وذلك بالتركيز على وظائف الصحافة تحديدا على البناء الشكلي للصحف، حيث تعتبر العناصر الطباعية عناصر مكونة للشكل الإخراجي، و حتى تقوم بوظائفها لابد أن تعالج بطريقة مناسبة لكي تكون مقروءة وواضحة وجذابة، من خلال استخدام تكنولوجيا الطباعة الصحفي التي توفر إمكانيات أداء هذه الوظائف في الشكل الإخراجي لجريدة El-watan .

❖ مفهوم البنائية الوظيفية:

عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية، نظريات المحافظة ونظريات تحليل الوظيفية، وأما مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين:

- البناء: هو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.
- الوظيفية: ويشير هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.

وتتمثل أهم مبادئ النظرية فيما يلي:

- النظرية الكلية للمجتمع بوصفه نسقا يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة بناء والمساندة وظيفيا لبلوغ النسق وأهدافه.
- استنادا للعملية الاجتماعية لتعدد العوامل لتعدد العوامل الاجتماعية وتبادل التأثير والتأثير فيما بينهم⁽²⁾.

(1) مرفت الطرابلسي، عبد العزيز، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص99.

(2) عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي في الجدليات والتحديات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص21.

انطلاقاً من الخطة المبينة سابقاً، فقد تم تقسيم الدراسة الماثلة إلى ثلاثة أبواب، الباب الأول بعنوان: تكنولوجيات واقتصاديات الطباعة الصحفية وتدرج تحته ثلاثة فصول، الفصل الأول يقدم خلفية معرفية تاريخية عن الطباعة والمسار التطوري لتكنولوجياتها وأساليبها ودور الطباعة في ازدهار الصحافة، وتناول الفصل الثاني الأنماط الحديثة للطباعة الصحفية واستعمال الألوان ومكانتها في الصحافة اليومية، أما الفصل الثالث فقد خصص لدراسة اقتصاديات المطابع بما تمثله من مستلزمات ومصاريف وتكاليف ناتجة عن ذلك، إضافة إلى الطباعة التجارية.

أما الباب الثاني فتم تخصيصه لعملية الإخراج الصحفي بالتعرض للتطور التاريخي له وكذا مختلف أسسه ومدارسه، والعوامل المؤثرة فيه، والتكنولوجيات الحديثة المستعملة في هذه المرحلة الهامة من مراحل إنتاج الصحيفة.

أما الباب فيمثل إسقاطاً للباب الأول حيث تناول الفصل الأول واقع طباعة الصحف وإخراجها في الجزائر وتمّ تخصيص الفصل الثاني لتشخيص "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة" من خلال مكوناتها الأساسية ومدى استعمالها للتكنولوجيا الحديثة في الطباعة إضافة إلى التسيير المالي فيها، وفي المحور الأخير تناولنا دور تكنولوجيا الطباعة في تطوير إخراج الجريدة محل الدراسة بالتركيز على الصفحة الأولى واستناداً لذلك تمت الإجابة على الإشكالية المطروحة آنفاً والتساؤلات المكونة لها.

الباب الأول

تكنولوجيات واقتصاديات الطباعة
الصحفية

تمهيد:

يتميز عصرنا الحالي بالآنية والفورية ومواكبة كل ما هو جديد وحديث، وأصبح التعامل مع التكنولوجيا عملية تحظى باهتمام جميع الشعوب على اختلاف درجات نموّها، وعلى الرغم من اختلاف مرامي الدول في العالم، إلّا أنها تبدو وأنّها متفقة بأن العلم والتكنولوجيا هما الأداة الأكثر فعالية لتحقيق الأهداف المرجوة، حيث أنّ معظم الدول المتقدّمة صناعياً تُسخر القسم الأكبر من اهتمامها في المضمار التكنولوجي على ميادين مختلفة، كالطاقة والمواصلات، في حين تركّز الدول النامية جلّ اهتمامها في مضمار العلم والتكنولوجيا على تحديد كيفية ونوعية العلوم والتكنولوجيا التي يمكن أن تساهم أكثر فعالية من غيرها في سدّ احتياجات التنمية لديها.

فالعالم اليوم تسوده تيارات مستمرة ومتدفّقة من المنتجات الجديدة وابتكار وتطوير وسائل وآليات ونظم للإنتاج تتسم بالسرعة والمرونة، ووفرة الإنتاج، وارتفاع الجودة واشتداد المنافسة بين منظمات الأعمال على المستويات المحلية والإقليمية.

فالتكنولوجيا ذات أهمية بالغة بسبب إسهامها في نشر المعرفة الفنيّة، وبما تعود به من مكاسب اقتصادية للمؤسسة أيّاً كان نوعها (اقتصادية، إعلامية، إدارية،...) ⁽¹⁾.

يعتبر مفهوم التكنولوجيا من المفاهيم التي ناقشها العديد من الباحثين والمختصين في شتى المجالات، الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والإعلامية، فاختلّفت وجهات نظرهم، وتعدّدت تعريفاتهم في دراستها، ما جعلها مرتكزاً علمياً لا غنى عنه في إحداث التغيّر والتحديث الشامل والسريع في كل المجتمعات المتقدّمة والنّامية.

ويرجع الاهتمام بالتكنولوجيا في العصر الحالي إلى العوامل التالية:

1. إنّ معدل النمو الاقتصادي يعتمد على التطور التكنولوجي.
2. الاهتمام المتزايد بتطوير مختلف الأجهزة والمعدّات وإعطاء مساندة كبيرة للأبحاث في هذه المجالات.
3. التقدم في الآلية أدّى إلى شيوع البطالة، ومن ثمّ يجب البحث عن أعمال جديدة وتدريب العمال الجدد على الآلات الحديثة.

(1) لطفي، لويز سيفيني، إدارة وتخطيط التكنولوجيا رؤية معاصرة، دار غريب للطباعة والنشر، مصر، 1999، ص5.

وعلى قدر أهمية هذا المصطلح، تعددت تعريفاته في شتى العلوم، وانطلاقاً من السياق ذاته نتناول تعريف التكنولوجيا في شكلها العام، ونختص فرعاً من فروعها الهامة بالتحليل وهو تكنولوجيا الاتصال والصحافة التي تتدرج ضمن تخصصنا، وتضم جانباً مهماً من دراستنا ألا وهو تكنولوجيا الطباعة الصحفية التي أصبحت تشكّل أحد الركائز الأساسية للإنتاج الصحفي في عصرنا الحالي، مع التركيز على المنطلق الفكري لنظرية الحتمية التكنولوجية عند العالم الأمريكي مارشال ماك لوهان (Marshal Mec Luhan)⁽¹⁾، ونعالج في الأخير النقل التكنولوجي والمعايير التي على ضوءها يتم تبني التكنولوجيا الاتصالية والسياسية الإعلامية لصيرورة التبني.

I- ماهية التكنولوجيا وسيرورة التبني:

1.I- تعريف التكنولوجيا:

تعدّ التكنولوجيا أحد مقومات والرّفاه الاقتصادي، ولو أردنا العودة إلى أصول هذه الكلمة، نجد أنّها تعريب لكلمة (Technology) المشتقة من اليونانية "Techne" وتعني فناً أو صناعية، و Logy المأخوذة من Logos وتعني علماً، وبتركيب المقطعين يصبح المصطلح "علم صناعة المعرفة"، ويترجم البعض هذه الكلمة إلى العربية بتقنية، وبعبارة أوضح هي التطبيق المنظم للمعرفة ومستجداتها من الاكتشافات في تطبيقات وأغراض علمية⁽²⁾. وهذا التعريف يركّز على تطبيق التكنولوجيا في مجال الصناعة باعتبارها دراسة علمية للفنون الصناعية.

وتُعرّف أيضاً على أنها مجموعة المعارف والعمليات والقواعد والحنكات المستخدمة لدى تحضير نوع ما من المنتجات في أيّ مجال من النشاط الإنتاجي، وأهمّ عنصر في التكنولوجيا هو العملية التكنولوجية التي هي سلسلة أفعال موجهة لخلق وإنجاز هدف معيّن (إجراءات وعمليات تكنولوجية)، وبالتالي فالتكنولوجيا هي نتاج ومصدر تطوّر الحضارة⁽³⁾. وفي سياق متّصل، التكنولوجيا هي جميع أنواع المعرفة العلمية والمهارات الفنيّة التي يتطلّبها تطوير آلات وطرق الإنتاج والتّصميم، وإنتاج السلع طبقاً للقواعد الاقتصادية⁽⁴⁾.

(1) عامر، إبراهيم، قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2003، ص331.

(2) نفس المرجع، ص331.

(3) معن، النقوي، تعريفات أولية للعلم والتقنية والتكنولوجيا، مجلة جيش الشعب 1639 (1 جوان 1990)، دمشق، ص29.

(4) قاسم، جميل قاسم، نقل التكنولوجيا وعملية التنمية وجهة نظر من الدول النامية، ط1، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، الأردن، 1984، ص27.

على نحو آخر عرّفها الباحث برونسون (Jack Bronson) بأنها عملية تصميم السلعة وتقنيات الإنتاج وأنظمة التسيير من أجل التنظيم وتنفيذ مخطط الإنتاج⁽¹⁾.

ما يمكن توضيحه من خلال هذه التعريفات هو أنّ التكنولوجيا ما هي إلا علم الصناعة الذي يشمل جانبين مادّي وفكري، فهي ليست وسائل مادية فقط، بل هي أيضا نتاج فكرة تولدت عن حاجة اجتماعية، اقتصادية، سياسية وإعلامية، ونفهم من ذلك أنّ التكنولوجيا مركّب قوامه معدّات وآلات ومباني، تتحكّم فيها المعرفة أو المهارة الفنيّة التي تنبني على الدّراية العلمية بالتمويل والإنتاج.

وبناءً على ما تقدّم، فيمكن أن نضع تعريفاً مبسّطاً للتكنولوجيا بكونها مجموعة المعارف والمهارات والأدوات المستخدمة لتجديد سلعة موجودة، أو تحويلها إلى أدوات وتطبيقات عملية تخدم التطوّر والتنمية.

وتجدر الإشارة إلى أن كلمة تكنولوجيا هي كلمة معرّبة جاءت كنقل حرفي عن كلمة "Technology"، فلا أصل لها في اللغة العربية، فكلمة تقانة تعني تكنولوجيا وكلتاها تعني معرفة وكيف، أو مجموعة المعارف والخبرات والمهارات.

أما العلم فهو معرفة لماذا: "وهو يأتي بالنظريات والقوانين العامة، والتكنولوجيا تحولها إلى أساليب وتطبيقات خاصة، في مختلف النشاطات الاقتصادية والاجتماعية. أما التقنية فمرتبطة بعري وثيقة مع التكنولوجيا، وهي مجموعة الوسائل التي تضمّ الآلات والتجهيزات والمعدّات⁽²⁾.

ولا يمكن الحديث عن التكنولوجيا دون التطرّق إلى مفهوم التطوّر التكنولوجي في السياق ذاته.

(1) يحي، الجحايوي، العولمة والتكنولوجيا والثقافة، ط1، دار الطليعة، بيروت، 2002، ص115.

(2) معن، النقوي، مرجع سبق ذكره، ص29.

◆ مفهوم التطور التكنولوجي:

لا ريب أن مصطلح التكنولوجيا قد ظهر في ظلّ الثورة الصناعية في القرن العشرين، ومع ذلك فقد اتّضح من خلال الوقوف على مفهوم التكنولوجيا أن المضمون الذي يحمله مصطلح التكنولوجيا قديم قدم الإنسان، وما تكنولوجيا القرن العشرين إلا مظهرًا متطورًا لتكنولوجيا العصور الماضية.

فالتطور التكنولوجي عبارة عن مجموعة الاختراعات أو الطرق التكنولوجية أو الخدمات أو النماذج الجديدة التي تستخدم في الإنتاج، ويترتب عليها تطوّر في كمية المنتج ودرجة جودته، وفي تعريف آخر له نجد أنّه استمرارية التقدم والنماء على أساس من توظيف كل المعارف في عملية التنمية الشاملة وابتكار، وتطوير الوسائل اللازمة لتسخير تلك المعارف في عملية التنمية⁽¹⁾.

فضلاً عن ذلك، فإنّ التكنولوجيا مثلما ذكرنا آنفاً يمكن معالجتها من عدّة زوايا، وما يهّمنا في هذا الصدد هو تناولها من منظور اتّصالي، فهناك **تكنولوجيا الاتصال**، التي تعني بصفة عامة مجمل المعارف والخبرات، والمهارات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات، إنتاجها، وتخزينها، استرجاعها، نشرها وتبادلها⁽²⁾.

وفي تعريف آخر لتكنولوجيا الاتصال نجد أنّها مجموع التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي توظف لمعالجة المضمون والمحتوى المراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري الشخصي التنظيمي أو الجمعي، والتي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمرئية والمصوّرة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية ونقلها وتبادلها من مكان إلى آخر⁽³⁾.

وانطلاقاً من تكنولوجيا الاتصال تتفرّع تكنولوجيا الصحافة المكتوبة التي تعدّ بالضرورة جزءاً منها، ويقصد بها التطبيق العملي للاكتشافات العلمية في مجال الصحافة

(1) فريد، بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، (رسالة ماجستير

غير منشورة)، جامعة قسنطينة، 2009، ص12.

(2) محمود علم الدين، أميرة عباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2001، ص265.

(3) فريد، بن زايد، مرجع سبق ذكره، ص43.

مستفيدة بذلك من الأساليب الفنية الجديدة في الكتابة، الطباعة والتّصوير وغيرها من العمليات الصحفية⁽¹⁾.

على ضوء التعريفات السابقة نصل إلى القول بأن تكنولوجيا الطباعة الصحفية التي هي محلّ الدراسة تمثل مجموعة الوسائل المادية والمعدات التقنية، والمعارف والأفكار العلمية المستخدمة في طباعة الصحف لتحقيق طاقة إنتاجية كبيرة في ظرف قياسي وبأقل تكلفة ممكنة.

وبتعبير آخر هي ذلك المركّب الذي قوامه المعدّات، والماكينات المطبعية والآلات والمباني، ضف إليها الدراية الفنيّة بتشغيلها أو المهارات الفنية المستخدمة من طرف عمال المطابع لتحقيق المردودية الإنتاجية في وقت قياسي، لإشباع احتياجات المؤسسة الصحفية، فتكنولوجيا الطباعة من هذا المنطلق تشمل جانبين: المهارات الفنيّة، والوسائل المادية (من آلات طباعية، ووسائل تنظيمية وإدارية خاصة بالمطبعة).

♦ نظرية الحتمية التكنولوجية عند مارشال ماك لوهان (Marshal Mec Luhan):

تتنمي نظرية الحتمية التكنولوجية إلى المفكر الأمريكي مارشال ماك لوهان، وقد عرض أفكار نظريته عام 1962 في كتابه "Gutenberg Galaxy: The making of typographic man"، حيث قسم التاريخ الإنساني إلى أربعة مداخل:

1- مرحلة الطفولة البشرية: وهي فترة ما قبل الحضارة، أي عصر المجتمع القبلي (الاتصال الشفهي).

2- عهد الشباب الأول للبشرية: وهي فترة الانتقال إلى عصر الكتابة والتدوين.

3- عهد الشباب الثاني للبشرية: وهي الفترة التي بدأت باختراع جوتنبرغ للحروف الطباعية المعدنية المتحرّكة.

4- عهد الشباب الثالث: وهو عهد ظهور التقنيات الإلكترونية التي يتميّز بها عصرنا الحالي.

من خلال هذه المراحل الأربعة يفسّر ماك لوهان مجمل تاريخ البشرية انطلاقاً من تطور وسائل الاتصال، حيث يرى أن البشرية ما هي إلّا نتاج لحتمية تكنولوجية تدفعنا بقوة نحو المستقبل، ففي الحقبة الأولى من تاريخ البشرية (حقبة الأمية) استخدم البشر كل

(1) فاروق، أبو زيد، مدخل إلى عالم الصحافة، ط2، عالم الكتب، مصر، 1997، ص38.

حواسهم بالتساوي للاتصال ببعضهم البعض، ثم في الحقبة الثانية تجاوزت البشرية مرحلة الأمية وانتقلت إلى مرحلة الاتصال عن طريق الرموز من خلال اختراع الكتابة التصويرية، أما في الحقبة الثالثة حقبة اختراع الحروف الطباعية المعدنية المتحركة، فقد زاد تقييد الإنسان بالطبيعة البصرية التي أضفتها السطور الطباعية على تفكيره انطلاقاً من الانتشار الواسع لهذه التكنولوجيا الجديدة، بحيث أصبحت الطباعة بمثابة النظارة الواقية التي تنظر من خلالها إلى المجتمع⁽¹⁾.

على هذا النمط من التفسير الذي أسنده مارشال ماك لوهان لتطور المجتمعات، شهد العالم تغيرات تكنولوجية في شكل موجات خلال القرن العشرين، وقد تضمنت الموجة التكنولوجية الأخيرة التحول إلى طباعة الأوفست في أواسط الثمانينات وإصدار الطباعات الدولية، وتزايد الاهتمام بالطباعة الملونة، وتوجيه الاستثمارات الضخمة إلى إنشاء المطابع الجديدة.

قبل ذلك، المطبعة كأداة إنتاجية قد مرت بفعل التكنولوجيا الحديثة بعدة تطورات أدخلت عليها في كل مرة، فانتقلنا معها من الآلة اليدوية إلى الآلة الميكانيكية التي تنتج من 1200 إلى 1500 حرف في الساعة، ثم تطورت إلى أن وصلت إلى حوالي 50 ألف حرف في الساعة بعد منتصف الخمسينات، وفي هذا السياق يمكن استخلاص معادلة بسيطة تبين دور التقنية، فكّما تطورت المطبعة كلما زاد السحب، وكّما زاد السحب كلما تحقق الانتشار الأكبر للصحيفة وبالتالي التأثير السريع.

من الناحية التقنية تقوم المطبعة باستنساخ النموذج الأصلي في آلات، ولأنه يطغى على عمل المطبعة العمل التقني وعمل الآلات، فإنها عملية صناعية بدرجة أولى يتوقف عليها المستوى الفني في إعداد الصحيفة (نوعية الورق، الألوان).

أصبح واضحاً جداً أن القدرة الإنتاجية في هذه المرحلة تتولاها قدرة المطبعة نفسها والمستوى المتقدم الذي وصلت إليه، فالمطابع الحديثة لها طاقات إنتاجية ضخمة، تسمح بتخفيض التكلفة المتوسطة بالرغم من أن الورق يؤثر هو الآخر في التكلفة، فحدوث أزمة في سوق الورق يؤدي إلى أزمة في الصحافة.

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، ط1، دار المعرفة

الجامعية، بيروت، 2005، ص47-48.

من الجليّ إذن أنّ التكنولوجيا الحديثة قد تلعب دوراً فعالاً في تسهيل عملية الطباعة، حيث تستخدم في قطاع الاتصالات والإعلام، كما أنّها توفرّ فوائد عديدة تتمثل في نوعية أفضل في الإنتاج، ويكفي أن نضرب مثلاً على ذلك بين صحيفة في دولة نامية وصحيفة في دولة متقدمة من حيث حجم المادة المطبوعة، وموضوعاتها المحرّرة، وسرعة طباعتها مع تطبيقات الكمبيوتر، والتركيبات الضوئية القادرة على إخراج 3 آلاف سطر من أسطر الجرائد في الدقيقة الواحدة⁽¹⁾.

2.I- النقل التكنولوجي ومعايير تبني التكنولوجيا الاتصالية:

1.2.I- النقل التكنولوجي:

إنّ التكنولوجيا المعاصرة تزداد تعقيداً كلّما ازداد العلم المعاصر عمقاً، وتزداد نشاطاً كلما ازداد اتّساعاً، وبالتالي فإنّ أخذ التكنولوجيا عن العلم يصبح أكثر وضوحاً، وأشدّ حدّة، وألزم ضرورة في الحاضر، وفي المستقبل عنه في الماضي، وعندما تقوم تكنولوجيا في مجتمع معاصر دون أن تكون ذات صلة وثيقة بالعلم الفاعل في هذا المجتمع، فإنّها تكون تكنولوجيا مظهرية، أو تكنولوجيا مستوردة، فمجرّد نقل التكنولوجيا بمعناه المادّي (شراء الآلات والتجهيزات) شرط ضروري، ولكنّه غير كافٍ في صيرورة نقل وامتلاك التكنولوجيا. لهذا لا يمكن أن نقلّص التكنولوجيا إلى عنصرها المادّي (البضاعة)، ونتجاهل الدور الرئيسي للعلم والبحث والمنهج، وسرّ الصنّع الذي أدّى إلى إنتاج تلك الآلات الجاهزة، علماً أنّ التكنولوجيا كوحدة غير قابلة للتقسيم والتجزأ، تظلّ عملية معقّدة تضمن للممّلك باستمرار حق الإعلام وحق الرقابة، وحق الاستغلال، وتمنحه بالتالي سلطة واسعة في حدود ما وراء حدود الحقل التكنولوجي، وهذا ما يجعل الدول النامية تجهل تماماً ما تشتريه من تكنولوجيا، أو بالأحرى تشتري "صندوقاً أسوداً" لا تعلم ما بداخله⁽²⁾.

انطلاقاً مما سبق، نفهم أنّ نقل التكنولوجيا هو نقل معرفة علمية من خلال المناقشات والندوات والوثائق المختلفة، ومن العلم ووسائل أخرى يستفاد منها في تطوير التكنولوجيا⁽³⁾.

(1) يمينه، بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006، ص 61-62.

(2) محمود، علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1990، ص 19-18.

(3) قاسم، جميل قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 28.

وعليه، فإنّ نقل التكنولوجيا يكون بنقل أساليب صناعة وسائل الإنتاج، وفن تلك الصناعة إلى بيئة غير مصنّعة، ودمج تلك الأساليب، وذلك الفنّ في صميم البيئة المهنية، عن طريق تحويل بيئتها الاجتماعية تحويلًا نوعيًا، وتنوير نمط الحياة الاقتصادية فيها بصورة متناسقة ومتكاملة. وإذا نقلت الدولة تكنولوجيا معرفية فقط دون أن تنقل معها سلعةً رأسمالية سُمي هذا الأسلوب بالنقل الخالي من التكنولوجيا.

وعلاوة على ذلك، فإنّ أنسب أنواع التكنولوجيا هي تلك التكنولوجيا التي يمكن أن تسدّ الاحتياجات الحالية والمستقبلية التي تسعى إلى تحقيقها خطط التنمية القومية بغض النظر عن مستوى هذه التكنولوجيا، وعمومًا نقل التكنولوجيا يمرّ عبر القنوات التالية:

- تبادل المعلومات والمهارات عن طريق الكتب والدراسات العلمية.
- تدريب الكوادر الفنية.
- شراء الآلات وبراءات الاختراع.
- الاستثمارات الأجنبية.

وفي كل هذه القنوات يعتبر العنصر البشري هو العنصر الأهمّ في نجاح النقل أو تطويع التكنولوجيا المستوردة، أو تطوير التكنولوجيا المحلية، والأسلوب الذي ينبغي على الدول النامية أن تسلكه في شراء التكنولوجيا، ويمكن القول أن عامل الزمن من العوامل المهمّة في نجاح عملية نقل التكنولوجيا أو الاستفادة منها، فإنّ في مجال نقل التكنولوجيا على مدى زمن طويل قد يجعل من التكنولوجيا غير ملائمة للتطوّرات التي تحصل في المجال التكنولوجي نتيجة للاكتشافات الحديثة⁽¹⁾.

وبناءً على ما تقدّم، فإنّ ظاهرة التكنولوجيا ظاهرة فنيّة لا يتعدّى تأثيرها تطوير عوامل الإنتاج وإتاحة فرص الإحلال بين هذه العوامل حسب كفاءتها وتكاليفها النسبية، وهي ظاهرة اجتماعية فنيّة، فلا بدّ من القول أنّه ليس هناك تكنولوجيا واحدة عالمية تصلح للتطبيق جون غيرها في كل زمان ومكان، فالتكنولوجيا في الأصل لا تعطي نتائجها المرجوّة إلّا في البيئة والاقتصاد اللّذين أفرزها، ولكن يمكن تحقيق الفائدة إذا نقلت إلى خارج حدودها، وتمّ اختيارها على أسس سليمة وخاصة إذا توفّر لها إجراء التكيّف والتطوّر بين التكنولوجيا المستوردة والبيئة الاقتصادية والاجتماعية المحلية.

(1) المرجع نفسه، ص 85.

وبالتالي لا بدّ من نشر أفكار حول تطوير التكنولوجيا الحديثة بما يتناسب وظروف البيئة المحليّة، وتحقيق التشغيل الأمثل للتكنولوجيا لتحقيق أقصى طاقة إنتاجية⁽¹⁾.

2.2.I- معايير تبني التكنولوجيا الاتصالية:

أصبحت الصحافة في عصرنا الحالي صناعة ضخمة لها متطلباتها التقنية وتجهيزاتها الفنيّة، المادية والبشرية وفي نوع التكنولوجيا التي تحدّد على ضوءها مدى كفاءتها، حيث أن التكنولوجيا الملائمة لبلدها، قد لا تصلح في مكان آخر، فهناك أكثر من نمط تكنولوجي لصناعة الصحافة، وأصبح الجدير الحديث عن الأسس والمقاييس التي يتم على إثرها تبني نمك معيّن في العمل الصحفي.

ويرى البعض، أنه ثمة مبررات مهمة لإدخال التكنولوجيا الحديثة في صناعة الصحف، وتتمثل هذه المبررات في مواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجالات الإعلام ومواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات وتطوير العملية الإنتاجية للصحف، ومواجهة المنافسة مع وسائل الإعلام الإلكترونيّة. إلّا أن هذا لا يعني أن نقوم بإدخال التكنولوجيا الحديثة بشكل عشوائي، ولا يعني كذلك أن يكون التبني فجائياً بحيث تبدو هذه الأخيرة كأنها غريباً، ترفضه البيئة المحيطة التي لم تهياً لتوطين هذا القادم الجديد ليكون جزءاً لا يتجزأ منها.

وبما أن أساليب اقتناء التكنولوجيا لإدماجها في مجال معيّن عديدة، وُجب الاختيار الملموس في القيام بالعملية، وقد عدّد بعضهم ما يلي من الأساليب في الاقتناء، المفتاح باليد، تبادل الخبراء والخبرات، الشراكة المختلطة،... الخ⁽²⁾.

وتحدّد معايير تبني التكنولوجيا فيما يأتي:

- تفضيل التكنولوجيا المنتجة التي تعتمد على الإنسان في العمل بدلاً من جعله غريباً عنها.
- تفضيل التكنولوجيا التي تكون فيها الآلات عاملاً مساعداً وليست مسيطراً على حياة الإنسان.
- مدى وفرة أو ندرة عنصر العمل ورأس المال في ضوء حجم معيّن للسوق.

(1) قاسم، جميل قاسم، مرجع سبق ذكره، ص78.

(2) فريد، بن زايد، مرجع سبق ذكره، ص128.

- مدى توافر الخبرات العلمية والفنية والتكنولوجية القادرة على استخدام وتطوير التكنولوجيا.
- أن يستهدف تخطيط الاتصال تحقيق الفائدة القصوى من التكنولوجيا في أقل وقت ممكن قبل تخصيص استثمارات لها.
- استخدام التكنولوجيا غير المكلفة وفي الوقت نفسه المتصلة بتحقيق الأهداف، وقد كان ضعف الإنتاج في وقت سابق وكثرة أخطائه وتأخر نوعيته، ورداءة طباعته وراء ضرورة الالتزام بتخطيط واع مصاحب لتشغيل التكنولوجيا.
- استنادا لهذه المعايير تظهر الغاية التي تصبو إليها الصحف من تبنيها للتكنولوجيا الحديثة والمتمثلة في تطوير العملية الإنتاجية، والموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق، إضافة إلى مواكبة عصر المعلومات⁽¹⁾.
- وقد كان ضعف الإنتاج في وقت سابق وكثرة أخطائه وتأخره، ورداءة الطباعة وراء ضرورة الالتزام بتخطيط واع، وإستراتيجية مدروسة الهدف لتطوير العملية الإنتاجية والموازنة بين تكلفة الإنتاج والعائد.
- وبالتالي فعملية إدخال وتبني التكنولوجيات الحديثة في مجال العمل الصحفي يجب أن يصاحبها بالضرورة حتى تحقق الأهداف المرجوة إستراتيجية هادفة ومضبوطة، أو ما يصطلح عليه في دراسات الإعلام بالسياسة الإعلامية.

(1) سمير، محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1997، ص-14

◆ السياسة الإعلامية لسيرورة التنبؤ:

ويمكن تعريف السياسة الإعلامية وفقاً لليونيسكو بأنها "مجموعة من المبادئ المتكاملة والواضحة والدائمة والقابلة للتطبيق بواسطة المؤسسات". وهي في تعريف مشابه مجموعة من الأهداف والمقاييس التي يتم وضعها لإرشاد سلوك المؤسسات الإعلامية. أما اللجنة العربية لدراسة مشكلات الاتصال والإعلان فتعرّفها بأنها مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة. وعلى الأخصّ منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدول.

والسياسة الإعلامية قد تكون عامة جداً، من حيث طبيعة الأهداف والمبادئ التي تحددها، وقد تكون أكثر تحديداً، وقابلة للتنفيذ، فيرى البعض أنّ سياسات الإعلام لا ينبغي أن تكون مجرد إعلان عام مبهم عن بضعة مبادئ وأهداف غير محددة، بل يجب أن تكون بياناً واضحاً عن أهداف محدّدة، يسعى إلى تحقيقها الإعلام خدمة للدولة من ناحية، وخدمة للمجتمع في الاضطلاع برسائله من ناحية أخرى.

ويجب أن يؤخذ في الاعتبار عند وضع السياسة العامة لإدخال التكنولوجيات جوانب متعدّدة منها: الوضع الاقتصادي للمؤسسة الصحفية، الإمكانيات البشرية المتاحة، العادات الاجتماعية والسلوكيات الثقافية للمؤسسة.

أما سياسات الاتصال (وهي أعمّ وأشمل من سياسات الإعلام)، فهي تشير إلى مجموعة من المبادئ والأساليب التي توضع لتوجيه أنظمة الاتصال في المؤسسة، وهي توفر الإطار الدلالي لتطوير إستراتيجيات محدّدة تهدف إلى إقامة البنى التحتية للاتصال الذي يقوم بتنفيذ خطط التطوير⁽¹⁾.

(1) فريد، بن زايد، مرجع سبق ذكره، ص 130-131.

الطباعة الصحفية وتطورها:

يُعتبر ظهور الطباعة كوسيط اتّصالي حدثاً بارزاً في تاريخ الإنسانية باعتبارها أبرز وسائل الاتّصال في العصر الحديث، وتعتمد عليها معظم الأعمال الفكرية والعلمية والثقافية والإدارية، وارتبطت بعصر الصناعة، وبالتالي هي نوع من الصناعة التي تداخلت فيها عناصر فكرية، مادية، اقتصادية، فنية واجتماعية.

لقد اجتمعت ثلاثة عوامل أساسية غيرت مجرى التاريخ في مجال الاتّصال الجماهيري، وهذه العوامل هي:

✓ المادة (الحبر، الورق).

✓ المهارة (الطباعة وصفّ الأحرف).

✓ الفكرة وهي حروف الطباعة المتفرقة⁽¹⁾.

وكانت هذه العوامل الثلاثة نقطة انطلاق في عالم الاتّصال الحديث الذي سبق وأن تطوّر عبر مراحل تاريخية، تبدأ بالمرحلة الشفاهية التي كانت فيها وسيلة الاتصال الرئيسية الكلمة المنطوقة، والحاسة الأساسية هي حاسة السمع، والشائعة هي أول شكل من أشكال الإعلام، تنتقل من الفم إلى الأذن، وتليها المرحلة الكتابية، أين نجد الوسيلة الأساسية للتعبير هي الكتابة، وأصبحت حاسة البصر هي الحاسة الرئيسية، وازدهر الخبر المخطوط، وفي المرحلة الأخيرة، تأتي أي تجسيد المخطوط في شكل مادي يتم استنساخه يدوياً، هذه الأخيرة عرفت تطورات هامة في أساليبها، أحدثت ثورة، أسهمت إسهاماً كبيراً في انتشار اللغة المكتوبة.

في هذا العنصر، سنتناول تعريف الطباعة ومختلف التطورات التي شهدتها في الدول الغربية والوطن العربي، كما نشير إلى مختلف أنواعها وأساليبها، ونختتم بالدور الذي لعبته في تنمية وتحديث الصحافة المكتوبة.

(1) شدون، علي شيبية، مذكرة في تاريخ الصحافة، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص29.

II- ماهية الطباعة وتطورها:

1.II- التعريف بالطباعة Printing:

يمكن تعريفها على مستويين:

• **الطباعة لغة:** وهي مصدر لفعل "طَبَعَ" ويعني ترك أثر لمؤثر ما، ينقله من سطح إلى آخر، وقد يكون هذا الأثر مادياً مثل أثر القدم في الرمال⁽¹⁾.

• **الطباعة اصطلاحاً:** هي فنّ أو عملية نقل الحروف والرموز والرّسوم، عن طريق الضغط فوق الورق أو غيره من المساحات القابلة للطبع، باستعمال مواد معينة كالحبر أو الصمغ الرّيتي، ويعود تاريخ إنجاز أول عمل مطبوع إلى سنة 175 ميلادية على الأقل على يد الصينيين، الذين كانوا قد توصّلوا إلى صناعة الورق قبل ذلك التاريخ بحوالي 75 سنة⁽²⁾.

ويعرّفها المعجم الإعلامي على أنها إحدى مراحل العمل الطباعي، تسبقها مراحل الجمع والتّصوير وتحضير الأسطح الطباعية، تليها مراحل الطّي والتجليد⁽³⁾.

أمّا معجم مصطلحات الإعلام فيعتبرها فنّاً لاختيار وترتيب حروف الطباعة، لإظهار المطبوع بالشكل المناسب، ويحتاج هذا الفنّ إلى معلومات تكنولوجية وذوق فنيّ⁽⁴⁾.

وفي سياق تعريفها بالمفهوم الإنتاجي فتعني كل ما يحوّل الحروف والأشكال والرسوم من سطح إلى آخر لإنتاج شيء جديد في مجال الثقافة والتعليم والإعلام. وبالتالي فالطباعة هي وسيلة الإنتاج الكبير لطبعات من أصل معيّن على وتيرة واحدة، وبتكاليف متناقصة، وتأخذ الطباعة بالمفهوم الإنتاجي أشكالاً متعدّدة، ومن ثمّ بدخل في مضمونها صك العملة وحفر الأختام، وبالطبع على القماش والنسيج، والطباعة باستخدام آلات تصوير المستندات والنسخ، وطبع الرّسوم والأشكال الهندسية، وكلمة طباعة أصبحت لا تعني مرحلة الطباعة فقط، بل أصبح لها معنى أوسع، حيث اتّسع ليعني صناعة الطباعة، وما يتّصل بها من أنشطة⁽⁵⁾.

(1) آمال، سعد المتولّي، الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، مرجع سبق ذكره، ص220.

(2) فوزي عبد الرزاق، خالد، بن الصغير، مملكة الكتاب، ط1، الرباط، منشورات كلية الآداب، 1996، ص77.

(3) محمد، منير، حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، مصر، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004، ص349.

(4) أحمد زكي، بدري، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، القاهرة، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1994، ص165.

(5) آمال، سعد المتولّي، مرجع سبق ذكره، ص220.

وعلى هذا الأساس، كلمة طباعة لا تعني فقط مرحلة الطبع، نظرًا لما لها من مراحل وعمليات تشغيلية مثل: الجمع، الطبع والتجليد، بل تمتدّ إلى عملية التصميم والتخطيط للمطبوع، باعتبارها جزءًا لا يتجزأ من العملية الطباعية، ولذلك فإنّ كلمة طباعة تعني مفهومًا أكثر شمولاً لجميع عمليات الطباعة من وقت إعداد الأصول وإرسالها إلى المطبعة، إلى أن يتم تسليم الصحيفة أو المطبوع إلى إدارة التوزيع بالمنشأة الصحفية، أو إلى العملاء بصرف النظر عن نوع وطرق الطباعة وتخصّصاتها المختلفة مثل طباعة الصحف أو الطباعة التجارية⁽¹⁾.

زيادة على هذا كله، فالطباعة التي جاءت من الفعل "طبع"(*)، تحوي مرحلتين، التركيب والسحب، وعلى مستوى السحب الكبير نجد وسيط آخر وهو الفيلم⁽²⁾. من الجليّ إذن أن يبحث الإنسان على وسيلة آلية سريعة لإنتاج عدد كبير نسبياً من النسخ المتشابهة المتطابقة، من حيث الشكل، بحيث ينخفض ثمنها، ويزداد انتشارها وتحقق الهدف منها، وهذا ببساطة هو تعريف عملية الطباعة التي تستطيع أن تؤدي هذا الغرض⁽³⁾. تأسيساً على ما سبق، يمكن أن نعرّف **الطباعة الصحفية** على أنّها مرحلة إنتاج الصحيفة في شكلها النهائي، تعتمد في صناعتها على أربعة عناصر أساسية هي السطح الطابع، الورق، الحبر كوسيلة لنقل الأشكال والحروف من السطح الطابع إلى الورق، ووسيلة الطبع وهي آلات الطباعة، وتتم هذه العملية في مكان يدعى المطبعة الصحفية^(**).

II.2- الظروف المحيطة بتطور الطباعة:

إذا كان اختراع آلة للطباعة يعود في الأساس إلى الدافع الإنساني العام، فإنّ ظهور هذا الاختراع في أوروبا بالتحديد، إنّما يعود إلى ظروف عديدة تتعلّق بهذا الموقع من العالم

(1) إبراهيم عبد الله، المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، ط2، مصر، ادر الفكر العربي، 2007، ص477.

(*) طبع: هو عملية تحويل الصورة المطبوعة إلى دعامة أو حامل (Support)، ورقاً كان أو فيلماً أو قرصاً مرئياً، بغرض الحصول على منتجات في صورتها النهائية، بالأبيض والأسود، أو بالألوان، انظر: محمود، ابراقن، المبرق، ط1، الجزائر، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2004، ص375.

(2) Francis, Balle, *Dictionnaire des médias*, Paris, éd. Bordas, p122.

(3) أشرف صالح، محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، ط1، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004، ص12.

(**) المطبعة الصحفية (Imprimerie de presse) هي المكان الذي يتم فيه إنتاج الصحف اليومية، وتطبق به مختلف أساليب الطباعة.

لم تتوافر في مناطق العالم الأخرى. فأَيّ اختراع جديد يرتبط بظروف اجتماعية واقتصادية وسياسية معينة، وتتمثل هذه الظروف في:

- بدء انهيار النظام الإقطاعي الذي كان سائدًا في أوروبا في العصور الوسطى، وظهور طبقة جديدة تقع بين طبقتي النبلاء الإقطاعيين والطبقة الشعبية، هذه الطبقة الجديدة التي كان يمثلها التجار والصناع في الأساس كانت تسعى إلى تثبيت مكانها في المجتمع من خلال تعظيم أرباحها من جانب واكتساب حقوق سياسية واجتماعية جديدة. ولتحقيق ذلك سعت هذه الطبقة إلى البحث عن طرق وأساليب وآلات جديدة تسهل عملها وتزيد من إنتاجها، وبالتالي تزيد من أرباحها. وقد لجأت هذه الطبقة على الصناع المهرة في جميع المجالات وقدمت لهم التمويل المالي اللازم لاختراع آلات جديدة كان على رأسها آلة الطباعة. ومن المعروف أن يوحنا جوتنبرغ مخترع الطباعة وغيره من الطابعين الأوائل الذين يعود إليهم الفضل في تطوير هذه الآلة، كان يتم تمويلهم من جانب بعض التجار والماليين.
- بدء انهيار سلطة الكنيسة في أوروبا، بما عناه ذلك من تحرر الإنسان الأوروبي من سطوتها والبحث عن المعرفة خارج الكنيسة، وقد كان توفير المعرفة غير الدينية يتطلب جهدًا ومالًا وفيرًا لا يتوافر في ذلك الوقت إلا لطبقة معينة.

ولذلك جاء التفكير في اختراع آلة تتيح نقل المعرفة بتكاليف⁽¹⁾ أقل وبأعداد كبيرة وفي وقت قصير.

وقد أثرت ثورة الطباعة في بدايتها على العلاقات الاجتماعية تأثيرًا ملحوظًا، إذ اجتمع حول المطابع الطابعون ورجال الدين، ما جعلهم يحققون وضعًا اجتماعيًا مميزًا في المجتمع. وقد عمل أصحاب المطابع على الاحتفاظ بعلاقات جيدة مع المسؤولين الحكوميين حتى يضمنوا توفير المواد الخام والعمالة اللازمة لإدارة مطابعهم من جانب، وحتى يسمح لهم بالاستمرار في عملهم من جانب آخر.

وهكذا ارتبط ظهور الصحافة المكتوبة بالتطور الفني في مجال الطباعة، فكل تحديث أو تحسين أدخل على آلات الطباعة كان له صدى كبير على الصحف والكتب⁽²⁾.

فضلاً عن ذلك، فإنّ اختراع المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر، كان أحد أعظم الإنجازات في تاريخ البشرية، حيث كانت حقبة خصبة لتطور أشكال الاتصال

(1) محمد نصر، حسني، مقدمة في الاتصال الجماهيري، ط2، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص45-46.

(2) محمد نصر، حسني، مرجع سبق ذكره، ص46.

الحديث، الأمر الذي أحدث تطورات هائلة في الحياة الثقافية، والاجتماعية، حيث ساهمت المطبعة في إثراء المعرفة الإنسانية، وفي انتشار الكتب ومختلف المطبوعات في شتى العلوم والآداب، وبذلك تكون الوسيلة الاتصالية الفعالة التي بلورت أسس الديمقراطية وأثرت في مسار التطور الحضاري في جميع مراحلها⁽¹⁾.

وقبل الحديث عن مختلف الاختراعات والتطورات التي شهدتها المطبعة منذ ظهورها، لا بدّ من ذكر مراحل ما قبل الطباعة وهو ما سنتناوله في هذا العنصر.

II.3- مراحل ما قبل الطباعة:

لقد مرّت الحضارة البشرية بمراحل عدة في مجال وسائل المعلومات يمكن توضيحها فيما يلي:

♦ عصر الكتابة والتدوين:

أولاً: تطوّر وسائل المعلومات: يتجلى هذا التطور في مراحل مختلفة منها:

1- مرحلة الإشارات الجسدية البدائية والأصوات غير المفهومة التي استخدمها الإنسان في التفاهم والتواصل مع الآخرين، قبل عصر اللغة، منذ نحو مائة وخمسين ألف سنة.

2- مرحلة اللغة المنطوقة الشفهية، التي ارتبطت بتكوين الأسرة والقبيلة، إذ برزت الحاجة إلى وسيلة للتفاعل الاجتماعي، من خلال استخدام القدرة على إنتاج الأصوات وتشكيل ودمج تلك الأصوات في تكوين كلمات وجمل وعبارات تمثل قاعدة مشتركة للتواصل والحوار، وقد استطاعت كل جماعة بشرية التوصل إلى لغتها الخاصة، التي استندت إليها فيما بعد في تكوين ثقافتها وشخصيتها القومية المتميزة.

3- مرحلة الكتابة الصورية (المسمارية والهيروغليفية) على الصّخور، وألواح الطين، وأوراق البردي، التي سادت في الألف الرابع قبل ميلاد السيد المسيح عليه السلام، وهي أول محاولة بشرية لكسر حاجزي الزمكان، من خلال التعبير عن فكرة ما أو رسالة ما، عن طريق التجسيد الصوري والاتصال بأشخاص آخرين في أماكن متباعدة، وهذه تعدّ أول ثورة معلوماتية حقيقية في تاريخ البشرية⁽²⁾.

4- مرحلة التدوين والنسخ باستخدام الحروف بدلاً من الصّور، حيث استطاع الإنسان أن يستخدم وسيلة تجريدية، أكثر سهولة وسرعة في التعبير، ويضع في مقابل كل صوت حرفاً،

(1) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص

(2) محمد جاسم، فلهي، مرجع سبق ذكره، ص30.

ثم يتمّ تجميع الحروف في كلمات وجمل مفهومة، وقد تزامن ذلك مع نزول الكتب السماوية المقدّسة، وتوسّعت هذه الطريقة بصفة خاصة مع انتشار المسيحية، ثم تطورت بعد نزول الرسالة الإسلامية، ولا شك أن اختراع الحرف المكتوب، قد أدّى إلى ظهور الكتاب وبناء المكتبة، وازدهار صناعة النسخ والتّدوين، والتجليد وافتتاح أسواق الوراقين، بعد أن انتشرت صناعة الورق، وتمّ الاستغناء عن المواد القديمة كالطين والبردي والخشب. في هذه المرحلة أصبحت القراءة والكتابة من المهارات الشائعة، كما باتت موهبة التأليف والإنتاج الفكري والعلمي من المهن الراقية في المجتمع، وذلك على الرّغم من محدودية أعداد الكتب المنسوخة، وارتفاع أثمانها.

5- مرحلة الطباعة الميكانيكية، التي بدأت باختراع جوتنبرغ آلة تستطيع طباعة عدد غير محدود من النسخ، وسرعان ما تطورت باستخدام قوة البخار والكهرباء، لكي تتيح طباعة آلاف النسخ من الكتب والصحف والمجلات، ويمكن القول أن عملية الطباعة والنشر قد أصبحت منذ ذلك الوقت صناعة ضخمة، توظّف فيها الأموال، وتستهلك آلاف الأطنان من المواد الأولية والصناعية، مثل الورق والحبر والأقلام والمواد الكيماوية، فضلاً عن تزايد الحاجة إلى الأيدي الماهرة المدربة.

إن عصر الطباعة والنشر الورقي، قد شهد قفزات عديدة، من خلال ضخامة الإنتاج الفكري، وتنوّع مجالاته، وانتشار التعليم في كافة مراحله، وانخفاض أسعار المطبوعات، بيد أن هذه الصناعة لا تخلو من جوانب سلبية، مثل تلويث البيئة واستهلاك أشجار الغابات في تصنيع الورق، والمخاطر الصحية الناجمة عن مواد الرصاص... الخ.

7- مرحلة الإذاعة المرئية أو التلفزيون منذ أكثر من نصف قرن، حيث تمّ نقل الصورة والصوت معاً، إلى جانب الألوان والحركات والفنون التمثيلية، عبر مسافات بعيدة من خلال الأقمار الصناعية.

8- مرحلة الاتصال الإلكتروني التفاعلي، من خلال الحاسوب منذ نحو ربع قرن، والاتجاه نحو اندماج الوسائط المتعددة في شبكات المعلومات التي وصلت ذرو تطورها في شبكة الانترنت.

ولا بد من الإشارة هنا إلى حقيقة أن هذه المراحل المتعاقبة قد شغلت حقبة تاريخية متباعدة، فالانتقال من عصر اللغة المنطوقة إلى عصر الكتابة استغرق عشرات الآلاف من السنين.

ثانيًا: مهنة القلم وعصر التدوين

بدأ فجر الحضارة الإنسانية في مطلع عصر الزراعة والاستقرار، ومن ثم ابتكار الكتابة والتدوين لحفظ وتداول منجزات العقل البشري، وقد ورد في منزلة القلم "والقلم وما يسطرون" وهي فاتحة سورة القلم المكية، التي تجمع بين الماء والكتابة جمعًا منسجمًا، فالماء بداية الخلق، والكتابة أول الحضارة.

وعلى هذا اهتم مصنّعو كتب الأدب العامة بمنزلة القلم، وتفاصيل أدوات الكتابة الأخرى، فتحدّثوا عن أشكال الأقلام والمحابر، وآداب حملها، وأنواع القصب الذي تُصنع منه.

وُصفت الدواة بخزينة الأدب، وهي وعاء تحتوي على القلم والمحبرة، والمبراة، والمسطرة لتسطير ما يُراد كتابته⁽¹⁾، والمصقلة لصقل الكتابة بماء الذهب، والمسقاة لصبّ الماء.

ومن آداب الكتابة أن يحافظ على نظافة الدواة وإدامتها بالملح والكافور كل يومين أو ثلاثة منعًا للرائحة الكريهة، فالحبر يركّب من مواد يدخل فيها العسل والصمغ⁽²⁾.

4.II. اختراع الطباعة وتطورها في الدول الغربية والعربية:

إن ظهور الطباعة بمفهومها الحديث سبقته محاولات شبه آلية، وذلك من خلال العصور الوسطى، إذ استخدم الرومان آلة خاصة للكتابة والنقش خاصة في عملية صكّ النقود، واهتموا كذلك باستخدام الأختام، فابتكروا الكاتبة على ألواح من الصلب أو الخشب، ثم تطورت الكتابة المطبوعة⁽³⁾.

لقد عرفت الطباعة مراحل تاريخية متعدّدة في تطورها منذ اهتدى عقل الإنسان إلى تسجيل أفكاره وكتابتها مستخدماً في ذلك كافة الوسائل التي تسهّل عملية الكتابة وتسجيل الأفكار، فاستخدم لذلك النقش على الأحجار والمعابد والتماثيل والصخور الطباشيرية، ثم ورق البردي الذي استخدمه المصريون القدامى. وكانت المرحلة التالية لذلك الطباعة بواسطة القوالب الخشبية التي دعت عيوب استخدامها إلى التفكير في صنع حروف معدنية منفصلة

(1) محمد جاسم، فلحي، مرجع سبق ذكره، ص 32، 33، 34.

(2) نفس المرجع، ص 36-37.

(3) شدون، علي شيبية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

تجمع بها الكلمات في تناسق تام. فالطباعة في أول أمرها لم تكن إلا محاولة ميكانيكية، الغرض منها تقليد عمل الناسخين وبيع الكتب المطبوعة على أنها منسوخة⁽¹⁾.

♦ الطباعة في الدول الغربية:

ارتبطت الطباعة بعصر الصناعة، فالطباعة نوع من الصناعة التي تداخلت فيها عناصر فكرية ومادية واقتصادية وفنية واجتماعية، وإذا كان المؤلف يمثل أساس عملية النشر، من خلال موهبة الإبداع الثقافي أو العلمي، وصياغة النص المكتوب، وتقديمه إلى الناشر. فإنّ تصنيع الكتاب المخطوط أو تحويله إلى كتاب مطبوع يمرّ عادة بمراحل عديدة من التّجهيز والإعداد والطبع.

وقد عرف الإنسان فكرة الطباعة منذ فجر التاريخ، عن طريق ضغط الأشكال المراد التعبير عنها على الصلصال الطريّ، ويُعتقد أن الصينيين هم أول من عرف فن الطباعة بشكله الحديث، حيث استخدموا قوالب الخشب المحفور عليها أشكال مختلفة، فكانت تبلّل بالأصباغ، ثمّ تضغط على الورق، ويعدّ الصيني بي تشينج (Bi - Sheng) أول من قام باختراع حرف مستقل لمل رمز من رموز اللغة عام 1045، إلاّ أن الفكرة لم تلق قبولا لدى الصينيين نظراً إلى كثرة الرموز المستخدمة في اللغة الصينية⁽²⁾.

فالتباعة بدأت باستخدام القوالب الخشبية، التي تحفر عليها صور الكلمات وأشكالها، وعرفت في كل من الصين واليابان في القرنين السابع والثامن الميلاديين، ثم انتقلت هذه الطباعة إلى أوروبا، ولم تعرف أوروبا الطباعة حتى وقت قريب، ففي الوقت الذي كانت فيه أمم المشرق تستخدم القوالب الخشبية، كان الأوروبيون ما يزالون ينسخون الكتب والرسائل بأيديهم. أول ما طبع الأوروبيون باستخدام طريقة القوالب هي صورة للقديس كريستوفر عام 1423⁽³⁾، وبعد ذلك انتشرت طباعة الكتب في أوروبا باستخدام تلك الطريقة.

(1) تيسير، أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، الأردن، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، 2000، ص27.

(2) محمد جاسم، فلحي، مرجع سبق ذكره، ص36-37.

(3) تيسير، أبو عرجة، مرجع سبق ذكره، ص18.

هذه الاختراعات مهدت الطريق أمام الألماني يوهان جوتنبرغ (Johan Gutenberg) عام 1440 الذي يُنسب إليه أول كتاب في العالم الغربي الذي يطلق عليه (Mazarain Bible) وقد تم طبعه عام 1456 بمدينة مينز (Mainz) الألمانية⁽¹⁾.

انتشرت الطباعة أول ما انتشرت في مدن ألمانيا نفسها، حينما شبَّ حريق في مدينة "مينز"، جعل أهلها يهجرونها إلى مدن أخرى، وكان من بينهم عمال من مطبعة "جوتنبرغ" ومارسوا عملهم بها، بل إنَّ بعضهم هاجر إلى دول أخرى، وهكذا عرفت مختلف الدول الأوروبية الطباعة بداية من سويسرا وفرنسا وهولندا وبلجيكا وإسبانيا⁽²⁾.

لقد دخلت الطباعة إلى إنجلترا عام 1476 عن طريق وليم كاكستون (Willial Caxton)، وانتقلت على إيطاليا بفضل جهود الدّوس مانويوتوس (Manutius)، ومن ثم انتقلت إلى المكسيك بعد اكتشاف كولومبوس (Colombos) البلاد الجديدة بخمسين عاما على يد جوان بابلوس (Juan Pablos)⁽³⁾.

بدخول أوروبا عصر النهضة ازدادت الرغبة في التعلّم أتبعها ازدياد الحاجة إلى أسلوب جديد في الطباعة أكثر سهولة وفعالية، فتوالت الاختراعات في مجال الطباعة، ففي عام 1811 قام الألماني فريدريك كوينج (Friederic Koenig) باختراع آلة الطباعة الأسطوانية تعمل بالبخار، الأمر الذي زاد من كفاءة الطباعة وسرعتها، ولم تقف الاختراعات الأوروبية عند هذا الحدّ، ففي عام 1826 قام العالم الفرنسي جوزيف نيبس (Josef Niepce) باختراع أول آلة تصوير ضوئي في العالم، الأمر الذي فتح المجال واسعا أمام العديد من الاختراعات الأخرى في مجال الطباعة مثل طباعة القوالب (Photoengraving) التي اخترعها فوكس تالبوت (Fox Talbot) عام 1852، وطباعة الصفائح الضوئية (Photo-lithography) عام 1855، وقد أدّت هذه الاختراعات إلى ظهور طباعة الأوفست (Offset) في أوروبا بنهاية القرن التاسع عشر⁽⁴⁾.

(1) عبد العزيز، شرف، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية، ط1، مصر، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003، ص75.

(2) أشرف صالح، محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص16.

(3) شدوان، علي شيبه، مرجع سبق ذكره، ص29.

(4) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص

أما أمريكا فقد دخلت مضمار الطباعة متأخرة بعض الشيء، ففي عام 1846 اخترع الأمريكي ريتشارد هيو (Richard Hoe) آلة الطباعة الدوارة التي تم فيها توصيل حروف الطباعة بأسطوانة أخرى لنتيبت الطباعة، ووصلت سرعة تلك الآلة على 8000 صفحة في الساعة، ثم اخترع وليام بالوك (William Ballock) عام 1863 آلة لطباعة الصحف ذات تغذية ذاتية من الورق الملفوف على بكرات، الأمر الذي زاد من كفاءتها وسرعتها، وفي عام 1872 طور ريتشارد مارش (Richard Marsh) هذه الآلة التي تنتج 18 ألف صفحة في الساعة، وفي عام 1884 قام أوتمار مارجنثالر (Othmar Mergenthaler) بصناعة قطعة معدنية تحتوي على قوالب معدنية تمثل كل الحروف المستعملة منضدة بجوار بعضها البعض، وقد أطلق عليها اسم "خط الحروف الطباعية" (linotype)، وقد استخدمت هذه الآلة في طباعة جريدة النيويورك تريبيون (New York Tribune) عام 1886.

وبعد عدة سنوات استطاع تولبرت لانستون (Tolbert Lanston) من اختراع آلة الجمع الحروف المستقلة، تتألف من وحدتين رئيسيتين هما وحدة لوحة المفاتيح، ووحدة صبّ الحروف.

ثم قاما الأمريكيان ماكس ولويس ليفي (Max et Louis Levy) باختراع شاشة التلوين النّصفي (Halftonescreen)، الأمر الذي مهد الطريق أمام ازدهار طباعة الصور في مختلف المواد، ومع بداية القرن العشرين تمكّن الأمريكي إيرا روبل (Ira Ruble) من استخدام طباعة (الأوفست) التي انتشرت على نطاق واسع. ثم قفز فن الطباعة قفزات واسعة ليساير النهضة العلمية، والتقدّم التقني في العصر الحديث، فمع اختراع أجهزة الحاسوب أصبح صفّ الحروف وتنسيقها، يتم باستخدام تلك الأجهزة، ثم تعدّى ذلك إلى استخدام أشعة الليزر في تنسيق الحروف، والنقاط الصور، وفصل الألوان وتنسيق الصفحات⁽¹⁾.

♦ أثر اختراع جوتنبرغ على الطباعة الحديثة:

لم يقتصر فصل جوتنبرغ على الطباعة الحديثة، على فكرة الحروف المعدنية المتفرقة، ولكنه أسدى إلى هذه الصناعة بقية أركانها:

1- أوجد طريقة لإمساك الحروف بعد جمعها، من خلال ثقب موجود أسفل كل حرف، يمتدّ داخل الثقوب سلك رفيع، بحيث يتمّ جمع السطر كلّ على استقامة واحدة.

(1) محمد جاسم، فلهي، مرجع سبق ذكره، ص 38-39.

2- أهدى إطارا يضع فيه السطور المراد طبعتها، بحيث لا تتعرض الحروف إلى الاهتزاز عند الطبع.

3- أهدته كابسة العنب التي كانت شائعة الاستخدام في عصره في صنع النبيذ، فكرة أول طابعة في التاريخ، فهذه الآلة توفر الضغط المطلوب على الحروف المعدنية بعد تحبيرها، ووضع الورق فوقها بطريقة آلية غير يدوية.

4- أجرى تجاربه لصناعة حبر مناسب للطباعة، وهو يختلف عن حبر الكتابة من درجة اللزوجة، التي تجعله يستقر على الحروف البارزة، دون أن يسقط أو يسيل.

وتقول بعض المراجع أن جوتنبرغ لم يحسن استغلال اختراعه من الناحية الاقتصادية، فكان ينكتم سرّ اختراعه، لئلا يسرقه أحد من المنافسين، بالتالي لم يستطع أن يربح بدرجة كافية، حتّى أشهر إفلاسه عام 1455 وآلت كل معدّاته إلى محاميه يوهان فوست وزوج ابنته بيتر شويفر، وقد أنتج الاثنان بمعدات جوتنبرغ أكثر من مائة كتاب في غضون عشر سنوات، فكانت نهاية جوتنبرغ الفقر نتيجة إصابته بالعمى ابتداء من عام 1460 فمات فقيرا مدينا عام 1468⁽¹⁾.

إن التواريخ التي ميزت الطباعة في مراحلها المختلفة، سنأتي على ذكرها في آخر هذا المحور من خلال رسم جدول يبيّن المسار التطوري للمطبعة وتقنياتها المختلفة.

♦ الطباعة في الدول العربية:

عرفت البلاد العربية الطباعة بكلّ طرقها في وقت متأخر، فقد كانت هذه البلاد متخلّفة عن نظيراتها الأوروبية في كافة المجالات، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الدولة العثمانية التي كانت لا تزال تحتلّ معظم البلاد العربية، فقد فرضت ستاراً من العزلة على العالم العربي، حتى لا يتفاعل مع التيارات الأوروبية الحديثة، بل إنّ الدولة العثمانية نفسها تأخّرت في إدخال الطباعة إليها، بعد أن أصدر السلطان العثماني فتوى بأن الطباعة رجس من عمل الشيطان.

الغريب أن الطباعة العربية قد نشأت أول مرة خارج حدود العالم العربي، ومن المطبوعات العربية التي تمّ طبعتها في أوروبا في تلك الفترة القرآن الكريم عام 1514 في

(1) أشرف صالح، محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص16.

إيطاليا، كما أخرجت المطابع الهولندية والإنجليزية والفرنسية مئات الكتب من التراث العربي الخالد.

لقد كان لبنان أول بلد عربي يعرف الطباعة، وإن لم تكن بحروف عربية أول الأمر، عندما طبع كتاب "مزامير قزحيا" عام 1610، أما أول بلد عربي يعرف الطباعة بالحروف العربية فكانت سوريا، عندما أنشأ البطريرك أثاسيوس دباس مطبعة في مدينة حلب عام 1706، وطبع بها كتاب "المزامير" وكتب أخرى.

ثم عرفت مصر الطباعة إبّان حملة بوناپرت العسكرية عليها عام 1798 عندما جلبت الحملة معها مطبعة تحمل حروفا معدنية باللغات الفرنسية والعربية والتركية والسريانية، وتمكّنت من طبع صحف ومنشورات ببعض اللغات، وعندما جلت الحملة عن مصر عام 1801 اصطحبت معها مطبعتها مرة أخرى وظلت مصر بدون مطبعة.

إذن، فالذي حدث في كل من لبنان وسوريا ومصر، لم يخرج عن كونه تعارفًا بين شعوب هذه الدول وفن الطباعة، ولم يكن إنشاء مطابع على وجه الدقة، فالمطابع في لبنان وسوريا تركّزت في الأديرة والكنائس، والتي جاءت بها البعثات التبشيرية الوافدة من فرنسا، وكانت أغراضها دعائية سياسية⁽¹⁾، وعرفت الجزائر الطباعة مع دخول فرنسا عام 1830 لنفس الأهداف.

◆مشاكل الطباعة في الوطن العربي:

بالنسبة للطباعة فهي تعاني في معظم البلاد العربية من بدائية الآلات المستخدمة في الطباعة، والنقص في قطع الغيار، وتخلّف عمليات الإعداد الفني، فضلاً عن نقص القوى الفنيّة العاملة في مجال الطباعة، وهجرتها إلى الخارج خاصة دول الخليج في مسعى منهم لإيجاد الفرص الأفضل في مجالات العمل، وهذه العوامل انعكست سلباً على جودة المطبوعات.

لا شك أن الرقابة الشديدة التي تخضع لها المطابع العربية أثناء العمل، والإجراءات الإدارية المعقّدة قبل إنشاء المطبعة وبعدها، قد ساهمت في الحدّ من موارد الطباعة، حيث لا تغطي معامل الورق العربية إلاّ جزءاً يسيراً من حاجة السوق، مما قد يؤدي إلى استيراد هذه المادة من الخارج، وبالتالي تخضع إلى آلية السوق السوداء التي ترفع سعره في بعض

(1) أشرف صالح، محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص 19-20.

الأحيان إلى الضعف، الأمر الذي يؤدي إلى رفع سعر الكتاب وما يرافق ذلك من إشكاليات خطيرة للمستهلك القارئ⁽¹⁾.

اعتماداً على ما تقدم، نجد أنّ التطورات الحاصلة في مجال الطباعة قد ساهمت بشكل كبير في تفعيل حركة النشر في العالم وبالأخص في قطاع الصحافة المكتوبة.

5.II. التطور الصحفي وعلاقته بالمطبعة:

إنّ التّغيرات الجذرية التي حدثت في طريقة عرض الصحف منذ مطلع قرون خلت، يعود الفضل فيها إلى التطور السريع والمتعدد الجوانب في الوسائل الطباعية⁽²⁾. فقد لعبت الطباعة في معناها التقني دوراً فعالاً في دفع حركة تطور الصحافة، وشكّلت الانطلاقة الحقيقية لثورة الإعلام في البداية، وانعكس ارتباط الصحافة بالطباعة على النحو التالي: هو ذلك التزاوج الذي ولّد تواجد دائم ومستمرّ للصحيفة وسط جمهورها من القراء، بصورة عددية أكبر، ونوعية أحسن، وجهد تمّ تقاديه، وزمن مختصر. بمعنى سهّلت المطبعة العملية الفنية لإعداد جريدة في شكلها البدائي المنتشر آنذاك، والذي يعتبر أكثر تطوّر من المنسوخة باليد، بحيث أصبحت الآلة الوسيط بين الفكر النابع من المرسل في ذلك الوقت، والمستقبل من القراء على قلّتهم، إلّا أنّهم كانوا يشكّلون فئة مستهلكة لمضمون واحد.

على هذا النّحو، ساهم التلاحم بين تقنية المطبعة، والصحافة المكتوبة في تفعيل دور الصحافة كأسلوب جديد في نقل الخبر الذي بات يشكّل مع مرور الزمن شيئاً ملازماً للفرد في كل وقت، وأكسبه عادات ألفها تتعلّق بضرورة اقتناء الجريدة، وجعلها من المنتجات الاستهلاكية اليومية في حياته، ولم يعد هذا الفرد يستغني عن تصفّح جريدته التي أصبحت المصدر الرئيسي للأخبار، كما اعتبر هذا التلاحم نقلة نوعية في مسيرة الاتصال البشري، باعتبارها قناة جديدة تنقل المعلومة من المراسل إلى المستقبل في شكل العملية الاتصالية البسيطة عن طريق وسيط.

لقد لاقت المطبعة فور ظهورها ترحيباً واسعاً من قبل السلطات الحاكمة، وراحت تشجّعها لتنمو أكثر فأكثر، وتنتشر لخدمة أهدافها، باستعمالها منبراً لنقل إعلاناتها وتمير

(1) عيسى عيسى، العسافين، المعلومات وصناعة النشر، ط1، دمشق، دار الفكر المعاصر، 2001، ص267-268.

(2) فليب غايار، فادي الحسيني، تقنية الصحافة، ط2، منشورات عويدات، بيروت، 1983، ص100.

أفكارها، وتجنيدها لخدمة سياستها، ولكنها باتت سيفاً ذو حدين، فهي سريعة من ناحية العمل والرواج، وتسهّل عملية الانتشار للمطبوع مهما كانت مضامينه، ومهما كانت نوعية أسلوبه، في نفس الوقت تمثل وسيلة دعائية تحريضية ضدّ السلطة السياسية، وبالتالي فمثل هذه المطبوعات التي تحمل الآراء المضادة للسلطة الحاكمة كانت تشكّل خطراً عليها، وعلى رجال الدين، لذلك وقع تحالف بين المعارضة المتمثلة في السلطتين المدنية والدينية للحدّ من دورها، وتكريسها لخدمة الكنيسة والسلطة معاً.

وتحقّق هذا التواجد بزيادة عدد النسخ بسبب زيادة عدد السحب، فبعدما كانت الصحيفة من الناحية الشكلية قبل اختراع الطاقة سنة 1454، مجرد صفحات أو أوراق متطايرة منسوخة باليد، محدودة العدد، مقتصرة بين أيادي صفوة المجتمع من الملك وحاشيته، وكانت تحمل بعض الأخبار التجارية وقليلًا من الأخبار السياسية⁽¹⁾.

من هذا الطرح تتجلى أهمية المطبعة التي كان لها دوراً كبيراً في تطوير الإعلام المكتوب في أوروبا الغربية، ومعه تضاعفت مؤسسات الطباعة، ولكن نظراً لتكلفتها المرتفعة جدّاً، كما هو الشأن مع كل آلة أو وسيلة جديدة تظهر حديثاً، فدائماً تكون خاضعة لتسعيرة مرتفعة، لذلك لم تأخذ الصحف نصيبها في المجتمع من حيث الانتشار والتأثير.

كان اعتماد الصحافة الفنية على إمكانيات متواضعة من حيث الأجهزة والآلات في بدايات ظهورها، ما جعلها تفتح المجال أمام الكثيرين لمن يملك الحماس لامتلاك صحيفة، فيتولّى تحريرها بنفسه أو بمعاونة نفر قليل معه، ووقع التركيز على مثل هذا النوع من الصحافة لسهولة مضمونها، أو سهولة مصدر معلوماتها، إلى جانب سرعة استهلاكها وهروبها من الرقابة السياسية، فضلاً عن ابتعادها عن الأدوار التوجيهية والريادة في قيادة وحشد الرأي العام مهما بلغت درجة إدراكه ووعيه بمختلف القضايا، وشكلت وتشكّل متنفساً للقارئ على العموم حين تلبّي لديه نسبة معيّنة من الفضول.

لقد سمحت الطباعة في مختلف مراحل تطورها، من تنمية دور الصحيفة في المجتمع وزادت من عددها، ممّا جعلها تسحب أكثر فأكثر، كان ارتفاع عدد النسخ هو المؤشر على ذلك، فتقلّص نتيجة للكثير من الجهد والوقت، وزاد انتشار الصحف وكثُر الطلب عليها⁽²⁾.

(1) يمينه، بلعاليا، الصحافة الإلكترونية بين تحدّي الواقع والتطلّع نحو المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص 59-60.

(2) يمينه، بلعاليا، المرجع السابق، ص 60.

كما انتقلت الصحيفة في شكلها من الصحيفة ذات الورقة الواحدة والمطبوعة لمدة واحدة، كذلك على يد صاحب المطبعة، والتي كانت تعتمد في عملها على الطاقة، فعملية الطباعة نفسها عرفت الكثير من التعديلات، حيث مرّت في خضمّ هذا التطوّر على الأجهزة الدورانية بضغط يدوي، وكان الطابع يستطيع أن يستخرج 2000 صفحة في يوم مقداره 10 ساعات، انعكس بصورة حسنة على أداء الصحيفة ووصولها للمقّتين لها بثمن معقول، وأحسن مثال على ذلك تمكّن صحيفة "The New York Sun" من بيع أعدادها بسنت واحد وهي في المقابل كانت تستطيع استخراج 10.000 صحيفة في الساعة.

على غرار ما سبق، فالطباعة لم تغيّر من الواقع المادّي الحضاري للمجتمعات، بل تتجاوز ذلك إلى وعي الأفراد وتشكيلهم السيكولوجي، فالصحيفة والكتاب فرضت على الإنسان التعامل مع التطور بصورتها واحدة من أهم مصادر الواقع الاجتماعي.

على ضوء هذه الأهمية التي تتمتع بها المطبعة، يمكن القول أنّ العلاقة التي تربط الصحافة المكتوبة بالمطبعة هي علاقة تاريخية في جوانبها التقنية والفكرية والثقافية، إضافة إلى كونها علاقة بين الآلة أي التقنية أو التقانة والإنسان أي الفكر، فغياب عنصر عن الآخر يؤدي إلى غياب الصحيفة⁽¹⁾. هذه الأخيرة تحقّق لها الانتشار بفضل التقنية التي ساهمت في تحديثها، أما المضمون فهو من صنع أفكار وأقلام أصحابها، ويتأثر المضمون بجودة ونوعية الإخراج وسرعة تناول الموضوع، فالآلة جعلت من الصحافة تتعدّد وتتوّع، فبعدما كانت مجرد وريقات منسوخة، أصبحت في مرحلو ثنائية مطبوعة، لتتحقق لدينا المعادلة التالية: كلّما تطورت المطبعة كلّما زاد السحب، وكلما زاد السحب، وكلّما زاد السحب كلّما تحقّق انتشار أكبر للصحيفة، ومن ثمّ التأثير يكون أسرع.

6.II. أنواع أنظمة الطباعة وأساليبها:

نتعرّض في هذا العنصر لأساليب الطباعة التقليدية وأنواع الآلات الطباعية، ومختلف طرقها التي شهدت تطورات في استعمالاتها.

1.6.II. أنواع آلات الطباعة:

على الرغم من اختلاف آلات الطباعة من حيث أنواعها وأشكالها وأحجامها، إلّا أنّها في النهاية تنتمي إلى أحد الأنواع الثلاثة الآتية:

1- آلة الطباعة المسطحة Flatbed Press.

(1) مليكة، جورديخ، تكنولوجيا الطباعة الصحفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص..

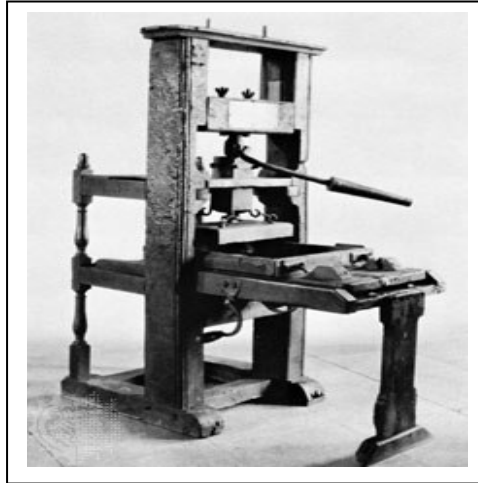
2- آلة الطباعة الأسطوانية Cylinder Press.

3- آلة الطباعة الدوّارة Rotary Press.

– آلة الطباعة المسطّحة:

وتعدّ أبسط أنواع آلات الطباعة، إذ تعتمد في عملها على التقاء سطحين مستويين، الأول يمثّل الشكل المراد طبعه محمّلاً بالأحبار (الفورمة)، والثاني يمثّل المادة المراد الطباعة عليها، وعند تقابل السطحين، وعن طريق الضغط بينهما، تتمّ عملية الطباعة. وهناك أحجام مختلفة من آلة الطباعة المسطحة وفقاً لحالات استخدامها، إلّا أنّ أغلبها يعدّ من الأحجام الصغيرة، التي تستخدم في طباعة المطبوعات التجارية والمنشورات الصغيرة.

ويستخدم السطح الحامل للأحبار (الفورمة) حروفاً مصنوعة من الرصاص، أو القصدير، أو قالباً من الزنك.

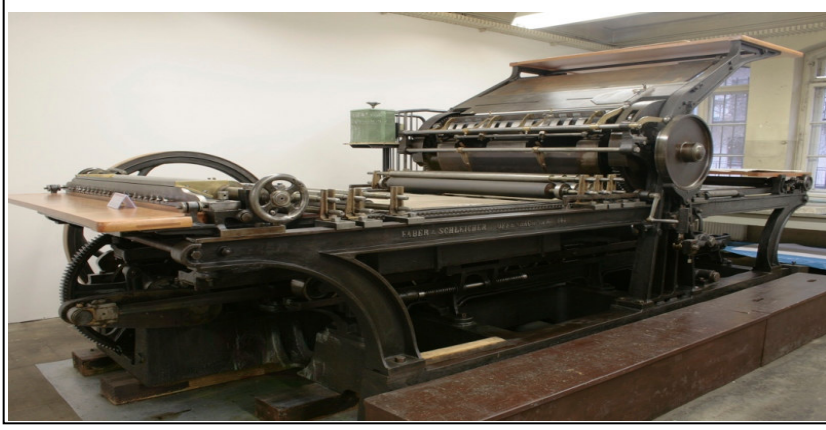


شكل رقم (01): آلة الطباعة المسطحة⁽¹⁾

– آلة الطباعة الأسطوانية:

وهي أكبر من آلة الطباعة المسطحة، وتستخدم في طباعة الكتب والمطبوعات متعدّدة الصفحات. وتتكون آلة الطباعة الأسطوانية من سطحين: الأول مستو، وهو المحتوي على الشكل المراد طباعته (السطح)، والآخر أسطواني، وتلتفّ حوله المادة المراد الطباعة عليها وغالباً تكون الورق. وتتمّ عملية الطباعة بتحريك السطح الأسطواني المحتوي على الورق على السطح المستوي المحتوي على الشكل المراد طباعته.

⁽¹⁾ موقع جوجل تم تصفح الموقع يوم 2016/05/15.



شكل رقم (02): آلة الطباعة الأسطوانية⁽¹⁾

- آلة الطباعة الدوّارة:

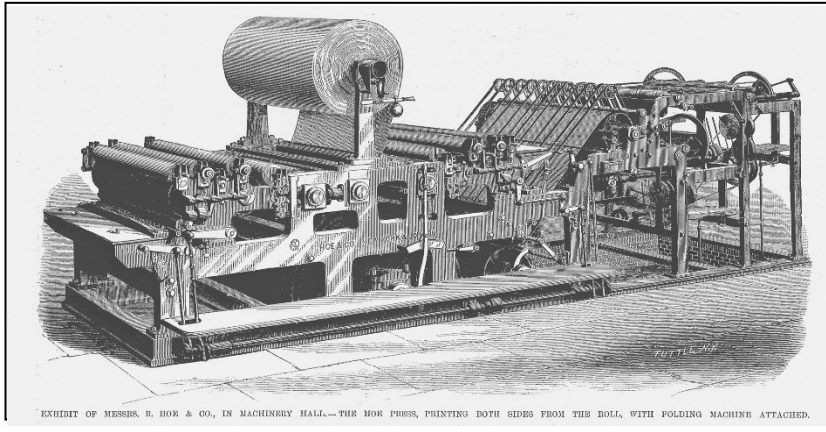
أما آلة الطباعة الدوّارة، فتتميز بحجمها الكبير، وسرعتها الفائقة، وتستخدم لجميع أنواع الطباعة، ويوجد منها نوعان:

النوع الأول: هو آلة الطباعة الدوّارة المغدّاة بالأفرخ، وفيها يكون ورقة الطباعة منبسطة على هيئة أفرخ، في حين يكون الشكل المراد طبعه أسطوانيا.

النوع الثاني: هو آلة الطباعة الدوّارة ذات النسيج المحكم، وفي هذا النوع يستخدم الورق على هيئة بكرات، وفيها تتحرك أسطوانتان متقابلتان، إحداهما: حاملة للأحبار، والأخرى، حاملة لبكرات الورق. وتستخدم هذه الآلة في طباعة المجلّات، والصّحف، والكتب، ومطبوعات التغليف، ويمكن لهذا النوع أن يطبع على وجه واحد أو وجهين في وقت واحد وكذا بلون واحد أو بعدّة ألوان⁽²⁾.

(1) موقع جوجل تم تصفح الموقع يوم 2016/05/15.

(2) إياد، محمد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، ط1، الأردن، ادر أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص-104.



شكل رقم (03): آلة الطباعة الدوارة⁽¹⁾

◆ متغيرات مكائن الطبع:

في هذا العنصر سوف نتناول المتغيرات التي تنتج أنواعًا مختلفة من مكائن الطبع التجاري.

أ. مكائن الطبع من حيث السطح الطابع:

إن الطبع كما هو معروف يعتمد على عملية الحذف والإضافة، هذا يعني أن الحبر عندما يمرّ على السطح الطابع، فإنّه سوف يُشَبَّع في أماكن مرغوبة، ويُمْنَع في الأماكن غير المرغوبة، ولتحقيق ذلك أصبح لدينا الأسطح الطابعة التالية: البارزة، والغازرة، والملساء التي فصلنا فيها آنفاً⁽²⁾.

ب. مكائن الطبع من حيث التلقيح الورقي:

تدعى عملية النقاط الورق من قبل ماكينة الطباعة "بالتلقيح الورقي"، وكانت عملية الطباعة في بدايتها تتمّ من خلال تلقيح الماكينات بألواح الورق بصورة منفردة ومتعاقبة. وقد ظهرت الحاجة إلى السرعة في الإنتاج، خاصة في الصحف اليومية التي هي على موعد في كل صباح مع قرائها، لذلك وجب اختصار الوقت الضائع الذي تستغرقه الماكينة في النقاط الورقة بعد الأخرى، ونتيجة البحوث ظهرت ماكينة الطبع الشريطي، حيث تلقم من شريط ورقي متواصل يسحب من بكرة الورق، ورغم الفائدة الكبيرة التي حققتها سرعة الطبع، فإن مكائن التلقيح الشريطي أقل دقة من مكائن التلقيح المفرد.

⁽¹⁾ محرك البحث جوجل تم تصفحه يوم 2016/05/15.

⁽²⁾ إياد، محمد الصقر، المرجع السابق، ص 209.

ج. مكائن الطبع من حيث عدد اللوحات الطباعية:

كل وحدة طباعية تمثل لونًا من ألوان الطباعة الأربعة (أحمر، الماجنتا، أزرق السيان، والأصفر والأسود)، فإذا كانت لدينا صورة لمنظر طبيعي نرغب في طباعتها، فإنّ نسخة الطبع، يجب أن تمرّ على أربعة وحدات طباعية، ولكن ارتفاع أسعار هذه المكائن جعل دور النشر تتعاقد على آلات بوحدة واحدة أو وحدتين، حيث يقوم الطابعون بطباعة كل لون في ملزمة بشكل منفرد كاللون الأزرق مثلاً.

فدور نشر الصحف والمجلات لا تكفيها أربعة وحدات للطباعة الملونة أو العادية، وقد تصل الوحدات الطباعية في مكائن طبع الصحف إلى 12، الوحدة الطباعية تكون لها المقوّمات الأساسية للطبع، بحيث تعتبر ماكينة طبع فرعية في ماكينة طبع أساسية، حيث يمكن تشغيلها بمفردها أو أن تتكامل مع باقي الوحدات بنفس الماكينة.

د. مكائن الطبع من حيث الحجم:

القياسات موحّدة في أعمال الطباعة، وحجم الوحدات الطباعية مُساوٍ لأحجام وقياسات صناعية لورق. في بعض الطباعات ذات المساحة الصغيرة لا نحتاج إلى المكائن ذات الحجم الكبير الذي تطبع به الصحف، فهناك تصميمات الأكياس التي تطبع بواسطة الآلات الصغيرة⁽¹⁾.

II.2.6- طرق الطباعة:

قسّمت أنظمة الطباعة تقسيمات عدة منها:

أولاً: من حيث طبيعة الأجزاء الطباعية وتشمل الأنواع الأساسية الثلاث:

1- الطباعة البارزة:

هي من أقدم أنواع الطباعة، تكون فيها الأشكال الطباعية مرتفعة، أي بارزة عن مستوى السطح الطباعي، وقد أدّت التطورات التي أدخلت على الطباعة البارزة إلى ظهور طباعة أخرى يستخدم فيها لوح طباعي مرّن بارز الحروف مصنوع من البلاستيك، بدلاً من اللوح الطباعي المعدني يدعى **الفلكسوجراف** (Flexographie) أو الطباعة المطاطية التي عرفت رواجاً باهراً، وهذا يرجع إلى نوعية استنساخ الألوان وتستخدم أقلام من المطاط المرّن كما تستعمل حبر دهني وحبر سائل.

(1) إياد، محمد الصقر، المرجع السابق، ص 214-215.

تحتوي وحدة الطباعة في هذه الحالة على أربعة أسطوانات، الأسطوانة الأولى مصنوعة من المطاط وتدور داخل خزان الحبر، الأسطوانة الثانية صلبة وهي أسطوانة التّحبير وبها خلايا غائرة، والأسطوانة الثالثة هي أسطوانة اللّوح الطباعي، أمّا الرابعة هي أسطوانة الورق التي يتمّ الطبع عليها.

تقوم الأسطوانة الأولى بمناولة الحبر إلى الأسطوانة الثانية تقوم بتمريره إلى اللّوح الطباعي، الذي يقوم بدوره بنقل الأشكال الطباعية التي تمّ تحبيرها على الورق⁽¹⁾.

وللإشارة فإنّ طريقة التيبوغرافيا هي من اختراع جوتنبرغ وتصنّف من خلاله ثلاثة

عناصر:

✓ الحروف المتحرّكة المعدنية.

✓ الحبر الدّهني.

✓ آلة الطباعة⁽²⁾.

لقد كانت التجربة الأولى لميكنة عمل يدوي، واختلّت الصدارة في الولايات المتحدة الأمريكية رغم تكاليفها المرتفعة⁽³⁾.

كما تُعرّف على أنها أسلوب الطباعة المباشر، الذي يعتمد على حروف متحرّكة مسامية⁽⁴⁾.

يتمّ الاستعانة في هذه الطريقة بآلات لجمع الحروف، منها آلة اللّينوتيب (Linotype) التي اخترعها الأمريكي (Ottmar Mergenthaler) عام 1884 لتركيّب السطور⁽⁵⁾، ويطلق عليها "آلة الجمع السطرية"، حيث يتمّ بها السطر كوحدة متكاملة تمّ صبّه على قاعدة من الرصاص، تصل السرعة فيها ما بين (8 – 15) ألف حرف في الساعة، أي 450 سطرًا، وهذه المواد التي يتمّ جمعها بهذا الشكل ترتبط بواسطة مفاتيح، وحروفها بارزة يمكن طبعها أو تصويرها على الأوراق لاستخدامها في طباعة أخرى⁽⁶⁾.

(1) محمد، محفوظ، تكنولوجيا الاتصال، ط1، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2005، ص87.

(2) Victor Letonze, **La typographie, que-sais-je**, Paris, éd. P.U.F, 1970, p8.

(3) Gerard Martin, **L'imprimerie, que-sais-je**, Paris, 5^{ème} édition, 1979, p96.

(4) Marie Hélène Westphalen, **Le dictionnaire de la communication**, Paris, 1992, p520.

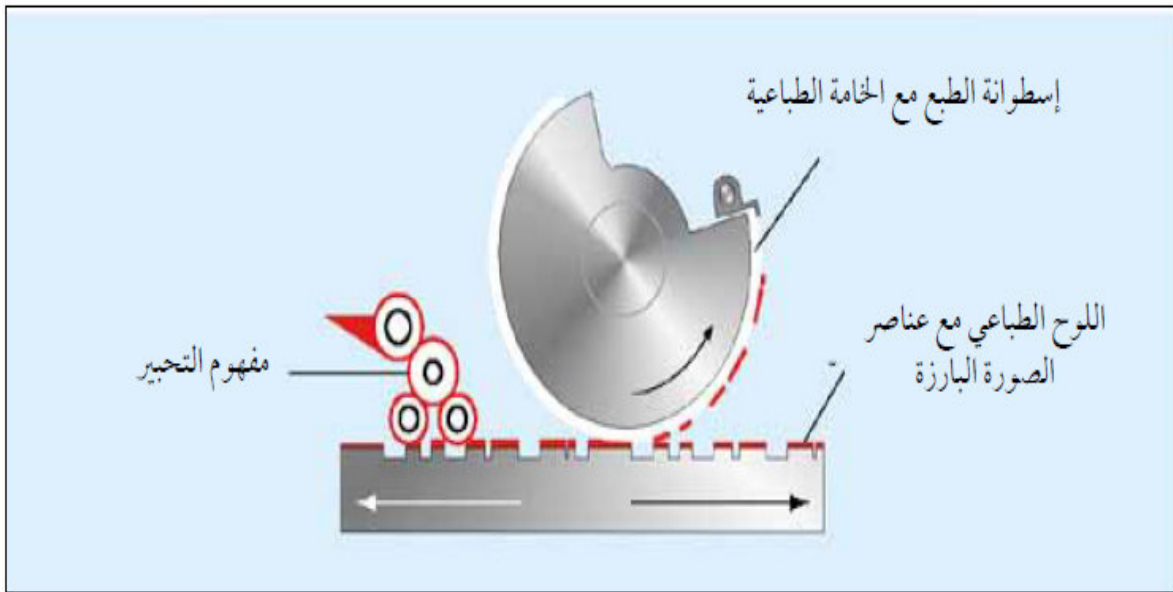
(5) Pierre Albert, Chrtistine Le Teinturier, **Les médias dans le monde en jeux internationaux et diversités nationales**, Paris, 1^{er} édition, Ellipses, 1999, p14.

(6) إياد شاكر، البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، ط1، رام الله، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003، ص37.

استعملت لأول مرة من طرف جريدة New York Tribune في 3 جويلية 1886، ثم انتقل استعمالها إلى فرنسا عام 1890⁽¹⁾.

إلى جانب آلة اللينوتيب هناك المونوتيب (Monotype) التي تم اكتشافها من طرف الأمريكي (Tolbert Lanston) في 1887، تحوي آلة كاتبة بـ 225 حرف⁽²⁾، لذلك تسمى آلة الجمع الحرفية حيث تجمع حروفا على الآلة لصبّ الحروف، حيث تنتج حروفاً مستقلة، ثم يصفّ حرف بجانب حروف، ويستخدم هذا الجهاز لوحة مفاتيح إلى جانب آلة صبّ الحروف، وارتفعت السرعة إلى 10.000 حرف في الساعة أي 300 سطر⁽³⁾.

وبقيت التيبوغرافيا لفترة طويلة مستعملة لطباعة الصحف، لكن ظهور الأوفست أخذ مكانها وبقيت مستعملة في الطباعة الفنية. وهذا الشكل يوضّح مبدأ عمل هذه الطريقة:



شكل رقم (04): الطباعة البارزة

2- الطباعة الغائرة (L'héliogravure):

وهي الطريقة التي تكون الأشكال الطباعية فيها منخفضة عن مستوى السطح الطباعي، وتتم الطباعة من خلال غطس السطح الطابع كلّ في الحبر، ثم تتولّى شفرة الإزاحة كشط

(1) Judith Lazar, *Sociologie de la communication de masse*, Paris, éd. Armand Colin, 1991, p19.

(2) Roland Caylor, *Les médias: La presse écrite, radio et la télévision*, Paris, 1^{er} édition, P.U.F, 1991, p37.

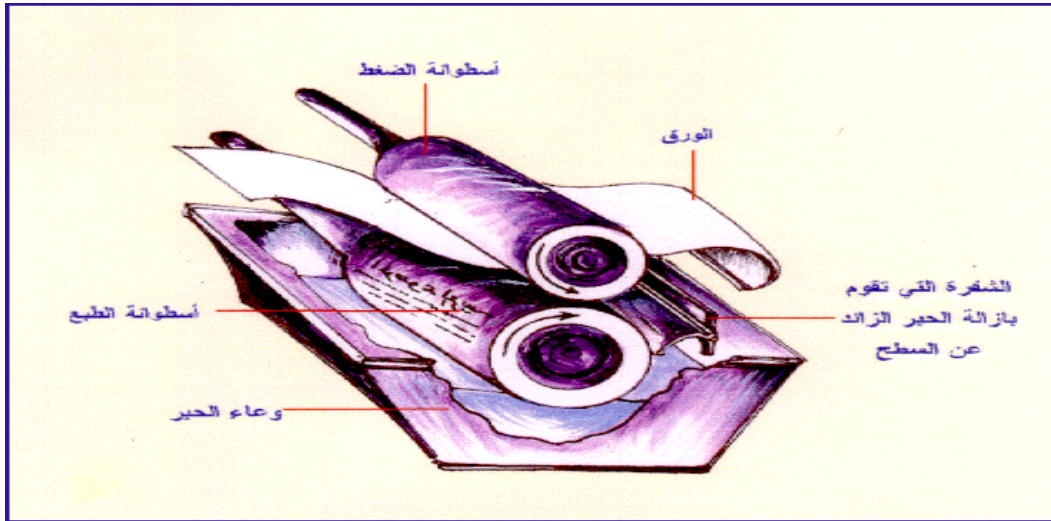
(3) إياد شاكر، البكري، نفس المرجع السابق، ص37.

الحبر من على الأجزاء البارزة، ليظلّ في الأجزاء الغائرة وحدها، بحيث تنتقل الأشكال الطباعية إلى الورق من خلال تلامس الورق مع الأجزاء الغائرة المليئة بالحبر⁽¹⁾.

لقد كانت بداية هذا الأسلوب عام 1895، حينما وضع التشيكوسلوفاكي (Karl Klietch) حيّز التنفيذ الطباعة الأولى بالطريقة الغائرة، وقد عرفت عدة تطورات، حيث ظهرت الطباعة الغائرة الإلكترونية التي تستعمل جهاز السكانر (Scanner)، الذي يمكنه أن يحفر حوالي 8000 إلى 12000 تجويف في الثانية.

من ميزاته الأساسية أنّه يسمح بإنتاج صور ذات نوعية جيّدة، ونظرًا لكونه يتطلّب عدد كبير من النسخ تصل إلى المليون، فإنّ مجالاته تتحصر في نطاق محدود، كالمجالات المتنوّعة، وما يُعاب عليه تعقّد عمليات التحضير وتكلفتها المرتفعة⁽²⁾.

من ضمن التطوّرات التي عرفها هذا الأسلوب أنّه انتقل من الطباعة الغائرة التقليدية إلى الطباعة الغائرة الإلكترونية (L'héliogravure électronique)، وهي طريقة تشبه طريقة الحفر الضوئي أو التصويري (Photogravure)، تستعمل جهاز الأشعة (Scanner) لحفر الأسطوانات، بحيث يمكنه أن يحفر حوالي 8000 إلى 12 ألف تجويف، والتركيب في هذا الأسلوب غائر إلكتروني يركّز على أسطوانة يكون دورانها متزامنا مع دوران أسطوانة الحفر⁽³⁾.



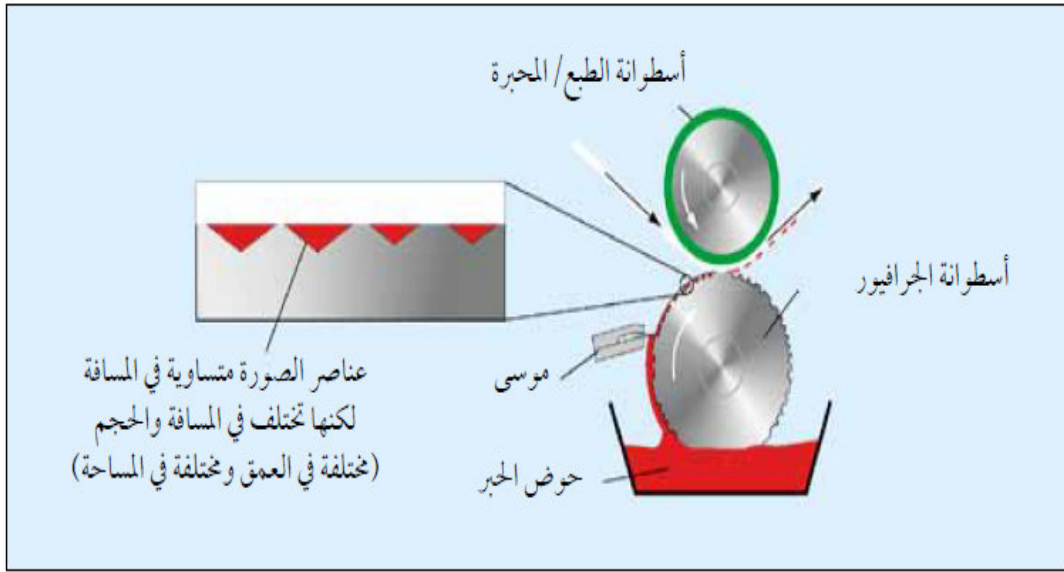
شكل رقم (05): الطباعة الغائرة⁴

(1) محمد، محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 87-88.

(2) Guéry, Louis, **Manuel de secrétariat de rédaction de la copie à la maquette de la mise en page**, Paris, éd. C.F.G, 1990, p375.

(3) Ibid, p377.

(4) موقع جوجل تم تصفح الموقع يوم



شكل رقم (06): طباعة الجرافور¹ Gravure

3- الطباعة الملساء (الأوفست (Offset):

ويعني في اللغة الإنجليزية: نسخ شفاف، ويرجع استعماله على الروتاتيف إلى عام 1933، وهو يتم بواسطة أشكال مسطحة لا تجويف لها ولا بروز، ويركّز خاصة على التعارض بين الماء والأجسام ذات الكثافة كالحبر مثلاً، والأوفست مشتق من فن الطباعة على الحجر، فالصفحة المراد إعدادها يتمّ تجميعها بطريقة فوتوغرافية (التّجميع على البارد، على لوح رقيق مرّن يمكن لصقه على أسطوانة الروتاتيف)، ويتم وضع الحبر على اللّوح الطابع، ثم ينتقل هذا الحبر إلى أسطوانة موجودة في الوسط، والتي تقوم بطبع الشكل على الورق⁽²⁾.

يعتبر أسلوب الأوفست الأكثر استعمالاً في الصحافة المكتوبة، تمّ اكتشافه في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق الصدفة، ويعتبر تقنية مكّلة لطريقة قديمة في طباعة الصور وموازية التيبوغرافيا وهي اللّيتوغرافيا^(*)، وتعني الرسم بالصخرة أو الطباعة الحجرية⁽³⁾، التي اكتشفها العالم Bavarois Senefeld ودخلت حيّز التطبيق في 1796.

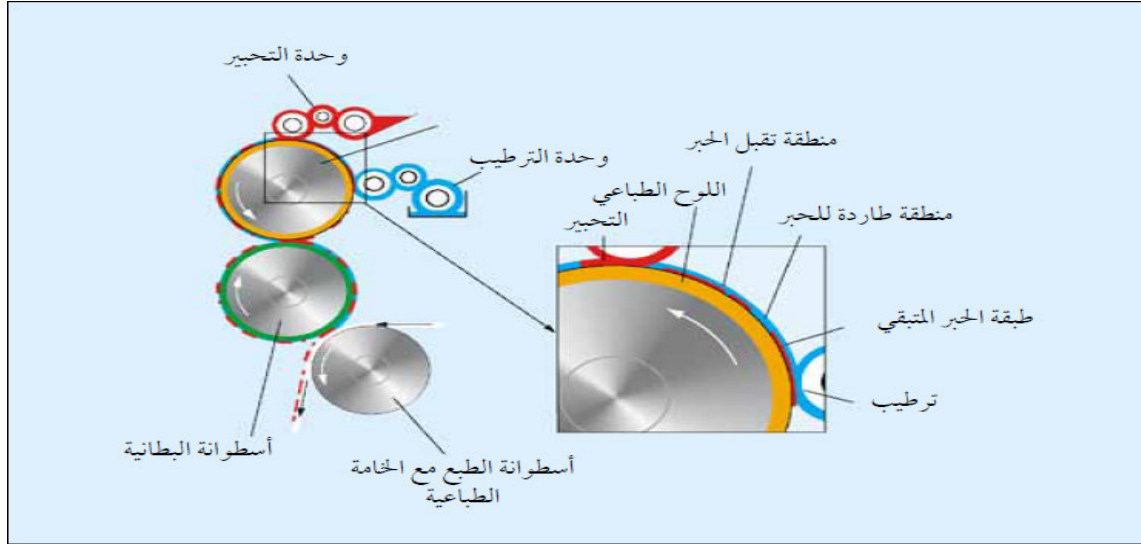
(1) مقال الباب الثالث.

(2) Pierre Albert, *La presse*,

(*) اشتقت كلمة ليتوغرافيا من كلمتين يونانيتين هما Lithos بمعنى حجر و Graphein بمعنى (كتابة أو رسم).

(3) Robert Lechène, *L'imprimerie de Gutenberg à l'électron*, Paris, 1^{er} édition, 1972, p139.

إضافة إلى ذلك، فهو عبارة عن أسلوب مستوٍ، لا يحوي ثقب، والعناصر الطباعة وغير الطباعة تكون على نفس المستوى، وأثناء الطباعة الورق لا يكون على اتصال مع العنصر الطباعي وحبر الأسطوانة الطابعة يُنقل على الأسطوانة الوسيطة التي تُعرف بحاملة مطاط الأوفست، وهذا الأخير ينقلها بدوره على الورق.



شكل رقم (07): طباعة الأوفست Offset¹

طباعة الأوفست مثلها مثل طباعة التيبوغرافيا، هي ذات حركة دورانية، وتسمية دوائر الأوفست تطلق على الطابعات التي تغذت بمنكبات تستعمل في طباعة الصحف اليومية، والأسبوعية، ويمكنها أن تسجل سرعة قدرها حوالي 30 ألف دورة في الساعة أكثر من دوائر التيبوغرافيا.

♦ تطور أسلوب الأوفست:

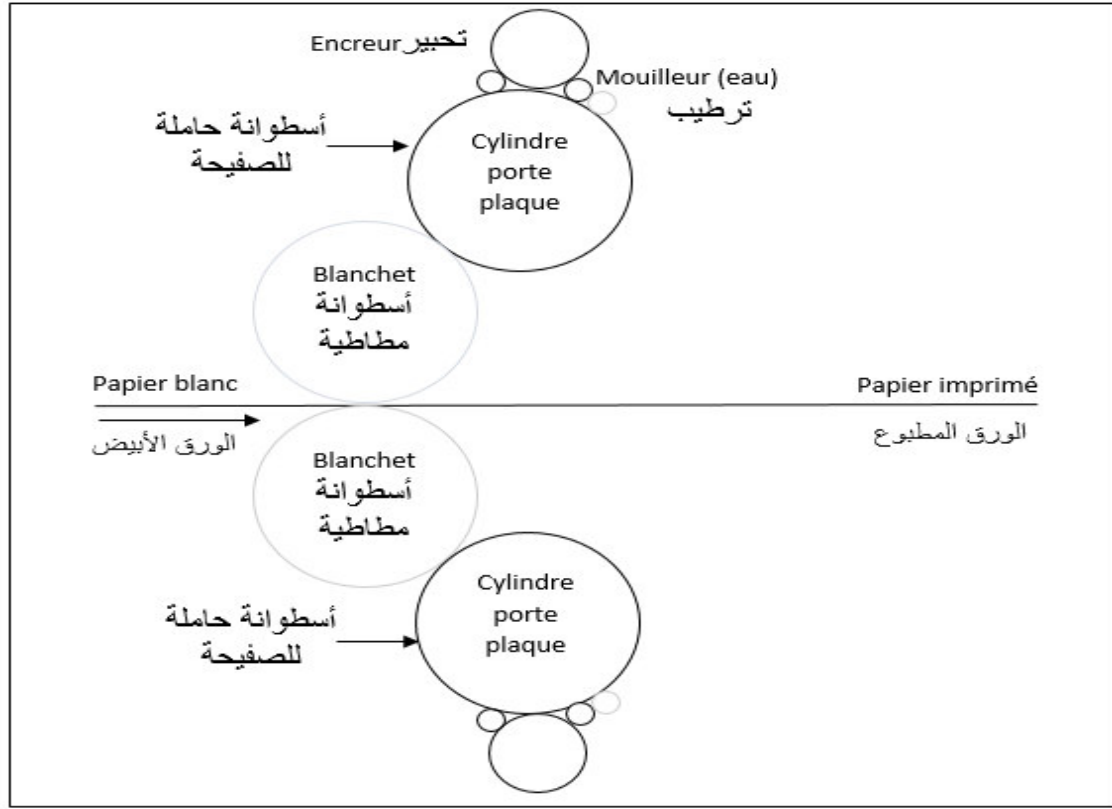
لقد عرف تطورات على مستوى:

- ✓ صناعة الصفائح مباشرة عن طريق الصف الضوئي.
- ✓ تحسين أساليب الترطيب والتبلييل.
- ✓ تنظيم أساليب التجفيف التي تسمح بتحسين نوعية اللون، وبالأخص في اليوميات.
- ✓ استعمال أكثر فأكثر للآلة في مراقبة الدوائر⁽²⁾.

(1) المصدر: الأشكال (1، 2، 3) مأخوذة من الموقع الإلكتروني الآتي:

http://www.alargam.com/general/papers/2a.htm ، تاريخ التحميل: 2013.2.3

(2) Louis Guéry, op.cit, p369-371-373.



شكل رقم (08): مبدأ عمل طباعة الأوفست

لقد تطورت الطباعة الملساء، ولم تعد تستخدم اللوحات المعدنية للطبع على الورق مباشرة، وإنما أصبح أغلبها يستخدم وسيطاً ينقل الأشكال الطباعية من اللوحة إلى الورق، وهذا الوسيط عبارة عن طنبور مصنوع من المطاط، يتلامس في أثناء دوران الآلة مع الطنبور الطابع، الذي تلتف حوله اللوحة من جهة، ويتلامس مع الورق من جهة أخرى⁽¹⁾.

♦ خطوات طباعة الأوفست:

- ✓ التصميم: إن عملية تصميم المطبوع تشبه الخارطة التي تسبق عملية البناء، فالمصمم غالباً ما يضطلع بعدة أعمال أهمها:
- ✓ تحديد حجم المطبوع في ضوء النسخة المخطوطة.
- ✓ تحديد نوع ووزن وسمك الورق المستخدم في الطباعة.
- ✓ تصميم الغلاف، وإعداد العنوان والصور والأشكال والألوان التي تحدّد المهر الخارجي للمطبوع.

(1) محمد، محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 90.

✓ تحديد أنواع الحروف وأحجامها، وتنظيم العناوين الرئيسية والفرعية والهوامش.
✓ توضيب الصور والرّسوم والجداول والخرائط وغيرها من المؤثرات البصرية التي تدعم النص وتكمّله.

✓ **التنضيد (أو صف الحروف):** تعد عملية التنضيد أو صف الحروف أول خطوة، في تحويل المخطوط إلى حروف طباعية، وقد كانت هذه العملية تتمّ بالجمع اليدوي للحروف الرصاصية، ثم استخدمت طريقة الجمع الساخن أو الآلي بواسطة آلة (المونوتيب)، ثم (اللاينوتيب)، لكن هذه الطريقة أصبحت قديمة ونادرة، وقد استعملت بعدها طريقة التنضيد التصويري (Photo Setting)، حيث استبدلت مخازن الحروف الرصاصية بقطعة الفلم الشفاف الذي تطبع عليه الحروف بطريقة سالبة، بيد أن الوسيلة السائدة اليوم هي استخدام الحاسوب، وبرامجه المتخصصة في معالجة الكلمات والنصوص والصور.

✓ **التدقيق والتصحيح:** بعد انتهاء عملية التنضيد، أو تجميع الحروف، سواء بالجمع الرّصاصي أو التّصويري أو بالحاسوب، يتمّ سحب نسخة ورقية أولية من النص المطبوع، لغرض إجراء التّصحيح والتدقيق لتجنّب الأخطاء المطبعية، ثمّ تعاد النّسخة المصحّحة إلى الطّباع لإجراء التعديلات والتصويبات الضرورية⁽¹⁾.

✓ **الإخراج الفنّي:** الإخراج الفنّي يعني تنفيذ التصميم على الورق، بعد إكمال تنفيذ الحروف ويجري الإخراج بطريقتين:

1. **الإخراج على الورق:** حيث يتم تقطيع النّص المطبوع، وتوزيعه على الصفحات والمساحات المخصصة، من خلال اللّصق بصمغ خاص على ورق قياسي (ماكيت)، كما يجري إدخال الصور، والرّسوم وغيرها من الأشكال.

2. **الإخراج الإلكتروني:** يتمّ إجراء عملية الإخراج حالياً باستخدام برامج حاسوبية متخصصة، حيث يتم توزيع النص والرّسوم والصور، وإعداد الشكل النهائي لصفحات المطبوع على الشاشة دون استخدام المواد اللاصقة أو أدوات النص واللّصق.

✓ **التصوير الطباعي والتقطيع:** بعد إكمال تصميم وإخراج الصفحات، يتمّ تصويرها على فيلم طباعي، بمساحة ورق الإخراج، وعند إظهار الفيلم السالب بالمحلول الكيماوي، يقوم

(1) محمد جاسم، فلهي، مرجع سبق ذكره، ص 39-40.

المخرج بإجراء التعديلات واللمسات الفنية، من أجل توضيح الكلمات والصور، وتسمّى هذه العملية بالتقطيع (المونتاج).

✓ **الفرز واستخراج الأفلام:** في هذه المرحلة يتم إعداد العمل الملون من خلال تخصيص فيلم لكل لون من ألوان العمل، ويصوّر فيلم بمساحة (100 سم 70 سم) لكل لون من الألوان الأساسية الأربعة.

✓ **ترتيب الأفلام وتوزيع الصفحات:** معظم الأعمال الطباعية تتمّ على حجم كبير من الورق، يقسم إلى عدد من الصفحات في آن معا، تثنى وتطوى بعد الطبع، لذا فمن المهم أن تُرصّ صفحات العمل بحيث تتسلسل الصفحات بعد الطي، أضف إلى ذلك أن من أهم الأمور في الطباعة الملونة أن تتراص أجزاء كل صورة وألوانها، على بعضها البعض، لتكوّن المطبوع الملون، وهو أمر من اختصاص فنان التركيب والتقطيع (المخرج الفني...) ⁽¹⁾.

✓ **الألواح المعدنية (بليت الزنك) (Plate):** تثبت الأفلام فوق ألواح الزنك، ويتمّ تعريضها للضوء لبضع لحظات، ومن ثمّ تحمّض الألواح وتغسل بالأحماض الفوتوغرافية المعروفة.

✓ **تثبيت الألواح:** تثبت أربعة ألواح، لكل صورة ملونة على أسطوانات ماكينة لطبع (مكائن الأوفست قد تكون ذات أسطوانة أو اثنتين أو أربعة أو ستة أو ثمانية)، وفي مكائن الأسطوانة والأسطوانتين يُطبع اللون الأول، ثم يُترك الورق ليُجفّ، ثم يوضع اللون الثاني، ويُعاد تمرير الورق، وهكذا دواليك حتى تتمّ طباعة الألوان الأربعة.

✓ **التّصحيح أو الثني:** تتمّ الطباعة عادة على ورقة كبيرة مساحتها (100 سم 70 سم) لعدد من الصفحات في آن واحد، وما أن يجف الورق حتّى تتم عملية التّصحيح والطيّ على ماكينة خاصّة.

✓ **عملية الفرز والتّجميع والقص:** تُفرز بعدها محتويات كل مطبوع على حدة وتُجمع، ثمّ تُقصّ الزوائد بواسطة مقص كبير.

✓ **التّغليف:** وهو على عدّة أنواع أهمّها التجليد الفنّي ⁽²⁾.

(1) محمد جاسم، فلهي، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) المرجع نفسه، ص 41-42.

◆ مزايا الأوفست:

من بين مزايا الأوفست أن طبقة البلاستيك تتكيف مع جميع بنيات الورق، كما أن سرعة السحب يمكن أن ترتفع بشكل كبير⁽¹⁾، وقد تمّ استخدامه لطباعة الصحف اليومية، لما له من فوائد في سرعة الإنجاز ونوعية السحب الجيدة، ولا يتطلب وقتاً كبيراً لإنجاز كميات كبيرة من النسخ، ما جعل الناشر ينجون إليه⁽²⁾.

فضلاً عن ذلك، فإنّ طريقة الأوفست من أكثر الطرق الطباعة انتشاراً في العالم، لاسيما في طباعة الجرائد والمجلات، وتتميز مزايا هذه الأخيرة في التالي:

- ✓ إنتاج التفاصيل الدقيقة.
- ✓ المستوى العالي للجودة الطباعة، حتّى على أنواع الورق الخشن.
- ✓ إمكانية التجهيز السريع والسهل لكافة مراحلها.
- ✓ اقتصادية إنتاج السطح الطباعي واقتصادية استهلاك الحبر.
- ✓ إتاحة سرعات طباعة عالية.
- ✓ يُستخدم هذا النوع من الطباعة في طبع معظم المجلات العالمية مثل (Match time week, life, Paris).

◆ عيوب الطباعة بالأوفست:

تتمثل في العناصر التالية:

- اختلاف الدرجة الظلية واللونية من مطبعة إلى أخرى، وذلك بسبب صعوبات ضبط التوازن بين التّحبير والترطيب أثناء عملية الطباعة.
 - أحيانا ما تحدث مشكلات على آلة طباعة الأوفست، نتيجة وجود الحبر مع الماء في مكان واحد، سواء على اللّوح الطباعي أو على أسطوانة الأوفست المطاطية.
 - حدوث عدّة آثار جانبية بسبب استخدام الماء في أثناء الطباعة، منها تغير أبعاد الورق، وما يسبب ذلك من مشكلات في دقة التّطابق اللوني.
- لعلّ هذه العيوب هي التي جعلت شركات الطباعة تتوصّل إلى طريقة جديدة تجمع بين خصائص الطباعة البارزة والملاءم، وتعرف هذه الطريقة باسم الأوفست الجاف (Dry offset)، حيث أن الأشكال الطباعة لا تنتقل مباشرة إلى الورق، ولكنّها تنتقل بطريقة غير

(1) Maurice Audin, H. J. Martin et autres, *L'histoire de l'imprimerie*, Paris, éd. A. J. Picard, 1972, p396.

(2) Robert Lechène, op.cit, p101.

مباشرة، حيث يتم ذلك من السطح الطباعي إلى الوسيط المطاطي الذي ينقلها بدوره إلى الورق⁽¹⁾.

ما يمكن ملاحظته من خلال استعراض الأنواع الثلاثة للطباعة، هو أنها تشترك وتتقارب من حيث أنها تعمل عن طريق الضغط بنظامين ماديين، الأول متعلق بالورق ويتميز بالصلابة، بينما الثاني هو الحبر وهو عبارة عن سائل، هدف هذه الأساليب هو نقل الحبر (الذي يكون إما أسود أو ملون) على الورق الذي يكون أبيضًا. إلى جانب الأنواع الرئيسية للطباعة، هناك أنواع فرعية تتمثل في الطباعة المسامية، والإلكتروستاتيكية، النافذة، وطباعة النفط الحبري، والطباعة الليزرية التي تستخدم في ناسخات جهاز الحاسوب، وهي طباعات محدودة.

ثانيًا: من حيث ملاصقة المادة المطبوعة للوسيط الطباعي

فقد قسمت إلى:

- أ. مباشرة: حيث تتلامس المادة المطبوعة مع الوسيط الطباعي مثل الطباعة البارزة.
- ب. غير المباشرة: حيث لا تتلامس المادة المطبوعة مع الوسيط الطباعي مثل الطباعة الملساء، من هنا جاءت التسمية بالأوفست حيث تعني الطباعة غير المباشرة وهي من العبارة (Off the plate and set-out of the paper)

ثالثًا: من حيث طريقة تغذية المادة المراد الطباعة عليها (الورق)

1. الطبق (الفرخ). وتتفرع إلى:
2. الشريط (رول Rool). فهناك آلات طباعة تُغذى بالفرخ، وأخرى بالشريط.

رابعًا: من حيث عدد الألوان

وتتكون من:

- أحادية الألوان وهنا فإن آلة الطباعة تحوي رأس طباعة واحد والذي يتكوّن من مكان تثبيت الوسيط الطباعي وآلية ضغط (كبس).
- متعددة الألوان، وهنا فإن آلة الطباعة تحوي أكثر من رأس طباعة.

(1) محمد، محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 92.

مما تقدم نجد أن طباعة الصحف هي:

- ✓ من حيث طبيعة الوسيط الطباعي ملساء وبارزة في أوروبا.
- ✓ من حيث طبيعة ملاسة المادة المطبوعة للوسيط الطباعي غير مباشرة.
- ✓ من حيث طريقة التغذية للمادة المراد الطباعة عليها (الورق) فهي "رول" Rool.
- ✓ من حيث عدد الألوان فهي متعدّدة الألوان.

• الملمس في الطباعة

يُقسم الملمس في الطباعة إلى **الملمس الحقيقي** الذي هو ملمس الورق، و**الملمس المطبوع**، الذي هو الملمس الشبكي والملمس الفوتوغرافي.

أ. الملمس الحقيقي:

يتبع الملمس الحقيقي طريقة صناعة الورق، وبشكل مختصر فالورق يصنع من عجينة تتألف من الألياف النباتية، أو الخرق البالية أو من الورق السابق استخدامه، يُضاف إليها الماء ومواد أخرى كالغراء الذي يجعل الألياف تتماسك ثم توضع هذه العجينة على مشبك أو غريال لكي تتسطح وتتنقي من الماء الزائد، ثم تُضغَط بواسطة مدحاة دائرية للتخلص من بقية المياه، وينقل الورق بعدها إلى مجفّات لكي يجفّ، بعد ذلك تأتي عملية الصقل بمرور الورق على طنابير معدنية تصقل وجهه، وتعطيه اللمعان المطلوب، ثم يُقَصَّ حسب الطلب.

وبتغيير هذه المواصفات الفنية تنتج لدينا أنواع متعدّدة من الورق بقياسات مختلفة، بالإضافة إلى أن الورق الناتج يتراوح ما بين درجة النعومة والخشونة ولمعان الوجه ونُصوعه.

الأنواع الغالية من الورق تكون ناصعة البياض، وذات سطح ناعم لمّاع، كورق المجلّات والكتب الفخمة. أما الأنواع الرخيصة، فهي تكون خشنة الوجه، وأقل نصوعاً ولمعاناً كورق الكارتون وورق الصحف. ويأخذ المصمم بعين الاعتبار نوعية الورق الذي سيطبع عليه تصميماته، حيث أن الأمر مرتبط بكفاءة الصور والحروف التي سيضعها⁽¹⁾.

(1) إياد، محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص218.

فالصورة الظلية (الملونة وغير الملونة) والدرجات الطلية هي عبارة عن نقاط، وعندما يكون سطح الورق خشناً، فهذا يعني أن هناك الكثير من المسامات المرتفعة والمنخفضة. هذا الأمر يستدعي من المشتغلين بالطباعة أن يستخدموا نقاطاً أكبر بالحجم وأقل بالعدد لكي ترسم النقطة بوضوح على السطح الخشن، وهذا سيفقد الصورة الكثير من تفاصيلها الدقيقة.

كنا ذكرنا فإن حجم النقطة المستخدمة في الطباعة يسمّى بالتسطير الشبكي، ومن جهة أخرى هناك أنواع من الورق تُصنع بملابس مختلفة لإعطاء تأثيرات فنية كورق "الفبريانو" الذي يكون ورقاً خشن الملمس وغالي الثمن.

ودرجة سماكة الورق تقاس عادة بالغرام، فورق الصحف والكراسات المدرسية يتراوح وزنه من 60 إلى 80 غرام، أما ورق المجلات والملصقات فيتراوح وزنه من 100 إلى 120 غرام، والورق المستخدم في التعبئة وأغلفة الكتب يتراوح وزنه من 180 إلى 200 غرام، وهناك بعض أنواع الورق يصل وزنه إلى 300 و400 غرام.

ب. الملمس المطبوع:

يقسم الملمس المطبوع إلى نوعين: الأول هو الشبكات الملمسية والثاني صور أو رسوم تحاكي ملامس حقيقية.

الشبكات الملمسية تعمل بنفس طريقة الشبكات الطلية ولكنها تحوي تأثيرات منقوشة أو متموجة بدلاً من النقط. وتعمل هذه النقوش والتموجات على تفتيت الصورة وإعطائها تأثيرات خاصة لافتة للنظر. أما النوع الآخر من الملامس المطبوعة، فهو في العادة صورة فوتوغرافية لسطح الخشب أو الجلود، وتحتوي ببرامجيات التصميم الطباعي الكثير من هذه الملامس الجميلة⁽¹⁾.

- تجهيز مواد الطباعة:

وهي عملية تتم في أربع مراحل: تنضيد الحروف، وتصحيح النماذج، وإعداد الأشكال والرّسوم، وأخيراً تنسيق الصفحات وترتيبها، وتنضيد الحروف هي أولى المراحل، وتتم إما باستخدام المواد المعدنية المسخنة، وبخاصّة الرصاص، (Hot-Metral typesetting)، إذ يتم تنضيد حروف سطر كامل (الطريقة السطرية)، أو تنضيد كل حرف بشكل مستقل بذاته (الطريقة الحرفية).

(1) إياد، محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص 219-220.

وقد تصنّف الحروف بالطريقة الضوئية التي تعتمد على إمرار حزم ضوئية من خلال شرائح مفرغة بأشكال الحروف، ثم استقبال تلك الحزم الضوئية على شرائح حساسة للضوء (الأفلام).

وقد ظلت عملية الطباعة تعتمد حتى بداية القرن العشرين على تجميع الحروف الرصاصية يدويا Monotype، وهي طريقة تعتبر بدائية وبطيئة وشاقة، وكانت تجري من خلال تذويب مادة الرصاص، وصبّها في قوالب، على شكل حروف مقلوبة، ثم يقوم عمال الطباعة بترتيب هذه الحروف ووضعها في إطار حديدي لتكوين كلمات⁽¹⁾.

أما عملية تصحيح النماذج أو ما يعرف بالبروفات فتتمّ فيها طباعة نسخ تجريبية، وتصحيح ما بها من أخطاء، يتعيّن على المصحّح أن يقوم بمراجعة جميع تلك النسخ التجريبية عدّة مرات للتأكد من خلوّها من الأخطاء، ثمّ تُعاد للتصحيح.

يقوم قسم خاص بعد ذلك بتجهيز الرّسوم والأشكال، ويوجد نوعان من الرّسوم، يحتاج كل منهما إلى تجهيز خاص، فالرّسوم والأشكال الخطيّة مثل الرّسوم اليدوية والخرائط والأشكال التوضيحية يتمّ تصويرها بكاميرا خاصة، ثمّ طباعتها على فيلم له عامل مغايرة عال High Contrast Film، حيث تنتج صور سلبية بالمقاس المطلوب، أما الصور الضوئية والملوّنة، فيتمّ تجهيزها باستخدام شاشة التلوين النصفية Halftone screen، حيث يتمّ التعامل معها كآلاف من النقاط الدقيقة.

تدخل عملية التجهيز بعد ذلك مرحلتها الأخيرة، وتتمثل في تنسيق الصفحات، حيث يتمّ تجميع الرّسوم والأشكال مع القطع المكتوبة، وتنسيقها لتكوين صفحة أو وجه طباعي واحد، ويتمّ ذلك بإحدى الطريقتين: إما بلسق الصور الموجبة لمختلف الأشكال والرّسوم والقطع، وجمعها وتنسيقها، ثمّ تصوير كل ذلك في صورة سلبية واحدة، وإما بعمل صورة سلبية لكل شكل أو رسم أو قطعة مكتوبة على حدة، ثمّ تقص، وتنسق، وتلصق في صفحة واحدة، وبعد ذلك تستخدم الصفحة التي تمّ تنسيقها لإنتاج قوالب الطباعة على حسب الطريقة المستخدمة. وهكذا تصبح المواد جاهزة لأن تدخل في عملية الطباعة وإنتاج مواد مقروءة⁽²⁾.

(1) محمد جاسم، فلهي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(2) إياد، محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص 110.

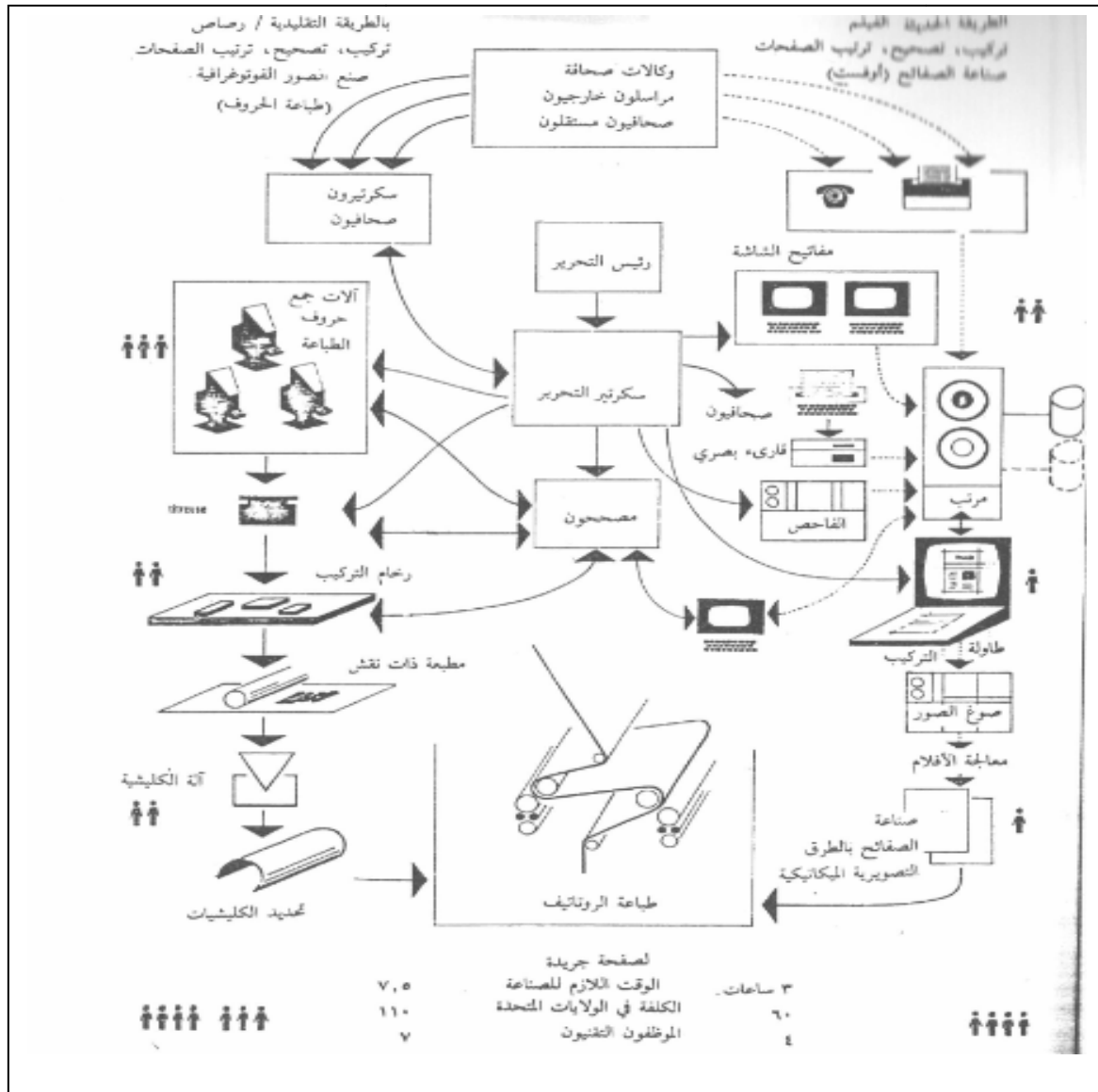
• طباعة الجريدة اليومية:

نظرا لأن عملية تجميع وطباعة الجريدة تتم ستّ أو سبع مرات أسبوعيا بدلا من مرة واحدة فإن تفكير الرجال الذين يؤدون العمل يميل نحو استخدام السرعة، و بالنسبة للجريدة اليومية فإذا كان الوقت المحدد لصدور الطبعة هو الساعة 40: 12 بعد الظهر فإن أية أخبار تصل إلى غرفة الجمع بعد هذه الدقيقة تؤدي إلى تأخير تشغيل المطبعة وهذا يعني بدوره لإدارة التوزيع تأخير تحرك السيارات وضياع مبيعات الشارع.

إن عملية طباعة الجريدة اليومية تجري حسب جداول محددة بدقّة قد حسبت كل خطوة منها وتحدّد موعدها كما لو كان الأمر يجري داخل خط مصنع لتجميع السيارات، وكل فشل أو تأخير في أيّ خطوة من خطوات هذا الانسياب يعطل العملية كلها، وقد يؤدي أحيانا إلى خسائر مباشرة في المبيعات.

يعتبر جدول توقيت الطباعة وثيقة مهندسة تحكم توقيتاتها عمل مئات العديد من الموظفين، وإذا بدأ دوران المطبعة الخاصة بإحدى الجرائد الكبرى متأخرا عن موعده بمدة 15 دقيقة، فإن ذلك سيؤثر على الدورة الإنتاجية بأكملها، فالدقائق الأخيرة قبل لحظة الطباعة تمثّل في إدارة كل جريدة وقتا ثميناً للتركيز في العمل، إذا مرّت اللّحظة المحددة عرفت كل إدارة مشاركة في هذه العملية المعقّدة استحالة أيّ شيء تمّ دفعه أو إضافة شيء جديد إلى الجريدة، تأتي فترة من الإسترخاء، في انتظار ظهور نسخ الطبعة الجديدة ثمّ إحضارها من غرفة الطباعة، وسرعان ما تبدأ عملية إعداد الطبعة التالية، وتتضمن ورقة جدول مواعيد خطوات الطباعة في الجريدة التقليدية قواعد تطبق دقيقة بدقيقة، تبين متى تتجاوز الصورة النهائية منضدة الإعداد ثمّ التحرك من منضدة النسخ إلى غرفة الجمع، ومتى تبرح آخر صورة فوتوغرافية إدارة التحرير الفني إلى غرفة الحفر ومتى تتحرك الصفحة الأخيرة من غرفة الجمع، ومتى ينتقل آخر لوح إلى إدارة عمل قوالب طباعة الرسوم، وتحديد الدقيقة التي يبدأ فيها دوران المطبعة، ولكي يعمل هذا الترتيب بنجاح لابدّ من تحرك الصفحات بنعومة من خطّ الجمع المعقّد بمعدّل محدد، ويمثّل إنتاج الجريدة اليومية في مطابع الجريدة الضخمة جهدا منظما لا يمكن تجاوزه في الإنتاج خاصة الأخبار وهي المادة الخام التي

يصعب إدراكها أو تحديد معانيها، و القليل من القراء هم الذين يعرفون ضخامة الجهد المبذول، والتخطيط المرسوم وراء نشر الجريدة التي تصل إلى باب البيت¹.

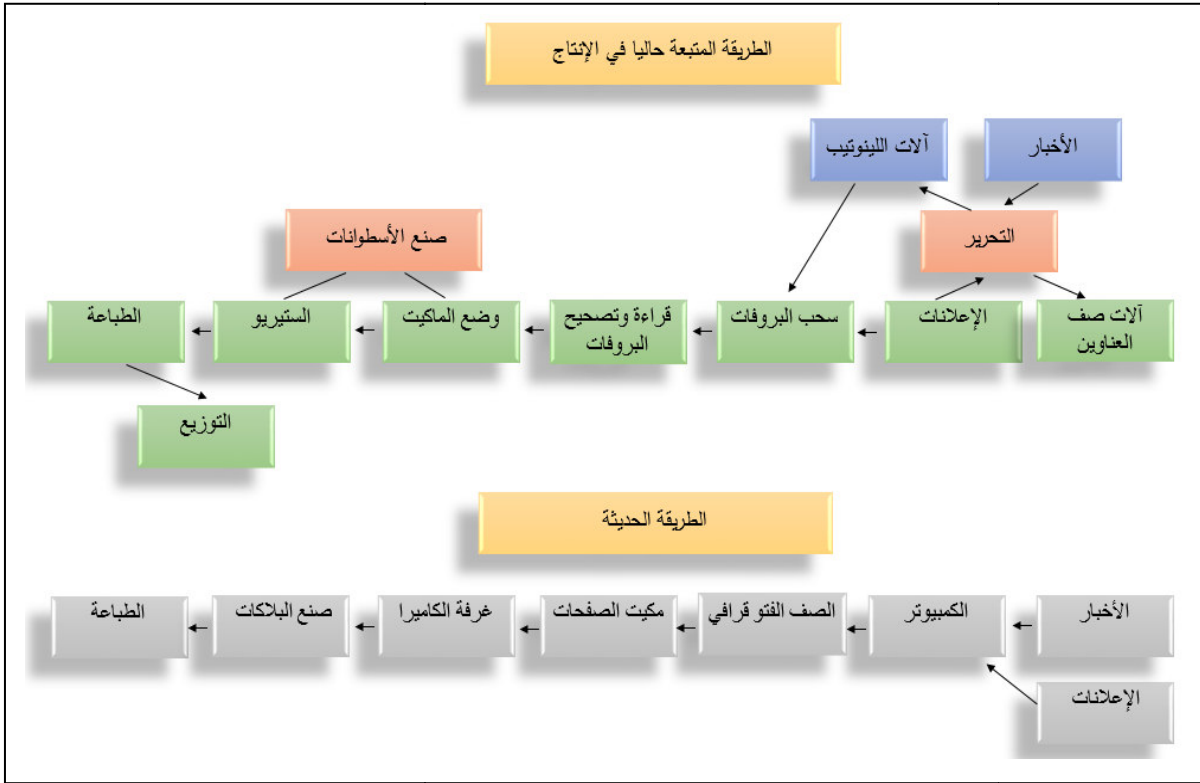


شكل رقم (09): مراحل صنع جريدة يومية²

أما الصحيفة الحالية بصيغتها العصرية فيتحكم فيها الإعلام الآلي في كامل مراحلها بداية من إرسالها من قسم التحرير، وصولاً إلى ورشة الطباعة أين يباشر الحاسوب كل العمليات من ضبط للآلات وتغيير للألواح الطباعية بصفة أوتوماتيكية آلية، مما يؤدي إلى ربح الوقت والجهد وتخفيض التكلفة الإنتاجية.

(1) محمود منصور، هيبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، ط1، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004، ص325-326.

(2) اتحاد الصحفيين العرب، ص87.



شكل رقم (10): مقارنة بين إنتاج صحيفة قديما وحديثا¹

7.II. الأنماط التكنولوجية لطباعة الصحف:

إن المؤسسة الإعلامية تراعي في طلباتها عناصر التقدم الفني والتكنولوجي المتطورة في العالم التي تسمح لها بالإمكانيات المالية المتاحة لها ومطالب المجتمع الملحة أو على ضوء ذلك تقوم المؤسسة بإجراء تعاقدات على الآلات والمعدات الخاصة بالجمع والطباعة والتجليد، هذه الأجهزة مصممة على أساس السرعة المتناهية للطباعة، وهذا يعني أن طباعة الجريدة ستأخذ أقل ساعات ممكنة للطبع⁽²⁾.

فالصحافة المكتوبة حاولت دائما البحث عن وسائل تقنية تسمح لها بمعالجة مسألتين هامتين: انخفاض مصاريف الإنتاج وتوسيع إمكانيات معالجة المضمون وخاصة من حيث التقديم والتمثيل.

تحقيقا لهذه النتائج عملت الصحف على الإستعانة بآخر ما صنعته التكنولوجيا في مجال الطباعة، التي عرفت تحولات جوهرية في الأداء والتطور، ومن جملة ما وصلت إليه

(1) اتحاد الصحفيين العرب، ص 81.

(2) الديب الحسيني، إدارة الصحف، مصر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986، ص 142.

تطوير أساليب جديدة للطباعة فضلا عن الأوفست الحديث، وإدخال الانترنت^(٩) في كامل العمليات الطباعية، فأصبحت الطباعة عملية إلكترونية باستخدام الانترنت، إلى جانب أنظمة أخرى نحاول تناولها في هذا العنصر.

1.7.II. الطباعة الحديثة بدون ألواح :

في الآونة الأخيرة ارتبط الحديث عن أساليب جديدة للطباعة لا تعتمد على الألواح الطباعية، ولإتمام الطبع بدون ألواح يمكن أن يتم ذلك بوجود نمطين تكنولوجيين هما:

النمط الأول: الطبع بنفس الحبر (Ink jet printing)

في هذا النمط الطباعي يتم رش الحبر من خلال مسدس هوائي على هيئة ذرات تتجمع على الورق مكونة الحروف والكلمات، وقد استخدمت صحيفة فرانكفورت راند شاد الألمانية هذه الطريقة في طبع الأدلة الإعلانية وأي مطبوعات أخرى لها نفس سرعة الإرسال الصحفي.

النمط الثاني: الطباعة الالكتروستاتيكية (Electrostatic printing)

في هذه العملية يقوم الحاسب الإلكتروني بصنع ملايين الأشكال الطباعية الصغيرة ومتناهية الصغر على سطح ورق صفح مبتل، ثم تقوم وحدة المسحوق الطباعي الجاف (dry printing powder) بمسح هذا الورق فتظهر عليه الصور والحروف وجميع العناصر المكونة للصفحات.

في ظل هذين النظامين فإن عملية إلغاء اللوح الطباعي وعملية الضبط أثناء الطبع تسمح باستخدام طابعات بسيطة جدا، كما ستقلل من فاقد الورق، والأكثر أهمية من ذلك هو أن أجهزة الحاسب الإلكتروني المستخدمة في التحكم في عملية الطباعة بدون ألواح ستسمح للمحررين بإدخال أحدث أو آخر الأخبار، وذلك أثناء دوران المطبعة، حيث لن يحتاج الأمر إلى توقف وحدة الطبع بالكامل لحين إنتاج سطح طباعي جديد كما كان يحدث سابقا، بل سيتم إدخال الخبر الجديد آليا عبر شاشة الحاسب ولن يكلف ذلك أي نفقات إضافية أو أي جهد من العاملين كما لا يقتضي التغيير سوى لحظات بسيطة، بجانب أنه في ظل ظروف

^(٩) يعرف الانترنت حسب الباحث فيليب كو philippe Queau بأنه صورة من صور الطريق السريع للمعلومات (الإعلام) وهي في نفس الوقت حل علمي فعال لمشكل يصعب حله، اتصال مرن وعلمي للمعطيات في أدمغة إلكترونية مختلفة التصور. للمزيد انظر كتاب محمد لعقاب، الانترنت وعصر ثورة المعلومات، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2001 ص31.

الإنتاج الصعبة في صناعة الصحيفة، فإن نظم الإنتاج الحديثة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية، سوف تفرض شروطاً أخرى وظروفاً جديدة للإنتاج تتعلق بالسرعة الفائقة والدقة والنظافة حتى يأتي المنتج الطباعي النهائي بصورة لائقة⁽¹⁾ ويتوقع الازدهار والانتشار لنوع جديد من الطباعة هو طباعة الفلكسوغراف (Flexographie) التي تعتمد على الماء في عملية الطباعة مع الحبر، وتعطي إمكانات أكثر جودة في طباعة الصور والألوان وتحل مشكلة تلوث الأيدي بحبر الطباعة (Rubbing off) والتي لها أضرار صحية على القراء والمستخدمين للجريدة.⁽²⁾

II.2.7. تقنيات الحاسوب وتطور طباعة الصحف:

لقد طبعت السنوات الأخيرة من الخمسينيات تدشين أول عهد جديد خرجت فيه المطبعة من أسلوبها القديم والمعروف بالصناعة على الرصاص، إلى عالم جديد يميزه استخدام آلات حديثة لها من الروعة في الإتقان والسرعة والترتيب ما يؤهلها لأن تخدم الصحافة وتيسر العمل الشاق للمشتغلين بها. المرحلة الجديدة هي إدخال الكمبيوتر إلى عالم الطباعة أو الخروج من الطباعة الساخنة إلى الطباعة الباردة (الورق المصور)، وإن هذا الاكتشاف جعل تقنيات الطباعة مثل مثيلاتها في صناعات أخرى، وهو الشيء الذي مكن الصحافة المكتوبة من دخول المعلوماتية.

هكذا بدأ التعامل مع آلات حديثة لها إمكانيات قوية في السرعة وضبط العمل، وعرفت الصحافة المكتوبة أجيالاً متعددة فمن الشريط المثقوب إلى الأسطوانة المغناطيسية إلى الشريط المغناطيسي، كلها أدوات جعلت الطباعة تعرف أشكالاً من التحول لكل منها غايته وأساليبه، لقد ساعد هذا التطور على المراجعة الفورية لكل المواد التي يتم تخزينها في الشكل الإلكتروني، والتي يمكن استدعاؤها إما للتغيير منها أو تصحيحها أو نشرها مرة أخرى دون اللجوء إلى طبعتها مرة أخرى، وهذا الأمر كان ممكناً حتى في الطباعة الساخنة، إلا أن المكان الذي تحتله المواد وهي على الرصاص كانت كبيرة، ثم إن ضياع الوقت في البحث عنها في المخازن كان عملاً متعباً⁽³⁾.

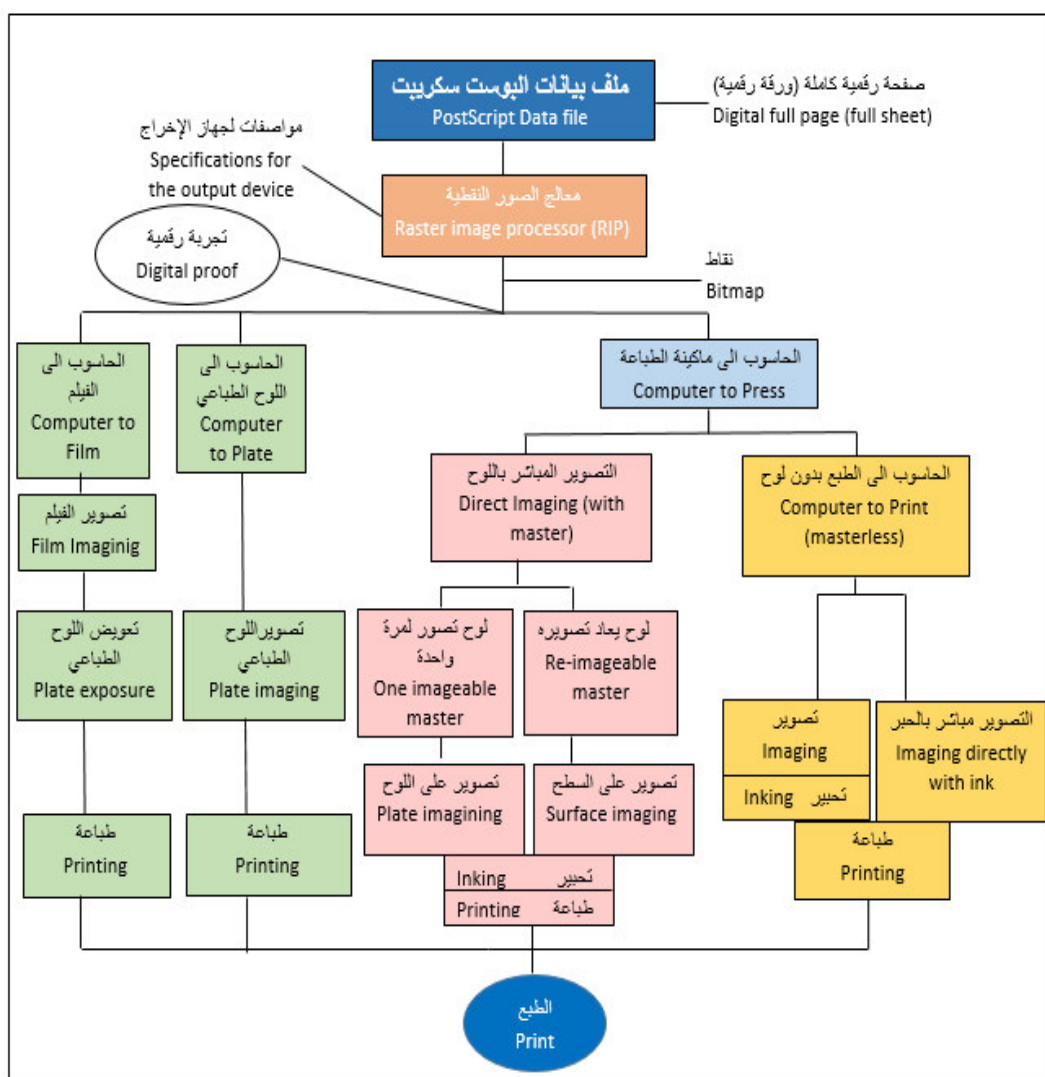
(1) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، مصر، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص232-233.

(2) نفس المرجع، ص277.

(3) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، مقال لمحمد طلال: تكنولوجيا الاتصال وتطوير الإعلام العربي المكتوب، تونس، 1991، ص240-241.

ويقصد بعبارة من الحاسوب إلى التقنيات بالتقنيات التي تتم من الحاسوب إلى جهاز الإخراج المحدد مثل: من الحاسوب إلى الفيلم، ومن الحاسوب إلى اللوح الطباعي أو من الحاسوب إلى ماكينة الطباعة مباشرة.

توجد طرق متعددة في معالجة البيانات الرقمية، التي تعطي الوصف الرقمي للصفحة، وتوجد ثلاث خيارات بشكل أساسي: الحاسوب إلى الفيلم، الحاسوب إلى اللوح الطباعي، والحاسوب إلى ماكينة الطباعة، والذي يجمع بين الأساليب المختلفة هو: السيطرة على الأجهزة والماكينات وذلك بتبني معالج الصور النقطية الذي يحول البيانات الرقمية التي تم تنظيمها في لغة وصف الصفحة (البوست سكربت) إلى نقاط فيما يسمى خارطة النقطة¹، والشكل أدناه يوضح هذه الخطوات:



شكل رقم (11): من الحاسوب إلى التقنيات "Computer to Techniques"

(1) أنور محمود عبد الواحد، المعاجم التكنولوجية المتخصصة، تكنولوجيا الطباعة، دار النشر لابييج، جمهورية ألمانيا الديمقراطية، 1981، ص152.

II.3.7. الحاسبات الالكترونية وعلاقتها بالطباعة :

في معرض دروبا Drupa 1986^(*) بألمانيا الغربية، تمّ عرض أول ماكينة تعمل وفق تقنية جديدة وهي التحكم المركزي الشامل في الوظائف الطباعية بواسطة وحدات العرض المرئي المركزية مدخلة مفهوما جديدا هو " الطباعة بواسطة الكمبيوتر"، ويتم هذا التحكم المركزي في عملية الطباعة بوظائفها المختلفة وأجهزتها المتعددة من خلال منصدة التحكم المركزي الشامل بوحدات العرض المرئي التي تقوم بالتنسيق بين الأجهزة المختلفة بما فيها الوحدات الفرعية، فضلا عن الحصول على البيانات الخاصة بماكينة الطباعة وتقييمها مركزيا.⁽¹⁾

على غرار عملية التحكم الالكتروني في الطباعة، ظهرت أنظمة أخرى تلعب دورا هاما في الإنتاج الطباعي وهي تقنية C.T.P^(**) (من الكمبيوتر إلى الصفحة computer to plate) و (من الكمبيوتر إلى الطباعة computer to print) تتمثل في الإنجاز الأوتوماتيكي للصفائح الجديدة عن طريق تقنيات حديثة في أنظمة التجفيف، وهو تطبيق للرقمية والاستثمارات الضخمة، فالتركيب ينجز من خلال حاسوب ويتم الحفر المباشر على الصفحة، وبعدها الصفحة المحفورة يتم وضعها على آلة الطباعة ليتم طبعها، وقبل ذلك توجد مرحلة الضبط (اللون، الحبر، الورق)⁽²⁾.

كما أن هذا الأسلوب لا يستخدم المواد الكيماوية ويقوم بحفر صفائح الأوفست عن طريق الحفر الحراري.⁽³⁾

^(*)Drupa: هو تصغير لكلمة druck و papier وتعني مطبعة وورق، يمثل أكبر معرض دولي يقام كل 5 سنوات في ألمانيا بمدينة Düsseldorf يعرض فيه آخر ما توصلت إليه تكنولوجيا الطباعة. للمزيد انظر كتاب:

Roger Cotel Frédéric Laporte , les solutions Appel Pour la Presse, paris, c.f.p.j, 1996, P14.

⁽¹⁾ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مصر، العربي للنشر والتوزيع، 1990، ص 103-104.

^(**) نظام CTP ينقسم إلى ثلاثة أنواع :

1- computer to plate: نظام يعني الحفر المباشر للصفائح عن طريق الحاسوب، وهذا النظام يلغي مرحلة إعداد الفيلم.

2- to press: يعني حفر مباشر للصفائح على صفحة الأوفست وهذا يلغي الوقت الضائع في ضبط الصفائح.

3- to print: هي الطباعة الرقمية من خلال الحفر المباشر للصفائح الافتراضية على أسطوانة الطبع، وحتى أثناء السحب يمكن أن تغير الصفائح.

⁽²⁾ Philippe Shuwer, traité pratique d'édition, Paris, 3^{ème} éd. Cercle de librairie, 2002, p362-363.

⁽³⁾ Bernard Legendre, les métiers de l'édition, Paris, ed. Cercle de librairie, 2002, p205.

II.4.7. الأقمار الصناعية والطباعة:

أصبحت الأقمار الصناعية جزءاً أساسياً من عملية الإنتاج الكبير للصحافة، إذ بإمكان معظم الصحف في العالم استخدام تقنية الأقمار الصناعية في إرسال صفحات كاملة من مدينة لأخرى بطريقة إلكترونية في بضع دقائق كما تستطيع الأقمار الصناعية أن تربط مكاتب الأخبار في جميع أنحاء العالم وإرسال الأخبار بشكل فوري لأية مكاتب أخرى في أية نقطة من العالم.

كما أصبحت تقنية الحاسوب جزءاً من عدة أطوار أو مراحل لنشر الصحف مثل الإعلانات والتوزيع، ففي مطلع عقد الثمانينيات عرضت إحدى الشركات العالمية المتخصصة في طباعة الخطوط المتكاملة للإنتاج الطباعي والاستفادة من أشعة الليزر والاتصالات الفضائية، إذ عرض خط تحضير السطوح الطباعية عن بعد بحيث يمكن جمع الحروف والصور لأية صحيفة يومية في بلد ما، ثم يتم إرسال تلك الصور لإعطاء التعليمات اللازمة لخطوط تحضير السطوح الطباعية المستقلة في أماكن متفرقة بعيدة عن منطقة الإرسال عبر الاتصالات الفضائية باستخدام أشعة الليزر، بعدما تحضير السطوح الطباعية بعمليات تعريض وإظهار تلقائية يتم التحكم فيها عن بعد، وإنتاج سطوح طباعية صالحة للطبع في وقت واحد مع منطقة الإرسال بحيث يتوفر الوقت الكافي لملاحقة الأخبار فور حدوثها في مواقعها، مما يؤدي إلى ارتباط أجزاء كثيرة من العالم ببعضها في وقت واحد.

بالإضافة إلى ما سبق، ظهرت الطباعة البديلة وهي الطباعة الإلكترونية للصور الملونة، فالصور تتحول إلى مواد رقمية يسهل تعديلها وتغييرها بمعدل خمسة آلاف نسخة في كل مرة، وهناك أيضاً الطباعة تحت الطلب حيث يتم التحكم الإلكتروني في حجم الإنتاج مما يقلل من حجم الفاقد ويخفض في النفقات بشكل يمنع الخسائر لأن أسلوب الإنتاج يتم في وقت قياسي.

II.5.7. استخدام العقل الإلكتروني في طباعة الصحف:

إن تداخل الحاسبات والاتصالات وما نتج عنه قد سهّل العمل الصحفي بشكل واضح في السنوات الأخيرة، واستخدام الحاسب الآلي في طباعة الصحف حيث أصبح يقوم بإنجاز مراحل الجمع التصويري وفصل الألوان وطباعة الصورة وتمّ في هذا المجال تطوير عدة

برامج، منها إدخال الصور والرسومات إلى الحاسوب وذلك لإجراء عمليات التحكم في الألوان والتعديلات اللازمة لعرضها مرة أخرى حسب الاختيار بحيث تكون مماثلة للصورة الطبيعية المرسومة بالألوان المائية أو الزيتية التي كان قد وقع عليها الاختيار وبعض الصحف تعتمد الآن على التقنيات الحديثة في عمليات التحرير وصف الحروف الطباعية والنشر المتزامن⁽¹⁾.

بصفة عامة إن تكنولوجيا الطباعة التي تطورت تطوراً كبيراً تمثل استجابة لمطالب الصحف بطبع كميات ضخمة في وقت قصير، من جهة أخرى فإن هذه المطالب هي التي دعت المخترعين وشركات الطباعة إلى التفكير في المزيد من التطور، الأمر الذي انعكس إيجاباً على زيادة أعداد الصحف الصادرة، وزيادة الأرقام المطبوعة من كل صحيفة وتحسين المستوى النهائي.

إن الهدف من تكنولوجيات الطباعة هو تحقيق التشغيل الأمثل للتكنولوجيا لتحقيق أقصى طاقة إنتاجية، فالتكنولوجيا لا يمكن لوحدها أن تخلق التطور والتنمية، أحياناً هي التي تفرضه، وأحياناً أخرى الاحتياجات الاجتماعية هي المحرك، وإن وقت تكيف النظام الاجتماعي مع بيئة جديدة تكنولوجية، ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار الديناميكية الاقتصادية.

عمال المطابع والتكنولوجيا الجديدة:

تحتل الصناعة الصحفية أعلى نسبة في مجال ميزانية المشاريع الهامة، حيث لوحظ أنه ابتداءً من أواخر القرن التاسع عشر، أن الوسائل الفنية في مجال هذه الصناعة قد تطورت بشكل ملحوظ، وتطراً عليها تغيير جذري، ابتداءً من أواخر 1960، وبذلك انتقلت هياكل الهيئات الصحفية، وقد أدى ذلك إلى إشعال الخلافات الخطيرة مع المنظمات العمالية التي تُصرّ على المحافظة على مكتسباتها، ورفضها لأيّ تغييرات فنية حديثة تُصرّ بعملها⁽²⁾.

وكشفت إحصائيات العمل في الصناعات المطبعية في كلّ دول العالم أنّ هذه الأخيرة يعرقلها نقص يد عاملة مؤهلة يمكنها التعامل مع التكنولوجيا الجديدة التي تستدعي ضرورة

(1) إِيَاد شَاكِر الْبَكْرِي، تقنيات الاتصال بين زمنين، ط1، رام الله : دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003، ص42-44.

(2) بِيَار أَلْبِير، تر فاطمة عبد الله محمود، مرجع سبق ذكره، ص51.

توافر الكفاءة العلمية البشرية اللازمة لإدارتها⁽¹⁾، فالتقنيات الجديدة في الطباعة تعني تجهيزات ونفقات جديدة، وأشخاصا جُدد ملّمين بهذه التقنيات، وقد لا تمكّن المطابع من الوصول إلى هذه التكنولوجيا إلّا ببطء شديد بسبب موقف الاتحادات العمالية التي تحاول حماية العمال ضدّ التسريح الذي يتعرّضون له، إذ أنّ التكنولوجيا الجديدة تُنهي العديد من أعمال العمال المهرة، ومن هنا يأتي التهديد باللّجوء إلى الإضراب الذي كان يلحق لدى حصوله أضرارًا كبيرة بالصّحف، وقد اتّهم العمال بتحطيم الطبع للحيلولة دون طبع الجريدة من قبل عمال غير أعضاء في الاتحاد، ولأعمال مماثلة مضاعفات عديدة: إقفال الصحيفة، الطبع في أمكنة أخرى، الإذعان لمطالب الاتحاد، أو كل هذه المضاعفات مجتمعة، فلدى تراجع الأرباح يصبح اعتماد التكنولوجيا الجديدة هدفًا بعيد المنال⁽²⁾.

للإشارة فإنّ مثل هذه الاتحادات العمالية هي تنظيم نقابي وثيق التعاضد، وريث تقاليد تعاونية قديمة جدًّا، وروح الكفاح العمالي للقرن التاسع عشر، حيث كان عمال التّيبوغرافيا يتمتّعون بثقافة رفيعة، ويُسّر نسبي في قيادة المطالب، هذا التنظيم لا يزال إلى اليوم هو الأقوى، ويفرض موقفًا محافظًا يقف عائقًا في طريق التطور التقني للصحافة.

أكثر من ذلك، لقد تمكّن من السيطرة على قضية التعليم والتوظيف لدى المؤسسات الصحفية، فهي تفرض مواصفات للعمل مذهلة: تحدّد الأجور بشكل عام بالنسبة للإنتاج، ولكن المواصفات المختارة ترجع غالبًا إلى أحجام الإنتاج بآلات تعطي أدنى بكثير من إمكانياتها الحقيقية، ممّا يؤدّي إلى فرض دفع أجر عن عدد الساعات ليس لها علاقة مباشرة مع حجم العمل، فتشغيل عدد من العمال يفوق بكثير العدد الذي تتطلبه الآلة المستعملة، زيادة على ذلك فإنّ هؤلاء العمال يتمتّعون غالبًا على صعيد الإجازات والامتيازات الاجتماعية أو بفعل مكافآت مختلفة بمركز متميز، هذا الوضع قائم في أكثر البلدان الغربية كالولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا وفرنسا أين تمارس هذه النقابات سلطة كبيرة على أرباب العمل، والأهم من ذلك أنّه قد نتج عن هذا التسلّط تأخير، وفي بعض المؤسسات امتناع عن تحديث الأجهزة، والذي من شأنه أن يؤدّي إلى تخفيض كبير في إنتاجية هذه الأخيرة⁽³⁾.

(1) Victor Letonzey, *la typographie*, Paris, P.U.F, 1970, p111.

(2) جون بيتتر، مرجع سبق ذكره، ص68-69.

(3) بيار ألبير، *الصحافة المكتوبة*، تر محمد برجوي، مرجع سبق ذكره، ص43.

ويمكن الإشارة إلى أنّ عمال مطابع الصحف، أو طباعي الحروف، يتجمعون تحت لواء هيئة مميزة، فبالرغم من تنوّع صفاتهم (جامع الحروف، المصحّح، صانعي الأفلام والعاملين في طبع الصور...)، نجد أنهم متضامنون ومترابطون تمامًا، ومنخرطون في نقابات عمالية تعود إلى حقبة زمنية طويلة، وتبقى من أقوى النقابات في العالم رغم التطوير والتحديث في العمل المطبعي الذي يؤدي بدوره إلى التقليل في عدد العمال، نجد هذه النقابات تدافع باستمرار عن حقوق العمال المطبعيين، خاصة فيما يُعنى بالأجور.

ففي القرن التاسع عشر، كان المختصّون بالطباعة، بفضل ثقافتهم العالية، وثنائهم النسبي، يحتلّون مكان الصدارة في ميدان المطالب البروليتارية، وقد بقيت تلك الهيئات النقابية فائقة القوة، بالرغم من أنّ الاستعانة بالآلات اليدوية، ثم الأوتوماتيكية في مجال مهنة الصحافة، قد عمل من النّيل من جدارتهم، كما نجم عنه التقليل الشديد في الآلات والمعدّات، والنقابات التي كانت قد نجحت في الهيمنة على مجال تعلّم الحرفة وتشغيل العمالة، مازالت توفّر للمختصين بطباعة الصحف، المكافآت والأجور، وجداول عمل مكلفة للغاية للهيئات الصحفية.

لكن إيرادات هذه الهيئات أقل ممّا تتيحه هذه الوسائل الحديثة في مجال إعداد الحروف والطباعة، كما أنّ عملية النهوض بالمطابع يحدّ من انطلاقها مقاومة عمالية شديدة الرّفص والتّسليم بالمزايا الجديدة المكتسبة، وهذا الموقف الذي يضرّ بالجرائد، ويعمل على زيادة تكاليفها، يلاحظ في أغلبية الدول الغربية، وفي الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا، حيث يقوم "اتّحاد الكُتاب" "La Fédération du Livre" الفائقة السلطة بضغط شديد على أصحاب العمل. وهذه السلطة التي يتمتّع بها القائمون بالطباعة، مبعثها جزئيا، لفاعلية السلاح الذي يملكونه، ألا وهو سلاح الإضراب، خاصة في مجال صناعة لا تتمتّع بأيّ مخزون مثل الصحافة، ومازالت الصحافة الغربية تشعر بمرارة ذكرى الخلافات العديدة التي بيّنت عن وجود داء متأصلّ في مطابعها: ففي باريس في الفترة ما بين جانفي ومارس 1947 (38 يوما) حدث إضراب في مجال الطباعة، وفي نيويورك في أواخر 1962، وبداية سنة 1963 (112 يوما)، ومن 10 أوت إلى 6 نوفمبر 1978 حدث إضراب آخر. أما ألمانيا فقد عرفت إضرابا في الفترة ما بين فبراير ومارس 1978، وفي لندن وبعد سلسلة من الإضرابات، فقد اضطرت جريدة التايمز أن تتوقّف عن الصدور طوال عام كامل ابتداء من ديسمبر 1978 إلى نوفمبر 1979. ولقد تسبّب الخلاف في جريدة "لوباريزيان ليبيرييه" "Le Parisien"

Libéré" واستمر 29 شهراً (من مارس 1975 إلى أوت 1977) في توقف العمل عدة مرات في كافة الجرائد التي تصدر بباريس، وتمّ عقد اتفاقيات بين العمال وأصحاب المؤسسات الصحفية⁽¹⁾.

ولقد تزايد اشتعال تلك المقاومة العمالية، خاصة في فرنسا وبريطانيا، وهي تعمل على تفاقم الصعوبات الاقتصادية في مجال الهيئات الصحافية، التي تجد نفسها ملزمة بمواجهة، وهي في حالة جمود نسبي لمبيعاتها، وإعلاناتها، زيادة سعر الورق (215% فيما بين مارس 1973 وماي 1977)، وتزايد الاستثمار المادي والعقاري، وتزايد عبء الأجور الذي يزيد من ظاهرة العمالة الزائدة المزمدة في ورش الطباعة، والتي تبدو أحيانا غير محتملة⁽²⁾.

ومن هنا تبرز قوة النقابات العمالية التي تحاول دائما عرقلة المطابع الصحفية من اقتناء العتاد الجيد، فبالنسبة إليها الآلة الحديثة تأخذ مكان العامل وتعوضه، لكن مع مرور الوقت، أصبح هذا الأخير يتقبل فكرة عصرنة المطبعة على أن يتمّ رسكلة^(*) العمال وتكوينهم للبقاء في مناصبهم⁽³⁾.

II.6.7. الطباعة الرقمية:

تطوّرت صناعة الطباعة في السنوات القليلة الماضية تطوّراً مذهلاً مثلها مثل معظم الصناعات الأخرى، لاسيما بعد ظهور أجهزة وأنظمة الحاسب بملحقتها التشغيلية وإمكاناتها المختلفة، فقد ساعد الكمبيوتر على زيادة الإنتاجية، وجودة مع تخفيض التكلفة وتقليل الوقت والجهد اللّازمين لإنهاء العمليات الطباعية بمختلف مراحلها.

ومنذ عام 1991 ظهرت فكرة وأنظمة من الحاسب إلى الماكينة والمطبوع مباشرة دون المرور بمراحل التّجهيزات الطباعية المختلفة، وسميت هذه الأنظمة باسم أنظمة وتقنيات

الطباعة الرقمية الإلكترونية Digital Printing.

(1) بيار ألبير، تر فاطمة عبد الله محمود، مرجع سبق ذكره، ص55-56-57.

(2) المرجع نفسه، ص51.

(*) تعني الرسكلة (Le recyclage) تكوين العمال على الآلات الحديثة والتكنولوجيا الجديدة في مؤسسة معينة مثلا مطبعة ما.

(3) Nadine Toussa Desmoulins, l'économie des médias, Paris, P.U.F, 1992, p36-37.

وعرضت آلات الطباعة الرقمية لأول مرة على المستوى التجاري في عام 1993، وذلك في معرض ايبكس 93 الدولي بمدينة برمنجهام بانجلترا، ولقد أحدثت هذه التقنية ثورة هائلة في مجال الطباعة والنشر والتغليف.

ولم تحدث هذه الثورة فجأة، بل جاءت نتيجة طبيعية للتطور الذي حدث في التقنيات الرقمية في هذا المجال، وما أدى إلى الاستغناء عن الكثير من مراحل التجهيزات السابقة لعملية الطباعة، حيث أصبح من الممكن إنتاج الأفلام المفصولة الألوان من الحاسب مباشرة دون الحاجة إلى مراحل التصوير بشبكات التلامس والرتوش، وتصحيح الألوان، ثم أصبح من الممكن إنتاج الأفلام النهائية للمطبوعات باستخدام الحاسب ونظام النشر المكتبي من الحاسب مباشرة على الألواح الطبيعية. وكان ذلك مقدمة لظهور أنظمة من الحاسب إلى اللوح الطبيعي مباشرة دون الحاجة إلى الإنتاج للأفلام.

ولقد شهد معرض ايبكس 98 مولد شبكات الاتصال الرقمية السريعة التي تستطيع نقل الملفات الرقمية إلى أي مكان في العالم بسرعة ودقة وأمان في مدينة دسلدروف بألمانيا ظهور آلات الطباعة الرقمية المتطورة التي أثبتت بما لا يدع مجالاً للشك أن الطباعة الرقمية هي طباعة المستقبل.

ومع ظهور الطباعة الرقمية، والتي تعدّ من أهم التطورات والاكتشافات في مجال الطباعة منذ ظهورها الأول على يد المخترع جوتنبرغ في منتصف القرن الخامس عشر، تغير مفهوم الطباعة التقليدية تماما، فبعد أن كانت (الطباعة أولا ثم التوزيع) أصبح الآن: "التوزيع أولا ثم الطباعة".

كما تغير المفهوم الذي استمر طويلاً، ومؤداه أن طبع الكميات الصغيرة، يعني أن تكلفة النسخة الواحدة ستكون بالضرورة عالية، حيث يمكن إرسال كل الملفات الرقمية لأيّة عملية طباعية إلى عدة أماكن مختلفة في أنحاء العالم عبر شبكات الانترنت، والاتصالات الدولية، ثم تبدأ بعد ذلك عمليات الطباعة في كل من هذه الأماكن في الوقت المحدد، وبالكميات المطلوبة، دون الحاجة إلى طباعة كميات زائدة على العدد المطلوب بغرض تخفيض تكلفة النسخة الواحدة، ودون الحاجة إلى استهلاك الوقت، والجهد والمال، والمساحات في عمليات التخزين والشحن للمطبوعات.

وقد أحدثت الطباعة الرقمية بمفهومها وإمكاناتها الجديدة ثورة حقيقية في صناعة الطباعة، حيث أصبح من الممكن اليوم إنجاز العمليات الطباعية قليلة العدد من النسخ بكل

سهولة وسرعة واقتصادية، كما أصبح من الممكن الطباعة عند الحاجة فقط⁽¹⁾، وباستخدام المعلومات المتغيرة مع إمكانيات الطباعة المشخصة الموجهة إلى شخص أو مجموعة أشخاص معينين.

ونحن في بدايات القرن الواحد والعشرون، نجد أن المعلومات الرقمية تلعب دوراً حيوياً ومهماً في حياتنا اليومية بشكل عام، وفي صناعة الطباعة بشكل خاص، حيث تتسابق الشركات الرائدة في إنتاج الأنظمة والأجهزة والماكينات القادرة على التعامل مع هذه المعلومات والملفات بكل كفاءة وسرعة.

والتحول إلى التقنية الرقمية يساعد في الحصول على عدة مزايا من أهمها:

- زيادة الإنتاجية.
- ارتفاع الجودة والكفاءة.
- إمكانية التعامل بين مختلف المراحل الإنتاجية الطباعية.
- إمكانية التعامل من خلال شبكات الاتصالات المختلفة.
- إمكانية الاستخدام المتعدد للمعلومات الرقمية الواحدة.

7.7.II تعريف الطباعة الرقمية:

يمكن إطلاق مسمى الطباعة الرقمية على أي نوع من أنواع الطباعة إذا توفرت فيها إمكانية نقل المعلومات الرقمية من ذاكرة الحاسب أو قاعدة بيانات إلى خامة طباعية مباشرة داخل آلة الطباعة أو نظامها، وعلى ذلك فإن النظام من الحاسب إلى اللوح الطباعي مباشرة ليس طباعة رقمية لكن عند تصوير وتعريض الألواح الطباعية داخل المطبعة ذاتها، فإن هذا النظام يسمى من الحاسب إلى المطبعة: Computer to Print.

وعلى الرغم من أنه لا يوجد تعريف محدد متفقاً عليه لتعريف الطباعة، إلا أنه يمكن تعريفها بأنها طباعة من ملفات رقمية تستخدم عملية تحويل المعلومات الرقمية إلى سلسلة من النقاط الشبكية⁽²⁾ في إنتاج وسائط حاملة للصورة أو للاستتساخ المباشر على الورق أو الخامات الطباعية نفسها، غير أن هذا التعريف يتشابه إلى حد ما على ما تؤديه الطابعات

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 113-114.

(2) نفس المرجع، ص 115-116.

المكتبية وأجهزة تصوير ومستندات وأجهزة التجارب الرقمية، وقد اتفق الخبراء على أنه لكي تسمّى الطباعة طباعة رقمية في حدّها الأدنى، يجب أن يتوافر لها على الأقل ما يلي:

- ألا تقل دقة التسجيل الطباعي عن 800 نقطة/بوصة مع القدرة على طباعة الدرجات الظليلة المستمرة عن هذه الدقة أقلّ منها.

- ألا تقلّ الطاقة الإنتاجية لنظام الطباعة الرقمية عن 1500 صفحة، 4 ألوان على وجه واحد في الساعة الواحدة مقاس A4.

ويرى Waes من شركة Scitex إمكان إطلاق مسمّى الطباعة الرقمية على أيّ نوع من الطباعة إذا ما قورنت إمكانية نقل المعلومات الرقمية مباشرة من قاعدة بيانات إلى خامة الطباعة داخل الماكينة ذاتها أو النظام نفسه.

والطباعة الرقمية حسب تعريف Schlapfer من مؤسّسة UGRAEMPA، هي نقل المعلومات من ذاكرة رقمية إلى خامة طباعية.

والخطوة من ذاكرة المعلومات إلى الخامة الطباعية قد تكون:

- مباشرة كما في حالة الطباعة بالنفث الحبري.

باستخدام وسيط حامل للصورة وله ثلاثة احتمالات هي:

- يجب تجديد الصورة على الوسيط بعد كل كبسة طباعية كما في حال الطباعة الكهروضوئية⁽¹⁾.

- يمكن تخزين الصورة على الوسيط وطبع عدة نسخ منها، ثم مسحها عند الحاجة كما في حالة الطباعة المغناطيسية.

- يمكن استخدام الصورة مرّات عديدة، ولكن لا يمكن إزالتها أو مسحها من على الوسيط.

وفي المجموعة (أ) تتحدّد إنتاجية وسرعة النظام حسب سرعة تجديد وإعادة تصوير سطح الوسيط الحمل بعد كل كبسة طباعية.

ويطلق على هذه المجموعة اسم: مجموعة الكتابة مرّة، والطباعة مرّة فقط. كما يرمز لها Kipphan من شركة هايدلبرج بأنّها تقوم بعملية التصوير والتجديد طبعة بعد طبعة أو كبسة بعد كبسة بدون استخدام ألواح طباعية.

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص116.

وفي المجموعة (ب) نجد سرعة النظام وإنتاجية غير مرتبطة بعملية التصوير، والتّجديد، وسرعتها، حيث أنّ التّجديد يتمّ بعد الانتهاء من عمل النّسخ المطلوبة من الصورة المخزونة والمراد طباعتها.

ويطلق على هذه المجموعة مجموعة الكتابة مرّة والطباعة مرّات عديدة، ويرمز لها بأنّها تقوم بعملية التّصوير والتّجديد بعد انتهاء كل عملية طباعية (أي عملية بعد عملية) باستخدام سطح طباعي قابل للمسح وإعادة التّصوير.

أما في المجموعة (ج) فيتّم استخدام لوح طباعي واحد غير قابل للمسح لكل عملية طباعية، حيث يتمّ تجديد الصورة واللّوح معاً بعد الانتهاء من كل عملية.

ويطلق على هذه العملية مجموعة تصوير الألواح داخل الماكينات الطباعية نفسها، ويرمز لها بأنّها تقوم مثل المجموعة (ب) بعملية التّصوير والتّجديد بعد انتهاء كل عملية طباعية، ولكن باستخدام سطح طباعي غير قابل للمسح وإعادة التّصوير.

فضلاً عن ذلك يعرفها كلا من Romano, Fenton من مؤسّسة Gaft، على أنّها نوع من الطباعة يتمّ عن طريق ملفّات رقمية وأنّها أي طباعة من ملفّات رقمية تستخدم عملية تحويل المعلومات الرقمية⁽¹⁾ إلى سلسلة من النقاط الشبكية في إنتاج الوسائط، وحاملة للصورة أو للاستنساخ المباشر على الخامة الطباعية نفسها.

ومن أحدث التعريفات الخاصة بالطباعة في عصرها الرقمي الحديث نذكر تعريف Oppremann من شركة Heidelberg: "إنّ الطباعة حالياً هي جعل المعلومات الرقمية مرئية".

ولا شك أنّ هذا التعريف يلخّص ما يحدث الآن من اتّجاه قوي نحو الرّقمية Digital، والبعد كل البعد عن التماثلية Analogue ومشكلاتها، حتى تتمكن الطباعة من المنافسة والصمود أمام كل التقنيات الحديثة للاتصالات، ومنها الوسائل الإعلامية، والأقمار الصناعية، وشبكة الانترنت، والكتاب الإلكتروني والأقراص المدمجة (CD) وأقراص الفيديو الرّقمي DVD.

(1) نفس المرجع السابق، ص 117-118.



شكل رقم (12): الطباعة الرقمية¹ Digital printing

8.7.II خصائص وإمكانات الطباعة الرقمية:

للطباعة الرقمية عدة خصائص وإمكانات، نذكر منها:

- الاستغناء عن مراحل التجهيز السابقة Prepress على الطباعة، حيث تتم الطباعة من الحاسب مباشرة إلى ماكينة الطباعة، دون المرور بمراحل التصوير والرتوش والمونتاج، وتجهيز الأفلام، والألواح الطباعية، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد والمال.
- إمكانية الطباعة عند الطلب، حيث يمكن طباعة أي كمية ولم يكن ذلك ممكناً في الطباعة التقليدية التي تستلزم حدًا أدنى للمطبوع⁽²⁾.
- الطباعة الرقمية طريقة اقتصادية لطباعة الكميات القليلة أقل من 500 نسخة نظرًا للتوفير المتمثل في إلغاء تكلفة مراحل ما قبل الطبع، أما في حالة الطباعة التقليدية فإن طباعة الكميات القليلة غير اقتصادية، لأنّ كل نسخة ستتحمل جزءًا من تكلفة مراحل التجهيزات السابقة للطباعة، إضافة إلى ذلك فإن الطباعة الرقمية تقلل إلى حد كبير نسبة الفاقد في الورق.

(1) مقال الباب الثالث.

(2) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 120.

- التخلّص من كثير من المشاكل الطباعية مثل عدم تطابق علامات تسجيل فصل الألوان، وعدم دقّة فصل الألوان أو النمو النقطي.
- إمكانية الطباعة بالمعلومات المتغيّرة عن طريق تغيير محتويات ومعلومات الصفحة من طبعة إلى أخرى داخل العملية الطباعية الوحيدة.
- انخفاض ملحوظ في كمية الهالك بالمقارنة بطرق الطباعة الملونة التقليدية.
- تزداد أهمية الطباعة الرقمية، وانتشار استخدامها مع ظهور الاتجاهات الحديثة في عالم الطباعة والنشر والاتصالات والحاسب منها:
- يزداد الاتجاه نحو تنفيذ الأعمال الملونة، وقليلة النسخ، بسبب الظروف الاقتصادية وسهولة الإنتاج اللوني واقتصادياته.
- يزداد الاتجاه نحو إنشاء واستخدام شبكات الاتصال ونقل المعلومات الرقمية، بين أكثر من جهاز، ونظام داخل المكان الواحد، وبين مكان وآخر في مختلف أنحاء العالم، عبر شبكات الانترنت والأقمار الصناعية، وشبكة ISDN.
- ساعدت لغة بوست سكريبت والتي ظهرت لأول مرة في عام 1985 من شركة أدوبي Adobe على ربط الأجهزة، والأنظمة معا ونقل المعلومات الرقمية بينها.
- تقدّم وانتشار أنظمة النشر المكتبي، وأجهزة الحاسب مع الزيادة في سرعتها التشغيلية وقدراتها التخزينية.
- تقدّم أجهزة المسح الإلكتروني، والبرامج التشغيلية المختلفة وتوافرها بالأسواق بأسعار مناسبة.
- تقدّم وتعدّد وسائط التخزين الرقمية مثل الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية وشرائط السمع الرقمية⁽¹⁾.

مميزات الطابعات الرقمية:

- من ضمن المميّزات الأساسية للطابعات الرقمية:
- لا حدّ أدنى للنسخ وتستطيع أن تحصل منها حتّى على نسخة واحدة إن شئت.
- ألوانها أكثر دقّة ووضوحا.

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 121-122.

- تعتمد على استخدام الحاسوب، وملحقاته بلا مراحل ولا فنيين، ولا مشاكل صناعية، ويمكن أن تجري بعامل واحد أو عاملين على الأكثر، ويمكن أن تصبح بديلة عن المطبعة، وتتنافس في نوعيتها أثنى وأكبر المطابع.
- مشاكلها التقنية أقل بكثير.
- معظم المكائن يمكن إضافة تجهيزات لها للثني والتغليف وبعضها مصممة، بحيث تطبع نسخة واحدة وتقوم بالتغليف حسب الطلب إلكترونياً، وتعدّ طبعة مغلّفة جاهزة خلال دقائق.
- سريعة جداً تعمل بدقائق، لا ساعات ولا أيام من الانتظار، وهذا بالطبع إن كان العمل الفني جاهزاً.
- ومن عيوبها أنّها:
- لا تصلح للكميات الضخمة من النسخ.
- ما تزال باهظة الثمن.
- أحبارها، وقطع غيارها مازالت حكرًا لصناع الماكينة وأسعارها مرتفعة⁽¹⁾.
- زيادة استخدام مكثبات وبنوك الصور الرقمية.
- زيادة عدد العمليات الطباعة التي تصل إلى المطابع على هيئة ملفات رقمية.
- زيادة معدّل دوران العمليات الطباعة بحيث يمكن طلب استلام مطبوعاته بعد عدّة ساعات من اعتماده لأمر الطبع.
- إمكانية الحصول على طباعة مختلفة البيانات من طبعة لأخرى فيما يُعرف باسم الطباعة المشخصة أو الموجهة لشخص.
- إمكانية إجراء تعديلات اللحظات الأخيرة بسهولة عكس الطباعة التقليدية لأن الأصل المراد طباعته ليس فيلماً طباعياً بل ملف رقمي يمكن إجراء أي تعديل عليه حتّى اللحظة الأخيرة بدون مشاكل أو تكلفة عالية.
- إمكانية إضافة بعض الأعمال التشطيبية في خط الإنتاج الطباعي كالتجليد والتغليف والقص.

(1) نفس المرجع، ص 78 (تكنولوجيا الاتصال).

- لم يعد مهمًا الحصول على بروفة طباعية، وذلك لأنَّ أول مطبوع يعتبر بروفة حقيقية دقيقة، وحيث أنَّه لا يلزم تجهيزات بالشكل التقليدي، لذلك فإنَّ تكلفة البروفة مثل تكلفة نسخة واحدة من المطبوع.

II.9.7 الطباعة الرقمية عبر شبكات الاتصال الدولية:

بفضل التقنيات الحديثة التي ظهرت أخيرًا في مجال الاتصالات ونقل المعلومات الرقمية، أصبح من الممكن تنفيذ تجهيزات ما قبل الطبع في مكان وإرسال الملف المعبر عن هذه التجهيزات في ثوان معدودة إلى مكان آخر للطباعة بسهولة وجودة تامة، قد يكون هذا المكان في دولة أخرى أو قارة أخرى، وذلك بدلاً من إرساله على وسائط التخزين المختلفة مثل الأقراص المدمجة، أو الأقراص الضوئية الممغنطة، أو بأقراص الفيديو الرقمية، أو بالبريد العادي أو السريع، هذا بخلاف إمكانية عمل بروفة قبل الطبع بتكلفة قليلة.

ولا شكَّ أن هذا النظام الحديث سوف يساعد دور الطباعة والنشر والمؤسسات الصحفية على توفير تكاليف الشحن والنقل، حيث أن نقل الملف الإلكتروني عبر الانترنت مثلاً لا يكلف مادياً سوى قيمة مكالمة تليفونية محلية، بالإضافة إلى ميزة تخفيض المخزون من المطبوعات عند استخدام هذا النظام، حيث أنَّ للمؤسسة الصحفية أو دار النشر لن تطبع إلا ما يكفيها ويناسب احتياجاتها من كميات حسب حجم الاستخدام ومتطلبات السوق الخاصة بها، وعند الحاجة إلى كميات أخرى لن يكون من العسير استدعاء الملف الإلكتروني الخاص بالمطبوعة وإعادة طباعته، مما يوفر أموالاً طائلة كانت من قبل تدفع في عمليات الشحن والنقل والتخزين، وبالتالي سينعكس ذلك بالسلب على أهمية دور شركات الشحن والبريد السريع في خدمة هذا المجال.

وتتراوح سرعات خطوط الاتصال الرقمية المستخدمة في شبكات وخدمات النقل والاتصال الإلكتروني السريع التي تستخدم في النقل الإلكتروني للملفات من خطوط النقل البسيطة التي تبلغ سرعة القناة الواحدة منها 64 ك/ثانية (ويمكن استعمال قنوات مزدوجة منها أو قنوات رباعية) إلى خطوط الاتصالات الأسرع مثل خط T1 الذي تصل سرعته على 1,5 ميجابايت/ثانية، وخط E1 الذي يبلغ سرعته 2 ميجابايت/ثانية وخط T3 تصل سرعته 45 ميجابايت/ثانية وخط E3 الذي تصل سرعته إلى 37 ميجابايت/ثانية⁽¹⁾.

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 123-124.

هذه السرعات أعلى بكثير من السرعات التي يمكن الحصول عليها بالطرق التقليدية التي تعتمد على خطوط التلفون العادية وأجهزة المودم التي لا تزيد سرعتها عادة عن 56 كيلوبايت في الثانية، ويكمن السر في هذه السرعة العالية في أنها رقمية بالكامل من بداية التوصيلة حتى نهايتها.

وهناك العديد من الشركات التي تخصصت في إنشاء وتنظيم وإدارة شبكات وخدمات النقل والاتصال الإلكتروني السريع بين المطابع ومكاتب التصميم وفصل الألوان مستخدمة أنواع تقنيات ووسائل شبكات وخطوط الاتصال مختلفة أهمها هو خطوط وشبكات ISDN، أي خطوط وشبكات الخدمة الرقمية المتكاملة التي أصبحت الوسيلة الاقتصادية المثلى حالياً لبث المعلومات الإلكترونية من مكان لآخر بسرعة وسهولة، وتحسن المطابع ومكاتب التجهيزات الطباعة والتصميمات والإعلانات في كثير من دول العالم استغلال مزاياها، حيث يتم نقل الملفات الإلكترونية التي تحتوي على المتن والرسم والصور رقمياً بتكلفة منخفضة، وثلاث سرعات عالية أساسية هي: 1 و 3 و 5 و 12 ميجابايت/دقيقة⁽¹⁾.

كانت شركة **DONNALLY البريطانية** هي أول شركة متخصصة في إرسال واستقبال الصفحات تجارياً حتى بالطريقة القديمة التي كانت منتشرة قبل النشر باستخدام النشر المكتبي، خصوصاً عبر المحيط الأطلنطي، ولقد تعاملت مؤسسة الأهرام بعض الوقت مع هذه الشركة لإرسال صفحات طبعتها الدولية من لندن إلى نيويورك وكذلك **جريدة الشرق الأوسط**.

وبعد انتشار النشر الحديث، ظهرت العديد من الشركات المتخصصة في هذا المجال في تغطية شاملة لمعظم قارات العالم، بما فيها بعض الدول العربية، وتقدم واسع من الخدمات الخاصة بالنقل الإلكتروني عبر خطوط الاتصالات الدولية وخطوط ISDN بداية من خطوط الاتصالات البسيطة بسرعة 128 كيلوبايت/ثانية أي حوالي 50 ميجابايت/ساعة، وحتى خدمات شبكات الاتصالات الكاملة وإدارتها بسرعات تصل إلى 4 ميجابايت/ثانية (أي حوالي 2000 ميجابايت/ساعة).

ومن مزايا استخدام شبكات الاتصالات الدولية لتنفيذ الطباعة الرقمية بالإضافة إلى السرعة وتقليل تكلفة الإنتاج والدقة ما يلي:

(1) نفس المرجع، ص 124-125.

- إمكانية استخدام شبكات الانترنت لزيادة سرعة الاتصال، والإرسال والاستقبال أو كاحتياط لوسائل الاتصال الأخرى.
- سهولة التشغيل بمجرد سحب الرموز ووضعها في أماكنها المطلوبة والنقر عليها، والمعروفة باسم السحب، والإفلات، مع إمكانية إرسال الملفات مباشرة داخل الكثير من البرامج التطبيقية مثل مجموعة أدوبي.
- إمكانية إرسال عدة عمليات كمف واحد حيث يتم تسلسل آلي للتحكم في إرسال العمليات الوحدة تلو الأخرى.
- إمكانية إرسال نفس الملف إلى أماكن متعددة في بلدات مختلفة وهو ما يُعرف بالإذاعة.
- إعادة الطلب والإرسال آلياً عند انشغال الخط حتى إتمام العملية بنجاح.
- إمكانية التحكم والتعامل مع عدة طلبات إرسال واستقبال في آن واحد.
- إمكانية طلب واستقبال العملاء لملفات من مواقع بعيدة مثلاً بصورة معينة ذات دقة تفاصيل منخفضة لاستخدامها في تصميم صفحاتهم مع الحفاظ على الملف الأصلي عالي الدقة، داخل مكتب التجهيزات نفسه. وهذا ما يُعرف باسم عمليات OPI والتي تتلخص في إمكانية تنظيم عمليات إخراج وطباعة الملفات حتى لو كانت واردة من مستخدمين متعددين على جهاز الإخراج نفسه إلى جانب إمكانيات تخزين النسخ عالية الدقة، كبيرة السعة من الصور داخل النظام، واستخدامها في الإخراج النهائي فقط، مع إرسال نسخ منخفضة الدقة والسعة إلى أجهزة وأنظمة تصميم الصفحات والمونتاج الإلكتروني مما يوفر الكثير من الوقت والتكلفة.
- إمكانية الاتصال المباشر بين جهازين لعمليتين لرؤية شاشة أحدهما على شاشة الآخر كتجربة بصرية ملونة سريعة قبل عملية الطبع.
- إمكانية إرسال الفاكسات بالإضافة إلى الجودة الأعلى وإرسال صور ذات درجات طلبة تصل إلى 256 درجة⁽¹⁾.

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 126-126.

II.10.7 مشاكل الإنتاج في الصحافة:

- الصحافة مثل باقي الصناعات، لا تخلو من مشاكل وصعوبات إنتاجية، إلا أنّ الصحافة تقابلها بالدرجة الأولى مشكلة تتعلق بالإنتاج الإنساني للفكر والإعلام، ثمّ تقابلها بعد ذلك مشكلة الحسم في الوقت الزمني، وبخاصة في نشر الأخبار والسبق الصحفي، ثمّ السبق إلى أسواق التوزيع، ذلك أنّه في بداية صناعة الصحافة، وقبل أن تتحوّل الصحف من الحرف الساخن إلى الحرف البارد، أو من "اللّينوتيب" إلى الأوفست كان من الصعب على الصّحف أن تقوم بنشر القصص الإخبارية التي تبرز فجأة، في وقت متأخر، لأنّ هناك موعد نهائي Dead line لطباعة الأخبار في كل الصحف، ثمّ ساعد على زيادة عدد طبعات الصحيفة الواحدة: تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية.

- إن مشكلة إنتاج الصحيفة لعدد من الطبعات الزمانية أو المكانية، مرتبط بجدول صارم، وكلّما زادت الطبعات، زاد إلحاح وانضباط اللحظة الأخيرة، أي لحظة تسليم كل الأصول لدائرة أو شعبة الأنباء المحلية قبل هذا الموعد، مما يتيح فرصة أمام محرّري الصياغة لإلقاء نظرة فاحصة على الموضوعات قبل إرسالها إلى غرف الجمع التصويري لإعدادها لعمليات الطباعة. ثم تأتي بعد ذلك مشكلة توزيع الصحيفة، وضرورة تحسّب مشاكل النقل والشحن، بل والمنافسة مع نشرات الأخبار المسائية في التلفزيون كما هو الحال في الصحف المسائية الأمريكية.

- ولا شك أن مشاكل الإنتاج في الصحافة، تختلف من دولة إلى أخرى، وفقا لنظامها السياسي والاجتماعي والاقتصادي، بل وتختلف مشاكل الإنتاج من مجتمع إلى آخر داخل نفس المجموعة من الدول⁽¹⁾، مثل دول العالم الرأسمالي، أو دول العالم النامي، مثل استخدام التكنولوجيا في المؤسسات الصحفية الأوروبية والأمريكية، والتي توفّر أكثر من نصف التكلفة النقدية، وتحجم عنها المؤسسات الصحفية في دول العالم الثالث، لأنّها تستغني عن ثلث القوى العاملة فيها، أو زيادة تأثير الصحافة الإقليمية في أمريكا أو فرنسا، دون أن يكون لهذه الصحافة تأثير يُذكر في اليابان مثلاً، بفضل وجود طبعات لصحفها الخمس الكبرى التي تصدر في العاصمة طوكيو، في الجزر

(1) عبد النبي، عبد الله الطيب، إدارة المؤسسات الصحفية، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

المختلفة، حتى أن جريدة "أساهي شيمبون" "Asahi Simbu" أي الشمس المشرقة، والتي تأسست عام 1879، توزّع سبعة ملايين ونصف مليون نسخة في طبعتها الصباحية، وأربعة ملايين ونصف مليون نسختها في طبعتها المسائية.

- كما زادت المشكلات المتعلقة بتمويل الصحف، ذلك أنّ الصحف في غير البلاد الاشتراكية أصبحت تعتمد في تمويلها على حصيلة الإعلانات، مما يجعل للمعلنين سيطرة اقتصادية على الصحف، ومما يؤثر بالتالي على استقلالها، حيث يصل الإيراد القادم من الإعلان إلى أكثر من ضعف الإيراد القادم من التوزيع في بعض الصحف، أو قد يتساويان في أحيان أخرى. كما أن الحصول على ورق الصحف للزمن للطباعة يثير مشكلة خصوصاً بالنسبة للبلاد النامية، حيث لا تزال الدول المتقدمة هي المسيطرة على صناعة الورق، وبالتالي هي التي تمتلك إمكانيات واسعة لإصدار الصحف، حيث ارتفع استهلاك ورق الصحف من 25,6 مليون طن في عام 1976 إلى 34,8 مليون طن في عام 1985، ولا يتجاوز عدد البلدان المنتجة للورق في العالم عن 36 بلداً منها ستة فقط هي التي تصدر جزءاً كبيراً من إنتاجها، وتستهلك الدول المتقدمة من الورق تسعة أضعاف استهلاك بلاد العالم الثالث مجتمعة، علماً بأنّ هذه الدول التي تصدر 55% من المواد الأولية لصناعة ذلك الورق⁽¹⁾.

- هذا الاستهلاك الكبير للورق، جعل أسعاره ترتفع في الأسواق، خاصة منه المستورد لأغراض الطباعة الصحافية، والتي زادت نسبتها إلى 3 في المئة، وتصل معدلات الزيادة في أسعار الطن من الورق إلى حدّ 40% في بعض السنوات، فطن الورق الذي بلغ سعره عام 1990 ما يقدر بـ 469 دولار ارتفع إلى 552 دولار عام 1994، وجريدة مثلاً مثل "نيويورك تايمز" تستخدم 300 ألف طن متري من الورق في العام، وبلغت تكلفتها عام 1994 حوالي 141 مليون دولار، وتوقع لها أن تصل إلى 202 مليون دولار عام 1995، ضف إلى ذلك تختلف الوسائل الطباعية في العديد من الدول العربية والإطارات البشرية الفنيّة اللازمة لتشغيل وصيانة التجهيزات المطبعية في حالة اقتنائها⁽²⁾.

(1) عبد النبي، عبد الله الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(2) عيفة بلعالي، مرجع سبق ذكره، ص 63.

II.7.11 الصحافة وتحديات التكنولوجيا الحديثة:

الواقع أن العملية الإعلامية لم تتغير عبر القرون التي مرّت بين الحضارة القبلية والحضارة الحديثة، لكن الوسائل تطوّرت واتّسع نطاقها، فلقد تطوّرت الكتابة بحيث لم يعد المجتمع يعتمد على الاتصالات الشخصية، وتطوّر فن الطباعة بحيث أصبحت الآلة تستطيع زيادة ما يكتبه الإنسان أضعافاً مضاعفة، وبصورة رخيصة.

ولا شكّ أنّ هذا التطوّر السريع في وسائل الإعلام إنّما يعود إلى التكنولوجيا التي هي أشدّ القوى القادرة على التّغيير والتي يمكن استخدامها بصورة مباشرة، كما يمكن التّحكّم بها أكثر من أيّة قوة أخرى. وتتمثّل الفنون التكنولوجية بالوسائل الصلبة (الأدوات والآلات)، كما تتمثّل بالطرق الفنية والتقنيات التي يعالج بها الإنسان المشاكل التي تحيط به أو تواجهه. وهكذا فإنّ التكنولوجيا تؤثر مباشرة على الإنسان ومؤسساته.

وتطلّب الدخول في الثورة الإعلامية إلى استثمار التكنولوجيا الحديثة، كما أنّ الاستخدام المفيد لهذه التكنولوجيا، يتطلب مرافقة تطوّرهما السريع وتوفير الكفاءات والمهارات والخبرات اللازمة لاستخدامها، وكلّ ذلك يحتاج إلى نفقات كبيرة. ونتيجة لذلك فقد شهد العالم فرقاً شاسعاً بين الدول النامية والمتقدّمة في حقل التكنولوجيا، وبالتالي الذي يتمكّن من الوسائل التكنولوجية الحديثة، يستطيع السيطرة على المحتوى، ومن ثم استخدامه⁽¹⁾.

إنّ امتلاك التكنولوجيا الحديثة يفترض أن يتمّ بعد أن تكون البنى التّحتية مهيأة لذلك، وهذا ما لم يحصل في الدول النامية بشكل عام، حيث تبين أنّ الكثير منها قامت باستبدال مؤسساتها القديمة بمؤسسات مشابهة لمؤسسات الدول المتقدّمة ذات التّقنية العالية، في وقت ما تزال تفتقر فيه إلى الخبرات والكفاءات لتشغيل هذه المؤسسات. فالهدف من التكنولوجيا الحديثة هو زيادة فعالية رأس المال، أكثر من زيادة فعالية اليد العاملة، وخير مثال على ذلك الإضرابات العمالية في مختلف القطاعات التي تقوم العديد من الدول المتقدّمة، نتيجة استخدام التكنولوجيا، والاستغناء عن العمال (إضراب عمال جريدة "التايمز" "Times" اللّندنية وإغلاق الجريدة)⁽²⁾.

(1) رضوان مولوي، الإعلام وتحديات التكنولوجيا، مدير عام وزارة الإعلام، لبنان، ص 11-12.

(2) نفس المرجع، ص 14-16.

وفي هذا السياق يمكن إدراج مثال على ذلك فيما يخص التجهيزات الطباعة، فقد ساهم التطور السريع في المعدّات والماكينات في زيادة العبء المالي الملقى على عاتق المؤسسة الصحفية، إذ أنّها في ظلّ هذا التطور، تضطر إلى التخلّص من آلات ومعدّات تعتبر صالحة لتأدية الأغراض المطلوبة منها، لو لم تظهر الآلات الجديدة، ولو لم يستخدمها المنافسون، وقد أصبحت هذه المعدّات والآلات باهظة التكاليف، لا يستطيع الفرد أن يتحمّلها لوحده، وبخاصة في الدول النامية، وعلى الرّغم من التطورات الكبيرة التي شهدتها هذه الماكينات خلال القرون الماضية منذ اختراع جوتنبرغ، فمازالت الطباعة في صناعة الصحافة في تطور تكنولوجي دائم لا ينقطع وخاصة في الدول المتقدّمة، وهذا الأمر يتطلّب التوقف قليلاً أمام موضوع إدخال التكنولوجيا الحديثة في صناعة الصحافة في الدول النامية.

وبصفة عامة فإنه لا يجوز نقل التكنولوجيا الحديثة المتقدّمة من البلاد الغنية إلى الفقيرة دون تعديلها، لتتماشى مع ظروف تلك الدول، وذلك لاعتبارات عديدة منها أنّ تكنولوجيا الدول المتقدمة تقوم على أساس أن رأس المال وفير، في حين أن عنصر العمالة ضئيل، والدول النامية على عكس ذلك. ومعنى هذا أنّ تكنولوجيا البلدان المتطورة هي من النوع المسمّى (Capital Intensive Technology) تُستخدم في البلدان النامية التي تلزمها تكنولوجيا من النوع المسمّى (Labour Intensive Technology)، بالإضافة إلى أن النوع الأول من التكنولوجيا يتطلب عمالاً ماهراً، وكفايات إدارية وفنيّة، وهذه كلّها لا تتوافر بالقدر الكافي في العالم النامي.

إضافة إلى ذلك، فإنّ العمر الإنتاجي للآلات الحديثة أقصر لو استخدمت في البلدان النامية، لأن مستوى الصيانة أقلّ، ومواد الإصلاحات غير كافية، والتشغيل يتمّ بعناية أقلّ، وفوق ذلك كلّها، فإنّ التكنولوجيا الحديثة وُجدت أصلاً لتخدم الإنتاج الكبير (Large Scale Production) في حين أنّ الإنتاج في الدول النامية إنتاج صغير (Small Scale Production) لضيق السوق فيها. وهذا لا يعني أنّ هذه الدول يتحتّم عليها استخدام التكنولوجيا الصحفية القديمة التي هجرتها البلدان المتقدّمة، بل عليها تكييفها مع احتياجاتها، فإذا تمّ نقل التكنولوجيا دون تعديلها وظروف الدّول النامية، فإنّ النتائج ستكون تبديداً لرأس المال،

وتعطيلاً لوسائل الإنتاج، ومعدّلاً منخفضاً للاستخدام، وارتفاعاً لتكاليف وحدة الإنتاج، وعلى ذلك يجب مراعاة الاعتبارات التالية⁽¹⁾:

- يستحسن أن تكون التكنولوجيا التي يقع الاختيار عليها في الدول النامية من النوع الذي يستلزم وقتاً أقل في تعلّمه والإبداع فيه.
 - من الأفضل أن تستخدم الدول النامية التكنولوجيا التي تكون مدّة حضانة الاستثمار (Gestation Period) فيها قصيرة.
 - اختيار التكنولوجيا التي يؤدّي استخدامها إلى توفير في المواد المستخدمة، على عكس التكنولوجيا التي تؤدّي إلى توفير في الأيدي العاملة.
- وفي ضوء الاعتبارات السابقة، فإنّ الإدارة الصحفية في الدّول النّامية عليها أن تتّخذ القرارات الحكيمة عند التفكير في إدخال التكنولوجيا الحديثة في مجال صناعة الصحافة بما يصون مصالح العمل، وأصحاب الأعمال، والمؤسسة الصحفية في وقت واحد.
- فالاستثمارات المالية في تلك الصناعة ضخمة للغاية، والآلات الطباعية الحديثة أثمانها مرتفعة جدّاً، علاوة على أنّ مصروفات تشغيلها أعلى بكثير من مصروفات تشغيل الآلات التقليدية.

III - اقتصاديات المطابع الصحفية

1.III - اقتصاد الصحافة المكتوبة:

إن الدراسة الاقتصادية المعمّقة لوسائل الإعلام هي حديثة العهد نسبياً مقارنة بالماضي، أين كان الاهتمام منصبّاً، خاصة على الجوانب القانونية، السياسية، الاجتماعية والتاريخية، ولعلّ ذلك يرجع إلى عدم توفّر المعطيات الإحصائية الشاملة الخاصة بالقطاع، باعتبار وسال الإعلام أجهزة بثّ ثقافي وأدوات دعاية سياسية⁽²⁾.

فالدّراسات الاقتصادية ظلّت متأخّرة، رغم أن اهتمام الاقتصاديين بالإعلام يعود إلى الأربعينيات من هذا القرن، وفي نهاية السبعينيات شهدت هذه الدراسات دفعاً جديداً جعل ما قبلها يبدو ضئيلاً جدّاً، وذلك يعود إلى اهتمامات الباحثين في الجامعات، ومراكز البحث

(1) محمد عبد المولى، موسى محمد، تكنولوجيا الطباعة ودورها في صناعة الصحافة الورقية، مذكرة ماجستير، جامعة السودان، 2006، ص 77-78.

(2) بلقاسم أحسن، جاب الله، دروس في اقتصاديات وسائل الإعلام، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003-2004، ص 1.

والهيئات الحكومية والدولية على حدّ سواء، في كل من الولايات المتحدة الأمريكية واليابان وأوروبا الغربية⁽¹⁾.

على هذا النحو، فرضت النظرة الاقتصادية شيئاً فشيئاً نفسها في البلدان الرأسمالية والاشتراكية، وبذلك أصبحت ضرورة ملحة لدراسة وسائل الإعلام، فنشاطات هذه الأخيرة تمثل كلفة تنتظر منها منطقياً نتيجة مادية أولاً، دون أن ننسى أن الخدمات المنتجة تؤدّي دائماً مصاريف واستثمارات يتحمّل الجزء الأكبر منها المجتمع بأكمله، كما أنّ هذه النشاطات توفرّ مناصب شغل، أي توفرّ مداخيل، وهذا له انعكاساته على اقتصاد المجتمع، ومنه أصبح من الضروري في وقتنا الحاضر، وخاصة في بلداننا تجاوز الطبيعة البسيطة التي أقرّ بها ماكلوهان "من يقول؟، ماذا؟، لمن؟، وبأيّ تأثير؟"، يجب كذلك إيجاد سياسة اقتصادية للإعلام تعتمد صيغة أخرى "من يدفع؟، لمن؟، وبأيّة مردودية؟"⁽²⁾.

علاوة على ذلك، ليس من السهل مضاهاة اقتصاديات الصحافة، باقتصاديات مختلف القطاعات الصناعية الأخرى، فهناك على سبيل المثال عملية الأخبار، ثمّ تحريرها، ثمّ عملية الإخراج الصحفي، وكلّها قد تتشابه ظاهرياً مع الخدمات والأبحاث الخاصة بالصحافة، تتميز عنها بأهمية قصوى، فهي تختص بتجهيز منتج في محتوى متماثل دائماً، ولكنه يتغيّر تماماً في كل مرة يظهر فيها في الأسواق. كما أنّ صناعة الصحافة تتمتع أيضاً بطابع متميز كعامل الزمن الذي يلزم بعدم الإبطاء مطلقاً في الجمع والطبع⁽³⁾.

فضلاً عن كون الصحافة تعكس عادة التركيبة الاقتصادية المختلفة، ولهذا فإنّ دراسة النظام الإعلامي لأيّ دولة يجب أن يأخذ في عين الاعتبار الأوضاع الاقتصادية في تلك لدولة.

ولقد كوّنت طل دولة النظام الإعلامي فيها وفقاً لفلسفتها القومية الأساسية، ووفقاً لمشاكلها الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بحيث أنّ دراسة الأنظمة الإعلامية المقارنة يكشف أنماطاً متعدّدة لمسلكية الصحافة في الدول المختلفة. وهكذا فإنّنا نجد أن المؤسسات الصحفية تخضع في أحوال كثيرة إلى قيود وكوابح وضغوط، تُمارس عليها من قبل مؤسسات أخرى، سياسية كالدولة، واجتماعية كالمجتمع، واقتصادية كالشركات، ويكمن

(1) عاشور، فتّي، اقتصاد الإعلام في الجزائر 1962-1985، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، 1996، ص 21.

(2) بلقاسم أحسن، جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 1-2.

(3) بيار ألبار، الصحافة، تر. فاطمة عبد الله محمود، المكتبة العربية العامة للكتاب، 1987، ص 39.

السبب في وضع هذه الضغوط على إدارة المؤسسات الإعلامية لإدراك الجهات الضاغطة لأهمية الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام وتأثيرها الخطير على المجتمع، ولذا فإنّ هناك محاولة دائمة للسيطرة على المعلومات ونشرها في جميع المجتمعات. وقد تختلف درجة السيطرة، وشكلها وأسلوبها، إلّا أنّها تلتقي جميعاً على ضرورة وضع بعض القيود والكوابح وممارسة الضغوط على المؤسسات الصحفية. وتترك دول العالم ما للإعلام من أهمية سياسية في تشكيل الرأي العام، واقتصادية في تدعيم خطط التنمية والتنشيط الاجتماعي، وثقافية من خلال تنوير الناس واطلاعهم على آفاق جديدة من المعرفة والثقافة، واجتماعية بتأثيرها على أشكال أنماط الحياة الاجتماعية السائدة.

ولذلك تكاد تلتقي معظم الدول في وضع قوانين للعمل الإعلامي وخاصة الصحافة، من خلال قوانين المطبوعات واللوائح غير مباشرة، فهي تؤثر على طبيعة الرسالة الإعلامية، كما تؤثر على التوظيف، وعلى عملية النشر ذاتها، وعلى اتخاذ القرار.

وحرّي بالقول هنا أنّ وسائل الإعلام الجماهيرية في كلّ دولة ترتبط ارتباطاً وثيقاً وليس فقط بتاريخ الدولة وقيمتها، وتنظيمها الاجتماعي، ولكن بمؤسساتها الاقتصادية أيضاً، ويختلف الدور بشدّة حول مقدار تدخّل الحكومة أو مساعدتها في تقديم الدعم⁽¹⁾.

من جملة ما تشتمل عليه اقتصاديات وسائل الإعلام، نجد اقتصاديات المطابع التي تشكّل محور الإنتاج الصحفي، كونها صناعة إعلامية بحدّ ذاتها تقتضي مصاريف واستثمارات كبيرة، وتسييراً عقلانياً للموارد المادية والبشرية، وهو ما يكلف المؤسسات الصحفية أموالاً ضخمة إضافية.

فالصحافة كإنتاج صناعي، بضخامة رؤوس الأموال التي تجنّدها، وبعدد مستخدميها وبأهمية استثماراتها في الأجهزة والمباني، وباستهلاكها للمواد الأولية وبحجم إنتاجها، هي صناعة يصنعها غالباً حجم أعمالها في البلدان الغربية في المرتبة الواحدة والعشرين لكبار قطاعات الاقتصاد الوطني، إلّا أنّ ظروف استثمار المؤسسات الصحفية مثل طرق إدارتها تعطيها صبغة أكيدة تميّزها عن باقي القطاعات الصناعية⁽²⁾.

(1) عبد النبي، عبد الله الطيّب، إدارة المؤسسات الصحفية، دون طبعة، جامعة وادي النيل، السودان، دون سنة النشر ص 63.

(2) بيار ألبار، الصحافة، تر. محمد برجوي، ط1، لبنان، منشورات عويدات، 1970، ص 38.

بصفة عامة، الطباعة مثلها مثل الصناعات الأخرى تتهيكل ضمن إطار تنظيمي، يحكم العملية الطباعية في جميع مراحلها، إضافة إلى كونها صناعة إعلامية لها مستلزماتها ومصاريفها، فهي مكلفة من حيث التكاليف والنققات على شراء المواد الأولية الأساسية، وهي تجارة مربحة للصحف المالكة لها من حيث أنها تُدرّ أرباحاً تعود عليها بالفائدة وتعزّز من مكانتها ضمن الحقل الإعلامي الذي يعجّ بالوسائل الإلكترونية الجديدة.

من خلال هذا المدخل القصير إلى الدراسات الاقتصادية للإعلام، نحاول في نفس السياق تناول العناصر التالية:

III.2. صناعة الصحافة ومقوماتها الاقتصادية:

الصحف ظاهرة اقتصادية واجتماعية في المجتمع، وقوة رئيسية في تكوين الرأي العام، وهي تؤثر بالتالي على المساعي الوطنية والدولية، وهناك صحف متعدّدة الألوان والأشكال، فالمطابع الضخمة تقذف مئات الصفحات العائدة لعدد واحد باستطاعة أجهزة النقل والمواصلات الحديثة، ووضعه على طاولة الفطور على بعد 3 آلاف ميل، فصناعة الصحف أصبحت اليوم إحدى أوسع الصناعات في العالم، فهي توظّف مئات الألوف من الأشخاص، من مدراء التحرير، ومخبريين، ومحققين، إلى موزعين، وقد مرّت عليها الحروب والانهيّارات الاقتصادية، والتدميرات الاجتماعية، مع ذلك ظلّت في الأساس كما كانت قبل قرون مضت بواسطة ذاتها: صفحات مطبوعة من المعلومات موجّهة للقراء⁽¹⁾.

ويتّضح من ذلك أنّ المؤسسة الصحفية هي الوحدة الاقتصادية التي تهيمن على نواحي النشاط الإعلامي والطباعي والتوزيع، وبذلك يمكن القول أن الصحيفة هي في الواقع مؤسسة لها دور أساسي هو تحويل الأحداث إلى أخبار، وهي تعتمد بالإضافة إلى الصحفيين على عدد كبير من العمال، ويختلف نظام التحرير بين صحيفة وأخرى وفقاً لطبيعة الصحيفة اليومية، وسعة انتشارها وضخامة جهازها البشري. وتوجد داخل المؤسسات الصحفية عدّة قطاعات رئيسية متمثلة في: قطاع التحرير، قطاع الإعلانات، قطاع المطابع وقطاع التوزيع⁽²⁾.

(1) جون بيتر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، ط4، الأردن، مركز الكتب الأردني، 1986، ص33.

(2) محمد الحفناوي، بدايات الفن الصحفي، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014، ص233.

وبذلك نجد أنّ إصدار الصحيفة، يستلزم تضافر عدّة أجهزة يختص كل منها بناحية متميزة، ولكّنها في مجموعها تكوّن النشاط الصحفي المتكامل، وقد جرت العادة على تجميع هذه المعلومات في قطاعين كبيرين: الأول يختص بالنّواحي التحريرية الصحفية، والثاني بالنّواحي الإدارية، ويضمّ الإعلانات والمطابع والتّوزيع⁽¹⁾. وهذا ما يشكل القطاع الإداري للمؤسسة الصحفية.

III.3. القطاع الإداري للمؤسسة الصحفية:

يمكن تقسيم القطاع الإداري للمؤسسة الصحفية بطريقة رأسية: إدارة الإعلانات، إدارة المطابع، وإدارة التوزيع، وإدارة التحرير، إلى جانب الإدارات الفرعية كالإدارة المالية، إدارة شؤون العمال. ونجد أنّ لكل إدارة موظفوها الفنيون والحسابيون، والمختصّون بشؤون العاملين، وتختص بالشؤون الحسابية والمالية إدارة واحدة لمزاولة النواحي في الإدارات المختلفة، وكذلك بالنسبة لشؤون العاملين.

كما يمكن تقسيم القطاع الإداري بطريقة أخرى هي: الإدارة التجارية، وتضمّ أقسام الإعلانات والتوزيع، وتسويق الطباعة التجارية، والإدارة الصناعية، وتضم المطابع الصناعية بأقسامها المختلفة، وهناك مؤسسات صحفية تضمّ فيها الناحيتين التجارية والصناعية إدارة واحدة بهذا الاسم، وفي كلا هذين النوعين من التقسيم تكون هناك إدارة منفصلة يطلق عليها اسم الإدارة العامة الإشرافية، وتضمّ القائمين على الإدارة العليا، وهم مالِك الصحيفة في حالة المنشأة الفردية، وشركات، الأشخاص، أو مندوبين عن المالك في حالة شركات الأموال والمدراء⁽²⁾. وتضم إدارة المطابع:

- قسم المالية والإدارة
- قسم المطابع
- قسم الجمع والتوضيب
- قسم الورش
- قسم الصيانة الميكانيكية
- قسم الصيانة الكهربائية
- قسم الصيانة للأجهزة الدقيقة⁽³⁾.

III.4. الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية:

(1) محمد فريد، محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، مكتبة نرجس، 1993، ص 83.

(2) نفس المرجع، ص 74.

(3) مرجع المؤسسة الصحفية، ص 172.

يعتبر الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية الكيان المتكامل الذي يتكوّن من أجزاء وعناصر متداخلة، تقوم بينها علاقات تبادلية بغية إنجاز النشاط، وتأدية الوظائف التي تحقق في النهاية إنتاج المؤسسة وعملها وهدفها.

ومما لا شك فيه أن العوامل المؤثرة في اختيار الهيكل التنظيمي لها بما يتفق وطبيعتها وظروفها الخاصة، فشكل التنظيم الذي يصلح لصحيفة معيّنة قد لا يصلح لصحيفة أخرى⁽¹⁾، والتنظيم الأنسب للصحف يُعرف بالتنظيم الهرمي الوظيفي، لأنه يتيح الرقابة على الأقسام، ويسمح بحرية العمل داخل القسم. ففي هذا التنظيم تكون الرقابة متدرّجة من أسفل إلى أعلى، بحيث يكون لكل طبقة أو مرحلة سلطتها النهائية.

ويرأس الأقسام مديرون يكونون مسؤولين بدورهم أمام مدير أعلى، ولكن لكل مدير من هؤلاء، ولكل رئيس منهم مسؤوليته وسلطته داخل قسمه. وعلى سبيل المثال فإنّ مدير القسم الميكانيكي قد يكون رئيساً لرئيس عمال قاعة جمع الحروف، ولكن الثاني هو السلطة الأخيرة فيما يختصّ بأمور هذه القاعة، فرجاله ومروؤوسه يعرضون مشكلاتهم عليه مباشرة، لا على مدير القسم الميكانيكي، ولا على المدير التجاري، أو رئيس مجلس الإدارة في المؤسسة الصحفية.

وخلاصة الأمر أن التطور في الصناعة الصحفية لا يختلف في شيء عن التطور في أيّ صناعة أخرى، وبعد أن أصبحت الصحافة صناعة ضخمة، لم يعد في الإمكان أن تتجح وتؤدّي برسالتها إذا لم يتّبع في إدارتها الأسلوب العلمي السليم. فالإدارة الصحفية تهيمن على نواحي النشاط العلمي والطباعي والتوزيعي، لكي تجعل من العمل التحريري مادة تباع إلى مشتريها بثمن يغطي مصروفات إصدارها، ويحقق ربحاً مجزياً لأصحاب رأس المال الذي يساعد الصحافة على أن تبقى قوية⁽²⁾.

5.III. صناعة الطباعة الصحفية:

الطباعة صناعة قائمة بذاتها سابقة لظهور الصحافة، وفي المجال الصحفي تميّزت المطابع بأنّها لها تنظيماً مستقلاً عن نشاط النشر والتحرير حتى ولو كانت المطبعة ملكاً للمؤسسة النّاشرة، فالمطابع مستقلة من حيث تنظيم العمل، الإدارة والمواقيت، ونمط العلاقة بين المستخدمين، ومن حيث العلاقات المهنية للعمل. ذلك أن طبيعة العمل التقنية تفرض

(1) نفس المرجع، ص 147-148.

(2) محمد فريد، محمود عزت، مرجع سبق ذكره، ص 83.

نوعاً من التنظيم يستجيب للطابع الصناعي الآلي للإنتاج في المطبعة يختلف عن تنظيم التحرير أو الوكالة.

وفي حالة ما إذا كانت المطبعة تابعة للمؤسسة الصحفية أو المؤسسة الناشرة، يعتبر ذلك نوعاً من التوسع العمودي في النشاط بالنسبة للمجموعات الصحفية الكبرى: توسيع النشاط من دائرة النشر إلى دائرة الطباعة، وقد يتجاوزها على دوائر صناعية أخرى. ينتهي نشاط الناشر (الصحيفة) بصناعة النموذج الأصلي، وهو نسخة بلاستيكية شفافة يتم إعدادها في القسم الفني بعد تصفيف المقالات، وصبّ الصور والمواد الاختيارية في "الماكينات"، ثم يتم تسليم هذا النموذج للمطبعة مع إذن بالطبع. ومن هنا تبدأ عملية الطبع: نسخ ذلك النموذج الأصلي في آلاف بل ملايين النسخ المتماثلة المتشابهة، بحيث لا يفرق القارئ النهائي بين نسخة وأخرى، وقراءة نسخة تُغنيه عن النسخ الأخرى.

وتنشأ عن النموذج الأصلي **التكلفة الفكرية** للصحيفة (أجور الصحفيين والمراسلين والفنيين)، و**التكلفة الإدارية** (أجور الموظفين الإداريين والتأمينات)، و**التكلفة التقنية** (الأجهزة والطاقة)، أما الطباعة فتتشأ معها **التكلفة الصناعية** (الورق والسحب والطاقة والعمل والتقنيين).

أما عن العلاقة بين الناشر (الصحيفة) والمطبعة عادة ما تكون تعاقدية، وقد تكون علاقة تبعية في حالة ما إذا كانت المطبعة تابعة للصحيفة، وقد يحدث العكس: أن ينشئ صاحب المطبعة صحيفته الخاصة فتكون الصحيفة في هذه الحالة تابعة للمطبعة⁽¹⁾. فضلاً عن ذلك، فالطباعة عملية صناعية ضخمة يطغى فيها عمل الآلات والتقنيين، وتخضع فيها عملية الإنتاج لقواعد "اقتصاد الحجم" أو "اقتصاد السعة"، ومن ثم فهي عملية صناعية بالأساس يتوقف عليها المستوى الفني للصحيفة (نوعية الورق، الألوان،...) وتتوقف الإنتاجية في هذه المرحلة من صنع الصحيفة على مستوى التطور التقني، فالمطابع الحديثة لها طاقات إنتاج ضخمة، تسمح بتخفيض التكلفة المتوسطة، أما الورق فهو يؤثر في التكلفة أيضاً، فيمكن أن تؤدي أزمة سوق الورق إلى أزمة في الصحافة، كما حدث في منتصف التسعينات من القرن العشرين، إثر موجة في ارتفاع أسعار الورق في العالم⁽²⁾.

(1) عاشور، فني، اقتصاد الصحافة المكتوبة في الجزائر، ط1، الجزائر، منشورات ANEP، 2013، ص46-47.

(2) نفس المرجع ص72-73.

♦ إدخال الآلة في العمل المطبعي:

إن تقدير قوة العمل المطلوبة للتشغيل الفعلي للمشروع تتحدّد كمّا ونوعاً بناءً على حجم الإنتاج، وعلى طبيعة العمليات الإنتاجية، وأيضاً على الآلات والمعدّات التكنولوجية المستخدمة في الإنتاج والتّغيير المستمر في التكنولوجيا يفرض على المؤسسة الصحفية تطوير أساليب الإنتاج المطبّقة بها، ممّا يتطلّب بالضرورة تغيير في هيكل العمالة اللازم لممارسة المهن والوظائف والأعمال في ظلّ درجات تكنولوجية أكثر تقدّماً، أو أساليب إنتاج أكثر تطوّراً، فمن الثابت أن هناك علاقة بين درجة التكنولوجيا، أساليب الإنتاج من جهة، وبين نمط هيكل العمالة اللازم لممارسة العمل من جهة أخرى لإعطاء مستوى محدّد من الإنتاجية، بمعنى أنّ لكل درجة تكنولوجية أسلوب إنتاج يطبّق من خلالها، وأن كل أسلوب إنتاج يتطلّب عمالة محدّد لتطبيقه، ممّا يستلزم بالضرورة إحداث توافق بين هذا الهيكل داخل المؤسسة من جهة، وبين التطوّر في درجات التكنولوجيا وأساليب الإنتاج من جهة أخرى⁽¹⁾.

لقد عمدت الصحافة المكتوبة إلى إدخال الآلة في العمل الصحفي في جميع مراحله، حيث تمّ تقسيم العمل بين المهن الرئيسية، لكن التقسيم التقني لم يتقدم كثيراً في مجال التحرير. واستخدمت الآلة في بعض أجزاء عمليات التحرير والتصحيح والإخراج، وفي عمليات جمع الأخبار وإرسالها (نشاط الوكالة)، وجرى تطبيق الآلية في مرحلة من صناعة الصحافة وهي مرحلة الطباعة، وهي عملية آلية بحتة تخضع لمعايير صناعية رفيعة، ويتوقّف الأمر هنا على صناعة المطابع، وعلى صناعة الورق التي وفّرت أنواعاً من الورق الخاص بطباعة الصحف والمجلّات الملوّنة التي أصبحت تتنافس شاشات التلفزيون وتضاهيها رونقاً وجمالاً⁽²⁾.

وبناءً على ذلك، يترتّب عن إدخال الآلة في الإنتاج الصحفي أثران اقتصاديان هامان:

أ. **على المستوى التحليلي الجزئي:** ارتفاع إنتاجية العمل، وبالتالي ارتفاع مداخيل العامل، وزيادة أرباح المؤسسة، وهو أثر إيجابي جدّاً يدفع بأرباب العمل إلى التّجديد والتطوّر التقني.

ب. **على المستوى التحليلي الكلي:** خروج اليد العاملة من النشاط الاقتصادي (زيادة عدد البطالين) وانخفاض مستوى التّأهيل لدى غالبية العمال، والاعتماد على فئة قليلة من ذوي

(1) طباعة الإعلان..

(2) عاشور، فتّي، مرجع سبق ذكره، ص32.

التأهيل العالي القائمين على تشغيل الآلات وصيانتها. ويدفع هذا الأمر نقابات العمل إلى التحرك للدفاع عن مصالح العمال لمنع خفض الأجور أو طرد العمل، ولكنها ملزمة أيضاً بمراعاة متطلبات المنافسة في السوق، فقد يتطلب رفع تنافسية المؤسسة لزيادة مبيعاتها في السوق، إحداث تطوير هام على المستوى التقني المحض، على مستوى التنظيم والإدارة⁽¹⁾. وبهذا نصل إلى القول أنّ الطباعة هي الجزء الصناعي للجريدة، وبفضل استخدام الآلية فيها، استطاعت الصحف أن تقطع أشواطاً كبيرة في مجال النشر، حيث مكّنت المنشأة الصحفية من أداء عملها في وقت قياسي، وتحسين المستوى الطباعي، وريح الوقت والمواد الأولية، كالورق والحبر والمواد الكيماوية، وهذه العوامل تؤثر في المؤسسة الصحفية وفي قدرتها على المنافسة للحفاظ على مكانتها الإعلامية ومركزها المالي، وتسيطر على سوق الطباعة.

♦ سوق الطبع:

تقدّم المطابع خدمة جليلة للصحافة، فالطباعة تحوّل المنتج التحريري المتجسّد في نموذج واحد إلى صحف عديدة عن طريق النسخ، تلك عملية صناعية بحتة، لكنها على أهمية عظيمة بالنسبة لحياة الصحيفة، وعلى بنية سوق الطباعة تتوقّف العديد من العلاقات. فإذا كانت سوق الطبع سوقاً احتكارية، أي تتألف من طابع واحد أم من عدد محدود من المؤسسات، فإنّه يكون بإمكان المحتكرين أن يفرضوا شروط التعامل في السوق. ومن ذلك مثلاً يمكنهم أن يرفعوا أسعار الطباعة، وأن يفرضوا صيغاً معيّنة للتعامل يكون فيه الناشر في موقع ضعيف، وكذلك الشأن في حالة ما إذا كان الطابعون يحتكرون استيراد الورق والمواد الصناعية الأخرى، فهم يعملون على تعظيم أرباحهم على مدى النشاط، لا على مستوى المطبعة فقط، وواضح أنّ الطباعة بحكم بنيتها الصناعية، تتّجه باستمرار نحو التركيز، ولكن توفّر حدّ أدنى من المنافسة في هذه السوق يضمن جودة الخدمات وحرية الاختيار للناشرين.

أما إذا كانت المطابع تحت أيدي الاحتكار السياسي، باسم الحكومة كما هو الحال في بعض البلدان النامية، فإنّ النتيجة المترتبة عن ذلك هي المزيد من القيود والرقابة على

(1) المرجع نفسه، ص 31.

الصحافة وعلى حرية التعبير، وقد كانت الرقابة لدى الطبع من قبل لجان القراءة هي أبرز أشكال تقييد حرية التعبير⁽¹⁾.

III.6. أهمية المطبعة في حياة الصحافة:

تلعب الطباعة دورًا جوهريًا في حياة الفرد اليومية، وتؤثر في تصرفات الأفراد والشعوب زفي الفكر الإنساني، كما يعتبر النشاط الطباعي أحد مقاييس ثقافة الشعوب وعلاقة هامة في تحديد مدى تقدّمها وازدهارها، وتواكب الطباعة الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يحياها الإنسان، وهي أداة لحفظ التراث عبر الأجيال المتعاقبة على مرّ العصور، ولا تقتصر أهمية الطباعة على حالة السلم فقط، بل تتعدّها إلى حالة الحرب، فنجد أنّ الدول المتحاربة لا تغفل الجانب الإعلامي من الحرب، سواء كان عبر الفضائيات والتلفاز، وكذلك عبر الصحافة، فنجدهم يستخدمونها في جانب الإعداد للحرب من خلال تهيئة المواطنين من جهة، ورفع معنويات الجنود من جهة أخرى⁽²⁾.

فالتباعة هي بداية التقدّم والتطور الهائل الذي بلغته البشرية، فقد جعلت العلوم والفنون والآداب متداولة بين الناس ويسرّ لها إمكانية الانتشار في أيّ مكان على الأرض، ولا تزال الشعاع الذي أنار للبشرية طريقها، فعن طريقها قرأنا التاريخ وحياة الأولين وأمجادهم من علوم وآداب وفنون بما سجّله وطبعوه لنا. وتبقى وسيلة الاتصال الجماهيري التي تشمل كذلك البث الإذاعي والتلفزيوني والسينما. كما تعتمد الأنظمة التجارية الحديثة على الطباعة في كثير من مداولاتها بدءًا من إيصالات البيع إلى أوراق النقد، وبالتالي تمثل مجالاً من مجالات النشاط التجاري⁽³⁾.

تعتبر المطبعة دعامة أساسية من دعائم المؤسسة الصحفية في الوقت الحاضر، إذ عليها تتوقف عملية إنتاج الصحيفة وطبعها وتوزيعها، ولا تستغني الصحف اليومية عن مطابع خاصة بها تلبي احتياجاتها أولاً بأول من حيث جمع الأحرف، بالإضافة إلى كافة الخطوات اللاحقة التي تمهّد لطبع الصحيفة.

(1) عاشور، فتّي، المرجع السابق، ص54.

(2) نورالدين، النادي، فن الإخراج الصحفي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر، الأردن، 2004، ص

(3) إياد محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص102.

وقد توسعت المطابع الصحفية، فأصبحت لها إدارات متخصصة تتولّى إدارتها والإشراف عليها، وضبط حساباتها، وهي تقوم بطبع الصحف والمجلّات الصغيرة التي لا تملك مطابع خاصة بها وذلك بأسلوب تجاري، حيث تتولّى طباعة الكتب ونشرها بهدف استغلال طاقات المطابع التي تملكها وتحقيق الرّبح المادّي. وهي لذلك توظّف أعدادًا كبيرة من العاملين في هذا المجال، الذين تتعدّد اختصاصاتهم بتعدّد المجالات الدّاخلية في دائرة عمل المطابع وحركتها الإنتاجية.

ويشير المختصّون إلى أهمية وجود المطبعة داخل الدار الصحفية أو بالقرب منها، وذلك لإنجاز المهام المتعلّقة بسكرتارية التحرير والإخراج الصحفي على الوجه الأكمل، إذ يستطيع المخرج التّأثّق في اختيار الحروف من مختلف الأنباط، وكذلك يمتلك المرونة في موضوع اتّساع الأسطر، ولا يوجد حرجًا من حيث الوقت والجهد في الطلب إلى أقسام التّنفيذ الفنيّة، وأقسام الجمع في المطبعة بإنجاز هذه الأغراض، بالإضافة إلى اختصار الوقت المطلوب لإنتاج الصحيفة وجعلها جاهزة للتّوزيع في الوقت المناسب، لأنّ اضطراب مواعيد وصولها للقراء في الوقت المحدّد يؤثّر سلبيًا على مكانة الصحيفة عندهم⁽¹⁾.

وتتنافس المؤسسات الصحفية اليوم على اقتناء أرقى آلات الطباعة، وأحدث تجهيزاتها الفنية والإلكترونية، حتّى تتمكّن بواسطتها من تحقيق مستويات عالية من الإنتاجية والجودة الطباعية، ممثلة بنظافة الطبع ووضوحه وخلو الصفحات من الأخطاء، واستخدام الألوان، وكذلك الطرق الأقل تكلفة، والأفضل من حيث المردودية من طرف الطباعة الثلاث المعروفة، البارزة والغائرة والملساء، ثم النجاح في معركة المنافسة في سوق التوزيع، التي بات على الصحيفة أن تسعى جهدها للنجاح فيها، أمام المنافسة التي تشهدها مع الصحف الأخرى، بالإضافة إلى تأثير التلفزيون والإذاعة على جمهور وسائل الإعلام بصفة خاصة.

من هنا، نجد حرص المؤسسات الصحفية على امتلاك مطابع خاصة بها، وكذلك تعيين المديرين أو المدراء الأكفاء لها، لكي يُديروا حركة أعمالها بطريقة ناجحة. ويعتبر هؤلاء المدراء من أبرز العاملين في المؤسسات الصحفية، لأنّهم يشرفون على العصب الحساس فيها، ولأنّهم مهنيّون مباشرة بالميزانية التجارية لهذه المؤسسات، وبامتداد نشاطها إلى ما هو أبعد من طباعة صحف المؤسسات نفسها. كما تقوم بعض المؤسسات الصحفية

(1) تيسير أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلّات، ص 25.

العربية بإيفاد المبعوثين من الملتحقين بمطابعها إلى الدول الأجنبية للاطلاع على أحدث الاستخدامات الفنية في المطابع التي أصبحت تتطلب دراية وتدريبًا كبيرين.

وتلجأ بعض الصحف العربية إلى الحديث بين حين وآخر عن الجديد المستحدث في هذا الحقل، وعن سائر الطبع التي تستخدمها، بالإضافة إلى طريقة إرسال المواد التحريرية باستخدام أجهزة (الفاكسميلي).

ويعود الفضل إلى الطباعة الحديثة في تقدّم فنون الإخراج الصحفي التي تشهدها الصحف المعاصرة، حيث تساهم الطباعة الحديثة في جمال إخراج الصفحات، ودقة العناوين، ووضوحها، وجمال الصور وتنوّع الحروف المستخدمة في جمع المواد التحريرية المنشورة فيها، ودقة الألوان المستخدمة في طباعة المجلات وأغلفتها وصفحاتها المصورة⁽¹⁾.

III.7. التنظيم الإداري للمطابع الصحفية وأقسامها الإنتاجية:

إن الصحيفة كنتاج ثقافي هي وليدة ثلاثة ركائز أساسي هي: الإنتاج الصناعي (تنضيد الحروف، الطباعة)، الإبداع الثقافي (التحرير)، والإدارة (تسيير وإشهار)⁽²⁾، أو ما يعرف بالمنتج الصحفي^(*) (Le produit journalistique). فالركيزة الأولى تمثل الجزء الصناعي للصحف، وعليها يتوقف صدورها، حيث أنّها الملتقى الذي تتجمّع منه كافة العناصر التي تتكوّن منها لكي تخرج للقارئ في شكلها المعتاد، هذا فضلاً عن أنّها تعتبر الركن الماديّ الفني في المؤسسة الصحفية، وتعتمد صناعة الطباعة على أربعة عناصر أساسية هي : السطح الطابع، المادة التي يطبع عليها (الورق)، الحبر كوسيلة لنقل الأشكال والحروف من السطح الطابع إلى الورق، وأخيراً وسيلة الطبع وهي آلات وماكينات الطباعة⁽³⁾.

(1) تيسير أبوعرجة، المرجع السابق، ص 26-27.

(2) Lucien Sfez, *dictionnaire critique de la communication*, Tome 2, Paris, P.U.F, 1993, p1028.

(*) يمثل مجمل الخصائص المادية (ورق، حبر) وغير مادية (آراء وأفكار) موجهة للبيع إلى جمهور القراء.

(3) عبد الجواد، سعيد، ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية - دراسة في الواقع والمستحدثات -، ط1، دار الفجر للنشر

والتوزيع، مصر، 2004، ص 149.

♦ المطابع الصحفية:

تلعب المطابع الحديثة دورًا هامًا وفعّالاً في كل دول العالم، وعلى الدّول النّامية المبادرة لغزو الأسواق الحديثة بشكل أكبر لمواكبة التطورات التي لحقت بصناعة الطباعة، واكتساب الخبرة والعلم والمعرفة، وجلب الأجهزة الحديثة والمتطورة لتتمكّن من استخدام هذه التقنيات الحديثة لإنتاج مطبوعات عالية الجودة.

حدثت في أوائل التسعينات من القرن الماضي أن بدأت تكنولوجيايات جديدة تدخل إلى المؤسسات الصحفية على المستوى العالمي، لتحلّ بذلك محلّ الأساليب التقليدية في الإنتاج الصحفي، ولاسيما في مرحلة الطبع، ممّا استلزم معه تغيير مفاهيم الإخراج الصّحفي تبعاً لتغيّر الأدوات المتاحة، والتي تبنّت التكنولوجيا الرقمية، وأصبح لدى المصمّم مجموعة مؤثّرة من لبنات البناء الشكلي لصحيفته والتي تمكّنه من استخدامها في وضع تصميمات جديدة وجيدة⁽¹⁾.

علاوة على ذلك، فالمطابع الصحفية تعمل وفق نظام إداري دقيق، وهيكل تنظيمي يتفرّع إلى عدة مصالح وأقسام، تسيّر عملية طباعة الجريدة اليومية ضمن جداول زمنية محدّدة بدقة قد حسبت كل خطوة منها، وكل فشل أو تأخير في أي خطوة من خطوات هذا الانسياب يعطلّ العملية كلّها، وقد يؤدّي إلى خسائر مباشرة في المبيعات، وعليه فالعملية الطباعية يتحكم فيها عنصر الوقت الذي يكون مهندساً من قبل⁽²⁾.

على هذا الأساس، تتضمّن إدارة المطابع أقسام التجهيز الفنّي والمونتاج أو التركيب، الجمع التصويري، التجليد، الطبع، التجارة، القصّ، الصيانة الميكانيكية أو ورشة الإصلاحات، قسم المستودع، الكهرباء، وقسم تسليم المطبوعات⁽³⁾.

وحتّى يتسنى لنا شرح مهام هذه الأقسام، لا بدّ من التطرق إلى القطاع الإداري للمطابع، وأقسامها الإنتاجية، ونختتم بالمرّاحل الفنّية لصناعة الطباعة.

(1) حسنين، شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط1، مصر، رحمة برس للطباعة والنشر، 2007، ص72.

(2) محمود منصور، هيبه، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، ط1، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004، ص318.

(3) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص149.

III.8. القطاع الإداري للمطابع:

لقد مرّت الطباعة بفترة تغييرٍ تكنولوجي سريع، ويوجد هناك هيئات كثيرة يمكن الاستعانة بهم في هذا الأمر، وهذه الهيئات مثل PIRA في إنجلترا، و GAFT في ألمانيا، ويعتبر من أهم العوامل المؤثرة في تغيير وتطوير الطباعة، تتبع من إخراج هذه الصناعة نفسها، حيث أنّ تلك المتغيرات تكون في أجهزة الكمبيوتر والمعالجات الدقيقة وطابعات الليزر والمعلومات الرقمية.

ومن أيسر طرق الطباعة وأفضلها جودة ما يتمّ اليوم باستخدام أحدث تقنيات الاتصال الكوني عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الانترنت، فقد أصبح من الممكن تصميم العمل في مكان آخر، ولو كان على بعد آلاف الأميال دون أن يستغرق ذلك سوى ثوان قليلة، وبدلاً من النظرية التقليدية التي تقول نطبق أولاً التوزيع ثم نقوم بعملية الطباعة، حيث تم إرسال الملف الإلكتروني الخاص بالعملية الطباعية إلى عدّة أماكن مختلفة، لتتمّ طباعته في وقت واحد بالمواصفات والجودة نفسها.

وظهرت ماكينات الطباعة الرقمية ذات التغذية بالشرائط الورقية لأول مرة عام 1993، وبذلك حلّت الأنظمة الرقمية المعتمدة على استخدام الحاسبات محلّ الاعتماد على المهارة الحرفية للمشتغلين⁽¹⁾.

ومن القواعد الأساسية في هذه الأنظمة هي خطوات ما قبل الطبع، والتي تتمّ الآن على عمليات إدخال تحتوي على تخطيط الصفحة ومعالجة مختلف العناصر الجرافيكية، وذلك من أجل الحصول على مخرجات تكون على هيئة أفلام أو ألواح طباعية، ومع اندماج وتكامل محطات العمل المكوّنة لخط الإنتاج الطباعي، وكذلك الاتجاه نحو الإقلال من زمن دورة الإنتاج، فإنّ المهم هنا هو فاعلية انسياب العمل بمرحلة ما قبل الطبع، وأن يكون العمل جاهزاً لماكينة الطبع.

وتعتبر الإدارة الفنيّة في الصحيفة المسؤولة عن العمل في هذا المجال (الإنتاج الفني للصحيفة)، حيث تتبعها المطبعة وآلات الطباعة بمختلف أنواعها، وأقسام التّوضيب التي تتولّى وضع المواد الصحفية التي تُجمع بواسطة الآلات السابقة في هيئة صفحات يتمّ تصحيحها من الأخطاء المطبعية، وهو ما يطلق عليها بالمدخلات (مرحلتي الجمع

(1) محمد الحفناوي، مرجع سبق ذكره، ص 242.

(والتوضيب)، إلى جانب أقسام التجهيز والأوفست من تصوير وتركيب، وأقسام الطبع بأنواعها والتجليد الآلي واليدوي، وهي عمليات جوهرية في عملية طباعة الصحيفة. أما المخرجات فتتمثل خلاصة لمرحلتى المدخلات والعمليات، إضافة إلى مجهودات الإداريين والفنيين، وفي الأخير ينتج لدينا في هيئة منتج صحفي (صحيفة، منشورات المؤسسة الصحفية)⁽¹⁾.

وعلى هذا النحو، نصل إلى القول بأن المطبعة هي القلب النابض للصحيفة، حيث تشمل المكان الذي تجمع فيه المراحل المكونة للصحيفة، لتخرج في الأخير في هيئتها النهائية للقراء، غير أن ذلك لا يتم إلا بتضافر جميع الأقسام الإنتاجية التي تشمل عليها، وهذا ما سنفصله في هذا العنصر.

♦ الأقسام الإنتاجية للمطابع في المؤسسات الصحفية:

لا شك أن كل إدارة لها أقسامها، وإدارة المطابع كغيرها من الإدارات تشمل كلاً من: الأقسام الفنية وأقسام الطبع، وأقسام التجليد، وهذا تفصيل لما تحتويه هذه الأقسام:

أولاً: الأقسام الفنية

وهي أقسام ما قبل الطبع وتضمّ المراكز التالية:

1. مركز الجمع التصويري: ويقوم بعملية تحويل الأصول المكتوبة وإعدادها في صورة أفلام.
2. مركز التجهيز الفني: ويقوم بإعداد الرسوم والماكينات والخطوط ومتابعة التنفيذ الفني.
3. مركز التصوير والرتوش (المسات): ويتم فيه تصوير الماكينات، وكذلك عمليات فصل الألوان، وعمل الرتوش على الأفلام.
4. مركز المونتاج: ويقوم بتصحيح الشكل النهائي للوح الزنك، بحيث يؤخذ في الاعتبار تقليل مساحة الفاقد من الخامات.
5. مركز التصحيح: ويقوم بتصحيح الأخطاء الخاصة بالجمع ومراجعة المونتاج.
6. مركز البروفات (النماذج): ويتم فيه إعداد البروفات التي ترسل إلى العميل للاعتماد.
7. مركز الزنكات: ويتم فيه إعداد الزنكات اللازمة للطباعة.

(1) محمد الحفناوي، مرجع سبق ذكره، ص 243-245.

ثانياً: أقسام الطبع

وتقوم باستخدام الزنكات الواردة من الأقسام الفنية في إنتاج المطبوع، وتسليمه لأقسام التجليد، وتشمل المراكز التالية:

- **مركز القص:** حيث يتم فيه تجهيز أفرخ الورق.
- **مركز التجهيز:** ويتم فيه إعداد الأحبار بالألوان وإعداد البروفات.
- **مركز الطبع:** يتم فيه طباعة الأفرخ أو لفات الورق، وذلك بتركيب ألواح الزنك على آلات الطباعة التي تنقسم إلى:
 - أ. قسم الطبع التجاري.
 - ب. قسم الطبع الأوفست المسطح.
 - ج. قسم الطبع الواب أوفست.
 - د. قسم طبع المغلفات.
 - هـ. قسم الطبع استنسل.

ثالثاً: أقسام التجليد

وتقوم بعمليات التجهيز النهائي على الأفرخ المطبوعة، والواردة من خلال المطبعة، وتحويلها إلى منتج نهائي طبقاً للمواصفات المطلوبة وذلك من خلال المراكز التالية:

1. **مركز التجهيز:** ويتم فيه تجهيز وإعداد الخامات والمهمات الخاصة بالتجليد.
 2. **مركز التوضيب والخيط:** ويتم فيه تطبيق الأفرخ الواردة من المطبعة، طبقاً للمقاسات المطلوبة في شكل الملازم، وإجراء عمليات الخياطة للكتاب.
 3. **مركز السلك المجلات:** ويتم فيه تجليد النسخ الكاملة من الكتب والمجلات بالسلك.
 4. **مركز تجليد الكتب الآلي:** ويتم فيه إجراء عمليات التجليد الفاخر للسجلات والأجندات والكتب.
 5. **مركز القص:** ويتم فيه قص الورق أو الكتب طبقاً للمقاس النهائي المطلوب⁽¹⁾.
- وبما أن العمل المطبعي عمل فني دقيق ومترابط، فهو بمثابة سلسلة مستحكمة الحلقات، وإذا فقدت واحدة منها فقد العمل المطبعي قيمته الفنية، وضعفت نتيجته.

(1) إبراهيم عبد الله المسامي، مرجع سبق ذكره، ص 478.

ويمكن تتبّع المراحل الفنيّة لصناعة الطباعة كما يأتي:

9.III. المراحل الفنيّة لإنتاج الطباعة:

تأثّرت مراحل الطبع بتطوير الآلات وتقدّم تقنيّتها وقدرة الصّحف ودور النّشر على اقتناء ما يستجدّ من مخترعات ومبتكرات ومواكبة كل حديث وجديد يدخل إلى عالم الصحافة. وبعد أن تجولنا بين آلات الجمع ومراحل تطويرها من الجمع الساخن إلى الجمع البارد، وما صاحب ذلك من إفرات تقنيّة أثّرت في عملية الجمع وقلّصت أحجام آلاته، ورفعت درجة كفاءته من دقة وجودة وسرعة وغيرها. نأتي الآن لتتبع بقية خطوات الطبع التي تمرّ بها صناعة الصّحيفة أو المجلّة بعد جمع مادتها وجدولة أعمدتها، وذلك مثل التصوير المطبوعي وفرز ألوان الصّور والتّركيب واستخراج اللّوحات والطبع النهائي والتّجليد، وكلّها عناصر يجب الإلمام بها ومعرفتها من قبل الصّحفي، خصوصاً المخرج والمصمّم والمنفّذ للعمل الفنّي والمتابع لمراحله⁽¹⁾.

تبدأ الدورة التّشغيليّة للطباعة بتسليم الأصول المكتوبة من سكرتارية التّحرير الفنيّة، وذلك بعد صياغتها ومراجعتها وإخراجها فنّيّاً، وتنتهي بتسليم الصحيفة كاملة لقطاع التّوزيع بالمؤسّسة الصحفيّة، وهذه المراحل يمكن إيجازها فيما يلي:

1- مرحلة التخطيط الطباعي:

تبدأ مرحلة التخطيط الطباعي منذ لحظة تسليم الأصول من سكرتارية التّحرير، والاتفاق على المواصفات العامّة للمطبوع، ويقوم بهذه المرحلة قسم تخطيط العمليات التي قد يطلق عليه عدّة مسمّيات، مثل المكتب الفنّي أو تخطيط الإنتاج، ويقوم هذا القسم بوضع التصميمات، وتحديد المواصفات اللّازمة من حيث تحديد الألوان، وأوزان الأوراق ودراسة الإمكانيات التّشغيليّة التي تتفق وظروف المطبوع من حيث السرعة، وتحديد الطباعة المناسبة، وما يناسبها من الورق، وتحديد الهوامش وتخطيط الصفحات، وصياغتها على أمر التّشغيل.

2- مرحلة الجمع والتّصوير المطبوعي:

ويطلق على هذه المرحلة الجمع التصويري للمادة التحريرية، وتقوم هذه المرحلة على فكرة نقل الحروف، والأشكال والصّور على أفلام أو ورق حسّاس مباشرة (ورق بورميد)

(1) عبد العزيز الصويغي، مرجع سبق ذكره، ص 607.

باتباع نظام تحويل أي شكل إلى لغة رقمية، ويعمل بنبضات كهروضوئية، كما تستخدم أشعة الليزر بعض أنواع الأجهزة المستخدمة في الجمع التصويري⁽¹⁾.

تعتبر الصورة من أهم المحتويات الصحافية التي تستحوذ على اهتمام وعناية فنيي التصوير المطبعي، على اعتبار أنها تحوي جملة من الجوانب الفنية تحتاج لمعاملة خاصة في التصوير ودقة تامة في المقاييس المحددة حسب المكان المخصص لها بالصفحة.

بما أن عملية تركيب محتويات الصفحة لا تتم إلا وهي في هيئتها السالبة، فلا بد أن تصوّر تلك المحتويات على شرائح من اللادن الشفاف السالب Negative films.

تثبت الصورة بالقاعدة المخصصة لها وتسلط عليها الأضواء بالنسب التي تحتاجها كثافتها وظلالها، وذلك في مواجهة عدسة ضخمة محمولة على قاعدة متحركة بواسطة مجرى وسكة تتيح لها حرية الحركة إلى الأمام وإلى الخلف بحسب قياسات الصورة المطلوبة، فتظهر منعكسة على الجدار الزجاجي خلف العدسة. وللحصول على نتيجة أفضل، تضاف بعض المكثفات والمرشحات للعدسة، وكذلك بعض النسب الشبكية لتأكيد الظلال وزيادة الوضوح، والحفاظ على عملية التظليل النصفى Half-Tone، وذلك في حالة تصوير صورة تُنشر لأول مرة.

بعد إجراء كل تلك التطبيقات على الصورة وهي منعكسة على الجدار الزجاجي، ومراقبة كل الجوانب الفنية والتأكد من مقاساتها بواسطة مساطر خاصة، يتم طبعها على ورق اللادن الحساس مثبت بالحجرة المظلمة المواجهة للعدسة على خط متواز مع الصورة، ثم يخضع ذلك الورق الحساس لعليتي التطهير والتثبيت الكيميائيين، فتظهر محتويات الصورة معكوسة عليه، أي سالبة، من هنا تكون الصورة جاهزة لمرحلة التركيب.

بعد الانتهاء من تصوير جميع الصور التي تحويها الصفحتان المتقابلتان، يأتي دور تصوير الصفحات ذاتها، حيث تثبت الخريطة أو الماكيت المنقّدة عليها الصفحتان بنفس القاعدة التي تثبت عليها الصورة سابقا، ثم تخضع لنفس العملية، إلا أنها لا تحتاج لتصغير أو تكبير، ولا لمكثفات، ولا لشبكات. وذلك لضرورة إبقائها في نفس حجمها، وخلوها من مساحات التظليل النصفى كما هو الحال في الصورة، فجميع محتويات الصفحتين من مادة

(1) عبد الجواد، سعيد، ربيع، مرجع سبق ذكره، ص16.

كلامية وعناوين وإطارات وفواصل كلّها في اللون الأسود القاتم، أما الصور فتبقى أماكنها خالية من أي محتوى على أرضية الصفحتين، قصد تركيبها لاحقاً.

• تركيب الصفحات العادية:

تتجمع الصفحات وصورها بقسم التركيب Montage، ويبدأ العمل على طاولة خاصة مركّبة من أرضية بلاستيكية شبه شفافة تحتها مصابيح كهربائية Light Table، بحيث ينفذ الضوء من كافة المحتويات المفرغة بصفحة اللّادن السوداء ثم تفرغ أماكن الصّور بواسطة المسطرة والسكين، وتركّب سوابلها باستعمال الشريط اللاصق الشفاف، ثم تعود الصفحات بكامل صورها لآلة التصوير المطبوعي ليتم تصويرها من جديد، ولكن هذه المرة ستظهر في هيئتها الموجبة Positive، وذلك لتمكين قسم التركيب من تثبيت مساحات الشبك المقرّر تغطيتها بلون خفيف حسب الخطة الإخراجية المرفقة.

يعمل قسم التركيب أيضاً على تقسيم صفحات المجلّة وإخضاعها للنظام الملزمي (الملزمة = 16 صفحة)، ليتّضح توزيع الألوان الإضافية، حيث يتم ذلك على لوحة تضم أربع صفحات متوافقة ملزمياً، كما يقوم قسم التوليف والتركيب بتحديد علامات الطيّ (الوسط) والقصّ (الحواشي) تبعاً لمقاس المجلّة المقرّر، علاوة على اهتمامه بقص وتركيب الصور المركّبة Decoupage، وإدخال التحسينات والترقيش Re-Touching، وغيرها من الأعمال الدقيقة المكتملة لعمليتي الإخراج والتركيب.

• فرز الألوان:

تُعامل الصورة الملونة معاملة تختلف اختلافاً واضحاً عن الصورة العادية، حيث تخضع لعملية فرز واستخلاص ألوانها الرئيسية المعروفة في مجال الطباعة وهي: الأصفر، الأزرق، الأحمر والأسود، وقد تفرز الصورة الملونة بطريقتين: تقليدية وإلكترونية، إذ يمكن فرزها بواسطة آلة التصوير المطبوعي العادية التي سبق الحديث عنها، وذلك بمساعدة مصفيات إضافية، وظيفة كل مصفّ استخلاص لون معيّن من الألوان الأربعة، وهذه الطريقة تعتمد على قدرة تعديل العدسة وتوافقها مع المصفيات من جهة، وأصل الصورة من جهة ثانية⁽¹⁾.

(1) عبد العزيز الصويغي، مرجع سبق ذكره، ص 609-610.

أما الطريقة الإلكترونية فتتمثل في آلات مخصصة لهذا الغرض عُرفت بآلة المسح Scanner، وهي آلة متطورة عن آلات سابقة تقوم بنفس الوظيفة مثل آلة: Vario-Clichograph، حيث دعمت بجهاز إلكتروني خاص قادر على قراءة مساحة الصورة واستخلاص ألوانها وإنتاج أربع شرائح سالبة تمثل كل واحدة منها لونًا معينًا.

• تركيب الصورة الملونة:

في قسم التركيب الذي يتولّى إخضاع صفحات المجلة أو الصحيفة إلى النظام الملزمي، يقوم بتركيب كل أربع صفحات منها على لوحة واحدة، وتعتبر ربع ملزمة، أما الصفحات التي تحوي صورًا ملونة فيتمّ تهيئة أربع لوحات لكل أربع صفحات منها، حيث يركّب على كل واحدة منها سالبات أو موجبات لون من ألوان الصورة الأربعة. بمعنى تُخصّص اللوحة الأولى لتركيب اللون الأسود، ومن خلالها تُنبتّ لوحة ثانية لتركيب اللون الأصفر، ثم لوحة ثالثة لتركيب اللون الأزرق، ثم لوحة رابعة لتركيب اللون الأحمر، وتعتبر كل واحدة منها لوحة مستقلة بذاتها وتعامل معاملة خاصة في بقية مراحل الطبع الأخرى.

• فرز وتركيب الألوان إلكترونياً:

للحصول على نتيجة أفضل وفي أقل وقت ممكن، دخل فرز الألوان إلى الحواسيب الإلكترونية الشخصية منها والمهنية، حيث تمكّن خبراء المعلوماتية من تحويل معالم الصورة إلى رموز رقمية Digitized Towage، وعلى هذا الأساس تتم قراءتها، وتخزينها بعد أن يُختير لها حجم حبيباتها Extension ويوضع لها اسم ملف تستجيب له عند استدعائها File.

3- مرحلة إعداد السطح الطباعي:

ويقصد بهذه المرحلة تجميع العناصر التيبوغرافية (متن، عنوان، صورة، رسم،...) والتي تمّ إنتاج كل منها في قسم مستقل بالصحيفة، لتتخذ هذه العناصر شكلها النهائي الذي سيتم طبعه على الورق، والذي سبق وأن حدّده مخرج الصحيفة على هيكل الصفحة (الماكيت).

4- مرحلة الطبع:

ويتم من خلال هذه المرحلة طباعة الصحيفة، وذلك حسب نوع السطح الطباعي الذي تنتقل منه الحروف والأشكال والصّور إلى السطح الآخر وهو الورق (بارز، غائر، أملس، مسامي)⁽¹⁾.

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 149.

وفي حالة الطباعة بالألوان، فعند عملية فرز الألوان سواء كانت بواسطة المصفيات أو الماسحات الضوئية والإلكترونية ينتج عنها أربع لوحات شفافة Films، تمثل كل واحدة منها لوناً معيناً من الألوان الرئيسية للطباعة وهي: الأصفر، الأزرق، الأحمر والأسود. ومن ثمّ يتم حفرها كيميائياً على لوحات مرنة من الزنك، تلك هي اللّوحات التي تركّب بأسطوانات آلة الطبع (الأوفست) لتقوم بالوظائف المخوّلة لها.

وإذا كانت آلة الطبع من الحجم المتوسط الذي يحوي أربع مجموعات من الأسطوانات، فيتمّ تركيب كل لوحة معدنية على مجموعة منها، وذلك بعد تعيين لون الحبر الذي ستقوم لخدمته وتوزيعه على مجموعة الأسطوانات تلك.

وفي هذه الحالة سيمرّ لوح الورق الأول على أسطوانة اللون الأصفر لتطبع عليها جميع العناصر المحتوية على هذا اللون، ثمّ ينتقل آلياً إلى الأسطوانة الثانية لطبع اللون الأزرق، عند خروج الورق من هذه الطبعة (الثانية)، يلتقي اللونان الأصفر والأزرق في بعض المساحات فيظهر اللون الأخضر المولّد منهما. ثمّ ينتقل لوح الورق نفسه إلى الأسطوانة الثالثة، فتطبع العناصر المحتوية على اللون الأحمر، وعند هذه الطبعة (الثالثة) يلتقي هذا اللون بالأصفر السابق في بعض المساحات الأخرى فينتجان اللون البنفسجي، ثمّ ينتقل لوح الورق إلى الأسطوانة الرابعة والأخيرة فيطبع عليها اللون الأسود، غير أنّ هذا الأخير عادة ما يكون مخصّصاً للمادة الكلامية، وبعض العناوين والخطوط والإطارات، إلّا أنّه يؤكّد ظلال الصور الملونة ويساهم في وضوحها حسب كثافتها ودرجاتها اللونية⁽¹⁾.

5- التجليد:

تتم عملية التجليد بغرض صنع وقاية لحفظ أوراق المطبوع، سواء كان صحيفة أو كتاب، لبقائه أطول مدة دون تلف⁽²⁾، وعندما يكون المطبوع مجلة، تنقسم عملية التجليد إلى عدة فروع ووظائف، قد تجمع بين كل تلك الوظائف آلة واحدة، وقد تختص كل آلة بوظيفة محدّدة، وقد تشترك الأيدي العاملة مع الآلات في أداء بعض الوظائف، وفي بعض آلات

(1) عبد العزيز الصويغي، المرجع السابق، ص 618-619.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 149.

الطبع الملساء (أوفست) يُلحق بها خط إنتاج كامل يقوم بجميع وظائف التّجليد التي تنتهي بعملية هرش زوائد الورق الساقط وكبسه وتجهيزه للشحن قصد إعادة تصنيعه⁽¹⁾. وتشمل مرحلة التّجليد عدة عمليات يفتح بها فنّي التركيب العملي المطبعي متمثلة فيما يلي:

6- التوضيب:

ويقصد به طيّ الأفرخ أو مكّبات الورق المطبوعة وتحويلها إلى ملازم أو حُزم، حيث يتمّ توضيب الكمّيات القليلة باليد والكمّيات الكبيرة بواسطة الماكينات، وتتكوّن الملزمة من عدد من الصفحات⁽²⁾.

7- جمع الملازم:

يُقصد بالملازم مجموعة الصفحات تتواجد على قطعة واحدة من الورق، تنشأ من خلال طيّ الورق من المنتصف، يتواجد نصف عدد الصفحات على وجه الملزمة، والنّصف الآخر على ظهر الملزمة، وتعتبر الجهة التي تحوي أصغر رقم وجه الملزمة. وتتمثل أهمية الملازم في أنّها توفر الوقت والجهد وبالتالي الكلفة الاقتصادية تكون أقلّ، إلى جانب كونها ضرورة فنيّة.

♦ أنواع الملازم:

جدول رقم (01): أنواع الملازم

نوع الملزمة	عدد الطيّات	عدد الصفحات
رباعية	1	4
ثمانية	2	8
ستّ عشرة	3	16
اثنتان وثلاثون	4	32
أربع وستون	5	64

(1) عبد العزيز الصويغي، المرجع السابق نفسه، ص620.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع، المرجع السابق نفسه، ص150.

وبالنسبة لاختيار نوع الملزمة فيعتمد ذلك على قياس العمل النهائي، وقياس آلات الطباعة⁽¹⁾.

★ الحزم أو الخياطة:

وهي عملية تدبّيس أو خياطة الملازم التي تمّ جمعها من الغلاف لكلّ نسخة على حدة.

★ القص:

وهي عبارة عن قصّ حوافي أو زوائد الهامش والرأس والذيل لسهولة الاطلاع، ويشترط أن تكون جميع النسخ المطبوعة متساوية الحجم⁽²⁾، وكل هذه المراحل تشكّل الإدارة الفنية المطبوعة.

ولعلّ الأكثر أهمية من كل هذا، هو وجود مخزن لتسيير كميات الورق، فلا نكاد نجد مطبعة بدون مخزن يمكن مسيرها من إبلاغ المموّنين لهذه المادة الحيوية بالكمّيات المطلوبة، عن طريق الفاكس أو إبلاغهم بفساد الورق في حالة حدوث ذلك⁽³⁾.

والى جانب أن هذا المخزن يخضع لإدارة تسهر على توفير المساحة اللازمة لمخزن الورق، كما تعالج بعض المشاكل المتعلقة باختيار الموقع المناسب وحجم المساحة الخاصة بالمخزن، ومن هنا تتبع أهمية النشاط الذي يوفّر المنفعة والوقت الضائع.

كما أنه لا تخلو المطبعة من قسم للصيانة الميكانيكية، ومهمّته الأساسية هي إصلاح الأعطاب الناجمة عن آلات الطباعة وتغيير قطع الغيار، وهو ما يضمن استمرارية الطبع والسحب معاً، وتدخل هذه الفروع ضمن قسم الإدارة التقنية، مثلما هو موضح في المخطط البياني أعلاه.

بالإضافة إلى الإدارة الفنيّة والتقنيّة، تتوفّر المطبعة على إدارة عامة مكوّنة من مدير عام ومساعد له، يسهران على السير الحسن للمطبعة، وإدارة مالية تتفرّع إلى أقسام التمويل والتسيير، المحاسبة، القسم التجاري، وقسم المرتجعات.

بصفة عامّة، المطبعة هي مؤسسة صناعية تحوي هياكل إدارية، تعمل وفق معايير محدّدة، يسيّرهما طاقم بشري متخصص في شتّى المجالات الإدارية، التقنية، التجارية

(1) نورالدين، النادي، مرجع سبق ذكره، ص 17-19.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع السابق نفسه، ص 150-151.

(3) Bernard le Roy, *gérer la fabrication d'un journal*, 1^{ère} édition, Paris, CFPJ, 1991.

والصناعات المطبعية في ورشة الطبع، ممّا يخلق تنظيمًا نقابيًا صلبًا، يدافع عن حقوق العمال في المطبعة.

الأكثر أهمية ممّا سبق، هو أنّ هناك معايير يتمّ على أساسها أو بموجبها اختيار المطبعة التي يتمّ فيها طبع صحيفة معيّنة، ويمكن تحديدها فيما يلي:

1. النوعية:

نوعية الجريدة من نوعية العتاد المستخدم، فكّما كان جيّدًا، كلّما كانت نوعية الجريدة أفضل، إذ لا بدّ من الحصول على نوعية تسمح بالتطلّع إلى مستوى لن يشكّي منه لا القارئ ولا المعلن، فالجريدة تحاول دائمًا إرضاء كلّ هذه الأطراف بقدر ما تُدرّه من أموال.

2. السّرعة:

إنّ الصحافة المكتوبة تراعي جيّدًا عنصر الوقت أو الزّمن ضمن دورتها الإنتاجية، ما يجعلها تختبر آلات للطباعة لإثبات كفاءتها ونجاعتها في الاستعمال، إلى جانب سرعتها في الطبع.

3. الأمان:

تسعى المطبعة إلى توفير الحماية اللاّزمة للطاقم العامل بها، وتضمن سلامة الآلات والورق.

كلّ هذه المقاييس متعلّقة بعمال المطابع، فالآلات الطباعة مثل الطائرات التي تحوي طاقم يعمل أوتوماتيكيا أفضل من اليد البشرية، في حين نجد أنّ الطابع يحتاج إلى يد عاملة مؤهّلة أو مؤطرة تأطيرًا جيّدًا، تتمتع بمسؤولية كبيرة اتّجاه الزبائن، فنوعية اليد العاملة وقيمة التأطير هي التي تحدّد هوية الطابع⁽¹⁾.

بالإضافة إلى عمال الإدارة والورشات، توجد حلقة هامة تشكّل محور الأساس في الدّورة التّشغيلية للطباعة، تتمثّل في مسؤول الإنتاج، الذي لا بدّ أن يتمتّع بالخبرة الكافية التي تسمح له باتّخاذ القرارات الحاسمة في أسرع وقت ممكن، فوجود هذا المسير كعنصر فعّال سيضمن خروج الجريدة في الوقت المحدّد، وفي ظروف حسنة من حيث النّوعية، ومسؤولية كبيرة في التّوازن الاقتصادي لها.

⁽¹⁾ Bernard le Roy, opcit, p61-64.

ومهما كانت المطبعة أكثر جمالاً، وأكثر عصرية وتقدماً وسرعة، فإنّها لا تمثل أي ضمان إذا كان المسير لا يتميز بالجديّة، وإذا كان الطاقم العامل بها لا يعرف كيف يتعامل مع الزّيون كزبون وحيد⁽¹⁾.

10.III. مستلزمات الطباعة:

إن العمل الصحفي يستوجب متابعة الحركة اليومية في المؤسسة، خاصة حركة المطبعة وكميّات الطبع، وكل ما يتعلّق بخطوات طرح الجرائد في السّوق، زيادة على ذلك فإنّ الصحافة هي صناعة ذات طبيعة خاصّة، لأنّ الجانب المعنوي يرتبط بالجانب المادي ارتباطاً عضوياً، فالمطبعة والورق والأحبار، تعمل مع الفكر في كلّ عدد من أعداد الصّحيفة، ومن ناحية أخرى ترتبط هذه الصّناعة بمصلحة الجماهير الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتؤثّر هذه الخصائص على اقتصاديات هذه الصناعة، ومن ثمّ على هيكل ونمط الإيرادات والتكاليف⁽²⁾.

تستلزم طباعة صحيفة معيّنة عدّة أشياء، يمكن حصرها في الحبر، الورق، الألواح الطباعية، الأفلام الحسّاسة، اليد العاملة، الكمبيوتر، إلى جانب المبيعات التي تتضمّن بيع الدّشت المتخلف من المطابع والقصاصات والخردة⁽³⁾.

في هذا الصدد نركّز على ثلاثة عناصر تعدّ من بين الأساسيات التي لا يمكن الاستغناء عنها في طباعة الصحف، وتتمثّل في الحبر، الورق، واليد العاملة، أين نجد تكاليفها متباينة، فغياب هذه المواد الأولية أو نقصها في السّوق يؤدّي إلى غياب الصحف عن الأكشاك أو تذبذب في السّحب، وهو ما يثير مخاوف المسيرين الذين يحرصون على توفيرها في المطابع، هذه الأخيرة تحتاج إلى آلات للطبع والسحب ومواد، كالحبر والورق تجعل من الأفكار شكلاً مكتوباً.

(1) Ibid, p83-85.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 71.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 207.

1- ورق الصحف:

إنّ تحديد عناصر التّصميم الأساسي يعتبر من أهمّ القرارات التي يتّخذها القائمون على إصدار صحيفة جديدة قبل أن تبدأ هذه الأخيرة في إصدار عددها الأوّل، حيث يجب أن تحدّد الصحيفة لنفسها نوع الورق الذي سوف تستخدمه في عملية طبعها، وشكل الصحيفة. فالورق يُعدّ من العناصر الأساسية اللازمة لعملية الإنتاج الطباعي للصحف، وكم تأثّرت صحف عديدة بالآزمات العالمية المتوالية في الورق، بتخفيض عدد صفحاتها، أو بالتوقّف المؤقت أو النهائي عن الصّدور، خاصة وأنّه يمثل جزءاً يعتدّ به من مصروفات الصحيفة.

◆ تعريفه:

هو المادة الخام الأساسية التي تعتمد عليها الصّحيفة في نجاحها ماليا وإداريا⁽¹⁾، وتستعمل في طباعة الكتب والصحف، وتعدّ الصين أول بلد في العالم ظهرت فيه صناعة الورق، وهي الصّناعة التي نقلها العرب إلى الأندلس، في القرن 11، ثم انتشرت بعد ذلك في معظم البلدان الأوربية، وبلجيكا أول بلد أوروبي ينشأ فيه مصنع للورق وكان ذلك عام 1198، وفي نهاية القرن 18 تطوّرت صناعة الورق وأصبحت تقوم على استخدام نبات الحلفاء، ثم خشب بعض أنواع الأشجار⁽²⁾.

III.11. صناعة الورق الطباعي: نشأته وتطوّره:

عرف الإنسان التّدوين والتّسجيل منذ القدم، واستخدم الحجارة والأشجار، والمعادن لهذا الغرض، فازدانت جدران المعابد بأخبار الانتصارات العسكرية، ثم ابتكر الإنسان مادّة جديدة للتّدوين وهي الورق دخل بها عصرًا جديدًا⁽³⁾.

أما عن صناعة ورق الصحف، فإنّها تتواجد في البلاد ذات الطقس البارد، والتي تتوافر فيها الغابات ذات الأشجار الغنيّة باللّباب، وتتركّز في كندا والولايات المتحدة الأمريكية والدول الإسكندنافية وروسيا⁽⁴⁾، على اعتبار أن الدول المتطورة تتمتع بثروة غابية

(1) شريف، درويش اللّبان، فن الإخراج الصحفي، دون ط، مصر، دار العربي للنشر والتوزيع، 1999، ص 15-16.

(2) محمود ابراقن، مرجع سبق ذكره، مرجع سبق ذكره، ص 508.

(3) محمد، جاسم فلحي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

(4) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص 72.

معتبرة، في حين أنّ إفريقيا وآسيا تعاني من نقص الورق، وهو ما يشكل عائقاً كبيراً أمام تطورها الثقافي، وبالضرورة على تطورها الاقتصادي والاجتماعي⁽¹⁾.

وقد تباينت المواد المستخدمة في إنتاج الورق باختلاف الأمم، فبدأ الفراعنة باستخدام نبات البردي (Papyrus)، ومنه اشتقّ لفظ الورق باللغة الإنجليزية (Paper)، ثمّ قام الصينيون بصناعته من عجينة مشكّلة من ألياف القنب، ولحاء شجر التوت، وبعد الميلاد ظهرت أنواع مختلفة من الورق، فاستخدم الأنجلوساكسون لحاء شجر الزّان، أما الرومان والإغريق فقد استخدموا أنواعاً رقيقة من جلود الماعز وصغار الأبقار في كتابة الصكوك، وعند وصول الفتح الإسلامي لأواسط آسيا، اتّصل المسلمون بالحضارة الصينية، وأخذوا عنها صناعة الورق، فأنشأ المسلمون مصنعاً للورق عام 751 بسمرقند.

ومنذ ذلك الحين انتشرت صناعة الورق في العالم الإسلامي، شأنها في ذلك شأن أيّ صناعة حضارية، ثم ما لبثت أن انتشرت وازدهرت، فأنشأ المسلمون مصانع للورق في مصر والمغرب العربي. ولم تعرف أوروبا صناعة الورق إلّا على أيدي المسلمين، حيث شيّدوا مصنع للورق بمدينة فالنسيا بالأندلس عام 1100، ثم مدينة فبريانو بصقلية عام 1276، وانتقلت بعدها إلى باقي أوروبا، فظهرت بإيطاليا عام 1348، وألمانيا عام 1391⁽²⁾.

• الأخشاب المستخدمة في صناعة الورق:

تُقسم الأخشاب المستخدمة في صناعة الورق إلى نوعين:

أولاً: الأخشاب اللينة: مثل أخشاب شجر الصنوبر والأناناس، وتتميّز بأليافها الطويلة، وتستخدم في صناعة معظم أنواع الورق.

ثانياً: الأخشاب الصلبة: مثل أخشاب شجر الصمغ، والبلوط، وتتميّز بأليافها القصيرة، وتستخدم في صناعة أوراق الطباعة والكتابة، والأنواع الفاخرة من الورق⁽³⁾.

(1) Robert Escarpit, *l'écrit et la communication, que-sais-je*, 5^{ème} édition, Paris, P.U.F, 1993, p97.

(2) محمد، جاسم فلحي، المرجع السابق نفسه، ص53.

(3) المرجع نفسه، ص54.

• الإنتاج العالمي من الورق:

يُقدّر الإنتاج العالمي من الورق بما يُقرب من مائتي مليون طن سنوياً، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا في الترتيب الأول من حيث إنتاج لبّ الخشب، والورق، ومعظم الإنتاج سواء من اللب أو الورق في أمريكا موجّه للاستهلاك المحلي، علاوة على قيامها باستيراد ما يغطّي هذا الاستهلاك من دول أخرى⁽¹⁾.

زيادة على ذلك، يبلغ إنتاج العالم من ورق طباعة الصّحف 31,1 مليار طن، يستهلكها العالم بالكامل بمعدّل 6,1 كجم لكل فرد على النحو التالي:

جدول رقم (02): نسبة الإنتاج العالمي من الورق

القارة	إنتاج الورق بالطن	نسبة الاستهلاك الفردي
آسيا	5,3 مليار طن	تستهلك منه 7,2 مليار أي بمعدل 2,3 كجم لكل فرد.
إفريقيا	94 مليار طن	تستهلك منه 0,5 مليار كجم لكل فرد
أمريكا	16,3 مليار طن	تستهلك منه 14,1 مليار أي بمعدل 19,1 كجم لكل فرد.
أوروبا	8,3 مليار طن	تستهلك منه 8,4 مليار أي بمعدّل 10,7 كجم لكل فرد.
أستراليا	0,8 مليار طن	تستهلك كلّها بمعدّل 34,4 كجم لكل فرد.

أي أنّ الدول المتقدمة تنتج 28,1 مليار طن ورق الصحف، تستهلك منه 25,6 مليار طن بمعدّل 1,3 كجم لكل فرد⁽²⁾.

والجدول التالي يبيّن أكبر الدول المنتجة للورق في العالم:

(1) يمن بيرنتر، (مجلة)، ص3.

(2) محمود، علم الدّين، الصحافة في عصر المعلومات - الأساسيات والمستحدثات -، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع،

جدول رقم (03): أكبر الدول المنتجة للورق في العالم

الرتبة	الدولة	الإنتاج بالطن متري	الرتبة	الدولة	الإنتاج بالطن متري
1	أمريكا	80,8	11	البرازيل	7,8
2	الصين	37,9	12	إندونيسيا	7
3	اليابان	30,5	13	المملكة المتحدة	6,5
4	كندا	20,1	14	روسيا	6,3
5	ألمانيا	19,3	15	إسبانيا	5,4
6	فنلندا	13,1	16	النمسا	4,6
7	السويد	11,1	17	الهند	4,1
8	كوريا الجنوبية	10,1	18	المكسيك	4,1
9	فرنسا	9,9	19	تاييلاند	3,4
10	إيطاليا	9,4	20	هولندا	3,3

المصدر: <http://kenanaonline.com/users/printingpapers/posts/98324>.

ويبلغ إنتاج العالم من ورق طباعة الصحف 31,1 مليار طن، يستهلكها العالم بالكامل بمعدل 6,1 كغ لكل فرد، حيث تنتج إفريقيا 0,4 مليار طن، بينما تستهلك 0,5 مليار بمعدل كغ لكل فرد، وأمريكا تنتج 16,3 مليار طن، يستهلك منها 14,1 مليار بمعدل 19,1 كغ لكل فرد، أما قارة آسيا فتنتج 5,3 مليار طن، تستهلك 7,2 مليار طن بمعدل 2,3 كغ لكل فرد، وأوروبا شاملة الاتحاد السوفياتي تنتج 8,3 مليار طن ويستهلك 8,4 مليار بمعدل 10,7 كغ للفرد الواحد، وأستراليا تنتج 0,8 مليار طن، تستهلك كلها بمعدل 34,4 كغ للفرد، أي أن الدول المتقدمة تنتج 28,1 مليار طن ورق الصحف، تستهلك منه 25,6 مليار بمعدل 20,7 كغ لكل فرد، والدول النامية تنتج 3 مليار طن ورق صحف، وتستهلك 5,4 مليار طن بمعدل 1,3 كغ لكل مواطن⁽¹⁾.

رغم أهمية الحبر والمواد الأخرى (الأفلام، الصفائح) في صناعة الجريدة، إلا أنها لا تمثل سوى 1% من مصاريف المؤسسة الصحفية، بينما الورق كمادة أساسية تنتوع نوعيته

⁽¹⁾ تمت معاينة الموقع يوم 7 جانفي 2025. <http://irbid.hooxs.com/t92034-topic>

المستعملة ومصاريفه تبعا لتنوع المنشورات، كما أن تكلفته محدّدة، وعدد الصفحات هو الذي يشكّل نسبة كبيرة من نفقات الصحيفة⁽¹⁾.

في نفس السياق، نرى اليوم مصانع الورق تنتشر في جميع أنحاء العالم، فأصبح يشكّل ثقلًا اقتصاديًا هامًا عند الدول المصنّعة، ويسبّب متاعب للدول التي تستورده، والورق في عالم الصحافة هو من أهم العناصر التي تُقام عليها الوحدة الصحافية، إذ هو يعتبر المادة الخام الأساسية التي بدونها لا تكون الصحيفة، والتركيز على مخزون الورق من أهم الأمور التي تشغل بال المشرفين على الصحف ودورق النّشر والمطابع⁽²⁾.

♦ أنواع الورق:

تختلف أنواع الورق باختلاف مادة الألياف ونوعيتها، وأيضاً الطريقة المستخدمة في تصنيعه، والأغراض المصنّع من أجلها الورق. ومن أكثر أنواع الورق رواجًا:

الورق المقوّى:

يعالج اللّب المستخدم في تصنيعه بمواد كيميائية، ويُطلى بطبقات من الشمع، حيث يستخدم في تغليف المواد الغذائية⁽³⁾. ويعتبر هذا النوع من الأنواع الكثيرة الاستخدام في أغراض كثيرة بدءًا من بطاقات الزيارة إلى صناديق العبوات المختلف، ويتم معالجته معالجة كيميائية بحسب الغرض المستخدم له⁽⁴⁾.

ورق الطباعة والكتابة:

يُصنع من اللّب المستخلص بالطريقة الكيميائية، ويُعاد معالجة العجينة كيميائياً، ويتميّز هذا النوع بمقاومته الشديدة للرطوبة وقلة امتصاصه للسوائل⁽⁵⁾. ويستعمل في طبع الكتب والاستمارات والخطابات وغيرها.

ورق الكرتون:

وهو اسم يطلق على أنواع الورق يستخدم في عمليات التعبئة والتغليف.

(1) Nadine Toussaint des Moulins, *l'économie des médias, que-sais-je*, Paris, P.U.F, 1992, p34.

(2) عبد العزيز سعيد، الصويغي، فن صناعة الصحف: ماضيه، حاضره ومستقبله، ط1، ليبيا، النشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1984، ص49.

(3) محمد، جاسم قلحي، مرجع سبق ذكره، ص55.

(4) يمن بيرنتر، ص4.

(5) محمد، جاسم قلحي، نفس المرجع السابق نفسه، ص56.

ورق المجلات:

يستخدم في طباعة المجلات والدوريات، وهو نوع غير متين ولا يُعمر طويلاً، ويُصنع من اللب المعالج، والمضاف إليه بعض المواد التي تجعل سطحه أكثر لمعاناً من ورق الصحف⁽¹⁾.

ورق الجرائد:

وهو ورق رخيص يستعمل من الشجر الخشن، يستعمل في طباعة الجرائد والإعلانات والمنشورات، كما يستعمل في طباعة المجلات، والمجلات المطبوعة على ورق رخيص يسمى بهذا الاسم Pulpies أو Pulps نسبة لنوع الورق، وقد يكون هذا الورق خشناً تنفذ إليه السوائل لدرجة أنه لا يتحمل عملياً الحفر باستثناء الكليشيهات الخطية فقط، وتستعمل الجرائد والمجلات نوعاً من ورق الجرائد يناسب الحصول على الكليشيهات الشبكية الخشنة، ويستعمل في طباعة الصحف⁽²⁾.

• المواصفات الفنية لورق الصحف:

تعتمد المواصفات الفنية الجيدة لورق الصحف في الأساس على المكونات الأساسية، ونسبة كل عنصر منها إلى العناصر الأخرى، وأهم هذه العناصر هو لبّ الخشب وكميته ونوعه، ودرجة نقاوته، أمّا عن العناصر الفنية فهي الأبعاد، وتشمل الورق وصلابته ومساميته، بالإضافة إلى الخواص البصرية، وتشمل مقاومة الشد والانفجار، وتقليل الفاقد⁽³⁾. رغم أن مساحة الجريدة هي قرار إخراجي، إلا أنه يتأثر بحجم البكرة، ولتقليل الفاقد، فقد كان الحجم العادي للصفحة (Standard) 42×58 ، وتقسّم إلى 8 أعمدة، ولكن هذا العرض 42 سم كان يؤدي إلى زيادة نسبة فاقد بكرة الورق الضخمة. وهو ما جعل الصحف تقلّ من عرض الصفحة إلى 38 سم، وتحوّلت الأخبار إلى هذا العرض للصفحة، وعرض العمود العادي 9,5 بيكا في حالة 18 عمود، 8,5 بيكا في حالة 19 عمود، والبيكا والكور مقاييس طباعية، الأول إسباني والثاني لفظ فرنسي⁽⁴⁾.

(1) يمن بيرنتر، ص5.

(2) محمد جمال، الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص349.

(3) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص73.

(4) آمال سعد المتولي، الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، ط1، مصر، مكتبة الإسراء للطبع والنشر

والتوزيع، 2006، ص211.

* الكور = 512 . 4 = 12 بنط.

* سم = 216 . 2 كور = 374 . 2 بيكا.

* البيكا = 212 . 4 = 12 بنط.

وللتحويل من البيكا إلى الكور نضرب $\times 0.933$ ومن الكور إلى البيكا نقسم على 0.933، ومن السم إلى الكور نضرب $\times 4.512$.

♦ **الأبعاد:** وذلك لأن ورق الصحف يباع بالمساحة، وكلما كان الورق أخف، كان الطنّ أكبر كمّية من الورق القابل للطباعة، مع الأخذ في الاعتبار أن بعض الصحف تشترط على الشركات دفع ثمن الورق القابل للطباعة بالفعل من البكرة.

فإذا كان لدينا طن ورق وزنه 50 غ فهذا يعطينا 20 ألف متر ورق، وإذا أردنا طباعة جريدة من ثمان صفحات بقطع، كالسابق، فإننا يمكننا حساب الكمية من الطن، وحساب الهالك أو ما يسمّى بالدّشت، والأبعاد تشمل وزن الورق، بصفة أساسية وهذا يحدّد الطول.

♦ **خواص السطح:** من حيث الخشونة والصلابة والمسامية (أي التّعومة)، وهذه تأتي من قلة الحبيبات التي تكوّنها الألياف، أما **الخشونة** تعني كثرة الحبيبات، وهذه الخشونة يمكن أن تفسد بعض الأجزاء الطباعية، لأن الطباعة لن تصل إلّا إلى قمة الحبيبات، وبالتالي عدم وصول الحبر للورق ممّا يؤدّي على عدم وضوح الطباعة. ومن خواص السطح أيضاً الصلابة، بحيث يتحمّل الشدّ، وإعادة الطبع على الوجهين أو أكثر من لون.

وأما **مسامية السطح** وهي وجود فراغات بين ألياف السطح بما يؤثر على امتصاص، ونفاض الحبر، وفي حالة زيادة مسامية السطح (كالورق) تنتج آثار سلبية، إذ أنّه يمنع الطباعة على الوجهين، واختلاط الحروف⁽¹⁾.

♦ **الخواص البصرية:** أي صناعة (اللّمعان) أي قدرة الورق على عكس الضوء الساقط عليه والعتامة أي اللّشفافية، أي كمّية الضوء التي لا يسمح الورق بنفاذها، ولون الورق أي ورق أبيض ناصع أو ورق رمادي ضارب إلى الصفرة، وهذا يختلف عن الورق الملوّن.

♦ **خواص المقاومة:** أي مقاومة التمزّق، والشدّ والانفجار⁽²⁾.

(1) آمال سعد المتولّي، المرجع السابق، ص 212-213.

(2) نفس المرجع، ص 213.

كل هذه العوامل تتطلب قيام المؤسسات الصحفية بمراقبة واختبار جودة الكميات المستوردة من الورق، حتى يمكن الحصول على الورق الأفضل، وعدم هدر إمكانيات المؤسسة أو شراء ورق غير صالح للطباعة عند عدم مطابقته للمواصفات الفنية. بالإضافة إلى أن عمليات شراء الورق إن لم تُدار بشكل جيد، ستحمل المؤسسات الصحفية خسائر هائلة، وبالتالي فإنه لا بد أن يكون لدى القائمين على شراء الورق معلومات دقيقة عن الكميات المطلوب شراؤها بدقة حتى لا تتعرض لقات الورق من التخزين إلى التلّف والإهدار، بالإضافة إلى أنه على القائمين بعملية شراء الورق دراسة إمكانيات الآلات المستخدمة في الطباعة من حيث السرعة والمقاسات والنوعية التي تتناسب معها من الورق، غير أنه توجد مشكلة مهمّة وهي عمليات نقل الورق من الميناء إلى مخازن الصحيفة، حيث تتعرض لقات الورق إلى أخطار تؤدي إلى إحداث أضرار بالغة بالورق، ممّا يتطلب إعداد مخازن مهيأة لنقل وتخزين الورق مع التركيز على معالجة درجة الرطوبة بالمخازن حتى لا تؤثر على جودة الورق⁽¹⁾.

◆ مقاسات ورق الصحافة:

تُطبع الصحف في ثلاث مقاسات أساسية عالمية:

- **القطع الكبير Broadsheet**: مقاس 600 في 300 ملم وهو الشكل الشائع، وتشتهر به الصحف العالمية والرسمية.
- **الصحف الصغيرة نصف حجم القطع الكبير Tabloid**: مقاس 380 في 300 ملم.
- **الصحف المتوسطة أو برلين**: 470 ملم في 315 ملم، وتنتشر بين الصحف الأوروبية خاصة.

وعادة تُطبع الصحف على ورق رخيص ذو لون أبيض يسمّى ورق الجرائد News Print، ولكن بعد تطور التكنولوجيا واحتوائها على أشياء مثل طباعة الكمبيوتر والكاميرات الرقمية، وأيضا بسبب التنافس ما بين الصحف نجد أن بعضها يُطبع على ورق ملوّن متوسط التكلفة أو عالي الجودة⁽²⁾.

(1) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص 73.

(2) Site web.

الأسماء التجارية لأنواع الورق:

هناك أسماء تجارية عُرِفَتْ بها أنواع الورق وهذه قائمة بأهمها:

ورق الجرائد: News Print.

ورق رخيص: Pulp.

ورق الكتب: Book Paper.

الورق المشطَّب آليا: Machine Finished.

الورق المصقول: Calendred.

الورق بالغ الصقل: Super Calendred.

الورق المصقول اللامع: Coated Enamel.

ورق الأوفست: Offset Paper.

الورق الإنجليزي المصقول: English Finished Paper.

الورق المصقول المخصوص: Special Finyished.

ورق الكتابة: Writing Paper.

الورق المقوَّى: Card Boards.

الورق الشتيت: Mixellanneous.

ورق المجلات: Magazine Newsprint.

أوزان الورق:

اعتاد الطباعون في مداولاتهم عند اختيار نوعية الورق قبل بداية الطبع، أن يتحسَّسوا سطح الورق بأناملهم ويتفحَّصوا مصنعيته ويقدِّروا وزنه، تماماً كما يفعل تجار الأقمشة والألبسة. فالعين هنا في هذا النوع من المعاينة لا تكفي وحدها للحكم على نوعية الورق ومعرفة وزنه، وإنَّما أنامل اليد بحكم الخبرة والتَّجربة هي الكفيلة بذلك. ولكن كيف لتلك الأنامل تمييز أوزان الورق؟ وكيف اعتادت ذلك؟ وما هي المعايير العلمية التي مكَّنتها من تلك القدرة؟

إذا أراد أحد المستجدين في فنون الطباعة أو أحد خبرائها ممَّن يتوخون الدقة في حكمهم، إذا أراد أحدهما أو كليهما معرفة وزن ورق معيَّن، يلجا إلى ميزان خاص يختلف تماماً عن الموازين المعهودة شكلاً وتطبيقاً، بحيث تُستقطع من الورق قطعة بمقاس 10,000 سم² وتثبت في الميزان الذي يقرّر الوزن الدقيق للورق المراد معاينته.

أمّا إذا تعدّر وجود هذا الميزان فيمكن الاستعانة بالميزان التقليدي، ولكن لا بدّ من إجراء عملية حسابية لتحديد وزن الورق بدقة، مثلاً إذا كانت ورقة مقاسها 70×100 سم تزن 70 غراماً، فالإي الأوزان ينتمي الورق المستقطع منه؟ المعاملة التالية تقودنا إلى معرفة ذلك:

أي:

إذن، فهذه الورقة مستقطعة من ورق ينتمي إلى فئة الوزن 49 غرام، وتكفي هذه النتيجة إلى جانب الجودة، للحكم على مدى صلاحية الورق لطبع العمل المقرّر، كتاباً كان أوه جريدة أو مجلة أو أي عمل طباعي آخر.

هناك أوزان متعارف عليها في طباعة الصحف والمجلات تتفق عليها كل مطابع العالم تقريباً، مثل وزن ورق الصحف الذي يتراوح في معظم الحالات بين 60 و 70 غراماً، ولكنّه من النوع المطفي الخشن، ووزن ورق المجلات الذي يتراوح في معظم الحالات بين 70 و 80 غراماً، ولكنّه من النوع المصقول اللّماع عامة. وقد تجرأت بعض المجلات العالمية مثل (النيوزويك) News Week، وطبعت صفحاتها على ورق يتراوح وزنه بين 30 و 40 غراماً، علماً بأنّ الوزن يؤثر في قوام وكثافة الورق. فكلّما قلّ وزنه ضعفت سماكته وقلة مقاومة سطحه للسوائل التي تعتمد عليها بعض آلات الطبع، وبالتالي تصعب طباعة الألوان الأربعة عليه.

وفي حالة اختيار الورق ذي وزن 80 غراماً من النّوع اللّماع لقدرته على تحمل أربع طبقات للألوان الأربعة التي تعتمد عليها المجلة عادة، فإنّ غلافها لا بدّ أن يتراوح وزن ورقه بين 100 و 120 غراماً لكي يقوى على تحمل وضّم الملازم بين دفتيه⁽¹⁾.

(1) عبد العزيز سعيد، الصويعي، الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار، والأفلام والحواسيب، ط1، دار الآن للطباعة والنشر، دار الملتقى للطباعة والنشر، لبنان، 1999، ص634، 635، 636.

أحجام الورق:

هناك طريقتان تتعامل خلالهما آلات الطبع مع الورق، هما التواصل والتقطع، فطريقة التواصل تعتمد على الآلات الدوارة Rotative، حيث تثبت لفة ضخمة من الورق المخصص للصحف بآلة الطبع، ويتم سحبه شيئاً فشيئاً أثناء الطبع. وعادة ما يكون عرض شريط أو بكرة الورق مقدراً تقديراً دقيقاً، بحيث لا تسقط منه الزوائد بعد تجزئة الأعداد المطبوعة وثنيها.

أما آلة الطباعة الملساء Offset فتعتمد على قطع الورق المجزأ أصلاً، والذي عادة ما يكون بأحجام معينة يراعي فيها طول الأسطوانة التي يلف حولها الورق، كما يراعي فيها تقليل الساقط من الزوائد بعد الطبع، ولكن الحجم المتعارف عليه في مثل هذه الحالات لا يتجاوز مقاس 100×70 سم.

واستناداً على الأحجام التي تقرها المصانع، فقد تعددت مقاسات الورق المنتج، ويدفع بها إلى الأسواق على هيئة رُزم ألفتها المطابع، وبدأت تستعملها حسب متطلبات العمل، وبما يتفق مع عملية الاقتصاد في الورق والتقليل قدر الإمكان من الزوائد الساقطة. وقد أعطت المصانع لهذه المقاسات رموزاً تميزها عن بعضها البعض، مثل (A3) التي تقدر بـ 42×30 سم تقريباً، وهو مقاس صحيفة نصفية أو ما يُعرف بـ Tabloid، و (A4) التي تقدر بـ 30×21 سم تقريباً، وهو مقاس مجلة عادية الحجم⁽¹⁾.

• خصائص الورق والمشكلات الناتجة عنها:

تتحدد المشكلات الناتجة عن الورق في جانبين أساسيين، هما: الطباعة والحبر.

أولاً: الطباعة

بالنسبة لهذه الأخيرة، فإن اتجاه ألياف الورق له تأثير سلبي أو إيجابي بحسب اتجاه الألياف، فإذا كان اتجاه ألياف الورق طولياً أي موازياً لحركة الشريط الورقي، فإن الورق في هذه الحالة سوف يكون سهل التمرق في حالة الطي، ولكنه قد يكون أكثر صلابة في حالة الطي في اتجاه الألياف.

(1) عبد العزيز سعيد، الصويغي، المرجع السابق، ص 637-638.

وهذا يعني ضرورة معرفة اتجاه ألياف الورق، وكذلك تساوي جانبي الورق ولف البكرات، وأن يكون الورق مستويًا دون تجعد، وتساوي الرطوبة في كل الورق، إذ أن عدم التّطابق في الرطوبة قد يؤدي إلى ارتخاء منتصف البكرة، ومن ثمّ زيادة التآلف، ويجب الحذر من الورق الجاف، لأنّه قد يتكسر في حالة الطّي والنقل والتّخزين، وهناك حالة البكرة أي أن تكون مستديرة ومستوية.

وإذا أشرت إلى أهمية صناعة اللّون، فإنّ زيادة اللّمعان والبريق قد يقلّل من التدرّج اللّوني لبعض الألوان، ويقلّل من جودة الطباعة. ولعلّ أهمّ مشكلات الورق في الطباعة تأتي عن طريق اللّف لبكرة الورق، فهناك بكرة قد تكون غير تامّة الاستدارة، أو متموجة أو تلسكوبية أو مقعّرة أو محدّبة الجانب، أو مجعّدة، فكل هذه عوامل قد تؤثر على طاقة الورق، والحلّ الذي يقترحه المتخصّصون هو رفض البكرة وعدم شرائها.

وهناك بعض العيوب على الورق مثل وجود بقع على الورق أو قشور ناتجة من مراحل الصناعة أو التّشققات التي تصيب الورق.

ثانيًا: المشكلات الخاصّة بالورق في امتصاص الحبر

وهي مثل التلطّيح، التّبقيع والكشط، وهنا يجب معرفة خصائص الورق عند التعامل مع الأحبار في امتصاص الأحبار، فقد تكون هناك مشكلات كاللتقيط بانفصال رقيق من الحبر على الورق، أو أن هناك بعض الأسطح الورقية غير ماصّة للأحبار، أو قد يرجع ذلك لنوع الحبر وطبيعته كأن يميل للتطاير (في حالة دوران ماكينة الطباعة بصورة معتدلة). فإنّ هذا يؤدي إلى مشكلات التطاير، أما في حالة طباعة أكثر من لون على لون آخر، فقد يكون الحبر السابق نديًا ولم يجف بعد، ومن ثمّ فإنّه في حالة الصور الملوّنة، فإن تركيب لون على لون سوف يؤدي إلى إعطاء لون باهت، وطبيعة الورق في تقبله للحبر، أم لا تؤثر في ذلك⁽¹⁾.

• صناعة النشر الطباعي وأزمة الورق:

لقد صمد الورق لامتحان الأزمات، ورغم فوائده الجمة وكل ما أدّاه للجنس البشري، ورغم كل آلاف السنين التي خدمنا فيها على خير وجهه، إلّا أنّ الورق يتقادم بسرعة كبيرة،

(1) آمال سعد المتولّي، مرجع سبق ذكره، ص 214-215.

كما أنه لم يعد الوسيط الأوحد والأمثل لحفظ المعلومات وتداولها وإدارتها، وقد تكون المعلومات في الورق مناسبة في كثير من الأحيان، إلا أنها في أحيان أخرى تكون غير مناسبة إذا ما أُريد تداولها وتنظيمها، ومن اليسير تداول كتاب واحد أو مجلة أو صحيفة، أما نقل وتداول أعداد كبيرة من الكتب أو المجلات أو الصحف، فهو أمر عسير، كما أنه من الصعب على محبي القراءة، إذا ما أرادوا الانتقال من مكان لآخر ونقل كمية كبيرة من الكتب والمجلات، وغير ذلك من الوريقات، والقصاصات، كما أن توفير المكان المناسب للمكتبة معاناة أخرى.

وعلى الرغم من هذا كله، إلا أننا اليوم في السنوات الأولى من القرن الواحد والعشرين، نجد أنفسنا أمام تطوّر ثوري كبير، يحلّ بعض المشكلات التي تمكن في الورق، ممثلة في صعوبة الحصول على المعلومات الورقية إذا ما أُريد البحث عنها، تلك الثورة على الورق تكمن في عجزه عن إدارة المعلومة وعجزه عن تخزين كم هائل من المعلومات والوصول إليها بطريقة فعّالة، وعجزه عن إتاحة عامل المعلومات للجميع⁽¹⁾.

وهناك بعض المشكلات التي وجدها الخبراء في الوسائل الإعلامية الإلكترونية متضامين مع خبراء وعلماء البيئة، ويسببها الورق، والمتمثلة في أن الورق يؤدي إلى تدمير ثروة قومية ضخمة وهي الغابات، حيث يتمّ تصنيعه من لبّ الخشب، وإنّ إعادة تصنيع الورق Recycling ليست سوى قطرة في بحر وسط ملايين الأشجار التي تذهب ضحية للمادة المطبوعة، كما أنّ صناعات الورق تلقي بأطنان من المواد التامة في البحيرات والأنهار.

تلك القضايا المهمة والملحة، جذبت مزيداً من اهتمامات الرأي العام العالمي، ومنهم أرباب وملاك الوسائط الإعلامية الإلكترونية للمشاركة في معالجة القضايا الحساسة لتصحيح الأوضاع البيئية عندما يبيعون كتبهم ومجلاتهم وأوراقهم الإلكترونية. ولقد أظهرت ثورة تكنولوجيا الاتصال حلاً لهذه المشاكل الورقية تتمثل في تخزين المعلومات إلكترونياً وإدارتها واستدعائها.

(1) حسنين، شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 68.

وعلى هذا الأساس، نصل إلى القول بأنّه على الرّغم من أنّ النّشر يرتبط في أّهاننا ارتباطاً وثيقاً بالورق، إلّا أنّنا نجد الآن جيلاً جديداً من ناشري التكنولوجيا يشقّ طريقه نحو الظهور، وهم يتحرّرون من قيود الورق⁽¹⁾.

علاوة على ذلك، فصناعة النّشر الطّباعي تواجه عدّة تحدّيات ومعوقات، لعلّ في مقدماتها انتشار وسائل الإعلام والمعلومات الإلكترونيّة، فضلاً عن الاختلال وعدم التوازن في أسواق النّشر العالميّة، فقد شكّلت الدول المتقدّمة في السنوات الأخيرة حوالي 20% من مجموع السّكان في العالم، لكنّها أصدرت أكثر من 70% من الكتب في العالم، في حين أنّ الدول النّامية التي تشكّل حوالي 80% من سّكان العالم، لكنّها مع ذلك تنتج وتنتشر أقلّ من 30% من الكتب في العالم، في حين أنّ أوروبا التي يسكنها 15% من سّكان العالم فقط، وتنتج وتنتشر أكثر من نصف الكتب الصّادرة في العالم، ولا شك أنّ معنى هذه الفروق واضح إلى حدّ كافٍ، فالتقدّم والنموّ ظاهرة شاملة للجميع، ومن ثمّ فإنّ التقدّم العلمي والثقافي لا يتحقّق بعيداً عن التدفق السليم للمعلومات وتداولها، ومن الدلائل المهمّة على ازدهار سوق المعلومات هو إصدار الكتب والمطبوعات الأخرى.

إنّ التقدّم الثقافي في الدول النّامية لم يبلغ الحدّ الذي يكون فيه ركيزة قويّة للنشاطات العلميّة والفنيّة والصّناعيّة وغيرها، وإلى ذلك فإنّ الكتاب الذي يعتبر الركيزة الأساسيّة لأيّة نهضة حضاريّة لا ينتج أو ينشر إلى الحدّ الضروري اللازم، ولا يقرأ بشكل كافٍ، لذلك تلعب عملية العرض والطلب دوراً في ركود وتدنيّ مستوى توزيع الكتاب، بدلاً من أن تؤدّي إلى زيادة التوزيع حسب العلاقة الصحيحة بين العرض والطلب.

من المعروف أنّ عدد النسخ المطبوعة وكميات الورق المستهلك وارتداد المكتبات، واقتناء الكتب والصّحف تعدّ مؤشرات مهمّة حول المستوى المطالعة في المجتمع، ويمكن القول أنّ العالم النّامي يفتقر إلى دور النّشر والمكتبات الكافية، كما أنّ المبالغ المخصّصة لبناء وتحديث المكتبات محدودة، وغالباً ما تكون المكتبات عاجزة عن استقطاب قطاعات واسعة من المجتمع، وحتّى بين المتعلّمين والمتقّفين من النّادر أن تجد من يحرص على القراءة المنتظمة الموجهة، وهناك أسباب عديدة لفشل المكتبات في النهوض بدور خلاق

(1) المرجع نفسه، ص 69.

وحقيقي، في إيجاد وتوزيع عادة المطالعة في المجتمع، وفي إيجاد قراء دائمين للكتب، ويعود هذا الفشل إلى انزواء المكتبات وانعزالها عن المجتمع⁽¹⁾.

وفي مجال الصناعة الصحفية، سجّلت أوراق الصحيفة رقما قياسيا في الاستهلاك، لكن هذه الزيادة ليست سوى فصل من القصة، فالكلفة ارتفعت لأن العرض كان أقل من الطلب، وهناك أسباب عديدة لهذا القانون الاقتصادي، أحدها هامش الربح بالنسبة لمصنّعي ومورّدي الورق، ففي السابق كان تجّار الورق يفرضون زيادات متنوعة على الكلفة قياساً للوزن، وقد احتجّت الصحافة بقوة، وتمكّن عمليا من تجميد الزيادات فترة من الوقت، لكن الوضع كان يزداد سوءاً بصورة متصاعدة في قطاعي إمدادات الصحف وتصنيعها.

ومع انخفاض أرباح المصدّرين والمورّدين، لم يكن بالإمكان زيادة الإنتاج، ووصلت الأمور أخيراً إلى ذروة تدهورها في سنة 1971، إذ تقلّصت الهوة بين العرض والطلب، وزاد المصنّعون والمورّدون أسعارهم، وحلّت أزمة الورق، وتطوّرت النزاعات العمالية التي أثّرت على الجميع، بدءاً بالحطابين وانتهاء بالشاحنين، ونتج عن ذلك تراجع الإمدادات ارتفاع في التكلفة مع تراجع الإمدادات من كندا، كان على المورّدين في الولايات المتحدة الأمريكية تأمين النقص، وقد تحمّلت لوحدها في الشمال والوسط عبء زيادة إنتاجها بنسبة 11,51%، وبدأت صناعة الورق تجرّب طرقاً جديدة تجعل الورق أكثر رقة دون المسّ بقوّته بُغية إنقاص وزن الشحن، وجعل الكميّة ذاتها من الأخشاب تنتج ورقاً أكثر، إلّا أن الوصول إلى نقطة توازن ليس أمراً سهلاً، فالورق الرقيق غير قادر على تحمّل ضغط الطباعة السريعة، كما أنّ شفافيّته تجعل قراءة الصحف المطبوعة عليه أكثر صعوبة⁽²⁾.

في هذا الإطار تُطرح مشكلة المرتجعات أو مرجعات^(*) من الصحف، فإن كانت مشكلة الورق واستيراده تحتاج كثيراً من الحلول، فلا بدّ من البحث عن أيّ شيء يمكن الاستفادة منه من الورق الخاص بالصحف، فمرتجعات هذه الأخيرة التي تعود إلى

(1) محمد، جاسم فلهي، مرجع سبق ذكره، ص 58-59.

(2) جون بيتتر، مرجع سبق ذكره، ص 68.

(*) مرتجعات أو مرجعات (Invendus) هي مجموع نسخ الصحيفة التي لم يتم شراؤها من قبل القراء، فإذا كان تطوّر سحب الصحف اليومية هو مؤشر كميّ عن الإنتاج، فإن المرتجعات هي مؤشر عن الاستهلاك، وإن كان تطوّر السحب يتوقّف على تطوّر الطلب من ناحية، وعلى قدرات الإنتاج من ناحية أخرى، فإن نسبة المرتجعات تتوقّف على مقروئية الجريدة ومدى انتشارها، فالصحافة صناعة بدون مخزون، لأنّها تولّد نسبة كبيرة من بقايا الأعداد غير المُباعة ليس لها قيمة تجارية. للمزيد انظر: عاشور، فتي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

المؤسسات يمكن إعادة تدويرها مرة أخرى للاستفادة منها بشكل أفضل، بحيث لا يستفاد منها سوى ورق الدّشت، ويشمل جميع أنواع الورق المتخلّفة عن الاستعمالات اليومية والصناعية، من الصحف والمجلّات المرتجعة وفضلات المطابع والورق المعيب في إنتاجه⁽¹⁾.

في نفس السياق، نرى اليوم مصانع الورق تنتشر في جميع أنحاء العالم، فأصبح يشكّل ثقلًا اقتصاديًا هامًا عند الدّول المصنّعة، ويسبّب متاعب للدول التي تستورده، والورق في عالم الصحافة هو من أهمّ العناصر التي تقام عليها الوحدة الصحافية، إذ هو يعتبر المادة الخام الأساسية التي بدونها لا تكون الصحيفة والتّركيز على مخزون الورق من أهمّ الأمور التي تشغل بال المشرفين على الصحف ودور النّشر والمطابع⁽²⁾.

والورق أهم عنصر قد يؤثّر على اقتصاديات الصّحيفة، وقد مرت صحف كثيرة في مراحل حياتها بما عُرف بأزمات الورق، واختلفت الحلول المطروحة لحلّ هذه المشكلات.

فعندما تتعرّض صحيفة لأزمة كهذه، فإنّ هذه الأخيرة قد تضطرّ إلى تصغير بنط الكتابة أو ضغط الإعلانات، أو عدم نشرها، وعامل آخر يؤثّر ألا وهو ارتفاع أسعار الورق، وترتبط أزمات الورق بأوقات الحروب، وقد عمل كثير من أصحاب الصحف على الاحتفاظ بمخزون من الورق يكفي حاجة الصحيفة، وكان مصدرًا للاتجار في الورق، وهذا ما أفاد البعض في فترات الأزمات، إذ أثّر كثيرون من أصحاب الصحف من الاتجار في الورق خزينته، وهو رخيص السّعر، ثم عرضه عندما يقلّ أو يرتفع السّعر⁽³⁾.

لهذه الأسباب، نجد أنّ الشركات العالمية الكبرى المختصة في صناعة الورق تسعى لإيجاد حلّ لأزمة الورق، وهو ما تحقق فعلاً من خلال إنتاج الورق الرّقمي أو الإلكتروني.

♦ الورق الرّقمي:

ظلّ حلم إنتاج الورق الإلكتروني يراود العلماء لنحو عقدين من الزمان، وبالرّغم من أنّ هذا الحلم كان هدفا صعب المنال، لكن العلماء ظلّوا يعملون بجِدّ حتى بات الحلم حقيقة، وتمّ تحويل الورق إلى منتج إلكتروني من خلال طباعة الدوائر الإلكترونية عليه، ممّا يعدّ طفرة هائلة في مجال الإلكترونيات.

(1) مليكة، جورديخ، مرجع سبق ذكره، ص76.

(2) عبد العزيز الصويغي، مرجع سبق ذكره، ص49.

(3) آمال سعد المتولّي، مرجع سبق ذكره، ص207-208.

وقد بدأت الشركات الألمانية في تنفيذ هذا المشروع وتتسابق في معاملها حالياً من أجل الوصول إلى هذه التكنولوجيا الرّاقية الجديدة، من أهمها شركة الكيماويات الألمانية **ديجوسا** التي تعمل بالتعاون مع مركز أبحاث **كارلسروه** من أجل الوصول إلى تقنيات طباعية جديدة في هذا المجال.

وتعمل شركة **ديجوسا** حالياً على تطوير جيل جديد من الرقائق الإلكترونية التي تصنع من المعادن أو المواد الصلبة، وتسعى الشركة الألمانية إلى إيجاد مادة يمكن تحويلها إلى رقيقة إلكترونية، بمجرد طباعتها على أي شيء آخر بالطريقة التي تتم بها طباعة الحبر على أوراق الصحف.

وكل المؤشرات تقود إلى أن الإلكترونيات المطبوعة التي تسعى الشركات الألمانية إلى تطويرها سوف تساعد على ظهور جيل جديد من الأجهزة للاستخدام اليومي توفر الجهد البشري بنسبة كبيرة، وعلى سبيل المثال سيصبح التسوق أسهل باستخدام رقائق تحديد هوية تردد الراديو **R.F.I.D**.

وهذه الرقائق المسطحة ستوضع على العبوات بحيث تسمح لجهاز ماسح ضوئي بالنقاط جميع المعلومات الخاصة بالسلعة، مثل السعر وتاريخ الصلاحية، وبلد المنشأ وغير ذلك من البيانات التي يحتاج العميل إلى معرفتها قبل اتخاذ قرار الشراء، ولكن المشكلة تكمن في ارتفاع أسعار الرقائق، حيث ما دام يتم إنتاجها بتكنولوجيا السيلكون التقليدية فإنها ستكون باهظة الثمن.

ومن المنتظر أن تتحوّل الهواتف المحمولة ولوحات المفاتيح الخاصة بأجهزة الكمبيوتر إلى أشياء فائقة الخفة من ناحية الوزن، بل ويمكن طباعتها على الورق، كما أنّ التكنولوجيا الجديدة سوف تتيح إضافة الذكاء الإلكتروني إلى الكثير من الأشياء المستخدمة في الحياة اليومية مثل الملابس والعبوات.

جدير بالذكر أن شركة **فوجيستو سيمنز** اليابانية قد كشفت مؤخراً النقاب عن نوعية من ورق البلاستيك المماثل لأفلام الطباعة البلاستيكية، يتم توصيله بالحاسوب، لتنتقل عليه أي صور يرغب في نقلها، وبعد ثبات الصورة عليه لا يحتاج الأمر إلى مصدر للطاقة من أجل الحفاظ على الصورة المنقولة عليه، ومن المنتظر أن يستخدم هذا الورق الإلكتروني الجديد في عمليات الدعاية والإعلان.

ويتكوّن هذا الورق من ثلاثة ألوان: الأحمر والأخضر والأزرق، وهو شديد المرونة، فيمكن ثنيه بسهولة، ولا يتعدّى سمكه بعض المليمترات، مما جعل البعض يرى أنّه من الممكن تثبيته على الملابس، وقد قامت شركة **فليبس الهولندية** بطرح أول نموذج من الورق الإلكتروني في العالم، وكان هذا النموذج عبارة عن شاشة مرنة في حجم الكتاب، حيث يمكن تحميل الصحف والمجالات عليها والاحتفاظ بها لفترة طويلة.

وقد بلغ مقاس أول ورقة إلكترونية خمس بوصات، كما أمكن طيّها لتصبح في حجم القلم، ويمكن لهذا الورق الاتصال بالأجهزة الإلكترونية المحمولة مثل الهاتف المحمول والكمبيوتر الكفّي ويتيح هذا الورق أيضاً تحميل صفحات الانترنت ورسائل البريد الإلكتروني. وقد طرحت شركة "هاملين" الفرنسية قبل فترة أول ورق رقمي لأول مرة في العالم في تحدّ واضح لصانعي أجهزة الكمبيوتر الذين يبشرون بقرب نهاية استخدام الورق.

وتعدّ شركة (هاملين) إحدى الشركات العالمية المتخصصة في إنتاج الورق، وقد طرحت مؤخراً ما وصفته بأنّه أول (ورق رقمي) على المستوى العالمي الذي سيتيح إرسال رسائل إلكترونية باستخدام قلم يحمل كاميرا. وهذا الخبر الذي نشر قبلاً وصار الورق الآن متداولاً في بعض الأسواق، لكن أهم ما في الخبر أنّ هناك حاجة لمزيد من العمل على القلم الذي يتّصف حجمه بالسماكة، مما يقتضي تشذيب قطره كي يبدو بحجم وقياس الأقلام العادية المتداولة، لذلك فإنّ تحديد سعر الورق والقلم هو محطّ اهتمام الشركة المنتجة التي استعانت بشركات عالمية أخرى من أجل إنجاح فكرة توزيع الورق الرقّمي على أوسع نطاق دولي.

وحسب دراسة أعدتها شركة (غارترجي) ذات العلاقة بتقديم الورق الرقّمي لخدمة أفضل كبديل عن استخدام الورق العادي فيما يخصّ تلبية أسرع على كل سيمكّن تيسيره بواسطة الانترنت⁽¹⁾.

- الحبر:

• تعريفه:

الحبر هو المادة اللّزجة التي تتولّى نقل الأشكال الطباعية إلى الورق، وينطبق ذلك على جميع طرق الطباعة الرئيسية، ويتكوّن الحبر من الصبغة المسؤولة عن لون الحبر

(1) محمود، علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 145.

والناقل الذي تمتزج به الصبغة، ووظيفته نقل الصبغة إلى الورق ولصقها به، والمجفف الذي يساعد الحبر على الجفاف بعد الطبع، وأن يبقى أثره ولا يتلاشى، أو تتسخ به الأيدي عند تصفّح الصحيفة، لذلك لا بدّ أن يجفّ الحبر على الورق بعد الطبع تجنباً لجفافه⁽¹⁾.

وعلى الرّغم من أهمية حبر الطباعة، إلّا أنّه يُعدّ أقلّ أنواع الخامات التي تحتلّ مكاناً في ميزانيات المؤسسات الطباعية حتى ولو كانت أسعاره مرتفعة، وتزداد أهمية الأحبار بصفة أساسية في حال سوء اختيار نوع الحبر، حيث يترتّب عليه دائماً إتلاف المطبوعات أو زيادة كبيرة في تكاليف الطبع، وتعتبر طباعة الصحف اليومية أكثر استخداماً واستهلاكاً لكميات وأنواع الأحبار.

وعلى هذا الأساس، تعتبر الرقابة على الجودة في صناعة الأحبار من أهمّ العوامل الأساسية في جميع مراحل التّصنيع، إذ يجب التأكّد من أنّ الخامات المستخدمة مطابقة للمواصفات ومدى ملاءمتها للأعمال الطباعية المطلوبة.

- صناعة الأحبار:

يعتقد أن المصريين القدامى هم أول من عرف الأحبار، وصنعوها، فقد وجدت بعض المومياوات ملفوفة في أثواب من الكتّان، وقد دوّن عليها أسماء أصحابها بأحبار صُنعت من أكسيد الحديد، كما صنع المصريون الحبر من غراء، وصمغ الخضروات، المخلوط بالماء، واستخدموه في الكتابة على وق البردي.

أمّا الصينيون فصنعوا الأحبار من زيت الحبوب ولحاء الأشجار مع الصمغ العربي، وقد تميّز هذا الحبر بمقاومته للماء، والظروف البيئية المختلفة، وطول مدّة بقاءه، كما ابتكر الصينيون أنواعاً عديدة من الأحبار، وتّفوّقوا في صناعتها منذ ألفي عام، واستمرّ هذا التّفوّق حتى الآن، حيث يصدرّ الحبر الصيني إلى جميع بلدان العالم، وهو معروف باسم "الحبر الشيني".

أمّا الرومان فقد استخدموا الأحبار التي تفرزها بعض أنواع الحيوانات المائية، كما قاموا بصناعة الأحبار المختلفة من الزيت ولحاء الأشجار، والسنّاج. وفي العصور الوسطى صنع الرهبان في أوروبا أحباراً من كبريتات الحديد مضافاً إليها مسحوق العلقم.

(1) شريف درويش، اللّبان، محمود خليل، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ط1، مصر، العربي للنشر والتوزيع،

وقد عاب الأحبار القديمة شدة سيولتها، إذ كانت تُصنع من مساحيق تذوب في الماء، فكانت لا تثبت على القوالب، وفي عام 1438 أضاف الألماني جوتنبرغ زيت بذرة الكتان المغلي إلى الأحبار ليزيد من لزوجتها، وفي أواخر القرن 19 وأوائل القرن 20، بدأ استخدام المنتجات البترولية والمواد الكيماوية بديلاً لزيت الكتان⁽¹⁾.

المكونات الأساسية للحبر الطباعي وأنواعه:

يمثل الحبر أحد العناصر الأساسية الثلاثة بالإضافة للورق والسطح الطابع التي تشكل أساس العملية الطباعية ميكانيكياً، وقد عرفت أحبار الطباعة في أصولها الأولى منذ فترة اختراع جوتنبرغ للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة، وكان الصينيون يستعملون أحبار الطباعة قبل 300 سنة من ميلاد المسيح للطباعة من كتل خشبية

- المكونات الأساسية للحبر الطباعي:

هناك مكونات ثلاثة أساسية للحبر الطباعي هي:

أ. الصبغة Pigment:

وهي مادة أو مسحوق مطحونة طحناً جيداً، وقد تكون عضوية (حيوانية أو خضروات) أو غير (معدنية)، وهي التي تعطي الحبر اللون الخاص به.

ب. الحامل Vehicle:

وهو نوع من الورنيش Varniche والمواد الزيتية المختلفة، كزيت بذرة الكتان، الزيوت البترولية، الكحول، ويشكل العنصر السائل الذي تمتزج داخله الصبغة الملونة والمكونات الأخرى، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها على السطح المطبوع، ومسؤول عن اللّمعان والخشونة أو الصلابة. والأحبار التي تتدفق بسرعة تسمى طويلة، والتي تتدفق ببطء تسمى قصيرة، ويؤثر على ذلك نوع المطبعة وطريقة الطباعة.

ج. المجفف Drier:

مادة تضاف إلى الحبر لتساعده على التحكم في زمن الجفاف، وتصنع من زيوت البترول والملح المعدني أو المركّب، والشمعيات Waxes، وقد تضاف مركّبات لمنع تجمّد

(1) إيراد محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص 110-111.

الحبر، والتصاق الفرخ الورقي، ولتقوية المقاومة، وقد تُضاف أيضا الشحوم، وزيت التشحيم، والزيت المجففة والمذيبات لتساعد على الطباعة الحادة بتحسين الجفاف ومنع التحجّر والعوامل المانعة للالتصاق بفعل الجفاف الزائد.

وبذلك يساعد هذا المجفف والمركّبات الأخرى على التحكم في تفاعل المزيج المتكوّن، فكلّ طريقة طباعة تتطلب حبراً له سمات مختلفة، والحبر المستعمل يحدّده أيضاً نوع المطبعة وسرعتها، وعملية الطباعة والسطح الطابع والاستعمال النهائي للمطبوع، بحيث يقسم البعض أحبار الطباعة إلى ثلاثة أنواع رئيسية: بارزة وملساء وغائرة بشكل يتبع أنماط الطباعة، وقد تقسّم بشكل يتبع أنواع أو فئات الورق الرئيسية، وإن كان التقسيم الشائع لأنواع الحبر الطباعي هو:

1. **حبر طباعة الجرائد News Ink**: حبر خفيف القوام، ويجفّ عن طريق نفاذه أو توغّله أو تخلّله للورق ويستعمل أساساً مع ورق الجرائد.

2. **حبر الشغل Job Ink**: حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة في معدّل العمل.

3. **الحبر الغليظ Bond Ink**: حبر غليظ جداً ويستعمل الورق من نوع الـ Bond والـ Ledger التي تتميز بالتشطيبات الخاصة بـ Finishes التي تعدّ أحد أنواع ورق الكتاب.

4. **حبر الظلال Half Ink**: حبر ناعم، دقيق، يستعمل مع الورق المصقول، ولطباعة الظلال.

5. **حبر الغلاف Cover Ink**: وهو حبر خشن جداً، كامل التشكيلة، يستعمل مع الورق المستعمل في طباعة الأغلفة وهو الورق الخشن Card boards من الصبغة والحامل بشكل جيّد، وقد يكون مؤثّراً وليس ضاراً⁽¹⁾.

علاوة على التّصنيف الأول، يوجد نوعان من الألوان الحبرية: أولية وثانوية، فالألوان الأولية هي: الأصفر، والأحمر، والأزرق، أما الألوان الثانوية، فتتكوّن بخلط من الألوان الأساسية بنسب مختلفة، اللّونين: الأصفر والأزرق ينتج اللّون الأخضر.

وفي الوقت الحالي، تصنع أحبار الطباعة من عدّة أصباغ ملوّنة، والتي غالباً ما تكون مواد عضوية مختلفة الألوان لا تنوب في الماء، ويكون ذلك بطحن هذه الأصباغ ثم خلطها بالزيت.

(1) محمود، علم الدّين، المجلّة، التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 89-90.

وتختلف مكوّنات الأحبار باختلاف أنواع الطباعة، فالأحبار المستخدمة في طباعة الأوفست تكون أحباراً ذات لزوجة عالية، أو مقاومة شديدة للأحماض، وتجفّ بالحرارة. أما الأحبار المستخدمة في الطباعة الغائرة، فهي قليلة اللزوجة حتّى تتساقط داخل المناطق الغائرة للسطح الحامل للأحبار، ويُراعى ألا تكون حبيبات خشنة تمنع انسيابها داخل المناطق الغائرة⁽¹⁾.

ومن بين مستحدثات الحبر نجد أنّه أصبح سائلاً مع الأوفست بعدما كان دهنيّاً⁽²⁾. وأحبار الطباعة تجفّ بطريقة أو بمزيج من أكثر من طريقة من الطرق الآتية:

أ. الامتصاص Absorbption أو التوغّل Penetration:

وذلك عندما نستعمل حبراً رقيقاً جداً، وقد يكون الحامل غير مجفّف، يمتصّ الحبر في هذه الحالة بواسطة الأنسجة الداخلية للورق، حيث تبقى رطبة لبعض الوقت.

ب. الأكسدة Oxidation أو الاختزال (البلمرة) Polymerization:

وهو أسلوب لتجفيف الحبر على مرحلتين، يُستعمل في معظم الأحبار في الطباعة من السطح البارز أو من السطح الأملس، ويمتصّ الأوكسجين عن طريق الزيت المجفّف، ويتبعه جزء من الحامل عن طريق تخلّل الأوكسجين لحبر الفيلم ثم يخشن بعد ذلك.

ج. التّصعيد Valatization أو التبخّر Precipitation:

أسلوب للجفاف يعرض القطعة المطبوعة إلى الماء في شكل بخار، وتؤدّي رطوبة الماء إلى خروج الحامل بعيداً عن المحلول ليطيّر مثبّثاً الصبغة بقوة إلى الورق.

د. أحبار خاصة Speciality Ink

ويوظف لأغراض طباعية خاصة، في طبع ورق السوليفان على سبيل المثال وورق الشمع، وقد تمزج بعض الأحبار للحصول على لون معيّن، وينصح في ذلك بضرورة البدء باللون الأخف، وإضافة كميات قليلة من اللون الأكثر قتامة إليه⁽³⁾.

(1) إياد محمد الصقر، مرجع سبق ذكره، ص 111.

(2) Jean Marie Charon, op.cit, p158, 159.

(3) محمود، علم الدّين، مرجع سبق ذكره، ص 91.

خواص حبر الطباعة:

لا بدّ أن يتّصف الحبر بكثافة اللّون، والسمك، حيث نجد أنّه كبير لدرجة تسمح بنفاذ كمية ضئيلة من الضوء واللّزوجة والكثافة بما يسمح بانتقاله بين الطنابير بسهولة، بالإضافة إلى التناثر مع الماء، وسرعة الجفاف، والعوامل التي تؤدّي إلى سرعة جفاف الحبر هي قدرة الورق على الامتصاص أو اللّزوجة، فاللّزوجة الأقلّ يمكنها أن تنفذ بين ألياف الورق، وهناك بعض المطابع تضيف مواد كيميائية تساعد على الجفاف (الأكسدة)، ولذلك تضاف المجفّفات قبل الطبع مباشرة لأنّ إضافتها أثناء الطبع تؤدّي إلى جفافه في العلب⁽¹⁾.

اليد العاملة:

توجد نصف وظائف الجريدة الكبرى في إدارة الإنتاج، ولكن القليل من الحاصلين على تدريب صحفي في الكلية، هم الذين يجدون لهم مكانا في هذا الجزء من أعمال الجريدة والرجال الذين يعملون في حجرة التّوضيب، وإدارة تنضيد الحروف، وقسم الحفر، وحجرة الطباعة، يُختارون عادة من خريجي المدارس التجارية، والعمل في هذه الإدارات له طبيعة ميكانيكية ويتطلّب درجة عالية من المهارة الفنّية في استخدام الآلات والرجال الذين يحتلّون المواقع القيادية في إدارات الإنتاج يأتون عن طريق الترقّيات، بالرّغم من أنّ خريجي الهندسة يجدون أنفسهم، وطريقهم أحيانا في مكاتب الإنتاج بالجريدة⁽²⁾.

علاوة على ذلك، نجد في كل دول العالم، أنّ إحصائيات العمل في الصناعات المطبعية تشهد على أنّ هذه الأخيرة يعرقلها نقص يد عاملة مؤهّلة، أمّا رواتب العمال المطبّعة فتعتبر من بين الرواتب الأكثر ارتفاعا في كلّ بلدان العالم، عدا بعض الدول النامية، فالمشكل الوحيد الذي يقلق الطابعون هو الترقية وتكوين العمّال المؤهّلين⁽³⁾.

يظهر جليّا أن العمال في المطبعة يتمتّعون بمكانة مميّزة، ما يجعلهم يمارسون ضغطا على المؤسسات الصحفية، فمجرّد إضراب قصير المدى يمكنه أن يشلّ حركة المطبعة، وبالضرورة توزيع الصحيفة ومقرّوبيتها، إن لم نقل مصداقيتها، وتستمدّ قوتها من النقابات والتنظيمات العمالية التي تنشط تحت لوائها.

(1) آمال سعد المتولّي، مرجع سبق ذكره، ص219.

(2) محمود منصور، هيبة، مرجع سبق ذكره، ص287.

(3) Victor le Touzey, *la typographie, que-sais-je*, Paris, P.U.F, 1970, p111.

إنّ اليد العاملة الخاصة بالمطبعة تمثّل في المؤسسات الإعلامية حوالي 20% إلى 40% من مصاريف الأجور، وما يقارب 50% من تجهيزات الجريدة، وفي هذا السياق هناك عدة عوامل تفسّر وزن عامل الورق والصراعات التي يخلقها العمال، منها تعقّد العمليات: التركيب الساخن لحروف (التيوبوغرافيا بالرصاص)، التصوير الضوئي، مع التحرير والتّصحيح، التركيب، الأفلام، السحب، كلّها تتطلب يد عاملة كبيرة متخصصة، والعامل الثاني هو قوة التنظيم النقابي للمطبعة⁽¹⁾، أو ما يسمى بالمقاومة العمالية.

فوجود العمالة الماهرة في المطبعة، من شأنه أن يطور العملية الإنتاجية، ويعزّز من مكانتها في سوق الطباعة، كما يروّج لها لاستقطاب زبائن جدد، الأمر الذي يدعم إيراداتها ويغطّي تكاليف المواد الأولية المرتفعة، ولعلّ المستفيد الأكبر في كل هذا هو الصحيفة المالكة للمطبعة، لأنّها ستحقّق مردودية أكبر في السحب وانتشاراً واسعاً على المستوى الجغرافي، يمكنها من منافسة مثيلاتها من الصحف.

بصفة عامة، الحبر، الورق واليد العاملة تمثّل المستلزمات الأساسية لطباعة الصحف، إضافة إلى التّجهيزات والمباني والوسائل الأخرى، وتكفّل أموالاً ضخمة للمؤسسات الصحفية التي تعمل جاهدة على توفيرها، حتّى لا يتعطّل عمل المطابع.

III.12. تكاليف الطباعة:

إنّ ضبط التكاليف عمل شديد الأهمية في إنتاج الجريدة، مثلما هو في أي عملية صناعية، ويجري حفظ كشوف الحسابات الدقيقة لبيان تكلفة جمع عمود من الحروف، وتوضيب صفحة، وطباعة ألف ورقة، وزيادة حجم الطبعة بإضافة صفحتين، وتشغيل طاقم المطبعة وقتاً إضافياً بسبب تجاوز الوقت المحدّد لطبع الجريدة، ومئات من عوامل التكاليف الأخرى، ويجري وزن هذه التكاليف بعناية عند تقدير أسعار الإعلانات بالجريدة⁽²⁾.

على هذا الأساس، تستطيع كل جريدة أن تبقى كمؤسسة قوية وقادرة على تحقيق الأرباح، لخدمة الأعداد المتزايدة من السكان، والاقتصاد القومي الذي ينمو بمعدّل ثابت، وذلك إذا استطاع أصحاب الجرائد الاستمرار في تطوير أساليب الإنتاج لتعويض ارتفاع تكاليف التشغيل.

⁽¹⁾ Nadine Toussaint Desmoulins, op.cit, p36-37.

⁽²⁾ محمود منصور، هيبة، مرجع سبق ذكره، ص288.

إن السبب العاجل الرئيس في اختفاء العديد من الجرائد هو ارتفاع تكلفة الإنتاج بمعدل ثابت، أما أجور الرجال الذين يكتبونها ويطبعونها، وتكلفة الطباعة، والمعدل المستخدم في تنضيد الحروف وآلات الطباعة والبنزين الذي يستخدم لتشغيل سيارات التوزيع، والضرائب، وخدمات الأخبار والصور، بالإضافة إلى غير ذلك من التكاليف الأخرى العديدة، هذه كلها أخذت ترتفع أكثر فأكثر، وعلى سبيل المثال فقد وصل ثمن طباعة الجريدة إلى ثلاثة أضعاف قيمته خلال الفترة الماضية ومدتها 25 عاما، ولكن الثمن الذي تباع به معظم الجرائد للجمهور لم يرتفع بنفس المعدل⁽¹⁾.

ومن ضمن مستلزمات الصناعة الصحفية، نجد الطباعة التي تمثل أشدّ ثقلًا في ميزانية المؤسسات الصحفية، ففي نطاق ما يسمح به تعدّد أنواع الصحافة، فإن متوسط سعر الكلفة يقدر بنصف النفقات، 50% منها تعود إلى الورق والحبر، وقد تطوّرت تقنية هذه الصناعة منذ نهاية القرن 19، غير أنّه أصابها منذ 10 سنوات انقلاب تام يمكن أن يفرض إن تمكّنت الصحافة من تحمّل مجازفاته، ثورة حقيقية في مظهرها يغيّره في حال تعميمه معطيات الصحافة نفسها، بيد أن ذلك معرض لأن يكون طويل الأمد لما يتطلبه من نفقات باهظة، ولأن يصطدم بمقاومة عمالية شديدة⁽²⁾.

قبل التطرق إلى تكاليف الطباعة، لا بدّ من الإشارة إلى أهمية تكاليف الإنتاج التي تعدّ ميزة مشتركة في كلّ الدول، وفي كلّ أشكال الصحافة، فهي تجمع ما بين استثمارات في العتاد أو التجهيزات، نفقات المواد الأولية وتكاليف الأجور، فالصحيفة يمكن أن تظهر من خلال مظاهر الإنتاج الصناعية للاستهلاك اليومي، ويتعلّق الأمر بمضاعفة النسخ، غير أنّ حجم الجمهور المستهدف هو الذي يتحكّم في السحب، أي أنّ الكمّيات المنتجة لها وزن معتبر في البنية وتطوّر التكاليف وعوامل أخرى تدخل في هذا الصّدّد: المحتوى، عدد الصفحات، نوعية الورق، الشكل، أسلوب الطباعة المستخدم، الإستراتيجية المنتهجة، وبالتالي فإن الاستثمارات المتعلّقة بالطباعة تمثّل مصاريف مرتفعة (العتاد أو آلات الطباعة، عدد الصفحات، السرعة المتوخّاة)، ومع دخول المعلوماتية إلى الطباعة، انخفضت التكاليف، ومجمل الاستثمارات أصبحت تحقق من 3 إلى 5% من الميزانية⁽³⁾.

(1) محمود منصور، هبة، المرجع السابق، ص 271.

(2) بيار ألبار، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(3) Nadine Toussaint Desmoulins, op.cit, p24-31.

تعتبر تكاليف الطباعة جزء لا يتجزأ من مصاريف المؤسسة الصحفية، التي تسعى إلى تغطيتها عن طريق مواردها المالية^(*) التي يمكن حصرها في ثلاثة أبواب:

- الموارد من المبيعات.
- الموارد من الإعلانات.
- الموارد من مخلفات الورق.

وهناك باب رابع إن أغفلته الجريدة تخسر كثيراً، وهو استخدام المطبعة كطاقة لطباعة الكتب، فطالما أن آلات الطباعة قادرة على طبع الجرائد، فهي قادرة أيضاً على طباعة الكتب⁽¹⁾.

1- تصنيف التكاليف في الصناعة الصحفية:

لكل منتج تكاليف ثابتة (Coûts fixes) وتكاليف متغيرة (Coûts variables)، فالثابتة تشمل النفقات العامة الثابتة للمؤسسة التي لا تتأثر بعدد النسخ (كالنفقات الإدارية، كراء المباني، الأجور والمصاريف التحريرية، نفقات الروبورتاج، نفقات التلغراف، الوكالات، نفقات قسم الإشهار، وأهم أقسام الإنتاج، تركيب، تصوير).

أما النفقات المتغيرة فهي الناتجة عن الطباعة، التوزيع وعن الورق الذي يمثل أهم كلفة، إضافة إلى أجور العمال المكلفين بآلات الطباعة، والعمال المكلفين برزم الصحف^(*) المرسلة، وأيضاً تكاليف الإشهار.

لا شك أن التكاليف تتغير من بلد لآخر حسب الإنتاجية في المطابع، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل منها: القوة النسبية للنقابات، حداثة الآلات المستعملة، حجم الصحيفة وعدد الطبعات في اليوم.

كما أن التكاليف جد مرتبطة بالعمليات الأساسية للطباعة وتنظيمها، فالعملية المتواجدة على مستوى آلة الطبع هي التي لها أبرز النتائج، لأن الإخراج يتم بفضل

^(*) تتكوّن إيرادات الصحافة المكتوبة مما يلي: موارد عادية وتتمثل في عائدات منشورات المؤسسة، وعائدات الاشتراك، وعائدات الخدمات (الإشهار، الطبع)، وكل الموارد المرتبطة بنشاط المؤسسة، وثاني نوع هو الموارد الاستثنائية المتعلقة بإعانات الدولة، فائض الدورة السابقة إن وُجد وكل الحقوق العينية والنقدية، أما النفقات فتتكوّن من نفقات التسيير والصيانة والتجهيز. انظر: فني عاشور (اقتصاد الإعلام، ص60).

⁽¹⁾ الحسن الديب، إدارة الصحف - دراسة نظرية وتطبيقية -، مصر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986، ص156.

^(*) رزم الصحف بمعنى أن تُجمع في شكل حزمات أو رزمات توضع عليها لاصقات تحمل عنوان الجهة التي ترسل إليها. انظر: المبرق لمحمود ابراقن، ص610.

مجموعات تخرج عدد معيّن من الصفحات المطبوعة في كل دورة مبدئيًا من كل مجموعة أسطوانتين يوجد فريق عمل، فإذا أردنا رفع عدد الصفحات من 3 إلى 10 يلجأ إلى استعمال مجموعة أسطوانات وفريق عمل أيضًا⁽¹⁾.

على ضوء ذلك، فإن إنتاج الصحيفة يشكّل حوالي 50% من تكاليف الصحيفة، وإذا كان الورق يمثل أقل من 15% من تكاليف صحيفة يومية، فإن أتعاب المطابع تشكّل ثقلًا هامًا رغم ظهور الإعلام الآلي⁽²⁾.

2- مصروفات الصحيفة:

يمكننا تقسيم مصروفات الصحيفة إلى ثلاثة أنواع رئيسية: المصروفات شبه الثابتة، والمصروفات المتغيرة، ومصروفات الاستثمارات الجديدة.

♦ المصروفات شبه الثابتة:

تشمل الأجور والمرتبات، وقيمة إيجارات الأماكن التي تشغلها، إن لم تكن مملوكة للمؤسسة، كما تشكل أقساط التأمين، ولا شك أنّ المقارنة بين المصروفات شبه الثابتة والمصروفات المتغيرة يوضّح كل منها الآخر.

♦ المصروفات المتغيرة:

وتشمل ثمن الورق والأحبار والمواد الطباعة المختلفة، كما تشمل مصاريف التوزيع، وقيمة الضرائب المستحقة وما شابه ذلك.

فالنوع الأول، أي المصروفات الثابتة لا يتأثر بارتفاع توزيع الصحيفة وانخفاضه، بينما يمكن ضغط، بينما يمكن ضغط مصروفات النوع الثاني في حالة انخفاض التوزيع. ولو أن بعض المصروفات تتجه أحيانًا اتجاهًا عكسيًا أي أنها تزيد في حالة انخفاض التوزيع⁽³⁾.

♦ الاستثمارات الجديدة:

وتشمل هذه المصروفات مصروفات إحلال محل القديم وتجديد الآلات والمباني وغير ذلك، كما تشمل بالنسبة للصحف الجديدة نفقات الإنشاء. ولا شك أنّ التطور السريع في

(1) بلقاسم أحسن جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

(2) Bernard Wouts, l'état des medias, "le compte d'exploitation d'un quotidien", Paris, ed. la découverte Médias et pouvoirs, 1991, p370.

(3) مرجع المؤسسة الصحفية، ص 230-231.

تكنولوجيا الطباعة يحتّم على المؤسسات الصحفية اعتماد مبالغ مضاعفة للاستثمارات الجديدة وملاحقة التقدّم في هذا المجال⁽¹⁾.

بالنظر إلى ما سبق، يمكن القول أن الصحافة صناعة مكلفة، ويعزى ذلك في جزء كبير منه إلى تكاليف الطباعة التي تمثّل النسبة الأكبر من إجمالي تكلفة المنتج الصحفي، كما أن ملاحقة التطورات التّقنية المتسارعة في مدخلات الإنتاج الصناعي للصحيفة، كالورق وآلات ومعدات الطباعة والأحبار وغيرها، وحتمية التعامل معها كجزء من محاولة التعايش والبقاء في ظلّ بيئة تنافسية، يضيف أعباء مالية جديدة على ميزانية المؤسسة الصحفية المعاصرة.

تتوزع تكاليف نشاط الطباعة الصحفية على العناصر التالية:

أ - تكلفة الخامات الرئيسية والمستلزمات الطباعية، ومواد الإنتاج الصحفي كالورق والأحبار والمواد الطباعية والكيميائية المستخدمة في عمليات الطبع.

ب - تكلفة عنصر أجور العمالة الفنية في أقسام الطبع.

ج - المصروفات الإدارية الخاصة بأقسام الطبع.

إجمالاً فإن تكلفة الطباعة تعدّ تكلفة ثابتة في أحد جوانبها، الذي يشمل أجور العاملين بها وإهلاك الآلات والإيجارات والأدوات الكتابية، بالإضافة إلى نصيب قطاع المطابع من تكاليف إدارية مشتركة وخدمية بالمؤسسة الصحفية⁽²⁾.

كما أنها تكلفة متغيرة في الجانب الآخر، الذي يخصّ تكاليف ورق الطبع والأحبار، والمواد الطباعية المستخدمة، وعدد دورات الماكينات، فكلّما زادت الكميات الموزعة من الصحيفة، انخفضت تكلفة النسخة الواحدة من تكلفة الطباعة، وهي نفس القاعدة التي تنطبق على تكلفة التحرير التي سبق أن أوضحناها سابقاً.

من المفيد أن ننوّه أن تكلفة ورق الصحف من بين عناصر تكلفة الطبع، ما تزال تشكّل نقطة الارتكاز في هذه النفقات، باعتباره الغذاء اليومي للصحافة المطبوعة تشهد أسعاره العالمية زيادات كبيرة، بما يشكل عبئاً كبيراً على اقتصاديات المؤسسة الصحفية وإدارتها، الذي تتخذه مبرراً في أحوال كثيرة بزيادة سعر بيع الجريدة أو المجلة للجمهور، وهو

(1) نفس المرجع، ص 232.

(2) محمود علم الدين، أميرة العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 154.

ما حدث في مصر أكثر من مرّة، ومن ثمّ تعدّ تكلفة الورق تكلفة متغيّرة، حيث تزيد مع زيادة كلّ نسخة من النسخ المطبوعة من الجريدة أو المجلة، فتكلفة النسخة الواحدة الموزعة لا بدّ وأن تدخل فيها تكلفة الورق المستخدم في طبع جميع النسخ، بما فيها النسخ المرتدّة التي تنخفض قيمتها عند بيعها لإعادة تصنيع، أو لاستخدامها استعمالات أخرى متنوعة⁽¹⁾. في هذا الخصوص، سنركز على تكاليف عاملين أساسيين هما: الورق واليد العاملة.

• تكاليف الورق:

في جريدة ذات سحب كبير، شراء الورق يعتبر مرحلة هامة لمسؤول الإنتاج، فالجريدة التي تسحب 300.000 نسخة، يصبح الورق عبئاً ثقيلاً عليها، وشراؤه عملية لا بدّ أن تتم بطريقة احترافية، فمسألة الثقة بين المموّن والمشتري واجبة وأساسية، ولشراء هذه المادة الحيوية، ينبغي دراسة العالمية حتى يتسنى شراؤه بسعره الحقيقي، وذلك من خلال الملتقيات والمنديات والصحافة العمومية التي تضع ضمن صفحاتها الاقتصادية معلومات وأرقام عن الورق، وأهم المموّنين لهذه المادة إلى جانب الصحافة المتخصصة، وفي هذا السياق يمكن أن نذكر الملتقيين اللذان يعقدان كل سنتين، وهما ملتقى فرنسا وملتقى لندن لتشخيص اقتصاد الورق⁽²⁾.

من جهة أخرى، يعتبر الورق من أهم عناصر تكلفة الجريدة، فإذا كان التوزيع قليلاً وإيرادات الإعلانات كبيرة، فإن الجريدة تكسب على طول الخط لأنه يتم توزيع إيرادات الإعلانات على عدد النسخ الموزعة من الصحيفة.

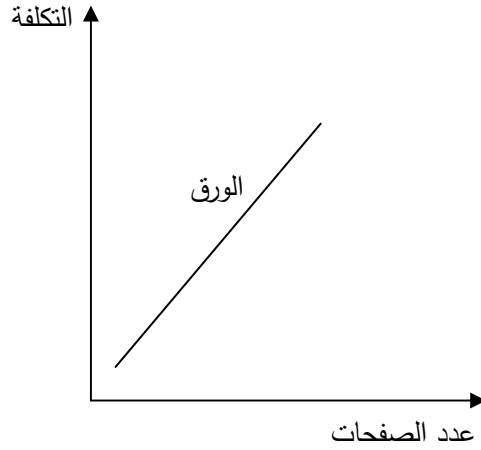
فيما يخصّ نفقات الورق، فإنّها ترتبط بثلاثة عوامل هي: الكمية المستعملة المرهونة بعدد النسخ المطبوعة، نوعية الورق وشروط الشراء، هذا دون أن ننسى أن هناك نوع من التبذير خلال النّقل والسحب (إن طبع عدد كبير من النسخ يحدث تبذيراً كبيراً: 14 كلغ لمكبّ 350 كلغ).

على هذا النحو من التحليل، فإنّه عندما يرتفع عدد النسخ المطبوعة لا ترتفع تكلفة الورق المستعمل، ماعداً إذا كان الارتفاع فجائي، في هذه الحالة فقط تكون مصاريف الورق مرتفعة نسبياً تبعاً لضياح كمية من الورق عند تغيير المكبّات، كلفة الطبع تنخفض بالتدرّج،

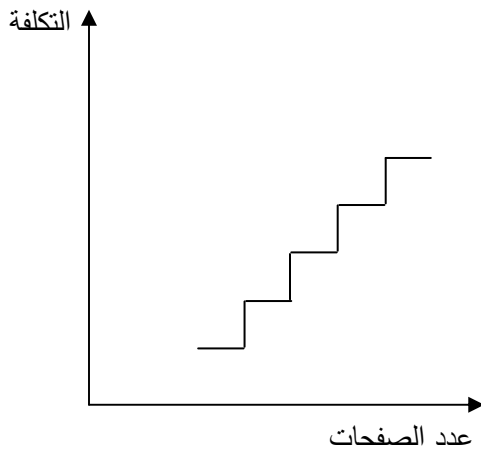
(1) محمود علم الدين، أميرة العباسي، المرجع السابق، ص154.

(2) Bernard le Roy, gérer la fabrication d'un journal, op.cit, p77-78.

فالأمر بسيط إذ أن هناك ارتفاع كلفة النسخة بارتفاع عدد الصفحات، والنمو يكون متناسبي للورق، والارتفاع يكون بالتدرج بالنسبة للطباعة (مبدأ الخدمات وطرق العمل)⁽¹⁾. فالتكلفة المتوسطة للورق مرتبطة بعدد الصفحات، وبالتالي ترتفع تبعاً لذلك وهو ما يبيّنه الشكل البياني التالي:



أما بالنسبة للطباعة فإن تكلفتها ترتفع بالتدرج مقارنة بعدد الصفحات، فارتفاع هذه الأخيرة يتطلب جهوداً إضافية من طرف اليد العاملة، ويظهر ذلك جلياً في الشكل أدناه:



المصدر: بلقاسم أحسن جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص13.

تقاس مصاريف الورق من حيث النوعية، السعر، الشكل ووظيفة الكميات المنتجة، والمصاريف العامة تتغير تبعاً للسحب وعدد الصفحات، بينما مصاريف النسخة الواحدة فتبقى مستقرة ومحددة مهما يكن السحب، ولكن تتغير مع عدد الصفحات، أما سعر الورق فمتعلق بالسوق العالمية للورق، التي ترتبط بدورها بالدول المنتجة لهذه المادة، والمزودة

(1) بلقاسم أحسن جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص13.

للسوق العالمية، كالدول الإسكندنافية، ودول شمال أمريكا، وهم أيضاً يخضعون لمقاييس تطوّر السوق العالمية، قيمة الدولار، سعر الطاقة.

منذ 1990 وسعر الورق يعرف اضطرابات قوية ومتقاربة، بعد انخفاض مستمر إلى غاية 1994 أين تعرف السوق الدولية التهاباً في الأسعار، وتتضاعف في 1995 وبداية 1996، لتتخفّض في 1998 إلى مستوى يتقارب مع مستواها في 1991⁽¹⁾.

إذا أردنا حساب تكلفة الورق المستخدم في النسخة الواحدة الموزعة من الصحيفة، نقوم بقسمة كل قيمة الورق المستخدم في الطباعة على عدد النسخ الموزعة من الصحيفة، والنتيجة في هذه الحالة لا بدّ أن يزيد عن قيمة الورق النظري للصحيفة الواحدة بنسبة الورق المستخدم في طباعة النسخ المرتدة، والورق التالف عن ضبط الماكينات.

بهذه الصورة تختلف النسب التي تحوز عليها تكاليف الطبع والورق بصفة خاصة، من صحيفة لأخرى ومن بلد لآخر وفق العديد من الظروف الموضوعية، منها مدى تواجد صناعة ورق الصحف محلياً من عدمه، الكميات التي يتم طبعها من الجريدة أو المجلة، معدلات الاستهلاك السنوي للصحيفة من ورق الصحف، قرارات الإدارة الصحفية حول المستوى الطباعي المنشود ومستوى جودة الورق المستخدم وغيرها⁽²⁾.

فالاعتماد على استيراد الورق من الخارج، يمثّل عبئاً مالياً كبيراً نظراً لفروق الأسعار بين النقد المحلي والأجنبي، يعرّض المشروع الصحفي لمخاطر تعدّد بقاءه أو استمراره، إذا ما تعدّرت حصوله على ورق الطبع المطلوب كمّاً أو نوعاً، ومن هنا تتبّع أهمية ضرورة الاهتمام بصناعة الورق على المستوى المحلي.

في هذا الصدد، يكفي أن نقدّم مثلاً عن التجربة المصرية، حيث توضّح بيانات المحاسبة المالية في إحدى المؤسسات الصحفية المصرية، أن نسبة مصروفات الطبع والتشغيل تقدّر بـ 35%، وأن نسبة تكلفة الورق تقدّر بـ 30% أي أن نسبة ما يستقطبه هذا القطاع تصل إلى حوالي ثلثي مصروفات المؤسسة الصحفية المصرية⁽³⁾.

(1) Claude-Jean Bernard, **médias: introduction à la presse, la radio et la télévision**, 2^{ème} édition, Paris, Ellipses, 1999, p153.

(2) محمود علم الدين، أميرة العباسي، مرجع سبق ذكره، ص155.

(3) نفس المرجع، ص157.

• مصاريف وتكاليف اليد العاملة:

هناك مصاريف هامة ومعقدة متعلقة باليد العاملة في المطبعة، وإن التسيير صعب خاصة ونحن نعلم بأن هذه اليد العاملة في الدول الغربية تقف وراءها نقابات عمالية تدافع عن حقوقها (رفع الأجور، التخليص الفوري، ظروف عمل ملائمة، 35 ساعة في الأسبوع + عطلة)، لكن منذ 20 سنة من المفاوضات الحثيثة، وأحيانًا متبوعة بصراعات عنيفة، قد سمحت بعصرنة عتاد المطابع والتقليل من المصاريف، وتمثل اليد العاملة في المطبعة حوالي 40% من أملاك الجريدة، و25% من مصاريفها، ما جعلها استثمارًا ضخماً لا بديل عنه⁽¹⁾.

بالنظر إلى ما سبق، فإن كل جريدة تستطيع أن تبقى كمؤسسة قوية وقادرة على تحقيق الأرباح لخدمة الأعداد المتزايدة من السكان والاقتصاد الوطني، الذي ينمو بمعدل ثابت وذلك إذا استطاع أصحاب الجريدة الاستمرار في تطوير أساليب الإنتاج، لتعويض ارتفاع تكاليف التشغيل، وإنّ السبب الرئيسي والعاجل في اختفاء العديد من الجرائد هو ارتفاع تكلفة الإنتاج بمعدل ثابت، أمّا أجور الرجال الذين يكتبونها ويطبعونها، وتكلفة الطباعة والمعدل المستخدم في تنضيد الحروف وآلات الطباعة والبنزين، الذي يستخدم لتشغيل سيارات التوزيع والضرائب، وخدمات الأخبار والصور، بالإضافة إلى غير ذلك من التكاليف الأخرى العديدة، هذه كلّها أخذت ترتفع أكثر فأكثر، وعلى سبيل المثال فقد وصل ثمن طباعة الجريدة إلى ثلاثة أضعاف قيمته خلال الفترة الماضية ومدتها 25 عامًا، ولكن الثمن الذي تباع به معظم الجرائد للجمهور لم يرتفع بنفس المعدل⁽²⁾.

بصفة عامة، إن تكلفة إنتاج جريدة تتضمن تكاليف الورق والحبر، الطباعة، الإدارة والتوزيع، وفيما يخص مصاريف الورق والحبر فإنّها متعلقة بثلاثة عوامل الحمولة المستعملة (الكمية المستخدمة)، نوعية الورق المستخدم، ظروف شراء الورق والحبر، إضافة إلى مصاريف العمال الموجهة للورشات.

3- الطباعة التجارية في المؤسسات الصحفية:

من بين المشاريع الهامة التي أضحت صناعة مريحة للمؤسسات الصحفية، نجد الطباعة التجارية كمشروع استثماري ضخم، يقوّي من إيراداتها، ويعزّز من مكانتها في

⁽¹⁾ Claude-Jean Bernard, op.cit, p153.

⁽²⁾ محمود منصور هبّية، مرجع سبق ذكره، ص271

الساحة الإعلامية في ضوء سياسة رشيدة لمسؤوليها الذين يوظفون مبالغ باهظة، لزيادة الموارد وتحقيق الأرباح علاوة عن كسب رقم أعمال يُضاف إلى استثماراتها في مجال الإنتاج الصحفي.

• التعريف بالطباعة التجارية:

الطباعة التجارية هي أن تستغل المؤسسة الصحفية المطبعة في العمل في غير أوقات طباعة الصحيفة الرئيسية أو باقي الإصدارات الأخرى التي تصدرها المؤسسة، فتطبع بعض المؤلفات العلمية والأدبية والفنية، أو المنشورات والمطبوعات الدعائية أو التي تحتاج إليها الأجهزة الحكومية، ويجب تنظيم هذه العملية بحيث لا تتعارض مع العمل الرئيسي للمطبعة وهو طباعة إصداراتها، وفي العادة تنجز المطبعة العمليات الصغيرة أولاً، ثم تبدأ في العمليات الكبيرة إلا أنه في معظم الأحوال يتم الانتهاء من أعمال الصحيفة أولاً⁽¹⁾.

وهذه العملية التجارية تُدرّ على المؤسسة الصحفية أرباحاً كبيرة، فضلاً عن أنها لا تترك مطابعها معطّلة دون جدوى، وتُحرص الصحف على تنظيم هذه العملية التجارية حتى لا تتعارض مع العمل الأساسي للمطابع المتعلّق بطباعة صحف المؤسسة في مواعيدها المحدّدة، وهناك سببان رئيسيان جعلتا من عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين مورداً هاماً من موارد المؤسسات الصحفية في عالمنا المعاصر.

الأول: هو تفوّق مطابع الصحف ووفرة إمكانياتها الفنية، **والثاني** هو اتّساع نطاق الأعمال الطباعية نتيجة للتطوّر الثقافي والإداري في العالم⁽²⁾.

ولقد نجحت العديد من الصحف العالمية في الدخول لسوق الطباعة التجارية عن طريق استهداف جودة الإعلانات والمنشورات، فيمكن تحديد وتقييم فرص النّجاح عن طريق الرّبط بين الطباعة التجارية، وفرص التوزيع، فالعوامل الرئيسية للنّجاح تتمثّل في المبيعات والتّسويق، ويمكن استخلاص هامش الرّبح عن طريق المعادلة الآتية:

$$\text{سعر البيع} - \text{تكلفة الطباعة} = \text{هامش الربح}^{(3)}$$

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 71.

(2) محمد فريد، محمود عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص 143.

(3) محمد، جمال، عبد المقصود، مرجع سبق ذكره، ص 34.

• عائدات الطباعة التجارية وأثرها على المؤسسات الصحفية:

لا شك أن الموارد المالية من الطباعة التجارية لحساب الآخرين، تمثل نسبة من الدخل تساعد على إنعاش المؤسسات الصحفية ماليا واقتصاديا، فتزيد من قدرتها، وتجعلها أقدر على الإنفاق في تحسين التحرير والطباعة، وبالتالي تعتبر عمليات مُربحة للصحيفة. في هذا الإطار نُشير إلى أن العملية التجارية في الصحافة الأمريكية تُكسب الصحيفة ربحاً يتراوح ما بين 20% و 30% من الدخل الكلي، وذلك حسب قدرة الدار الصحفية الفنية ومكانتها في الميدان الصحفي، كما أن السياسة التجارية في الطباعة الصحفية تميزها خاصيتان هما:

- إن المؤسسة الصحفية تستطيع أن تستغل مساحة من صحيفتها أو صفحتها في الإعلان عن تلك المطبوعات التي تقوم مطابعها بطبعها، فيزداد دخل الإعلانات.
 - تستطيع إدارة الإعلانات بحكم اتصالها بالسوق ومعرفتها بحاجات المناطق تحديد المطبوعات التي يصح للمطبعة القيام بطبعها، ويمكن أن تُروّج لتوزيعها.
- في ضوء هذه السياسة تختلف أجور الطباعة في العملية التجارية حسب الكمية المُراد طبعها، نوع الورق، مقاسه، سعره ونوع الطباعة⁽¹⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن الطباعة التجارية عرفت نماءً، ورواجاً واسعاً في العالم الغربي، حيث تمثل مورداً مهماً للصحف الكبرى التي تمتلك إمكانيات مادية وتنظيمية هائلة للاستثمار في هذا المجال، وهو ما شكّل مصدر تمويل فعال يستهدف رسم آفاق جديدة لصحافة عصرية تطمح في تقوية صناعتها الإعلامية، وتحقيق انتشاراً وتوسّعاً كبيرين.

ففي أوروبا مثلاً نجد مؤسسة "لوموند" (Le Monde) الفرنسية التي تعتمد على مطابع تجارية لكي تدعم بها إيراداتها المالية، وتعزز من مكانتها في الوسط الإعلامي، غير أن النشاط الطباعي التجاري في هذه الأخيرة يعرف خلافاً جاداً بين إدارة الصحيفة وجمعية المحرّرين (التي تمتلك حوالي ثلث أسهم الشركة ذات المسؤولية المحدودة المالكة للصحيفة وتمثل محرّري الصحيفة) بشأن قبول الصحيفة طباعة مجلات الفضائح بمطابعها التجارية، حيث أيّدت الإدارة طباعة مجلة (France Dimanche) تحت مسؤولية القطاع التقني، وعارضته جمعية المحرّرين على أساس المبدأ نفسه مرفوض، فليس من الجائز تحقيق

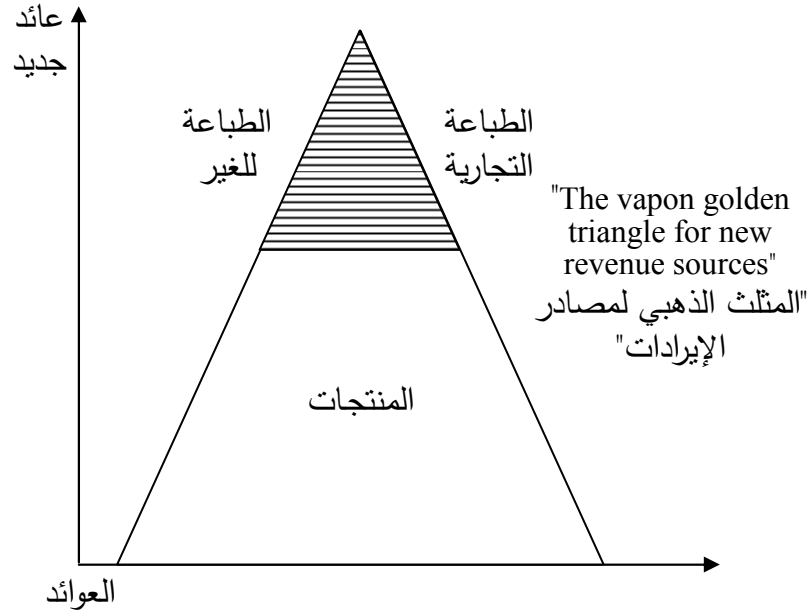
(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 71-72.

التوازن المالي للمؤسسة على صحف الفضائح، ودعت لوضع أسس خلقية لاستخدام مطبعة المؤسسة، وعبرت الإدارة بقولها: «ينبغي الاختيار بين أسس الأخلاق ومبادئ الإدارة والمؤسسة تعيش في بيئة، إذا طبقنا معايير أخلاقية في العمل التجاري فلن تطبع أي جريدة أخرى». ومع ذلك انتهى المر بانتصار موقف جمعية المحررين ورفض طباعة المجلة المذكورة.

أما في الوطن العربي نجد مصر التي شهدت فيها المؤسسات الصحفية الكبيرة سباقاً أحياناً غير مبرر لتوجيه الجهد لتشييد الأبنية لاستيعاب مطابع جديدة وماكينات هائلة ذات قدرات طباعية عالية، وفي الوقت نفسه تكشف الإحصاءات المتوافرة عن أن المطابع الخاصة في مصر قد زادت من حيث العدد بنسبة 400% خلال سنوات الثمانينات من القرن الماضي، واستطاعت كما يقول التقرير الذي نشرته مجلة "صحفيون" حول حقيقة الخسائر التي تُهدد المؤسسة المصرية أن تسحب البساط من تحت أقدام المؤسسات الصحفية الأمّ الشرعية للطباعة، والمفرخ الأول للعمالة الطباعية، وعجزت كثير من هذه المؤسسات عن منافسة المطابع الخاصة التي لا يمتلك القطاع الأعظم منها الإمكانيات الطباعية العملاقة للمؤسسات الصحفية، وأصبحت سوق الطباعة النشطة المربحة بعيدة عن اهتمام هذه المؤسسات وسوء تصرفها، وربما سبب ذلك فصل كثير من المؤسسات الصحفية المصرية مطابعها الصحفية عن مطابعها التجارية التي أقيمت في مقار بعيدة عن مقار الصحف ذاتها في أغلب الأحيان، وتضطلع إدارتها بمجموعة من الأنشطة التسويقية المتعلقة بأعمالها التجارية بهدف رفع درجة الجودة في التشغيل لتغطية الأعباء الرأسمالية، وتنمية العائدات المتحققة منها، ولا يمرّ هذا الأمر دون ترك آثار جانبية، كما اقتحمت المؤسسات مجال النشر والترجمة للعديد من الكتب، المراجع، الدراسات والموسوعات في مختلف الفروع والتخصصات، تلبية لاحتياجات نسبة لا يُستهان بها من القراء في مختلف مجالات المعرفة ولتوسيع دائرة التّوزيع محلياً وإقليمياً، فعلى سبيل المثال أنشأت مؤسسة الأهرام منذ ما يزيد عن ربع قرن مركزاً متخصصاً للترجمة والنشر هو "مركز الأهرام للترجمة والنشر"، إلى جانب ما تقوم به بين الحين والآخر من نشر لبعض الكتب لكبار المفكرين المصريين والعرب، وتذكر إحدى الدراسات أنّ نسبة ما تشكّله عائدات الطباعة التجارية هو من إجمالي إيرادات إحدى المؤسسات الصحفية المصرية⁽¹⁾.

(1) محمود علم الدين، أميرة العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 125-126.

استناداً لما سبق، نصل إلى القول بأنّ الاعتماد على مثل هذه العمليات، وتوجيه قدر ملموس من العناية بها، يمكن المؤسسات الصحفية من تطوير إصداراتها، وتغطية مصاريفها الكثيرة في الوقت الذي تسهّد فيه منافسة كبيرة من الوسائل السمعية البصرية. فضلاً عن الطباعة التجارية، التي تعدّ مورداً مهماً من موارد المؤسسة الصحفية، توجد عناصر أخرى لجلب إيرادات جديدة، يوضّحها هذا الشكل رقم (13):



شكل رقم (13): العناصر الرئيسية لجلب الإيرادات

وجميع هذه العناصر تستخدم نظام المنتجات المتطورة نفسه لكي تسمح بالطباعة على نوعية عالية الجودة من الورق، وعادة ما يتم امتزاج ذلك بالقطع وعمليات التشطيب النهائية، وهذه العناصر الثلاثة تمثل المثلث الذهبي لمصادر الإيرادات وهي منتجات عن الإضافة المقنعة.

♦ الطباعة للغير:

هي إستراتيجية عكسية لإستراتيجية الاستعانة بمصادر خارجية لإتمام الطبع، فيمكن تطوير ورفع مستوى الصحف والمطابع من خلال تطوير أجهزة وإمكانات الدار الطباعية لإتمام كامل منتجاتها وأعمالها، وجلب بعض أو كل الأعمال الأخرى للطباعة بداخل الدار الطباعية نفسها، دون الاعتماد على الآخرين، وذلك في محاولة لتقليل التكلفة، وهامش الربح هنا يكون من خلال المعادلة التالية:

تكلفة الإنتاج داخل الدّار الطباعية - التكاليف الخارجية = هامش الرّبح⁽¹⁾

♦ العمليات الخاصة بتشغيل بعض أجهزة الصحيفة لحساب الآخرين:

ويمثّل مورداً جديداً في الموارد المالية للصحف، أتاحه استخدام المؤسسات الصحفية لأجهزة ومعدّات عصرية، لا تتوافر إلا لدى المؤسسات الصحفية الكبرى، وأساس الاستفادة من هذه الأجهزة هو الاستفادة من الوقت الفائض عن الحاجة للمؤسسة إلى جانب الخبرات التي اكتسبها العاملون في هذا الميدان.

♦ بيع المرتجعات من نسخ الصحيفة ومخلفات العمليات الطباعية:

ومن الموارد المالية كذلك وخاصة في الدول النامية، والإيرادات الناشئة عن بيع المرتجعات من النسخ الصحفية، ولهذا العنصر وضع خاص في الدول النامية، ومن بينها الجزائر وهذا لارتفاع سعر الورق في السوق المحلية. وتمثّل المرتجعات في مجال الصحافة النسخ التي لا تُباع من الصحيفة، وهذا العدد من المرتجع ينبغي أن لا يزيد في المتوسط عن الـ 15% من إجمالي النسخ المطبوعة، وعلى العموم كلّما توعّلت الصحف في القدم، ورسّخت قدمها في السوق أمكن التحكم في نسبة المرتجعات⁽²⁾.

وتعتبر هذه السبل من الموارد التمويلية المشروعة للمؤسسة الصحفية، إلا أنّه توجد موارد أخرى غير مشروعة، تستطيع بعض الصحف الهابطة الحصول عليها، وتتمثّل فيمن الأفراد والهيئات أو الحكومات، وأيّاً كان شكل المصدر الذي تحصل عليه من إيرادات غير مشروعة فهو رشوة، وإن اختلفت المسميات، فقد تقوم سفارة دولة أجنبية بطباعة نشرة أسبوعية من عدّة صفحات أو كتيب في مطبعة صحفية، وتدفع ثمناً لهذه العملية البسيطة أضعافاً مضاعفة، كما ينبغي التفريق بين الرشاوي، والمساعدات غير العلنية، وبين النوع المشروع لسدّ العجز المالي لبعض الصحف، أو إمداد الحكومة لبعض الصحف بمعونات تأسيس أو مساعدة سنوية، أو تعويض خسائر بعضها بإعطائها إعلانات حكومية أو توقيع عقود الاشتراك في عدد كبير من النسخ على اعتبار أنّها تقدّم بطريقة علنية شرعية⁽³⁾.

(1) محمد، جمال، عبد المقصود، مرجع سبق ذكره، ص 33-34.

(2) محمد فريد، محمود عزت، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(3) محمد فريد، محمود عزت، نفس المرجع سبق ذكره، ص 81.

إلى جانب الرعاية Sponsoring الذي يختصّ بالترويج للعلامة التجارية "شركة معينة" قصد الرفع من سمعتها، وذلك من خلال الدعم والتمويل، مثلما يحدث خاصة في الأحداث الرياضية، حيث تعتمد بعض الشركات إلى رعاية فرق رياضية أو برامج رياضية.

♦ الإعلان:

حيث تشكّل إيرادات الإعلان أي بقيع الصحيفة لجزء من مساحتها للمعلنين مقابل أجر المورد الثاني للإيرادات في المؤسسة الصحفية المعاصرة، وقد أصبح الإعلان اليوم جزءاً لا يتجزأ من هيكل الاقتصاد القومي باعتباره أحد الأنشطة الرئيسية في ميدان تسويق السلع والخدمات التي أصبحت متوافرة بكميات ونوعيات متزايدة ومتطورة كذلك أصبحنا نلمس اتجاهاً متصاعداً للتوسع في الإنفاق الإعلاني، وتُباع المساحة الإعلانية في الصحيفة عادة بأحد الطرق الثلاثة: 1. بالصفحة أو تقسيماتها.

2. بالموضوع المحدّد (الإنز).

3. بالسطر أو بالرسم مع بيان عرض العمود.

ويتحكّم عدد النسخ المطبوعة في تحديد سعر الإعلان، فكلّما ازداد عدد النسخ المطبوعة زاد سعر الإعلان، والعكس صحيح، وبشكل عام يمكننا القول أنّ الإيرادات الإعلانية للمؤسسة الصحفية تتأثّر بالعديد من العوامل منها ما يتعلّق بالمجتمع الذي تصدر فيه، وتؤثّر بشكل مباشر على نشاط تسويق المساحات الإعلانات، كما تتأثّر قيمة الإعلان بعوامل مرتبطة بالصحيفة نفسها مثل مدى انتشار الصحيفة وشعبيتها، والمستوى الفني للإخراج الصحفي⁽¹⁾.

♦ الأنشطة الاستثمارية للمؤسسات الصحفية:

تسعى المؤسسات الصحفية المعاصرة إلى استحداث موارد مالية من مصادر جديدة ومتجدّدة من خلال القيام بعدد من الأنشطة الصحفية والاستثمارية التي تُدرّ عائداً أو التشغيل التجاري لبعض إمكانياتها التقنية، أو تسويق خبراتها في مجال التخطيط، وأحسن مثال في عالمنا العربي على فاعلية هذا المورد، ما تفعله مؤسسة الأهرام الصحفية التي تملك مركزاً للحاسوب يقدّم خدمات لبعض المؤسسات الحكومية، كذلك تمتلك بنكاً للمعلومات والأخبار، ومركزاً للدراسات الإستراتيجية، وداراً للنشر وداراً للتوزيع تتولى توزيع حتى أشرطة

(1) عبد النبي، عبد الله الطيّب، مرجع سبق ذكره، ص 59-60.

الكاسيت والفيديو، كما تمتلك وكالة للصحافة والنشر تقدّم خدماتها للصحف على المستوى المحلي والدولي.

إضافة إلى ما سبق، يمكن حصر الموارد المالية للجريدة في ثلاث أبواب:

- الموارد من المبيعات.

- الموارد من الإعلانات.

- الموارد من مخلفات ورق الطبع.

وهناك باب رابع إن أغفلته الجريدة ستخسر كثيرًا، حيث تستخدم المطبعة كطاقة لطباعة الكتب، طالما أن آلات الطباعة قادرة على طبع الجرائد، فهي قادرة أيضًا على طباعة الكتب. كما أن جميع أجهزة ومعدّات وآلات الطباعة مصمّمة على أساس السرعة المتناهية للطباعة، وهذا يعني أن طباعة الجرائد ستأخذ أقل ساعات ممكنة للطبع وتظلّ الأجهزة والمعدّات، وآلات الطباعة معطلة لحين طبع الجريدة في اليوم التّالي، فكأن رأس المال الضخم الذي تمّ شراء الأجهزة وآلات الطباعة به هو رأسمال معطل غير مستغلّ إلاّ في عدد قليل من ساعات اليوم⁽¹⁾.

(1) الحسني الديب، مرجع سبق ذكره، ص 156-157.

الباب الثاني
الإخراج الصحفي
المفاهيم والأسس

تمهيد:

تمثل الصحيفة المطبوع الدوري الذي يصدر على فترات زمنية منتظمة، وتخضع هذه الأخيرة لعمليات دقيقة ومعقدة يأتي على رأسها الطباعة. وإذا كانت الصحيفة ذلك المطبوع الدوري، فإن الإخراج الصحفي هو الذي يمنح هذه المطبوعة شكلها المميز والجذاب والمقبول، وصياغته في قالب مناسب للقراء من ناحية والمحتوى من ناحية أخرى. فالإخراج الصحفي هو الخطوة المتصلة بالمظهر الخارجي للمطبوعة الصحفية وشكلها الفني، ينظم مضمون الصحيفة ويعبر عنها، ولعل أبرز سماته أنه عمل فني وعملي بالدرجة الأولى⁽¹⁾.

وقد تعرّض الإخراج الصحفي في السنوات الأخيرة لتطور واسع في حجم أعماله، وإطار أهدافه، وعملياته على الرغم من الظروف الصعبة التي تعيشها المهنة الصحفية.

ونظرًا للانفتاح الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام في الأعوام القليلة السابقة، ودخول التقنيات الحديثة بشكل كبير وواسع إلى عالم الصحافة، والانعكاسات التي ظهرت إلى السطح نتيجة استخدامها، كان من الضروري من وجهة نظر الباحثة الوقوف عندها، ودراستها للنظر فيما قدّمته هذه التقنيات للصحافة الجزائرية، والسعي إلى تقديم المقترحات حول أقصى استفادة ممكنة للتمكن من اللحاق بالركب الإعلامي العالمي.

إنّ العمل الإعلامي بصفة عامة والصحفي بصفة خاصة يتّسم بالترابط والتّسلسل بين أقسامه المختلفة التي تؤدي في مجموعها إلى ظهور الصحيفة بشكلها الأخير، كما أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة والفاعلة في هذا العمل.

استنادًا إلى ما سبق، كان لا بدّ من اختيار الطرق التي تضمن استخدام كلّ التقنيات المتاحة لإيصال الرّسالة الإعلامية بوضوح ودقة، وذلك بما يخدم المستفيدين من هذه الرّسالة بمختلف مشاربيهم.

وهناك العديد من التقنيات الحديثة التي سخرت لتحقيق التّواصل بين إخراج الصحف، وتعزيز صلة القارئ بها، حيث شاع استخدام مجموعة كبيرة من البرامج الصحفية المتخصصة، بفضل تقنيات النّشر المكتبي، وما وفرّه التطوّر التقني الهائل في مجال

(1) زكريا، فهمي، الإخراج الصحفي، (دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006)، ص 21.

الطباعة، بالإضافة إلى ما أضفته ثورة الانترنت والنّشر الإلكتروني على المجال الإعلامي من سعة وإمكانيات لا متناهية.

انطلاقاً من هذا الطرح، نحاول في هذا الباب الوقوف على عملية الإخراج الصحفي، حيث نتعرّض لمجمل التعريفات والمفاهيم العامة الخاصة بهذا الأخير، إلى جانب مناقشة أساليب وأسس الإخراج الصحفي. كما نتناول المدارس المعروفة في مجال الإخراج الصحفي، والشخص الفاعل في هذه العملية وهو المخرج الصحفي الجندي الخفي، حيث نعرّج على العلاقة الجوهرية، بينه وبين عملية الإخراج الصحفي، والصحيفة في حدّ ذاتها. كما نتطرّق إلى مجمل الأدوات التي يستخدمها في تنظيمه لصفحات الجريدة أو الماكيت. ونختم بتكنولوجيا الإخراج الصحفي واستخداماتها في الصحافة الحديثة.

I- الإخراج الصحفي:

1.1- تعريف الإخراج الصحفي:

يُعرّف الإخراج الصحفي بمفهومه الواسع على أنه توزيع الوحدات التيبوغرافية^(*) فوق حيّز الصفحة، واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفق خطة معيّنة، وبذلك فإنّ الإخراج الصحفي يُعدّ العامل الأساسي في تكوين شخصية الصحيفة، ورسم ملامحها العامّة في أذهان القراء، لأنّ الشكل هو الذي يجذب أبصارهم قبل المحتوى⁽¹⁾.

لا يزال الاختلاف قائماً حول تسمية الإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية، فالبعض يسمّيه تصميم الصفحة Newspaper design، ويُسَمِّيه البعض الآخر توضيب الصفحة Newspaper layout، ويقصد به ترتيب المواد الطباعية المنضدة، ويسمّى أيضاً تركيب الصفحة Composition، وتركّز الكتابات الغربية على بناء الصحيفة، وتستخدم كلمة "تصميم" الصحيفة وهندستها وكأنّها بناء معماري، ويقصد بذلك ما يتطلّبه التصميم من انسجام وتناسق وتكوين فنيّ جميل، ما يحتمّ على المخرج الفنّي القائم على هذا العمل أن يتمتّع بحاسة فنية وجمالية.

- **الإخراج لغويّاً:** فهو من إخراج، إخراج الشيء هو إظهاره للوجود، والاستخراج كالاستنباط، والإخراج الصحفي فيه استخراج واستنباط، وإظهار أشكال وعناصر إلى حيّز الوجود. أما أرنولد Arnold فيرى أنّ الإخراج الصحفي يعني ترتيب العناصر التيبوغرافية فوق حيّز الصفحة بطريقة فنيّة.

بناء على ما سبق يمكننا القول أنّ الإخراج الصحفي هو تلك العملية المركّبة، والتي تضمّ كلاً من التصميم والتيبوغرافيا، وتتمّ على مرحلتين متعاقبتين ومتلازمتين نسبياً، وهو التصميم الأساسي للصحيفة الذي يحدّد هويّتها ويرسم ملامحها، ووضع التصميم المتغيّر للصحيفة دورياً حسب دورية الصّدور، أو الإصدار، ويتمّ فيه ترتيب وتوزيع المواد التحريرية،

(*) التيبوغرافيا علم وفن الهيئات المطبوعة، ومهمتها تتعلّق بالشكل المادي من حيث المساحة والترتيب والتّسيق.

(1) انتصار، رسمي موسى، تصميم وإخراج الصحف والمجلّات والإعلانات الإلكترونيّة، (ط1، دار وائل للطباعة والنشر،

(2004)، ص12.

والعناصر التيبوغرافية وفقاً لإحدى النظريات أو الأساليب الإخراجية، وتطوراتها، ويتمّ حساب أوزانها النسبية، وإبراز المواضيع حسب أهميتها النسبية بما يحقق الجانبين الوظيفي والفني⁽¹⁾. فضلاً عن ذلك، فإن الإخراج الصحفي هو تلك العملية التي يتمّ من خلالها عرض المضمون الصحفي الذي تحمله المادة التحريرية والإعلانية بعد كتابتها، وتحريرها وتقديمها في شكل مناسب، يروق للقارئ، وهي عملية تتضمن جانبين أساسيين متلازمين ومتعاقبين: الجانب الأول هو عملية التصميم الأساسي Basic design أو المظهر العام للجريدة ككل، وللصفحات كمكونات جزئية بحيث تعطي هوية مميزة للجريدة عن باقي الجرائد المنافسة، والجانب الثاني هو توضيب هذه الصفحات، أو توزيع المادة الصحفية عليها شاملة العناوين، والصّور والرّسوم، والمتن التحريري والإعلاني⁽²⁾.

ويعرّفه جيبسون Gibson على أنّه عملية ترتيب العناوين والنصوص الإخبارية والصّور والعناصر التيبوغرافية الأخرى فوق حيّز الصفحة، في حين أن موان Moen فيعتبر الإخراج نظام تخطيطي يمكن الشخص المشتغل بالإخراج من التأثير بشكل أو بآخر على عملية جمع المادة الصحفية واختيارها وتوزيعها فوق حيّز الصفحة.

ويمكن اعتبار الإخراج الصحفي الخطوة التي تبدأ بعد أن يقوم المخرج الصحفي بقراءة النصوص الإخبارية، وتقدير مساحاتها، واختيار الحروف وأحجامها، والصور المصاحبة لهذه الموضوعات ومساحاتها، بحيث يبدأ المخرج بالتفكير في طريقة عرض هذه النصوص ونشرها على الصفحة، من خلال نظام تخطيطي يتمّ بواسطة توزيع الوحدات التيبوغرافية والجرافيكية فوق حيّز الصفحة⁽³⁾.

ويعرّف إبراهيم إمام فنّ الإخراج الصحفي بأنّه عملية تخطيط صفحات الجريدة، وتنويع مواد التحرير من أخبار ومقالات وصور، ورسم، وخطوط العناوين على الصفحات، وذلك بناء على الأسس الفنية والنفسية في مراعاة ميول القراء، وطبيعتهم البصرية والعقلية على أن يكون ذلك منسجماً مع سياسة الصحيفة في التحرير والإخراج معاً⁽⁴⁾.

(1) انتصار، رسمي موسى، المرجع السابق، ص 12.

(2) محمود، علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، (ط1)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، (2009)، ص 229.

(3) علي، نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته، مبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، (ط1)، مؤسسة حماد للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الأردن، (2002)، ص 23-24.

(4) إبراهيم، إمام، فنّ الإخراج الصحفي، (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1995)، ص 11-12.

بينما يركّز محمود علم الدين على أسس الإخراج الصحفي الفسيولوجية والصحفية والفنية، حيث يرى أن العملية الإخراجية تجري وفقاً لإستراتيجية بصرية Graphic Strategy أو رؤية إخراجية تبيوغرافية عامة، تكون جزءاً من سياسة التحرير العامة للصحيفة، تترجم إلى سياسات إخراجية، مرحلية. يُستعان في تنفيذ عملية الإخراج الصحفي بدليل طباعي Graphic Manual يحدّد إمكانات الصحيفة، وأساليب توظيف عناصرها الإنتاجية وسمات كلّ منها كالجمع بالنسبة لحروف العناوين، والمتن وأساليب إنتاج المواد المصوّرة والمرسومة، وأساليب التّصحيح، ونمط التّوضيب (المونتاج)، ومراحل التجهيز الفنّي للصحيفة وأساليب الطباعة⁽¹⁾.

إن كلمة الإخراج في اللّغة الإنجليزية هي كلمة Make-up، وتعني الماكياج وهو فنّ التّزيين أو فنّ التشكيل والتّكرّر أو فنّ تخطيط الوجوه، ولكن الملاحظ أنّ مصطلح التّصميم Design هو الأقرب إلى مفهوم الإخراج الصحفي حيث يرتبط التّصميم بفكرة بناء صفحة بيضاء عن طريق توظيف العناصر التبيوغرافية ممزوجة من العناصر الأخرى من أجل تقديم صحيفة تتمتع بالذوق والقوة في الخبر، إضافة إلى إقبال القراء وحرصهم على استقاء الخبر من هذه الصحيفة بالذات دون غيرها⁽²⁾.

وإجمالاً لما قلناه آنفاً، يمكن أن نحدّد تعريفاً إجرائياً للإخراج الصحفي، بالقول على أنّه جملة المراحل الفنّية والعملية التي يتمّ من خلالها تحويل المادة الصحفية المكتوبة إلى مادة إعلامية قابلة للقراءة من طرف الجمهور القارئ. ويتمّ ذلك عن طريق توضيبيها، وترتيبها، وتوزيعها بعد إجراء المعالجة التبيوغرافية عليها للحصول على أفضل مزيج يجمع بين أهداف الصحيفة المتمثلة في إيصال الرّسالة الإعلامية على أحسن وجه، وبين أذواق الجمهور المتلقّي الذي يرغب في شكل جميل وجّاب للجريدة.

2.1- التطوّر التاريخي للإخراج الصحفي:

يرجع ظهور الإخراج الصحفي إلى الحقبة الثالثة من القرن السابع عشر، حيث كانت الصحف تخرج بطريقة مماثلة للكتب، فالأعمدة تتبع بعضها، لذلك كان تحرير الصحف لا يتطلب خبرة أو مهارة فنّية خاصّة، وكانت تكفي المحرّر ثقافة عامة ولغة سليمة⁽³⁾.

(1) محمود، علم الدين، الإخراج الصحفي، (العربي للنشر والتّوزيع، القاهرة، 1989)، ص 61.

(2) تيسير أحمد، أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلّات، (ط1، دار القلم، الإمارات العربية المتّحدة، دبي، 1986)، ص 43.

(3) وفيق الطليبي، سكرتير التّحرير، دور سكرتير التّحرير، (الاتحاد العام للصحفيين العرب، بيروت، 1981)، ص 15.

وفي ذلك الوقت من القرن السابع عشر بقيت الصحافة محصورة في بيانات التّجار والسّاسة والخاصّة من المثقفين، ولذلك لم يكن الإخراج الصحفي يحفل بالعناوين، ولا يهتمّ بطرق الاجتذاب واستمالة القارئ⁽¹⁾.

وفي ذلك الحين كانت الصحف تُطبع من دون أيّ اهتمام بكيفية إخراجها لأنّها كانت تخرج مماثلة للكتاب، لذلك كانت أفكار النّاس متداخلة بين الكتب والصحف، فظلت الصحف تظهر في صورة قريبة من الكتب من حيث الإخراج والتبويب وطريقة الطبع، بل وحتى أسلوب التّحرير والكتابة⁽²⁾.

وكانت الصحف تسمّى (كتب الأخبار) News book، وكان الصحفي يسمّى المؤلّف (Author)⁽³⁾، ولم يكن مصطلح الإخراج الصحفي معروفاً في جنبه، ولا مفهوم المخرج الصحفي، حيث كان المفهوم السائد للإخراج يأتي تحت مصطلح الإنتاج الصحفي الذي يتمثّل في إعداد الحروف والرّسوم والإعلانات والموضوعات عن طريق الجمع اليدوي، وكان عامل المطبعة هو الذي يتولّى عملية الإنتاج اليدوي⁽⁴⁾.

غير أنّ هذا الأمر تغيّر بظهور الحركة الصناعية في أوربا التي انتقلت إلى كل بقاع الأرض، وكان لا بدّ للنّاس أن تواكب هذا التطوّر في مستوى العلم والثقافة والتطوّر في المجالات كافة، ومن بينها صناعة الصحف.

وقد تأثّرت الصحافة بهذه التيارات الجديدة، وتوسّعت في وظيفتها لخدمة المواطنين من العاملين في المصانع ومواقع الإنتاج، وكان هذا إيذاناً بمولد الصحافة الشعبية⁽⁵⁾.

إنّ باب المنافسة الذي فتحته التطوّرات التكنولوجية ورسّخه ظهور الصحف الشعبية حثّم على الصحافة أن تغيّر من أسلوبها لتواكب حركة التطوّر والتي كانت سبباً رئيسياً في وجود التخصص داخل العمل الصحفي، وبالتالي اختفى من قاموس الصحافة مصطلح عامل المطبعة الذي كان يعمل كل شيء بمفرده، وبحلول النّصف الثاني من القرن التّاسع عشر،

(1) إبراهيم، إمام، فنّ الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 252.

(2) صلاح، قبضايا، تحرير وإخراج الصحف، (المكتب المصري الحديث، القاهرة، 1985)، ص 193-194.

(3) إبراهيم، إمام، دراسات في الفنّ الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 222.

(4) ميسم، منذر الزبيدي، توظيف التقنيات الحديثة في الإخراج الصحفي، دراسة مسحية للصفحة الأولى من جريدتي

الصباح والزمان 2005-2006، (رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2008)، ص 14.

(5) صلاح، قبضايا، تحرير وإخراج الصحف، مرجع سبق ذكره، ص 195.

توسّعت دقّة قراء الصحف فاعتمدت الإعلانات، وأخذت تُنوّع في أبوابها، فكَبُر حجمها، وزاد عدد صفحاتها، وعدد أعمدتها، وتوزّع التحرير إلى أقسام متخصصة تحتاج إلى تنسيق دائم، وأسهم ظهور الصحف ذات الملكية الخاصّة جنباً إلى جنب مع الصحف الرّسمية في تدعيم دور الإخراج الصحفي وظهوره كأحد فنون العمل الصحفي المتخصصة الذي ساهم بشكل كبير في الوصول إلى جمهور واسع متنوّع من القراء لهم اهتمامات متنوّعة ووسائل مختلفة في التّخاطب تختلف باختلاف مشاربهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية والتّعليمية. ووجد هذا النّوع من الصّحف رواجاً كبيراً في مناخ النّمو الذي حقّقه الآلات الجديدة في هذا المجال، وما وفّرت من إمكانيات للطباعة بكميات كبيرة، ذلك أنّ الكثير من التّطورات الطباعية، كانت الصحف هي التي دفعتها وأخرجتها إلى النّور لكي تحقّق لها أهدافها، فقد أعطت الطباعة للصحف تأثيرها بتطوير شكلها التّيبوغرافي والإخراجي.

وشهد عام 1883 انقلاباً خطيراً في فنّ الإخراج الصحفي حيث ظهرت صحيفة نيويورك وورلد New York World في الولايات المتحدة، والتي أصدرها المهاجر المجري جوزيف بوليتزر Pulitzer مستخدماً أخبار الحوادث والعناوين الضّخمة والصور، إضافة إلى الخبر الدقيق المقتضب وحملاته العنيفة على الفساد والرشوة، وكذلك أصدر المليونير وليام راندولف هيرست Hearst 1896، حيث نجح في اجتذاب جماهير واسعة تعشق قراءة القصص العاطفية وأخبار الفضائح والحملات الوهمية⁽¹⁾.

وقد ساعدت الطباعة الصحافة على تحطيم القواعد التي كانت تلتزم بالتّقيّد بالعمود، فأصبح في الوسع مدّ العناوين الكبرى (المانشيتات)، ممّا جعل هذا الأمر يضيف جمالا على الصحيفة، ويُتيح للمخرج فرصة الاهتمام بعناصر الإبراز كالصورة، والعناوين، مع إعطاء المسائل المتّصلة بالمساحة ودرجات الظّل والأطر، والفراغات البيضاء وغيرها من المسائل التي تتعلّق بصلب فنّ الإخراج الصحفي.

ولا يمكن أن نغفل من أثارته الثورة المعلوماتية وتطوّر الاتصالات، ودخول التّقنيات الحديثة في صلب العمل الصحفي من نهضة في فنّ الإخراج الصحفي، وتدعيم وتوثيق الصلة بينه وبين العمليات الإعلامية السابقة له، بالإضافة إلى بروز دوره بشكل كبير كجزء لا يمكن الاستغناء عنه في الصحف سواء كانت مكتوبة أو إلكترونية.

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص14.

وهكذا يتّضح لنا أن هناك مجموعة من العوامل التي ساهمت في ظهور وتطوّر فن الإخراج الصحفي حتّى وصل إلى ما وصل إليه، ليصبح إحدى الدعامات المهمة لأيّة صحيفة ناجحة تتّسم بالحدثيّة والرّواج.

زيادة على ما سبق، تشير الدراسات إلى أنّ عملية الإخراج الصحفي لم تكن معروفة لدى الصحف، حيث كانت مماثلة تمامًا للنظم المتّبعة في إخراج الكتب، حتّى أنّ الصحف نفسها كانت تسمّى كتب الأخبار، وظلّت فكرة الصحفيين والقراء عن الإخراج الصحفي مماثلة لفكرتهم عن إخراج الكتب⁽¹⁾.

إلى أن ظهرت الثورة الصناعيّة، وأخذت تنتشر في كافة أنحاء العالم، وتمسّ جميع المجالات خاصّة مجال الصحافة المكتوبة، خصوصًا بعد ظهور وانتشار الطباعة، الذي سمح بظهور عدّة أنواع من الصحف الخاصّة كالصحافة الشعبيّة، التي تعتبر أولى الصحف التي استعملت عملية الإخراج في نشر وتنظيم محتواها، ومن هذه الصحف نجد صحيفة "الديلي ميرور Daily Mirror" التي طبقت فن الإخراج الصحفي منذ نشأتها سنة 1904⁽²⁾.

فمن هنا عُرف الإخراج الصحفي، وظلّت طريقة الديلي ميرور، هي الطابع العام لفن الإخراج الصحفي، وأخذت بقية الصحف تطبّق نفس الطريقة في نشر موادها التحريرية، حيث كانت تستخدم حروفًا كبيرة في الطباعة، ولم يكن هناك أي تنوّع في أحجام الحروف، كما أنّ الموضوعات كانت ترتّب ترتيبًا متسلسلاً دون تقديم أو تأخير.

لكن هذا الأسلوب رغم ركاكته وعدم تميّزه بالحيوية، إلّا أنّه كان مناسباً للصحافة آنذاك، لأنّها بدأت حكوميّة ثم بدأت تهتم بالنشرّات الإعلانية لخدمة التّجار، ثمّ تطوّرت لتصبح أدوات حزبية، أي أنّها كانت محصورة في الطبقات الحكوميّة (السّاسة، التّجار، المثقّفين)، لذلك لم يكن الإخراج الصحفي يهتمّ بطرق استمالة القارئ واجتذابه، لأنّ قراءها قليلون.

(1) طلعت، همام، مئة سؤال عن الإخراج الصحفي، (ط1، دار الفرقان، عّان، 1984)، ص8.

(2) سعيد، غريب النّجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي، (ط1، الدار المصريّة اللبنانيّة، القاهرة، 2001)، ص15.

❖ بدايات الإخراج الصحفي:

في الماضي عندما كانت الصحف بدائية، لم تكن هناك مشاكل فنية، لا تصميم ولا إخراج، إذ كانت الصفحات تشبه الكتاب، فالأعمدة تتبع بعضها، لذلك كان العمل التحريري لا يتطلب خبرة فنية خاصة، وكانت تكفي المحرر ثقافة عامة ولغة سليمة.

وفي مستهل ظهورها، أي في بداية القرن السابع عشر، بقيت الصحف محصورة في بيئات التجار والساسة والخاصة من المثقفين، ولذلك لم يكن غريباً أن يظل الإخراج الصحفي وثيق الصلة بالكتاب، لا يحفل بالعناوين ولا يهتم بطرق الاجتذاب، واستمالة القارئ. وبالطبع فقد كان من نتيجة ارتباطها بصفوة المجتمعات في تلك الفترة، أن تخصصت في نشر ما يهم هذه الصفوة. ولم تحفل كثيراً بالشكل، حيث أنّ المسائل المتصلة باجتذاب القارئ لم تكن ذات اهتمام يُذكر، حيث يمكن القول أنّ شكل الصحيفة في تلك الفترة كان مناسباً لوظيفتها.

وكانت عملية طبع الصحف تتمّ دون بذل أيّ جهد في إخراجها، لأنّها كانت تخرج مماثلة تماماً للكتاب، إلى حدّ كانت تسمّى: كتاب الأخبار (News books)، حتّى أن الصحفي نفسه لم يكن يُعرف بهذا الاسم، إنّما كان يُطلق عليه اسم المؤلف Author. وترتّب على هذا الأمر إهمال ترتيب الموضوعات على الصفحات وعدم الالتفات إلى موقع المادة على الصفحة، ويرجع كل هذا إلى أنّ مصطلح الإخراج الصحفي لم يكن معروفاً في أوساط العمل الصحفي، وكذلك الأمر بالنسبة لوظيفة المخرج الصحفي.

فقد كان المفهوم السائد للإخراج الصحفي يأتي تحت مصطلح الإنتاج الصحفي، والذي يتمثّل في إعداد الحروف والرّسوم والإعلانات والموضوعات عن طريق الجمع اليدوي، وكان عامل المطبعة هو الذي يتولّى عملية الإنتاج اليدوي⁽¹⁾.

غير أنّ هذا الأمر لم يدُم طويلاً، فتغيّر الحال بظهور الحركة الصناعية في أوروبا، والتي ظلّت تنتقل إلى شتى الأرض، مهتمة بالشعوب والعمل على تثقيفهم، وقد تأثرت الصحافة بهذه التيارات الجديدة، وتوسّعت في وظيفتها لخدمة المواطنين من العاملين في المصانع ومواقع الإنتاج، وكان هذا إيذاناً بمولد الصحافة الشعبية.

(1) كمال عبد الباسط، الوحشي، أسس الإخراج الصحفي، دراسة تطبيقية على الصفحات الأولى في الصحف اليومية الليبية 1969-1973، (ط1، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، ليبيا، 1999)، ص 33-34.

إن التطور التكنولوجي الذي شهدته رسائل الإعلام المختلفة من بينها الصحافة، واشتداد المنافسة بظهور الصحافة الشعبية، وقدرتها على جذب القراء، حثّت على الصحافة أن تُغيّر من أسلوبها لتواكب حركة التطور، والتي كانت سبباً رئيساً في وجود التخصص داخل العمل الصحفي، وبالتالي اختفى من قاموس الصحافة مصطلح عامل المطبعة الذي يعمل كل شيء بمفرده.

وبحلول النصف الثاني من القرن التاسع عشر، توسّعت رقعة قراء الصحف، فاعتمدت على الإعلانات وأخذت تتوّع في أبوابها، فكبر حجمها، وزاد عدد صفحاتها، وعدد أعمدتها، وتوزّع التحرير إلى أقسام متخصصة تحتاج إلى تنسيق دائم، وأصبحت الصفحة الأولى واجهة لكل الصفحات، فأضيفت مهمة جديدة هي إخراج هذه الصفحة إلى الواجهة⁽¹⁾. وفي رحلة تطوّر الصحافة، كان للإخراج الصحفي دوراً بارزاً، أدّى ظهوره كأحد فنون العمل الصحفي في تلك المرحلة التي بدأت فيها الصحافة تنتقل من الصحافة الرسمية إلى صحافة الأفراد الخاصة التي تحكمها رغبة المالك في زيادة التوزيع وتحقيق الربح، إلى جعل الصحف تولي اهتماماً كبيراً بالشكل لخدمة الصحيفة، من خلال إبراز السلع المُعلن عنها، فأصبح الإعلان هو المورد الأوّل للصحيفة يدعمها ويقف وراءها، إلى أن أصبحت الصحيفة أسيرة الإعلانات. وفي المقابل كان الإخراج الصحفي مُوظّفاً أيضاً لإبراز الأخبار والمضامين المتعدّدة، إلى جانب الإعلان، وأصبح القارئ لا يجد صعوبة في متابعة الأحداث.

ولقد ركّزت الصحف، وخاصة الشعبية منها كل جهودها لكي تصل إلى جمهور واسع ومتنوّع، تجمعهم سلسلة واسعة من الاهتمامات، وكان عليها أن تحدّد موضوعات وأساليب وأشكال للتعبير والعرض خاصّة بها، وتتناسب مع طبيعة القراء الجدد الذين دخلوا ضمن فئة قراء الصحف، بعد انتشار التعليم وسط الطبقات المتوسطة والفقيرة، حيث وجد هذا النوع من الصحف رواجاً في مناخ النّمو الذي حقّقته الآلات الجديدة في هذا المجال، وما وفّرت من إمكانيات⁽²⁾ للطباعة بكمّيات كبيرة، ذلك أنّ الكثير من التطوّرات الطباعية، كانت الصحف هي التي دفعتها وأخرجتها إلى النّور، لكي تحقّق لها أهدافها، فقد أعطت الطباعة للصحف

(1) كمال عبد الباسط، الوحيشي، المرجع السابق، ص 34-35.

(2) نفس المرجع، ص 35.

تأثيرها بتطوير شكلها التّيوغرافي والإخراجي، واتّضحت الحاجة إلى إبراز المادة الصحفية في شكل منظم، ومنسق ومُلفت لنظر القارئ، منها على سبيل المثال الفكاهات والقصص الخرافية، وأخبار الزواج والأشعار الشعبية... إلى غيرها.

وشهد عام 1890م أخطر انقلاب في فنّ الإخراج الصّحفي فظهرت صحيفة "وورلد" World التي أصدرها بولتزر Pulitzer وصحيفة Journal التي أصدرها هيرست Hearst بمدينة نيويورك. وكان من إمارات هذا الانقلاب ظهور العناوين الكبيرة المنتشرة على عرض الصفحة أو على عرض بضعة أعمدة، والتّوسع في نشر الصور والرّسوم والمبالغة في نشر الأخبار المثيرة، وما لبث المصلحون أن أطلقوا عبارة الصحافة الصفراء Yellow Journalism على هذه المحاولات الجديدة في الإثارة والمبالغة والإسراف في العناوين، والابتذال في العرض الرّخيص⁽¹⁾.

ومن الطّبيعي أن تختار مثل هذه الصحف الثّوب الفنّي المناسب لإظهار مثل هذه الموضوعات المثيرة، استجابة لرغبات القراء الجدد، وسعيًا وراء ما يعجب الجمهور مع تجنّب صفة الجفاف في الشكل والمحتوى. وقد ساعدت الطباعة الصحافة على تحطيم القواعد التي كانت تلتزم بالتقيّد بالعمود، فأصبح في الوسع مدّ العناوين الكبرى أو المانشيت، ممّا جعل هذا الجانب يضيف جمالاً على الصّحيفة، ويُتيح المُخرج فرصة الاهتمام بعناصر الإبراز: كالصورة والعناوين، مع إعطاء المسائل المتّصلة بالمساحة ودرجات الظّلال، والأطر والفراغات البيضاء، وغيرها من المسائل التي تتّصل بفنّ الإخراج اعتباراً خاصّاً، بل إنّ بعض الصّحف قد أكثرت من عناصر الإثارة والتشويق والجذب بصورة منفرة لا تحترم الذوق العام، وكذلك نشر الموضوعات التي لا تحترم الذوق العام، وكذلك نشر الموضوعات التي لا تحترم القيم الاجتماعية، وصارت أخبارها تُسمع، ولا تُستقّى، تميل إلى التّهويل والمبالغة، ولا تعترف بالموضوعية، وصارت المشاكل فيها ذريعة لنشر الروايات المثيرة.

وشهدت بدايات القرن العشرين ظهور الرّأي العام كقوة مؤثّرة وفعّالة، وظهرت في تلك الفترة استطلاعات الصّحف التي توجّهت إلى معرفة رأي القراء فيما يُقدّم لهم من أنباء مختلفة ووجهات نظرهم حول شكل الصّحيفة، وكثيراً ما استفادت الصّحف من أفكار القراء لتبني عليها أفكار وضع الصّحيفة.

(1) نفس المرجع السابق، ص36.

وهكذا يتّضح لنا أنّ التّقدّم الصناعي، ودخول فئة جديدة إلى عالم القراء قد لعبا دوراً كبيراً في مجال طباعة الصحف وإخراجها في صورة جيّدة. وتحدّد تبعاً لذلك الدّور الذي يقوم به الإخراج الصّحفي في تقديم المضامين الصّحفية في شكل جذاب متطوّر الإخراج الصّحفي تبعاً لتطوّر شكل الصحيفة، ومن ثمّ طريقة طباعتها، ليصبح الإخراج الصّحفي إحدى الدعامات الرئيسيّة للصحيفة الحديثة النّاجحة، بعد التغطية الجديدة للأحداث، واختيار المادة الصحفية وتقييمها وتطوّر أساليب الكتابة، وطرق الصياغة وكتابة العناوين وتحدّدت مهمّة الإخراج الصّحفي في توظيف العناصر التّيبوغرافية وخلق صفحة موزّعة ومنسّقة تنسيقاً جميلاً، حتّى يتقبّلها القارئ ويتجاوب معها، وهذا من أكبر عوامل نجاح الصّحيفة⁽¹⁾.

3.I- أهداف الإخراج الصّحفي:

للإخراج الصحفي أربعة أهداف هي:

- أولاً: تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ بحيث يستوعبها في أقصر وقت ممكن.
- ثانياً: عرض المادة الصحفية مقدّمة حسب أهمّيّتها، فالقارئ يتوقّع إبراز الموضوعات الهامة، سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التّيبوغرافية المستخدمة فيها.
- ثالثاً: العمل على أن تبدو الصفحة جذّابة مشوّقة.
- رابعاً: عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة والقارئ، بحيث يستطيع تمييزها عن غيرها ببسر ويسعى إليها في رغبة⁽²⁾.

ويرى هارولد ايفانز أحد كبار المخرجين الصحفيين الأمريكيين، أنّ للإخراج هدفين أساسيين: أولهما التّنظيم بمعنى تنسيق المواد الصحفية المتباينة في وحدات واضحة وتنسيق العناصر المختلفة داخل الموضوع الواحد، والثاني هو الإبراز، وواجب المخرج أو سكرتير التحرير إلى جانب تنظيم مواد الصحيفة أن يربّتها وفقاً لقيم الصحيفة وأهمية المادة بهدف جذب الانتباه وكسر روتين الصفحة⁽³⁾.

(1) كمال عبد الباسط، الوحشي، المرجع السابق، ص 37، 38.

(2) فريد، مصطفى، تكنولوجيايات الفن الصحفي، (ط1، جار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن، 2010)، ص 126.

(3) سامي فريد، «جندي مجهول اسمه: سكرتير التحرير بـ 13 مذهب للإخراج الصحفي يصافح الأهرام عيون قرائه»، الأهرام 41884، (9 أوت 2001).

4.I- وظائف الإخراج الصحفي:

أجمعت الكتب والمؤلفات والأبحاث التي تناولت الإخراج الصحفي على أهمية الدور الذي يضطلع به الإخراج الصحفي في الصحيفة وخاصة فيما يتعلق بإبراز المحتوى مع اقترانه بالجانب الجمالي للصحيفة بالشكل الذي يساهم في توصيل المعلومات إلى القارئ، ويسهل عليه الاستيعاب.

ويمكن إجمال وظائف الإخراج الصحفي فيما يلي:

1- إبراز المحتوى وتوظيفه لجذب القراء ومساعدتهم على فهم محتوى الصحيفة عن طريق استخدام وسائل الإخراج الصحفي، وما وفّره التقنيات الحديثة عن طريق العناوين الجيدة، والصورة الجذابة المتناسقة تاريخياً مع الخبر والألوان والفواصل والتنوّع في الخطوط.

2- تحقيق وإبراز القيم الجمالية للصحيفة لنيل رضا القراء على اختلاف مستوياتهم وتباين أدواقهم، وتنوّع أمزجتهم، عن طريق تسخير الشكل في خدمة المضمون، فهو فنّ تطبيقي يحقق أغراض الصحافة من حيث الوضوح والدقة والصدق في التعبير ويُسّر القراءة وجاذبية الصحيفة للقراءة، فالصحافة الكئيبة المنظر تُثفّر القارئ منها ولا ترتاح عينه إليها.

3- وضع المادة الصحفية في شكل فني متناسق ومريح للنفس والعين معاً من أجل تسهيل عملية القراءة ومن ثمّ تسهيل عملية الاستيعاب وذلك لتحقيق التّسويق والانسجام في عرض المادة الصحفية بحيث تأتي بعضها وراء بعض أو بعضها بجوار البعض الآخر وفق خطة تجعل هذه المواد معروضة بشكل منطقي حسب عالمية الخبر أو جغرافيته أو وفقاً لنوع الموضوع ووفق المعايير والقيم الأخرى.

4- تحقيق التوازن بين شكل الصحيفة ومضمونها وسياستها في التّحرير، وأن ذلك هو من صلب وظيفة الإخراج الصحفي.

5- عرض الأخبار والموضوعات بالصورة التي تحثّ القارئ على القراءة بصفة عامّة أو قراءة موضوعات أو أخبار معيّنة بصفة خاصّة، وذلك بإعطاء أهمية نسبية في إبراز وإخراج بعض الأخبار والموضوعات بالصورة التي تجذب انتباه القارئ وتُعزّيه في نفس الوقت على قراءتها.

6- إعطاء هوية مميّزة للصحيفة عن غيرها من الصحف، فالتصميم الذي يميّز واجهة الصحيفة أو صفحتها الأولى هو تصميم مرتبط بشخصيتها، ويعكس هويّتها، ويُعرّف القارئ

بها، بمجرد النظر إليها، ووظيفة الإخراج الصحفي هنا، المحافظة على تلك الهوية حتى وإن حدث تطوير في هذا الجانب⁽¹⁾.

I.5- العوامل المؤثرة في الإخراج الصحفي:

يعتبر الإخراج الصحفي أحد الميكانيزمات الأساسية لإصدار الصحيفة، والخطوة الهامة التي تحدّد الشكل العام للصحيفة، غير أنّ هناك عوامل تؤدّي دورًا بالغًا في إحداث تأثير على الإخراج الصحفي، فلا يتمّ الإخراج بمعزل عن هذه العوامل الأساسية التي وردت ضمناً فيما تقدّم مثل سياسة تحرير الصحيفة، نوع الورق والحبر، وحجم الصحيفة، بالإضافة إلى مدى التقدّم التكنولوجي الذي تأخذ به الصحيفة والإمكانيات الاقتصادية، فكل هذه العناصر تؤثر في عمل المخرج الصحفي، وهناك من يضيف عوامل مثل شخصية رئيس التحرير والقدرات الفنية لجهاز سكرتارية التحرير، ونأتي فيما يلي على تفصيل ما تقدّم:

1- سياسة تحرير الصحيفة:

وهي مجموعة الخطوط العريضة والمبادئ العامة غير المكتوبة عادة والتي تحدّد وتحكم ماذا تنشر الجريدة من مضامين ونوعية موضوعات وتطبيقات تلك السياسة التحريرية في المجال الإخراجي وهي⁽²⁾ مؤثرة ومرتبطة بالشكل ارتباطاً كبيراً، فجريدة شعبية، ستستعمل مثلاً عناوين صارخة ملوّنة، ومانشآت تمتدّ بعرض الصفحة الأولى، وبياض وفير وصور فوتوغرافية ضخمة مبرزة بشكل درامي، وهي في العادة لا تتبع أي قواعد أو مذاهب إخراجية، بل الإخراج أقرب ما يسمّى بالإخراج المختلط أو إخراج السيرك Circuse Make up، بينما الجريدة المحافظة جريدة الصفوة تميل إلى البناء الرأسي والعناوين الممتدة على عمود أو اثنين من الصور، وتهدف السياسة التحريرية إلى خلق شخصية ثابتة للصحيفة، فتخصّص الصحيفة يؤثر على إخراجها، وبالتالي على شخصيتها التي تصل إلى القارئ، وهذا جانب آخر من السياسة التحريرية بمعنى أنّ شخصية الصحيفة المحافظة والمعتدلة مثلاً لا يمكن أخذه في صحيفة خاصة بالفنون التشكيلية أو النجوم أو الرياضة، فهنا تخصص الصحيفة

(1) ستانلي، جونسون، تر. وديع فلسطين، استقاء الأنباء فن، (دار المعارف، القاهرة، 1960)، ص 260.

(2) آمال، سعد المتولي، الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، (ط1، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2006)، ص 24.

فرض شخصية معيّنة، بينما صحيفة أو مجلة خاصة بالفكر والرأي أو الأدب والفلسفة، فمن غير المنطقي أن تأخذ بالأسلوب الشعبي، وكذلك بالنسبة للصحيفة الدينية.

فشخصية الجريدة تتحدّد بتخصّصها الذي يفرض أسلوب إخراجي معيّن، ويأتي بعد ذلك على الإخراج الحفاظ على هذه الشخصية وإبرازها، وفي ذلك يرى "عبد الغني أبو العينين" أن العوامل التي تحدّد شخصية الجريدة أو المجلة هي الهدف من صدورها، بمعنى هل هي سياسية أو فنية أو متخصصة. لأن الهدف من صدورها يُعطي أولاً الطابع المميّز لها، ثمّ بعد ذلك هل هي سياسية فقط أو سياسية اقتصادية أو سياسية اجتماعية، ثمّ لمن تصدر، هل لمستوى معيّن من المثقفين أم لمستوى أقل، والجزء الثاني الذي يحدّد هذه الشخصية هو دورية الصدور وعدد الصفحات وحجم قطعها، فالقطع نفسه جزء من شخصية الجريدة أو المجلة أو الجريدة وعدد الصفحات وكذلك نوع الورق وطريقة الطباعة والألوان، وكذلك نوع الخط المستخدم، والجزء الثالث الذي يحدّد شخصية الصحيفة هو الغلاف، مثل الاسم الخاص بها، مكتوباً بشكل مميّز ومعين يتغيّر يومياً، فإنّ هذا سوف يؤثر على القارئ الذي لن يرتبط بها، فمثلاً جريدة تصدر من 20 أو 30 سنة لا يجوز أن أغيّر نوع الخط الذي أكتب به اسمها كل يوم، مرّة نسخ ومرّة رقعة، الأهرام مثلاً أُختيرَ اسمه بالخط الثلث منذ بدء عام 1875 واستمرّ على ذلك الحال حتّى اليوم ولن يتغيّر، وهذا يخلق لدى القارئ نوعاً من الإدمان أو العادة وبالتالي يُساعد على تناول أي باب في الجريدة، كما يمكن للبائع الأمّي أن يميّز الجريدة بمجرد رؤيته لاسمها، إلى جانب عامل التبويب يحدّد شخصية الصحيفة. وهذه المحدّدات يمكن بواسطتها معرفة شخصية الصحيفة من خلال التحرير والإخراج وكذلك نوع فئات القراء⁽¹⁾، وإذا كنّا نرتكز على المحدّدات الخاصّة بالإخراج الفني، فإنّ الصحافة المحافظة تتميّز باستخدام المانشيتات الهادئة وعدم تلوين المانشيتات إلّا في الحالات النادرة، والتّحفّظ في استخدام الصور وخاصة في الصفحة الأولى، واستخدام الألوان، أمّا الصحف الشعبية فإنّها تعمل على استخدام المانشيتات العريضة والضّخمة، والملونة، والتوسّع في استخدام الصّور، سواء في الصفحة الأولى أو الصفحات الداخلية، واختيار الصّور المثيرة والجذّابة والملفتة للنّظر، استخدام اللّون في بعض صفحات الجرائد الشعبية،

(1) آمال، سعد المتولي، المرجع السابق، ص ص 25، 26.

الميل إلى الصدور من إمكانيات في استخدام المانشيتات العريضة والصور الكبيرة الحجم والعناوين الصارخة.

أمّا الصحف المعتدلة فهي تستخدم المانشيتات (العناوين الرئيسية) الهادئة بالنسبة للمواد الصحفية الجادة وفي نفس الوقت استخدام العناوين الصارخة بالنسبة للمواد الصحفية الخفيفة، والتحفّظ في استخدام الصور الخاصة بالمواد الجادة والتوسّع في استخدام الصور الخاصة بالمواد الصحفية، خاصة في مجالات الفنّ والرياضة والحوادث⁽¹⁾.

2- حجم الصحيفة:

يعتبر حجم الصحيفة من أهمّ العوامل الخارجية التي تؤثر على الإخراج الصحفي، حيث يحدّد حجم الصّحيفة المساحات المخصّصة للأخبار ومتونها، ومن ناحية الإخراج الصحفي فإنّ الحجم الأمثل للصحيفة هو الذي يساعد على المرونة في الإخراج، ويعكس الغرض الذي أنشأت من أجل الجريدة. ويشير قاموس ويبستر Webster إلى أنّ مساحة الصحيفة = (الطول × العرض) وعدد أعمدتها يمثلان ما يسمّى بشكل الجريدة.

هناك عدّة أحجام من الممكن أن تستخدمها الصحف لتصدر بها، فهناك الصحف من الحجم العادي التي يتراوح العرض فيها ما بين 41 سم و45 سم، بينما يتراوح طول الصفحة ما بين 53 سم إلى 58 سم والصحف النّصفية أو ذات القطع المتوسط، والتي تكون مساحتها نصف مساحة الصحف ذات الحجم الاعتيادي، وهناك أيضا الصّحف من النّوع المتوسط، والتي تصدر عادة بأحجام خاصّة تميّزها عن باقي الصحف الأخرى حيث يتمّ استخدام أساليب إخراجية خاصة تتناسب مع الحجم الذي اختارته الصحيفة لنفسها تتناسب مع الحجم الذي اختارته لتغيير مظهرها، وشكلها بما يجعلها تختلف عن الصحف الأخرى المنافسة، ومن أمثلة هذه الصحيفة، صحيفة لوموند Le Monde التي اشتهرت بهذا الحجم حتّى صار معروفا باسمها، ويرتبط اختيار حجم الصّحيفة بشخصيتها وسياستها التحريرية، وهدفها من الصدور، ويتيح الحجم العادي للمخرج الصحفي مرونة كبيرة من خلال وضعه للتّصميم المبدئي للصفحة، أو من خلال تكوينه النّهائي لها، ونتيجة لتوحيد أحجام الصحف توحّدت أيضا اتّساعات الأعمدة، وأصبحت هذه الاتّساعات بمثابة الوحدة القياسية المكوّنة للصفحة عند توزيع الموضوعات أو الأخبار عليها، ومن المتعارف عليه أنّ مخرجي

(1) نفس المرجع السابق، ص 27.

الصحف لا يعملون على تحديد عدد الأعمدة على الصفحة، ما لم يحدّدوا حجم الحروف التي سيجمع متن مواد الصحيفة المختلفة⁽¹⁾.

3- نوع الورق ولونه:

يتّبع تحديد نوع الورق المستخدم الغرض الذي يتمّ استعماله فيه، فالورق المستخدم لطباعة الصحف غيره المستخدم في طباعة المجلّات وفي طباعة العملات، والكتب والبطاقات، ويختلف الورق من حيث نوعه وجودته وتبعاً لهذين العاملين تختلف عملية تحديد تكلفته، وتعتبر التكاليف إحدى المعوقات أمام الصحف، خاصّة إذا كانت تفتقد إلى الدّعم المادّي، ولعلّ ملمس الصحيفة من حيث نعومة الورق ترتبط بالعوامل النفسيّة للقارئ، بالإضافة إلى ارتباطها من الناحية الإخراجية والتّيبوغرافية، فالورق الناعم يسمح باستخدام شبكات دقيقة نسبياً لإنتاج الصور الظليّة عن تلك المستخدمة للطبع على ورق أكثر خشونة، كما أنّ بياض الورق يعطي وضوحاً للعناصر التّيبوغرافية التي تكون بمجموعها البناء الهيكلي للصفحة، وتتعلّق هذه الميزة بالرّؤية لدى القارئ، وتفضّل الصحف الملوّنة استعمال الورق ناصع البياض في طبع صفحاتها لأنّه يساعد على وضوح الألوان ودرجاتها⁽²⁾.

علاوة على ذلك، فإنّ للورق أنواعاً عديدة، وفي داخل كل نوع منها توجد أنواع فرعية أخرى يصعب التفريق بينها، إلّا أنّ الصحف بشكل عام تلجأ في العادة إلى استخدام ذلك النّوع المعروف باسم "ورق الصحف" أو "News Print" وهو نوع غير متين، ولا يُعمر طويلاً، ويصنع من لبّ الخشب المسحوق، والمعالج كيميائياً، مع إضافة بعض المواد الأخرى. ويتميّز هذا النوع من الورق بأنّه غير ناصع البياض، وأنّه ذو ملمس خشن، وهو أرخص أنواع الورق، ولذلك تتمسّك به الصحف، مع أنّه يعطي أسوأ نتيجة بعد عملية الطبع.

وقياساً على ما سبق، يمكن القول أنّ الورق الخشن والرّديء، قد يؤدّي إلى تشوّه حروف المتن والعنوانات، وتلاشي بعض زوائدها، بالإضافة إلى تلاشي بعض أجزاء

(1) كمال، عبد الباسط، الوحشي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(2) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

الجدول والفواصل والإطارات، وذلك عن طريق إصابتها ببعض التّجعدات، ممّا يسيء في النهاية إلى شكل المطبوع ومظهره التّيبوغرافي⁽¹⁾.

وإذا كان العنصر الغالب على المطبوع هو المادة المكتوبة (المتن)، فيمكن استخدام الورق الخشن نسبياً، أمّا إذا كان العنصر الغالب على المطبوع هو الصورة الظليّة (الفوتوغرافية)، فلا بدّ من استخدام ورق ناعم الملمس حتّى يتحمّل الشبكات الدّقيقة التي تبرز تفاصيل الصورة، أمّا إذا أراد المخرج الاستعانة بالصّور الظليّة الملوّنة فيستحسن في هذه الحالة اللّجوء إلى استخدام الورق المصقول شديد اللّمعان حتّى نسهّل عملية ضبط الألوان في أثناء التّوضيب، علماً أنّ شدّة انعكاس الضوء على سطح الورق المصقول اللّامع تضايق العين أثناء متابعة القراءة، ولذلك يفضّل عليه الورق المطفاً النّاعم.

ويُذكر أنّ الصحف لا تقتصر لون الورق المستخدم في طباعته على الأبيض بدرجاته فقط، بل يلجأ بعضها إلى استخدام ألوان أخرى طلباً للتمييز عن بقية الصحف في السوق لجذب الانتباه واستغلالاً للتأثيرات النفسيّة للألوان عند القراءة، فمثلاً صحيفة "الفايننشال تايمز" اللّندنية "The Financial Times" إلى استخدام اللّون القرنفلي في ورقها الذي تُطبع عليه، نظراً لارتباطه بلون ورق السندات الماليّة البريطانيّة، فهذا اللّون هو اللّون الذي يطبع صحف المال بشكل عام.

وتجدر الإشارة إلى أن الصحف التي تلجأ إلى اللّون غير الأبيض في صفحاتها، لا تحبّذ استخدام الألوان على هذه الصفحات، سواء أكان ذلك في الصور أو العناوين أو الأرضيات، ومثّل هذه الصحف أحسنت صنّعا عندما عزفت عن الطبع بالحبر الملّون على ورقها، إذ ثبت بالخبرة العمليّة أن هذا الإجراء يُفسد اللّون المطبوع لأنّه يتداخل مع لون الورق، ممّا يعطي في آخر الأمر بُقعاً عديمة اللّون⁽²⁾.

4- الحبر:

لكي يصبح أيّ نصّ قابلاً للقراءة لا بدّ من استخدام الحبر مع الورق والسطح الطابع في إبراز المادة المطبوعة وظهورها إلى حيّز الوجود من خلال العمليّة الطباعية. وتختلف

(1) علي، نجادات، الإخراج الصحفي، اتجاهاته، مبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، (مؤسسة حمّاد للدراسات الجامعيّة والنّشر والتّوزيع، الأردن)، ص71.

(2) علي، نجادات، المرجع السابق، ص، ص72، 73.

أنواع الحبر باختلاف السطح المطبوع والآلة الطابعة، حيث أنّ كل نوع من أنواع الحبر يتناسب مع عملية الطباعة بذاتها، وكذلك نوع الحرف المستخدم، ونوع الورق المستعمل أثناء الطباعة، ولهذا نجد أنّ حبر آلات الطباعة للصحف يختلف عن حبر آلات النسخ العادية آلات السحب المعروفة بالاستئسل أو السحب التصويري. ونظرًا لأنّ حبر الصّحف يجفّ بالامتصاص، ولا يحتوي على موادّ مثبتة تُبقيه على الصفحات وبذلك يسهل انتقالها إلى كلّ من يلامسها، فقد نجحت التقنيات الحديثة في إيجاد موادّ من شأنها أن تقوم بتجفيف الحبر أثناء مرور الورق على اسطوانات الطبع وخروجه مطبوعاً وبدون التأثير بالسرعة التي تتمّ بها عملية الطباعة⁽¹⁾.

وعلى هذا الأساس، يمكن القول، أنّ طريقة الطباعة ونوع الورق المستخدم في الطبع، يُعدّان من أهمّ العوامل الرئيسية التي تتأثر بالأحبار. وبناء عليه، فإنّ أحبار الطريقة البارزة في الطباعة لا بدّ أن تتمتع بلزوجة كافية كي تلتصق بالسطح الطابع، أمّا إذا كان الحبر سائلاً أكثر من اللازم فإنّه لن يتركز على الأجزاء البارزة من السطح الطابع. أما الأحبار المستخدمة في الطريقة الملساء فلا بدّ أن تكون أكثر لزوجة من سابقتها، نظرًا لأنّ السطح الطابع يكون باستواءٍ واحدٍ، وأنّ الأجزاء الطباعية وغير الطباعية تكون على مستوى واحد في مثل هذه الحالة، أما أحبار الطريقة الغائرة في الطباعة فلا بدّ أن خفيفة، طيّارة، ومتبخّرة، حتّى تنتقل بسهولة إلى سطح الورق أثناء الطبع⁽²⁾.

5- الطباعة:

الطباعة تعني كلّ ما يحوّل الحروف والأشكال والرّسوم من سطح إلى آخر لإنتاج شيء جديد في مجال الثقافة والتّعليم والإعلام، وتعتبر مرحلة الطباعة آخر مراحل إصدار الصحف وترتبط ارتباطاً وثيقاً بعملية الإخراج الصحفي، ذلك أنّ أغلب التّطورات الإخراجية التي طرأت على الصّحف، كانت نتيجة واضحة ومباشرة لتطوّر الطباعة بعناصرها المختلفة، من تحسّن نوع كل من الورق والحبر، إلى تطوّر آلات الطباعة من حيث النّوع والطرز والسرعة حتّى أصبحت عملية الإخراج الصحفي تتنوع بتنوّع الطباعة، كالطباعة الملساء والطباعة البارزة، والطباعة الغائرة، وازدادت مكانة الطباعة الأوتوماتيكية، فعرفت الصحافة

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

(2) علي، نجادات، مرجع سبق ذكره، ص 74.

آليات الطباعة التي تطبع على جانبي الورقة وهو تطوّر كبير أدّى إلى تقليل الوقت المستخدم في الطباعة إلى النّصف نتيجة زيادة سرعة الطباعة إلى الضعف، وإنّ التطوّر الكبير في صناعة الطباعة مكّن الإخراج الصحفي من الاستفادة من بعض المقوّمات الجمالية الأساسية في عملية الإخراج الصحفي، ومن هذه المقوّمات أخذت الألوان طريقها فوق الصورة وفي أماكن مختلفة من الصفحة لتضيف الحيوية والجمال إلى الصحيفة، فالإخراج الجيّد لا يظهر إلّا من خلال طباعة جيّدة⁽¹⁾.

6- مدى التقدّم التكنولوجي:

يؤثّر هذا العامل أيضا على أسلوب الإخراج الصحفي، حيث نشير إلى أنّ إخراج الصورة الملوّنة، أو الأبيض والأسود، يختلف من طرق طباعية لأخرى، وكذا الاعتماد على الحاسوب في الإخراج، حيث أنّ هذه الأخيرة توفّر برامج جاهزة لإخراج الصفحات، وكما أنّ هذا يرتبط ذاتيا بالإمكانيات الذاتية للصحيفة فيمكن لصحيفة ذات رأس مال كبير، ولا تملك مطبعة أن تقوم بتنفيذها في صحف أو مكاتب خارجية خاصة بذلك، وفي المقابل نجد صحيفة لديها إمكانيات مادية، كأقسام الزنكوغراف ووسائل وأساليب فصل الألوان ومطابعها، فهذه الإمكانيات التي تأخذ بها الصّحف ومدى مواكبتها للتقدم التكنولوجي تؤثر على تصميم الصفحات.

7- الإمكانيات الاقتصادية:

وهي تتداخل ضمنيا مع العامل السابق، ولكن يُقصد بها ما الذي توفّره الصحيفة للجانب الفنّي للصحيفة، وتؤثّر في هذه القدرات المادية مصدر دخل الصحيفة، كالاشتراكات، والإعلانات، والتّوزيع، فإذا كانت المؤسسة قويّة من الناحية الاقتصادية وتوفّر للصحيفة كافة المستلزمات، فإنّ هذه المطبوعة لا بدّ وأن تحافظ على الأقلّ على مستوى رأس المال الذي كان متاحًا، إما إذا كانت تتكبّد خسائر ولا تزيد هذه النّسبة المالية من خلال ما توفّره من عائدات، فإنّ المطبوعة سوف تتأثّر أولاً من الناحية الطّباعية، وشيئًا فشيئًا تختفي، فالصحيفة كأيّ سلعة لا بدّ أن يكون لها عائد وإلاّ خسرت المنشأة الصحفية.

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص36.

والعوامل السابقة مباشرة ووثيقة الصلة بالجانب الصّناعي الخاص بالصحيفة أي الإخراج، وهناك عوامل أخرى كشخصية رئيس التحرير، أو قدرات الجهاز الفّني، وهذه قد تكون مؤثرة تأثيراً مباشراً⁽¹⁾.

8- الإعلان:

الإعلان كأحد المرتكزات المتّصلة باقتصاديات الصّحيفة يفرض قيوداً على التّحرير والإخراج، لا يملك المحرّرون والمخرجون جبالها إلّا القبول، فقد أثبتت الدّراسات أنّ الإعلان يشكّل حوالي 60% من دخل الوسيلة الإعلامية. ولذلك فهو عنصر يؤثّر بصورة مباشرة على التّحرير والإخراج، حيث تحدّد الإدارة المختصة بالإعلان المساحة الإعلان في كل طبعة من طبعاتها، وهو أمر يفرض على المخرج العديد من الاعتبارات التي ينبغي أن يضعها نُصب عينيه عند إخراج الصحيفة، ومثلما يؤثّر الإعلان في عملية الإخراج الصحفي، فإنّ الإخراج هو الذي يلفت انتباه القارئ إلى الإعلان.

فالإعلان يفرض على المخرج أن يترك فراغاً بينه وبين المادة التحريرية المحاورة له في مختلف الاتجاهات أو أن يحيط الإعلان بإطار زخرفي أو أن يكون على أرضية مختلفة حتّى يشكّل وحدة إخراجية قائمة بذاتها تجذب اهتمام القارئ إليها دون أن تؤثر على متابعة الموضوعات الأخرى على الصفحة⁽²⁾.

كما يفرض الإعلان على المخرج الصّحفي ألاّ يأتي موضوعه متجاوزاً لمادة صحفية، أو إعلان آخر متناقض له تماماً، فالأهمية التي يعطيها مصمّم الإعلان لبعض كلمات أو جمل الإعلان يجب أن يضعها المخرج في اعتباره حتّى لا تتداخل مع كلمات وجمل المادة التحريرية الملاصقة أو المجاورة لها.

كما يفرض الإعلان المصوّر على المخرج ألاّ يضع بجواره صورة صحفية، ذلك أنّ تلاصق صورتين معاً يشكّل بؤراً بصرية تسرق عين القارئ، فيكشف الرّؤية غير المريحة لتجاور صورتين معاً لا علاقة بينهما من حيث شكل الموضوع، فقد تكون في الصورة

(1) آمال، سعد المتولي، مرجع سبق ذكره، ص28.

(2) كمال عبد الباسط، الوحشي، مرجع سبق ذكره، ص338.

شخصية سياسية بارزة، بينما تكون في الصورة الإعلانية مبيد حشري أو عارضة أزياء أو صورة لشريط ساخر⁽¹⁾.

6.I- عوامل تطوّر الإخراج الصّحفي:

شهدت المجالات المختلفة للإخراج الصّحفي قفزات سريعة تمثلت في تبلور الأداء الوظيفي لهذه المجالات بصورة لم تكن معهودة فيما مضى، بما أسهم في الارتقاء بالأدوار الخاصة بالإخراج، سعيًا وراء تكامل العمل في مجال إنتاج الصّحف، وثمة تطورات تقنية ومهنية أسهمت في هذا التطوّر، وذلك وفقًا لما يلي:

1- التقنيات الحديثة في مجال تجهيز الصفحات للطباعة بدءًا من ظهور أجهزة الصف الآلي للحروف، وظهور الشبكات الدّقيقة الصالحة لطباعة الصور بكفاية عالية، إضافة إلى ارتقاء النوعيات المستخدمة من ورق الصّحف، لتبدو أكثر مناسبة للاستخدامات المعاصرة للعناصر الطباعية، ووصولاً إلى الاستخدام الشامل للتقنيات في هذا المجال من خلال التقنيات الحاسوبية الخاصة بالإخراج الإلكتروني في إنتاج الصفحات جاهزة للتصوير على الألواح الطابعة، متخطية بذلك المراحل التقليدية للإنتاج، حيث كانت الصفحات تمرّ بمراحل عدّة، منها التنفيذ والمونتاج في طريقها للوصول إلى مراحل الطباعة النهائية.

2- ظهور الطباعة غير المباشرة بما أدّت إليه من إعطاء نتائج طباعية أجود وأدقّ من النتائج السابقة، إضافة إلى ظهور الطباعة الملوّنة، ودخولها ميدان الصحافة اليومية، مع تزايد اهتمام الصّحف والمجلّات بهذا النوع من الطباعة، كذلك ما أسفرت عنه التقنيات الحديثة من اكتشاف الطباعة الآلية المعتمدة على الاستخدامات الحاسوبية التي عملت على إلغاء الحاجة إلى الأسطح المعدنية الطابعة، حيث يمكن للآلات الطابعة أن تحصل على الوجه الطابع من ذاكرات الحاسب الآلية مباشرة دون وسيط.

3- ارتقاء أذواق القراء بفعل التغيّرات الحديثة في الظروف المحيطة بهم، بما هيأ لهم درجة عالية من الوعي ومن القدرة على إدراك العلاقة الصحيحة بين الشكل والمضمون، وهو ما أسهم في ارتقاء القدرات المهنية للصّحف بهدف مواكبة هذه المستويات المتقدّمة من الوعي لدى القراء من خلال الاستغلال الأمثل للعناصر المستخدمة، ومن خلال التّقدير النسبي

(1) نفس المرجع السابق، ص 339.

الصّحيح لقيم المواد الصحفية المنشورة في مختلف الصفحات، ومن خلال التوظيف المناسب لأسس التصميم وأهدافه.

4- تزايد المنافسة التي أخذت تواجهها الصّحف، وبالذات من وسائل الاتصال الإلكترونيّة، التي استطاعت أن تكسي الجماهير بفضل ما يتوافر لها من مميّزات جعلت التفاعل مع وسائل الإعلام⁽¹⁾، من خلالها يبدو أسهل وأوسع، الأمر الذي أدّى إلى أن تحاول الصّحف أن تسهّل أمر استفادة القراء منها في مسابقة تامّة للأسباب الظاهرة المؤدّية إلى اكتساب الوسائل الإلكترونيّة لجماهير وسائل الإعلام.

5- ظهور الاتجاهات الحديثة في فنون التّحرير الصحفي القائمة على الاستفادة من تقنيات البحوث العلمية، حيث نشأت صحافة الدقة القائمة على التّغطيات التفسيرية للأحداث بشكل دقيق، إضافة إلى استخدام هذه التقنيات في قياس الرّأي العام وفي تحليل المضمون، وفي القيام بتجارب علمية لجمع المادة الصحفية، ومن ثمّ تحليلها والخلوص إلى بعض الحقائق منها، وهو ما استدعى ارتقاء الصّحف بأساليب الإخراج التي تقدّم بها هذه المواد، بغية مسايرة المستويات العلمية المتضمّنة فيها وبغية العمل على تسهيل وصول المضامين التي تعبّر عنها إلى القراء بما يهيئ فرص استيعابهم لها⁽²⁾.

II- الأسس العلمية للإخراج الصحفي:

II.1- الأسس الصحفية:

تمثل الأخبار والتقارير الإخبارية أهمية بارزة في العمل الصحفي، فهي التي تحدّد مدى إقبال القراء على قراءة صحيفة دون الأخرى، ولهذا تحرص الصحف على انتقاء وترتيب الأخبار والموضوعات الداخلية والخارجية حسب أهميتها مع التأكيد على مقوّمات النّشر.

ومن بين أهداف العملية الإخراجية التتويج والاختلاف، وهذا يعني إظهار الصحيفة في كل يوم في صورة مختلفة وفي شكل متنوّع يميزها عن شكل الأمس، حتّى لا يشعر قراء الصحيفة بنمطية شكلها، الأمر الذي ينعكس إحساساً بأنّها لا تضمّ شيئاً جديداً، ولهذا تلجأ

(1) فهد بن عبد العزيز بدر، العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، (.....)، ص 96-97.

(2) فهد بن عبد العزيز بدر، العسكر، المرجع السابق، ص 97-98.

الصحف دائماً إلى تحديد أما كن الاخبار والتنويع في تصميمات الصفحة الأولى، وبصفة خاصة مقاسات الصور ونوعية الخطوط والأبناط، والجسم أو الكور حسب أهمية الموضوع الإخباري، وتحرص الصحف في ذلك على اتباع الأسس الصحفية التي تساعد بشكل كبير في تحديد التوزيع الجيد للعناصر التيبوغرافية بما يحقق الهدف المطلوب وفق السياسة العامة للصحيفة. إنّ هذه الأسس لم تكن معروفة عندما كان عامل المطبعة يقوم برصّ الحروف والجمل والسطور دون أدنى اعتبار لأيّ أسس من أي نوع كان.

ولما عرفت الصحافة أهمية تنسيق الصفحات بشكل متوازن، متنوّع، مريح، عُرف الإخراج الصحفي وعُرفت وظيفة المخرج الصحفي، وكان الاهتمام الكبير الذي يوليه الصحفي للصفحة الأولى دوراً مهماً في انطلاق حلّة الإخراج الصحفي، باعتبار أنّ هذه الصفحة تمثّل واجهة الصحيفة والمؤثر الأول في نفسية القارئ، والتي يتكوّن على أساسها رأيه في الصحيفة. وذلك بناء على ما يسمّيه علماء النفس قانون الانطباع الأول Law of First Impression، فتكوين الرّأي في هذه الحالة عملية ذهنية تسبقها انطباعات نفسية سريعة.

ولإخراج الصفحة الأولى أساليب متعدّدة لكلّ منها اسمه وخصائصه وقواعده التي اصطلح عليها التيبوغرافيون، وقد يختلف الباحثون إلى حدّ ما في تقييم هذه المذاهب وتسميتها، وتبويبها والمقارنة بينها لتوضيح ما يربطها من صلات أو يفصل بينها من فوارق⁽¹⁾.

إلا أن الباحث يرى أنّ جميعها نابع من أفكار إخراجية تمثّل مراحل في تطوّر الإخراج الصحفي، ولقد عالجت بعض كتب الإخراج الصحفي الأسس التي تقوم عليها عملية الإخراج، ومن بينها الأسس الصحفية التي تمثّل أحد المرتكزات التي تقوم عليها عملية الإخراج الصحفي، وهي جزء من مجموعة تضمّ إلى جانب الأسس الصحفية الأسس النفسية والفسولوجية التي تُشكّل في مجملها أسس الإخراج الصحفي.

وما يهمّنا في هذا العنصر هو الأسس الصحفية التي تعطي للصحف شخصيتها المتميّزة من حيث الشكل، وعلاقة الشكل بالمادة التحريرية، وذلك في إطار مجموعة من العوامل المتّصلة بالصحيفة من بينها: لافتة الصحيفة وحجمها، وتقسيماتها الداخلية وعناصر

(1) فهد بن عبد العزيز بدر، العسكر، المرجع السابق، ص 91-92.

الإبراز فيها وأسلوبها في تحرير الأخبار، وغيرها من المسائل التي تساعد الصحيفة على الوصول إلى طريقة إخراجية معيّنة، أي الوصول إلى إخراج يوازن بين الشكل والمضمون يتناسب مع طريقة القراء وتباين مستوياتهم واهتماماتهم بطريقة توظف شكل الصحيفة في نقل المضمون بصورة معيّنة، وأسلوب جذاب يراعي الموازنة بين وظيفة الصحيفة وأهدافها وجاذبيتها.

فالأسس الصحفية التي توجّه عملية الإخراج الصحفي هي نتائج لتجربة طويلة ومتجددة صاحبت رحلة الصحافة المطبوعة منذ بداياتها وحتى الآن، وتتعاكس هذه التجربة بصورة واضحة فيما تعارف على تسميته بالمدارس الإخراجية على الرغم من أنّ بعض الممارسين والدّارسين يرون عدم جدوى الحديث عن هذه المدارس في عصر الصحافة الحديثة، إلا أن هناك وجهة نظر أخرى ترى أنّ هذه المدارس هي مجموعة من الخبرات السابقة التي يمكن الاستفادة منها في عملية الإخراج الصحفي، وخاصة بالنسبة للمخرجين والمبادئ المنتقاة من الخبرات والتّجارب السابقة، وهي مفيدة كمعيار لتنظيم عملية الإبداع التّشكيلي والإخراجي، ولكنها لا تغني عن الإبداع الفردي.

إنّ هذه الأسس التي صاغت التجربة وطوّرتها الممارسة العملية، وقننتها جهود الباحثين والدّارسين في الكتب والمراجع، هي الأساس الذي قام عليه الإخراج الصحفي في الفترة الأخيرة من تاريخ الصحافة. ووفقاً لقاعدة تطوّر وتراكم المعرفة، فإنّه يصعب على الممارسين في هذا العصر تقديم أسس إخراجية حديثة، ما لم تكن مستندة إلى خبرات ومعارف السابقين، مع التأكيد على قيمة وأهمية الإبداع الفردي الذي يساعد على ابتكار صور إخراجية متفردة، تجعل المخرج المبدع متميّزاً عن زملائه العاملين في مجال الإخراج الصحفي.

إنّ اتّباع الصحيفة لمدرسة إخراجية معيّنة لا يعيق عملية الإبداع الفردي، لأنّ المدرسة الإخراجية بسماتها المتميّزة على المدارس الإخراجية، ما هي إلّا نهج تخطيطي تتّخذة الصحيفة لتعبّر به عن شخصيتها ومظهرها الذي ينبغي أن يتّسم بالثبات والتنوّع في الوقت نفسه، من خلال تحريك العناصر التّبيوغرافية على الصفحة دون الخروج على الحدود العامة للمدرسة الإخراجية، وهذا من شأنه أن يجدّد مظهر الصحيفة ويحتفظ برونقها وجاذبيتها.

ومن جهة أخرى فإنّ التنويع في إطار المدارس الإخراجية أدّى إلى ظهور أساليب إخراجية متعدّدة في إطار كلّ مدرسة، هذه الأساليب هي نتاج لعملية الإبداع الفردي. وقد اشتهرت بعض الصحف العالمية الكبرى بأسلوب معين في إخراجها، حافظت عليه فأصبح السمة البارزة لها، مثل صحيفة التايمز The Times اللندنية التي حافظت على مدرستها، وأسلوبها الإخراجي وهي صحيفة تحرص على أن تتضمن صفحتها الأولى عنصرًا تيبوغرافيا ثابتًا⁽¹⁾.

II.2- الأسس الصحفية المتّصلة بالشكل:

حين عرفت الصحافة أهمية تنسيق الصفحات بشكل متوازن، متنوّع، مريح، ظهر للوجود فن الإخراج الصحفي، وأصبحت وظيفة المخرج الصحفي إحدى المقوّمات الرئيسية لأية جريدة ناجحة.

وبرزت مجموعة من العوامل الرئيسية التي أصبحت تتحكّم في أساليب الإخراج الصحفي على سكرتارية التحرير الفنيّة على أية جريدة مراعاتها وهي⁽²⁾:

- الجانب الإعلامي الهادف إلى إبراز المادة الإعلامية المنشورة حسبما تفرضه أولويات القيم الإخبارية المتعارف عليها في علوم الصحافة والإعلام.
- الجانب الإعلاني الاقتصادي، الذي يخاطب القطاعات الاقتصادية التي تسهم إعلاناتها بتشكيل جزء مهم من ميزانية المؤسسات الصحفية.
- الجانب الفني الذي يوظّف قدرات المطبعة الصحفية في خدمة المظهر العام للجريدة والأنواع الصحفية المعالجة فيها، وكذلك إمكانيات المصوّرين والخطاطين والرّسامين وسواهم من العاملين في المجالات الفنيّة المختلفة.
- الجانب النفسي، الذي يراعي طبيعة الجمهور المُخاطب من حيث السن والمستوى الثقافي، والملامح الأساسية العامة لشخصية المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة وتُخاطبه.

(1) فهد بن عبد العزيز بدر، العسكر، المرجع السابق، ص 93-94.

(2) تيسير، أبوعرجة، مرجع سبق ذكره، ص 45-46.

وكان للصفحة الأولى أهمية خاصة الأمر الذي جعلها محطاً لاهتمام الجمهور والعاملين في الجريدة على حدّ سواء، مما حدا بالصحفيين إلى إيلائها اهتماماً خاصاً، الأمر الذي ساعد على انطلاق حلّة الإخراج الصحفي، كون الصفحة الأولى تمثل واجهة الجريدة والمؤثر الأول في نفسية القارئ والتي يتكوّن على أساسها رأيه بالجريدة، وذلك بناء على ما يسميه علماء النفس قانون الانطباع الأول لتكوين الرّأي، في هذه الحالة عملية ذهنية تسبقها انطباعات نفسية سريعة⁽¹⁾.

إنّ الأسس الصحفية هي الموجهة لعملية الإخراج الصحفي وهي نتاج لتجربة طويلة صاحب رحلة الصحافة المطبوعة منذ بدايتها وحتى الآن⁽²⁾.

والواقع أنّ دراسة الأسس الصحفية كتقويم الأخبار، واختيار ما يصلح منها للنشر، وتقدير القيمة النسبية لكل خبر، تعدّ دراسة واسعة مستقلة بذاتها. وفي الصحف الأجنبية خبراء في تذوّق الأخبار Copy Tasters تُلقَى على كواهلهم هذه المسؤوليات، لكن المخرج الصحفي لا بد أن يكون قديراً هو الآخر في هذا الفنّ، لأنّ العلاقة بين أسلوب التحرير وأسلوب الإخراج، علاقة وثيقة تشبه علاقة المضمون بالصياغة في الفنون. ويكفي أن نذكر أن فن الإعلام الحديث يتوخّى دائماً الاهتمام بعقلية القارئ وميوله، ذلك أنّ عملية الإعلام بطبيعتها ذات قطبين، أولهما الصحفي مرسل الخبر، والثاني القارئ مستقبل الخبر. فالخبر الناجح هو الذي يهّم أكبر عدد ممكن من القراء، ولا بدّ أن تتوافر فيه عدّة شروط من أهمّها على سبيل المثال:

1- الحداثة Timeliness، لأنّ الخبر الجديد يثير الاهتمام أكثر من الخبر القديم، والواقع أنّ معظم الاختراعات الصحفية الحديثة تهدف إلى نشر الأخبار في أسرع وقت ممكن، وتستعين الصحف الآن بأجهزة اللاسلكي في إرسال الأخبار والصّور.

2- القرب Proximity، فالأخبار التي تقترب من شخص القارئ قُرباً مكانياً ونفسياً أكثر أهمية من الأخبار النائية عن محور اهتمامه.

3- الضخامة Magnitude، فمدى انتشار الخبر واتّساعه عنصر مهمّ في تقويمه، فزلازل يشمل منطقة كبيرة في العالم أخطر من زلازل في قرية صغيرة.

(1) أشرف، صالح، الصفحة النصفية ثورة في الإخراج الصحفي، (دار الوفاء للنشر والإعلان، القاهرة، 1984)، ص 85.

(2) محمود، علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 80.

4- الدلالة والمعزى Significance، وهناك أخبار تبدو غير مهمّة، ولكنها في الواقع ذات مغزى عميق، فإذا صدر تشريع ينطوي على فرض ضرائب جديدة، أو إلغائها أو تحديد الأجور، أو إذا عُقدت معاهدات تهدّد السلام، فإنّه من الواجب إبراز هذه الأخبار لأهميتها.

5- سياسة الصّحيفة Policy، ولا شكّ أن سياسة الصحيفة من العناصر المهمة في تقويم الأخبار وعرضها، فالصحف الشيوعية مثلاً تحاول إبراز النشاط الشيوعي وتهتم بتفاصيله، والصحف الديمقراطية تُعنى بنشر أخبار هذا الاتجاه السياسي وخطب زعمائه، ولا يعني هذا تحيز الصحف، إنّما يعني زيادة الاهتمام بجانب من الأخبار دون آخر. ومن الضروري في هذه الأحوال جميعاً أن تنشر الأخبار بأمانة ودقة وموضوعية، على أن تتحصر وجهات النظر وإبداء الرأي في التعليقات وغيرها.

وقد لاحظ الباحثون الصحفيون أنّ محاور الميول فتطوّر من عصر إلى آخر، فقد زاد شغف الناس مثلاً بالعلوم والفنون والمخترعات الحديثة، وأصبحت أنباء الفلك، والأخبار الاقتصادية والسياسية تحتل مكانة أعظم ممّا كانت تحتلّه من قبل⁽¹⁾.

II.3- الأسس الفنيّة للإخراج الصحفي:

أولاً: التّصميم

يرى البعض أن التّصميم كمفهوم عصري هو أحد الأسس الفنيّة لحضارتنا، ولما كانت الصحافة هي جزء من حضارة العصر الحديث، فقد تأثرت إلى حدّ كبير بالتّصميم شكلاً وفعلاً⁽²⁾.

ومع تطوّر الصحافة وظهور الطباعة الحديثة، عرف المخرج الصحفي كيف يصنع تخطيطاً مسبقاً للشكل الذي تكون عليه الصفحة قبل البدء في عملية الإخراج الصحفي بأنّ التّصميم بالنسبة للعملية الإخراجية هو حجر الأساس الذي يُقام فوقه البناء الهيكلي للصحيفة، وهو العمود الفقري لبعض العمليات الإخراجية الأخرى، ولقد استعارت الصحافة فكرة التّصميم الفنّي من العلوم الهندسية، وبصفة خاصة فن الرّسم المعماري وهي من الأعمال التي يقوم بها المهندس المعماري، مجسّداً بها الأفكار التي تدور في خلد.

(1) سمير أحمد، خليل، فن الإخراج الصحفي، (ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن، 2015)، ص32-33-34.

(2) كمال عبد الباسط، الوحيشي، مرجع سبق ذكره، ص121.

وعلى ذلك يمكننا اعتبار مصممي الصحف هم في الواقع معماريون إلى حدّ ما، فهم يبنون الشكل العام أو الهيكل الأساسي للصحيفة، ويقومون يوميا بترتيب العناصر بدرجة يستطيع معها القارئ معرفة أين يجد العنصر الذي يبحث عنه دون صعوبة، ويقرأه ببسر وفهم معاً، وتتبع أهمية التصميم من كونه تعبيراً عن مشاعر وأحاسيس المخرج الصحفي، ذلك أنّ طابع أي عمل فني وفرديته ينبعان من المشاعر الخاصة بالفنان أو الصانع.

إنّ جعل الشيء واضحاً ومفهوماً باستخدام وسائل التعبير المختلفة هي الهدف الأساسي لعملية التصميم، حيث يتم تشكيل المادة بالصورة المنسقة التي تشجّع على القراءة فتجعلها سهلة في متابعتها، مريحة للعين في مظهرها، مترابطة في أخبارها وموضوعاتها متقاربة في مضمونها.

ونتيجة للخبرات المتراكمة عن الإخراج الصحفي عبر الزمن، فقد رأى المخرج الصحفي أنّ ترتيب المضمون وحده لا يحقق الأهداف التي يُراد الوصول إليها، فقام بتوظيف التصميم لخدمة إخراج الصحف، حيث وظّفه كأسلوب لترتيب الأفكار، واكتشاف العيوب عند الانتهاء من التصميم، حيث يقوم بتلافي هذه العيوب عند ظهور التصميم بشكله النهائي. وكلّما كان التصميم يمتاز بالثبات النسبي كلّما أعطى للصحيفة شخصيتها المتميزة، ذلك أنّ المظهر هو السمة التي يتعوّد عليها القارئ، ويتعرّف على صحيفته من بين مجموع المواد الإعلامية المصدّرة.

إنّ الاستقرار على فلسفة تصميمية ثابتة نسبياً لا تتوقّف عند العناصر التيبوغرافية أو تركيبها وتغييرها بين الحين والآخر، بل تتعدّها إلى أهداف تكاد تتسجم مع الأهداف النفسية والفسولوجية للعملية الإخراجية وأهمّها⁽¹⁾.

أ - تقديم المضمون للقارئ بشكل يؤدّي إلى جذب انتباهه إليه.

ب - التركيز على بعض الأجزاء المهمة بطريقة تسهل من إبرازها للقارئ العادي، وتؤدي الفكرة الرئيسية المطلوب التركيز عليها.

ج - التحكم في توجيه حركة النظر بالنسبة للقارئ بحيث تسير في اتجاهات معيّنة ويتم ترتيب المضمون على أساسها.

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 24-25.

إنّ التّصميم جزء أساسي من العمل الصحفي عامة والإخراج الصحفي بصفة خاصة، وليس كما يظن البعض بأنّه عملية خارجة أو منفصلة عنه، فالتّصميم شكل وفعل، ومنه تتبلور عملية الإخراج، ومن الصعب الاستغناء عن أيّ منهما لصالح الأخرى، حيث يسهل التصميم على المخرج الصّحفي إدخال أيّ تعديلات طارئة على العناصر التّيبوغرافية بالشكل الذي يُحقّق أفضل نماذج بين عرض الصفحة ومضمون الأخبار، والحصول على رضا القارئ من خلال المحافظة على الشّكل العام للصحيفة التي اعتاد عليها القارئ ونالت رضاه.

وإنّ دخول التقنيات الحديثة إلى العمل الصحفي باستخدام الحاسبات الإلكترونيّة، ومن ثمّ دخول البرامج المتخصّصة في التّصميم والإخراج، بالإضافة إلى التطوّر الهائل الذي لحق بتقنيات الطباعة ساهم في تعميق أهمية التّصميم كجزء لا يتجزّأ من الشخصية الفنّية للمخرج الصّحفي التي تنعكس تلقائيًا على صحيفته، والتي يقع عليها عبء إبراز نتاج أعمال فريق العمل الصّحفي ككل، وبالتالي إبراز الشخصية الخاصّة والمميّزة للصحيفة، وقد سعى المخرج الصّحفي إلى توظيف هذه التقنيات في تقديم الصحف وصفحاتها الرئيسية بشكل خاص في أشكال تتناسب مع وظائفها، وتحقّق أسسًا جمالية تتفق مع عقلية الفرد في القرن العشرين⁽¹⁾.

وبصورة ملخّصة نجد أنّ التصميم أو Design يمثّل الجانب الثاني المتلازم والمتعاقب لعملية التخطيط الأوّلي، ويسمّى التّصميم الأساسي Basic design أو المظهر العام للجريدة ككل للصفحات كمكوّنات جزئية، بحيث تعطي هويّة مميزة للجريدة عن بقية الجرائد المنافسة.

ويعرّفه البعض بأنّه خطّي منظمة، معدّة مسبقًا لكافة جوانب الشكل في الصحيفة المطبوعة بما في ذلك التّخطيط الأوّلي الذي تُتخذ بشأنه قرارات إخراجية عند بدء صدور الصحيفة والذي يمثّل فلسفة إخراجية ثابتة ومتميّزة، تجعل للصحيفة مذاقًا مختلفًا بين سائر الصحف.

كما يُشار إلى التصميم على أنّه يحتوي على معنيين متعاقبين:

(1) كمال عبد الباسط، الوحيشي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

- أولهما: وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدء صدورها، ويسمى بالتصميم الأساسي والذي يمثل معالم شكلية ثابتة من صفحة إلى أخرى بكل عدد، ومن عدد إلى آخر على الزمن الطويل، حيث تتصل هذه المعالم بثبات شكلها وموقعها وطريقة استخدامها، لإضفاء طابع متميز للصحيفة أهمها قطع (حجم) الصحيفة وعدد الأعمدة، بالإضافة إلى تصميم الصفحة الأولى والصفحات الداخلية، بالإضافة إلى التبويب ونوع الورق المستخدم ولونه.

- وثانيهما: تنسيق عناصر كل صفحة في كل عدد بشكل دوري غير ثابت يتميز بالتنوع، ويهدف التصميم في مجمله مساعدة القارئ في التحرك بسهولة ويُسر عبر الصفحة التي يقرأها، بحيث لا يصاب القارئ بالإجهاد خاصة عندما يواصل القراءة فترة طويلة مستمرة من الوقت، وهو ما يسميه الخبراء بـ "تيسير القراءة" Readability⁽¹⁾.

❖ التصميم وشخصية الجريدة:

هناك مبدأ في الإخراج لقوله «أن الصحف الناجعة لا تفرض أسلوبها على القراء فرضاً ولكنها تدرس ميولهم دراسة دقيقة». وبالنسبة إلى أي جريدة أو مجلة تصدر، فالكّل يعرف أنّه إذا لم تحدّد الجريدة أو المجلة شخصيتها، وتكون معروفة للناس، وأنهم محتاجين إليها، فلن توفّق في توزيعها ولا في رواجها.

وهناك عدة أشياء هامة هي التي تحدّد شخصية الجريدة ومنها:

• الهدف من الصور

بمعنى هل هي سياسية فقط أو فنيّة أو متخصصة لأنّ الهدف من صدورها يعطي الطابع المميّز لها، ثم بعد ذلك هل هي سياسية أو اجتماعية؟ تصدر لمن؟ لمستوى معيّن من المثقفين؟ كذلك موضوعاتها اليومية المتطورة، جزء كبير من شخصية الجريدة.

• الشكل

وهذا الشكل تحدّده مواصفات معيّنة مثل دورية الصدور هل هي جريدة يومية؟ أو أسبوعية؟ وكم عدد صفحاتها؟ وحجم قطعها (عادية أو نصفية)، وما نوع الورق المستخدم في طباعتها؟ وطريقة الطباعة؟

(1) حسنين، شفيق، الجوانب العملية في إخراج الجريدة، (ط1، دار الفكر العربي، مصر، 2006)، ص21-22.

• الصفحة الأولى

فأول ما تقع عين القارئ هو الصفحة الأولى للجريدة، ويحتوي على اسمها المكتوب بشكل مميز، ثم تبويبها الداخلي، (الأبواب الثابتة والأبواب المتغيرة).

فعلى سبيل المثال، نرى كلمة الأخبار أو الأهرام مكتوبًا بطريقة معينة، تتكرر يوميًا، ولهذا يثبت عند القارئ شكل معين يريه عند تناولها، بالإضافة لبحثه عنها وسط الجرائد الكثيرة الموجودة عند بائعي الصحف.

والواقع أن توزيع المواد على الصفحات المختلفة يُعبّر تعبيرًا صادقًا عن شخصية الصحيفة وطابعها العام، فلا بأس عند بعض الصحف، مثلًا نشر أخبار الجريمة والحب والزواج، وعن الممثلات في الصفحات الأولى وخاصة تلك الصحف النصفية الشعبية المثيرة كصحيفة "ديلي ميرور" Daily Mirror الإنجليزية، وصحيفة "ديلي نيوز" Daily News الأمريكية. وهناك صحف أخرى تفضل أن تنشر في هذه الصفحة أهم الأخبار ذات المغزى والتي تترتب عليها نتائج خطيرة، كإنباء السياسة الدولية والتطورات الاقتصادية والاختراعات العلمية والأخبار الداخلية الهامة.

وسياسة الصحيفة تلعب دورًا رئيسيًا في تقديم المادة الصحفية، وعرضها وأسلوب إخراجها وهي مؤثرة ومرتبطة بالشكل ارتباطًا كبيرًا. فجريدة شعبية جماهيرية تستعمل عناوين صارخة ملونة، ومانشيتات أو العناوين الكبيرة تمتد بعرض الصفحة الأولى، وبياض وفير وصور فوتوغرافية ضخمة مبرزة بشكل درامي، بينما الجريدة الوقورة تميل إلى البناء الرأسي والعناوين الممتدة على عمود أو اثنين فقط وقليل من الصور أو الرسوم.

ومهما تكن شخصية الصحيفة، فعلى مخرجها تقع مهمة إبراز هذه الشخصية من خلال كيائها التيبوغرافي، وهذا لا يعني مطلقًا أن تظهر الصحيفة كل يوم في شكل واحد، أو أن يكون لها مظهر ثابت، بل ينبغي أن يكون هناك أكثر من وسيلة لتحقيق منهج إخراجي واحد للتعبير عن السياسة التي اختطتها الصحيفة لنفسها نشرًا وتحريرًا، والمخرج الماهر هو الذي يغير في تيبوغرافية الصحيفة يوميًا بعد يما، بحيث يحتفظ دائمًا بطابعها الأصيل، ويحقق ما وراء هذا الطابع من فلسفة معينة⁽¹⁾.

(1) حسنين، شفيق، المرجع السابق، ص 31-32-33.

ثانيًا: تكوين الإخراج (التّظيم الفنّي)

التكوين كجزء من عملية فنّية تجسّد الصور والأشكال والرّسوم وغيرها، ليس وليد الصدفة، كما أنه ليس جديدًا أو مستحدثًا، فالتكوين في عمومهِ هو نتاج لتجارب الماضي البعيد التي كانت الأساس في إبداعات الحاضر، وإنّ تكوين الإخراج هو مرحلة مكّملة لعملية تصميم الإخراج الصّحفي، ويعتبر التّكوين في واقع الأمر صورة ملموسة ومجسّدة للتّصميم الذي وضعه المخرج للصفحة أو للصّحيفة ككل، حيث يقوم الجهاز الفنّي في الصّحيفة بتنفيذ هذه المهمّة، وذلك بنقل العملية الإخراجية من مرحلة تصميم الصفحة إلى مرحلة تنفيذ الصفحة، وبالتالي تحويله إلى كيان ملموس مملوء بالحياة والحركة من خلال المادة المكتوبة أو المصوّرة عليه، ولكي يتمّ إنجاز مثل هذا العمل يُفترض بالمخرج الصحفي والعاملين معه في الجهاز الفنّي أن يكونوا من ذوي الخبرة والدراية بأصول هذا العمل، وأن يكونوا على درجة كبيرة من الوعي بطبيعة القراء ومستوياتهم، واهتماماتهم، بالإضافة إلى توفّر القدرة على التواصل مع التطورات التقنية الحديثة ذات الصلة بتدعيم عملهم الصحفي، وكمفهوم عام فإنّ تكوين الإخراج يتمثل في التحام عناصر العمل وتداخلها، بما يحقق التناسب في الشكل والتوازن بين الكتل البصرية والتناغم في الفكرة، ويكون التكوين أكثر نجاحًا حينما يكون موظفًا بصورة جيدة في خدمة العمل⁽¹⁾.

❖ ماهية التكوين:

حيث أنّ عناصر تكوين الصفحة المطبوعة تكاد تكون نفسها عناصر تكوين أي عمل فنّي آخر، فإن مصطلح التكوين قد دخل إلى عالم الإخراج الصّحفي، وخاصّة بعد ظهور وتوسّع المدرسة المحدثّة في الإخراج الصّحفي، وأصبح المخرج الصحفي يتعامل مع الصّحيفة كما يتعامل الفنان التشكيلي مع اللوحة. وتكوين الإخراج عملية تنفيذ للتّصميم الأولي الأساسي، أو الإخراج اليومي للصّحيفة، وهو عملية مرحلية قصيرة المدى ودورية، يتمّ فيها تنفيذ القرارات الأساسية التي اتّخذت في مجال التّصميم الأساسي يوميًا أو أسبوعيًا حسب دورية الإصدار، ومن خلالها تأخذ الصّحيفة الشكل الفنّي النهائي حسب التصميم الأساسي للموضوع⁽²⁾.

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

(2) محمود، علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

وبذلك فإنّ التكوين هو عملية الاستغلال الأمثل للحيز المتاح (أوراق الجريدة) عن طريق توزيع العناصر التيبوغرافية، وفق رؤية تصميمية معيّنة تعطي للقارئ الإحساس بالاهتمام مع التأكيد على أنّ تكوين الإخراج يأخذ باعتباره الناحية الجمالية مع التركيز على الخدمات الثقافية والإعلامية بالدرجة الأساسية.

❖ أهداف التكوين:

يهدف التكوين إلى تنفيذ ما صاغه تصميم الإخراج من خلال استخدام العناصر التيبوغرافية المختلفة، فإذا كان التصميم هو وضع الخطوط الرئيسية والهيكل الأساسي لبناء الصفحة، فإنّ التكوين هو البنيان نفسه.

ذلك أنّ الهدف من اتباع أسس التكوين الفني بالنسبة لعمليات الإخراج الصحفي على وجه الخصوص يتلخص في التالي:

- إراحة بصر القارئ في أثناء مطالعته للصّحيفة.
- إعطاء القارئ شعوراً باللذة المعنوية نتيجة راحة بصره.
- إمعان النظر في الصحيفة، وهذا بلا شك يزيد من التعرّض لها أطول وقت ممكن، ويجعل القارئ يطالع أكبر عدد من الأخبار والموضوعات المنشورة، ممّا يحقق في نهاية الأمر هدف الصحيفة.

وتكمن وظيفة التكوين الأساسية في إيصال المضمون إلى القارئ في أبسط صورة، بالإضافة إلى الوظيفة الجمالية التي تزيد من رغبة القارئ في مطالعة كل مفردات الصّحيفة وكذلك الوظيفة الإبرازية التي تُشعر القارئ بمراكز الأهمية على الصفحة بطريقة تلقائية وغير مباشرة في الوقت نفسه.

ثالثاً: عناصر تكوين الإخراج

وهي العناصر التي تتحدّد لتكون صفات بنائية أو تشكيلية أو تزيينية على الصفحة، وتضمّ عناصر التكوين جملة من المكوّنات بعضها مادي والبعض الآخر معنوي، وكما يلي:

- 1- **العناصر المادية لتكوين الإخراج:** وهي العناصر تتكون منها الصفحة، فنراها أمامنا متجسدة في أشكال مختلفة وتشمل:

أ- الوحدات الطباعية وهي: النّقطة، الخط، الحرف، الجداول، والفواصل، والزوايا والإطارات.

ب- الصّور والرّسوم.

ج- العناوين.

د- الألوان.

2- العناصر غير المادية لتكوين الإخراج: وهي عناصر غير ملموسة، ولكنها تأتي نتاجاً عن العناصر المادية الملموسة، فهي عناصر غير ملموسة، ولكنها محسوسة تنشأ بنشوء العناصر المادية وتشتمل على العناصر التالية: الحركة، التّناغم وتجانس الشكل مع المحتوى⁽¹⁾.

رابعاً: تنفيذ التكوين

وهي المرحلة التي يتمّ فيها تحويل الأفكار التي تمّ وضع تصاميمها الأساسية كمرحلة أولى من مجرّد أوراق على الورق إلى واقع ملموس من خلال عرض المضمون الصّحفي (المواد التي تمّ تحريرها وكذلك الإعلانات)، بشكل مناسب يتّفق مع الغرض الأساسي للعمل الصّحفي متمثلاً بإيصال الرّسالة الإعلامية ومتوافقاً مع ما يريده القراء من شكل سليم يتّفق مع أذواق عامة القراء، وعادة ما يتمّ ذلك عن طريق توزيع المواد التحريرية على المساحة المتاحة، وتحديد مواقعها حسب الأهمية، وتوظيف العناصر التّيبوغرافية ووسائل الإبراز، وتتمّ عملية تنفيذ التكوين في مجال العمل الصّحفي وفقاً لأسلوبين، وجاء هذا التّقسيم نتاجاً للتطوّر التكنولوجي في مجال جمع الحروف والطباعة على اختلاف مراحلها وأشكالها وذلك على النّحو التالي:

1- الأسلوب التقليدي (التوضيب): أو التّبويب كما يطلق عليه أحياناً وهي عملية تنفيذ التّصميم الأساسي أو الإخراج اليومي للصحيفة. فالتّوضيب أو التّرتيب يعني ترتيب المضمون وما يصاحبه من صور ورسوم على الصفحة بما يحقّق هدف إيصال الآراء والأفكار المطروحة من خلال القالب المطبوع عن طريق توظيف المتغيرات التّيبوغرافية مثل موقع الصفحة من الصحيفة وموقع الخبر من كليهما ومساحته وحجم حروفه وأسلوب جمعه،

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص26.

كذلك كل ما يتعلّق بالعناوين من اتّساع وحجم وثقل، سواء كانت هذه العناوين رئيسية أم فرعية والتحكّم بعنصر البياض داخل صفحات الجريدة المختلفة وكيفية التعامل مع عنصر الألوان بما يؤمّن المساعدة في تحقيق الهدف الأساسي للصحيفة⁽¹⁾.

ويحدّد ايفانز H. Evans سمات التّوضيب بالانتظيم والاتّساق والإبراز من خلال وضع الفقرات التي يتوقع القارئ وجودها في الأماكن التي يتوقعها، والاقتصاد في المساحة واستغلال كل إمكانات الصفحة مع مراعاة الترابط التّحريري وإخراج التوضيب يستخدم مع آلات الجمع الآلي، ويمرّ بعدة مراحل أهمّها:

أ- عند الانتهاء من طباعة النّص المطلوب على آلة الجمع الآلي يُنقل إلى آلة التجارب، حيث يقوم فنّي الآلة بسحب عينات من النّص لتسليمها إلى المصحّح اللّغوي لتصويب الأخطاء اللّغوية والمطبعة.

ب- بعد الانتهاء من التّصحيح المبدئي والنّهائي تُنقل حروف النصوص المجموعة إلى طاولة كبيرة الحجم تُدعى الرخامة لتُصَفّ عن طريق فنّي التوضيب (الموضّب) الذي يقوم بعملية التوضيب وفقاً للتصميم الأساسي للصفحة والذي يتضمّن العناصر التّيبوغرافية من أخبار وصور وعناوين.

ج- بعد الانتهاء من توضيب الصفحة توضع في إطار حديدي بعد أن يربط جيّداً، ثم تُنقل إلى آلة التجارب لاستخراج عدّة نسخ من الصفحة.

د- يقوم المخرج الصحفي بتسلّم النّسخ حيث يقوم أولاً بتحديد حجم الصفحة، وتحديد وضع اللافتة والعناوين والصور والفواصل بين المتون.

هـ- بعد الانتهاء من عملية إخراج الصفحة تُنقل إلى قسم التصوير استعداداً لطباعتها. ويلاحظ أن إخراج التوضيب يحتاج إلى مجهود قليل من المخرج الصحفي، أي أنّ التوضيب يساعد المخرج الصحفي بنسبة 50% من عملية الإخراج الصحفي.

2- الأسلوب الحديث (إخراج الماكيت): لا يوجد اختلاف كبير بين أسلوب الماكيت، وأسلوب إخراج التوضيب في الخطوات الخاصة بتحديد المتن من حيث الحجم، وإخراج الماكيت يعتمد على إصاق المادة التّحريرية في الأماكن المحدّدة لها في التصميم الأساسي للصفحة بواسطة الجهاز الفنّي الذي يتولّى تنفيذ تعليمات المخرج وذلك بـ:

(1) كمال عبد الباسط، الوحيشي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

أ- إصاق النصوص المطبوعة على ورق الماكيت كل في مكانها المخصّص.

ب- رسم الخطوط والفواصل والإطارات المطلوبة بين النصوص والفقرات.

ج- تحديد أماكن الصور ورسم الإطارات الخاصة بها.

د- تحديد أماكن الإعلانات.

ويعتمد إخراج الماكيت على الحروف المجموعة آلياً ومرئياً بعد أن يتمّ قص النسخ ولصقها دون اللجوء إلى آلة التجارب⁽¹⁾.

II.4- الأسس النفسية للإخراج الصحفي:

تهدف الوسائل الإعلامية ومن بينها الصحافة إلى تغيير اتجاهات الأفراد النفسية نحو المبادئ والآراء ومشاكل الساعة، والأشياء وهي إليها بتغيير الاتجاهات السلبية وتحويلها إلى اتجاهات إيجابية والعكس بالعكس تبعاً للهدف الذي ترمي إليه، وتهدف دراسة الأسس النفسية في العمل الإخراجي الصحفي إلى محاولة التعرّف على بعض الجوانب الإنسانية المتّصلة بقارئ الصحف، والتي تتحكّم بأسلوب تعامله مع الصحيفة في الشكل والمضمون بشكل مباشر أو غير مباشر، ويتمّ ذلك عادة من خلال تحريك بعض الجوانب الإنسانية مثل الشعور والإدراك والتوقّع والانفعال عند الإنسان، والتأثير عليها بصورة إيجابية لصالح الصحيفة، وإن تحقيق الهدف الأساسي من إصدار أية صحيفة لا بدّ أن يعتمد على الإقناع، ويتمّ عن طريق تحريك بعض الجوانب النفسية لدى القارئ وهو يطالع صحيفته خاصة إذا ما تمّ هذا الاتّصال بصورة مريحة دون أن يتسبّب في نفور أو إزعاج القارئ الذي غالباً ما يكون مشحوناً بالانفعالات الشخصية المتأّتية من خبراته السابقة، وعلى المخرج الصحفي أن يقوم بمخاطبة الحاجات الانفعالية للقارئ عن طريق توظيف عناصر الإخراج لتوجيه الجوانب النفسية المشار إليها.

وعلى ذلك فإنّ الإخراج الصحفي يلعب دوراً مهماً في العلاقة ما بين الصحيفة كأفكار وآراء وبين الانفعال بها من قبل القارئ، وكلما كان الإخراج متقناً كلما استطاع أن يخاطب وجدان القارئ.

(1) محمود، علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 94-95.

❖ لفت الانتباه في عملية الإخراج الصحفي:

الانتباه هو أول الخطوات التي يعتمد عليها الإخراج الصحفي لجذب انتباه القارئ إلى صحيفته، ويعرّف الانتباه بأنه تركيز يمكن ملاحظته، فالعلاقة بين القارئ والصحيفة هي علاقة تبادلية، حيث أن القارئ يعتمد على ما تقدّمه الصحيفة من مواد وأسلوب عرض، وإدارة للعناصر التيبوغرافية في الصحيفة من قبل مخرجها الصحفي.

إنّ الصحيفة تعتمد على رغبات القراء وميولهم النفسية كأحدى الوسائل الجيدة في مخاطبة القراء وتحقيق الاتصال المطلوب معهم. وللصحافة وسائلها الخاصة في جذب نظر القارئ إليها عبر عناوينها وصورها وألوانها وفنونها الإخراجية والطباعة الأخرى، وحصر انتباه القارئ، واهتماماته في داخل الصفحة، من خلال توزيع العناصر الثقيلة مائلة، متّجهة نحو الداخل.

إنّ أهمّ خصائص الانتباه تتمثّل في الاختيار أو التركيز وهو يمثل مستوى عالياً من الانتباه، وهو إرادي يتمثّل في اتّجاه الشخص بفاعلية أو إيجابية أو اهتمام إلى إشارات أو تنبيهات حسنة معيّنة وإهمال إشارات أخرى.

وهناك عدة محدّدات مرتبطة بشد الانتباه للقارئ، ذات علاقة بعملية الإخراج

الصحفي وهي:

- 1- شدة المنبّه
- 2- طبيعة المنبّه
- 3- تغيّر المنبّه
- 4- موضع المنبّه
- 5- حجم المنبّه
- 6- التباين
- 7- الاعتناء أو الشخصيات الشرطية.

❖ الإدراك في عملية الإخراج الصحفي:

الإدراك عملية تتضمّن التأثير على الأعضاء الحسيّة بمؤثرات معينة، ويقوم الفرد بإعطاء تفسير وتحديد لهذه المؤثرات، ويتوقف تفسير الفرد لها على المؤثرات نفسها⁽¹⁾.

فالإدراك هو المرحلة الثانية لمرحلة الانتباه، فالقارئ يدرك الأشياء التي من حوله بمجرد وصول إشارة الانتباه إليه، حيث أنّ العلاقة مترابطة ومتّصلة، لهذا نجد أن القارئ بعد

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص28.

الانتباه يتجه إلى إدراك الأشكال وتمييزها لتحديد الأخبار المميزة عبر تداخل الشكل مع الأرضية مثلاً، وهنا يقع على عاتق المخرج الصحفي جذب انتباه القارئ إلى المادة الصحفية المعروضة، وتسهيل إدراكه لها عبر تفتّنه في وضع هيكلّة الخبر الذي يروم نشره، حجم الحروف وتحديد الموقع، وإن الحروف والخطوط والفواصل والتّقط المصاحبة للخبر تشكّل بؤرة جذب الانتباه للقارئ لدخول مرحلة إدراك أهمية المحتوى من عدمه، ولا يفوتنا هنا أن نركّز على أن سرعة الإدراك تختلف من شخص لآخر، فالمتقّون أكثر وأسرع إدراكاً من النّاس العاديين، وإنّ النّاس من معتادي قراءة الصحف يتفوّقون في عمق الإدراك لديهم من النّاس الذين لا يقرّون الصحف بانتظام⁽¹⁾.

وهناك ثلاثة عوامل تتم من خلالها عملية الإدراك هي:

أ. إدراك الحروف:

حيث تلجأ بعض الصحف إلى استخدام الحروف الكبيرة للتعبير عن أهمية الخبر الصحفي المعروض، وكذلك التّركيز على العنصر اللّوني من خلال استخدام اللّون الأسود الدّاكن أو الأحمر أحياناً لجذب انتباه القارئ ومساعدته في فهم المضمون، بالإضافة إلى تسهيل القراءة السّريعة والسّهلة، فالحروف السوداء التي تبرز على الصفحة البيضاء تعطي للقارئ انطباعاً بأهمية الحدث.

ب. إدراك اللّون:

حيث أنّ للألوان دلالات مختلفة راسخة في أذهان النّاس، فإنّ المخرج الصحفي يقوم باستخدامها على أساس القاعدة لتفسير مدلولها بالاعتماد على إدراك القارئ، فاللّون الأسود مثلاً يُشير إلى الحزن والوقار، واللّون الأحمر يُشير إلى القوة والأهمية، وعندما يرى القارئ أنّ الصحف أو إحداها تستخدم اللّون الأسود على الصفحة بكاملها، فإنّه يعد انتباهه لأن يدرك بحسّه أن هناك شيئاً ما قد حدث، ويتّجه في تفسير ذلك إلى حالة الحزن. وهنا الإدراك جاء نتيجة الخبرات السابقة التي يحملها القارئ أو ما يُسمى بالإدراك العقلي.

(1) كمال عبد الباسط، الوحيشي، مرجع سبق ذكره، ص 232.

ج. إدراك الصورة:

إن الفرق بين مشاهدة الصورة وإدراك رسمها في ذهن القارئ هو نفسه الزمن المستغرق بين لفت الانتباه واستجابة المخ لتمييز الصورة وإدراك محتواها، وهذه العملية عادة ما تتم بسرعة فائقة، ولذلك فإنّ قدرًا كبيرًا من اهتمام الصحف وتركيزها يقع على عاتق الصور، خاصة في الصفحة الأولى على اعتبار أن الصورة تعبّر عن الخبر والموضوع، بل وفي بعض الأحيان تكوّن هي الموضوع والخبر نفسه.

ولكي تتم العملية الإدراكية للصورة في ذهن القارئ، وتعميق أثرها في نفسه عندما يشاهدها لا بدّ أن يتمّ إخراج الصورة وفق مواصفات دقيقة وفنية وفقًا لحسابات رياضية معيّنة حتى تتضح للقارئ بؤرة الصورة بمجرد النّظر إليها، حيث يبرز هنا الإدراك اللاشعوري للقارئ لما تحويه الصور من معانٍ ودلالات في علاقتها بالإيضاح المرفق بها.

واكتسبت الصورة أهمية خاصة في التّركيز على الجانب الإدراكي للقارئ من خلالها، وانصبّ اهتمام المخرجين الصحفيين عليها كونها تحتل مكانة متميزة في الإخراج الإقناعي لقدرتها على نقل المعلومات والوقائع والانطباعات بصورة سهلة وميسّرة، بالإضافة إلى أن أثرها يمتدّ إلى كونها الشاهد الأصيل على الحدث.

ومهما كان انهماك القارئ فيما يراه مكتوبًا على الصحيفة، إلّا أن الصورة الفوتوغرافية قادرة على أن تقوم باجتهابه حتى ولو كان الموضوع مألوفًا لديه.

❖ الانتقاء في عملية الإخراج الصحفي:

الانتقاء هي عملية الإخراج الصحفي هي المرحلة التالية لعملية الإدراك مباشرة، حتّى أنّه يمكن القول بأنّ الإدراك والانتقاء يعملان كمرحلة واحدة.

فبعد أن يدرك دماغ الإنسان المعلومات التي وصلت إليه عن طريق المراكز العصبية، يقوم بترجمة الموقف الإدراكي فتحدث عملية الانتقاء، حيث أن الدماغ يقوم بفكّ الرّموز للرسائل العصبية المنقولة إليه من الحواس، ويقوم بتحويلها إلى إحساسات جسدية تتمثل في الرؤية والصوت والطعم والرائحة والملبس.

وتبدأ عملية الانتقاء حسب عوامل البيئة والظروف الشخصية للفرد، أي أنّها مرحلة نفسية انتقالية بين الإدراك والانفعال، ولذلك فإنّها تمزج إلى حدّ كبير بعملية الإدراك العقلي، فهي جملة ما يمتلكه الفرد من معارف منظمة تنظيماً انتقائياً.

ويمكن تحديد علاقة الانتقاء بعملية الإخراج الصحفي وفق ما يلي⁽¹⁾:

أ. الانتقاء المنظم:

إنّ القارئ يرى الصحيفة كمجموعة من الحروف والألوان والصّور والرّسوم والرّخارف، والأشكال الهندسية، لكن الإدراك هو رؤية الأشياء كوحدة واحدة ذات معنى متكامل، يتحكّم في عملية الانتقاء المنظم ما يلي:

• عادات القراءة:

حيث تختلف عادات القراءة في طريقة الإطلاع على الصحيفة، فهناك فريق يكتفي بالمرور السريع على العناوين عامة، ثمّ يختار ما يهمه من الأخبار، وفريق آخر من القراء يطلع على مقدّمات الأخبار بالإضافة على العناوين، وفريق ثالث تعودّ على البدء بقراءة عمود الافتتاح، وفريق رابع يكتفي بمشاهدة الصور والرّسوم⁽²⁾.

إنّ القارئ يختار الطريقة التي يقرأ بها صحيفته تبعاً لبيئته ولمعرفته وحاجاته أحياناً، فهو يختار الخبر الذي يدخل في دائرة اهتمامه من بين مجموعة الأخبار والموضوعات التي يراها على الصفحة، ولذلك يلعب الإخراج الصحفي دوراً بارزاً في هذه المسألة بالاستجابة لعقلية القراء الذين يقرأون الصحيفة، وعليه فإنّ إخراج الصّحف الرفيعة يختلف كثيراً عن إخراج الصّحف الشعبية التي تلجأ إلى الاستهلال المكثّف للعناوين والصّور والألوان وغيرها من العناصر التيبوغرافية الأخرى.

• الخلفية المعرفية:

تعتبر الأسس المعرفية التي يمتلكها القارئ أحد أهم العناصر التي تلعب دوراً في عملية الانتقاء، ولهذا فإن المخرج الصحفي يعطي الأهمية الكبيرة للأخبار الجديدة، يرى أنّها لن تسبّب الملل للقراء نتيجة معرفتهم السابقة بها، ذلك أنّ القارئ وهو يطالع صفحته ككل

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 29.

(2) إبراهيم، إمام، فنّ الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 261.

يكون بحكم عادة القراء على علم مسبق بمواضيع الأخبار المهمة، ومواقع الصفحات الأخرى كالصفحة الرياضية مثلاً، ووفقاً للخبرة السابقة يصل القارئ إلى هدفه بسهولة⁽¹⁾.

ب. الانتقاء غير المنظم:

وهو الانتقاء الذي تحدثه العناصر التيبوغرافية وكذلك عناصر الإبراز، فالقارئ الذي تعود على الانتقاء المنظم من خلال متابعته للعمود اليومي أو قراءته للعناوين، سرعان ما يتجه بصره نحو ما يريده المخرج الصحفي الذي استخدم عناصر الإبراز بصورة فنية لحصر انتباه القارئ عبر واحد أو أكثر من العناصر التيبوغرافية الثقيلة.

وقد ساعدت التقنيات الحديثة المخرج الصحفي على استخدام عدة أشكال للحروف والزخارف والأرضيات الشبكية والجداول وغيرها بما يشجع القارئ على الرغبة في القراءة. فالقارئ الذي يقوم بصره على الصحيفة بحثاً عن الخبر الذي يلائمه هو في الواقع يعيش حالة الانتقاء غير المنظم وهي عملية تحدث بصورة تلقائية لأنَّ القارئ دائماً يبحث عن الخبر الجديد والمشوق، بالإضافة إلى أن التقنن في استخدام العناصر التيبوغرافية، والأساليب الطباعية المبتكرة كاستخدام الحرف الطباعي المائل، قصد به لفت انتباه القارئ إلى المفاهيم الرئيسية بطبع الكلمات الدالة عليها في هذه الصور المغايرة⁽²⁾.

• الانفعال:

يعرّف علماء النفس الانفعال بأنه حالة داخلية يصعب ملاحظاتها أو قياسها مباشرة، وهي تنشأ فجأة أثناء تفاعل الفرد مع الخبرات السابقة. فبعد أن يقوم القارئ بانتقاء الخبر يبدأ بقراءته والانفعال مع الحدث أو الموضوع، ويحدّد تحرير الخبر وإخراجه من جهة، ونفسية القارئ ومدى استمراره وتواصله مع ما يقرأ، ولا بدّ من أن نضع نصب أعيننا أن انحياز القارئ لقضية معيّنة يجعله يتجاهل كل الحقائق التي ليست في صالحه، بل قد يجوز كل المعلومات التي يتلقاها لصالح قناعاته الشخصية، حيث تتم إعادة تشكيل المعلومات أو الأشياء لتلائم متطلبات الفرد.

(1) كمال عبد الباسط، الوحيشي، أسس الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 240-241.

(2) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

إن الانفعال عملية نفسية بحتة تُدار من قبل الإنسان الذي يقوم باختيار معلومات معينة، ويهمل معلومات أخرى، وما يكون مهمًا لشخص قد لا يشكل أية أهمية لشخص آخر اعتمادًا على ما هو مخزون من خبرات سابقة في ذهن المثقّي.

وعادة ما يكون لكل فرد ردّ فعل، ولذلك فالانفعال يترتب عليه رد فعل، وهو ما يسمّى برجع الصدى المتمثّل بالمناقشة مع الآخرين، والردّ على المقال المكتوب ومتابعة المزيد حول الخبر في وسائل الإعلام الأخرى أو البحث عن مصادر وألويّات وبدايات الخبر أو الاحتفاظ بالصّحيفة أو تمزيقها ورميها أحيانًا.

إنّ المراحل الأربعة السابقة (لفت الانتباه، الإدراك، الانتقاء، الانفعال) تتمّ طوال فترة مطالعة القارئ لصحيفته، وتكرّر مع قراءة كل خير أو موضوع، وعادة ما تتباين تبعًا للموضوع المقروء ودرجة تفاعله معه.

إن دخول التقنيات الحديثة إلى عالم الصحيفة ابتداء من تحرير الأخبار وتعزيزها بالصور، ومن ثمّ تحريرها وإخراجها ساهم كثيرًا في تطوير الوعي بأهمية الأسس النفسية في الإخراج الصحفي. ذلك أن كثرة وتنوّع وسائل الإعلام قدّم العديد من البدائل للقارئ، غير أنّ الاستخدام الجيّد للعناصر التبيوغرافية في مخاطبة القارئ وفق ما يراه مناسبًا له من الناحية النفسية، بالإضافة إلى النّواحي الأخرى ساهم بشكل كبير في الحفاظ على مكانة الصّحف بين مكتوبة كانت أم إلكترونية بين كل وسائل الإعلام الأخرى⁽¹⁾.

II.5- الأسس الفسيولوجية للإخراج الصحفي:

يُعَدّ إخراج الصحف من الفنون المرئية التي تعتمد في إدراكها أساسًا على حاسة البصر لدى القارئ، حيث أن العين البشرية هي وسيلته لتقييم الصحف من حيث تناسق وانسجام العناصر التبيوغرافية المختلفة والمعطيات الفنية الأخرى.

إلاّ أنّه ليس بإمكان كل العيون أن ترى الأشياء بالنمط نفسه، وليس من الممكن أن يكون لتأثير الأشياء والمشاهدة من قبل العيون الوقع نفسه عليها، وعليه تختلف فيما يشاهدونه من أشياء⁽²⁾.

(1) كمال عبد الباسط، الوحشي، أسس الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص242.

(2) المرجع السابق نفسه، ص31.

ومهما كانت الأحكام التي يصدرها القارئ على خبر بعينه، فإنّ ما يعتدّ به هو حكمه على الشكل النهائي الذي تظهر به صحيفته، فالاهتمام بالإخراج الصحفي بشكل خاص أساسه التغيير المستمرّ في متطلبات القراء واحتياجاتهم الفكرية والنفسية والاجتماعية وغيرها، حيث أن قارئ الصحيفة اليوم هو قارئ متعجّل ليس لديه الوقت لقراءة الصحيفة بأكملها، لذلك وجب أن يتمّ تنسيق الصحيفة اعتماداً على ما تحويه من أخبار جديدة ومهمة تخاطب حاجات القراء في الزمان والمكان المناسبين، فأصبح على المخرج أن يوظف كل ما متاح له من إمكانيات مادية ومعنوية من أجل أن يقدّم مضمون الصحيفة في قالب تتناسب فيه المساحات المكانية واللّونية للعناصر التيبوغرافية التي تشترك في البناء المرئي للصحيفة الذي يجب أن يبدو في صورة مريحة للقارئ وخاصة أثناء عملية القراءة.

إنّ ما يقارب الـ 90% من معلوماتنا عن العالم الخارجي تأتي عن طريق الإبصار الذي نميّز بها الأشياء وألوانها ونتعرّف عن طريقها على ما حولنا، وفي هذا الجانب تتجسّد لنا أهمّ وظائف البناء التيبوغرافي ألا وهي تحقيق سلامة العملية الفسيولوجية أثناء القراءة. وتتركز الأسس الفسيولوجية التي يستند إليها الإخراج الصحفي في حركة العين وراحتها أثناء القراءة، ولا بدّ للمخرج الصحفي أن يكون ملماً بها، عارفاً بتأثيراتها الإيجابية والسلبية على عملية القراءة حتى يتمكن من وضعها في الاعتبار عند إخراج الصفحات، حيث أن القراء يختلفون من حيث قوة الإبصار لديهم، إضافة إلى اختلاف ميولهم واهتماماتهم وعاداتهم القرائية.

■ مهام المخرج الصحفي (سكرتير التحرير):

عموماً يقوم بعملية الإخراج تحت إشراف رئيس التحرير وكبار معاونيه قسم متخصص أو جهاز (وأحيانا محرّر واحد حسب حجم الصحيفة وإمكاناتها وقدراتها الاقتصادية، أو عدد صفحاتها) وهو قسم الإخراج الصحفي أو قسم سكرتارية التحرير الفنية، أو قسم التوضيب، وأحيانا يطلق عليه القسم الفنّي، ويتولى مسؤولية هذا القسم محرّر مسؤول قد يطبق عليه محرّر الإخراج، أو محرّر التوضيب، أو المحرّر الجرافيكي أو المصمّم، أو المدير الفنّي، وقد يكون هناك إلى جانب القسم مشرف أو مستشار فنّي للصحيفة (خاصة في المجلّات)، وقد يكون الإخراج الصحفي مسؤولية نائب رئيس التحرير أو مدير التحرير أو أحد كبار معاونيه.

والمخرج الصحفي هو الشخص الذي يتولّى مسؤولية الإخراج الصحفي، وهو أقرب ما يكون إلى المصمم الفنّي، ويجب أن تتوفر لديه القدرة على الإبداع في وقت قصير يتناسب مع ظروف عمل الصحافة خاصة اليومية، وهو يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، ويُعد حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى⁽¹⁾، ومن مهامه:

■ دور سكرتارية التحرير في مراحل الإخراج:

إنّ جهاز التحرير في الصحيفة لا يعمل بطريقة عشوائية، لكنّه ينطلق في عمله من خطة منظمة، محكمة، تمرّ بها مراحل العمل الصحفي بدايةً باجتماعات التحرير وانتهاءً بالإخراج الذي يعتبر تحريرًا بالشكل، وآخر مرحلة من مراحل إنتاج الصحيفة، حيث توزّع المهام والمسؤوليات والوظائف بصفة يومية من خلال التوجيهات التي يقدّمها رئيس تحرير الصحيفة في الاجتماع الصباحي، مع رؤساء الأقسام أو الصفحات، وتتم فيه مناقشة العدد الصادر صباح ذلك اليوم وإبداء الملاحظات النقدية التي تتصل بنواحي الإجابة أو التقصير من جانب المندوبين أو المحرّرين، أو من جانب القسم الفني الذي يشرف على عملية الإخراج.

ويتم كذلك بحث بعض ما أجادت به الصحف المنافسة، وكذلك مناقشة مهام المندوبين وتحركاتهم، والمؤتمرات الصحفية المكلفين بحضورها وتغطية فعالياتهما، والأحداث الكبيرة التي يتوجب الاستعداد لها والأحاديث الصحفية التي يتوجب إجراؤها. وقد جرت العادة أن تُسند مهمة إجراء الأحاديث والمقابلات الصحفية للصحفيين من أصحاب الخبرة والتجربة.

ومما يتم بحثه من مداولات هيئة التحرير، ما كُتبت في الصحيفة أو مشروعها، وخطتها الهيكلية التي ستحمل مواد العدد التالي من هذه الصحيفة. وهذا الماكيث تتولّى رسمه وإعداده سكرتارية تحرير الصحيفة، المعنية بإعداد المواد التحريرية وغيرها للنشر على صفحات الجريدة وهي الجهة التي يرتبط عملها بكافة دوائر المؤسسة الصحفية ومنها إدارة التحرير وإدارة الإعلان، وإدارة المطابع، وإدارة التوزيع⁽²⁾.

(1) سمير أحمد، خليل، فن الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، الإخراج الصحفي الحديث، الأسس العلمية والعملية، (ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2014، ص 83-84.

إن الماكيت إذن بالنسبة لهيئة التحرير المخطط الذي تلتزم به الأقسام وسكرتارية التحرير، ومن هنا يتم رسمه في مرحلة التخطيط، إما يدويا أو بشكل أكثر دقة عن طريق برامج النشر الإلكتروني كما أشرنا. وعلى هذا الماكيت يتم تحديد المحتويات ضالتي تظهر في الصحيفة، ويتم التعبير عنها بمستويات ثابتة من زوايا وأبواب ومواد صحيفة متنوعة يجري تقسيمها وفق سياسة الصحيفة واهتماماتها، والاختصاصات التي تركز عليها، ووفق الإمكانيات التحريرية والفنية التي تتوفر عليها.

ويتصل عمل سكرتارية التحرير الفنية، كذلك بدوائر التصوير والمطابع والتوزيع، لكي تكتمل العناصر الفنية، التي تساهم في إنتاج الصحيفة بكل ما تتطلبه من جهود مشتركة، تستوجب الانسجام والتنسيق المحكم من خلال المهام التي يتولاها رؤساء الأقسام والدوائر كل من ناحيته ودائرة اختصاصه، حتى يصل هذا المطبوع النهائي المتمثل بالصحيفة إلى أيدي القراء باعتباره خلاصة عمل فريق متكامل⁽¹⁾.

■ الإخراج واقتصاديات الصحف:

هناك عوامل كثيرة تتضافر لرفع توزيع الصحيفة، وتحسين مركزها الاقتصادي. ويعتبر الإخراج الصحفي بالإضافة إلى السياسة التحريرية المتبعة من أهم هذه العوامل. فكلما كانت الصحيفة جيدة التحرير ترضي احتياجات أكبر عدد من القراء زاد توزيعها، ويتحقق ذلك كلما كانت أبواب الصحيفة تغطي كل ناحية من نواحي الحياة الإنسانية في الدّاخل والخارج. وكذلك، التجديد للأبواب الثابتة في الصحيفة والمادة التحريرية والإعلانات، كما يشمل الإخراج في وبعض الأحيان حجم الصحيفة نفسها. وعنصر التجديد أيضا هو الذي يُفسّر لنا كيف تصدر صحيفة جديدة فتنتزع القراء من صحيفة قديمة راسخة في الفنّ الصحفي، ولها قراء تعودوا عليها، وتصبح الصحيفة الجديدة ذات أرقام عالية في التوزيع قد تفوق أحيانا الصحف القديمة. ويلعب الارتباط بمشاكل القراء وهمومهم دورا كبيرا في ترويج الصحيفة أيضا، لأنّ القارئ يشعر أن الصحيفة ستقوم بجهدا لتخفيف أعباء حياته أو مساعدته على تحقيق أهدافه التي يسعى إليها، سواء من الناحية الاجتماعية والإنسانية والاقتصادية، ويتجلى هذا الاهتمام بتخصيص مساحات معتبرة لرسائل القراء

(1) نفس المرجع، ص 86-87.

وكتاباتهم في الصحف تحت عناوين جذابة ملفتة للأنظار، بالإضافة إلى ما تقوم به بعض الصحف من إجراء المسابقات، وتقديم الجوائز لقراءها، وكذلك المشاركة في النشاطات الإنسانية العامة في المجتمع.

وما من شك، أن تضافر التحرير والإخراج يؤدي إلى ترسيخ نجاح الصحيفة أو المجلة، وهذا ما تفتن إليه مالكي الصحف الحزبية أو الدينية الجادة أيضا، التي تُعرف بطابعها الوقور الذي لا يحفل كثيرا بالاهتمام بفنون الإخراج المعروفة، أو الصور الكبيرة والألوان، فنجدها تحاول الاهتمام بإخراج صفحاتها باستخدام العناصر الطباعية المتنوعة، وتبويب الصفحات والمواد المنشورة بهدف زيادة جاذبية موضوعاتها، وجذب قراء جدد إليها إضافة إلى قرائها الملتزمين بأهدافها والحريصين على متابعتها، ومن ذلك ما تسعى إليه هذه الصحف والمجلات من تجديد وتغيير للأبواب الثابتة وتحسين صور الأغلفة، وإحداث التنويعات في تبنيط الحروف، لكي يترافق الفن الصحفي مع التهج السياسي الخاص بهذا النوع من الصحف أو المجلات⁽¹⁾.

وتشكل السياسة التحريرية والإخراج عنصرا أساسيا من عناصر اقتصاديات الصحيفة لاعتبارات كثيرة، أهمها، أن السياسة التحريرية هي التي تحدّد مستوى الصحيفة بصفة عامة، وأنّ المادة التحريرية تعتبر عنصرا تعمل المنشأة الصحفية على المحافظة عليه. ويؤخذ في الاعتبار دائما أن أذواق القراء تتغير من وقت لآخر، ويقتضي هذا تعديل المادة التحريرية تبعاً لذلك. ومما يميّز صحيفة عن أخرى من الناحية التيبوغرافية أن تكون لها طريقة مميزة في إعداد عناوينها الرئيسية والفرعية واستخدام الألوان فيها وفي تبويب الصحيفة وترتيب صفحاتها⁽²⁾.

■ خلفية تاريخية لتطور وتكوين المخرج الصحفي:

يعتبر التكوين عامل أساسي وضروري لكلّ راغب في أن يُصبح مُخرجا صحفيا ناجحا، فبفضل التكوين يتلقّى المخرج الصحفي الأسس الصحيحة والمبادئ الضرورية للقيام بعمله بشكل جيّد.

(1) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، المرجع السابق، ص 50.

(2) نفس المرجع، ص 50-51.

مرّ الإخراج الصحفي بثلاث مراحل هامة:

- **المرحلة الأولى:** تبدأ مع البداية الأولى للصحافة إلى غاية أواخر القرن 19، حيث كان الإخراج سهلاً وبسيطاً، تُعرض فيه محتويات الصحيفة على شكل نص ذو عمود واحد فقط يأخذ عرض الصفحة كلّها، لهذا لم يستوجب الأمر وجود مخرج صحفي.

- **المرحلة الثانية:** تبدأ مع أواخر القرن 19 إلى غاية القرن 20، وهنا ظهر ما يسمّى بالصحف الكبرى كما أدخل الإشهار عليها، وأصبح الهدف الرئيسي للصحيفة هو مسّ أكبر قدر ممكن من القراء، ومجموعة هذه الأهداف أصبحت تستلزم التخصص والتنظيم، الأمر الذي أدّى إلى ظهور أقسام تحرير تحت إشراف سكرتير التحرير الفني.

- **المرحلة الثالثة:** تقع ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية، وتعد هذه المرحلة أحسن فترة عرفتتها الصحافة المكتوبة، برزت ضرورة توفير مخرج صحفي لدى المؤسسات الصحفية الكبرى، نظراً لكثرة الأحداث وزيادة المنافسة بين الصحف، ممّا أدّى إلى زيادة استعمال العناصر التّيبوغرافية.

ومن ضمن الأسباب الرئيسية التي زادت من أهمية الإخراج الصحفي ظهور الثورة الصناعية وما أفرزته من تطوّرات تكنولوجية في ميدان النقل والاتصالات التي ساعدت على انتشار الصحف في المدن الكبرى والصغرى، فأصبح الإخراج الصحفي يقوم على أسس ومذاهب علمية خاصة به تهدف إلى:
أولاً: تكوين شخصية الصحيفة.

ثانياً: جلب القراء والمعلنين، وبالتالي زيادة المبيعات والربح السريع والعمل على رواج الصحيفة.

وبهذا الشكل أصبحت مفاهيم وقواعد الإخراج الصحفي، تُلقّن في مدارس ومراكز عامّة أو خاصّة منتشرة في جميع الدول المتقدّمة إعلامياً، مثلما هو الحال بالنسبة لمركز تكوين وتحسين مستوى الصحفيين (CFPJ) Centre de Formation et de Perfectionnements des Journalistes بباريس، يتوافد عليه الطلبة من مختلف الجنسيات لتحسين مستوياتهم، أو للتكوين وذلك في شكل تربّصات تدوم من واحد وعشرين يوماً (21) إلى سنّة أشهر بالنسبة للصحفيين والمخرجين العاملين، ولمدّة سنة أو أكثر بالنسبة للصحفيين والمخرجين الصحفيين المبتدئين.

إنّ تكوين المخرج الصحفي في مراكز خاصة غير كاف لوحده لإنشاء مخرج صحفي ناجح أو رفعه إلى مرتبة عليا هي مرتبة سكرتير التحرير، بل هناك شروطاً أخرى تدخل في تكوين هذا الأخير، متمثلة في شخصية الصحفي ذاته، ويجب أن تتوفر فيه حتى يلحق درجة سكرتير التحرير، ويمكن حصر هذه الشروط فيما يلي:

1- التكوين كأبي صحفي متكامل، حتى يتمكن من تمييز قيمة المواضيع أثناء توزيعها على الصفحة، وهذا العامل يتطلب منه ثقافة عالية في كل المجالات الفنية والعلمية والاجتماعية. كما يجب أن يكون واعياً بكل حقوقه كصحفي، إلى جانب امتلاكه الذوق الفني لدى تصميمه الصحيفة، فضلاً عن كونه صحفي محترف ذو خبرة تتعدى 15 سنة.

2- أن يتلقّى تكويناً تقنياً، معنى ذلك أن يكون ملماً بكل المعطيات والاصطلاحات التقنية، كشروط التركيب والجمع مثلاً، وكذلك قدرته على فهم لغة التقنيين لتمرير الرسالة بسهولة، وعليه حرصت الدول المتقدمة على تعليم مخرجيها طرق استعمال العقل الإلكتروني، ومختلف المستحدثات لإخراج صفحات صحفها.

3- تكوين صحفي مسؤول عن كل التوجهات السياسية والمعنوية التي تحرص الصحيفة على تبليغها عن طريق الشخصية الإخراجية، والأثر يظهر من حيث توضيح أفكاره، وانطباعاته الشخصية في بعض الأحيان، وذلك بنشر موضوع على حساب موضوع آخر، وتكرّر هذه الحالات خاصة لدى الصحف المختلفة عمومية أو حكومية، حزبية أو مستقلة وغيرها.

إن استجابة الإخراج الصحفي لاحتياجات توظيف الأسس الفسيولوجية جعل الصحافة الحديثة تهتم كثيراً بترقية أساليب وفنون الإخراج الصحفي فيها، فابتدعت طرق عديدة للاستفادة من الحبر ودرجة كثافته، وحجم الحروف والألوان والسطور والفواصل والصور وغيرها من العناصر التيبوغرافية في عملية الإخراج الصحفي، ويمكننا توضيح الأسس الفسيولوجية للإخراج الصحفي وفق الآتي:

1- طول السطر:

قديمًا لم تكن هناك مواصفات وقياسات معينة للصفحة، وكان الأسلوب السائد هو الاتجاه الرأسي في الإخراج والذي يتمثل في نشر الأخبار والمقالات على أعمدة مترابطة جنباً إلى جنب لا يفصلها إلا فراغات بيضاء بسيطة، وكانت العناوين تتفق مع الأعمدة، وهو أمر فيه الكثير من الإجهاد لبصر القارئ، ومع تطوّر الصحافة ودخول التقنيات

والبرمجيات الحديثة، أمكن تطوير العملية الإخراجية من خلال الاتجاه إلى الأسلوب الأفقي الذي عُرف عندما بدأ استخدام القوالب المعدنية المقوّسة للطبع بالطريقة البارزة لاضطرار الطابع إلى ربط الصفحة بالعناوين التي تحتلّ اتّساعها يزيد على اتّساع العمود الواحد⁽¹⁾.

إضافة إلى ما سبق يعطي البناء الأفقي للصحيفة الخداع البصري، فعند إخراج الخبر أو الموضوع الذي يبلغ طوله 20 بوصة رأسياً، سوف يمتدّ من قمّة الصفحة إلى قاعها وسوف يبدو طويلاً، وبسبب العدد المحدود من المواد الصحفية الذي يمكن عرضه داخل عمود واحد، فمن المحتمل بالنسبة للقراء الذين يريدون بؤراً ثنائية الرؤية Bifocals في الصفحة، أن تكون لديهم صعوبة في قراءة مادة رأسية، ذلك أنّ عليهم طيّ أو رفع الصفحة عندما يقومون بمسح عمود الصحيفة من أعلى إلى أسفل.

ومع هذا التتوّع والتطوّر ظهر الجسم أو الكور الذي هو وحدة قياس طول السطر، وأصبح لكل صحيفة طابعها الخاص، فقد تبرز بعض الصحف مقدّمات أخبارها على عمودين والأخرى على ثلاث، وهكذا بما يتّفق مع حجم الصحيفة وعدد أعمدتها، وعلى الرّغم من هذا التتوّع في العرض، إلّا أنّ المشكلة تكمن في درجة تكيف القارئ مع الصحيفة، والكيفية التي يقدّم بها المضمون بالشكل الذي يسهّل على القارئ عملية التّواصل والفهم والاستيعاب بكلّ يسر وسهولة⁽²⁾.

غير أنّ تتبّع القراءة والانتقال من كلمة لأخرى يتوقّف على ثقافة القارئ نفسه ومدى استيعابه للرسائل المرسلة إلى دماغه عبر العينين، ذلك أنّه كلّما كانت الكلمة بحجم معقول، كلّما كان انسياب العينين أثناء القراءة يسيراً، حيث أنّ القراءة الأفقية لا تتعب العينين. غير أنّ هناك حقيقة علمية تستدعي الانتباه والوقوف عندها، وهي أنّ عين القارئ تحاول تمييز الكلمات لا باستيعاب شكلها الكلّي، بل بالمرور على النّصف العلوي منه، لذلك انصبّت جهود المصمّمين في السنوات الأخيرة على رفع وتكبير وجه الأحرف حتى يتمكّن القارئ من تمييز الحرف عند لمحّه للقسم العلوي.

(1) أشرف، محمود صالح، دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، أثر الطباعة في تطوير الإخراج الصحفي، القاهرة، ص76.

(2) محمود، علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص72.

2- حجم الحرف:

تعدّ حروف المتن من أهم العناصر المؤثرة على عين القارئ، فالصحيفة كونها أكثر العناصر التيبوغرافية التي تملأ سطح الصفحة، والتي سيتمّ التّواصل بين الصحيفة والقارئ من خلالها لذلك فإنّ التعامل مع حجم الحروف لا بدّ أن يكون بشيء كبير من الاهتمام، بالإضافة إلى حجم الأحرف، فإنّ نوعها كذلك من الأمور المهمة أيضاً.

فكلاً من الحجم والنّوع إما يشجعان القارئ على إكمال قراءة الموضوع، أو ينفّرانه منها، فالقارئ يبحث عمّا تقرأه عيناه بكل سهولة ويُسّر عبر فترة من القراءة المستمرة.

وقد ساعدت التقنيات الحديثة على توفير المئات من أشكال الحروف من خلال برامج متخصصة حفظتها تقنيات الخزن باستخدام الأقراص الصلبة (CD) التي جعلت من العديد من البرامج في متناول يد الجميع، وبلغات متعدّدة كالحروف العربية، والإنجليزية.

إنّ سير العين أثناء عملية القراءة في المستوى الأفقي يُتيح لها رؤية الأحرف المرتفعة والمنخفضة بسهولة تامّة وهي ميزة أدركها الخطاطون الأوائل عندما خصّصوا بطن القلم لرسم الامتدادات الأفقية للحرف، بينما بقيت الامتدادات العمودية أقلّ سُمكاً⁽¹⁾.

ولإحداث التأثير الفسيولوجي المُريح للمادة في رؤية القارئ لها، وفُرت التقنيات الحديثة إمكانية التحكم بحجم الحروف في المادة المنشورة تقنيات الحاسب الآلي والبرامج الطباعة المنتشرة، فمثلاً تكون المقدمات الإخبارية ببنط مغاير، وبحجم حروف أقلّ، ذلك أنّ رؤية الحروف السوداء المطبوعة على الورق الأبيض تنشأ من امتصاص الحروف للضوء الساقط عليها وانعكاس الضوء من على الورق المطبوع، ومن هذه الاختلافات في انعكاس الضوء ينشأ الإحساس بالرؤية.

3- الخطوط والفراغات البيضاء والمساحات السوداء والأرضيات الشبكية:

اعتمدت الصحافة الحديثة في عملية إخراجها الصحفي على الخطوط والفراغات البيضاء، والمساحات السوداء والأرضيات الشبكية للتمييز بين المواد المختلفة ضمن الصفحة الواحدة، حيث تشكل هذه العناصر أحد عوامل راحة العين أثناء عملية قراءة المضمون، وتمنع تداخل الرؤية بين المواد المتلاصقة على الصفحة، وتقوم علاقة وثيقة بين حركة العين

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص32.

أثناء القراءة ووجود هذه العناصر بين موضوعات الصفحة الواحدة حيث أنّ العين أثناء القراءة تتحرّك بطريقة طبيعية من العناصر الكبيرة إلى العناصر الصغيرة، ومن العناصر الثقيلة أو السوداء أو الخفيفة أو الرمادية البيضاء، ومن العناصر الملونة إلى غير الملونة، ومن الأشكال التقليدية إلى غير التقليدية منها، ولهذا السبب ينصح المخرج الصحفي دائماً بأن يقلّل من المساحات السوداء، لأن كثافة هذا اللون تحتاج إلى مجهود كبير تبذله العين في استيعاب ما عليه من كتابة واكتشاف ما حوله من حركات، وهذا يسبّب إرهاقاً وتوتراً للخلايا العينية، كما أن الإسراف في استخدام الفراغات البيضاء من شأنه أن يضرّ بالصّحيفة، فالإسراف في استعمال هذه الفراغات مثله مثل ازدحام السطور والكلمات⁽¹⁾.

إن اصطدام العين بالفراغ على جانبي عمود المقال يؤدّي إلى القفز إلى السطر التالي، فتبدو القراءة عمودية بصورة طبيعية، كما أنّ هذا الفراغ يجب أن لا يتجاوز وقفة عند نهاية السطر العمودي حتى لا تؤدّي القفزات إلى القراءة الأفقية.

وتعدّ الأرضيات (الشبك) من الوسائل الحديثة التي استخدمتها الصحف من أجل توفير أقصى ما يمكن من الراحة لعين القارئ، حيث كانت أشبه ما تكون بالدليل لاستخدام اللون الأسود بكثافة والسبب في اللجوء إلى الأرضيات كونها تزيد من إبراز المادة، بالإضافة إلى خاصيتها اللونية التي تجمع بين اللونين الأبيض والأسود، فتنتج لوناً رمادياً يساعد على التخفيف من حدّة كثافة اللون الأسود، والتنويع لخلق نوع من التّجديد على الصفحة مع إبراز مواطن الأهمية عن طريق خلق التّضاد الذي يساعد على جذب الانتباه.

ومن الناحية الفسيولوجية فإنّ الأرضيات الشبك تعمل على تحقيق الرؤية أثناء القراءة، وتسهّل على القارئ مهمة البحث على المواضيع الأكثر أهمية على الصفحة بنظرة عابرة لها وفقاً لمفهوم الاستشارة الحسية، والتي تنتج عن الرؤية المتميّزة للأشياء المتضادّة ذات الألوان المختلفة، والتي تعطي مقادير مختلفة من الضوء على اعتبار أن قوة اللون تتحدّد وفقاً لطول موجته⁽²⁾.

(1) إبراهيم، إمام، فنّ الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص266.

(2) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص32.

4- اللون:

حيث أن الإحساس باللون وإدراكه شأنه شأن حدة النظر من وظائف الرؤية المركزية، فخاصية تمييز الألوان لها أهميتها في الحياة، فعن طريق رؤية الألوان يمكن تمييز الإشارات مع الاعتماد على الخبرات السابقة، والمرتكزة في العقل البشري، والتي تم اكتسابها عن طريق الحواس الأخرى، فمن السهل أن نتذكر شكلاً أو لوناً رأيناه من أن نتذكر صوتاً سمعناه، إن الألوان تعطي للصحيفة قيمة جمالية خاصة إذا أدى اللون الغرض الذي استخدم من أجله، لذلك نجد أن العديد من الصحف تدخل الألوان إلى عناوينها الرئيسية، بالإضافة إلى استخدام الصور الملونة على صدور صفحاتها.

وتنتج الصحف إلى الألوان عادة لإحداث الأثر النفسي بعد حدوث الأثر الفسيولوجي على العين، والسبب هو أن الألوان الزاهية تستقبلها الخلايا المخروطية التي تزيد من حساسية الإبصار لأنها توجد في مركز الشبكية، حيث محور الإبصار المركزي، فالمخرج الصحفي يضع الألوان المناسبة للحدث وفقاً لرؤية فنية مدروسة، فلا يمكن مثلاً أن يوجد اللون الأسود بكثرة على الصفحة، حيث تصعب الرؤية، وبالتالي القراءة، لذلك يستخدم اللون الأسود في نطاق محدود⁽¹⁾.

إن هذا الارتباط بين الألوان وتأثيرها على الرؤية يفرض على المخرج الصحفي أن يراعي ذلك في تكوين وإخراج صفحته، الأمر الذي يؤدي إلى سلامة التأثير الفسيولوجي، ويتيح للقارئ سهولة القراءة، والمتابعة مع العرض، وإن عملية تفضيل الألوان تخضع لتأثير عوامل متعددة منها شخصية الفرد، وعمره وميوله الثقافية والنفسية.

وعادة ما تُطبع الصحف بلون أسود على ورق أبيض، الأمر الذي من شأنه أن يخلق الوضوح في الصفحة، وإعطاء القارئ إحساساً بسهولة القراءة، والراحة النفسية، وكما تستخدم بعض الصحف الألوان الحادة، الألوان الأحمر والأصفر والبرتقالي لإضفاء بعض الإثارة على صفحاتها، وإعطائها التأثير الذي تريده الجريدة في نفس القارئ⁽²⁾.

(1) كمال عبد الباسط، الوحشي، مرجع سبق ذكره، ص 269.

(2) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 33.

ويعتبر اللون الأبيض هو اللون الأنسب لورق الطباعة كأرضية مناسبة لخلق التباين مع الألوان المستخدمة عليه، ذلك أنّ المساحات البيضاء تبدو أكبر من مساحاتها الفعلية، حيث تضيء الأرضية البيضاء تحقيقاً لمفهوم الانتشار البصري⁽¹⁾.

وعادة صما يتم اختيار ورق الصحف ذو لبون أبيض مائل إلى البني الفاتح، كونه ليس معتمًا ولا ناصعًا تمامًا من أجل تحقيق أقصى راحة لعين القارئ من أجل تشجيعه على استمرارية القراءة، ويستند هذا الموضوع إلى قاعدة علمية مفادها أنّه كلما كان العمق البصري للعين أثناء الرؤية كبيرًا، فإنّ الشيء موضوع الرؤية يكون واضحًا بما فيه الكفاية والعكس صحيح⁽²⁾.

5 - الصورة:

أصبحت الصورة في يومنا هذا بالنسبة للصحف جزءًا لا يتجزأ من بنائها، ولا يمكن أن تتم الصحافة دون الصورة كون القارئ لم يعد يفضل صفحة متواصلة من الحروف فقط مهما كان الموضوع المعروض مشوقًا وممتعًا أو حتّى مهمًا بالنسبة للقارئ، كما أنّه إذا ما رأى أن لموضوع مطوّل فإنّه يفضل أن يفهمه من خلال الصورة إلى أن يُتاح له الوقت المناسب لقراءة الموضوع، كما أنّ وجود الصورة يخفّف من جفاف المادة المكتوبة ويشجع القارئ على متابعة المادة المقروءة بكل ارتياح، ومن الناحية الفسيولوجية، فإنّ للصورة تأثير على الصفحة، ويتقبل هذا التأثير البصري للصورة وقدرتها على تجسيد الحدث، حيث تعتبر الصورة من أبرز العناصر التبيوغرافية على الصفحة لشدة كثافتها بالنسبة لغيرها من العناصر، ولهذا فإنّ الخطأ فيها يظهر بوضوح هو الآخر في عين لقارئ.

ولكون الصورة منبه قوي وجاذب للعين فتعتبر إحدى أهمّ أسباب نجاح الصحف، حيث أنّ معظم الدراسات أثبتت أن صورة الصفحة الأولى تلفت أنظار 90% من القراء، ويتحقّق التأثير الفسيولوجي للصورة عن طريق:

(1) نفس المرجع، ص 33.

(2) كمال عبد الباسط، الوحيشي، المرجع السابق، ص 271.

■ وضوح الصورة:

يعدّ الوضوح من أهم الصفات الواجب توافرها في الصورة الصحفية لكونها تُعين القارئ على فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها، خاصة إذا كانت واضحة في تفصيلاتها، ذلك أنّ وضوح الصورة يحقّق رؤية تفاصيلها بدقة، وتمكّن العين من الاتجاه إليها بطريقة لا شعورية إلى حيث مركز الأهمية فيها.

■ موقع الصورة:

لا بدّ للمخرج أن يأخذ بعين الاعتبار حركة العين واتّجاهها عند تحديد مدى ملائمة المكان للصورة المصاحبة للخبر، فعلى سبيل المثال، تعدّ منطقة الوسط من المناطق التي يتحاشى المخرج الصحفي وضع الصورة فيها، كونها منطقة طيّ الصفحة، وهذا من شأنه أن يكون عنصراً مشتبّطاً للنظر. وإنّ اختيار المكان الملائم للصورة الصحفية تعدّ عملية مهمّة جدّاً كونها جزء لا يتجزأ ثمن عملية استيعاب مضمون الأخبار⁽¹⁾.

■ مساحة الصورة:

ترتبط مساحة الصورة بما تحويه من عناصر، فالتفاصيل الدقيقة في إحدى الصور تتطلب لإبرازها مساحة أكبر ممّا تحتاجه صورة أخرى لا تحتوي على تفاصيل كثيرة، وإن تساوتا في الأهمية وإذا كان اتّساع العمود الواحد يعدّ مناسباً للصّور الشخصية الرّوتينية التي لا تحمل أهمية خاصة، فإنّه لا يُعدّ مناسباً لغيرها من الصور التي تتضمن أكثر من شخص كصور الاستقبالات أو الصّور المتّسمة بطابع حركي كصور المباريات الرياضية، كما ترتبط مساحة الصورة بأهميتها على الصفحة، فكلّما كانت الصورة واضحة، أمكن نشرها بمساحة كبيرة، كما أنّ الموضوع الحيوي السّاخن يلزم أن تؤكّد صورة كبيرة المساحة، وهناك عاملان يتحكّمان في عملية تحديد مساحة الصورة وهما: الوضوح والتأثير، ويعتبر الوضوح أهمّ من التأثير، فنشر صورة صغيرة غير واضحة التفاصيل يعدّ عملية غير مجدية، والأفضل ألا تنشر هذه الصورة نهائياً، وبذلك فإنّ عامل الوضوح يفرض على المخرج حدّاً أدنى لمساحة الصورة، وهنا نتساءل: هل المساحة المخصصة لهذه الصورة يعطي تأثيراً على الورق؟ ولا

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص34.

شك أن الصورة الشخصية مثلاً يمكن إدراكها بسهولة إذا نشرت بمساحة صغيرة، ولكن إذا نشرت بمساحة كبيرة في بعض الظروف، فإن تأثيرها على القارئ يكون أكبر خاصة إذا كانت تعبيرات الوجه تتماشى مع اتجاه الموضوع نفسه⁽¹⁾.

❖ مدارس الإخراج الصحفي:

توجد عدة أساليب في الإخراج الصحفي، ويطلق عليها مدارس في الإخراج، وتنبئ كل منها مجموعة من الأساليب والمذاهب، تختلف في طريقة تطابقها في الجريدة عنها في المجلة، وفي الصفحات الأولى للجريدة أيضاً عنها في الصفحات الداخلية. وتوضح هذه المدارس عادة أولويات وطريقة توزيع العناصر التيبوغرافية، والجرافيكية، وما يجب إبرازه عند إخراج الصفحة، وتحديدًا عند تصميمها، وأسس التصميم التي تجب مراعاتها، ومن أبرزها⁽²⁾:

■ المدرسة التقليدية:

تقوم فكرة هذه المدرسة على تحقيق التوازن التيبوغرافي Formal Balance بين عناصر الصفحة، وتتميز بالهدوء والرتابة والبعد عن الأساليب الصارخة، وتتوسط اللافتة رأس الصفحة، وينقسم جسمها إلى نصفين طويلين متساويين يفصلهما خط يمتد إلى قاع الصفحة بدءاً من اللافتة، وتتماثل الأثقال التيبوغرافية على جانبيه كتماثل فني الميزان، ومن أبرز أساليبها نجد:

- التماثل التام: حيث يجب أن يكون هناك تماثل تام دقيق لشكل وحجم العناصر الطباعية، وموقعها على جانبي الصفحة.

- التوازن: حيث على المخرج أن يراعي توازن البؤر الرئيسية للبقع السوداء على جانبي الصفحة، ودون مراعاة للنسب المختلفة، فالعنوان الممتد على عمودين، والصورة المنشورة على عمود يوضعان متجاورين ليحفظا التوازن مع العنوان الضخم المنشور على ثلاثة أعمدة إلى اليسار، والعنوان الممتد على عمودين في أسفل الصفحة تختار له حروف سوداء ليحفظ التوازن مع الصورة المنشورة على عمودين، وعلى الإجمال يكاد نصف الصفحة الأيسر يكون

(1) ميسم، منذر الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

(2) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، الإخراج الصحفي الحديث، مرجع سبق ذكره، ص 205.

بنفس ثقل النّصف الأيمن. ويوضّح الشكل التالي مثلاً لفكرة التوازن أو التّماتل التّام. أما الشكل الثاني فيمثّل التوازن كما هو مبين في الأسفل (الأشكال مرفقة في صفحات أخرى).

■ المدرسة المعتدلة:

ويعتمد أصحابها على ثلاثة مذاهب تلخّص أسلوبها في الإخراج وهي:

• **مذهب التوازن اللاشكلي:** حيث يحقق هذا المذهب على الصفحة توازناً غير ملحوظ يتجنّب قيود التوازن الشكلي الهندسي أو الاعتماد على المركز الهندسي في توزيع العناصر الطباعية، ويطبّق في إخراج الصفحة الأولى للجريدة، ويحرّر المخرج من قيد التّماتل التّام، ويبين الشكل رقم () مثلاً عليه.

• **مذهب التّربيع أو المذهب التّربيعي:** حيث تُقسم الصفحة لأربعة أقسام متساوية كل منها متكاملة العناصر الطباعية، غير أنّ هذا الأسلوب يفقد الصفحة الوحدة الفنية المطلوبة، كما لا يسمح بالتّصرف في المادة بحرية كاملة، ويبين الشكل رقم () مثلاً عليه.

• **المذهب التركيبي:** ويُسمّيه البعض أسلوب التّسيق المنصب على ركن واحد في الصفحة، حيث يقوم هذا المذهب على أساس استخدام نظرية البؤر استخداماً جزئياً لإبراز الموضوع الرئيسي الأول فوق سائر الموضوعات على الصفحة، وتبالغ الصحف التي تعتمد على هذا المبدأ في اعتبار الرّكن البؤرة البصرية الأولى. ويهتم هذا المذهب بالتركيز على النّصف الأعلى من الصفحة في حال وجود قصة تفرض مثل التركيز، ومن هنا يؤخذ على هذا الأسلوب إهماله جزئياً للنّصف الأسفل من الصفحة خاصة صفحة الجريدة، ويبين الشكل الآتي مثلاً عليه⁽¹⁾ (الشكل مرفقة في صفحة أخرى).

■ المدرسة الحديثة:

وتهدف لجعل الصفحة كلها تحظى بنفس القدر من الأهمية، فالإخراج وفقاً لهذه المدرسة ينطلق من مبدأ عدم المبالغة في تأكيد التّماتل أو التّوازن أو التركيز على جانب واحد من الصفحة، بل جعل الأمور تسير وفق ما تفرضه المادة التحريرية المتوفرة المطلوب نشرها في أشكال فنية مناسبة، بالإضافة إلى الحرص على تناسق الصفحة وتكوينها الفنّي

(1) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 208.

وإضافة الحيوية على أجزائها المختلفة. ومن هنا يهدف الإخراج الحديث لجعل الصفحة كلّها على نفس القدر من الأهمية وال جذب للقارئ، فلكلّ موضوع أهميته وهو الذي يوجّه نحو موقعه أو طريقة إبرازه، ومن المهم أن تكون الصفحة كلّها ملفتة للنّظر وليس أجزاء منها، على أن تتفق طريقة الإخراج مع شخصية الصحيفة، ولذا فهناك مذهب أساسي لهذه المدرسة وهو:

• **المذهب الوظيفي:** القائم على التحرّر من الأعمدة الطولية واستغلال المساحات البيضاء بينها بدلاً من الجداول الطولية، والاهتمام بالعناوين وتوظيفها بشكل عملي مبسّط وجذاب، ومحاولة تغيير مكان اللافتة أو اسم الصفحة أو المجلّة وفق ذوق المخرج الفنّي، وطبيعة الأخبار التي ترغب الصحيفة في إبرازها، وكل ذلك تحقيقاً للبساطة والوضوح التام وال جذب العام.

ومن هنا يمكننا أن نلخّص أبرز هذه الأسس كما أشار إليها "إميل كادو" على النّحو التالي:

- 1 - تجنّب الجمل والنّصوص الطويلة.
- 2 - تجنّب قطع النّصوص بالصّور.
- 3 - الفصل بين الفقرات بواسطة فراغات بيضاء بين خبر وآخر.
- 4 - التوسّع بين الأسطر بدلاً من استخدام الأحرف الكبيرة لما يُراد إبرازه من أخبار.
- 5 - تجنّب الصف على ثلاثة أو أربعة أعمدة أي الأسطر الطويلة لأنّها لا تتعب القارئ، وتجنّب استخدام الأحرف الصغيرة أيضاً.
- 6 - تجنّب المساحات الكبيرة موحّدة الشكل أو شديدة الاختلاف.
- 7 - وضع الصّور في القسم الأعلى من الصفحة وتجنّب الأطراف.
- 8 - عدم وضع عنوانين مجموعين بنفس القياس والشكل.
- 9 - عدم الفصل بين الموضوع والعنوان عندما نضع عنواناً ثم صورة ثم نصّاً.
- 10 - تجنّب نشر المقالات الطويلة أسفل الصفحة.
- 11 - الأخذ بعين الاعتبار أيضاً كلاً من النقاط التالية:
 - أ - أن لا تتشابك الفواصل العرضية والطولية.
 - ب - لا تأتي الافتتاحية عادة فوق خبر.

ج - لا يأتي إعلان فوق الافتتاحية.

12 - يفضل الحرص على التنوع في المساحات والأشكال، والأحجام بدلاً من التّطابق أو التّوازن الكامل بين أقسام الصفحة.

■ المدرسة الأكثر حداثة:

وتمثل هذه المدرسة أربعة مذاهب أساسية أو مداخل معاصرة في الإخراج:

• **المذهب الأفقي:** والذي يُعدّ الاتجاه المتطرّف من المدرسة الحديثة، حيث يفترض بالمرّج أن يراعي أن مسرى العين في القراءة أفقي أولاً ثم رأسي، ولذلك تُبنى الصفحة من وحدات عرضية توفّر للعين أولاً مسراها الأفقي، وتتباين في شكل الصفحة الطولي، ويتحقّق ذلك من خلال جعل معظم العناوين من النّوع الممتدّ، وتوزيع المتنّ أو معظمه على الأعمدة التي يمتدّ فوقها العنوان، بحيث يكون الموضوع كله مستطيلاً أفقياً، وكذلك استخدام الصّور والقطاعات الأفقية، وجمع سطور الموضوعات على أكثر من عمود، وتجاوز العناصر المتّصلة بموضوع واحد.

ويلاحظ أنّ الصحف التي تتبع هذا المذهب تستعويض عادة عن جداول الأعمدة داخل الموضوع الواحد بمسافات بيضاء. ولا شك في أن لذلك تأثيراً بصرياً ونفسياً يؤكّد الغرض المقصود من هذا الإخراج، فإزالة الحواجز الطولية بين الأعمدة يُسهّل على العين مسراها الأفقي، ويضاعف الشعور بذلك في نفس القارئ، ثم إنّ هذه الوسيلة تيسّر جمع مواد الصفحة التي تتخطّى حدود الأعمدة التقليدية. ولهذا المذهب مزايا عديدة، فهو يحقّق سهولة في القراءة ويساعد على إبراز أكبر عدد ممكن من الموضوعات بما يتناسب وأهمّيتها، ودون أن يطغى بعضها على بعض، كما أنّه يجذب انتباه القارئ⁽¹⁾.

هذا المذهب إذن يسعى لتحطيم لمألوف والخروج عن كلّ قيد أو تقليد متوارث ولا يهتم من أسس التصميم إلّا بما يحقّق جمالية الصفحة، كما أنّه لا ينظر للصفحة على اعتبارها كلّاً واحداً، وإنّما يعالج كل موضوع على حدة.

(1) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 212.

ويستهدف هذا المذهب نشر أكبر عدد ممكن من الموضوعات على الصفحة الأولى للجريدة، مع لفت نظر القارئ إليها جميعاً، وتحقيق هذا الهدف المزدوج فإنّ المخرج يلجأ للتّالي:

أ- الإكثار من العناصر الطباعية الثقيلة المتنوعة وتوزيعها في مختلف أجزاء الصفحة.
ب- استخدام العناوين العريضة والصور التي تجتذب انتباه القارئ بكبر حجمها وتضمينها ما يلفت النّظر.

ج- استخدام عناوين مختلفة الاتّساع، حسب ما يقتضيه موضوع كلّ منها.
د- تفاوت أحكام الحروف في العناوين تفاوتاً كبيراً، مع تفضيل الأوجه الثقيلة من كل حجم.
هـ- استخدام الألوان، وبخاصة الأحمر، في طباعة العناوين وبعض العناصر الأخرى⁽¹⁾.

• **مذهب إخراج الوحدات:** يقوم على تنظيم الأخبار والموضوعات وترتيبها في وحدات Modules، يتكوّن كل منها من تصميم له وظيفة معيّنة، وبناءاً على هذا المفهوم يتم وضع قصة مفردة (وفي بعض الأحيان مجموعة قصص) في مجموعة موحّدة داخل وحدة معيّنة أو تكون معزولة عن باقي الوحدات أو المكوّنات الأخرى داخل الصفحة، وعادة ما تحاط هذه الوحدة بإطار، وأحياناً تفصل الوحدات أو المكوّنات بعضها عن بعض بإحاطتها ببياض كبير من جوانبها الأربعة.

ومن أجل استخدام أفضل لهذا المفهوم فإنّه لا يجب أن يتمّ إخراج الأخبار والموضوعات في شكل مربّع، بل تبقى في شكل مستطيل، بحيث يصبح من السهل نسبياً تغييرها عند الضرورة، ولا تحتاج للوضع داخل إطار، بل يمكن وضعها داخل أي موقع في الصفحة على أن تفصلها جداول العمود، أو الفراغ الأبيض، أو جداول العمود متزاوجة مع الفواصل والاتّجاه السائد الآن هو استعمال الفراغ الأبيض.

• **مذهب إخراج الأحجام المتنوعة:** ويتميّز هذا المفهوم بأنّه لا يركّز على أن تكون قمة الصفحة ثقيلة كما في الإخراج التقليدي، بل أن كل خبر أو موضوع لا بدّ أن يحصل على معالجة تتفق مع قيمته الإخبارية ويحصل على فرص جيّدة في العرض.

(1) نفس المرجع، ص 212.

ويتمّ تقسيم الصفحة إلى مجموعة من الوحدات غير المربّعة وغير المتساوية رأسياً وأفقيّاً، فقد تُقسّم الصفحة من اليسار إلى اليمين إلى عمودين أو أربعة أعمدة أو عمودين وخمسة أعمدة، أو من القمة إلى القاع أيضاً بشكل غير متساوٍ.

■ إخراج التصميم الكلي:

ويستند على مجموعة من الخطوط العريضة وأهمّها:

أ- تصميم شكل أساسي أو مسودة مبدئية لشكل الصفحة الكلية ثم وضع المادة الصحفية فيها بشكل مناسب، ولتوفير الوقت على المخرج، يتمّ تجهيز عدد من النماذج المختلفة لتكون أدلة تناسب أخبار وموضوعات اليوم، ويُستعمل البعض كتاباً يحتوي على مجموعة أفكار، يشمل أشكالاً أساسية مختلفة وعديدة، ويستطيع المصمم اختيار واحدة منها تناسب الأخبار والموضوعات التي استقرّ الرأي عليها.

ب- يضمّ هذا الشكل الأساسي للصفحة مساحات منسّقة من الأشكال المستطيلة ذات الاتجاهات، والانتقال المختلفة التي تمدّ المصمّم بالفروض والنماذج التي يحتاج إليها في تصميم كلي، وليس هناك حاجة لأشكال غريبة التكوين.

ج- ينبغي أن يتّسم الشكل الأساسي للصفحة بالبساطة والسهولة في تصميمه، وعدم وجود زخارف أو ازدحام بين عناصره.

د- ينبغي تغيير هذا الشكل إذا لم يتناسب مع طبيعة الأخبار والموضوعات.

هـ- ينبغي تقليل عدد الأخبار والموضوعات داخل كل صفحة، لإتاحة المجال أمام مساحات من الفراغ الأبيض بين الأعمدة وبين العناوين والصّور، وبين سطور المتن، لأنّ هذا الفراغ الأبيض يساعد على أن لا تبدو الصفحة درامية.

و- استعمال الأخبار أو الموضوعات التي تصاحبها الصور، وتحتلّ مساحات كبيرة تملأ الصفحة، بالإضافة إلى استعمال إطارات ضخمة لتعزيز المتن والصّور الموجودة داخلها⁽¹⁾.

■ مقارنة بين مدارس الإخراج:

عرف فنّ الإخراج الصحفي تطوّراً كبيراً، هذا التطور يعود في الدرجة الأولى إلى مزاحمة الوسائل السمعية البصرية لما هو مكتوب. أدّت المزاحمة بدورها إلى إعادة النظر

(1) تيسير أحمد، أبوعرجة، نسرین ریاض عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 214-215.

جذريا في إخراج الصّحف، بحيث يكون على مستوى المزامحة وتبقى الصّحف بالتّالي قادرة على جذب القارئ.

بالنسبة للمدارس الإخراجية هناك مدرستان الأولى تقليدية والثانية حديثة، ولكن أيّا منهما لا بدّ أن تعتمد على قواعد واحدة هي: الأبواب الثابتة، الترويسات، العناوين الفرعية، العناوين، مقدمة الموضوع، كلام الصّور، التّأطير.

• **الطريقة الحديثة:** اعتمدتها جريدة "لوماتان دي باري" بالتركيز على الحجم النّصفي أولاً، وهذا لتسهيل القراءة على القارئ، فقد أخذ بالاعتبار أنّ القارئ اليوم يقرأ الجريدة وهو واقف في الحافلة أو الميترو، وبذلك اعتمدت بالإضافة إلى الحجم النّصفي، العنوان الواضح والصّورة الخيرية الكبيرة، ألغت المقدّمات التقليدية واختصرت عناصر الموضوع بالعنوان.

إنّ سكرتير التّحرير أو المخرج يهتم بالعلاقة بين العنوان والصّورة والنّص، فقبلا كانت الصحف اليومية خجولة لا تجرؤ على نشر صورة كبيرة، أما اليوم فقد أصبحت اليومية تمتنع عن نشر الصور في صفحاتها غيّرت من طريقتها بالنسبة للملحق الأسبوعي، ويلاحظ أنّها تنشر صورة كبيرة أو رسماً كبيراً بدلاً من عدّة صور صغيرة⁽¹⁾.

والقاعدة تقول أن على سكرتير التّحرير أن يحقّق إخراجاً له دلالة، وأن يكون كل شيء مدروساً، ولا شيء مجّاني، وعليه أن يُخضع الشكل ويسيطر عليه، وعندما يتمّ له ذلك يستطيع أن يخضع المضمون ويقدمه للقارئ.

إذن سكرتير التّحرير يشبه المخرج التلفزيوني أو المهندس، بهذا التّشبيه أقصد أنّه ينبغي عليه أن ينظم المضمون، ولكي ينظم المضمون عليه أن يتّبع الوضوح، وأن يوزّعه تحت عناوين متميّزة، وحتّى يقوم بهذا فإنّه يضع عناوين الاستدلال وهي "الترويسات" أي عناوين الأبواب الثابتة، اقتصاد، سياسة، اجتماع، ثقافة، تسلية، مسرح....

في المرحلة الأولى يجب أن يتمكّن القارئ إلى النّص الجوهري، فكيف ذلك؟ يتمّ ذلك عبر عنوان رئيسي قادر على الاجتذاب، يتبعه عنوان فرعي أكثر تفسيراً، ثم تأتي المقدّمة التي يجب أن تكون تلخيصاً للمعلومات التي يتضمّنها النّص.

(1) الاتحاد العام للصحفيين العرب: الصحافة والتكنولوجيا، ص 95-96.

إن قارئ الصفحة الذي يخصص عشرين دقيقة يوميا للحصول على المعلومات التي تهتمه، فيترتب علينا أن نساعد على الحصول على الجوهري من الأنباء بسرعة⁽¹⁾.

هذا الشكل الجديد من الإخراج الصحفي أصبح ممكنا مع استعمال الوسائل الحديثة التي سمحت لنا بما يمكن تسميته بالإخراج المكيف أي الإخراج الذي نكيّفه وفق حاجتنا. قبلاً كانت الطباعة تفرض إخراجاً أفقياً، مما يجعل القارئ يتتّره بنظرة من أعلى الصفحة إلى أسفلها. فمثلاً كان المقال يقسم إلى أربعة أو خمسة أعمدة، مختلفة في قياساتها وأطوالها، الأمر الذي كان يعقّد القراءة، وعند مرحلة الدخول في النص كان على القارئ أيضاً أن يتنقل بنظره على امتداد طول الصفحة. ثم جاء الإخراج القابل للتكيف الذي هو أبسط وأكثر أناقة من السابق ويساعد على القراءة ويسهلها، فلماذا التعقيد عندما يكون الأبسط أكثر قابلية للفهم.

في الإخراج الحديث يشكل كل موضوع "بلوكاً" والنص والصورة يشكّلان وحدة متماسكة، ومن المهم جداً أن ينتهي الموضوع في الصفحة، أي أن لا يحوّل القارئ إلى صفحة ثانية أو إلى الصفحة الأخيرة، فالقارئ له حقل بصري واحد، ويرتاح عندما يجد الموضوع كاملاً في صفحة واحدة، أي أن يرى بداية ونهاية الموضوع.

لذلك فإنّ سكرتير التحرير عليه أن يتقن تنظيم صفحته، وقد دلّت الأبحاث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية بهذا الصدد على أنّ بناء الصحيفة بشكل جيّد بفضل فنون الطباعة الحديثة، يحدّد اكتفاء القارئ خصوصاً القارئ الشاب وقارئ الصدفة الذي يشتري الصحيفة بسبب عنوان أثار فضوله⁽²⁾.

من الأخطاء الشائعة قطع النصوص، وإنهاء الموضوع على الصفحة الأولى بجملة لا معنى لها، وهو أي لا يكتمل إلّا عند قراءة التتمة التي غالباً ما يتعب القارئ في العثور عليها، التتمة ليست أمراً سيئاً ولكن علينا أن نختار مكان القطع بدقة.

بالنسبة لاستعمال "البلوك" أو نظام الوحدات في الإخراج أنه يسهّل ما نسميه في صفحاتنا "خبر الساعة الأخيرة" أو الخبر الهام الذي يأتي في آخر لحظة، فنتمكّن من رفع وحدة كاملة واستبدالها بوحدة أخرى، أي الخبر المستجدّ في آخر لحظة، بينما في السابق

(1) الاتحاد العام للصحفيين العرب، المرجع السابق، ص 97-98.

(2) نفس المرجع، ص 97-98.

كان الإخراج يعتمد على طريقة التركيب العمودي المتداخل، وكان الاستبدال أكثر صعوبة من البلوكات، فالأمر يشبه لعبة المكعبات التي يمكننا تحريكها بسهولة⁽¹⁾. ويمكن أن نلخص المقارنة بين المذهبين الإخراجيين كما يلي:

■ المدخل التقليدي للإخراج الصحفي الكلاسيكي:

تقوم المداخل التقليدية لإخراج الصحيفة على بعض المسلّمات أو الافتراضات المبدئية التي توجّه عمل المخرج الصحفي، وهي:

أولاً: أن المضمون الصحفي هو الأساس، في حين أن أو المظهر ينبغي أن يكون ثانوياً، انطلاقاً من أن توجيه انتباه أكثر من اللازم إلى المظهر، قد يكون عملاً غير منتج.

ثانياً: أن الأخبار القصيرة السريعة هي قلب العمل الصحفي في الصحيفة، والحالية أو الوقتية لها أيضاً مثل هذه الأهمية في إطار سياسة التخلّص من كل الممارسات الإخراجية التي تؤخّر عملية التّوضيب.

ثالثاً: تعالج الصفحات كوحدة متكاملة، تشترك مع كل العناصر في تناسق ووحدة وتناغم.

رابعاً: تساعد العناوين في ترتيب أهمية المادة الإخبارية، وتحديد قيمتها بشكل نسبي، يرشد القارئ وينبغي أن تكون معيارية ومقيّدة ومحدّدة لتحقيق التناسق بينها، والسرعة القصوى في كتابة المادة وتحريرها وتجهيزها.

خامساً: تدعّم المواد المصوّرة (الصورة الفوتوغرافية والرّسوم) أساساً المتن.

سادساً: ينبغي أن تتشابه الصفحة الأولى كل يوم من الأيام السابقة والتالية حتى تكون للجريدة شخصية من حيث المظهر.

أما السمات الأساسية للمداخل التقليدية للإخراج الصحفي للجريدة اليومية التي تنطلق من المسلّمات السابقة، وتعكس ممارسات ربع قرن سابق من إخراج الجريدة، فهي:

1- ترويسة الجريدة توضع في العادة أعلى قمة الصفحة الأولى، وأحياناً توضع قصة مهمة فوق الترويسة.

2- توضع كل الأخبار والقصص الإخبارية المهمة في الجزء الأعلى من الصفحة الأولى.

(1) نفس المرجع، ص 100-101.

3- الأخبار والقصص الإخبارية الأكثر أهمية عادة ما توضع في الجانب الأيسر العلوي من الصفحة الأولى.

4- تتدرّج العناوين أهمية وحجماً من أعلى لأسفل⁽¹⁾.

5- تستعمل المواد المصوّرة الضخمة الحجم بمفردها في قمة الصفحة.

6- - إنّ هناك ميلاً لعدم إخراج الموضوعات في شكل مستطيل أو مربع، وتستخدم الزوايا بكثرة، وأسلوب حرف L المقلوبة.

7- عادة ما يحاط اسم محرّر الموضوع ومصدره "وكالة الأنباء" مثلاً، وتاريخ حدوثه بجدول فوقه، وآخر أسفله في الصفحة الأولى، ويتنوّع شكل هذه الجداول وسمكها.

8- بالنسبة للصفحات الداخلية توضع الصّور والرّسوم في الرّكن الأيسر العلوي، أو الركن الأيمن العلوي، ونادراً ما توضع أسفل الصفحة.

9- يتمّ اختيار أخبار الصفحات الداخلية وموضوعاتها، لأنّها تملأ مساحات خالية، وليس لقيمتها الصحفية، ولذا فإنّه عند وضع إعلان يحذف الجزء الزائد من الخبر أو الموضوع دون مناقشة.

10- يتمّ استعمال الفواصل النهائية للفصل بين القصص الإخبارية، وجداول العمود للفصل بين الأعمدة، مما يجعل مظهر الصفحة قاتماً، لا يشجع على القراءة في بعض الأحيان.

11- تشتمل الصفحة عادة على ثمانية أعمدة، ويكون اتّساع العمود ضيقاً "11/4 بوصة عادة" مما يشارك في زيادة رمادية الصفحة.

12- يميل قاع الصفحة إلى أن يكون رمادياً أيضاً، لا يحتوي على صور أو رسوم، بل سطور المتن فقط.

13- تتكوّن الصفحة من عدد من التّصميمات المختلفة، تقبل التّمييز.

14- هناك ميل للإخراج الرأسي نتيجة للعوامل المتّصلة بإنتاج الجريدة، التي لم تكن تسمح بتوزيع حروف العناوين والمتن أفقياً، عبر الصفحة، وحتى بعد تطوير أساليب الجمع والطباعة استمرّت جرائد عديدة في هذا المظهر الرأسي، حتى تستطيع حشو الصفحة الأولى مثلاً بأكثر كمية ممكنة من الأخبار، والقصص الإخبارية التي لها بواقٍ مستمرة في صفحات داخلية، ولا يقلّ عدد هذه القصص في هذه الحالة عن 16، بل يصل أحياناً إلى 30 قصة

(1) زكريا، فهمي، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 33-34.

إخبارية في الصفحة، مما يجعل القارئ في حيرة حول أي من هذه الأخبار أو القصص الإخبارية يجب أن يبدأ في قراءتها.

■ المدخل الحديث:

وهذا أسلوب إخراج الصحف ولكنه يعالج الجريدة اليومية إخراجيا، بشكل يجعلها أقرب إلى المجلة مثل صحافة التابلويد الإنجليزية، وجريدة USA Today الأمريكية، ويتبلور ذلك فيما أطلق عليه مذهب ما بعد الحديث، أو ما بعد الحداثة Ultra modern الذي يتحرر من قيود تقسيم الصفحة إلى أعمدة، ويتكوّن من أشكال شديدة البساطة، ويميل إلى استخدام الموضوعات الضخمة المحاطة بإطارات، والصور الفوتوغرافية ذات الأحجام الكبيرة مع توجيه اهتمام خاص إلى قاع الصفحة⁽¹⁾.

إنّ الاتجاه الحديث في إخراج الصحف الآن هو اعتبار الصفحة لوحة بيضاء، غير محدّدة الأعمدة، فيقوم المخرج الصحفي الناجح بوضع المادة التحريرية بالدقة التي يرسم بها الفنّان لوحة فنيّة جميلة، وأصبحت تصاميم مخرج الصحيفة تشابه التصميم الفنّي. كما يجدر القول أن الموضوع لا يوضب نفسه، فالموضوع الجيّد في حاجة إلى إخراج جيّد أيضا، فالمخرج عليه أن يضيف شيئا إلى المقال.

■ إخراج الصحيفة:

الصفحة الأولى بالصحيفة هي النّافذة أو واجهة المطبوع التي توازي في أهميتها نافذة البيع في المتاجر الكبرى، إذ تعكس هذه الصفحة ما يصنّف على أنّه أهم الأخبار، والموضوعات والصّور، التي ترقى بمستواها الفنّي والتحريري لأن تنصدّر الأكشاك، والتي بدورها المتوقّع يُجذب القارئ لأن يشتري الصحيفة أو يحجم عنها.

شهد إخراج الصحف تطوّرات متلاحقة منذ بداية الألفية الثالثة محليّا وإقليميا ودوليا، وإذا كانت بعض الأساليب الإخراجية الراهنة تعكس قدرًا من هذه التطوّرات، فإنّ خبراء الإخراج الصحفي يؤكّدون أن بانتظار إخراج الصحف ثورة متوقّعة نتيجة لنمو المنافسة الشرسة في السوق الإعلامية بصفة عامة، وفي السوق الصحفية بصفة خاصة بين الصحف المطبوعة والإلكترونية.

(1) زكريا، فهمي، نفس المرجع السابق، ص35-36.

ونحاول في هذا العنصر تناول الاتجاهات الإخراجية الرّاهنة والمستقبلية للصحف في ضوء النقاط التالية:

1- إخراج الصفحة الأولى:

لسنا بحاجة لإعادة التأكيد على أنّ الصفحة الأولى بالصحيفة هي النافذة، أو واجهة المطبوع التي توازي في أهميتها نافذة البيع في المتاجر الكبرى، إذ أنّه في الصحف، تمثل هذه الصفحة ما يصنّف على أنّه أهمّ الأخبار والموضوعات والصور، التي ترقى بمستواها الفنّي والتحريري، لأنّ تتصدّر أكشاك العرض⁽¹⁾.

الأمر ذاته لا يختلف كثيرًا عن واجهة المحال التجارية الكبرى التي يبذل أصحابها جهدًا خاصًا في عرض البضائع وتصنيفها، وتنسيقها، وتسليط الإضاءة عليها، بما يجعلها تشدّ انتباه المارة على الأرصفة، وحتى أولئك في السيارات الموازية للمتاجر الكبرى، وتدفعهم إلى البحث عن سلعة ربّما لم تكن تمثل لهم حاجة ملحة أو مطلبًا يرجونه.

وبالتالي أصبح السؤال عن شكل الصفحة الأولى، والنموذج الأمثل لإخراجها أمرًا ملحًا في ظلّ سوق صحفية عربية وعالمية تشهد منافسة إعلامية شرسة فيما بين الصحف، وفيما بين الصحف والفضائيات، والانترنت، الكلّ ينافس بخصائصه الشكلية وبمحتواه على حيز ثابت ومعروف من الجمهور، وهذا يدفعنا للسؤال عن إخراج الصفحة الأولى في ضوء مكوناتها وعناصرها، وفي ضوء الاتجاهات الإخراجية الحديثة؟

إذا كانت الصفحة الأولى تضمّ الترويسة الخاصة بالصحيفة عليها اللافتة أو Name Plate والشعار اللفظي، والشعار الجرافيكي والأذنين، وهما في الغالب للإعلانات أو للأخبار الطارئة أو بحسب الاتجاه الفنّي الخاص لكل صحيفة، وكذلك العنف أو سطر التاريخ، والبيانات الخاصة بالعدد، وما تضمّ الصفحة من إعلانات، فإنّ السؤال عن الاتجاه الإخراجي للصفحة الأولى يبدو أكثر أهمية في ضوء بيئة الاتصال الدولية، والإقليمية العربية الرّاهنة، وما تشهده من منافسة إعلامية، تغذيها إمكانات تكنولوجية متقدّمة، وتحركها أهداف سياسية، وإيديولوجية، ومصالح لملاك أجهزة الإعلام، في عالم أصبح فيه الإعلام أحد أهم أدواته في الصراع الحضاري وفي صراع الوجود ذاته. وعلى المستوى الدولي

(1) سمير، محمود، الإخراج الصحفي، (ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008)، ص 263-265.

والعربي شهد إخراج الصفحة الأولى تطوّرات متلاحقة عبر عدة مراحل ارتبطت في مجملها بمجموعة من العوامل على النحو التالي:

- تطور تكنولوجيا الطباعة عالمياً بتجاوزها مراحل الطباعة البارزة والأوفست إلى الطباعة الرقمية الحديثة.
- التوسع في استخدام الألوان الطباعية.
- استخدام تكنولوجيا الإنتاج الرقمي في تجهيزات ما قبل الطبع بما تشمله من برامج لمعالجة الكلمات، والصور وبرامج التصميم.
- تحسّن نوعية الورق مع ارتفاع أسعاره في ذات الوقت.
- حدوث تعديلات متكررة حول قطع الصحيفة ما بين العادي والنّصفي، والمتوسط، والاتجاه نحو تقليص الهوامش بالنسبة للصحف العربية، والاتّجاه نحو التحوّل للقطع النّصفي لاعتبارات اقتصادية بالنسبة للصحف الدولية وأبرزها "الأنديدنت"

.Independent

- بروز الصورة الصحفية في عصر تسوده ثقافة بصرية جعلت من هذا العنصر التّيبوغرافي الأداة التي تحكم وتتحكّم ليس فقط في شكل صفحات المطبوع، وإنّما في طبيعة المحتوى الذي يُنشر والمواد الصحفية التي يتوقّع لها معدلات أكبر من القراءة. ومن هذه العوامل والمتغيّرات يمكننا رصد أبرز الملامح والاتّجاهات الإخراجية العربية والدولية في إخراج الصفحة الأولى على النحو التالي⁽¹⁾:

- يغلب مرة أخرى الاتجاه نحو الإخراج الأفقي لمحتوى الصفحة الأولى، وذلك ضدّ الإخراج الرأسي العمودي الذي ساد لفترة طويلة من الزّمن، دلالة ذلك تعود إلى التحوّل للنّظم الرقمية في إنتاج الصّحف، والتي لم تعد تعترف بالأتّساعات التقليدية الثابتة للأعمدة، وإنّما تتعامل مع صفحة المطبوع، خاصّة الأولى، باعتبارها صفحة بيضاء لا تتقيّد بأتّساعات صارمة، ومن ثمّ حدث نوع من التحرّر من قيود الأعمدة الضيّقة، والاتّجاه نحو نشر المحتوى على عدد أقل من الأعمدة بأتّساعات أكبر وبحيز أفقي أقل ارتفاعاً، وهذا ما نتج عنه قيمة أفقية غالبية على إخراج الصفحات يقلّ من رتابتها القطع الرأسي للصحف، سواء

(1) سمير محمود، مرجع سبق ذكره، ص 266-267.

النّصفية أو ذات القطع العادي، كما يقلّ من رتبة هذا الاتجاه الميل نحو نشر الصّور المستطيلة الرّأسية.

وفيما يمثل الصحف العربية دعماً للاتّجاه الأفقي في الإخراج الصحفي إلى استخدام العناوين العريضة والممتدّة لعدد من الأعمدة يقارب عرض الصفحة الأولى بالكامل في بعض الأحيان (كما في الشرق الأوسط، السعودية، والأهرام المصرية، والطبعة الدولية المصرية من صحيفة الديلي ستار The Daily Star)، فإنّ قطاعاً عريضاً من الصحف العربية والدولية يلجأ إلى استخدام العناوين على حيّز أفقي أو اتّساع محدود حتّى في القصص الرّأسية بصفحاتها الأولى، وحتّى تتغلّب هذه الصّحف على الصّورة الذّهنية والأنماط الثابتة التي اعتادها القراء بالنّسبة للقصّة الأولى الرّئيسية، والخاصّة بأنّها هي ذات القصّة التي يمتدّ عنوانها من أقصى يمين الصفحة لأقصى يسارها، باعتبار أنّ الاتّساع الكبير معيار ومؤشر على الأهمية، تلجأ هذه الصّحف إلى المبالغة بدرجة كبيرة في أحجام وعناوين القصص الرّئيسية بصفحاتها الأولى، حتّى لو نشرت هذه العناوين على حيّز عمودين فقط، كما نلاحظ على صحيفة الديلي تلجراف البريطانية (The Daily Telegraph)⁽¹⁾.

- تزوج بعض الصحف الأجنبية بين استخدام الصّور والرّسوم في صفحاتها الأولى، غير أنّ الصورة الكبيرة في مساحتها في القصّة الإخبارية الرّئيسية تظلّ هي السمة والعلامة المميّزة وبشكل يفوق استخدام الرّسوم الصحفية والتي تكاد تختفي مع استثناءات بسيطة من الصفحات الأولى بمعظم الصحف العربية.

- يتّسق مع هذه النقطة اتجاه قطاع كبير من الصحف الدولية الأجنبية على توظيف الرّسوم المعلوماتية Info graphics في صفحاتها الأولى جنباً إلى جنب مع الرّسوم الكاريكاتورية ضمن اتّجاه هذه الصّحف نحو تدعيم قيمة الصّور والرّسوم، (العناصر الجرافيكية Graphic elements) على صفحات المطبوعات، باعتبارها أبرز أدوات الجذب البصري، وأسرع طرق توصيل المعلومات، وأقربها إلى جذب انتباه القراء، فضلاً عمّا تتّسم به الصور والرّسوم، من كونها علامات بصرية عابرة للقومية تخاطب العيون بلغة عالمية مشتركة بين جميع البشر، وكل القراء في شتى بقاع العالم، مهما كانت اللّغة التي تصدر بها هذه الصّحف.

(1) سمير محمود، نفس المرجع السابق، ص 267-268.

وللأسف لا تهتم صحفنا العربية بالرّسوم المعلوماتية لا في صفحاتها الأولى ولا الداخلية على الرغم من اقتنائها للأنظمة الرّقمية في الرّسم، والتّصميم، وما يتعلّق بها من برامج حديثة للتصميم.

هناك اتّجاه طغى على الصحف العربية والدولية للتّوسع في استخدام اللّون على الصفحة الأولى، وبشكل مبالغ فيه في الصّحف العربية مقارنة بالأجنبية، وبحيث يبرز اللّون، إمّا كعنصر مستقلّ (لون ورق الصّحف الأخضر في الشرق الأوسط أو الأحمر الباهت، كما كان في البيان الإماراتية أو الرياضية السّعودية)، أو استخدم اللّون بالتّصاغر مع عناصر تبيوغرافية بهدف الإبراز مثل:

- تلوين اسم الصحيفة وشعارها.
- تلوين معظم عناوين الصفحة الأولى.
- الاتجاه نحو نشر الصّور الملوّنة.
- الاتجاه نحو استخدام الإطارات الملوّنة أو حشو الأرضيات بالألوان وبالدرجات اللّونية المختلفة⁽¹⁾.

2- إخراج الصفحة الأخيرة:

ينظر بعض التبيوغرافيين إلى الصفحة الأخيرة من الصحيفة، باعتبارها غلافًا ثانٍ يسهم مع غلاف الصفحة الأولى في تحديد هوية الصحيفة الإخراجية، ومن ثمّ جذب الانتباه لها وقراءتها على نحو معيّن. تؤكد هذه الرّؤية بعض الدراسات الخاصة بعادات القراءة، وسلوكيات القراء وغير القراء نحو الصّحف، وهي الدّراسات الخاصة بقارئية ومقروئية الصّحف، والتي اهتمت بتتبع سلوك القراء حيال الصحيفة، وتحديد طريقة القراءة التي وجد أنّها قد تبدأ لدى البعض من الصفحة الأولى، ثم الأخيرة، ثم باقي صفحات المطبوع، في وقت وجدت بعض الدراسات أن قطاعًا كبيرًا من القراء يفضلون قراءة الصحيفة من نهايتها، أي من الصفحة الأخيرة، فالأولى ثم باقي الصفحات.

وفي وقت رصدت دراسات أخرى اتجاهات أخرى متنوّعة للميل نحو اقتحام الصحيفة من الدّاخل، بحثًا عن موضوع منتظر أو مقال أسبوعي أو كاتب، أو مادة تحريرية أو

(1) سمير محمود، نفس المرجع السابق، ص، ص 269.

إعلانية خاصة، كالوظائف الخالية وصيانة السيارات، وبيع وشراء واستبدال السلع والخدمات، وفي جميع الأحوال، برزت الدراسات لتؤكد أن الصفحة الأخيرة من الصحيفة تحتل مرتبة لم تقل أهمية عن الصفحة الأولى، وهو ما يعني أنها تتطلب جهداً إخراجياً، مميزاً في تقديمها لجمهور القراء.

يؤثر محتوى الصفحة الأخيرة على شكلها الإخراجي، بدرجة كبيرة حتى لو كانت هذه الصفحة الأخيرة داخلية، بمعنى أنه في حالة وجود إعلان بحجم صفحة كاملة في نهاية أواخر صفحة بالجريدة، تضطر إدارة التحرير إلى تصميم مل يسمى بصفحة الأخيرة داخلية تقدّم للقارئ ما اعتاد عليه من محتوى تحريري يومي أو أسبوعي أو بحسب دورية صدور الصحيفة، من هنا فإن نقطة البدء في إخراج الصفحة الأخيرة تتعلّق بمساحة ما ينشر بها من إعلانات، والتي قد تقف عند حدود الأذنين في بعض الصّحف أو تتّسع لصفحة كاملة في صفحة أخرى.

وإنّ وجود إعلانات بالصفحة الأولى يحدّ ويتحكّم في قدرات تصميمها، الأمر نفسه ينطبق على الصفحة الأخيرة التي قد تغطّي فيها المساحات الإعلانية على المادة التحريرية، وبنسب غير محدّدة، لتشهد بعض صحفنا العربية مساحات إعلانية توازي 80% من إجمالي مساحة الصفحة الأخيرة مقابل 20% للمادة التحريرية.

أما في الصحف الصادرة باللّغات الأجنبية تتقلّص المساحات الإعلانية في صفحاتها الأخيرة إلى حدّ غيابها تماماً هذه الصفحات، بما سمح بحريّة أوسع للمخرج الصحفي الأجنبي في تقديم تصميمات إبداعية بصورة أفضل من الصحف العربية، كما نلاحظ ذلك في صحف "النيويورك تايمز"، والإندبندنت الدولية، والهيرالد، والديلي ميرور، والديلي ستار (New York Times, Independent, Herald, Daily Mirror, Daily Star) وغيرها من الصحف، يأتي بعد الإعلان عن السياسة التحريرية التي تحكم بشكل الصفحة الأخيرة انطلاقاً من تحديد المحتوى الذي ينشر في هذه الصفحة، والذي قد يملّي الشكل الفنّي أو القلب أو الحلّة الإخراجية التي يبدو للقارئ عليها⁽¹⁾.

(1) سمير محمود، نفس المرجع السابق، ص 276 .

وإذا كانت بعض الدراسات تؤيد تثبيت ملامح عامة للشكل الإخراجي للصفحة الأخيرة، وهو الاتجاه الذي يلقى قبولاً واسعاً لدى بعض التيبوغرافيين، إلا أن بعض الأحداث الحيوية في حياة الأمم والشعوب، قد تأتي لتخترق الثوابت والقواعد، وتملى قواعدها على الشكل والمحتوى معاً.

3- إخراج الصفحات الداخلية:

يخضع أسلوب إخراج الصفحات الداخلية لما سبق، وأشرنا عليه من قواعد وأسس في التصميم من جهة، وما نفرّق دائماً فيه بين تصميم الماكيت الأساسي Master وتصميم الماكيت اليومي أو الأسبوعي المتغير.

وهنا نؤكد أنه حين وضع الماكيت الأساسي قد تعتمد بعض الصحف الكبرى والمؤسسات الصحفية العملاقة العربية أو الأجنبية على بيت خبرة أو مصمم عالمي يضع الهيئة الشكلية التجريدية العامة للصحيفة، كلّها بصفحاتها الأولى والأخيرة والداخلية ثم يكمل مصمم آخر أو مجموعة من المصممين "المخرجين"، باقي المهمة بوضع التصميمات الإخراجية اليومية المتغيرة تبعاً لتغير المحتوى من عدد لآخر، لكن داخل الإطار الفني العام الذي وضعه الخبير المحلي أو الأجنبي للصحيفة.

وفي كل الحالات يُراعى في التصميم الأساسي للصحيفة ما يلي:

- تحديد ثوابت الصفحات سواء ترويسها وما تحويه من بيانات ثابتة (رقم الصفحة وتاريخ الصدور، ورقم العدد، واسم المطبوع، وشعاره سواء اللفظي أو البصري)، وعنوان محتوى الصفحة سواء كانت رياضة، فنون، سياسة، دين، إسلاميات، واسم المشرف عليها. وهي الثوابت التي تتكرر في كل عدد بحيث لا يمكن مع ثبات تبويب الصحيفة المفترض، أن نرى صفحة الفن، وقد تغير اسمها إلى صفحة العلم مثلاً، وإن كان هناك مرونة في التبويب لتحريك الصفحات من مواقعها تبعاً لعدد الصفحات والمساحات الإعلانية، الطارئة التي قد تقلص الحيز المتاح للتحريم، أو تدفع إدارة التحرير إلى زيادة عدد صفحات المطبوع.

وهذه الثوابت يجب أن تتسم بقدر من الثبات أو تكتسب صفة وهوية ثابتة في أشكال الحروف وأساليب الترقيم، ونوع الأرقام المستخدمة (عربية لاتينية أو معاً) وأحجامها وكثافتها،

ومواقعها من ترويسة كل صفحة، بحيث تمثل هذه الأشياء مجتمعة عناصر الهوية البصرية الشكلية الثابتة لرؤوس الصفحات وللمطبوع ككل.

- كذلك عند وضع الماكيت الأساسي تتبنى الصحيفة بعض أشكال الحروف التي تستخدمها مع العناوين، بحسب طبيعة المحتوى، وشكل موحد وثابت لحروف النص الذي يمثل المحتوى الأكبر، والأكثر تكراراً، واستخداماً عبر صفحاتها، بحيث تحقق الصحيفة هويتها الإخراجية، بالاستفادة بأشكال وطرزات الحروف المتوفرة، لدى القسم الفني، والتي تنعكس على المظهر النهائي للصحيفة بعد الطبع⁽¹⁾.

■ الاتجاهات الحديثة في إخراج الصحف:

تطرح ساندرايات، وباسترناك (2003) تصوّراتهم حول حاضر ومستقبل تصميم الصحف، مؤكّدين أن عدة دراسات أجريت قبل عقود، ومنها دراسة عام 2002 بعنوان ما الذي يجعل القراءة سهلة، وقد وجدت هذه الدراسة أن عوامل عديدة تسهّل مهمة القارئ قراءة الصحف ليس من بينها التصميم.

من الصعب التنبؤ بمستقبل إخراج الصحف، لكن خبراء التصميم، يتفقون بينهم على مجموعة رئيسية من الأسس التي يتوقع تأثيرها على مستقبل الإخراج الصحفي، ومن بين هذه الأسس:

- نمو استخدام الصور كأداة توصيل للقصص الإخبارية.
- التوسّع في استخدام الأخبار والمعلومات القصيرة.
- الميل إلى استخدام عناوين كبيرة على اتّساعات محدودة، وبعدد محدود من الكلمات.
- التوسّع في استخدام إطارات الإشارات والأقسام عبر الصفحة الأولى Sections et Index.
- ستظلّ إضافة عناصر مرئية لصفحات المطبوع مثل صورة كبيرة هي البادئة التي تجذب بصر القارئ، وتقوده لقراءة الموضوعات.

(1) سمير محمود، نفس المرجع السابق، ص280.

- سيحدث تطوّر ونمو في الفرص والتّحديات أمام تصميم الصحف الإلكترونيّة، حيث الاعتماد على الخرائط الإلكترونيّة لتسهيل مهمة القراء في الاتجار عبر المواقع الصحفية على شبكة الانترنت.

وبالنسبة لإخراج الصحف المطبوعة سينمو اتجاه جديد في إخراج الصحف، وهو إخضاع تصميم الصفحات للمراجعة، وذلك قبل النشر، وليس بعد صدور الصحيفة بهدف الإجابة عن الأسئلة التالية:

- هل عناصر التصميم تسهل في توصيل المحتوى؟
- هل هي كافية ومناسبة وذات علاقة بالمحتوى؟
- هل تتكامل الصور مع النصوص بطريقة جذّابة؟
- هل توجد عناصر لها ضرورة في التصميم، ولا تفيد في توصيل النص إلى القارئ، ومن ثمّ يجب استبعادها قبل النشر؟

وينصح (باسترنّاك 2003) كبار المشرفين الفنيين بالأمانة المهنية، وتبني الروح النقدية حتى في ظلّ ضغط الوقت لأنّ المسألة ليست صفحات وإهدار مساحات، ومعها يهدر وقت القارئ⁽¹⁾.

■ الإخراج الصحفي وإعداد الصحيفّة:

• **سكرتارية التحرير:** هي المركز الذي تصبّ فيه الأنباء من مختلف المصادر، حيث يُعاد تحريرها وتوزيعها على الصفحات. ويلعب سكرتير التحرير كما يطلق عليه في المجتمع الغربي والمغرب العربي، أمّا المشاركة فيستخدمون تسمية المخرج الصحفي أو المصمّم، دورًا رئيسيًا في العملية الإخراجية، لكنّه خفي، لأنّ أمناء التحرير، لا يحتكّون مباشرة بالأحداث ولا بالجمهور الذين يعملون من أجله. فهم صانعوا الصحيفة الحقيقيون يختارون الأنباء ويكملونها، ويعطونها الشكل التي تصل فيه إلى جمهور القراء. إنهم يحدّدون الحجم والمكان وحجم الحرف والعنوان والصّورة المناسبة، لكن لحريّتهم حدودًا، فهم يخضعون لإمكانات المطبعة ودقّة التّوقيت، وعليهم أن ينفذوا أوامر المعلنين، وعليهم أن يحترموا توجيهات رؤساء التحرير، وعليهم أن يسيروا ضمن سياسة الجريدة العامّة، وأن يتقيّدوا

(1) سمير محمود، نفس المرجع السابق، ص ص 280-281-282.

بقرارات مجلس التحرير، ولكن قراراتهم تلزم المخبرين الذين لا يتحكمون بمقالاتهم بعد تسليمها لسكرتير التحرير.

• **تنظيم العمل:** أول ما يقوم به سكرتير التحرير أو المخرج هو تقويم عمل الليلة الماضية والتّحضير لعمل اليوم، ويتناول التّقويم الأخطاء ومستوى ملاحقة الأحداث، فيحقق سكرتير التحرير في أسباب التقصير في ملاحقة الأخبار، وفي حال اكتشاف التقصير يعمل على التعويض عنه، بنشره محدّدًا مع العناصر الجديدة والمعلومات الإضافية، ويتناول الإعدادات تنظيم عمل المخبرين والمحرّرين، وذلك لملاحقة الأحداث المنتظرة، مع احتفاظه ببعض المخبرين لتغطية الأحداث الطارئة.

تبدأ سكرتارية التحرير في إعداد العمل اليومي فور انتهاء الطبعة الأخيرة، فيقوم بتجميع الرسائل والقطع الواردة، كما ينظم قائمة بالمواضيع المنتظرة، التي يقترحها مجلس التحرير.

يعقد مجلس التحرير اجتماعا عندما يكون جميع رؤساء التحرير فكرة واضحة عن الخطوط الرئيسية عن المواضيع، ويحمل كل رئيس قسم معه قائمة بالأحداث المهمة ويجاهد للاستئثار بأوسع مكان ممكن لمواضيع قسمه.

ويلعب رئيس التحرير دور الحكم بين جميع رؤساء الأقسام، آخذًا بعين الاعتبار لائحة الإعلانات التي طُلب منه نشرها في الطبعة المقبلة، ويقرّر رئيس التحرير عدد الصفحات وتوزيع حجم المواد عليها. ثم يقرّر المواد التي يجب الاحتفاظ بها للصفحة الأولى آخذًا بعين الاعتبار أهمية هذه المواد بالنسبة إلى جمهور الصحيفة، ومحتفظا لنفسه، في الوقت ذاته، بإمكان تعديل اللائحة، نظرًا لطبيعة الأحداث المتحرّكة⁽¹⁾.

ولا يعدو عمل سكرتارية التحرير فيما بعد، كونه تنفيذًا للقرارات التي اتخذت أثناء اجتماع مجلس التحرير، ثم يعود كل رئيس إلى قسمه دون أن يتخلّى عن الاحتكاك ببقية الأقسام، للتنسيق المشترك حول الأحداث التي تشترك جميعها في تغطية عناصرها، ومن ضمنها الأخبار التي احتفظ بها للصفحة الأولى. ويجب أن تكون سكرتارية تحرير الصفحة

(1) فيليب، غايار، تر فادي الحسني، تقنية الصحافة، (ط2)، منشورات عويدات والمطبوعات الجامعية الفرنسية، بيروت، باريس، (1983)، ص105.

الأولى على اتفاق مع رؤساء الأقسام، حول طريقة تقديم الأخبار والصور، وكيفية توزيعها بين الصفحة الأولى والصفحات المتخصصة.

• **التركيز واختيار الأنباء:** لا يحدّد مجلس التحرير سوى الخطوط الرئيسة للعمل اليومي، ولا يهتمّ إلا بالأخبار الرئيسية. ويبقى لكل سكرتير تحرير، أن يتّخذ سلسلة قرارات تفصيلية، قبل أن يباشر بالتحرير، وتنقل إليه رسائل وكالات الأنباء وصورها فور وصولها إلى آلات الاستقبال، كما يتسلّم القطع والصور من المخبّرين والمصوّرين فور الانتهاء منها، فيراقب ما إذا كانت تعليماته قد نُفّذت بدقة كمبدأ، إن عملية الاختيار تجري مسبقاً بالنسبة إلى كتابات المخبّرين، وخارج الحالات حيث تفرض الأحداث الطارئة بعض التضحيات، فإن كتابات محرّري الصّحف تُنشر فوراً، إذ أن الحجم المطلوب يكون محدّداً سلفاً.

ويختار سكرتير التحرير الصور في اللّحظة التي تصنع فيها الماكيت، ويقارن بينها، ويقوم الصورة التي تناسب كل حدث. وإذا كان الحدث طارئاً، بحيث لم يستطع المصوّر أن يلتقط أية صورة له، يستعين سكرتير التحرير بالأرشفة أو بوكالات الصور، أو يُطلب من الرسّام، رسم ما يناسبه⁽¹⁾.

• **الماكيت:** لكل صحيفة طريقتهما في رسم الماكيت الخاص بها، وإن كانت معظم الصحف تحرص على أن تتأخّر قليلاً في ذلك حتّى يأتي الرّسم مناسباً لحصيلة اليوم الإخبارية، وتكون أغلبية المادة الصحفية قد توفّرت في أقسام الصحيفة المختلفة. وتقوم سكرتارية التحرير بحجز الأماكن المتخصصة لكل من الإعلانات والمواد التحريرية على مشروع الصحيفة أو الماكيت الذي ترسمه سكرتارية التحرير يومياً موضّحة فيه الأخبار والمقالات والإعلانات الخاصة بكل صفحة من الصفحات. وهذا الماكيت هو عبارة عن هيكل فارغ من الورق الأبيض يُماثل الصحيفة بكل صفحاتها تحدّد فوقه أسماء وعناوين وطبيعة المواد المطلوب نشرها.

ويتطلّب رسم الماكيت من سكرتارية التحرير أن تأخذ في الاعتبار أربعة عناصر طباعية أساسية هي: الإعلانات والعناوين والصور والنصوص.

(1) فيليب، غيار، نفس المرجع السابق، ص 107-108.

ويقوم سكرتير التحرير بالاهتمام بتخصيص المساحة المطلوبة للإعلانات بالتنسيق مع قسم الإعلان في الصحيفة، مع ضرورة التعرّف على الشروط التبيوغرافية للإعلان ومحتوى المادة الإعلانية، من أجل تحقيق توازن الصفحة حسبما يتطلبه الإعلان من مادة نصية أو مصوّرة، وكذلك لتجنّب النتائج الضارة لوضع مادة تحريرية مجاورة للإعلانات تتناقض مضمون هذه الإعلانات وما تروّج إليه.

وتواجه سكرتارية التحرير باستمرار موضوع الأولوية التي يجب أن يحظى بها كل من الإعلان أو المادة التحريرية، والتي تختلف الصحف في أسلوب معالجتها حسب مناهجها والمدارس الفكرية والمهنية التي تنتمي إليها.

وتعتبر المادة المصوّرة، من صوّر ورسوم، الشغل الشاغل عند رسم الماكيث بعد الإعلانات، وذلك لأنّها تشكّل العنصر الرئيسي في عملية التوازن المطلوبة للصفحة، ويتولّى سكرتير التحرير اختيار الصوّر، أو يحسب حساب الصوّر أو يحسب حسب الصوّر، التي ينتظر وصولها من مصوّر الصحيفة لكي تأخذ مكانها على الصفحات، خاصة بكل موضوع أو رواية إخبارية يجري اختيارها لتكون من بين مواد العدد الجديد من الصحيفة.

أمّا العناوين، فتتغيّر بالنسبة لمن يرسم لماكيث أكثر أهميّة من النصوص، وهي تساهم في الواقع بجذب انتباه القارئ لقراءة هذا الخبر أو ذاك على الصفحة. وتكتسب العناوين أهميتها نظرًا لما تقدّمه من راحة لعين القارئ، ناهيك عن الطابع الجمالي الذي تضفيه على الصحيفة، ويجب على سكرتير التحرير أن يترك حيّزًا مناسبًا على الصفحة للعناوين الرئيسة والفرعية للروايات الإخبارية المراد نشرها.

ويأتي في النهاية، تحديد لمساحات المخصّصة للنصوص المكتوبة على الماكيث، حيث يتمّ تعيين الأطوال المناسبة لها بدقّة، وفي أحيان كثيرة تكون النصوص من الأهمية بحيث تستلزم إعطائها الأولوية وكذلك المساحات الضرورية على الماكيث، مع الأخذ في الاعتبار الطريقة التي تجمع بها حروفها، وتظهر بها على الصفحة⁽¹⁾.

ويتمتع سكرتير التحرير، وهو بصدد رسم الماكيث، بقدر من الحرّية، حيث يجد نفسه بعض الأحيان أمام مساحات غير كافية للمواد التي تتجمّع لديه، الأمر الذي يجعله يتصرّف حسب ما يقتضيه الموقف، فيقوم بترحيل ما يمكن الاستغناء عنه من الأخبار من الصفحة

(1) تيسير، أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلّات، مرجع سبق ذكره، ص 17-18.

الأولى إلى الصفحات الداخلية، وقد يكفي بنشر مقدّمات بعض الأخبار على الصفحة الأولى ويرحل تنماتها إلى الصفحة الداخلية.

كما يستطيع سكرتير التحرير، بالتشاور مع رئيس التحرير أو مدير التحرير، أن يطلب زيادة في المواد المراد نشرها أو تعويض النقص بالصور والرّسوم والعناوين، أو يطلب حذف بعض الأجزاء من الموضوعات الطويلة، بحيث لا يؤثر هذا الحذف على المعنى الأساسي في الموضوع، بحيث لا يتعارض مع الشكل المطلوب إظهاره للصحيفة بحكم موقع في إبراز معالم شخصيتها للقراء.

ويقوم سكرتير التحرير بتحديد أحجام الحروف الطباعية وهو ما يعرف (بالتّنينيط) لأصول المواد التي تتجمّع عنده، ويتمّ هذا التّنينيط وفقاً لأسس فنية تأخذ في الاعتبار أحجام الحروف، واتّساع الأسطر لكل موضوع على حدة، وذلك تمهيداً لإرسالها إلى أقسام جمع الحروف في المطبعة⁽¹⁾. والمقصود بالتّنينيط هو وضع مقاييس أحجام الحروف واتّساع الأسطر، وهي تتراوح بين حروف صغيرة بيضاء وسوداء من 9 أسود و 9 أبيض حتّى الأنباط الكبيرة التي تجمع بها العناوين والمانشيتات في بعض الصّحف العربية والأجنبية. كما يقاس اتّساع الأسطر بالكور أو (البيكا) وهو يعادل 12 بنطاً، وتدرّج هذه الاتّساعات من 6 كور إلى 8 إلى 10 إلى 12 إلى 14 إلى 16... الخ. وقد يتطلب من عامل الجمع أن يصفّ الموضوع على عمودين أو أن تكون المقدّمة فقط على عمودين أو ثلاثة أعمدة، بحيث تكون من 20 كور أو 24 كور أو 28 أور أو 36 كور... وهكذا.

ويكون تنبيط الحروف حسب أهمية الموضوعات، فالعناوين تجمع غالباً بحروف ثقيلة سوداء لزيادة الجذب ولفت النظر إليها، ولأنّها تلخّص أهم ما في الخبر أو المقال من معاني ودلالات. وكذلك مقدّمات الأخبار والموضوعات الصحفية التي تجمع هي الأخرى بحروف ثقيلة كبيرة وبأسطر ذات اتّساع أكبر من بقية الأسطر التي تتكوّن منها نصوص الموضوعات، ثمّ يجري التّركيز داخل الموضوعات وفي عمق المتون على بعض الفقرات الهامة بهدف إبرازها فتجمع بحروف ثقيلة سوداء لأنّها تشكّل خلاصات أساسية يريد كاتب الموضوع أو محرّره التأكيد عليها وإبرازها بشكل واضح⁽²⁾.

(1) تيسير، أبوعرجة، نفس المرجع السابق، ص 18-19.

(2) نفس المرجع، ص 19-20.

علاوة على ذلك، يحضّر سكرتير التّحرير "الماكيت" أو مخطط الصفحة في اللحظة التي تحدّد لها متطلّبات المطبعة، وتحدّد هذه اللحظة في أبعد وقت ممكن، حتّى تبعد مخاطر التّعديل، ويعني هذا، أنّ إعداد القطع يجري مسبقاً، لكن طريقة عرضها لا تقرّر إلا في هذه المرحلة. ولهذا السبب، من المنطقي البدء بدراسة تنفيذ "الماكيت" في الوقت الذي يلي اختيار الأخبار، ولهذا النّظام تجري مختلف العمليات، على أن لا تعرقل الأحداث الطارئة، المجرى المنطقي لعمل سكرتير التّحرير، وبهذا النظام أيضاً، تعمل الصحف الأسبوعية، حيث تقدم ضرورات التعديل الذي يهدف إلى نشر جنر "آخر ساعة"، فعنصر الآتية لا يهم المجلات الأسبوعية بالقدر الذي تهّم فيه الصحف اليومية.

ويم إعداد "الماكيت" بالاستناد إلى قواعد الإخراج الصحفي، وبعض هذه القواعد يسري على الجميع، بينما يتغيّر البعض الآخر، وهو الأكثر، بتغيّر الصحيفة، فكل واحدة منها تتّبع طريقة معينة في عرض الأخبار، وتغيير أسلوب الإخراج لا يخضع لقراء بسيط من سكرتير التّحرير، بل يستوجب قراراً يشترك فيه مجلس التّحرير، لأنّ مثل هذا القرار يستتبع تبديلاً في عادات القراء، ويهدّد بإبعادهم عن قراءة الصحيفة. إذاً يتطلب صنع "الماكيت" التنسيق بين أربع فئات من العناصر: النصوص والعناوين والصور والإعلانات.

الإعلانات هي العنصر الذي لا يستطيع سكرتير التّحرير ممارسة نفوذه عليه، فالمعلن يطلب نشر الإعلان بالحجم والمكان الذي يناسبه. وإلى الإعلانات تضاف المواد الإعلامية، التي يرتبط اختيارها بالموصفات التيبوغرافية والمحتوى الإعلان، ولكي لا تفقد الصفحة توازنها، يختار سكرتير التّحرير الصورة والقطعة التي تتناسب والإعلان. فمثلاً لا ينشر مقالاً عن أخطار التدخين إلى جانب إعلان عن نوع من السجاير، فالصحافة الحديثة تعطي الأفضلية للإعلان، إلّا عند حدوث الأزمات والحروب، حيث يأخذ المحرّرون ثأرهم من الإعلانات⁽¹⁾.

بعد الإعلانات مباشرة، يأتي دور الصور في "الماكيت"، فهي العنصر الرئيسي لتحقيق التوازن في الصفحة، وبعد أن يختار سكرتير التّحرير الصّور المناسبة من بين الصّور التي وصلت إليه، عن طريق المخبرين المصوّرين أو الوكالات أو الأرشفة، يعتمد إلى توزيع هذه الصّور، على أماكنها، كل واحدة تناسب مقالاً معيّناً. وفي بعض الأحيان،

(1) فيليب، غيار، مرجع سبق ذكره، ص 108-109.

تكون الصّور موضوعاً قائماً بذاته، فلا تحتاج إلّا إلى كلام مناسب لها: كلام صور L'égeande، وهي لا تتفصل عن المراحل الباقية أي توزيع العناوين والقطع.

يعتبر "الماكيست" أنّ العناوين أهمّ من القطع، فهي التي تجذب أنظار القراء، وهي تأخذ مكاناً مهماً في تقدير "الماكيست" لاعتبارات عديدة، منها راحة القراء والجمالية.

وفي أثناء صنع الماكيت، يحتفظ المكان المناسب لكل نوع إخباري، كما تفرض أهميته النسبية وتعدّد عناصره، التي ترمي إلى إبرازها وجذب القارئ إليها، ثم تأتي النصوص في النهاية لتأخذ مكانها. وهنا تعرض عدّة حالات، فبعض القطع المهمة كالافتتاحيات والروبورتاجات الكبيرة، المواضيع المفكرة، الوثائق من مختلف الأنواع طولها محدّد سلفاً، ويعود إلى "الماكيست" إعطاؤها الحجم المطلوب، أخذاً بعين الاعتبار حجم الأحرف المطلوب استعمالها، ويتمتع في هذا المجال سكرتير التحرير المكلف بصنع ماكيت الصفحة الأولى بحرية كبيرة، إذ يستطيع أن يكتفي بالإشارة إلى الموضوع في الصفحة الأولى، ويترك نصّه لينشر في الصفحات الداخلية. وبالنسبة إلى الصفحات الداخلية، لا يمكن تحديد طول النصوص الإخبارية قبل صنع الماكيت، ولا تأتي الاعتبارات الجمالية إلّا في الدرجة الثانية⁽¹⁾.

جرت العادة أن يبدأ الإخراج الصحفي من رأس الصفحة، إلّا في بعض الحالات الاستثنائية، ولكّنها مدروسة جيّداً، وفي رأس الصفحة، تُركب المقالات المهمة، لكن بعض الأحيان، ونظراً لاعتبارات جمالية منها توازن الصفحة، قد تضطرّ إلى إنزال المقال الذي يستحق رأس الصفحة، إذا كانت معه صورة تفرض ذلك. ويعرّف سكرتير التحرير أن مقالا منشوراً في وسط الصفحة ترافقه صورة وعنوان عريض، يجذب الأنظار أكثر من مقال منشور على عمود في رأس الصفحة.

وبعض المبادئ التي تُراعى في الإخراج الصحفي هي التّالية:

- توازن الصور في الصفحة، وتجنّب نشر صورة إلى جانب صورة أخرى.
- العنوان: يجب أن يغطي كل القطعة أو الصورة، إلّا عند وجود الإطارات، والهدف هو إظهار العلاقة بين العنوان والنّص والصورة.
- يجب أن لا يغطي عنواناً ما عنوان قطعة أخرى.

(1) فيليب، غايار، نفس المرجع السابق، ص111.

- الصورة التي تمثل الوجه الجانبي لشخصية (Profil) يجب أن تركّب بشكل تظهر فيه الشخصية وكأنّها تنظر إلى داخل الصفحة.
- يجب تجنّب النصوص المصوّرة على شبكٍ إذا كانت دون عناوين.
- يجب تجنّب وضع عنوانين مثلاً صفيين.
- تجنّب الإطارين المتلاحقين⁽¹⁾.

وقد جرى العرف الصحفي على إحداث تنويعات داخل الموضوعات الصحفية، بحيث يزيد ذلك من جاذبية الصفحة وإعطائها قدرًا محسوسًا من الفنية والجمالية، وهناك موضوعات تظهر كلّها بحروف ذات أبناط كبيرة الحجم وموضوعات أخرى تظهر بحروف ذات أبناط صغيرة، والمسألة نسبية طبعًا، تتمّ حسب أهمية الموضوع والحيّز المكاني المسموح به ورؤية المحرّر أو المخرج الفنيّة والسياسية، فإنّ سياسة النشر في الصحيفة تلعب دورًا هامًا في تقدير المسائل الفنيّة. فهناك الصحف التي تهتم بالإثارة ونشر الصور الكبيرة والعناوين الضخمة والألوان الصاخبة، وهناك الصّحف الخاصة بالنّخبة أو الصفوة التي تعتقد أنّ مهمّتها الإعلامية تتمثّل في تناول الموضوعات بهدوء وعقلانية.

وترتبط بعمل سكرتير التحرير أيضًا مسألة عدد صفحات الجريدة واحتمال زيادتها في حالة وجود كمية أكبر من الإعلانات مثلاً، وكل ذلك بالتّسيق والتّشاور مع رئيس التحرير وقسم الإعلان، وكذلك التّعاون بين الإدارة من ناحية، وسكرتارية التحرير من جهة أخرى.

ويتوقف ترتيب وتنفيذ هذه المهام والوظائف التي تتولّاها سكرتارية التحرير على تنظيم أقسام التحرير والعاملين فيها وعلى المطبعة، والمبدأ الأساسي هو أنّ سكرتير التحرير يجب أن يحدّد لنفسه جدول عمل محدّدًا على سبيل التجربة ثم يثبتّه، ويستمرّ فيه بحزم خلال المدة اللازمة، ولا يمكن تغيير هذا الجدول إلّا في حالة وقوع أحداث هامة، ويجب أن يرتبط ارتباطًا وثيقًا بمواعيد عمل المطبعة، وعلى هيئة التحرير كلّها أن ترضخ لمتطلّبات هذا الجدول، فأمام سكرتير التحرير عقبات ثلاث يجب أن يجتازها وهي: الوقت، وطول النص المطلوب، ودقة الماكيت.

ويجدر التّنبية إلى أنّ التخطيط الذي يعدّه سكرتير التحرير على إثر الاجتماعات الصباحية التي تتمّ في الصحيفة، قد يتعرّض للانهايار والتّغيير من أساسه لأسباب طارئة،

(1) نفس المرجع، ص 112.

الأمر الذي يقلب الاستعداد الذي بدأ في أول النهار لينهار في آخره أو ربّما والجريدة توشك أن تلتهمها المطبعة بما فيها من مادة، ممّا يوجب على سكرتير التحرير أن يضع خطّه على أساس أن يكون هيكل الجريدة مرناً على استعداد لهذه الظروف الطارئة، وهو في هذه الحالة يرسم صفحاته بطريقة مرنة قابلة للحركة والحذف والإضافة، فإذا مرّ اليوم مع الليل بسلام ولم تتأثّر خطّه لأحداث غير متوقّعة، كان بها، وإلاّ كان على سكرتير التحرير أن يواجه الظرف الطارئ بأعصاب هادئة وشجاعة وسرعة اعتماداً على مرونة الهيكل الذي رسمه وأعدّه حتّى تصدر الصحيفة في موعدها⁽¹⁾.

■ إعداد النصوص:

مهما كانت مصادر الأخبار، وأيّاً كان صاحب المقال، فإنّ سكرتير التحرير هو آخر من يقرأ النصوص قبلاً إرسالها إلى التنضيد، لذا يجب أن لا يفوته شيء، سواء أكان في الشكل أم في الأساس. فإذا كان هو كاتب القطعة، فيجب أن يعطيها لغيره حتّى يعيد قراءته، وعلى سكرتير التحرير أن يدقّق في صحة كل عنصر يراه مشبوهاً، عندما يعيد قراءة النصوص، كما يجب أن يحقق مع كاتب الروبورتاج في العناصر التي يعتبر أنّها تحتاج إلى مزيد من الشرح. وفي الشكل، يصحّ الأخطاء اللغوية والإنشائية والإملائية، ويتحقق من ملائمة طول القطعة للمكان المخصص لها.

ثم يبادر إلى كتابة جميع التعليمات الضرورية للتنضيد والإخراج على الصفحة الأولى من القطعة، بالنسبة إلى النصوص، التعليمات بسيطة، وهي جسم الحرف ونوعه (9 أسود، 9 أبيض، 12 أسود، 12 أبيض، 18 أسود، 18 أبيض) وعرض العمود (10 سيسرو، 8 سيسرو ضمن إطار، 20 سيسرو، 18 سيسرو ضمن إطار). كما أنّ إعداد الصور للحفر بسيط: تقصّ السورة بشكل تكون على ظهرها المقاييس نسبية مع لمكان المخصّص لها، ثم يُسجل على ظهرها الارتفاع والطول المطلوبين، ويُستعمل في تحديد المقاييس وعرض العمود الملمتر.

(1) تيسير، أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلّات، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.

■ العناوين، العناوين الفرعية والتعريف بالصّور:

يهدف العنوان إلى إعلام القارئ، وجذبه إلى قراءة الخبر، فالصحيفة التي تنشر أحسن المقالات، لكنّها تقدّمها تحت أسوأ العناوين، هي صحيفة فاشلة لأنّها لا تستطيع كسب القراء. ولكن هل تعلّق جمع الصحف الأهمية نفسها على العناوين؟ في بعض الصحف يوجد محرّرون متخصصّون في كتابة العناوين، ويقومون بمهمّتهم حسب نوع المقال وأسلوب الصحيفة، إذا كانت تعلّق أهمية أكبر على العنصر الإعلامي أو عنصر الإثارة. فإذا كان الأمر يتعلّق بحدث مهم، يبرز في العنوان أهم العناصر الحديثة. وإذا كان موضوع الخبر انقلاباً أو ثورة، يركّز العنوان على الحدث نفسه، مع الأخذ بعين الاعتبار الإذاعة والتلفزيون، وإذا كانت قد أذاعت الحدث. أما وإذا كان الحدث عادياً، ولا يمكن للجمهور أن يهتم به، فتركّز الصحيفة على العناصر المسليّة والمثيرة.

كثيراً ما يُدمج في العنوان عنصر الإثارة والإعلام، لأنّ العنوان يتضمّن إجمالاً عدة أجزاء: عنواناً كبيراً، عنواناً دقيقاً، عنواناً مشروحاً، والعنصر الرئيسي يوجد في العنوان الكبير، والقاعدة العامة هي تقديم أكثر العناصر في أقلّ الكلمات. وتستعمل الصحف الإنجليزية هذه الطريقة إلى حدّ كتابتها العناوين بأسلوب تلغرافي، أما الصحف الفرنسية فهي أقلّ تطرفاً في هذا المجال، ويوضع في تصرّف سكرتير التحرير عند صنع العناوين ثلاثة أشياء ضرورية: "ماكيت"، الصفحة وجدول بأهمّ عناصر الحدث ولائحة بأنواع الأحرف. العناوين الفرعية تعمل على إعادة تركيز انتباه القراء، في المقال الطويل، وهو يحتوي إجمالاً على عنصر مثير يلفت الأنظار ويشير الفضول.

ويشبه دور التعريف بالصّور، دور العناوين الفرعية، فأول ما يقوم به القارئ عندما يفتح الصحيفة، هو إلقاء نظرة على العناوين والصّور، فإذا أثارت الصورة انتباهه قرأ ما هو مدوّن تحتها، ومن هنا تأتي أهمية تضمين التعريف بالصّور عناصر إعلامية تدفع القارئ إلى مطالعة المقال، ولهذا انصرفت الصحف منذ زمن بعيد عن الاكتفاء بشرح الصورة، وانتقلت إلى إبدالها بمقاطع من المقال تلقي ضوءاً على الصورة وتربطها بالحدث⁽¹⁾.

(1) فيليب، غيار، مرجع سبق ذكره، ص113-114.

■ إعادة التحرير:

يدخل التحرير في جزء منه، ضمن أعمال سكرتارية التحرير، ليس في كتابة العناوين فقط، بل في النصوص أيضاً، ويتغير هذا الجزء تبعاً للصّحف. وقد رأينا أن النسخ التي ترد من المخبّرين يدخل عليها بعض التعديل، والتعديل المهم يجري على الرسائل الصحفية التي ترد من وكالات الأنباء، ولكن نسبة الرسائل التي تبثّها الوكالات ليست هي نفسها في الصحف، ففي باريس النقيضان هما: فرانس سوار France Soir وصحيفة لوموند Le Monde. المواضيع الكبرى في الصحيفة الأولى هي كلّها تقريباً من إنتاج مخبريها ومراسليها، بينما لوموند لا تستعين كثيراً بما يرد من الوكالات إلّا في الأخبار الصغيرة التي لا تنقلها في مطلق الأحوال كما هي. والمحرّر في صحيفة ما يستطيع أن يدمج موضوعاً متكاملًا معتمداً على وقائع الحدث الواحد التي ترد في عدة وكالات، وعلى أرشيف الصحيفة.

في المجلّات الأسبوعية تبدل مواضع المخبّرين كلياً، وهذا ما يسمّى بإعادة التحرير، وذلك لإعطاء المواضيع أسلوباً خاصاً بالصحيفة، ومن ناحية ثانية، المجلّة تكلف عدة مخبرين بالاهتمام بالحدث الواحد، كل منهم يحصل على العناصر لجانب معين. بالطبع ترسل الصحف اليومية عدة مخبرين لتغطية الحدث، ولكنها تعتمد موضوعاً متقارباً بين المواضيع تضيف إليه العناصر التي يحتاجها من بقية المواضيع، وذلك بسبب ضغط عامل الوقت. بينما المجلّات الأسبوعية تستطيع تكوين موضوع متكامل من مجموع العناصر التي حصل عليها لمخبرون، كل منهم للجانب الذي كُلف بتغطيته. إنّها تستفيد من الوقت الذي يتيح لها حرية التصرف، لكي تعطي أكبر وزن ممكن لأخبارها. والذي يعيد كتابة الأخبار والتحقيقات يميل دائماً إلى أن يصبح الكاتب الرئيسي للموضوع، وقد اتّبع هذه الطريقة منذ عدة سنوات في الأكسبريس، فالذي يعيد تحرير الموضوع هو الذي يوقعه، ويذكر معه «قام بالتحقيق فلان...»⁽¹⁾.

(1) فيليب، غايار، نفس المرجع السابق، ص 116.

■ قاعة الإخراج (الرّخامة):

ينتهي عمل سكرتير التحرير اليومي في مكتبه عندما يرسل المواد التحريرية، والعناوين والصور إلى المطبعة، ولكنّه لا يغادر الصحيفة بل يدخل إلى قاعة الإخراج. و "الرّخامة" اصطلاحاً، تعني قاعة الإخراج، وفي الوقت الذي يدخل إليها سكرتير التحرير يكون تتصيد المواد قد انتهى، ونقلت إلى "الرّخامة" (المقصود المعنى الحقيقي للكلمة) مع العناوين والصور، والكليشيات إذا كانت جاهزة، وتصحيح البروفات يستمرّ حتى موعد إقفال الطبعة. ويكتفي سكرتير التحرير بمراقبة التنفيذ، ويُجري التعديلات الضرورية، هذا إن كان الإخراج دقيقاً، وإذا لم ترد أنباء جديدة في اللّحظة الأخيرة، وعلى سكرتير التحرير أن يعطي المنفّذ كل التعليمات لوضع العناوين والنصوص والصور في مكانها، ويقرّر إلغاء بعض المقاطع، إذا كان النص طويلاً، أو يجد خبراً صغيراً يسدّ به الفراغ إذا كان قصيراً.

العالم لا يتوقف أثناء تركيب الصفحة، فوكالات الأنباء تبتّ أخبارها، والمراسلون يتّصلون بالهاتف، وعند انتهاء تركيب الصفحات، يسحب المخرج نسختين عن كل صفحة، واحدة للمصحّح والأخرى لسكرتير التحرير، وتدعى النسخة "البروفة"، ولا يتجاوز تصحيح البروفات دقائق معدودة. هي الفرصة الأخيرة لتفادي الأخطاء، ونادراً ما يتوفر الوقت لقراءة كل النصوص على البروفة، ولكن على الأقلّ يمكن تصحيح العناوين الكبيرة والصغيرة، والتعريف بالصّور، كما يمكن مراقبة تركيب النصوص "المنضدة" في أمكنتها، وملاحظة إذا كانت الكليشيات قد بُدلت من أخرى لها المقاييس نفسها⁽¹⁾.

■ التيبوغرافيا والإخراج الفني:

يطلق المختصون على الهيئات غير البيضاء التي تظهر في الصحيفة، مثل الحروف والصور والرّسوم والجداول اسم الهيئات الطباعية أو العناصر أو الوحدات التيبوغرافية، ويُسمّى المشتغلون بها "تيبوغرافيين"، أمّا توزيع هذه الوحدات أو الهيئات فوق الصفحات فيطلق عليه الإخراج.

(1) فيليب، غايار، نفس المرجع السابق، ص 117-118.

فالتيبوغرافيا إذن هي فت إخراج العناصر الطباعية المناسبة وتنسيقها للوصول بها إلى تقديم الشخصية العامة أو المظهر العام للمادة المطبوعة ككل، وتتمثل أيضًا بمجموعة المبادئ المستخدمة لطباعة كافة العناصر المُخَبَّرة فوق الصفحة⁽¹⁾.

إنَّ كل ما يظهر على صفحات الجريدة والمجلات يعتبر عناصر طباعية أو تيبوغرافية، وكلمة طباعية هي من كلمة "Typographic" والتي تمَّ تعريبها إلى "تبيوغرافيا" ولكننا عندما نأتي لتفصيل العناصر الطباعية، فإنَّه يمكن أن نقسِّمها إلى نوعين:

- الأول الذي تتمَّ عملية طباعته بمعنى صَفِّه أو رَسَمِه عن طريق آلات الصَّف من كلمة "Type"، أي أنَّ الوحدات التي تنتمي لهذا النوع هي أشكال تتمَّ كتابتها آلياً (طباعتها).
- الثاني الذي تتمَّ عملية رسمه أو تصويره في هيئة محدَّدة تدرك بصرياً بشكل مباشر من كلمة "graph" أي أنَّ الوحدات التي تنتمي لهذا النوع هي أشكال يتمَّ رسمها يدوياً أو آلياً. ولأنَّ كلمة Typographic تجمع بين المصطلحين، فإنَّه يمكن أن نطلقها على العناصر الطباعية، بل واعتبار جميع ما يظهر على الصحيفة عناصر تيبوغرافية لأنَّها جميعاً في النهاية يتم نسخها عن طريق آلات الطباعة الحديثة، إلَّا أنَّ الأدق أن نقسِّمها إلى نوعين⁽²⁾:

1- عناصر أو وحدات طباعية تيبوغرافية:

تتكوَّن منها عادة العناوين والمقدِّمات والنصوص وأجزاء من الإعلانات والكاريكاتير، وتنقسم إلى أربعة أنواع:

- أ. الحروف: وهي الرَّموز الأبجدية المكوَّنة للمادة الصحفية.
- ب. الأرقام: وهي الرَّموز التي تنقل معلومات كمِّيَّة محدَّدة.
- ج. علامات التَّرفيم: هي رموز تُستخدم للفصل بين الكلمات والجُمْل في أي نصّ، وتعمل على توضيح المعنى وتقسيم الأفكار.
- د. الفراغات البيضاء: وهي مسافات تخلو من أيَّة عناصر تيبوغرافية وتترك بين هذه العناصر البيضاء لإضفاء مزيد من المقروئية والوضوح عليها أو للفصل بينها.

(1) تيسير، أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلات، مرجع سبق ذكره، ص43.

(2) تيسير أحمد، أبوعرجة، نسرین ریاض عبد الله، الإخراج الصحفي الحديث، مرجع سبق ذكره، ص31-32.

2- عناصر أو وحدات طباعية جرافيكية:

وتتكون منها عادة الإطارات التي تحيط بالإعلانات أو الكاريكاتير أو المقالات وأجزاء الإعلانات، وتكون أحياناً عنصراً مستقلاً، وهي ثلاثة أنواع:

أ. الصور: بنوعيهما الخطّي والظلي، ويتعيّن على عملية الإخراج أن تحدّد أي النوعين يستخدم بالإضافة إلى مكانها من العنوان والمّتن، ومساحتها، وشكلها، ونوعها، وكلامها واتّساع الجمع الخاص به، والبياض حولها، وسطر المصوّر أو مصدر الصّورة، وتبايناتها اللّونية، وأيّ إضافات أخرى عليها من العناصر التّيبوغرافية.

ب. الجداول: هي الخطوط التي تفصل بين المواد والمنشورة فصلاً كاملاً، وقد تكون طولية (رأسية) أو عرضية (أفقية)، ويتعيّن على عملية الإخراج أن تحدّد اتّساع الجمع الخاص بها وارتفاعها، ومكانها، وكثافتها اللّونية ولون الخلفية الخاص بها.

ج. الخطوط أو الفواصل المتعرّجة والمستقيمة: وتستخدم لإبراز أو فصل النّصوص، وتحدّد اتّساع الجمع الخاص بها، ومكانها، وكثافتها اللّونية، ولونها، ولون الخلفية الخاصة بها، والمسمّى "فون" والمساحات البيضاء المحيطة بها، ودرجة تعرّجها أو استقامتها.

ولكل نوع مجموعة من النّقسيمات أو الأنواع الفرعية أسس خاصّة بالتّصميم تختلف أحياناً في الجريدة عنها في المجلّة، ولكل منها مجموعة من القرارات المتّصلة بها⁽¹⁾.

وتتعلّق مهمة التّيبوغرافيا وحدها بالشكل المادي للصفحة من حيث مساحتها أو أعمدتها، ونوع الوحدات التّيبوغرافية المستخدمة، وترتيبها، ووضوحها وحفظ التّناسق فيما بينها، من ناحية، وبينها وبين الفراغ الأبيض للصفحة من ناحية أخرى. أما مهمة الإخراج فتتحقيق التوزيع التّيبوغرافي على الصفحة أهدافاً معيّنة باستخدام أساليب معيّنة. وللإخراج الصحفي أربعة أغراض هي: أولاً تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ بحيث يستوعبها في أقصر وقت ممكن، وثانياً عرض الأنباء مقوّمة حسب أهميتها، فالقارئ يتوقّع إبراز الموضوعات الهامة، سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التّيبوغرافية المستخدمة فيها، ثالثاً العمل على أن تبدو الصفحة جذابة مشوّقة، ورابعاً عقد صلة تعارف

(1) تيسير أحمد، أبو عرجة، نسرین ریاض عبد الله، نفس المرجع السابق، ص 44.

وألفة بين الصحيفة والقارئ، بحيث يستطيع تمييزها عن غيرها في يُسرٍ، ويسعى إليها في رغبة.

أولاً: مفهوم التيبوغرافيا

اتَّفَق الباحثون على أنَّ التيبوغرافيا هو علم توزيع الأشكال الطباعية بطريقة صحفية مقبولة وجذّابة إلى حدّ كبير على صفحات الصحيفة، على اعتبار أنَّ الصحيفة بناء يتكوّن من أعمدة مرئية أو غير مرئية، وأدوات التيبوغرافيا هي الحروف التي تُطبع الكلمات والخطوط والصّور والرّسوم والفواصل حتّى البياض أو اللّون الأبيض يدخل في التيبوغرافيا، وقد جاءت كلمة تيبوغرافيا من كلمة Type أي شكل، وتترجم بأنّها علم شكليات أو أدوات تشكيل الصفحة أو الصحيفة طباعياً.

وإذا كانت التيبوغرافيا هي أدوات تشكيل الصحيفة فإن الإخراج هو توزيع أدوات التشكيل فوق حيّز الصفحة المحدود، والقيام بعمليات فنيّة تساعد على ذلك، للخروج بشكل مادي جديد للصفحة وعرضها في شكل جمالي جذّاب.

ثانياً: العناصر الأساسية لصفحات الجريدة

تشير "التيبوغرافيا" بوجه عام إلى طبيعة العناصر الأساسية التي تشترك في بناء الصفحة أو صفحات الجريدة، أي أنّها البنية الأساسية للصحيفة أو الشكل المادي للصفحة. وتندرج العناصر التيبوغرافية العامة التي تبنى منها صفحات الصحف تحت أربعة عناصر رئيسية:

1 - مساحة الصفحة وعدد أعمدتها.

2 - حروف الطباعة.

3 - الصور والرّسوم.

4 - وسائل الفصل بين المواد.

وسنحاول تناول كل عنصر من هذه العناصر بإيجاز.

1- مساحة الصفحة وعدد أعمدتها:

تنقسم معظم الصحف المعاصرة من حيث حجمها إلى نوعين هما: الصحف العادية ويطلق عليها Standard size والصحف النّصفية ويطلق عليها Tabloid.

ويتراوح عرض الصفحة في الصحف العادية بين (38 – 43 سم) وهو نفسه طول الصفحة في الصحف النصفية، أما طول الصفحة العادية فيتراوح بين (53 – 54 سم) وهو ضعف عرض الصفحة في الصحف النصفية.

أما أعداد أعمدة الصفحة في معظم الصحف العادية ثمانية، وفي معظم الصحف النصفية خمسة، وبعض الصحف العادية تقسم صفحاتها إلى تسعة أعمدة أو سبعة أعمدة، وبعض الصحف النصفية تقسمها إلى ستة أعمدة.

أما اتساع العمود، فقد وُحِدَ في الصحف تقريباً بمقدار (9 إلى 11,5 كور) أي حوالي (4 – 4,5) سنتمترًا. وقد مرت الصحف بعدة تغييرات بالنسبة لمساحة الصفحة واتساع العمود، ثم استقرت على هذا الوضع، بعد أن أصبحت الضرورات المادية والمعايير الفنية تحتم عليها أن تنقيد إلى حد كبير بمساحة معينة للصفحة، وباتساع معين للعمود.

فصناعة الصحف تقوم على أساس توحيد الأبعاد (Standardization)، فيها نتيجة برامج الحاسب الآلي وآلات الطباعة وما يتصل بها بمقاييس ثابتة نسبياً، وكذلك الحال لإنتاج ورق الصحف، وقد ساعد على ذلك عدة عوامل منها المواد الصحفية الجاهزة التي توزع معدة للطبع على مختلف الصحف عن طريق وكالات الأنباء، وكذلك المواد الإعلانية التي تقوم وكالات الإعلانات بتصميمها وإعدادها للطبع، الأمر الذي يتطلب توحيد اتساع الأعمدة في هذه الصحف، حتى يمكن نشر الإعلانات فيها ودون صعوبات⁽¹⁾.

2- حروف الطباعة:

تنقسم حروف الطباعة أيًا كان نوعها إلى قسمين رئيسيين:

أ. حروف العرض (Display type): التي تستخدم في جمع العناوين ونحوها.

ب. حروف المتن (Body type): التي يجمع بها صلب المادة الصحفية.

أولاً: تيبوغرافية حروف العناوين

تعدّ حروف العناوين أحد العناصر التيبوغرافية المهمة والأساسية في بناء صفحات الجريدة، وتحديد هيكلها العام. وتختلف أهمية حروف العناوين من صفحة لأخرى، فالصفحة

(1) أشرف فهمي، خوخة، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، (دون طبعة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع،

مصر، 2013)، ص 35-36.

الأولى مثلاً تمتاز بالعناوين كبيرة الحجم، بينما لا تتضمن صفحة الإعلانات المبوبة عادة إلا عناوين تجمع من حروف صغيرة، لا يتجاوز اتساعها العمود الواحد أو جزءاً منه.

وقد تكوّرت العناوين بتطوير الصحف، وتضافرت مجموعة من العوامل في إحداث هذا التطور في شكل العنوان، وذلك على النحو التالي:

أ. **عامل وظيفي:** متعلّق بوظائف العنوان كأحد العناصر التيبوغرافية للصحيفة والتي من أهمّها:

- تلخيص الأنباء والموضوعات، وتقديمها مرتّبة
- حسب أولوياتها وأهمّيتها التحريرية.
- تنظيم عملية القراءة وذلك عن طريق تقسيم الصحيفة إلى أبواب.
- جذب القراء إلى شراء الصحيفة.

ب. **عامل إخراجي:** ويتعلّق بتطور إخراج وتصميم الصحيفة، حيث اتّجهت الصحف في السنوات الأخيرة إلى أسلوب الإخراج الأفقي الذي يتيح نشر الموضوعات بشكل عرضي، بحيث يحتل الموضوعات أكبر عدد من الموضوعات. وكان الإخراج الرأسي هو السائد، بمعنى عرض الموضوعات على الصفحة باتّساع صغير مع زيادة الامتداد الرأسي لها.

ج. **عامل طباعي:** يرجع إلى تطور طباعة الصحف حيث تتعدّد أشكال حروف العناوين، وأدوات إنتاج العناوين، ممّا أتاح توافر الأشكال والتصميمات المختلفة والمتنوّعة، وتعدّد الأحجام والكثافات أمام الصّحف.

1- أنواع العناوين:

تعدّدت أنواع العناوين من حيث الاتّساع، والشكل، والحجم. ويُشير الاتّساع إلى الحيّز المخصّص للعنوان على الصفحة، ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع للعناوين من حيث اتّساعها وهي:

أ. **العنوان العريض:** وهو الذي يسمّى في الإنجليزية Banner Head وفي الفرنسية Manchette، ويعدّ العنوان العريض من الخصائص المميّزة للصفحة الأولى في كثير من الصّحف، لكن ذلك لم يمنع استخدامه في بعض الصفحات الداخلية أيضاً.

ومن خصائص استخدامه، هو إعطاء خبر ما أو موضوع ما أكبر درجة من الإبراز نظراً لقوة جذبته لانتباه القارئ، وإثارة اهتمامه، ويعود ذلك إلى ما يشغله العنوان العريض من حيز كبير على الصفحة، حيث يمتدّ على اتساعات كبيرة تصل إلى ثمانية أعمدة وثمة إشكاليّتان إخراجيتان تتعلّقان بنشر العنوان العريض على الصفحة الأولى، فبعض الصّحف تضعه في أعلى الصفحة فوق رأس الصحيفة، في حين تضعه صحف أخرى تحت الرأس، أما الإشكالية الإخبارية الثانية: فهي تتمثّل في الناحية التي تصل منها العنوان العريض بمقدّمة الموضوع المصاحب له على الصفحة الأولى. والعادة المتّبعة في معظم الصحف في هذا الخصوص أن يبدأ الموضوع حيث ينتهي عنوانه⁽¹⁾.

ب. العنوان الممتدّ: ينشر العنوان الممتدّ عبر عدد من الأعمدة أكثر من العمود الواحد وأقلّ من عرض الصفحة بأكمله، ويرتبط العنوان الممتدّ بالإخراج الأفقي الذي يتيح نشر العناوين على عدد كبير من الأعمدة، ويرى البعض من التّيبوغرافيين أنّ العناوين الممتدّة على اتساعات كبيرة تعدّ أفضل من تلك العريضة في نظر بعض التّيبوغرافيين نظراً لما تحقّقه من قوة إبراز أعلى للعنوان على الأعمدة الخارجية من الصفحة.

ج. العنوان العمودي: وهو يُشير إلى سطور العناوين التي لا يزيد اتساعها عن عمود واحد، وهو يميز الإخراج الرّأسي الذي يعتمد على تكوين الصفحة من وحدات طولية لا عرضية، ويتميّز هذا التّمتّ من العناوين بقلة الاتّساع، وأصغر الأحجام من حيث مقاس حروفه، وينتشر استخدام هذا النّوع من العناوين على الصفحة الأولى، والصفحات الإخبارية عموماً، وصفحات الوفيات بالصحف نظراً لقصر الموضوعات أو الأخبار المنشورة على مثل هذه الصفحات.

ومن الملاحظ أنّه كلّما زادت غلبة الإخراج الرّأسي على الصحيفة زاد ظهور هذه العناوين، وكلّما زادت غلبة الإخراج الأفقي على الصّحيفة، انحسر ظهور هذه العناوين على صفحاتها.

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص 37-38.

2- شكل العناوين:

يشير شكل العنوان إلى الطريقة التي تظهر بها حروف العناوين بعد الطبع على صفحات الجريدة، ويمكننا التمييز بين نوعين أساسيين للعناوين من حيث الشكل وهما:

أ. **العناوين المجموعة آلياً:** باستخدام الحاسب الآلي أو نمط الإنتاج الإلكتروني، وبرمجيته ذات الإمكانيات الهائلة في معالجة الكلمات بكل ما تتضمنه من عناصر تيبوغرافية وجرافية تشترك في البناء التيبوغرافي للصحيفة⁽¹⁾.

ب. **العناوين الخطية:** وهي المكتوبة بخط اليد من قبل خطاطي الصحيفة، مثل خطوط النسخ، والرقعة، والكوفي، والثلاث، الأندلسي والفارسي، وهذا النمط من العناوين لا يزال يُستخدم في نطاق محدود جداً.

3- حجم العنوان:

تتميز حروف العرض أو العناوين بالتدرج في أحجامها والتنوع في أشكالها، وهذا التنوع يُتيح للمخرج فرصة كبيرة لاختيار ما يناسب كل عنوان من حروف، ويُعدّ الحجم إحدى وسائل التمييز التيبوغرافي المهمة للعناوين المنشورة على صفحات الصحيفة فكلاً زاد حجم العنوان زادت قوة جذبه لانتباه القراء وإثارة اهتمامهم.

وهناك عدد من العوامل التيبوغرافية التي تتحكم في تحديد حجم العنوان على الصفحة وهي:

أ. **مساحة الصفحة:** فكلاً زادت مساحة الصفحة المنشور عليها العنوان، استدعى ذلك تكبير حجم العنوان، بما يتناسب والمساحات الكبيرة المنشور عليها.

ب. **العناصر الثقيلة الأخرى المنشورة مع الصفحة:** كالصور الفوتوغرافية، والرسوم، والإعلانات، فكلاً زادت هذه العناصر عدداً ومساحة، وُجب زيادة أحجام العناصر المنشورة على ذات الصفحة حتى يمكن للعنوان إحداث التوازن مع هذه العناصر.

ج. **مساحة البياض المحيط بالعنوان على الصفحة:** فكلاً زادت هذه المساحة، أمكن جمع العنوان بحجم أصغر، على أساس أنّ البياض المحيط بالعنوان يعوضه عن صغر الحجم من حيث التأثير والجاذبية.

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص 39-40.

د. **كثافة الحرف:** يُراعي التيبوغرافيون أنّ عند اختيار الكثافة يجب النظر إلى الحجم، بمعنى أن يوازن المخرج الصحفي الحجم والكثافة، فمثلاً، جمع عنوان بحجم صغير وكثافة بيضاء، يبدو عديم الأهمية، في حين يكون ذات العنوان ذات تأثير في حالة جمعه بالحروف السوداء من الحجم نفسه.

هـ. **اتّساع العنوان:** فكّماً زاد اتّساع العنوان (عريض أو ممتدّ) كلّما استوجب ذلك زيادة حجم الحرف ليتناسب مع الاتّساع الكبير المنشور عليه العنوان.

و. **مساحة الموضوع:** فكّماً زادت مساحة الموضوع الصحفي، استوجب ذلك زيادة حجم العنوان، فمثلاً الموضوع الذي يحتلّ صفحة كاملة ليس من المنطقي أن تتساوى عناوين موضوع صغير يشغل ربع صفحة أو أقلّ.

نخلص من ذلك، أنّ تحديد الحجم المناسب للعنوان يتمّ في ظلّ مراعاة المخرج الصحفي لكل العوامل السابقة، حتّى يتحقّق للعناوين المنشورة أكبر قدر من الوضوح، وعليه أكبر قدر من المقروئية للموضوعات المنشورة بالصحيفة.

ومن ثمّ فقد حدّد التيبوغرافيون أحجام العناوين المنشورة على صفحات الصّحف على النحو التّالي:

أ. **العناوين العريضة:** عادة ما تأخذ أكبر الأحجام ما بين 48 – 96 بنط.

ب. **العناوين الممتدّة:** على أكثر من عمود تلي العناوين العريضة في حجم البنط، فهي تأتي في الغالب مجموعة على بنكي 48 – 60.

ج. **العناوين العمودية:** تتراوح عادة ما بين 14 – 24 بنط، وإن جاءت في الغالب مجموعة بأحجام 14، 16، 18... وذلك طبقاً لعدد الكلمات المتضمنة في السطر الواحد.

■ أحجام العناوين من حيث الوظيفة:

من العوامل المؤثرة، وذات الأهمية الكبيرة في التّحديد الصحيح والمناسب لحجم العنوان هو الوظيفة التحريرية التي يؤدّيها العنوان على الصفحة، وتنقسم العناوين من هذه الزاوية إلى أكثر من نوع هي⁽¹⁾:

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص 40-41-42.

أ. **العنوان الرئيسي:** وهو الذي يحمل الفكرة الأهم والرئيسية في الموضوع، ومن ثمّ يعدّ أهم سطور العناوين المصاحبة للموضوع على الصفحة من الناحية التحريرية. وبناء عليه يجب إعطاؤه أكبر الأحجام، وأكبر الاتساعات بما يتفق والأهمية التحريرية الكبيرة، التي يمثلها دون بقية سطور العناوين المصاحبة للموضوع.

ب. **العنوان الثانوي:** وهو الذي يحمل الأفكار الثانوية أو الفرعية، والأقل أهمية، وهو الذي يلي العنوان الرئيسي من حيث الحجم والأهمية، فإذا كان حجم العنوان الرئيسي 80 بنط، فالثانوي الذي يليه يكون 48 بنط، ثم 24 بنط، ثم مقدّمة لموضوع بحجم 12 بنط، وأخيراً صلب الموضوع بالحجم المعتاد (10 بنط).

ج. **العنوان التمهيدي:** وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويمهّد له. ولذا، عادة ما يجمع بحجم أصغر من الحجم المجموع به العنوان الرئيسي، وكذا الثانوي، ويتكوّن العنوان التمهيدي غالباً من كلمة أو كلمتين.

د. **عناوين البقايا:** وهي تشير إلى عناوين بقايا الأخبار والموضوعات المنشورة على الصفحة الأولى من الصحيفة، وتنتشر على إحدى الصفحات الداخلية، وتحظى عناوين البقايا بأهمية كبيرة لدى المخرجين الصحفيين، ومن ثمّ يجب أن تجمع بنفس حجم العنوان الأصلي، أو بأحجام أقل من العناوين الأصلية، وبخاصة في حالة جمع الأخيرة بأحجام كبيرة⁽¹⁾.

هـ. **العنوان الثابت:** ويشير إلى عناوين الأبواب أو الأركان التحريرية والأعمدة الخاصة التي يكتبها كبار الكتاب بالصحيفة، وتنتشر بشكل ثابت من عدد لآخر بالصحيفة. وبناءاً على ذلك يفضل عدم المبالغة في حجم العناوين الثابتة، وكذلك في اتساعاتها المخصصة لها على الصفحة، بحيث لا يزيد حجم العنوان الثابت على حجم 24 بنط، ولا يزيد اتساعه عن عمود واحد من الاتساع التقليدي.

د. **العناوين الفرعية:** وهي العناوين الفاصلة بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتشتدّ الحاجة إليها خاصة في الموضوعات الطويلة، ولعلّ أهمّ ما يجب مراعاته في تحديد حجم العناوين الفرعية، هو أن لا تتساوى حجمها مع العناوين العمودية المصاحبة للأخبار المنشورة على ذات الصفحة من الصحيفة، وأنّه لا يزيد حجمها من الحجم المستخدم في

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص45.

جمع مقدّمة ذات الموضوع على أساس أنّها تعدّ جزءاً لا يتجزأ من سطور متن الموضوع الواحد.

4- البياض حول العنوان:

يلعب البياض حول حروف العناوين دوراً هاماً في إبرازه وإلقاء الضوء على سواد حروفه، ويشتمل البياض حول حروف العناوين عدّة جوانب، وهي البياض بين الكلمات والبياض بين سطور العنوان، والبياض أعلى العنوان، وأسفله، والبياض على جانبي العنوان. وهنا يجب أن يراعي المخرج الصحفي الآتي:

أ. عدم التقثير الشديد في كمية البياض بين الكلمات حتّى لا تتلاصق كلمات العنوان بعضها ببعض مما يصعب معه القراءة لعدم وجود مسافة بين كل كلمة والتي تليها تتيح لعين القارئ أن تنتقل من كلمة لأخرى.

ب. عدم الإسراف في مساحة البياض المتروك بين الكلمات المجموعة نتيجة لعدم مراعاة علاقة التناسب بين عوامل الحجم والانتساع وعدد الكلمات. لذا ينبغي ضرورة حرص المخرج على تساوي المسافات المتروكة بين كلمات العنوان الواحد، تحقيقاً للوحدة البصرية بين كلمات العنوان الواحد على الصفحة.

ثانياً: تيبوغرافية حروف المتن (Body Type)

تعدّ حروف المتن هي الأساس الذي يتكوّن منه جسم الخبر أو الموضوع الصحفي، وهي صلب المادة الصحفية.

وتتميّز حروف المتن بصغر حجمها حتّى يمكن أن يجمع منها عدد مناسب من الكلمات، وتستخدم عادة بكلمات كبيرة، وذات اتّساعات ثابتة، وتوضع في قوالب تقليدية دون تنويعات تُذكر، وهي تتجمّع في سطور تمثّل كتلاً مترابطة، يضيق مجال التدرّج في أحجامها، والتنوّع في أشكالها إلى حدّ كبير.

والمتن يكون الجانب الأكبر والأساسي من المادة الصحفية التي تقدّمها الصحيفة لقارئها، ومن هنا يتطلب في حروفه أن تتقل مضمون المادة إلى القارئ في يسرٍ ووضوح وفي هذا الإطار، يمكننا أن نتناول بشكل موجز حروف المتن من حيث الشكل، والحجم والكثافة والانتساع والبياض حول الحروف.

أ. **شكل الحروف:** وهو الطريقة التي يظهر بها الحرف على الورق بعد الطبع، ولعلّ المطلوب الرئيسي في شكل الحروف، هو أن تتّسم بالبساطة في التّصميم، وأن تبدو الحروف طبيعية غير متميّزة في شكلها، وتتعدّد أشكال الحروف المجموعة آلياً، إلّا أن أكثر أشكالها شيوعاً حرف "تديم"، وحرف "ياقوت" التصويري، وهما يناسبان الجمع بالأحجام المختلفة وبخاصة أصغر الأحجام.

وهناك الحروف المائلة، والحروف المعتدلة، إلّا أنّه ثبت أن الحروف المعتدلة هي المفضّلة لدى غالبية القراء، حيث يتحقّق معها الرّاحة، وسهولة القراءة، في حين لا تلقى الحروف المائلة جهة اليمين أو جهة اليسار قبولا لدى القراء بوجه عام، نظراً لما تسببه من إرهاق لبصر القارئ، وبخاصة إذا تعدّدت السطور لمجموعة بها، وبالرّغم من ذلك، هناك بعض الصّحف التي تستخدم الحروف المائلة في جمع بعض الفقرات المهمّة أو جمع مقدّمات بعض الموضوعات الطويلة، وكذا في جمع نصوص الأسئلة في الأحاديث الصحفية، وبعض الأخبار الصغيرة التي تحظى بأهمية خاصة للصحيفة، وبعض العناوين الفرعية، وتعليقات الصور وأسماء الكتاب والمحرّرين⁽¹⁾....

ب. **حجم الحرف:** ويقاس حجم حروف المتن بالبنت، ويبدأ القياس من أعلى جزء من الزوائد العلوية إلى أدنى جزء في الزوائد السفلية.

ج. **كثافة الحرف:** وهناك درجتان من الكثافة لحروف المتن العربية، وهما الحروف السوداء والحروف البيضاء، حيث تزداد كثافة الحبر في الحروف السوداء عنها في الحروف البيضاء، وعادة ما يكون للحروف البيضاء النّصيب الأكبر على صفحات الصحف، حيث تشترك معظمها في استخدام الحروف البيضاء في جمع الغالبية العظمى من مادتها التحريرية، وقد تصل مساحة الموضوع الواحد المجموع بالحروف البيضاء إلى صفحة كاملة في كثير من الأحيان. أما المواد التحريرية التي تجمع بالحروف السوداء فهي المقدّمات، والأعمدة الثابتة، أخبار الإطارات، وبعض الفقرات المهمة داخل الموضوع الواحد، أو نصوص الأسئلة في الأحاديث الصحفية، والفقرات التي تحوي أقوال الوزراء أو المسؤولين

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص 46-47.

في الحكومة وغيرها من الفقرات الهامة والأخبار الرئيسية على الصفحات الإخبارية، وبعض الكلمات داخل السطر الواحد.

د. **اتّساع الجمع أو طول السطر:** ويمثل طول السطر أحد العوامل المؤثرة والمهمة لتحقيق يُسر القراءة، وإراحة بصر القارئ، والاتّساع المعتاد لجمع سطور المتن يبلغ 9 كور أو 4 سم، وهو الاتّساع التقليدي للعمود في حالة تقسيم الصفحة إلى ثمانية أعمدة، كما هو الحال في الصحف العادية، والاتّساع نفسه في حالة تقسيم الصحيفة إلى خمسة أعمدة. كما هو الحال في الصحف النّصفية، وهذا الاتّساع يحقق يُسر القراءة مع الجمع بالحجم المعتاد البالغ 10,5 بنط، وقد تلجأ الصحف إلى الخروج عن الاتّساع والمعتاد أو الثابت للعمود والتّحرر من قيود الأعمدة، والتعامل مع الصفحة كمساحة بيضاء يقسمها كيفما يشاء، وجمع بعض موضوعاتها أو أجزاء منها، على اتّساعات مختلفة دون التمسك بوحدة العمود، ويساعد الصّحف في ذلك الآن نظم النّشر والتّوضيب الإلكتروني على الشاشة، وبرمجياتها المتقدّمة في جمع النّصوص، ومعالجتها إلى جانب طباعة الأوفست، وغيرها من نظم الطباعة الإلكترونية.

هـ. **البياض حول حروف المتن:** ويشير البياض إلى المسافات المتروكة بين الكلمات وبين السطور وبين الفقرات، وحول العناوين الفرعية، وبين الأعمدة، ويعدّ ترك قدر مناسب ومعقول من هذه المسافات في كل هذه المواضع من العوامل المهمة والضرورية التي تؤثر في يُسر قراءة حروف المتن، فالبياض الوفير يقدم مزيداً من الإضاءة لأنّه يعكس الضوء عليه وفقاً لدرجة بياض الورق. كما أنّ الأنهار البيضاء تنافس المادة المطبوعة في لفت النظر أثناء عملية القراءة، حيث تجذب الانتباه إليها في حدّ ذاتها أكثر ممّا تجذبه إلى حروف الكلمات التي تحيط بها على الصفحة.

ثالثاً: تبيوغرافية الصور الفوتوغرافية

تقف الصور والرّسوم إلى جانب حروف المتن والعناوين في نقل الرّسالة الإعلامية وأنماط التّحرير المختلفة إلى جمهور القراء. فلم يعد دور الصورة مجرّد إضفاء الجاذبية على الصفحات، وإنّما للمساعدة في تجسيد المعاني وتكوين شخصية الصحيفة وملاحقة الأحداث، وفي تحقيق فهم أعمق وأشمل للقضايا التي تعكسها.

وفي ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة خاصة ونحن نعيش الآن عالم تتخلّله الصور وتهيمن عليه، حيث تملأ الصّور الصحف والمجلّات والكتب، ولوحات الإعلانات، وشاشات التلفزيون والكمبيوتر، والانترنت،... وبالرغم من المنافسة التي تلقاها الصحافة من التلفزيون والانترنت في نقل صور الأحداث بشكل خاطف وسريع، إلّا أنّ للتصوير الفوتوغرافي خاصية مميزة وفريدة وهي قدرته على عزل وتجميد وتسجيل لحظات معيّنة من الزمان والأحداث، وهو الشيء الذي لا تستطيعه آلة التلفزيون.

وقد شهد العصر الحديث تكنولوجيا التصوير الرقمي الذي ساعد على زيادة فاعلية الصورة، وأضفت مزيداً من الجذب والقوّة على دور الصورة وتأثيراتها المتعدّدة. وبالنّظر إلى الوظائف المتعدّدة للصّورة الصحفية، يمكننا حصرها من خلال ثلاثة وظائف أساسية على النّحو التالي:

أ. **وظيفة بصرية إدراكية:** تتضمّن عملية الإدراك أنشطة معرفية عديدة هي الانتباه والوعي، والتذكّر وتمثيل المعلومات، وهناك مقولة في علم النّفس تقول بأنّ السلوك الإنساني يبدأ بالمنبّهات أو المؤثّرات التي يستجيب لها النّاس، وأنّ الصورة اللافتة للنّظر ربّما تكوين أفضل الوسائل لجذب عين القارئ إلى الصحيفة بشكل أسرع والاستخدام النّاتج للصّور والكلمات بشكل متتابع على الصفحة يكسب الصحيفة قوة كبيرة كوسيلة بصرية. من هذا المنطلق يمكن القول بأنّ المؤثّرات الخارجية التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب في الاستجابة، ولكن صورتها في ذهن الإنسان هي التي تحدث الاستجابة على النّحو التالي:

الأحداث → الصور الفوتوغرافية لها

الصور الفوتوغرافية → التمثيل البصري

التمثيل البصري → الصورة العقلية

ب. **وظيفة تيبوغرافية:** تمثّل الصورة الصحفية أحد العناصر التيبوغرافية والجغرافية، فهي تشترك مع حروف الطباعة (المتن، العناوين) والإطارات والفواصل في بناء الجسم المادي للصفحة أيّا كان شكلها، وطريقة إخراجها⁽¹⁾.

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص 50.

وهي أحد العناصر التيبوغرافية الثقيلة التي تستخدم لتحقيق التوازن بينها وبين العناصر الأخرى للصفحات، هذا بالإضافة إلى توجيه حركة العين على الصفحة، وفقاً لما تتطلبه طبيعة الأخبار والموضوعات المنشورة عليها.

ج. وظيفة اتصالية: تشترك الصور والكلمات في عملية نقل الأخبار والمعلومات بشكل أوضح، وتؤدي الصورة وظيفة اتصالية أقوى من الكلمات، وهناك مقولة شائعة بأن الصورة تساوي أو تعادل ألف كلمة، فضلاً على أنها تستخدم لإشباع فضول القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن الأشياء. ومن ثم تخضع عملية اتقاء أو اختيار الصور الصحفية الصالحة للنشر لعدة اعتبارات صحفية، من أهمها:

1. الحيوية: وتشير إلى الصور المفعمّة بالحياة والحركة، فالصور الصحفية يجب أن تلتقط وصاحبها يتفاعل مع الحدث، يراقب، يتحرك، ويتساءل إلى آخر الحركات الحية التي تبعث الصورة نوعاً من الحياة والحركة.

2. التلقائية: يقصد بها الصور الفجائية التي تم التقاطها في ظروف غير عادية أو غير متوقعة من قبل الأشخاص الظاهرين في الصورة على أساس أن الصور التلقائية تضيف مزيداً من الحيوية والجاذبية عن الصور غير التلقائية أو المصطنعة.

3. الصلة الوثيقة بالموضوع: بمعنى أن تمثل الصور إضافة جديدة للوصف أو الشرح الذي تقدّمه الكلمات، وأن تكون الصورة وثيقة الصلة بموضوعها، بحيث لا يشعر القارئ بأنها دخيلة عليه⁽¹⁾.

4. المعنى: ويشير إلى أن تكون الصورة ذات دلالة تهدف إلى توصيل معنى معين للقارئ.

5. الجانب الإنساني: بمعنى أن الاهتمام الإنساني في الصورة يزيد من قيمتها، ويحولها إلى شيء عظيم القيمة، قوي الدلالة، يحرك مشاعر القارئ، ويثير اهتمامه، ويغريه بالقراءة والاطلاع على تفاصيل الخبر، كما يؤدي إلى جذب انتباه أكبر عدد من القراء مثل عرض عمليات التعذيب التي يلاقيها المواطن العراقي داخل السجون الأمريكية، وذلك لاستثارة عواطف القراء.

(1) أشرف فهمي، خوذة، نفس المرجع السابق، ص 50-51.

6. الجانب الفني: فالصور الصحفية الصالحة للنشر يجب أن يتوافر فيها بعض المواصفات الفنية كأن تكون دقيقة المعالم، واضحة التفاصيل، قابلة للطبع، على قدر كبير من القوة والإتقان.

ويرى الباحثون أنّ هناك تأثيرات عديدة تؤثر على معايير انتقاء الصورة الصحفية في المؤسسات الصحفية تتمثل في التأثيرات الآتية:

- التأثيرات الحكومية بمستوياتها المتعددة.
- تأثيرات النظام التشريعي والقضائي على طريقة اختيار المضمون الصحفي.
- تأثير القيم والتقاليد والممارسات التي تشكّل الصحفي اجتماعياً.
- لمعايير الذاتية، والخصائص الشخصية للقائم بالاتصال سواء العامة مثل الداخل أو الخصائص الفكرية والعقائدية.
- تأثير السياسة الإعلامية للمؤسسة الصحفية، ويعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسة سواء المعلنة أو المستترة، ويظهر الالتزام بهذه السياسات من خلال ما يقوم به من عمليات المراجعة لمحتوى الصور الصحفية حتّى تتسق مع هذه السياسات سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل، بما يشير في النهاية إلى التحيز في انتقاء الصور الصحفية لخدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة، والتي تحدّد ما يجب، وما لا يجب أن يتعلّمه القائم بالاتصال أثناء ممارسته لعمله.
- تأثير المعايير المهنية المتعارف عليها لدى المصورين الصحفيين التي تنتشر في الجرائد من حيث مدلولها إلى أربعة أنواع:

- الصور الإخبارية المستقلة بنفسها كموضوع كامل.
- الصور التي تصاحب أحد الموضوعات الخبرية على الصفحة.
- الصور التي تمثل شخصيته محور الموضوع.
- الصور الجمالية غير ذات القيمة الخبرية.

وفي إطار هذا التصنيف يمكن تناول أنواع هذه الصور بشيء من التفصيل على النحو التالي:

1. الصور الإخبارية: وهي الصور التي تروي تفصيلاتها وصورها خبراً أو حادثاً هاماً، وتكون غالباً ذات حجم كبير، وهي تعرض تقريراً إخبارياً كاملاً بالكاميرا. وهذه النوعية من

الصور تتخذ شكل: صورة تبيّن الحدث ذاته أثناء وقوعه، وقد تبيّن الآثار الناجمة عن وقوع الحدث، أو صور لشخصية ساهمت في صنع هذا الحدث.

2. **الصّور ذات الجانب الإنساني:** وهي صور الموضوعات أو الأحداث التي يغلب عليها الجانب أو الطابع الإنساني، وهي تخاطب المشاعر الإنسانية، وبالرغم من بساطتها، إلا أنّها تعتبر هامة لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام.

3. **الصّور الموضوعية:** وهي صور الموضوعات التي تنشر في الصحيفة، ويحصل عليها من الأرشيف أو مركز المعلومات، وهي غالبا ما تساعد على فهم الموضوع والتعبير عنه.

4. **الصّور الجمالية:** وتعتمد هذه الصّور على براعة المصوّر الفنيّة والجمالية، ويستخدمها المخرج الصحفي لإقناع القراء وزيادة جذبهم للموضوع.

5. **الصّور الدلالية أو الرّمزية:** وهذه النوعية من الصّور تعتمد على الرّمز، ويقتصر دورها على توصيل الفكرة إلى ذهن القارئ⁽¹⁾.

وهناك أنواع أخرى عديدة من الصّور كالصّور المفردة المتعلّقة بشخصية معيّنة مرتبطة بالحدث، أو صورة لمكان أو أي صورة واحدة تنشر بمفردها وتؤدي وظيفتها، وهناك سلسلة من الصّور عن موضوع واحد من أكثر من وجهة نظر خلال فترة معيّنة طويلة.

■ المعالجة الإخراجية للصّور:

هناك بعض القواعد المهنية والفنيّة لاختيار الصّور منها:

1. **مساحة الصورة:** وهناك عدة متغيّرات تؤثر بشكل مباشر في تحديد الحجم المناسب للصّورة من أجل نشرها على صفحات الصّحيفة، مثل وضوح القراءة والتأثير الذي يفرض على المخرج حدّد أدنى لحجم الصّورة، لذا يفضل بعض المخرجين تكبير الصورة على أساس أنّ تأثيرها يزداد بزيادة هندستها، وحسابيا، بينما هناك صور أخرى يجب تصغيرها لدواعي سياسية أو أخلاقية، كذلك يجب فرد مساحات كبيرة للصّور التي تمثل أهمية خاصّة أو تعالج موضوع ذو أهمية للرأي العام.

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص52-53.

2. **قطع أو قص الصورة:** ويتم إجراء القطع بهدف تركيز انتباه القارئ فقط على الجزء المهم في الصورة، والذي يحمل المعنى الذي ينبغي للمخرج توصيله إلى القارئ لمساعدته على إدراك مضمون الصورة بشكل أوضح، وأسرع ويجنبه مشقة البحث ببصره داخل الصورة عن الموضوع المهم.

3. **شكل الصورة:** ويقصد به الحواف الخارجية أو الإطار الخارجي للصورة out line، حيث يلعب شكل الصورة دوراً كبيراً في زيادة قدرتها على جذب الانتباه، وهو ما يدفع بعض المخرجين الصحفيين إلى التقنين في شكل الصورة سعياً وراء تحقيق قدر أكبر من الانتباه، ويمكن التمييز بين أكثر من شكل للصورة، فهناك الأشكال الرباعية التي تأخذ شكل المستطيل أو المربع، وهناك الأشكال الدائرية ومشتقاتها.

4. **كلام الصورة:** بمعنى أن القارئ يحتاج في أغلب الأحوال حين يطالع صورة صحفية إلى تعليق بسيط ييسر فهمها، على أساس أن صورة مع تعليق من عشر كلمات قد تعادل في قيمتها ما تشغله من مساحة على الصفحة. لذلك ينبغي تعريف كل وصرة سواء شخصية أو موضوعية، حتى لو كان الشخص من المشاهير، وينطبق ذلك على الصور الإخبارية، ويفضل وضع الكلام أو التعليق أسفل الصورة كما هو متبع في الصحف المصرية، وأن يجمع كلام الصورة من بنط أكبر من البنط المستخدم في المتن، وكذلك من كثافة أعلى، فالحروف السوداء أكثر جذباً لبصر القارئ بعد أن يفرغ من مطالعة الصورة مباشرة. أما عنوان الصورة، فينبغي أن يجمع بحجم أكبر من المستخدم في جمع التعليق، وهذا يتوقف على سياسة الصحيفة الإخراجية.

رابعاً: الجداول والفواصل والإطارات

تعدّ الجداول بمثابة الخطوط التي تفصل بين مواد الصفحة فصلاً كاملاً، وقد تكون خطوطاً طولية، وعرضية حتّى لا تختلط المواد والموضوعات الصحفية بعضها ببعض الآخر في عين القارئ. والجداول الطولية هي الخطوط التي تفصل بين أعمدة الصفحة، ويطلق عليها جداول الأعمدة column rules، حيث تجعل المادة أكثر وضوحاً لما ينتج عن ذلك من مسافات بيضاء تريح عين القارئ حول الجداول، كما أنّها تبرز الحدود بين الأعمدة بحيث لا تتخطاها عين القارئ.

أما الجداول العرضية cut off rules فتتمتدّ امتداداً كاملاً عبر عمود أو عدد من الأعمدة، وتستخدم للفصل بين الصور والمتن، وبين العناوين الممتدة على أكثر من عمود، وما يعلوها من مواد، وبين هذه العناوين وما تحتها من أعمدة لا يتّصل محتواها بموضوع العناوين، كما تستخدم في نهاية الموضوعات المجموعة على أكثر من عمود للفصل بينها وبين ما تحتها من مواد، وكذلك بين الإعلانات بعضها البعض وبين مواد التحرير، وفي أعلى بقايا الموضوعات⁽¹⁾.

وهناك الفواصل الناقصة وهي خطوط عرضية ذات أطوال مختلفة، لا تتّصل أطرافها بجداول الأعمدة، فهي لا تفصل ما فوقها عما تحتها، فصلاً كاملاً، وأشكال هذه الفواصل متعدّدة، فمنها الخطوط المستقيمة مختلفة السمك، ومنها الخطوط المتعرجة والمقطعة والمزدوجة.

ومن حيث النوع، هناك فواصل نهائية تستخدم في آخر الموضوعات للفصل بينها، وبين الموضوعات التي تليها، وهناك الفواصل الفرعية وهي خطوط قصيرة تستخدم للفصل بين العنوان والموضوع، أو بين وحدات العنوان، أو بين أجزاء الموضوع الواحد، لذلك فهي أقصر من الفواصل النهائية.

أما الإطارات، فهي بمثابة مساحات رباعية الشكل تترجم بكلمة صندوق boxes أضلاعها فواصل أو أنسجة تحيط بمادة مطبوعة على عمود أو أكثر، وتفصلها عن سائر المواد، وهي من الوحدات التيبوغرافية الهامة في الصّحف، وقد ارتبطت الإطارات في ذهن القارئ بإبراز بعض المواد المهمة، كالبيانات والأخبار الهامة خاصة الصغيرة التي تشغل اتّساع عمود واحد، أو عمودين.

أما مساحة الإطار فتحدّدها مساحة الصفحة، ومقدار ما يحتويه الإطار من مادة، والمفترض ألا تكون مساحة الإطار كبيرة حتّى لا يفقد الإطار قيمته ومعناه. وبالتالي كان الأنسب له صغر المساحة وأن تتّصف المادة داخل الإطار بالإيجاز، وذلك بفصلها عن سائر محتويات الصفحة لجذب نظر القارئ إليها، وكذلك أن تجمع مادة الإطار بحروف أثقل من الحروف المستخدمة في متن سائر الصفحة.

(1) أشرف فهمي، خوذة، نفس المرجع السابق، ص ص 54-55.

أما عن استخدامات الإطارات فهي متعدّدة منها استخدامها مع بعض الأخبار الصغيرة على الصفحة الأولى والتي تحتل أهمية خاصة لدى الصحيفة وقد تستخدم حول الرسوم اليدوية، والكاريكاتير والصّور الفوتوغرافية وبخاصة عند وقوعها على الأعمدة الخارجية للصفحة أو على أطرافها، كما تستخدم للربط بين الصفحات المتقابلة، وكوسيلة لفصل بعض المواد المنشورة عن بقية الموضوعات على الصفحة⁽¹⁾.

إن المخرج الصحفي الناجح يسعى لإمتاع عين القارئ من خلال المجهود التشكيلي المبذول، كما أن المخرج الصحفي لا يقوم بعمل روتيني لا خيار فيه، بل يواجه خيارات متعدّدة تجعل اتخاذه للقرار الصائب، يعتمد على ذوقه الفنّي. فهناك مجموعة كبيرة من الخطوط والإطارات وأنواع مختلفة من الحشو (trame) عليه أن يختار ما يتلاءم مع سمات صحيفته وما يتلاءم وطبيعة الموضوع المطروق.

ومن بين العناصر الأخرى لتتبيوغرافيا نجد ما يلي:

1. الماكيت: أصل هذه الكلمة فرنسي (Maquette)، وتدعى في اللغة الإنجليزية (Base sheet)، وتعني المخطوطة الأساسية التي تبين سياسة الجريدة وموقفها من المواضيع، من حيث أولوية توزيعها على الصفحة ومن حيث إبراز بعضها دون الآخر. وغالبا ما تكون عبارة عن ورقة واحدة وتتم الإشارة إلى المواضيع في الماكيت، بكيفية رمزية تقريبية مع ترك هامش للمخرج يستطيع من خلاله أن يتصرف وفقا للإمكانيات التي تتيحها مساحة الصفحة. ويقوم الماكيت بدور فعال في مساعدة المخرج على إنجاز الصفحة، ويعفيه من بعض المسؤولية فيما يتعلّق بأهمية المواضيع وهو رسالة من هيئة التحرير ممثلة بسكرتير التحرير، إلى المخرج تخبره بأهمية بعض المواضيع التي قد لا يطلع عليها هذا الأخير.

ويفترض أن يكون إعداد الماكيت من بين مهام سكرتير التحرير ويفترض أن يكون الذي توكل إليه كذلك مهمة اختيار العناوين المناسبة للمواضيع باعتباره حلقة الوصل بين هيئة التحرير والقسم الفنّي والتقني. وهذا لا يمنع من أن يتم وضع الماكيت من لدن رئيس التحرير أو المحرر المكلف بإعداد الصفحة المختصة، باعتباره أكثر التصاقا بها.

2. الخطوط: بعد أن اقتحم الحاسوب ميدان الإخراج الصحفي، تمكن المبرمجون من إدخال مجموعة كبيرة من الخطوط، وتم تطوير البرامج التي تمكن المستخدم من إنشاء خطوط من

(1) أشرف فهمي، خوخة، نفس المرجع السابق، ص ص 55-56.

ابتكاره. وهكذا أصبح للمخرج خيارات متعدّدة تمكّنه من استخدام الخط الذي يتناسب وسياسة الجريدة ويتناسب مع المضمون.

أولاً: عدد الخطوط المستخدمة⁽¹⁾

تحتاج وسائل الاتصال المكتوبة إلى استخدام مجموعة من الخطوط المختلفة للتسهيل على القارئ عملية التلقي من خلال التباين الناتج عن الأشكال والأحجام المختلفة للتسهيل على القارئ عملية التلقي من خلال التباين الناتج عن الأشكال والأحجام المختلفة للخطوط.

ثانياً: أنواع الخطوط

عندما يقوم المبرمجون بتصميم الخطوط يضعون في اعتبارهم المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها، فالمبرمج يحدد مسبقاً ما إذا كان سيصمم خطاً للعناوين الرئيسية، أم الثانوية للنصوص الرئيسية، أم النصوص الخاصة التي تحتاج إلى زخرفة.

ثالثاً: تشكيل الخطوط

من أجل تمييز العناوين عن النّص والصور المصاحبة للموضوع، ومن أجل إضفاء قدر من الجمالية على الصفحة، يقوم المخرج بتشكيل الخطوط المستخدمة، حتى لا يتسبب تجاوزها وتماثلها في النّوع والحجم في أن تصبح غير مثيرة للانتباه.

رابعاً: أحجام الخطوط

إن حجم الخط يجب أن يكون متناسباً مع نوعية المطبوعة، سواء كانت جريدة أو مجلة أو كتاباً ، وإذا كانت جريدة هل هي من الحجم الكبير أم الحجم النّصفي (Tabloid)، كما يجب أن تتناسب المساحة المخصصة لحجم العنوان مع المساحة المخصصة للنّص. تتميز العناوين الرئيسية بأحجامها الكبيرة وعند تكبير العناوين الثانوية يجب مراعاة أن لا تفوق أحجامها أحجام العناوين الفرعية، يستحسن أن يكون حجم أصغر عنوان فرعي أكبر من حجم الخط المستخدم في النص الرئيس، وأن لا يتعدّى حجم خط العنوان الفرعي ضعف حجم خط النص وذلك مراعاة لجمالية الصفحة، أما في حالة إخراج الكتب، فقد تتعدّد العناوين الفرعية لدرجة تجبر المخرج على أن يجعل أكبر تلك العناوين الفرعية يفوق ضعف حجم الخط المستخدم في النص.

(1) محمد الأمين، موسى، في رحاب الصحافة، مرجع سبق ذكره، ص 92-93.

3. **الإطارات والخطوط المستقيمة:** تقوم الإطارات في الإخراج الصحفي بدور الحائط الذي يفصل بين حجرات الدار الواحدة أو السور الذي يفصل بين دار وأخرى، أي أن الإطارات والخطوط المستقيمة الفاصلة التي تعبر عن الخصوصية.

فالإطار الذي يضم بداخله موضوع وصور وجداول ومواضيع صغيرة يحمل لنا رسالة مفادها أن كل ما بداخله ينتمي لبعضه البعض، كما أن الموضوع يكون داخل إطار مفتوح من أعلى يفيد بأنه مرتبط بالموضوع الذي يقع فوقه مباشرة. وبالإضافة إلى ذلك فإنّ الإطارات والخطوط المستقيمة الفاصلة تشكل جزءاً من جمالية الصفحة، وتساهم في تسهيل القراءة عبر التمييز بين المواضيع وتحديد بدايتها ونهايتها.

أولاً: أنواع الإطارات

يتميز الإخراج بين ستة أنواع من الإطارات: إطار الموضوع المقدمة، العنوان، التوقيع، إطار الصورة أو الرسم أو الجدول وإطار الصفحة. وتقوم الحواسيب بتزويد المخرج بعدة أشكال ومختلف الألوان التي يستطيع من خلالها أن يختار ما يميز مطبوعته عن المطبوعات الأخرى.

ثانياً: سمك الإطار

ليس هنالك قاعدة لاختيار السمك المناسب لكل نوع من أنواع الإطارات، ولكن يلاحظ بصفة عامة أن المخرجين يستخدمون الإطارات المتوسطة في المقدمات والعناوين والإطارات الغليظة في تأطير الموضوع، ويستخدمون الإطارات المتوسطة في المقدمات والعناوين والإطارات الرفيعة والمتوسطة في تأطير الصفحة.

ثالثاً: أشكال الإطارات

قبل استخدام الحاسوب في ميدان الإخراج الصحفي، كان أصحاب التّأليف اليدوي يستخدمون أدوات التّسطير في تشكيل مجموعة من الإطارات الكفيلة بتحقيق مبدأ خصوصية المواضيع وتزيين الصفحة، واليوم يستطيع المخرج الصحفي أن يستخدم الحاسوب في تشكيل إطارات توظف جميع الأشكال الهندسية الأساسية والمولدة (المثلث، المربع، المستطيل، الدائرة، المربع، المستطيل ذو الزوايا المنحنية، المعين، متوازي الأضلاع، السداسي...).

4. **الصور:** يقوم الإخراج في كل الفنون البصرية على التعامل مع الصورة، سواء كانت ثابتة أو متحركة، وتوظيفها بالكيفية التي تعطي للعمل الفني دلالاته الجمالية والاتصالية، وفي مجال الصحافة المكتوبة نجد أن الصورة تمثل أبرز العناصر التي يحتاجها المخرج لإضفاء لمسة جمالية على الصفحة، خصوصاً الصور الملونة.

إن الوظيفة الأساسية للصور في الصحافة المكتوبة، بالإضافة إلى كونها عنصر جمالي هي الإنتاج، فلذلك نجد أن حجم الصورة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قدرتها على الإيضاح.

إن المخرج الذي يعتمد الإثارة يلجأ إلى توظيف الصورة الكبيرة التي تغطي على الكتابة، وهذا ما يلاحظ في صناعة الإشهار، فقد يقوم المخرج بتغطية الصفحة بكاملها بصورة أو مجموعة صور ثم يسقط الكتابة فوقها.

ويلاحظ أن فن الإخراج الصحفي يميل إلى أن تكون صور الشخصيات (البورتريه) التي تركز على ملامح الوجه صغيرة الحجم بإعطائها عرض عمود أو عمودين في الصفحة، بينما يميل إلى تكبير الصور التي تحمل في طياتها عناصر حركية أو تتضمن منظراً عاماً (صور بانورامية) أو صور البنايات أو الصور التي تسعى إلى إبراز مختلف الشخصيات (كصور عرض الأزياء).

ثانياً: أشكال الصور

يتحكم المخرج في شكل الصورة من خلال الإطار الذي يختاره لها، وقد أصبحت برامج الإخراج الإلكتروني تتوفر على مختلف الأشكال الهندسية الأساسية التي يستطيع المخرج أن يبرز الصورة من خلالها.

إن اختيار شكل الإطار المناسب للصورة هو إقرار إبداعي على المخرج أن يتخذه حسب نظرته الجمالية الشمولية للصفحة ولبقية الصفحات المطبوعة، وقبل ذلك حسب الفلسفة الإبداعية المطبوعة ما إذا كانت تعتمد الإثارة والتجديد أم هي محافظة.

ثالثاً: التعليق على الصور

إن المخرج الذي يسعى لأن تكون لمطبوعته سمات تميزها عن بقية المطبوعات، عليه أن يحدد الكيفية التي سيبرز بها تعليق الصورة من حيث نوع الخط المستخدم وحجم

الكتابة والمكان الذي سيكتب فيه التعليق وكيف ينسقه وهل يؤطره أم لا؟ وهل يحشوه أم لا؟ وهل يغلظ الكتابة أم يتركها عادية أم يميلها أم يجعلها محددة مظلة؟

رابعاً: معالجة الصور

أصبحت معالجة الصور والتحكم فيها أمراً ميسوراً وذلك بفضل الحاسوب الذي أتاح للمخرج فرصة تكيف الصورة وفقاً للنص الذي سترافقه ووفقاً للمساحة التي ستحتلها ويستطيع المخرج أن يغير طبيعة الصورة وذلك لأسباب جمالية أو إعلامية.

خامساً: تركيب الصورة

نعني بتركيب الصورة موضعيتها داخل المساحة المخصصة للموضوع في علاقتها بالنص وبقيّة الصور.

فمن الأوضاع الشائعة في الإخراج الصحفي أن تكون الصورة مجاورة للنص أو يتم إقحامها في النص وجعله ينساب حولها، كما يمكن إسقاط الكتابة فوق الصورة لتبدو هذه الأخيرة كخلفية أو إسقاطها فوق صورة أخرى أو إقحامها فيها⁽¹⁾.

5. الفراغ (البياض): تحتاج العين لكي تميز بين الأشياء لأن تراها ككتل منفصلة عن بعضها، وإذا كانت هذه الأشياء متداخلة فيما بينها أو مجاورة لبعضها البعض، فيجب أن تكون حدود التداخل أو الجوار واضحة ولأسباب نفسية متعدّدة، يحتاج القارئ إلى وجود فراغات بين العناصر المكونة للصفحة، فهو في حاجة لأن يقرأ مكونات الصفحة دون عناء أو تشويش أو إحساس بالاكتمال وفي المقابل لا يسعده أن يرى الصفحة ممثلة بالفراغات وكأنها صحراء موحشة. كما أن الفراغ عندما يزيد عن حده يترك انطباعاً بأن معد الصفحة عجز عن توفير لمادة اللازمة لملئها، مما اضطر لمخرج لتشتيت عناصر الصفحة، أما إذا بدت الصفحة مكتظة في بعض الأماكن وغمرتها الفراغات في أماكن أخرى، فهذه عيوب تعزى لوضع الماكيت الذي لم يحسن تقدير المساحة التي يحتاجها كل موضوع ومن بعده يأتي المخرج الذي لم يحسن التصرف بهامش الحرية المتروك وغالباً ما يكون الفراغ بين الكلمات والسطور والأعمدة والكتل.

6. التنسيق: يعتبر التنسيق مرحلة متقدمة ضمن مراحل الإخراج الصحفي ويضفي على النصوص حلته النهائية التي ستظهرها فيها وكل النصوص التي تتضمنها الصفحة تتطلب

(1) محمد الأمين، موسى، نفس المرجع السابق، ص ص 96-97.

من المخرج أن يتخذ قرار من ضمن الخيارات متوفرة في كل برامج معالجة النصوص المحترفة.

ومن أبرز عناصر التنسيق نجد المحاذاة التي تحدد موقع النص: كأن يتم ترتيبه في اليمين أو اليسار أو يتم توسيطه أو ضبطه كلياً، ف ضبط نص يميناً أو يعني أن جميع السطور التي يتضمنها النص تبدأ من نقطة عمودية واحدة من جهة اليمين، وفي حالة اليسار تنتهي جميع السطور في نقطة عمودية من جهة اليسار. أما ضبط السطور فيعني أن نقطتي البداية والنهاية من اليمين واليسار في كل السطور تكون واحدة مع الأخذ في الاعتبار الفراغ الذي يوجد في بداية الفقرة ونهايتها، ويختلف الضبط الكلي عن الضبط العادي في أنه لا يترك فراغاً في نهاية الفقرة.

7. بناء الصفحة: إن الإخراج الصحفي هو فعل إبداعي وهو غالباً ما يتم تحت ضغط نفسي ناتج عن ضيق الوقت، وعندما يشرع المخرج في بناء صفحة فهو قد يصاب برهبة وقلق ناتجين عن بياض الصفحة التي عليه أن يحدد من أين يبتدئها، خاصة إذا كانت متضمنة لأكثر من موضوع، ثم ما هي الخيارات التي يجب أن يأخذ بها مع مراعاة الصفحات الأخيرة، ولكن لا يجد المخرج نفسه في طريق مسدود فيضطر لإعادة العمل من جديد يمكنه أن يتبع في بناء صفحته السيناريو الآتي:

أولاً: يجب بناء الصفحة من الأطراف وذلك بإنجاز المواضيع التي تقع في الأركان، لأن بناء الأركان يمثل السياج الذي يشعر المخرج بتحكمه في الصفحة وحصره للبياض، بينما تبقى المواضيع التي في عمق الصفحة هي الأخيرة.

ثانياً: الأولوية للمواضيع غير القابلة للتصغير أو التكبير أو حذف بعض عناصرها، مثل شعار الصفحة أو الإعلانات أو الصور.

ثالثاً: البدء بالمواضيع المؤطرة لأنها غالباً ما تقتطع مساحة على هيئة أحد الأشكال الأساسية الشائعة الاستخدام (مثل المربع، المستطيل، الدائرة)، لأن المواضيع غير المؤطرة يمكنها أن تناسب في الفراغات المتبقية بالصفحة.

رابعاً: بعد رسم الإطار تأتي معالجة العناوين.

خامساً: جلب الصور أو الرسوم أو الجداول وتأطيرها وكتابة التعليق المرافق لها.

سادساً: ثم تأتي مرحلة إدخال النص وتغيير نوع الخط والقيام بعمليات التنسيق الملائمة.

سابعا: معالجة العناوين الفرعية.

ثامنا: وفي الأخير تأتي معالجة الأرقام ليتناسب حجمها وحجم النص، وإذا لم تتم هذه العملية بكيفية تلقائية.

8. إبراز مكونات الصفحة: يهدف الإخراج الصحفي إلى تقديم المادة الإعلامية في حلة جذابة تفتح شهية القارئ للإطلاع عليها وتسهل عليه عملية القراءة، وفي هذا المجال يولي المخرج الصحفي عناية خاصة لتزيين عناصر الصفحة إلى توظيف تبيان الألوان، وأنواع الحشو المختلفة، بالإضافة إلى الاستعانة ببعض الرموز الدالة على مفاهيم أو مهن أو أدوات شائعة.

9. توازن الصفحة: عندما نتحدث عن توازن الصفحة، فإننا نعني في المقام الأول هاجس النظرة الشمولية الذي يسكن المخرج منذ أن يشرع في إنجاز الصفحة إلى قبيل إرسالها للطباعة، فالمخرجون المبدعون يختلفون في أسلوب نظرهم لأعمالهم.

ومهما كان أسلوب المخرج، فإن النظرة الشاملة للصفحة لا بد منها، فالمخرجون المبدعون يختلفون في أسلوب نظرهم لأعمالهم.

ومهما كان أسلوب المخرج، فإن النظرة الشاملة للصفحة لا بد منها، فالمخرج أثناء إنجاز الصفحة يجب أن يضع في اعتباره مختلف السمات الإخراجية وإمكانية التوليف بينها. ويستطيع أن يستغل سمة التناقض بين الأحجام وبين الألوان وبين الاتجاهات.

ولكن يصل المخرج إلى صفحة متوازنة تحترم أسس الإخراج الصحفي وتأسر الأنفس بجماليتها، عليه مراعاة الآتي⁽¹⁾:

- توزيع العناوين في الموضوع وفي الصفحة بأكملها باعتبار تلك العناوين كتل لونية تساهم في تشكيل جمالية الصفحة.
- تجنب مجاورة عنوانين أو موضوعين محسوبين بالأسود أو بالتزام.
- تحاشي استخدام أشكال إطارات متشابهة متجاورة، فذلك قد يتسبب في ضياع الهدف من لفت الانتباه على أساس أن إثارة الانتباه تعتمد على مبدأ التناقض بين الأجزاء.

(1) محمد الأمين، موسى، نفس المرجع السابق، ص 100-101.

- مراعاة التسلسل المنطقي في أحجام الحروف فيما يتعلق بالعناوين الرئيسة والعناوين الفرعية والنص الرئيس وتعاليق الصور.
- وتوظيف الصور وتوزيعها بكيفية تبدو معها الصفحة كأنها شجرة وراقة أينما أتيتها تستظل.
- تجنب أن تبدو الصفحة مثقلة بالبياض في بعض أجزائها ومكدسة في أجزاء أخرى.
- ضرورة أن تنتهي المواضيع المؤطرة في نقاط يربطها خط أفقي مستقيم، وهذا الأمر ضروري كذلك للصفحة بكاملها، لأن المخرج يبرهن بذلك على براعته في معالجة المواضيع والتحكم فيها حتى يأخذ الحيز المخصص لها ضمن الصفحة⁽¹⁾.

■ العناصر التيبوغرافية العامة:

ويرتبط بالتبوغرافيا ما يعرف بالعناصر التيبوغرافية العامة، وهي مساحة الصفحة وعدد أعمدها والحروف والجداول والفواصل والإطارات.

1. مساحة الصفحة وأعمدها: وتختلف مساحة الصفحة من حيث الطول والعرض بين الصحف العادية ذات الحجم الكبير والصحف النصفية (التابلويد)، بحيث يتراوح طول الصحيفة العادية بين 53 إلى 56 سنتمترا، وعرضها بين 41 إلى 43 سنتمترا، بينما يبلغ طول الصحيفة النصفية حوالي 41 إلى 43 سنتمترا، أما عرضها فيبلغ 25 إلى 27 سنتمترا، ما عدا تلك الصحف التي ارتأت لنفسها حجما يقع بين الصحف العادية والنصفية كصحيفة (لوموند) الفرنسية. أما عدد أعمدة الصفحة في معظم الصحف العادية فيصل إلى ثمانية أعمدة، بينما يصل عدد أعمدة الصحف النصفية إلى خمسة أعمدة.

2. الحروف: وتعتبر الحروف أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر فوق الصفحة المطبوعة، وهذه الحروف تشكل مادة العناوين والمُتون المنشورة من أخبار ومقالات وغيرها. وهذه الحروف تأخذ أهميتها من كونها تعتبر الأساس الذي تُبنى عليه وتتشكل منه المادة المعدة للنشر والقراءة، ويتوقف على حسن طباعتها ووضوحها مدى إقبال القراء على قراءتها، لذلك يحسن باستمرار مراقبتها والاعتناء بها ومراعاة ملائمة أحجام أبنائها لطبيعة المواد

(1) محمد الأمين، موسى، نفس المرجع السابق، ص 102.

المجموعة بها، نظرًا لأهمية ذلك بالنسبة للقراء الذين يتكوّنون من فئات مختلفة ولديهم بالتالي اهتمامات متباينة وأذواق متعدّدة⁽¹⁾.

ويخضع تقسيم الحروف من حيث شكل الوجه إلى تقسيم يتمّ من زاوية النّوع أو الجنس، وفي هذا الإطار يمكن تمييز خمسة أجناس رئيسية لهذه الحروف يتفرّع عنها عدد من الأسر التابعة لها. وهذه الأجناس هي:

- الجنس القوطي القديم.

- الجنس الروماني.

- الجنس المائل.

- الجنس غير المسنّن.

- الجنس الخطّي والمقوّس.

وتتعدّد أجناس الحروف وتتنوّع أشكالها كثيرًا في الأبجدية اللاتينية بين أشكال قديمة وحديثة، الأمر الذي أدّى إلى تقليص الفروق بينها في كثير من الأحيان. وتتنوع استخدامات هذه الحروف وفق ما يرتئيه المخرجون الفنّيون للصحيفة بما يتناسب وطبيعة المادة الإعلامية المراد طباعتها ونشرها، حيث يتطلّب توافر الانسجام بين أشكال الحروف ومحتوى المادة المكتوبة أو المطبوعة. ولعلّنا نلاحظ هذا النّوع في مختلف ما نقرؤه من عناوين الصحف الأجنبية ونصوص مقالاتها وأخبارها وإعلاناتها.

فالحروف التي تجمع بها العناوين تختلف في أنواعها وأحجامها وأشكالها عن تلك التي تظهر بها الإعلانات، وتلك التي تجمع بها مادة النصوص التحريرية. ولعلّ كثرة أنواع الحروف وأجناسها تساعد على تنويع الإخراج الفنّي وإضفاء الحيوية عليه، وهو ما يؤدّي بطبيعة الحال إلى زيادة مقروئية المادة المطبوعة، وهذا يتطلب بالطبع توافر الوضوح في الحروف الطباعية ومناسبتها لعين القارئ.

ويمكن القول، إن لكل من هذه الحروف، صفاتها وميزاتها التي تجعل الطابعين يلجئون لاستخدامها على أساسها، فالحروف الرّومانية بما يتفرّع عنها من أسر تختلف عن غيرها من الأجناس والأسر وهكذا...

(1) تيسير، أبوعرجة، إخراج الصحف والمجلّات، مرجع سبق ذكره، ص 53-54.

ويجب أن يكون الطابعون على دراية تامة بطبيعة هذه الاستخدامات والمكان الملائم لها، ومعرفة التطور الحاصل في أذواق القراء والأسباب التي تجعلهم يفضلون حروفًا معينة على غيرها، وهو ما يتم التوصل إليه بواسطة الدراسات والاستطلاعات التي تقوم بها بحوث الصحافة، والقراءة التي تحرص على إجرائها الصحف الكبيرة.

وهناك سؤالان أساسيان يواجهان المحرّر باستمرارهما: ما هي أوجه الحروف التي عليّ استخدامها؟ وكيف يمكن استخدام هذه الحروف بفعالية كبيرة؟ وإذا كان مطلوباً منه الإجابة على السؤال الأول بين وقت وآخر، فإنّ جواب السؤال الثاني يجب أن يكون يومياً. وهناك أسباب عديدة تستوجب تغيير الحروف المستخدمة في جمع النصوص المكتوبة، بهدف تقديم الجديد والأفضل للقراء الذين تسعى الصحيفة لإرضائهم.

وفي الحقيقة، فإنّ مجال الاختيار بين أنواع الحروف الموجودة، يعتبر كبيراً لدى الطابعين ولكن هذا الاختيار يتحدّد على ضوء نوع المادة المطلوب طبعها، وكذلك بناء على توجيهات المخرج الفني ورغباته، إذ أن العلاقة وطيدة في المؤسسات الصحفية بين المخرجين والطابعين الذين يتعاونون معاً على إخراج وطباعة صفحات جذّابة وملفتة لأنظار القراء ومعبّرة بصدق عما تتطلبه نوعية المادة المطبوعة من إخراج فني مناسب، وهو ما يتحقّق عادة باللّجوء إلى أشكال الحروف التي تحقّق التباين فيما بينها أو تصل إلى تلك الدرجة من التناسق الفني الجميل⁽¹⁾.

وأوّل ما يتقرّر في عملية الطبع هو اختيار حجم الحرف size، ومثلما يتم اختيار نوعية الورق المناسب، فإن حجم الحرف يتقرّر على ضوء الغرض من المادة المطبوعة والعمل الذي سوف تؤدّبه، فإنّ مهام الإعلانات غير الملصقات غير المنشورات والكتالوجات أو الفهرس، بالإضافة إلى ضرورة معرفة مواضيع التركيز المطلوب إبرازها، والتأكيد عليها داخل النصوص المطبوعة نفسها حتّى يمكن تمييزها عن غيرها بحروف عميقة أو ثقيلة.

وأوّل ما يجب توافره في الحرف الطباعي هو القدرة على تحقيق المقروئية، وهي تعني انسياب عملية القراءة، وانتقال العين بيسر على المادة المطبوعة، ثم وصول الأفكار إلى عقل القارئ بدون أي عائق. وهناك عدة عوامل تحقق هذه الخاصية للحرف الطباعي تتمثل

(1) تيسير، أبوعرجة، نفس المرجع السابق، ص 55-56.

بتصميمه، وارتفاعه، ومقاسه وكثافته، كما يعتبر حجم الحرف عاملاً مهماً أيضاً في تحقيق الانقرائية.

وتعتبر أشكال الحروف وأحجامها واتساع الأسطر، وكذلك البياض الذي يوجد بين الأسطر والكلمات من أهم العوامل التيبوغرافية، المؤثرة على يسر القراءة. ومن العوامل المؤثرة على شكل الحروف الطريقة التي يتم بها طبع الصحيفة، وما تتعرض له الحروف أثناء العمليات الطباعية المختلفة، وخاصة في الطباعة البارزة عن طريق القوالب المعدنية الموحدة. ويُعدّ حجم الحروف المستخدمة في جمع المتن من العوامل المؤثرة في يسر القراءة. فالحروف الكبيرة مريحة لعين القارئ التي يجهدا صغر حجم الحروف، وتشارك ثلاثة عوامل في تحديد حجم الحروف المستخدمة في جمع المتن: العامل الأول هو الرغبة في إراحة عين القارئ بزيادة حجم الحروف، والعامل الثاني هو رغبة الصحيفة في زيادة كمية المادة المنشورة على المساحة نفسها، والتي تتحقق بتصغير حجم الحروف، أما العامل الثالث فهو ضرورة مراعاة اتساع الأعمدة.

ويرتبط بحجم حروف المتن كثافتها، أي مدى ثخانة خطوط الحروف وحوافه، فإذا كانت سميقة أطلق على الحرف بنط أسود، وإذا كانت رفيعة أطلق عليه بنط أبيض، وهما الدرجتان الوحيدتان المتاحتان في آلات جمع الحروف العربية، ووجود كل الكثافتين في جمع الحروف أمر ضروري تحتمه عدّة عوامل تيبوغرافية وإخراجية.

2. الجداول: وتظهر على الصفحة المطبوعة خطوط رفيعة عرضية وطولية تسمى الجداول، وتقوم بمهمة وضع حدود فاصلة بين الأعمدة. وإن كانت بعض الصحف المعاصرة تستغني عنها وتستخدم بدلاً منها مسافات بيضاء تؤدي وظيفة هذه الجداول، التي تنقسم إلى نوعين يعرفان بالجدول الطولية والجدول العرضية. كما تتنوع أشكال هذه الخطوط إلى: "جدول رفيع، وجدول أبيض، وجدول نصف أسود، وجدول أسود، وجدول مجوز، وجدول منقوط، وجدول ثلث وثلثين، وجدول ثلاثة خطوط، وجدول مشرشر، وجدول منقطع، وجدول مزخرف.

3. الفواصل الناقصة: وتتكون الفواصل الناقصة من نوعين، فرعية ونهائية، تتلخص مهمة هذه الفواصل بالفصل بين موضوع وآخر، أي بين خبر وآخر، أو مقال وآخر، وهي على هيئة أكثر سمكاً من خطوط الجداول، كما توضع بعض الفواصل تحت العناوين الجانبية

بالنسبة لبعض الموضوعات، والبعض الآخر يشير إلى امتداد الموضوع إلى صفحات أخرى متخذاً أشكالاً زخرفية مختلفة.

3. **الإطارات:** كذلك تعتبر الإطارات التي تحيط ببعض الأخبار من عدة جهات، من العناصر التيبوغرافية، ويعطي الإطار أهمية خاصة للموضوع، كما تستخدم بعض الإطارات للإشارة إلى بعض الموضوعات التي يتضمنها عدد الصحيفة، وغير ذلك من الاستخدامات التي تتفق وطبيعة هذه الإطارات⁽¹⁾.

■ التأثير النفسي للعناصر التيبوغرافية:

نحاول في هذا العنصر إيجاد علاقة ما بين العناصر التيبوغرافية ونفسية، كل من الصحفي والقارئ والمشاهد لها عموماً. وقد دفعنا إلى التفكير في هذا الموضوع الوساطة التي تقوم بها حاسة البصر عند توصيل المواد الصحافية إلى المتلقي، حيث تتمثل تلك المواد في العناصر التيبوغرافية الأكثر بروزاً مثل العناوين الغليظة والصّور والمساحات اللونية، وهي أبواب رئيسية يطرقها القارئ قبل الولوج في تفاصيل المواضيع الصحافية. ومثلما تركّز دائماً على اختلاف الأذواق، وتعدّد الأمزجة بين الناس، إلّا أنّ بعض الثوابت تفرض نفسها على الجميع، فقد يرى البعض أن الليل سرّ الإبداع والعطاء، وأنّ النهار مصدر الإزعاج والقلق.

ولو طبقنا قاعدة الملاحظة الموضوعية التي تقرّها نظرية التأمل الخارجي، لمّا تمكّنا من دراسة مجتمعنا من الناحية النفسية وتحديد اتجاهاته الثقافية، واكتشاف مفهومه للفنّ، ومن ثمّ مخاطبته باللغة التي يفهمها، ومعاملته بالأسلوب الذي يرتضيه وبالتالي ترغيبه للإقبال على كل ما تقدّمه له على الصفحات كما لو كان جزءاً من حياته اليومية، يشترك إليه، ويترقّبه.

1. **العناوين:** قد نستفيد كثيراً من دراسة مظاهر الانتباه عند الإنسان وتكيّفاته الحسيّة، فالعناصر التيبوغرافية الأكثر بروزاً على الصفحة هي من أهم أقسام جلب النظر، وتختلف قيمتها الانتباهية بحسب قدرتها على شدّ انتباه القارئ مرات أكثر ومدد أطول.

(1) تيسير، أبوعرجة، نفس المرجع السابق، ص 57-58.

وتعتبر العناوين من أخطر العناصر المعروضة على الصفحة، خصوصاً صفحات الجرائد، وهذا بسبب اهتمام جهاز التحرير بها، والتركيز عليها تركيزاً تاماً، وذلك من حيث اختيار ألفاظها، واختصارها قدر الإمكان، وتقرير مواقعها، وأحجامها، ونوعية حروفها وألوانها وأرضياتها، وغيرها من الأمور التي تضمن شد الانتباه إليها وتحريك العمليات العصبية والحسية التي تصاحب عادة التكيف الانتباهي عند الإنسان.

والملاحظ أن معظم المثقفين خصوصاً المدمنين على قراءة الصحف قد يكتفون عند اقتنائهم للصحيفة بقراءة عناوينها فقط، ويؤجلون متابعة موضوعاتها إلى الوقت المخصص لذلك. وبالتالي فمن الواجب يحتم علينا الاعتناء بهذا الباب وتحديد موقع العنوان لإغراء القارئ.

وهذا العمل هو من اختصاص الجهاز الفني الموكل إليه تقديم العناوين وإخراجها بالأساليب المقنعة، وفي الصورة التي تليق بها. ولعلّ مهمة المراجعة والتصحيح تؤكد سلامة العناوين من الأخطاء التي قد تثير بعض الشكوك عند القارئ، وتأخذ منه وقتاً في فهمها أو تصويبها، فتفسد مظاهره الانتباهية.

لا يمكننا حصر السلبات التي قد تظهرها بعض العناوين من حين لآخر، ولكننا نؤكد أن ذلك غالباً ما يحصل في الصحف والمجلات العربية والعالمية. وتتمثل معظم تلك السلبات في أخطاء فنية، سواء كانت إخراجية تنفيذية أو مطبعية آلية، أو لغوية تصحيحية، وهي أخطاء تدخل ضمن مسؤولية الجهاز الفني والمشرفين عليه⁽¹⁾.

وهنا نسوق بعض الأمثلة التي وضعناها بطريقة تساعد على كشف العيوب والتنبيه لمضارها، ومن ثمّ تجنّب حدوثها ومراجعتها قبل صدورها.

يقال في علم النفس أن العقل الباطني يكمل أجزاء الأشكال الناقصة، وهذا لا يتم إلا بشرط وجود صورة تلك الأشكال أصلاً في الذاكرة. وبلغة أخرى: فصورة طائفة تنقصها بعض الخطوط قد يراها الإنسان كاملة، لأن صورة الطائفة مخزنة أصلاً بذاكرته. وهذه النظرية تنطبق أيضاً على بعض العناوين التي تتكرر ألفاظها دائماً على صفحات الجرائد، فقد ترد

(1) عبد العزيز سعيد، الصويدي، الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار والأقلام والحاسيب، (ط1)، دار الآن للطباعة والنشر، قبرص، دار الملتقى للطباعة والنشر، لبنان، (1998)، ص 101-102-103.

فيها بعض النواقص أو الأخطاء الظاهرة عينًا، ولكن العقل الباطني سيقوم بتعديلها، وتصويبها وترجييعها إلى صورتها الحقيقية المخزنة عنده دون شعور صاحبه بها.

وبالنظر إلى الأخطاء الواردة في هذا العنوان: (الأمم المتحدة ترقص القرار الأمريكي)، أو (الأمم المتحدة ترفض القرار الأمريكي)، أو (الأمم المتحدة ترفض القرار الأمريكي)، نرى أنه مهما تعددت الأخطاء فيه، وتتوَّعت سيقوم العقل الباطني بتصويبها، وستصل إلى مفهوم القارئ على أنها (الأمم المتحدة ترفض القرار الأمريكي)، والسبب في ذلك يعود إلى تعود القارئ على مفردات هذا العنوان والاحتفاظ بصورها في مخزونه الفكري، ولكنه سيكتشف الخطأ في حالة تغيير جوهري لصورة اللفظ، لأن مسؤولية العقل الباطني محدودة جدًا، إذ يمكنه فقط إدخال تعديلات طفيفة حسب نتيجة المقارنة السريعة التي يقوم بها بين الأشكال المخزنة عنده والأشكال الخاطئة الواردة إليه⁽¹⁾.

أما إذا كانت تلك الأشكال ليست ضمن المخزون الفكري عند القارئ، أو كان العنوان ليس ضمن العناوين التي تمثل أحداث الساعة المعتادة، وتعبّر عنها بألفاظ أصبحت متداولة، فإن العقل الباطني سينقلها جون أي تصرف. فقد تلتقط العين هذا العنوان: (بقرة متوحشة تجتاح بيتا في الهند)، حتمًا سيستقبله القارئ على أنه طرفة، بينما يعجز العقل الباطني على إعادة ترتيب النقاط فوق ما يناسبها من حروف، كما فعل العنوان السابق، فلا يستطيع القارئ اكتشاف الخطأ إلا بعد قراءة الموضوع. عندها سيعلم أن الأمر متعلّق بـ: (بقرة متوحشة تجتاح بيتا في الهند)، وهو أمر لا يتكرّر كثيرًا حتى يحتفظ العقل الباطني بصور أشكال عنوانه، فلا يستطيع التفريق بين الاحتياج والاجتياح.

أما العناوين المجموعة حروفها بواسطة الحواسيب، فقد تُظهر أحيانًا عيوبًا لا يمكن للقارئ أو لعقله الباطني تصحيحها إلا بعد قراءة مضامينها في صلب مواضيعها، وذلك مثل التصاق أجزاء الكلمات أو ابتعادها عن بعضها البعض. وهذه إحدى عيوب الحرف العربي التي لم تتمكّن الحواسيب الغربية من معالجتها بالشكل الذي يليق بجمالية ومقروئية الكتابة العربية.

كل هذه الأخطاء، وغيرها لها تأثير نفسي سلبي على القارئ فتجلب انتباهه بصورة استغزائية، وتقرض عليه عنفًا بصريًا غير متوقع، وتشغل جزءًا من تفكيره فيما لا ينفع، وقد

(1) عبد العزيز سعيد، الصويغي، نفس المرجع السابق، ص 103-104.

يبرّر البعض أن مثل هذه الأخطاء إذا حصلت فهي تساهم في مشاركة القارئ في إخراج الصحيفة، وتعطيه فرصة أكبر في تنشيط جهازه الفكري⁽¹⁾.

2. الصورة: الصورة من أهم الوسائل الإيضاحية المكملّة للخبر والموضوع الصحفي، ولها تأثير نفسي قوي على القارئ، وقد يعود ذلك من الناحية الشكلية إلى الكثافة اللونية التي تتركّب منها محتوياتها، والمساحة المكانية التي تستحوذ عليها، علاوة على ما تحمله من مضامين. وكلها ميزات تجعلها من أكثر العناصر جذباً للعين وجلباً للانتباه، فتتجه إليها مباشرة عين القارئ قبل قراءة العنوان والإطلاع على تفاصيل الموضوع، وقد تكون الصورة سبباً أولياً في قراءة العنوان والموضوع معاً، وأحياناً يسبّب فقدانها قلقاً نفسياً وشروداً ذهنيّاً، وجهداً فكريّاً يبذله القارئ في تخيل ملامح الشيء المتحدث عنه الموضوع الصحفي.

وإذا اتّفقنا على أنّ للصورة قوة انجذاب أكثر من غيرها، فلا بدّ أن يكون تأثيرها النفسي بذات القوّة، وإلّا فقدت قيمتها الجمالية والتّعريفية، وأصبحت عبارة عن كتلة لونية لا معنى لها شكلاً ومضموناً. ومن بين العوامل السلبية التي تضعف من قوة التأثير النفسي للصورة الصحفية ما يلي:

1- قد يكون التقاط الصورة أصلاً ضعيفاً وغير مدروس فنّياً من حيث تعديل البعد البؤري وفتحة العدسة والإضاءة، واختيار الزاوية وغيرها، وقد يُسهم فساد الشريط (الفيلم) والورق ومواد التّحميض في عدم وضوح معالم الصورة. وبما أن زمن الحدث قد فات، ولم يتمكّن المصور من إعادة لقطته، يضطرّ جهاز التّحرير لنشرها على علّتها، وفي مثل هذه الحالات لا يتمّ التنويه عن أسباب فساد الصورة أو حتّى الاعتذار للقارئ عما قد تسببه له من انزعاج وتعطيل في وصول معلومة كاملة.

2- تُنشر أحياناً صورة بحجم مُبالغ فيه صُحبة موضوع أو خبر لا يستحق أصلاً لصورة مهما كان حجمها، ويعود ذلك إلى فشل أسرة التّحرير في تغطية تلك المساحة بمادة كلامية لها صلة بموضوعات الصفحة، فيضطرّ الجهاز الفنّي لاختيار

(1) نفس المرجع، ص 104-105-106.

**الباب الثالث: دور تكنولوجيا الطباعة في تطوير الشكل
الإخراجي لجريدة El-watan**

I. واقع طباعة الصحف في الجزائر:

يعتبر قطاع الإعلام من القطاعات الحساسة في الدولة، التي حرصت دائماً على إحكام سيطرتها عليه واعتباره ملكية عامة في إطار النظام الاشتراكي، الذي انتهجته الجزائر منذ الاستقلال، ولقد دأبت السلطة على إدراجه ضمن المراسيم والمواثيق والدساتير التي أصدرها، أو حتى في شكل قوانين، منها لائحة الإعلام الصادرة عن حزب جبهة التحرير الوطني FLN عام 1979، لائحة السياسة العامة الصادرة عن المؤتمر الإستثنائي للحزب عام 1980، قانون الإعلام 1982، قانون الإعلام 1990، ومشاريع قوانين التي تلتها، كلّها تؤكد على أهمية القطاع وحيويته ضمن مكونات المجتمع العامة، من خلال المكانة التي يكتسبها، ودوره في تفعيل الحياة السياسية، ونقل برامج التنمية الشاملة واهتمامات السلطة الحاكمة إلى المحكومين أو الجمهور.

لا يخفى عن أحد أن الصحافة المكتوبة الخاصة^(*)، تعدّ مكسباً هاماً في تاريخ الجزائر المستقلة، بعدما عرفت ظهور التعددية السياسية التي انعكست على مختلف جوانب وأنشطة الحياة في المجالات الإقتصادية السياسية، الإجتماعية ويدخل ذلك في سياق مطلب التحول الديمقراطي الذي مسّ النظام السياسي للبلاد وبعد المصادقة على دستور 23 فيفري 1989 الذي نصّ على حرية المعتقد والتعبير في المادة 53: "لا مساس بحرية المعتقد وحرمة حرية الرأي" و المادة 39: "حريات التعبير وإنشاء الجمعيات والإجتماع مضمونة للمواطن".

إن الحقل الإعلامي الجزائري مرّ بمرحلتين أساسيتين أرست قواعده، فالمرحلة الأولى تبدأ من 1979 إلى 1988 حيث اتّسمت بغياب سياسة واضحة ترسم الخطوط العريضة لتطوير الإعلام الذي أضحى حلقة وصل من الأعلى إلى الأسفل ولا يعكس في كثير من الأحيان اهتمامات الجمهور، حيث عانى قطاع الإعلام من فراغ قانوني إلى غاية 1982 تاريخ صدور أول قانون للإعلام في تاريخ الجزائر حيث يعتبره قطاعاً من قطاعات السيادة الوطنية، أما المرحلة الثانية فهي التي تلت أحداث أكتوبر 1988 التي توجت بقانون الإعلام 1990، فقد كان لهذه الأحداث دوراً في إضفاء حركية على الحياة السياسية، وكان لزاماً على السلطة أن تجد بديلاً يضمن التعددية السياسية والإعلامية، فجاء دستور فبراير ليجسّد

(*) لقد تم التطرق إلى تطور الصحافة الخاصة في الجزائر تقريباً في أغلب مذكرات الماجستير، فرأينا أنّه لا داعي للتكرار، واكتفينا في هذا الصدد بلمحة وجيزة عنها.

هذا التوجّه كما أسلفنا سابقا، هذا التحوّل أدّى إلى صدور قانون الإعلام 3 أفريل 1990، حيث سمح برفع احتكار السلطة لوسائل الإعلام وحدّد الإطار القانوني للممارسة الإعلامية، فكانت بداية عهد جديد لتطوّر الصحافة الخاصة، حيث أفرزت العديد من العناوين التي تعجّ بها الساحة الإعلامية، وأصبح لدى القارئ الجزائري اختيارات متنوعة، لكن هذا التنوع في الصحف قد تسبّب في خلق مشكل طبعتها.

من هذا الطرح، تتجلى مشكلة طباعة الصحف في الجزائر كقطاع ظلّ محتكراً من طرف الدولة منذ الاستقلال، رغم الجهود المبذولة لتحريره، وهذا الوضع شكّل ضغطاً على الصحافة المكتوبة وبالتحديد الخاصة منها.

للإشارة فإن الطباعة لم تكن معروفة في الجزائر إلّا بعد دخول الإستعمار الفرنسي عام 1830، حيث جلب معه الآلات الأولى للطباعة التي ورثتها الجزائر ولا زالت إلى اليوم تطبع بها الصحف.

في هذا الخصوص، سنتعرّض في هذا الباب إلى واقع طباعة الصحف في الجزائر من خلال العناصر التالية:

- وضعية المطابع قبل التعددية الإعلامية.
 - تسيير قطاع المطابع بعد إقرار التعددية الإعلامية.
 - تجربة المطابع الخاصة في الجزائر.
- هذا فيما يخص المحور الأول، أما في المحور الثاني سنتناول بالتحليل "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة ALDP" المطبعة الخاصة بجريدة El-Watan، باعتبارهما المالكيتين للأسهم من خلال التطرّق إلى:
- التعريف بها.
 - تنظيمها الإداري والبشري.
 - التسيير المالي (التمويل بالمواد الأولية، المصاريف والتكاليف).
 - التعاملات التجارية (الطباعة التجارية).
 - استعمال تكنولوجيات الطباعة وانعكاساتها على مردودية المطبعة.
 - دور تكنولوجيا الطباعة على إخراج جريدة El-Watan، ثمّ النتائج والتوصيات.

1.I. وضعية المطابع قبل التعددية الإعلامية : 1963 – 1987:

إن المباني والتجهيزات الملحقة بها، ووسائل النقل المتوفرة للمؤسسة الصحفية ضرورية لأداء العمل الصحفي، غير أنّ أهم عنصر في التجهيزات كان يعيق التطور التقني للصحافة المكتوبة في الجزائر، فهو المتعلق بتجهيزات المطابع.⁽¹⁾

لقد شهد عقد الستينيات إقامة أسس النظام الإعلامي الوطني، على أنقاض النظام الإستعماري بتصفية قاعدته القانونية المتمثلة في الملكية الخاصة للصحف. فمباشرة بعد الاستقلال، انتهجت الجزائر سياسة التأميم لممتلكاتها الوطنية وقطاعاتها الحساسة، بما في ذلك قطاع الإعلام، وكان ذلك عام 1963، وبما أنّ المطابع جزء لا يتجزأ من الصحافة، فقد تمّ تأميمها، غير أنّ نقص الخبرة وإهمال العتاد جعل السلطات تقوم بخلق تنظيم خاص مكلف بتسيير جميع المطابع ويدعى: "المطابع الوطنية الجزائرية (Imprimeries Nationales Algériennes)"، وتمّ وضعه تحت وصاية وزارة الإعلام والثقافة.

ولقد وصف الدكتور زهير إحدادن وضعية المطابع كما يلي :

• العتاد:

إن عتاد المطابع الذي تمّ تأسيسه، كان في وضعية حسنة ممّا جعل الجرائد التي كانت تنشط إبان الاستعمار تستعمله في طباعة أعدادها اليومية، ونجد منها : المجاهد، Alger Republicain ، La dépêche d'Algérie ، L'Echo d'Alger ونشير في هذا الصدد أن مطبعة المجاهد مثلاً قد ورثت عن الاستعمار 20 آلة من نوع " لينوتيب " أو "آلة الجمع السطري" في وضعية جيدة، ومطبعتين من نوع : الروتاتيف أو "المطابع الدوارة".

أمّا فيما يخص جريدة "الشعب" الناطقة باللغة العربية فقد شكّلت عائقاً كبيراً، نظراً لأن الحروف المستخدمة في المطابع كلّها كانت باللغة الفرنسية، مما اضطرّ السلطات إلى تكييف الآلات على الحروف العربية، والإتيان بمطبعة دوّارة قد مستعملة سابقاً، ومع تضاعف حاجيات الصحف وازدياد سحبها، الذي تضاعف في 1972 بنسبة 50%، استدعى الأمر شراء مطابع أخرى لتغطية الطلب المتزايد عليها.

⁽¹⁾ عاشور فتي، اقتصاد الإعلام في الجزائر 1962-1985، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم

السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الإتصال، 1996، ص 99.

لقد عانت الصحافة الوطنية من الأعطاب المتكررة للمطابع في هذه الحقبة، الأمر الذي جعلها تختفي في كثير من الأحيان من الأكشاك، هذه الوضعية السيئة طرحت من طرف حزب جبهة التحرير الوطني في مؤتمره الرابع حول الإعلام، وفيه يقرر ويدعو في الفصل الثالث، الفقرة الثالثة إلى "جمع كل الوسائل المادية والتقنيات العصرية، لتحسين الصحافة الوطنية في مستويات النوعية والمحتوى"، ومن ثم فإن تجديد عتاد المطابع بالنسبة للصحف الجزائرية أضحي ضرورة ملحة ومسألة عاجلة⁽¹⁾.

في نفس السياق، بين جرد الممتلكات الذي تم تحت إشراف اليونسكو عام 1971 أن تجهيزات المطابع قديمة جداً ونصح بتغييرها، ويتمثل هذا العتاد في 7 آلات سحب "روتاتيف"، من صنف "تيبو" وهو عتيق جدا يعود إلى الفترة التي نشأت فيه الصحف الاستعمارية.

أما التركيب، فكانت الصحف اليومية الأربعة تمتلك تجهيزات لينوتيب، وهو نظام يقوم على تحويل الخطوط المكتوبة إلى خطوط رصاص، وهي طريقة تجاوزتها الطباعة الحديثة. للإشارة فإن الصحافة الوطنية لم تمتلك تجهيزات جديدة للطباعة إلا في منتصف الثمانينيات، فقد حصلت جريدة "الشعب" على تجهيزات حديثة لوحدة "حسين داي" تقوم على نظام الأوفست، التركيب الضوئي وهو نظام يلغي الرصاص من عملية الطباعة، ومن مزاياه وضوح الطباعة وريح الوقت، والنسخ الأفضل للصور، وسهولة الرسوم والمخططات أو الجداول وإمكانية الطبع بعدة ألوان.

لقد كان التقدير الأولي لتجهيزات وحدة الشعب لحسين داي 1982 (بعد أن أوصت الدورة السابعة للجنة المركزية ببرنامج استعجالي للصحافة المكتوبة) يبلغ 36,2 مليون دج أعيد تقييمه عام 1987 بـ 50,363 مليون دج، واستفادت جريدة "الشعب" في نفس السنة من غلاف مالي يسمح بإرسال 2 مليون كلمة في الثانية، يستعمل للاتصال بالمطابع الجهوية (النصر والجمهورية)، أما مؤسسة "المجاهد" اليومية فقد حصلت على غلاف مالي يقدر بـ 37,540 مليون دج لاقتناء مطبعة أوفست متطورة، وقد سمحت هذه التجهيزات بمضاعفة قدرات الإنتاج للصحافة الوطنية، وفضلاً عن ذلك فإن مؤسسات الصحافة

(1) Zohir Ihadaden, *la presse écrite en Algérie*, Alger, éd Ihadaden Alturath, 2002, p72-73.

المكتوبة تعاني من اختلال كبير في بنية التشغيل وتجهيزات المطابع، وهو ما يؤدي إلى عدم إمكانية تغطية تكلفة الإنتاج عن طريق السعر الذي ظلّ يحدّد بطريقة إدارية⁽¹⁾.

• العمال (التأطير):

إذا كانت فرنسا قد تركت تجهيزات الطباعة عملت بها الصحافة الوطنية لسنوات، فإنّها لم تترك وراءها تقنيًا واحدًا يمكنه تشغيل هذه الآلات، فمعرفة الجزائريين في هذا الميدان محتشمة وضئيلة، وهو ما جعل الجزائر تستعين بتقنيين قدموا من المشرق، وبالتحديد من مصر ولبنان، مما سمح للجرائد الناطقة باللغة العربية بالصدور. أمّا الصحف الاستعمارية فكان يسيّرهما القلة قليلة من الفرنسيين الباقين في الجزائر، لكن سرعان ما غادروا إلى فرنسا، الشيء الذي جعل جريدة "Oran Républicain" يتوقف عن الصدور في 13 جويلية 1962 بسبب غياب العمال، فجريدة "المجاهد" أحصت في ورشاتها 30 عاملاً في قسم التركيب، و42 عاملاً في قسم الطبع عام 1965، و أغلبهم تمّ تحويلهم إلى جريدة "الشعب" والجدول التالي يبين ذلك بوضوح:

جدول رقم (04): عدد العمال بمطبعة المجاهد في سنة 1965.

السنة	قسم التركيب	قسم الروتاتيف أو الطبع	المجموع
1961	—	1	1
1962	10	2	12
1963	11	13	24
1964	7	5	12
1965	2	21	23
المجموع	30	42	72

المصدر: Zohir Ihadaden, op.cit. p.77.

أمّا على صعيد العمل النقابي في المطابع الجزائرية، فإنّه وريث الاستعمار الفرنسي، وبالتحديد لدى عمال الكتاب، غير أنّه فشل، لأنّه تنظيم من خلق النظام الليبرالي. في هذا الصدد، لا بدّ من الإشارة إلى أن قطاع المطابع كان يمثل بـ 50% من ميزانية الجريدة، أمّا أجور العمال فحدث تضخم على مستواها⁽²⁾.

⁽¹⁾ عاشور فني، مرجع سبق ذكره، ص100-112.

⁽²⁾ Zohir Ihadaden, op.cit, p75-76, 78-79.

I.2. الورق:

إن ورق الصحافة لا يصنع في الجزائر، بل يستورد من الخارج، ونتيجة لذلك، فإن الصحف تتحمل مخاوف تجعلها تتخبط في مشاكل مالية، بسبب التغيرات المفاجئة بسوق الورق في الساحة الدولية، وهو ما يخلق صراعات مع المطابع، ويمكن تلخيص هذه المخاوف في استيراد وتوزيع الورق من جهة، والمصاريف المكلفة للورق من جهة ثانية، وتستورد الجزائر هذه المادة الحيوية من السويد، على غرار الدول الأوروبية الأخرى.⁽¹⁾

II. تسيير قطاع المطابع بعد إقرار التعددية الإعلامية 1990 :

لم تشهد الطباعة في هذه الحقبة تطوراً ملحوظاً، والعشرية التي ميّزت التسعينيات لم تأت بالجديد في هذا الميدان، بل عرفت جموداً على مستوى تحديث عتاد المطابع، وغياب إطار قانوني يحكم هذا القطاع الحيوي، رغم الإشارات المحتشمة في بعض مواد القوانين والمواثيق التي شرّعت للإعلام، نذكر منها على سبيل المثال المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني FLN عام 1979، في إشارة لوضعية المطابع العمومية، وفي الجلسة السابعة لقرار اللجنة المركزية في جوان 1981، بما في ذلك قانون الإعلام لسنة 1982، أمّا قانون الإعلام 1990 فكان أول قانون يشير في مواده لقطاع المطابع بصورة عامّة.⁽²⁾

مع مجيء الإصلاحات الاقتصادية والتشريعات الجديدة، تمّ إنشاء ثلاث مؤسسات وطنية للصحافة هي : الشعب، الجمهورية، النصر، الأمر الذي أدّى إلى ميلاد ثلاث مؤسسات جهوية للطباعة، إضافة إلى مطبعة المجاهد Simpral (SIO مطبعة الغرب، SIE مطبعة الشرق، SIA مطبعة الوسط) وكان ذلك في أوت 1990، وهي شركات ذات أسهم تسيّر مباشرة من طرف وزارة الإتصال والثقافة.⁽³⁾

وارد جداً أن امتلاك المطابع من طرف الدولة، يعني احتكار عملية طباعة الصحف، ومن ثمّ تسييرها وفقاً لما يخدم مصالحها، واهتماماتها، وهكذا أصبحت الصحف العمومية

(1) · Ibid, p82.

(2) مقابلة مع السيد: إبراهيم إبراهيمي، أستاذ قانون الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، مقابلة أجريت يوم 5 جوان 2006، بمقر الكلية، على الساعة: 11:00.

(3) · Ahmed Ancer, *l'encre rouge, le défi des journalistes*, Alger, éd. El-Watan, 2002, p121.

والصحف الخاصة القريبة من السلطة وسائل دعائية، مقابل تغاضي الدولة عن ديونها اتجاه المطابع، وفي المقابل تجد الصحافة الخاصة نفسها مرغمة لدفع مستحقّاتها من الديون أو التوقّف عن الصدور.

تأسيساً على ما سبق، يمكن ترجمة الوضعية الإحتكارية لقطاع المطابع في الجزائر على أساس ثلاث مستويات: مشكل الطبع، أزمة الورق، ومشكل الديون.

1.II. مشكل الطبع:

تعدّ عملية الطباعة المرحلة الأساسية في إنتاج الصحيفة، وعليها يتوقّف بقاؤها في الساحة الإعلامية، إذ تتحكّم في عدد النسخ المعروضة في السوق، زيادة على ذلك تتطلّب استثمارات ضخمة في شراء المواد الأولية من ورق، حبر، وصفائح، وتحديث للآلات التي تستوجب بدورها يد عاملة ماهرة متخصصة، وهذا ما لا تستطيع الصحف الخاصة الوصول إليه، حيث تجد نفسها عاجزة عن تحمّل مصاريف الطباعة، وهو ما جعلها تبقى رهينة القطاع العمومي الذي يتدخّل في هذا النشاط من خلال التكلّف بتجديد وعصرنة عتاد المطابع، والإعانة المالية والجمركية أثناء القيام بذلك.

لقد ظلّت المطابع محتكرة من طرف الحكومة، رغم وجود نصّ قانوني يقرّ بحريّة إنشاء المطابع والشركات الخاصة بالتوزيع، فقد صرّح رئيس الحكومة السيد أحمد أويحي في خطاب له بمجلس الأمة عام 1998 : "من أراد إنشاء مطبعة فليفعّل، إذ ليس هناك أي نص قانوني يمنعه، بل أكثر من ذلك فسوف يجد لنا لدينا كلّ أشكال الإعانة، ومن أراد أن يساهم في شركة استيراد ورق الصحف، أو إنشاء مؤسسة خاصّة في ذلك فليفعّل، ومن أراد أن ينشئ مؤسسة لتوزيع الصحف عن كل القطر الوطني فليفعّل".⁽¹⁾

ما يمكن توضيحه من هذا الخطاب هو أن الواقع الذي فرضته الحكومة، هو واقع مغاير تمامًا لما تسنّه من نصوص، أو تعبّر عنه كموقف رسمي للدولة، وهو ما عاشته الصحف الخاصة التي أرادت امتلاك شركات خاصة في الطباعة والتوزيع، إذ أنّها عانت من الحواجز والضغوطات المالية والتجارية، وعلى رأسها الاستيراد والجمارك وقوانين التجارة، وهي العراقيل التي وقفت أمام تنفيذ مشروع المطبعة الخاصة بجريدتي الخبر و El-Watan سنة 2000.

(1) ملخّص لخطاب السيد رئيس الحكومة أحمد أويحي لمجلس الأمة، في برقية لوكالة الأنباء الجزائرية، أفريل 1998.

واصلت الحكومة ضغطها على الصحافة، من خلال قطاع المطابع، وقد ترجمت هذه المراقبة في التقرير الذي أعدته مجموعة الأزمات الدولية "International Crisis group" "استبدلت الإجراءات القمعية، كالتوقيف الإداري، واقتحام مقرّات الجرائد من طرف مصالح الأمن، بإجراءات أقل إثارة لكن بنفس النتائج، فالمراقبة أصبحت معهودة لمطابع الدولة التي تتحجج بالأسباب التجارية"⁽¹⁾، وكان هذا بناء على المرسوم الوزاري المؤرخ في 7 جوان 1997 الذي نصّ على احترام قضايا الأمن والصالح العام من طرف الصحافة.⁽²⁾

علاوة على ذلك، فإن مطابع الصحف تعاني صعوبات على مستوى جميع فروعها من حيث الوقاية، التموين، الصيانة والأمن، وتعرف وسائل طبع الجرائد والمجلات عجزاً كبيراً ترتّب عنه اختفاء ومنع عدّة عناوين من الصدور، كما ترتّب عن الاستعمال الدائم انهيار يهدّد بشلل التجهيزات، فالمطابع الأربعة ليس بمقدورها طبع هذا الكم الهائل من الصحف بالنظر إلى طاقات سحبها، وهو ما خلق اضطراباً في صدور بعض الصحف، فجريدة الخبر كان من المفروض أن تكون صباحية، غير أنّ مطبعة الوسط أعلمتها فيما بعد بعدم إمكانية الإستمرار في طبعها صباحاً لعدم وجود وقت شاغر لطبعها، وهو ما جعل مسؤولي الجريدة يلجئون إلى مطبعة المجاهد التي لم تقبل طبعها.

كذلك فإن قلّة المطابع الجهوية خلق مشاكل لطبع الصحف الوطنية، التي اضطرّ كثير منها إلى التحول إلى جهوية، ووجود أربعة مطابع مقابل ما يزيد عن مائتي عنوان يدلّ على عدم توازن واضح بين الإمكانيات المتوفّرة، والإعلام لمكتوب الذي يحتاج إليها، ما جعل عدّة عناوين تلجأ إلى مطابع أخرى تابعة لهيئات رسمية، كمطبعة حزب جبهة التحرير الوطني أو مطابع خاصة، وإنّ الازدحام على هذه المطابع جعلها في ضائقة مالية بسبب عجز الصحف عن دفع مستحقات الطبع، وهذا التطور الكمي السريع لم يدم طويلاً بسبب ظهور عوائق مادية وتقنية متعلقة بمتطلبات طبع وسحب الجرائد، إذ عانت من صعوبات السحب، مما اضطرّها إلى الطبع في مطابع حزب الجبهة، ناهيك عن القيود التي وضعتها الحكومة في عهد "حمروش" فيما يخص تحديد سعر السحب من 1,20 دج إلى 2,10 دج إثر تنديدات أصحاب المطابع برفع الأسعار.⁽³⁾

(1) · M'hamed Rebah, *la presse Algérienne, journal d'un défi*, Alger, éd. Chihab, 2002, p69.

(2) · ابراهيم إبراهيمي، مقابلة سبق ذكرها.

(3) · تواتي نورالدين، *المكتوب المطبوع في الجزائر (1962 - 2000)*، (اطروحة دكتوراه)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004، ص 261.

II.2. أزمة الورق:

تعتبر صناعة الورق من أهم المكونات الأساسية للطباعة الصحفية، غير أن هذه المادة تشهد تذبذباً ملحوظاً في الجزائر، التي لازالت تابعة في مجال استيرادها، حيث تستورد أكثر من 95% من المواد الأولية، وتبقى عرضة لتقلبات السوق الدولية، سواء في مجال السعر أو الجودة، فإنّها لا تستعين بتقنيات التحويل والإسترجاع على الرّغم من أهمية المخزون المقدّر بـ 35 ألف طن سنوياً، حيث يمكن نظرياً إسترجاع ما بين 20 إلى 25 ألف طن سنوياً من الورق، على غرار ما تعتمد إليه الدول المتقدّمة.⁽¹⁾

إنّ النقص العابر في مادة الورق شكّل أزمة عدة مرات لدى الصحافة الخاصة، ذلك أنّه وبحكم نفاذ مخزون الورق اضطرت الصحف غير مرة إلى تقليص عدد صفحاتها من 24 صفحة إلى 16 صفحة، كما تسبّب أيضاً في صدورها في بعض الأحيان بلون مختلف عما كانت عليه (ورق أصفر حسب إحصائيات 1992)، فمخزون الورق لم يكن قادراً على تمويل المطابع بالورق إلا لفترة شهرين، أمّا في 1995 غابت عن الساحة الإعلامية 7 صحف بسبب أزمة الورق في مطبعة الوسط، منها الخبر وEl-Watan، Le Soir d'Algérie، Liberté، ووجّهت في هذا الصدد نداءً لمساعدتها، وقد وجد هذا النداء أذاناً صاغية لدى مسؤولي مطبعة المجاهد التي أمّنتها بألف حزمة ورق، وهو ما أنقذ مطبعة الوسط من توقف مؤكد وضمن استمرارية ظهور العناوين في الأكوّشاك.⁽²⁾

أمام هذه الوضعية الناتجة عن غياب المواد الأولية للطباعة، لجأت بعض الصحف إلى الاعتماد على النفس والاستقلال الذاتي من ناحية الوسائل التقنية، حيث تبلورت عدّة مشاريع لاستيراد وسائل الطباعة، كالمشروع الذي اتفق عليه مسؤولي جريدتي El-Watan وLe Soir d'Algérie.

إنّ مهمة استيراد الورق في الجزائر هي مهمة موكلة إلى "الجزائرية للورق ALPAP" التي تستورد هذه المادة منذ 1998، وهي عبارة عن شركة مساهمة SPA، والجزائر تعدّ أكبر مستهلك للورق، ففي 1996 استوردت 15700 طن، وعرف استهلاك ورق الصحف تطوراً

(1) جميلة قادم، الصحافة المستقلة بين السلطة والإرهاب 1999-2001، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة

الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003، ص103.

(2) إسماعيل مرازقة، الإتصال السياسي في ظلّ التعددية السياسية والإعلام، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة

الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 1990، ص242.

متزايداً، فقد بلغ عام 1998 25000 طن، 30000 طن في 2000، و355000 طن في 2001⁽¹⁾.

3.II. مشكل الديون:

إنَّ أهم جانب في علاقة الصحافة الخاصة بالمطابع هو الديون، والضغوطات المالية التي عانت منها المطابع هي ناتجة عن تراكم الديون، ومن جرّاء ذلك، تهدّد الصحف بتوقيف السحب في حالة عدم الدفع، وهو ما يعكس الوضعية الإحتكارية للسلطة، وإنّ طاقة استيعاب المطابع الأربعة لا تكفي لطبع عدد كبير من العناوين، ولا يكون ذلك إلّا على حساب صحة آلات الطبع والسحب، بالإضافة إلى اكتظاظ المطابع، تصحبها مشاكل في تحديد فترات الطبع وترتيب الزبائن، وتوزيع صارم لفترات الطباعة بين العناوين⁽²⁾.

مع مشكل المديونية الذي تعاني منه المطابع، تضطرّ هذه الأخيرة إلى وقف سحب عدد من العناوين لتتمكّن من تغطية مصاريفها، خاصة إذا علمنا أنّ المطابع بدأت تفقد ثقة البنوك التي تتعامل معها، وحسب الأرقام المقدمة من طرف مطبعة الوسط (SIA) عام 1995، سجلت في نهاية مارس ديناّ إزاء العناوين التي مازالت تنشط في الساحة الإعلامية، والذي قدّر بـ 1247730736 دج، وما يقدر بـ 45641722 دج بالنسبة للصحف التي اختفت من الساحة الإعلامية.

إنّ الظهور الظرفي والاختفاء المفاجئ للعناوين الصحفية، أدّى إلى تراكم الديون التي تتركها هذه الصحف دون دفع مستحققاتها، للإشارة فإنّ الديون التي كانت على عاتق العناوين الناشطة في الساحة الإعلامية إزاء مطبعة الوسط تضاعفت لتصبح محل نزاع بينها، حيث وصلت إلى 53566776 دج من مجموع المبالغ الإجمالية للديون التي تقدّر بـ: 178339852 دج، مقسمة بنسبة 70% للعناوين التي مازالت تنشط و30% بالنسبة للعناوين التي توقفت عن الصدور⁽³⁾.

أمام هذا الوضع لم يكن أمام الكثير من الصحف إلاّ الإنسحاب من الحقل الإعلامي بعد عجزها عن تسديد ديونها، مثلما حدث لجريدة "السلام" التي تمّ توقيف سحبها في 1993

(1) · M'hamed Rebah, op.cit, p91.

(2) · إسماعيل مرازقة، مرجع سبق ذكره، ص275.

(3) · Ahmed Ancer, op.cit, p124-125.

بأمر من مطبعة الوسط، في المقابل تسبب عدم تسديد الديون من قبل الجرائد للمطابع في تسجيل هذه الأخيرة لعجز مالي، يمكن إيضاحه في الجدول التالي، وهذا انطلاقاً من التقرير الذي أعدته وزارة التجارة حول الوضعيات المالية لمؤسسات الطباعة في جوان 1996.

جدول رقم (05): العجز المالي المسجل على مستوى المطابع العمومية ما بين 1995 – 1996.

المطبعة	قيمة العجز عام 1995	قيمة العجز عام 1996
الوسط	85 مليون دج	206 مليون دج
الشرق	96 مليون دج	147 مليون دج
المجاهد	390 مليون دج	541 مليون دج

من خلال الجدول، يتبين أن المطابع العمومية ليس في مقدورها تغطية العجز المالي الذي تضاعف خلال سنة 1996.

وحسب نفس المصدر فقد ارتفعت الديون لتصل إلى 272 دج (SIA)، 633 دج (المجاهد)، و 265 دج (SIE)، ووزارة التجارة تفسر الوضعية بعدة أسباب منها :

- صرامة أسعار الطباعة المحددة بشكل منتظم، والتي لا تأخذ بعين الاعتبار التكاليف الحقيقية للإنتاج.
- أهمية الديون المستحقة ومدة تسديدها.
- التسيير اللاعقلاني للمطابع سواء من حيث التبذير، أو ارتفاع نسبة مخلفات الورق، ما يشكل عبئاً ثقیلاً عليها.
- إن السحب الضعيف والمبيعات المحتشمة لا تحمل أي معنى على المستوى الاقتصادي⁽¹⁾.

لإضفاء صبغة قانونية على عملية التسديد للديون، اعتمدت مطبعة الوسط على صيغة سند الأمر (Billet à ordre)، حيث ترفع المطبعة شكوى إلى المحكمة في حالة انتهاء المهلة المحددة. لكن أمام فشل هذه الطريقة وطول الإجراءات التي تقتضيها المحاكمة، فضّلت المطبعة الأسلوب المباشر القاضي بتهديد الصحيفة المترتبة عليها الديون بتوقيف صدورها، وأما "مطبعة المجاهد" فاعتمدت صيغة فترات التسديد (les échéanciers de règlement)،

(1) Ahmed Ancer, op.cit, p128.

حيث ينبغي على الصحيفة تسديد 30% على الأقل من الديون، مع التعهد بتسديد باقي الدين المتأخر بصفة منتظمة⁽¹⁾.

إنّ تفاقم الديون التي أثقلت كاهل المطابع الصحفية، تجعلها غير قادرة على تحمّل تكاليف المواد الأولية، التي تشهد هي أيضاً ارتفاعاً في الأسعار، فطبع جريدة يومية يكلف 2,252 دج تكاليف المواد الأولية، من حبر وورق وصفائح، و1,08 دج تكاليف التسيير، ويحدد سعر السحب على أساس سعر الورق زائد 5% تأمين، إضافة إلى 8% شحن نقل وتخزين، و18,4% رسوم وحقوق للجمركة⁽²⁾.

ويمكن ملاحظة ذلك من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (06): ارتفاع أسعار المواد الأولية الخاصة بالمطابع خلال سنتي 1994 – 1993⁽³⁾.

1994	1993	المواد الأولية
25,44 دج	18,15 دج	1 - ورق الجريدة : سعر 1 كلف من الورق
2,38 دج	1,70 دج	- سعر النسخة الواحدة
61,39 دج	43,80 دج	2 - الحبر : السعر الإجمالي لـ 1 كلف من الحبر
1,04 دج	0,40 دج	- سعر الحبر المطلوب لنسخة واحدة
1857 دج	132,48 دج	3 - الصفيحة : السحب الواحد يتطلب عموماً 14 صفيحة
2599,80 دج	1854,72 دج	- سعر 14 صفيحة
2,56 دج	2,41 دج	- سعر المواد الأولية لسحب نسخة واحدة

بصورة عامة، يمكن أن نلخص وضعية المطابع في الجزائر فيما يلي:

- زيادة نسبة فاقد الورق في ورق الصحف أثناء الطباعة، فكمية الفاقد كبيرة جداً، ما يطرح مشاكل حقيقية في المطابع، فمجمال السحب يتحوّل إلى مرتجعات، وهو ما يشلّ مجمل عناوين العمومية وعدة جرائد خاصة، وعلى سبيل المثال مطبعة الوسط بلغت مخلفات

(1) - إسماعيل مرازقة، مرجع سبق ذكره، ص242.

(2) - نفس المرجع، ص280.

(3) - جميلة قادم، مرجع سبق ذكره، ص106.

الورق بها 20000 لسحب تجاوز 50000 نسخة، هذه الوضعية جعلت الطابعون يفرضون 10000 نسخة كعدد للنسخ⁽¹⁾.

قياسا على ما سبق، يمكن أن تصل المرتجعات 50%، وأحيانا أكثر، وهذه المرتجعات بعد أن يتم الكشف عنها من طرف الناشرين، يتم بيعها بـ 2 إلى 3 دنانير للتجار أو المؤسسات المصنعة للورق، أو لصناعة علب البيض ولكن في الغالب ما تحرق⁽²⁾.

- التسيير الفوضوي واللاعقلاني للمطابع، والاضطرابات المالية التي شهدتها مؤسسات الطباعة، فطاقة استيعابها ضعيفة مقارنة بالعدد الهائل من العناوين.

- الأعطال المتكررة للآلات الطباعة، التي تشهد وضعية متدهورة، فالعتاد المستعمل يرجع إلى الفترة الاستعمارية، باستثناء الاقتناء الجديد لمطبعة الوسط 1997، وابتداء من 1998 تعرف هذه الأخيرة بدورها مشاكل لأنها تعمل فوق طاقتها، فمِنذ الاستقلال إلى غاية 1985 لم تجدد هذه التجهيزات إلا مرة واحدة، في الوقت الذي شهد العالم ظهور الأوفست والمعلوماتية⁽³⁾، إلى جانب غياب قطع الغيار، فمطبعة الشرق SIE صرفت 70 مليون دينار لتجديد العتاد الموجود⁽⁴⁾.

كما أن المطابع العمومية الأربعة (SIA, SIE, SIO, Simpral)، تعاني ضعفا في الوسائل التقنية مما جعل بعض الجرائد اليومية الصباحية غالبا ما تسحب في حدود الساعة السابعة، مما يؤثّر على شبكة التوزيع⁽⁵⁾.

III. علاقة المطابع بالصحافة المكتوبة:

إن العلاقة التي تربط قطاع الصحافة المكتوبة بالمطابع، يجب أن تقوم على احترام الصحف لمواعيد دفع مستحقاتها للمطابع في الآجال المحددة، أي بعد 60 يوما (وفقا للاتفاقية المبرمة بين الناشرين والمطابع فيما يتعلق بكيفية الدفع في مادتها العاشرة "إن آجال الدفع محددة بين الطرفين، المطبعة والناشر 60 يوما، وفي حالة التخلف عن الدفع تلجأ

(1) · Ahmed Ancer, op.cit, p129.

(2) · M'hamed Rebah, op.cit, p101.

(3) · Ahmed Ancer, op.cit, p121.

(4) · El-Watan, quotidien Algérien, N° 3257, "De nouveaux équipements pour la SIE", le 22 Août 2001.

(5) · El-Watan, quotidien Algérien, 2657, "les imprimeries dépassées", le 8 septembre 1999.

المطبعة إلى فرض غرامة التخلف عن التسديد بنسبة فوائد البنوك، ثم يتم اللجوء إلى توقيف السحب إذا لم يتم احترام آجال الدفع المتفق عليها بين الطرفين⁽¹⁾، غير أنّ الصحف أخذت بهذه الاتفاقية ولم يكن بوسعها التسديد نتيجة لعجزها، مما أدّى إلى حدوث أزمة بين المطابع والصحف والتي تعود إلى سنة 1993، وكانت من أجل دفع مستحقات الطبع، فأمام عجز الصحف عن تخليص ديونها من جهة بسبب تراكم الديون عليها، وتسجيل المطابع نفسها لعجز مالي على مستوى ميزانها التجاري من جهة ثانية، ظهرت أزمة أدت إلى حد التعليق ووقف إصدار عدد من الصحف. ولتوضيح الصورة أكثر نحاول ترجمة ذلك بالأرقام:

- ديون جريدة Liberté قدّرت بـ 30 مليون سنتيم عام 1993.
- ديون جريدة Le Matin بلغت 1,6 مليون سنتيم في جانفي 1994.
- ديون جريدة "L'horizon" 40 مليون سنتيم عام 1992 اتجاه مطبعة المجاهد، ليرتفع العدد في ظرف ثلاث سنوات إلى 130 مليون دج⁽²⁾.

هذه الديون جعلت الصحف تدخل في صراع مع المطابع التي تطالب بتسوية الوضعية، وهكذا استخدمت الطباعة كضغط مالي على الصحف، واتخذت طابعا سياسياً لا صناعياً، وإلاّ كيف نفسر الرفع في سعر الطباعة والضغط عليها بالتسديد، ولا بدّ من الإشارة إلى أن الصحافة العمومية والصحافة الخاصة القريبة من السلطة، تعامل معاملة خاصة وديونها إما أن يتم إلغاؤها أو تتكفل بها الخزينة العمومية.

فالقضية ليست في انخفاض مخزون الورق أو ارتفاع أسعار الورق في السوق الدولية أو اقتصاد السوق، إنّما هي قضية سياسية بحتة تتغلّى وراء أسباب تجارية، والحل يكمن في تخليص هذه الديون والتخلص من سيطرة وضغوطات الدولة⁽³⁾.

(1) جميلة قادم، مرجع سبق ذكره، ص103.

(2) يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، (مذكرة غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية

العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006، ص131.

(3) جميلة قادم، مرجع سبق ذكره، ص103.

IV. تجربة المطابع الخاصة في الجزائر:

إن الوضعية الإحتكارية الممارسة على قطاع المطابع، والضغوطات المفروضة على الصحف، جعلت من هذه الأخيرة تفكّر في الاعتماد على نفسها من خلال المشاركة في بعث مشاريع لإنشاء مطابع خاصة، من شأنها أن ترفع من مردوديتها وتحرّرها من سيطرة الدولة، وتساهم في خلق جوّ ملائم لممارسة حرية التعبير والرأي التي تنتشد تحقيقها. لقد عمدت الدولة إلى عرقلة كل المشاريع التي تهدف إلى خوصصة قطاع المطابع، وذلك باستخدام مختلف الوسائل، وأوّل محاولة لإنشاء مطبعة خاصة بادرت بها الأسبوعية العاصمية "L'observateur" وفشلت في ذلك.

أما المشروع الثاني فكان مشتركاً ما بين جريدتي El-Watan و Le Soir d'Algérie، اللتان تحصلتا على قرض بنكي عام 1992، لكن مجيء حكومة "بلعيد عبد السلام" أفشلتها، وفي السياق ذاته عملت هيئات دولية على تقديم يد المساعدة للصحافة الخاصة، وتتمثل في منظمة اليونسكو وجمعية ناشري الصحف. هذه الأخيرة عمدت إلى اقتراح مشروع في 4 مارس بباريس عام 1997، وتقدر تكلفته بـ 600.000 دولار، غير أن الحكومة الجزائرية رفضت المشروع واعتبرته تدخلاً في شؤونها الداخلية ومساساً بكرامتها، ويمثل هذا الرفض تعبيراً واضحاً عن رفض الدولة خوصصة المطابع، وبعد أشهر قلائل، تقوم حكومة "أحمد أويحي" بالاتصال باليونسكو لإبلاغها بقبولها الدعم المقدم لها، متناسية في ذلك كل تلك الحجج السابقة، وهذه المساعدة يتم توظيفها في تحديث وعصرنة وكالة الأنباء الجزائرية. إلى جانب المشاريع السابقة، نجد مطبعة "الأمة" التي اشتراها "سعد الوناس" مالك الجريدة، وممولة من طرف رجال أعمال الدولة، غير أنّ هذا الأخير وجد نفسه في السجن بسبب الديون التي يدفع مستحقاتها لمطبعة الوسط SIA. وهكذا بقيت المطبعة رهينة المنطق السياسي، ورغم ذلك استطاعت أن تقف في وجه السلطة، ليتم تشغيلها بإمكانيات محتشمة، ولجأت إليها عدة جرائد منها جريدة "Le Matin" التي كانت تواجه مشاكل مع الطابعين في تلك الفترة⁽¹⁾.

في ربيع 2000، ظهر مشروع جديد مشترك بين جريدة الخبر و El-Watan، وتمّ إمضاء العقد مع منتج ألماني، غير أنّه واجهته عراقيل جمركية وتجارية في ميناء الجزائر،

(1) مقابلة مع السيد أحمد عنصر، رئيس تحرير جريدة El-Watan، مقابلة أجريت يوم 9 جوان 2014، بمقر الجريدة دار الصحافة طاهر جاووت، على الساعة 12:00.

إلا أنّ إرادة المسؤولين حالت دون ذلك، واستطاعت الجريدتان وضع المشروع حيّز التنفيذ، من خلال إنشاء "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة"، فأضحى المستحيل حقيقة، وسنأتي عليها بالتفصيل في المحور الموالي.

إضافة إلى مطبعة "الخبر و El-Watan"، نجد مطبعة جريدة "Le Quotidien d'Oran" ومطبعة "l'Authentique"، وكل هذه المشاريع تمثل خطوة جديرة بالتشجيع، وتحفز على المحاولة أكثر فأكثر، فالصحيفة التي لا تملك مطبعة خاصة تعاني حيث تتنافس للوصول مبكراً وحتى تحجز المكان الأول للطبع حتى تتمكن من إيصال الجريدة إلى القارئ في الوقت المحدد⁽¹⁾.

وكخلاصة لهذا المحور، لا بدّ من الإشارة إلى أنّ قطاع المطابع في الجزائر يتّسم بنوع من عدم الوضوح في التسيير، ما جعل السلطة تستغلّه كورقة رابحة، وتستخدمها في كل مرة في محاولة لنزع المصادقية عن الجرائد الخاصة، إلى جانب ذلك فإنّها تقتقر إلى الوسائل الطباعية الحديثة، والإطارات البشرية الفنية اللازمة لتشغيل وصيانة التجهيزات المطبعية في حال اقتنائها.

V. الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة (ALDP):

تعتبر كلا من جريدتي الخبر و El-Watan من أكبر الصحف الوطنية أنشأها صحافيون مارسوا الصحافة في القطاع العمومي، أرادوا بناء تجربة إعلامية خاصة في الجزائر. لقد أثبتت الصحيفتين جدارتهما كرأئدين للصحف الوطنية إعلامياً، من خلال اقتحامهما لجميع الميادين: التوزيع، النشر، وأصبحتا تتطلّعان نحو ميدان لا يقلّ أهمية عن الميادين الأخرى وهو الطباعة، ذلك النشاط الذي كان ولا يزال حكرًا على القطاع العام.

إن طباعة الجريدة في المرافق العمومية كان يشكّل تحديًا لاستقلالها وجودتها، وسعيًا للتغلب على هذه العقبة، قرّر مسؤولو الصحيفة الحصول على مطبعة خاصة عن طريق الشراكة، وكان هذا القرار رهانا كبيرا نظراً لصعوبة التمويل، فالجريدة تتمّ طباعتها في المطابع العمومية التي كان بوسعها في أيّ وقت أن تمتنع عن الطباعة أيّة لأيّ سبب، ولم يكن بوسع الصحيفة أيضاً التحكّم في الجودة، كما كانت تواجه مشاكل مع عملية فصل

(1) مقابلة مع السيد زلاقي محمد، رئيس مصلحة الإشهار والتوزيع بجريدة الشروق اليومي، مقابلة أجريت يوم 23 جوان

2014 بمقر الجريدة دار الصحافة، القبة، على الساعة 14:00.

الألوان، فضلاً عن عدم وضوح الصورة، الأمر الذي جعل المعلنين يجمعون عن شراء مساحات إعلانية.

أمام الضغوط المفروضة من قبل المطابع، وانخفاض ميزانيات الإعلان، وارتفاع أسعار المواد الخام، والثقل المالي المترتب عن سعر الطباعة المرتفع، قررت جريدة الخبر الدخول مع جريدة "El-Watan" في مشروع مطبعة خاصة عن طريق الاقتراض، إضافة إلى تبني إستراتيجية تحريرية جديدة من خلال إصدار طبقات خاصة وملاحق جديدة تعدّ وسيلة للترويج للصحيفتين وتنويع الإنتاج، فضلاً عن الوصول إلى المزيد من القراء.

1. التعريف بها:

الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة ALDP^(*) هي مؤسسة تابعة لجريدتي "الخبر" و "El-Watan"، مهمتها الأساسية ضمان طبع وتوزيع الصحافة، ويعتبر مشروعاً استثمارياً مشتركاً بين الجريدتين، بدأ التحضير له منذ 4 سنوات، ويوجد مقرها بضواحي العاصمة (العاشور).

لقد تمّ حجز المطبعة في ميناء الجزائر مدة 6 أشهر لأسباب جمركية، حاولت من خلالها السلطة عرقلة المشروع، وبعد مفاوضات حثيثة مع الحكومة، تمّ إمضاء العقد مع KBA^(**)، الشركة الثالثة عالمياً في مجال صناعة عتاد المطابع، وذلك بعد تدخل السفارة الألمانية بالجزائر، وكان ذلك في 4 مارس 2000، وأعطى الضوء الأخضر لجمركة المطبعة في 27 مارس 2001، فكان تدشينها بداية أولية لتطوير الصناعة الصحفية في الجزائر⁽¹⁾.
تتربع المطبعة على مساحة إجمالية تقدّر بـ 4000 م²، تحتوي على المبنى الإداري بمساحة 260 م² من أربعة طوابق، والذي سيضم مقر إدارة المطبعة الجديدة، بالإضافة إلى مقر شركة التوزيع، ومخزن الورق وكذا المأرب الخاص بالسيارات⁽²⁾.

* ALDP : تستعمل طيلة هذا المحور كلمة ALDP اختصاراً للجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة.

** KBA هي اختصاراً لكلمة Koenig Bauer نسبة إلى صانعها الألماني، هي من أقدم الشركات في العالم في صناعة آلات الطباعة، وتعدّ أول شركة طباعية تصنع ماكينة طباعة أوفست سريعة، وكانت أول ماكينة طبعت إحدى الصحف الإنجليزية عام 1814، يعمل لديها 10 آلاف موظف موزعين على أكثر من مكان في ألمانيا.

(1) مقابلة مع السيد أحمد عنصر، رئيس تحرير جريدة El-Watan، مقابلة سبق ذكرها.

(2) الخبر، يومية جزائرية، العدد 3007، ضغوط و معارك 1900-2000، 1 نوفمبر 2000.

بلغت تكاليف المشروع 320 مليون دينار، موزعة على شراء التجهيزات، ودفع حقوق الجمارك، إلى جانب تكاليف الأرضية وتجهيزات المكان⁽¹⁾.

للإشارة فإن أمور التسيير تمّ إسنادها لأول مرة إلى صحفيين، تركوا المهنة جانبا وبدأوا مهمة التسيير التي كانت مناصفة بين الجريدتين شخص من كل جريدة، أما التمويل فكان بالعملة الصعبة الذي تمّ تأمينه من خلال قرض CPA، وإلى جانب مساهمة "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة" بنسبة 45% من التمويل العام⁽²⁾.

لقد تركزت الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة عام 1995 على توزيع الصحافة فقط، وفي 16 جوان 2001 بدأت الطباعة، وفي سبتمبر 2001 شرعت في الطباعة بالألوان⁽³⁾. إن تنفيذ مشروع مطبعة "الخبر" و "El-Watan" واجهته عدة عراقيل، والتي كانت وراءها ثلاث هيئات عمومية متمثلة في إدارة الجمارك، وكالة الترقية ودعم الاستثمارات، والمفتشية العامة للمالية، ويدخل في نطاق هذه الضغوطات الاقتصادية والسياسية التي مارستها الحكومة على إدارة المطبعة.

إلى جانب الأعطال التقنية الناتجة عن اضطرابات في التيار الكهربائي على مستوى مصالح سونلغاز، وهو ما يؤدي أحيانا إلى فساد قطع الغيار الإلكترونية والتي يستحيل حمايتها من الأعطاب التقنية، زيادة عن تأخر السحب، وهكذا فإنّ إدامة العمل والتسريع في إنتاجه ضرورة توفير الطاقة الكهربائية خلال وبعد الدوام الرسمي، وهو ما كان غائبا على مستوى ALDP⁽⁴⁾.

• مواصفات المطبعة التقنية :

يمكن أن نرصدها فيما يلي:

(1) مقابلة مع السيد حسام عباس، رئيس القسم التجاري لـ ALDP، مقابلة أجريت يوم 7 مارس 2015، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة 10:30.

(2) El-Watan, quotidien Algérien, "une rotative pour El-Watan et El-Khabar", 3136, 2 Avril 2001.

(3) مقابلة مع السيد قدادسة لخضر، رئيس مصلحة الإدارة بالمطبعة، مقابلة أجريت يوم 22 فيفري 2015، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة 10:30.

(4) مقابلة مع السيد أرزقي بلقاسم، مهندس في إصلاح وصيانة الأجهزة، يوم 20 سبتمبر 2015، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة 11:00.

1. إن المطبعة تحمل العلامة التجارية الأكثر شهرة في عالم الطباعة، وهي من نوع KBA الألمانية الصنع، وتعدّ من أفضل الآلات على المستوى العالمي في مجال طباعة الأوفست، وتتميز بإمكانيات طباعية هائلة.

2. تقدر طاقة سحبها بـ 45.000 نسخة/ساعة.

3. تتوفر على آلات طباعة الأوفست المزودة بجميع المعدات المربوطة بالحاسب الإلكتروني، ذات تحكم مركزي عن طريق لوحة الكمبيوتر بشكل متميز وبدقة عالية، مما يحسن من نوعية السحب.

4. لأول مرة يكتشف القارئ الجزائري قدرة هذه المطبعة الجديدة في نوعية السحب، وذلك بأحدث تجهيزات الطباعة من تصوير، تجميع وطباعة، مع قدرة السحب التي تصل إلى 40 صفحة للنسخة الواحدة.

5. من مميزات المطبعة أيضاً إمكانية إنجازها للصفحتين الأولى والأخيرة بمختلف الألوان، إضافة إلى تصوير ثماني صفحات داخلية أخرى بلونين مغايرين.

6. تسحب المطبعة الصحف من نوع تابلويد، وهو ما يؤهلها لأن تكون محل اهتمام اليوميّات الوطنية المختلفة، كما أنها وضعت حدّاً لهواجس العطل التي طالما حرمت القارئ من مطالعة جرائده يومياً⁽¹⁾.

فضلاً عن ذلك، فقد تدعّمت مطبعة العاشور بمطبعة أخرى جديدة، تم تدشينها في 8 مارس 2007 بموقعها الكائن بعين النعجة، وتبلغ التكلفة الإجمالية للمشروع حوالي 750 مليون دينار، منها 500 مليون دينار بالنسبة للمطبعتين، ولقد تم تمويلها من طرف "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة" بنسبة 30% و 70% كاقتراض من البنك الوطني الشعبي⁽²⁾.

زيادة على ذلك، صمّمت المطبعة على أسس العمران الحديث لتتناسب مع الوجه الجديد للمدينة، حيث روعي فيها إمكانيات التوسّع المستقبلية، وهو نموذج أول من نوعه يحمل جمالية خاصة وحماية أكثر، وقد بدأت أشغال هذا الإنجاز في أبريل 2006 واستغرقت 10 أشهر⁽³⁾.

(1) الخبر، يومية جزائرية، العدد 3007، مرجع سبق ذكره.

(2) El-Watan, quotidien Algérien, N° 4963, « une acquisition qui rassure sur l'avenir. », le 9-10 Mars 2007.

(3) El-Watan, quotidien Algérien, supplément Immobilier n°52, "Le site de ALDP répond à une nouvelle vision architecturale", le 25-31 Mars 2007.

الإقتناء الجديد يهدف إلى مضاعفة السحب وتعميم نوعية عالية من الطباعة، وتمّ تجهيزها بأحدث ما جاءت به تكنولوجيات الطباعة، وتركيبها تمّ في نوفمبر من نفس السنة (2007)⁽¹⁾.

• مواصفات المطبعة الجديدة :

1. تعدّ المطبعة الجديدة الإقتناء الأكثر تطوراً من ناحية التكنولوجيا المستخدمة فيها، فهي تحمل العلامة التجارية "Man Roland" على عكس مطبعة العاشور، وكلاهما تكنولوجيا ألمانية تتمتع بمواصفات عالية حديثة ذات دقة وسرعة فائقة ما جعلها تعرف رواجاً في العالم.
2. تتألف من خطي طبع قدرة كل خط تقدر بـ 50 ألف نسخة في الساعة، مما يجعل القدرة الإجمالية 100 ألف نسخة في الساعة.
3. يمكن حصر إمكانيات الطباعة الصحفية الخاصة بهذه الماكينات الجديدة فيما يلي:
 - لها سرعة طباعة تصل إلى 50 ألف نسخة في الساعة.
 - إمكانية طباعة 36 صفحة ملونة أو 48 صفحة ملونة مع أسود وأبيض حسب الخيارات التالية الموضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم (07): إمكانيات المطبعة الجديدة.

ملونة	أسود وأبيض	مجموع الصفحات
16	32	48
20	28	48
24	24	48
28	20	48
32	16	48
36	0	36

المصدر: مقابلة مع السيد محمد خلاف، مقابلة سبق ذكرها.

(1) مقابلة مع السيد محمد خلاف، إطار مساعد في القسم التجاري، مقابلة أجريت يوم 27 جوان 2014، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة 14:00.

- لها قدرة طباعة صحيفتين في وقت واحد شرط أن لا تزيد عن 28 صفحة ب 20 صفحة.

- إمكانية طباعة صحيفة ذات ملحق في آن واحد دون الحاجة لإدخال الملحق لاحقا.
- تتمتع بسرعة عالية تمكّنها من طباعة المجلّات ومختلف المطبوعات ذات مقاس التابلويد بعدد صفحات يصل إلى 96 صفحة (48 صفحة ملوّنة و 48 صفحة أسود وأبيض).

- بفضل هذه الآلات الحديثة تتم عملية التّحكم بالماكينة أثناء مرحلة الإنتاج أوتوماتيكيا بشكل كامل من خلال 6 طاولات تحكّم تساعد في ضبط جميع صفحات المطبوعة بشكل ممتاز.

4. بدأ الإنتاج بها في 14 مارس 2007، وتعمل بطاقة إنتاجية تقدر بـ 500.000 نسخة في الساعة، وبتكلفة إجمالية تقدر بـ 5.000.000,00 أورو.⁽¹⁾

5. تتريّع المطبعة على مساحة تقدر بـ 5 آلاف م²، وطابقين، الطابق الأول يستخدم كمخزن للورق، وتصل قدرة تخزينه إلى ما يكفي الطباعة لمدة ثلاثة أشهر، كما تتوفر المطبعة على حظيرة واسعة تسهّل عملية شحن ونقل الجرائد، وبهذا تصل قدرة الطباعة على مستوى الوسط باحتساب مطبعة العاشور إلى 150 ألف نسخة في الساعة⁽²⁾.

2. تنظيمها الإداري والبشري:

إن أداء مهمة الطبع والتوزيع في آن واحد، يتطلب موارد بشرية ومادية لتنفيذ هذه العمليات التي يحرص مسؤولي المطبعة على تحقيقها بغية إيجاد مكانة في السوق الإعلامية، وتلبية احتياجات الزبائن المتعاملين معها، وفي هذا الصدد حريّ بنا أن نتطرق إلى التقسيم الإداري للمطبعة وتنظيمها الداخلي، حتى يتسنى لنا معرفة مختلف المصالح التي تسهر على ضمان السير الحسن للمطبعة.

• تنظيمها الإداري:

تتهيكّل مطبعة ALDP ضمن مصالح تعمل بطريقة منظمة، مكوّنة بذلك نظاما إعلاميا متينا يسمح بتسيير المعلومات الداخلية والخارجية، وإضفاء الحركية والفعالية على

(1) نفس المقابلة.

(2) مقابلة مع السيد حسام عباس، رئيس القسم التجاري، مقابلة سبق ذكرها.

الحركة الإنتاجية بالمطبعة، ووفقاً لهذا الطرح، نحاول إبراز مختلف المصالح التي تنظم عملية الطباعة والتوزيع فيما يلي :

❖ مصلحة البرمجة:

تعمل وفق نظام خاص بالبرامج تلبية لمتطلبات المطبعة، يعمل بها إطارات تسهر على تأطير المعلومات الواردة إلى المطبعة وإعطائها طابعا كمياً وعملياً، وتسيّر عدة نقاط، كما تمثل قاعدة لتشغيل كل نقطة، حيث تحوي على عدة عمال مكلفين بالتوزيع، يختلف عددهم من نقطة لأخرى، إلى جانب معالجة المعطيات التي تمنحها مصلحة الجرائد غير المباعة (المرتجعات).

❖ مصلحة المرتجعات :

بعد أسبوع من التسليم، يتقدّم الموزع إلى نقطة البيع ليطلب كمية الجرائد غير المباعة التي يتم إرجاعها إلى مخازن المؤسسة، وتتواصل العملية على مستوى المؤسسة بعد مراقبة الكمية غير المباعة لكل نقطة توزيع الكميات غير المباعة، التي تم حسابها وإرجاعها إلى مصلحة البرمجة، وتحول بدورها إلى الزبائن كمرتجعات لاستغلالها في نشاط آخر.

❖ مصلحة التفتيش:

تحتوي هذه المصلحة على يد عاملة فنية دورها يتمثل في:

- المراقبة الدائمة لتوزيع الجرائد.

- مراقبة الحصص عند المكتبيين.

القيام بدراسة السوق المركزة على تقنية سبر الآراء، لمعرفة نوعية الجريدة، وضعيتها في السوق، تطور الجريدة ومكوناتها، وبعد جمع المعلومات من طرف هذه المصلحة، يتم معاينتها على مستوى مصلحة البرمجة⁽¹⁾.

❖ مصلحة التسويق والنشر:

تعدّ إدارة التسويق والمبيعات همزة الوصل الرابطة بين المطبعة وعملائها، حيث تعمل على تحقيق أهداف ورغبات عملائها عبر ضمان جودة المنتج الصحفي، وإنّ أهمية هذه المصلحة تتضاعف يوماً بعد يوم في المؤسسات الصحفية مهمتها الأساسية ضمان وصول

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد صحراوي سفيان، إطار بقسم الإرسال بالمطبعة، مقابلة أجريت يوم 15 فيفري 2015، بمقر المطبعة

بالعاشور، على الساعة 11:00.

الجريدة إلى الجمهور، فبعدما يتم إصدار وصول الدفع من طرف مصلحة البرمجة لكل نقطة، ويظهر على هذه الأخيرة اسم نقطة البيع، رقمها، والكمية التي أخذتها خلال كل أسبوع، إلى جانب الكميات غير المباعة والمباعة مضروبة بسعر النسخة (هذا السعر يختلف من عنوان لآخر)، حيث المبلغ يحوّل إلى الحساب البنكي للمؤسسة، وللإشارة فإنّ المطبعة تملك 2909 نقطة بيع.

بصفة عامة تسهر هذه المصلحة على عملية توزيع وتسويق المنتج الصحفي عبر مختلف نقاط البيع، ومن خلالها يتم مراقبة مبيعات المؤسسة وتحليلها في محاولة لتنسيق خطة للمبيعات والحرص الدائم على جودة المنتجات.

❖ مصلحة تسويق الطبع:

مهمتها الأساسية تكمن في :

- ضمان نوعية طبع جيدة.
- توفير كل المواد الأولية للمطبعة (ورق، حبر،...)، أي تلبية الطلبات، فالحصول على المواد الأولية للطباعة هو نشاط يتمّ بتوفير كل ما تستلزمه المطبعة من مواد وتحديد مصادر التوريد الملائمة، والكميات التي يتمّ الحصول عليها، والتوقيت الملائم للشراء، وكذا مشكل هذه المواد من حيث الجودة والمواصفات.
- مفاوضة الزبائن من أجل عملية الطبع⁽¹⁾.

❖ مصلحة التقنيات:

تتكون هذه المصلحة من مجموعة من التقنيين والإعلاميين، الذين يوفرون حماية ومراقبة نظام آلات الطبع، فالإدارة التقنية تتولّى عملية التخزين للمواد الأولية، وتقوم من جهة أخرى بصيانة كل الأجهزة سواء تعلّق الأمر بوسائل الإنتاج أو وسائل النقل.

❖ مصلحة المخبر:

من بين مهامها نجد:

- استقبال المعلومات على شبكة الأنترنت.
- معالجة وتصحيح المعطيات.

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد خالد رواسكي، مكلف بالتوزيع بالمطبعة، مقابلة أجريت يوم 12 مارس 2015، بمقر المطبعة بالعاشور،

على الساعة 13:00.

- إخراج المعطيات على الصفائح لتكون جاهزة للطبع.
- فحص سلامة المواد الأولية.

❖ مصلحة وسائل النقل:

يعدّ نشاط النقل هاما في أيّ مطبعة، فهو يمكنها من نقل مستلزمات الإنتاج من مواد أولية ونقل المنتج الصحفي النهائي إلى المستهلك، وإن غياب هذه المصلحة يؤدي إلى تذبذب عملية الطبع والتوزيع معا. تنقسم إلى رئيس ومجموعة من السائقين، تتمثل مهامهم في :

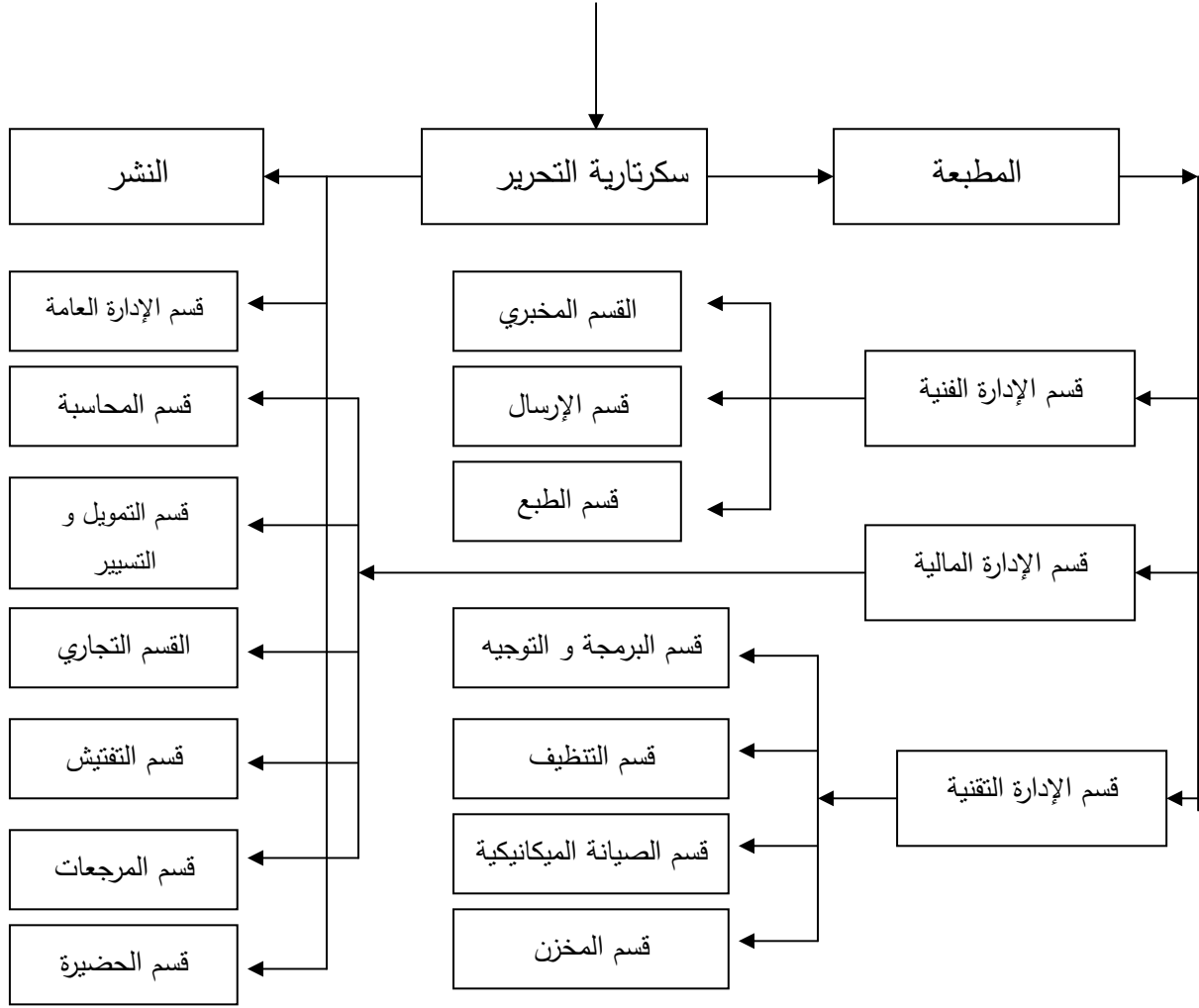
- صيانة وتصليح وسائل النقل الخاصة بالتوزيع.
- شحن خزانات السيارات ووسائل النقل.
- توفير قطع الغيار الخاصة بوسائل النقل.
- اختبار السائقين الجدد.

إلى جانب أنها تتوفر على 13 سيارة للتوزيع و 9 نقل خاص بالعمال والإدارة.⁽¹⁾

وانطلاقا من هذا التقسيم، يمكننا أن نحدّد الهيكل التنظيمي للمطبعة من خلال الشكل البياني التالي:

(1) نفس المقابلة.

شكل رقم (14): الهيكل التنظيمي للجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة (ALDP)



المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق الإدارة العامة للمطبعة.

• تنظيمها البشري:

يعتبر عنصر الموارد البشرية من العوامل الإستراتيجية في أي مطبعة صحفية، حيث تشكل قوة هامة تعمل على بعث الحيوية والنشاط، وتحقيق مردودية أكبر في الإنتاج، ومطبعة ALDP كغيرها من المؤسسات يعمل بها طاقم شاب من الإطارات الذين تم اختيارهم على أساس الكفاءة والخبرة، إلى جانب أن المطبعة تعمل ضمن إدارة مشتركة بين الخبر و El-Watan، ويبلغ العدد الإجمالي للعمال الذين يداولون الشغل في هذه الأخيرة، إلى غاية 2007 حوالي 142⁽¹⁾، وهو رقم مرشح للإرتفاع نظراً لزيادة تعاملاتها التجارية مع صحف

(1) مقابلة مع السيد محمد خلاف، إطار مساعد في القسم التجاري، مقابلة سبق ذكرها.

أخرى في ميدان الطباعة والتوزيع، تتكفل بهم مصلحة الموارد البشرية التي تقوم بتسيير عمليات التوظيف، التكوين، تحديد الأجور، العطل الزمنية والترقية.

من ناحية الوسائل المادية تتوفر المطبعة على وسائل وآلات طباعة تحمل تكنولوجيا عالية، و بالتحديد (الأوفست الحديث)^(*) بقدرة إنتاجية تقدّر بـ 500.000 نسخة في الساعة إضافة إلى كونها مجهزة بأجهزة الكمبيوتر ونظام CTP أي من الكمبيوتر إلى الصفحة، علاوة على ذلك تملك مخبرا يحتوي على جميع وسائل الإعلام والشبكات المحلية.

بعد التطرق لمختلف المصالح التي تتوفر عليها المطبعة نحاول في هذا الجدول أدناه أن نبين توزيعهم على مختلف المصالح المذكورة آنفا.

جدول رقم 08: التنظيم الإداري للجزائرية للطبع و توزيع الصحافة.

الفئات الاجتماعية المهنية				التقسيم الإداري للمطبعة	
التنفيذ	التحكم	الإطارات	الإطارات العليا	العدد	المصالح الإدارية
	1		3	3	المديرية العامة
5	10	3	1	19	الإدارة التقنية
4	1	1		6	الإدارة
	1			1	قسم المحاسبة
1	2	1		4	القسم التجاري/الطباعة
12	1	1		14	القسم التجاري/النشر
	2			2	قسم التموين و التسيير
	4	1		5	قسم التقنيش
4		1		5	قسم المراجعات
3	3	1		7	قسم البرمجة
17	3	1		21	قسم الإرسال
2				2	قسم الصيانة و التصليح
6	9			15	قسم الطبع
2	2	1		5	المخبر
19	1			20	حظيرة السيارات
75	40	11	4	129	المجموع

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق الإدارة العامة للمطبعة.

^(*) تعتمد المطبعة على الأوفست الحديث الذي يعتبر اقتصادياً، سواء من حيث إنتاج السطح الطباعي، استهلاك الورق أو السرعة المحققة وجودة استعمال الأدوات وفصلها بنظام خاص يسمّى بنظام فرز الألوان.

3. التسيير المالي في مطبعة ALDP:

تأسست مطبعة ALDP كشركة ذات مسؤولية محدودة SARL^(*) عام 1995، وبعدها أصبحت شركة ذات أسهم SPA^(**)، حيث ساهمت فيها كلا الجريدتين، الخبر بنسبة 50%، و El-Watan بنسبة 50%، وتعمل في ظل ثلاثة تراخيص مهنية وهي الترخيص الصناعي والترخيص الإعلامي والسجل التجاري، وقد مكّنها ذلك من أن تكون ذات خبرة متقدمة لطباعة الصحف والكتب، وتتمثل إيرادات المطبعة في إعانات الجريدتين من الطباعة إلى التوزيع، أما نفقاتها فتكمن في نفقات النشاط والتجهيز، ونفقات التمويل بالمواد الأولية، من حبر، ورق وصفائح.

• التمويل بالمواد الأولية :

تتعامل المطبعة في عملية التمويل بالمواد الأولية مع منتجين أجانب، وبالأخص مع متعاملين أوروبيين، من أوروبا الشمالية (إسبانيا، هولندا، بلجيكا، ألمانيا)، إلى جانب روسيا، ففي عملية استيراد الورق يتم التعامل مع هولندا وروسيا، أما الحبر فيتم استيراده من بلجيكا، وفيما يخص آلات الطباعة والصفائح فتتعامل مع ألمانيا.

• عملية شراء المواد الأولية:

إن المطبعة هي المتصرف الوحيد في عملية شراء المواد الأولية لطباعة، ولا دخل للجريدتين في ذلك، باستثناء إعلام المطبعة بكميات السحب، فالعلاقة بين المطبعة وبين الصحيفتين تجارية محضة، وهناك مصلحة خاصة تتكفل بالعملية من خلال تحديد كميات معينة من الورق والحبر، وتجدر الإشارة إلى أن عملية الشراء تتم بدون دراسة أولية لكميات سحب الجرائد التي تطبع فيها⁽¹⁾.

(*) الشركات المساهمة ذات المسؤولية المحدودة SARL تعرّفها المادة 716 من القانون التجاري الجزائري الصادر في 22 جانفي 1988 على أنها شركة تقام بين عدد من الشركاء لا يتجاوز عددهم 20 ولا يقل عن اثنين، ويكون رأس مالها لا يقل عن 100 ألف دينار عند التأسيس، ويتم تسييرها من قبل جمعية المساهمين ومدير يعين من قبلها، يتولى إدارة شؤونها الإدارية والمالية، ويمكن أن تحل إذا تجاوز عدد الشركاء أكثر من 20 في مدة تدوم أكثر من سنة أو خسارة 75% من رأس مالها.

(**) شركة ذات أسهم SPA هي شركة تجارية، تتضمن إما شركاء غير محدودة مسؤوليتهم، يسمون ضامنين أو موصين ومعهم شركاء محدودة مسؤولياتهم أو شركاء من النوع الثاني فقط، تمثل حصتهم في الشركة أوراقا تسمى أسهما معينة قيمتها متشابهة على وجه العموم.

(1) مقابلة مع السيد محمد خلاف، مقابلة سبق ذكرها.

◀ الورق (Papier):

إن المطبعة تتعامل بالتحديد مع شركة (Europcell) وهي شركة خاصة متخصصة بتوزيع مادة الورق على المستوى العالمي، وفي الجزائر مثلا تتعامل مع شركة "ALPAP" الخاصة بالورق، حيث تقوم بتوزيعه على مختلف المطابع الصحفية، ومطبعة "ALDP" تملك مخزنا صغيرا، ما جعل المالكين يستوردون كميات محددة تتجاوب وتتناسب مع الإحتياجات الأساسية للمطبعة، أي طلبات سنوية تتراوح ما بين 5000 إلى 10.000 طن من الورق سنويا، و 800 لفة ورق شهريا، وأما كمية الورق المستهلك هي 900 طن شهريا. من جهة أخرى فإن المطبعة تعاني من ارتفاع أسعار الورق في السوق العالمية، فتكلفة الورق بالدولار تتراوح ما بين 700 و 800 دولار للطن الواحد.

◀ الحبر (Encre):

إن الممّون الرئيسي لمادة الحبر هو منتج بلجيكي متخصص، وله شهرة عالمية في هذا المجال، وتقدر الكمية المستوردة من هذه المادة بالبرميل الواحد.

جدول رقم 09: كميات الحبر التي تستهلكها المطبعة في اليوم⁽¹⁾.

نوع الحبر	الكمية المستهلكة في اليوم
الأسود	250 كيلو في اليوم
الأحمر	66 كيلو في اليوم
الأصفر	66 كيلو في اليوم
السيان	33 كيلو في اليوم

◀ الصفائح (Plaques):

يتم شراء طلبيتين (Commande) سنويا، 10.000 كل 6 أشهر، و 20.000 كل سنة، وللاشارة فإن مطبعة "ALDP" تستعمل 150 صفيحة في اليوم، وبالنسبة لنوعية الصفائح

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد حسام عباس، مقابلة سبق ذكرها.

فإنّها تستخدم صفائح من نوع "AGFA" الصفائح الحرارية (Thermique) بعدما كانت في السابق تعتمد على الصفائح الفضيّة (Argentique الكلاسيكية)⁽¹⁾.

• الطباعة التجارية في مطبعة "ALDP":

إن النشاط الرئيسي لهذه المطبعة هو الطبع، والتطور التقني الذي تشهده هذه الأخيرة يرجع إلى سياسة التنويع التقني والتجاري والاستثمار في الكتاب المدرسي، فبالموازاة مع طبع الجرائد، فقد تمّت الإستعانة بهذه المؤسسة للمساهمة في خدمة المجتمع من خلال طباعة الكتب المدرسية بجودة عالية وفي الأوقات المناسبة لتكون الكتب بيد التلاميذ قبل بدء الدراسة، وهو إنجاز هام لإنجاح إصلاح المنظومة التربوية الذي بادر به رئيس الجمهورية طبقاً لبرنامج التنمية 2004 – 2009، إلى جانب تخفيف الضغط على وزارة التربية في إطار تعاون مشترك، إلى جانب منشورات "الخبر و El-Watan" من الكتب منها: "محاكمة الخليفة 2007" للصحفي عبد العالي رزاق، "جريمة القذف" لمنشورات الخبر "Encre rouge, le défi des journalistes" لكاثبه أحمد عنصر... الخ، إضافة إلى طبع مختلف ملاحق الجريدتين، منها الخبر الأسبوعي، الخبر تسليّة، الخبر حوادث، الخبر تلفزيون، El-Watan économie، El-Watan Immobilier، El-Watan Télévision.

في هذا الصدد، الجريدة لا تستعمل المطبعة من باب الإعانات، فالطباعة التجارية لا تمثل مورداً أساسياً لهذه الأخيرة، بقدر ما هي نشاط ثانوي يروّج لها وللصحيفتين، على عكس جريدة "Le Monde"⁽²⁾ الفرنسية و"الأهرام المصرية"⁽³⁾.

في نفس السياق، تسهر المطبعة على ضمان طبع العديد من الصحف الوطنية، سواء كانت يومية، أسبوعية، فصلية أو مناسباتية، إلى جانب توزيعها، والجداول المبيّنة أدناه توضح مختلف العناوين التي تطبع وتوزع من طرف "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة".

(1) مقابلة مع السيد محمد خلاف، مقابلة سبق ذكرها.

(2) تعتمد جريدة Le Monde الفرنسية، وهي صحيفة رائدة بفرنسا على الطباعة التجارية بالدرجة الأولى كمورد مالي في إنعاش مداخيلها، لذلك أنشأت مطابع خاصة بالطباعة التجارية، وجريدة الأهرام المصرية هي أيضاً تعمل بنفس الطريقة، حيث خصصت استثمارات ضخمة لإنشاء مطابع تجارية لأجل هذا الغرض، أي زيادة المداخيل.

(3) مقابلة مع السيد أرزقي شريف، مدير جريدة الخبر الأسبوعي، مقابلة أجريت في 24 جوان 2015، بمقر الجريدة دار الصحافة طاهر جاووت، على الساعة 14:00.

من خلال الجداول نسجل التوسع الكبير الذي عرفته المطبعة، حيث استقطبت العديد من الصحف الوطنية بشتى أنواعها ،وهذا إن دلّ على شيء إنما يدلّ على أهمية الخدمات التي تقدمها وجودتها، ما يؤهلها لمنافسة المطابع العمومية وجلب زبائن جدد إليها.

جدول رقم 10: العناوين التي تطبعها" الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة".

العناوين	يومية	أسبوعية	نصف شهرية	شهرية	نصف فصلية	فصلية	مناسباتية
<i>Kourty info</i>							*
صفقات الجزائر							*
السفير	*						
<i>As journal</i>							*
<i>Entre nous</i>			*				
<i>Ennafaa</i>							*
<i>Revue de mode fereil</i>							*
<i>Chihab edition</i>							*
<i>Com event</i>							*
<i>Algérie 1ère</i>							*
الممتاز فورما							*
<i>Transaction Algérie</i>							*
<i>Essafir mobile</i>		*					
الواحة				*			
المحور		*					
الققص		*					
<i>Alg repub</i>		*					
الشباك		*					

طباعة

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق الإدارة العامة للمطبعة.

جدول رقم 11: العناوين التي تنشرها "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة".

	العناوين	يومية	أسبوعية	نصف شهرية	شهرية	نصف فصلية	فصلية	مناسباتية
نشر	الموثق							*
	Stratigica			*				
	Macro soft					*		
	El djazair foot				*			
	Centrales annonces		*					

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق الإدارة العامة للمطبعة.

جدول رقم 12: العناوين التي تطبعها وتنشرها "الجزائرية للطبع وتوزيع الصحافة".

	العناوين	يومية	أسبوعية	نصف شهرية	شهرية	نصف فصلية	فصلية	مناسباتية
طباعة + نشر	الخبر	*						
	El-watan	*						
	الخبر الأسبوعي		*					
	الخبر حوادث			*				
	الخبر تسليية		*					
	Maracana		*					
	المحقق		*					
	أسرار		*					
	Love mag			*				
	البيان		*					
	L'époque		*					
	الشاشة		*					
	It-mag		*					

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق الإدارة العامة للمطبعة.

أكثر من ذلك، فإن المطبعة تسعى لاستقطاب زبائن من الخارج، فعلى سبيل المثال نذكر مشروع طبع كلا من جريدتي "Le monde diplomatique" الفرنسية، وجريدة "الأهرام المصرية"، غير أن المشروع فشل في بدايته الأولى.⁽¹⁾

4. تكنولوجيا الطباعة وانعكاساتها على المطبعة:

• التكنولوجيا المستعملة في المطبعة:

تعتمد المطبعة على تكنولوجيا متطورة في مجال طباعة الصحف، من خلال الإقتناءات الجديدة التي استوردتها من دول رائدة في هذا المجال، كألمانيا من خلال شركتي (KBA و Man Roland).

واضح جدًا أن المطبعة تهدف من خلال هذه التكنولوجيا إلى مضاعفة إنتاجها كمًا ونوعًا وبأقل تكلفة ممكنة، ولذلك حرص المسؤولين على التعامل مع الشركات العالمية المختصة في طباعة الصحف.

إن المطبعة لها خاصية الطبع والطي في آن واحد، وتستخدم أسلوب الأوفست الحديث الذي يحتوي على أسطوانات ضخمة الحجم (Rotatives)، مهمتها طبع صفحة مزدوجة بسرعة كبيرة وبوضوح⁽²⁾، وتعمل بنظام (Computer to plate (CTP، من الكمبيوتر إلى الصحيفة، الذي يقوم بتثبيت الصفائح المعدنية، على جانب آلة تجفيف الحبر، كما يتم ضبط الألوان باستخدام أجهزة الكمبيوتر من خلال نظام فصل الألوان، إضافة إلى نظام القصّ، ونشير إلى أن المطبعة سابقا كانت تستخدم نظام CTF (Computer to film)، من الكمبيوتر إلى الفيلم، ويعني ذلك من الحاسوب عن طريق آلة التصوير الضوئي إلى الفيلم، وفيه الكتابة والرسومات تظهر على الفيلم، ثم توضع على الصحيفة، وبعدها يتم تجفيفها بواسطة آلة التجفيف⁽³⁾.

(1) نفس المقالة.

(2) مقابلة مع السيد محمد معتوق، مكلف بالطبع بالمطبعة، مقابلة أجريت يوم 19 2015، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة 10:00.

(3) مقابلة مع السيد حسام عباس، مقابلة سيق ذكرها.

• عمال المطبعة :

يعمل بقسم الطبع إطارات متخصصة، تحمل شهادات جامعية عليا، لها خبرة وكفاءة في الميدان، تلقوا تكوينا خاصا على مستوى شركة "KBA" الألمانية للتدريب على تركيب الآلات وصيانتها، وكيفية تشغيلها، ودام التربص شهراً كاملاً.

أما على مستوى شركة "Man Roland" فكان التكوين على النحو التالي :

- رئيس الطابعين (Chef imprimeur) وعددهم 2، تلقيا تربصاً لمدة 10 أيام.

- مهندس مختص في تسيير المخزن وقطع الغيار :

(Ingénieur méthode → gestion des stocks/pièces de rechange)

وعدهم واحد تكوّن لمدة 10 أيام.

- المدير التقني (Directeur technique) تلقى تربصاً لمدة شهر واحد فقط، وكان من المقرر أن تكون مدته شهرين.

- مهندس الكهرباء (Ingénieur électricien): هناك مهندس واحد تربص لمدة شهر واحد بدل من شهرين⁽¹⁾.

على ضوء هذا، يمكن القول أن مدة التكوين غير كافية للتدريب على آلات ضخمة بحجم آلات الأوفست، التي تتطلب تمرّناً متواصلًا ومستمرًا على كيفية تشغيلها، تركيبها، وصيانتها، وهو ما يضطر المطبعة إلى الاستعانة بفريق ألماني ضمانة للسير الحسن للآلات، وحدث وأن تعرضت المطبعة لخلل تقني بعد اقتناء المطبعة الجديدة، مما استدعى حضور خبراء ألمان من شركة "Man Roland"، وكان ذلك في 14 مارس 2007، وتمكنوا من إصلاح الخلل التقني الذي عجز فريق العمل الجزائري على تشخيصه، ولقد بقي الخبراء الألمان مدة شهر كامل للوقوف على العملية الإنتاجية للمطبعة.⁽²⁾

❖ التعريف بجريدة "El-Watan":

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد محمد خلاف، مقابلة سبق ذكرها.

⁽²⁾ مراد، روان، مدير التحرير لجريدة El-watan، مقابلة أجريت يوم 23 جوان 2025، بمقر الجريدة على الساعة 10:30.

هي يومية خاصة ناطقة باللغة الفرنسية، تم إصدارها في 8 أكتوبر 1990 بمساهمة 20 صحافيا كانوا يشتغلون في القطاع العمومي، مقرها الاجتماعي بدار الصحافة طاهر جاووت، لقد بدأت العمل كشركة ذات مسؤولية محدودة، وتتحول فيما بعد إلى شركة ذات أسهم، وكان ذلك في فيفري 1997. يتمثل قراؤها في الطبقة الفرنسية، الجامعيون، مسؤولي المؤسسات، إدارات الإدارة والطبقة السياسية.

تشغل جريدة "El-Watan" 260 عاملا منهم المسيرين، الصحفيين، الأعوان التقنيين والممومنين، ويمكن الإشارة إلى أن 80 % من اليد العاملة متحصلة على شهادات جامعية و 20 % تمثل أعوان محترفين، وتمثل نسبة المرتجعات فيها نسبة 12 % من حجم السحب، إلى جانب أنها تعتمد على مواردها المالية على الإشهار بدرجة كبيرة، حيث استطاعت بفضل أدائها المهني أن تجلب عددا كبيرا من المعلنين. فيما يخص موقعها على الأنترنت، فهي تمثل المرتبة الخامسة عالميا في صف الصحافة الفرنسية الفرانكفونية، حيث يزور موقعها حوالي 150.000 زائر، وهناك حوالي 5000 نسخة هي موجهة للخارج يوميا، فجريدة El-Watan يتم نقلها إلى كل من فرنسا وكندا وبلجيكا.

كما تنشر 3 ملاحق أسبوعية مجانية هي:

1. الملحق الاقتصادي بـ 140.000 نسخة.

2. الملحق العقاري بـ 140.000 نسخة.

3. ملحق التلفزة بـ 140.000 نسخة.⁽¹⁾

يتم سحبها على مستوى ثلاث فروع هي:

1. "Sarl ALDA" :

هي شركة مكلفة بالطباعة والتوزيع، مع الاشتراك مع جريدة الخبر، ولقد تدعّمت بمطبعة دوّارة عام 2002، وكما أنها تطمح للتزود مع مطلع سنة 2006 بمطبعتين في كل

(1) مقابلة مع السيد أحمد عنصر، مقابلة سبق ذكرها.

من (الجزائر وقسنطينة) اللتان ستسمحان برفع سحب الجريدة إلى 300.000 السحب اليومي لجريدة El-Watan، وهو ما يسمح برفع عدد الصفحات إلى 50 صفحة بدلا من 32 الحالية.

2. "Sarl ENIMPOR":

هي شركة للطباعة مع الاشتراك بجريدة "الخبر"، وهذه المؤسسة بصدد شراء مطبعة لمدينة وهران عام 2006.

3. "Sarl SIMPREC": شركة طباعة بالإشتراك مع جريدة "الخبر"⁽¹⁾.

شهدت جريدة "El-Watan" خلال سنة 2004 22.244.118 نسخة، وارتفعت هذه النسبة لتصل 28.753.724 نسخة سنة 2005⁽²⁾.

⁽¹⁾ إدارة جريدة "El-Watan".

⁽²⁾ إدارة مطبعة ALDP.

عرض و تحليل بيانات الدراسة

تمهيد:

نتناول في هذا المحور عرض و تحليل البيانات المتعلقة بإخراج الصفحة الأولى في جريدة El-watan،و ذلك وفقا لعينة الدراسة التي اختيرت بطريقة الأسبوع الصناعي من 2 جانفي 2010 إلى غاية 28 ديسمبر 2010.

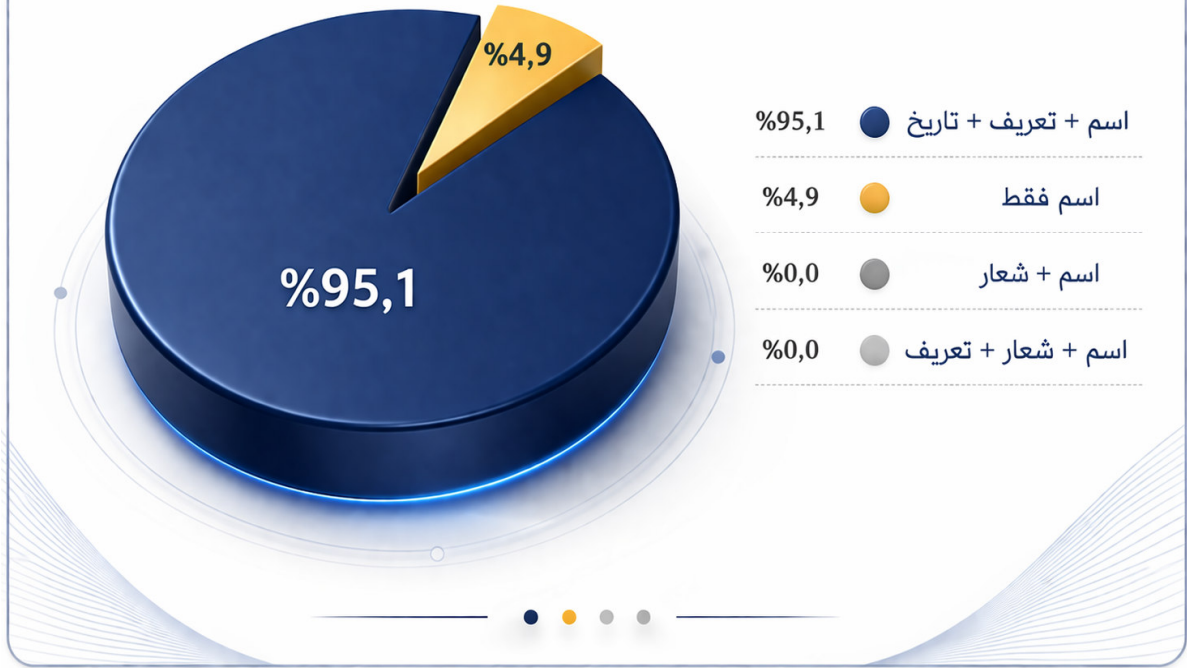
و سيتم عرض البيانات وفق فئات التحليل المذكورة في الجانب المنهجي،و ذلك قصد معرفة دور تكنولوجيا الطباعة في تطوير الإخراج الصحفي للجريدة و تحديدا الصفحة الأولى لها،وصولاً إلى النتائج العامة للدراسة و التوصيات.

1- دراسة الترويسة لجريدة El Watan:

جدول رقم (13): التركيب الشكلي لللافتة

التركيب الشكلي لللافتة	التكرار	النسبة (%)
اسم فقط	2	4,9%
اسم + شعار	00	00%
اسم + شعار + تعريف	00	00%
اسم + تعريف + تاريخ	39	95,1%
المجموع	41	100,0%

شكل رقم (15): توزيع التركيب الشكلي للالفة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (13) التركيب الشكلي للالفة، حيث يتصدر النمط المركب "اسم + تعريف + تاريخ" الاستخدام بنسبة مرتفعة بلغت 95.1% (39 حالة من أصل 41)، في حين يرد نمط "اسم فقط" بنسبة محدودة لا تتجاوز 4.9% (حالتان)، بينما يغيب تمامًا استخدام النمطين "اسم + شعار" و"اسم + شعار + تعريف"، وهو ما يعكس تركيزًا واضحًا على شكل تركيب محدد دون غيره.

التعليق:

تكشف هذه المعطيات عن توجه إخراجي قائم على تكثيف الحمولة المعلوماتية داخل الالفة، من خلال الجمع بين الاسم والتعريف والتاريخ، بما يتيح تقديم عنصر تواصل مكمّل يمنح القارئ معطيات سياقية وزمنية في آن واحد، كما أن غياب الشعار ضمن جميع التركيبات يشير إلى تراجع البعد الرمزي أو الهوياتي لصالح الوظيفة الإخبارية والتفسيرية، في حين أن محدودية استخدام "اسم فقط" تؤكد أن الاكتفاء بالحد الأدنى من المعلومات لم يعد خيارًا معتمدًا في تصميم الالفتات.

الاستنتاج:

نستنتج أن التركيب الشكلي لل لافتات يقوم أساساً على نموذج معلوماتي مركب، يهدف إلى تعزيز الوضوح والتأطير الزمني للموضوع، وهو ما يعكس توجهاً نحو الإخبار والتفسير أكثر من التركيز على الاختزال أو البعد الرمزي.

جدول رقم (14): موقع اللافتة من الصحيفة

النسبة (%)	التكرار	موقع اللافتة من الصحيفة
00%	00	على اليمين
100,0%	41	على اليسار
00%	00	في وسط الصفحة
100,0%	41	المجموع



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (14) موقع اللافتة من الصحيفة، حيث تتوزع جميع الحالات المدروسة في الجهة اليسرى من الصفحة بنسبة 100% (41 حالة)، في حين يغيب كلياً توزيع اللافتة

في الجهة اليمنى أو في وسط الصفحة، وهو ما يعكس تمركزًا مطلقًا لموقع اللافتة ضمن حيز مكاني واحد.

التعليق:

تعكس هذه النتائج اعتمادًا صارمًا على نمط إخراجي ثابت يحدد موقع اللافتة بشكل موحد داخل الصفحة، الأمر الذي يسهم في تحقيق الاتساق البصري وتسهيل عملية التصفح لدى القارئ، إذ يصبح موقع اللافتة متوقعًا ولا يحتاج إلى جهد في البحث عنه، كما قد يرتبط هذا الاختيار باعتبارات تنظيمية أو تحريرية، وربما بطبيعة بناء الصفحة وتوزيع عناصرها، بما يضمن توازنًا بصريًا واستقرارًا في الإخراج العام.

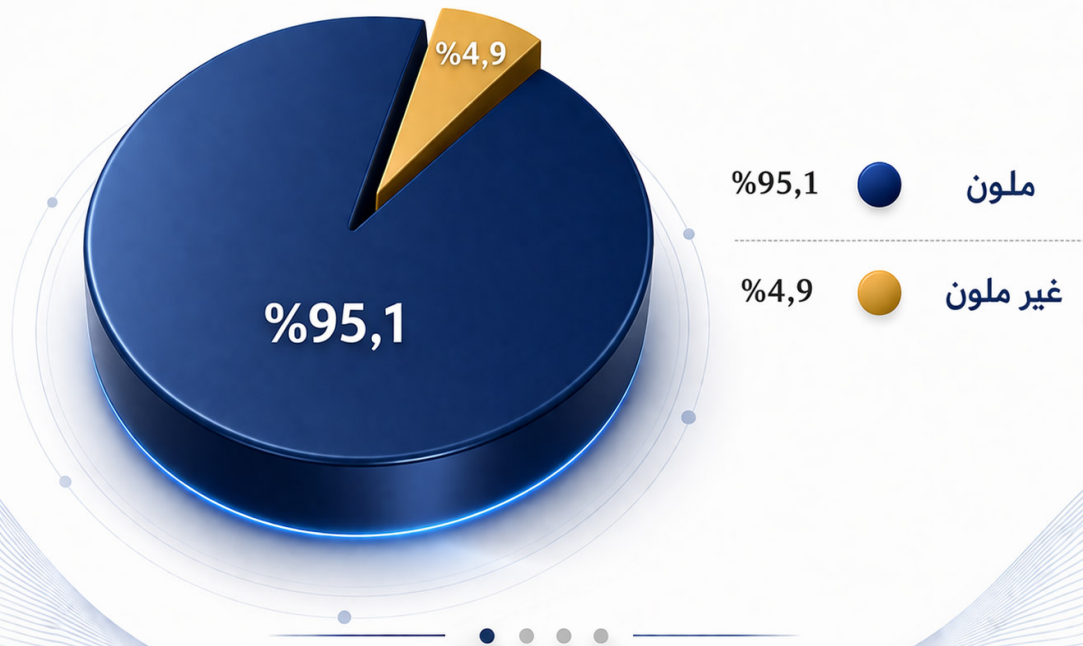
الاستنتاج:

نستنتج أن موقع اللافتة يخضع لقاعدة إخراجية ثابتة تقوم على تموضعها في الجهة اليسرى حصريًا، وهو ما يعكس توجهًا نحو توحيد البنية الشكلية للصفحة وتعزيز الانسجام والتنظيم في العرض البصري.

جدول رقم (15): الألوان المستخدمة على اللافتة

النسبة (%)	التكرار	استخدام الألوان على اللافتة
95,1%	39	ملون
4,9%	2	غير ملون
100,0%	41	المجموع

شكل رقم (17): توزيع الألوان المستخدمة على اللافتة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (15) طبيعة الألوان المستخدمة على اللافتة، حيث تتصدر اللافتات الملونة الاستخدام بنسبة مرتفعة بلغت 95.1% (39 حالة من أصل 41)، في مقابل حضور محدود جدًا للافتات غير الملونة بنسبة 4.9% (حالتان فقط)، وهو ما يعكس تفوقًا واضحًا للنمط اللوني داخل العينة المدروسة.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهًا إخراجيًا يعتمد على توظيف اللون كعنصر أساسي في بناء اللافتة، لما له من دور في جذب انتباه القارئ وتعزيز وضوح العناصر البصرية وإبرازها داخل الصفحة، كما يسهم اللون في خلق تمايز بين المحتويات وتسهيل عملية التلقي، في المقابل فإن ضعف استخدام اللافتات غير الملونة يشير إلى تراجع الاعتماد على الأسلوب الأحادي أو البسيط في التصميم، لصالح أساليب أكثر حيوية وفعالية من الناحية البصرية.

الاستنتاج:

نستنتج أن اللون يشكل مكوناً جوهرياً في تصميم اللافتات، حيث يتم الاعتماد عليه بشكل شبه كلي لما يوفره من قيمة جمالية ووظيفية تسهم في تحسين الإخراج البصري وتعزيز فاعلية الاتصال مع القارئ.

جدول رقم (16): الخط المستخدم على اللافتة

النسبة (%)	التكرار	نوع الخط المستخدم في اللافتة
2,4%	1	Times New Romain
97,6%	40	ITC Franklin
100,0%	41	المجموع

شكل رقم (18): توزيع الخط المستخدمة على اللافتة



تم استخدامه مرة واحدة في عدد خاص بنهاية الأسبوع

وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (16) نوع الخط المستخدم في اللافتة، حيث يتصدر خط ITC Franklin الاستخدام بشكل شبه كلي، مسجلاً نسبة 97.6% بما يعادل 40 حالة من مجموع الحالات

المدرسة، في حين يرد خط Times New Roman بشكل هامشي بنسبة 2,4% (حالة واحدة فقط)، وهو ما يعكس تفاوتاً واضحاً في توزيع استخدام الخطوط داخل العينة.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهاً إخراجياً قائماً على توحيد النمط الطباعي داخل اللافتات، من خلال الاعتماد المكثف على خط ITC Franklin ، الأمر الذي يسهم في تحقيق الاتساق البصري وتعزيز قابلية التعرف على الهوية الشكلية للصحيفة، كما أن هذا الاختيار قد يرتبط بخصائص هذا الخط من حيث الوضوح وسهولة القراءة وجاذبيته في العناوين، في المقابل فإن الحضور المحدود جداً لخط Times New Roman يكشف عن غياب التنوع الطباعي، ويؤكد هيمنة خيار تصميمي واحد على حساب البدائل الأخرى.

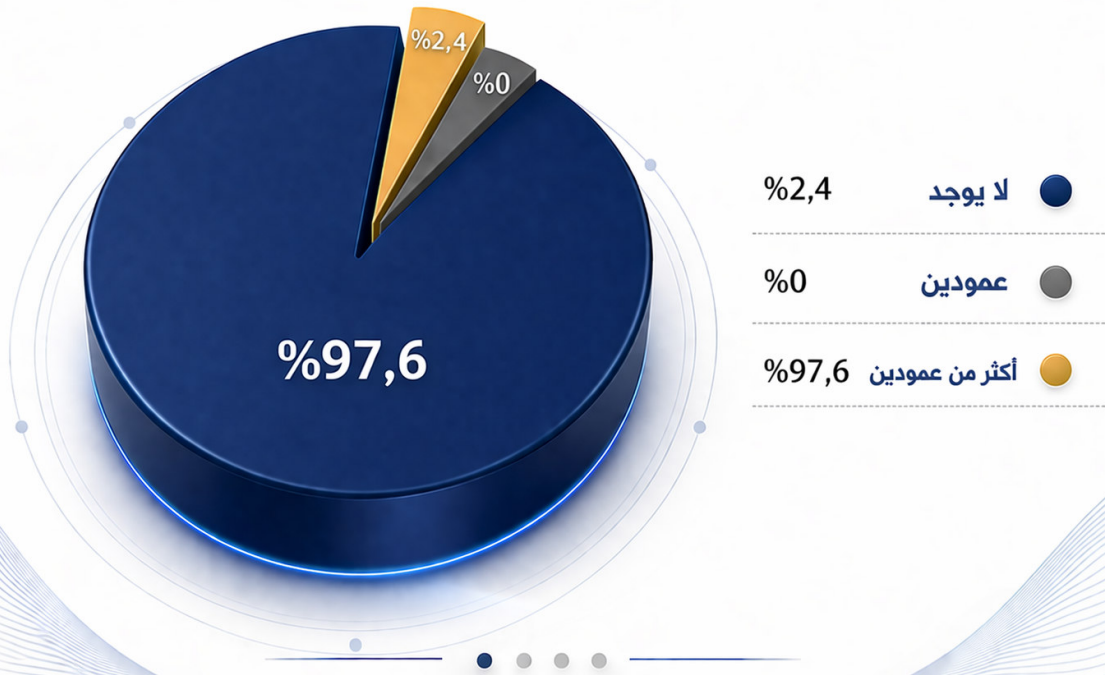
الاستنتاج:

نستنتج أن الصحيفة تتبنى سياسة طباعية موحدة في تصميم اللافتات، تركز على استخدام خط واحد بشكل شبه حصري، بما يعزز الانسجام البصري ويكرس هوية إخراجية ثابتة، على حساب التنوع في الأساليب الطباعية.

جدول رقم (17): اتساع اللافتة في الصحيفة

النسبة (%)	التكرار	اتساع اللافتة في الصحيفة
2,4%	1	لا يوجد
0%	0	عمودين
97,6%	40	أكثر من عمودين
100,0%	41	المجموع

شكل رقم (19): توزيع اتساع اللافتة في الصحيفة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (18) اتساع اللافتة في الصحيفة، حيث يتبين أن الغالبية الساحقة من اللافتات تمتد على أكثر من عمودين بنسبة 97,6% (40 حالة من أصل 41)، في حين سُجلت حالة واحدة فقط دون امتداد تُذكر بنسبة 2,4%، كما لم يُسجل أي استخدام للافتات الممتدة على عمودين.

التعليق:

تعكس هذه المعطيات توجهاً إخراجياً يقوم على توسيع الحيز الأفقي للافتة داخل الصفحة، بما يمنحها حضوراً بصرياً قوياً ويعزز قدرتها على لفت انتباه القارئ، إذ يتيح الامتداد على أكثر من عمود إبراز اللافتة كعنصر مهيم ضمن البناء العام للصفحة، كما يسهم ذلك في تحسين قابلية القراءة وتنظيم المحتوى المصاحب لها، في المقابل فإن غياب نمط العمودين يشير إلى عدم اعتماد الحلول المتوسطة، والاتجاه نحو إما التوسيع الواضح أو التهميش شبه الكامل.

الاستنتاج:

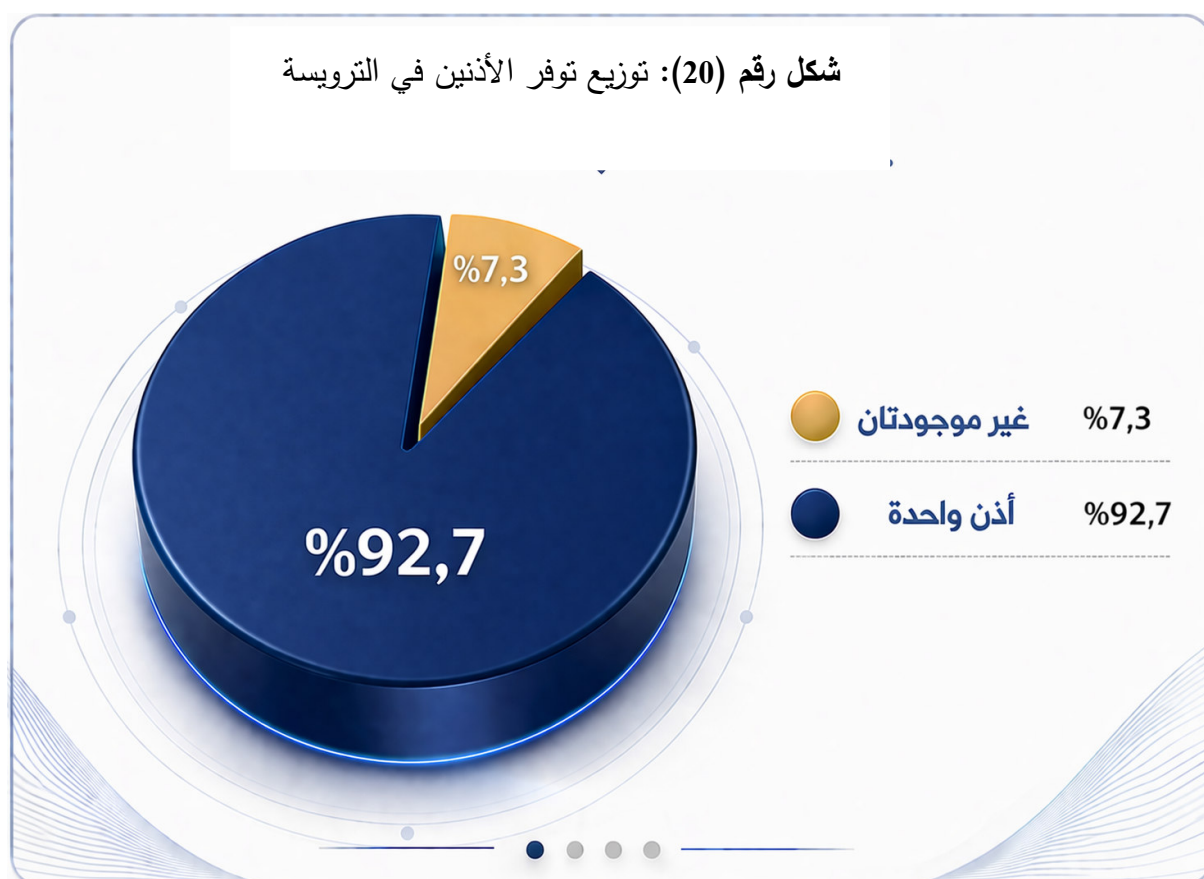
نستنتج أن تصميم اللافتات يميل إلى التوسيع الأفقي الواضح من خلال الامتداد على أكثر من عمودين، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز الحضور البصري للافتة وجعلها عنصراً بارزاً ومؤثراً في إخراج الصفحة.

2- دراسة تحليلية لأذني الترويسة:

جدول رقم (18): توفر الأذنين في الترويسة

توفر الأذنين في الترويسة	التكرار	النسبة (%)
غير موجودتان	3	7,3%
أذن واحدة	38	92,7%
المجموع	41	100,0%

شكل رقم (20): توزيع توفر الأذنين في الترويسة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (18) مدى توفر الأذنين في الترويسة، حيث يتبين أن وجود أذن واحدة هو النمط السائد بنسبة 92,7% (38 حالة من أصل 41)، في حين سجل غياب الأذنين

نسبة 7,3% (3 حالات)، دون تسجيل أي حالة لوجود أذنين معاً، وهو ما يعكس تركيزاً واضحاً على شكل محدد دون تنوع يُذكر.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهاً إخراجياً يعتمد على الاكتفاء بأذن واحدة داخل الترويسة، وهو ما قد يرتبط برغبة في تحقيق التوازن البصري وتجنب الاكتظاظ في أعلى الصفحة، كما يسمح هذا الاختيار بتخصيص مساحة محددة لعنصر بصري أو إخباري دون التأثير على وضوح الترويسة، في المقابل فإن الغياب المحدود للأذنين يشير إلى أن هذا العنصر يعد شبه أساسي في البناء الإخراجي، بينما يعكس عدم استخدام أذنين معاً توجهاً نحو البساطة والتنظيم بدل التعدد.

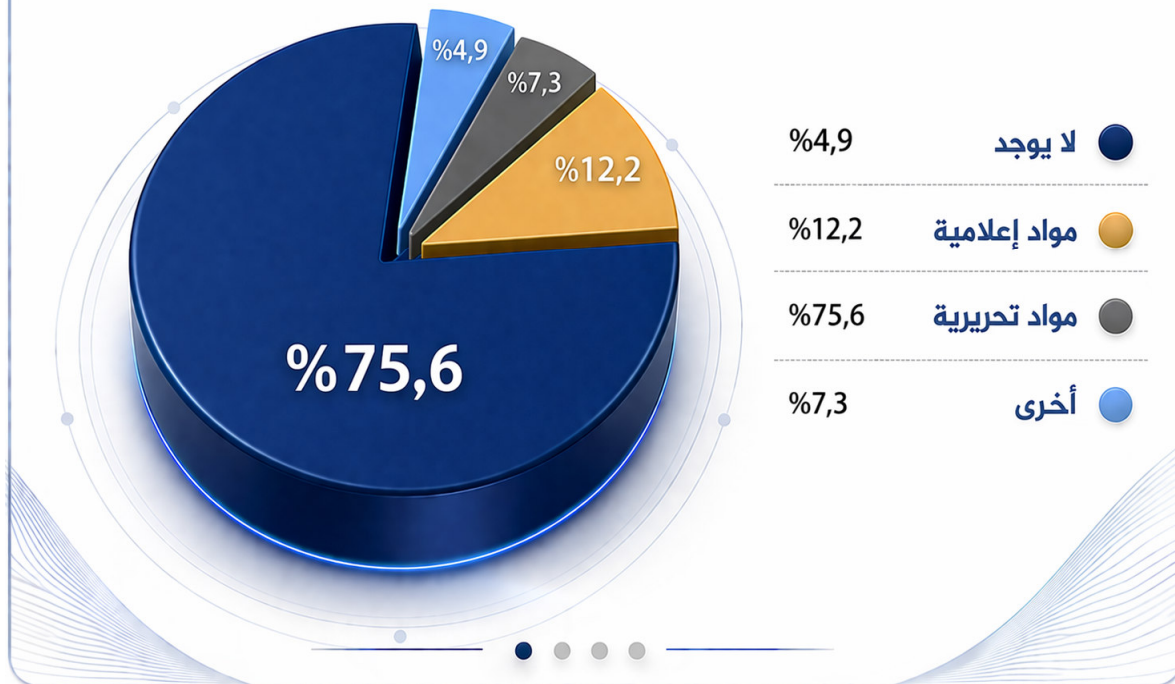
الاستنتاج:

نستنتج أن الترويسة تعتمد في بنائها على وجود أذن واحدة كخيار إخراجي مفضل، لما يوفره من توازن بصري وتنظيم في عرض العناصر، وهو ما يعكس توجهاً نحو البساطة المدروسة في تصميم الصفحة الأولى.

جدول رقم (19): مضمون الأذنين

النسبة (%)	التكرار	مضمون الأذنين
4,9%	2	لا يوجد
12,2%	5	مواد إعلامية
75,6%	31	مواد تحريرية
7,3%	3	أخرى
100,0%	41	المجموع

شكل رقم (21): توزيع مضمون الأذنين



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (19) مضمون الأذنين، حيث تتصدر المواد التحريرية الاستخدام بنسبة 75,6% (31 حالة من أصل 41)، تليها المواد الإعلامية بنسبة 12,2% (5 حالات)، ثم فئة "أخرى" بنسبة 7,3% (3 حالات)، في حين سُجل غياب المضمون في الأذنين بنسبة 4,9% (حالتان)، وهو ما يعكس تبايناً في طبيعة المحتوى مع هيمنة واضحة لفئة محددة.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهاً نحو توظيف الأذنين كمساحة مخصصة أساساً للمحتوى التحريري، بما يعزز الوظيفة الإخبارية والتفسيرية للصحيفة، ويمنح القارئ مؤشرات سريعة حول أبرز المضامين، كما أن الحضور المحدود للمواد الإعلامية يشير إلى توظيف ثانوي لهذا النوع من المحتوى، في حين تعكس فئة "أخرى" نوعاً من التنوع المحدود، أما غياب المضمون في بعض الحالات فيرتبط غالباً باعتبارات إخراجية أو ظرفية لا تعكس توجهاً عاماً.

الاستنتاج:

نستنتج أن الأذنين تُستخدمان أساساً كامتداد للمحتوى التحريري داخل الصفحة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز البعد الإخباري وتكثيف المضامين في مختلف أجزاء الترويسة، مع حضور ثانوي لأنماط أخرى من المحتوى.

جدول رقم (20): موقع الأذنين في اللافتة

النسبة (%)	التكرار	موقع الأذن في اللافتة
4,88%	2	لا يوجد
00%	0	على اليسار
95,12%	39	على اليمين
100,0%	41	المجموع

شكل رقم (22): موقع الأذنين في اللافتة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (20) موقع الأذنين في اللافتة، حيث يتبين أن الغالبية الساحقة من الأذنين تتموضع على الجهة اليمنى بنسبة 95,12% (39 حالة من أصل 41)، في حين سُجل غياب الأذنين بنسبة 4,88% (حالتان)، كما لم يُسجل أي وجود للأذنين على الجهة اليسرى، وهو ما يعكس تركزاً واضحاً لهذا العنصر في موقع محدد دون غيره.

التعليق:

تعكس هذه النتائج اعتماداً إخراجياً ثابتاً يقوم على توظيف الأذن في الجهة اليمنى من اللافتة، وهو ما قد يرتبط باعتبارات تنظيمية وبصرية تهدف إلى تحقيق توازن داخل الصفحة، خاصة في ظل توزيع باقي العناصر، كما يسهم هذا التوزيع في جعل الأذن عنصراً مكماً يسهل على القارئ إدراكه دون إرباك، في المقابل فإن الغياب التام للجهة اليسرى يشير إلى استبعاد هذا الخيار ضمن السياسة الإخراجية المعتمدة، مما يعزز فكرة التوحيد في تصميم الصفحة.

الاستنتاج:

نستنتج أن موقع الأذن يخضع لنمط إخراجي موحد يتمثل في تموضعها على الجهة اليمنى من اللافتة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تحقيق الاتساق البصري وتنظيم توزيع العناصر داخل الصفحة بشكل مدروس.

3- دراسة العنق:

جدول رقم (21): دراسة العنق من حيث وجوده

دراسة العنق من حيث وجوده	التكرار	النسبة (%)
موجود	41	100%
غير موجود	0	00%
المجموع	41	100,0

شكل رقم (23): دراسة العنق من حيث وجوده



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (21) مدى وجود عنصر العنق في الصفحة، حيث يظهر حضوره في جميع الحالات المدروسة بنسبة 100% (41 حالة)، مقابل غياب تام لهذا العنصر بنسبة 0%، وهو ما يدل على ثبات مطلق في اعتماد هذا المكون ضمن البنية الإخراجية للصحيفة دون أي استثناء يُذكر.

التعليق:

تعكس هذه النتيجة اعتماداً بنيوياً راسخاً على عنصر العنق، ليس باعتباره عنصراً ثانوياً أو اختياريًا، بل كجزء لا يتجزأ من البناء الشكلي للصفحة الأولى، إذ يؤدي العنق وظيفة تنظيمية دقيقة تتمثل في الفصل الواضح بين الترويسة وباقي مكونات الصفحة، مما يساهم في توجيه عين القارئ وتحديد نقطة الانتقال من الهوية العامة للصحيفة إلى المحتوى الإخباري، كما يعزز هذا العنصر الإحساس بالترتيب والتسلسل داخل الصفحة، ويحد من التداخل البصري بين العناصر، ويبدو أن هذا الثبات في استخدامه يعكس التزاماً بنموذج إخراجي تقليدي مستقر، يفضل الحفاظ على قواعد تصميمية واضحة بدل المغامرة بتجارب بصرية قد تؤثر على وضوح القراءة أو إيقاع التصفح.

الاستنتاج:

نستنتج أن العنق يمثل عنصرًا هيكليًا ثابتًا في تصميم الصفحة، يتم توظيفه بشكل دائم لضمان الفصل والتنظيم البصري، وهو ما يعكس توجهًا إخراجيًا محافظًا يقوم على الاستقرار والوضوح أكثر من التجديد أو التنوع في البنية الشكلية.

جدول رقم (22): دراسة العنق من حيث الأبعاد

دراسة العنق من حيث الأبعاد	التكرار	النسبة (%)
شكل شريط عرض الصفحة	41	%100,0
المجموع	41	100,0%



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (22) أبعاد العنق، حيث يتبين أن جميع الحالات المدروسة اعتمدت شكل الشريط الممتد على عرض الصفحة بنسبة 100% (41 حالة)، دون تسجيل أي شكل آخر لأبعاد العنق، وهو ما يعكس نمطاً موحداً في تحديد امتداد هذا العنصر داخل البنية الإخراجية.

التعليق:

تعكس هذه النتيجة توجهاً إخراجياً واضحاً نحو توظيف العنق كعنصر أفقي ممتد يغطي عرض الصفحة بالكامل، وهو ما يمنحه وظيفة تنظيمية وبصرية قوية، إذ يسهم هذا الامتداد في ترسيخ الفصل الواضح بين الترويسة وباقي مكونات الصفحة، كما يعزز الإحساس بالاستقرار والتوازن البصري، ويخلق خطأً فاصلاً واضحاً يوجه حركة القراءة بشكل منظم، إضافة إلى ذلك فإن اعتماد هذا الشكل بشكل حصري يشير إلى تمسك الصحيفة بنمط إخراجي ثابت يفضل الوضوح والانتظام على حساب التنوع أو الابتكار في الأبعاد، مما يجعل العنق عنصراً موجّهاً لبنية الصفحة أكثر من كونه مجرد تفصيل شكلي.

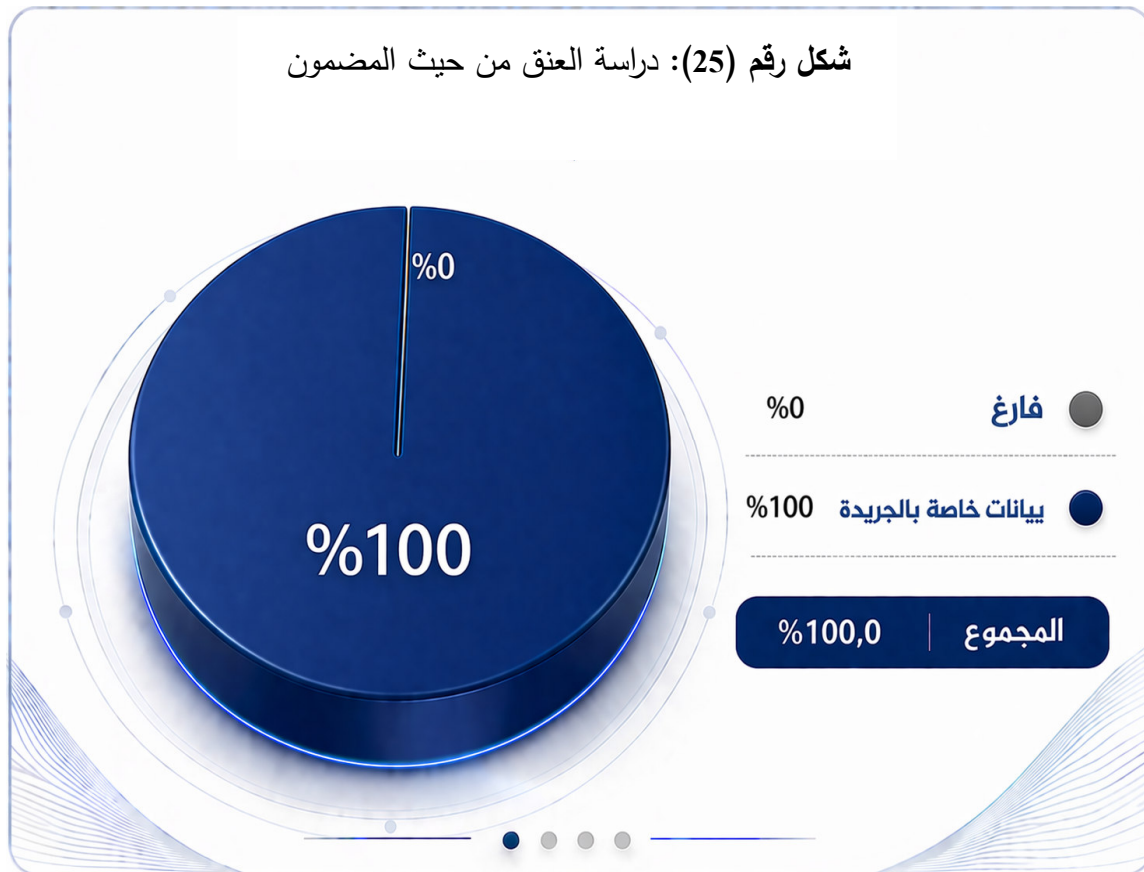
الاستنتاج:

نستنتج أن أبعاد العنق تخضع لقاعدة إخراجية ثابتة تقوم على الامتداد الكامل بعرض الصفحة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز التنظيم البصري وتوحيد بنية الصفحة بما يضمن وضوحاً أكبر في توزيع العناصر وسهولة في التلقي.

جدول رقم (23): دراسة العنق من حيث المضمون

دراسة العنق من حيث المضمون	التكرار	النسبة (%)
فارغ	00	00
بيانات خاصة بالجريدة	41	100
المجموع	41	100,0

شكل رقم (25): دراسة العنق من حيث المضمون



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (23) مضمون العنق، حيث يتبين أن جميع الحالات المدروسة تتضمن بيانات خاصة بالجريدة بنسبة 100% (41 حالة)، في حين لم تُسجل أي حالة لعنق فارغ، وهو ما يعكس توحيداً كاملاً في طبيعة المحتوى المدرج ضمن هذا العنصر.

التعليق:

تعكس هذه النتيجة توجهاً واضحاً نحو استثمار العنق كمساحة وظيفية مخصصة لتقديم المعلومات التعريفية الخاصة بالجريدة، مثل البيانات التنظيمية أو التعريفية، بدل تركه كعنصر زخرفي أو فارغ، وهو ما يعزز البعد المؤسسي للصحيفة ويمنح القارئ معطيات ثابتة ومباشرة حول هوية المصدر، كما أن هذا الاستخدام المنتظم يشير إلى وعي بأهمية هذا الحيز في دعم المصداقية وتكريس الحضور المهني، إضافة إلى مساهمته في تحقيق توازن بين الجانب الشكلي والمضموني داخل الصفحة، حيث لا يقتصر دوره على الفصل البصري بل يمتد ليؤدي وظيفة إعلامية واضحة.

الاستنتاج:

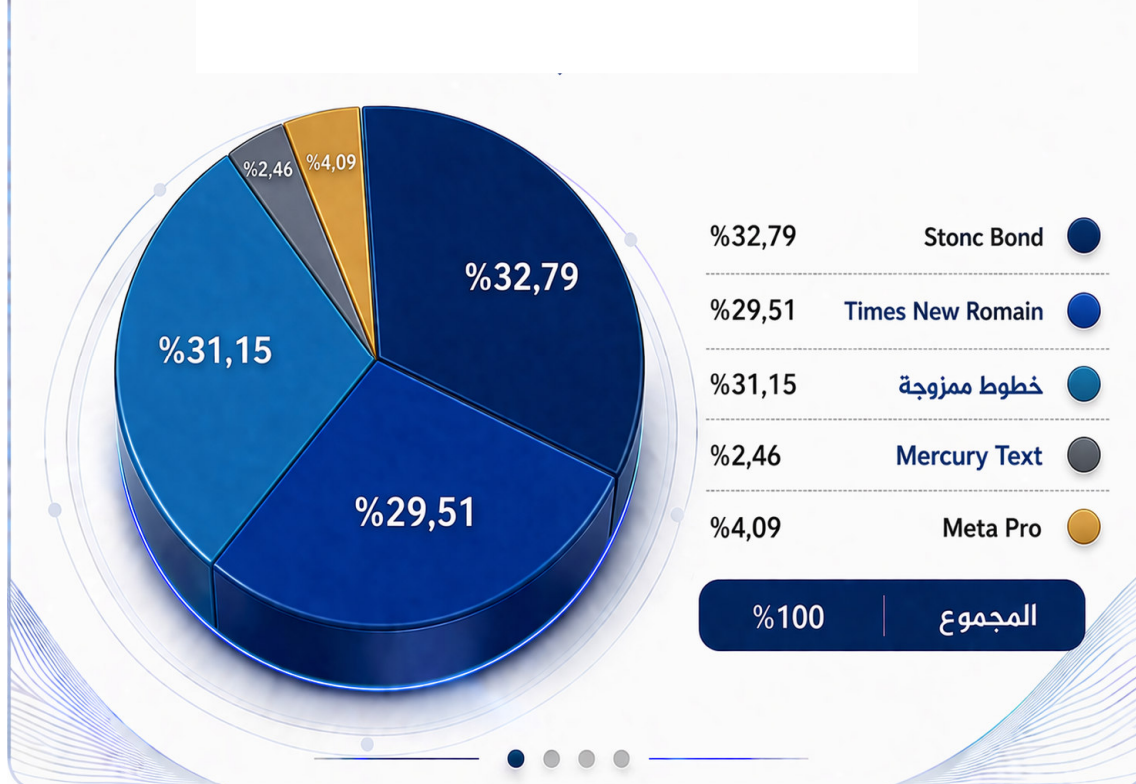
نستنتج أن العنق يُوظف بشكل منهجي كحامل لبيانات الجريدة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز الهوية المؤسسية واستغلال جميع مكونات الصفحة لأداء وظائف إعلامية واضحة، بدل الاكتفاء بالدور الشكلي أو الجمالي فقط.

4- دراسة تحليلية لحروف المتن في الصفحة الأولى:

جدول رقم (24): نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى

نوع الخط المستخدم	التكرار	النسبة (%)
Stonc Bond	40	32,79
Times New Romain	36	29,51
ITC Franklin	00	00
خطوط ممزوجة	38	31,15
Mercury Text	3	2,46
Meta Pro	5	4,09
المجموع	122	100

شكل رقم (26): نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (24) نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى، حيث يتصدر خط Stone Bond الاستخدام بـ 40 تكرارًا بنسبة 32,79%، يليه نمط الخطوط الممزوجة بـ 38 تكرارًا بنسبة 31,15%، ثم خط Times New Roman بـ 36 تكرارًا بنسبة 29,51%، في حين تسجل بقية الخطوط نسبةً محدودة، إذ يظهر خط Meta Pro بنسبة 4,09% (5 تكرارات)، وخط Mercury Text بنسبة 2,46% (3 تكرارات)، بينما يغيب تمامًا استخدام خط ITC Franklin بنسبة 0%، وهو ما يعكس تنوعًا نسبيًا في الخطوط المستخدمة داخل المتن.

التعليق:

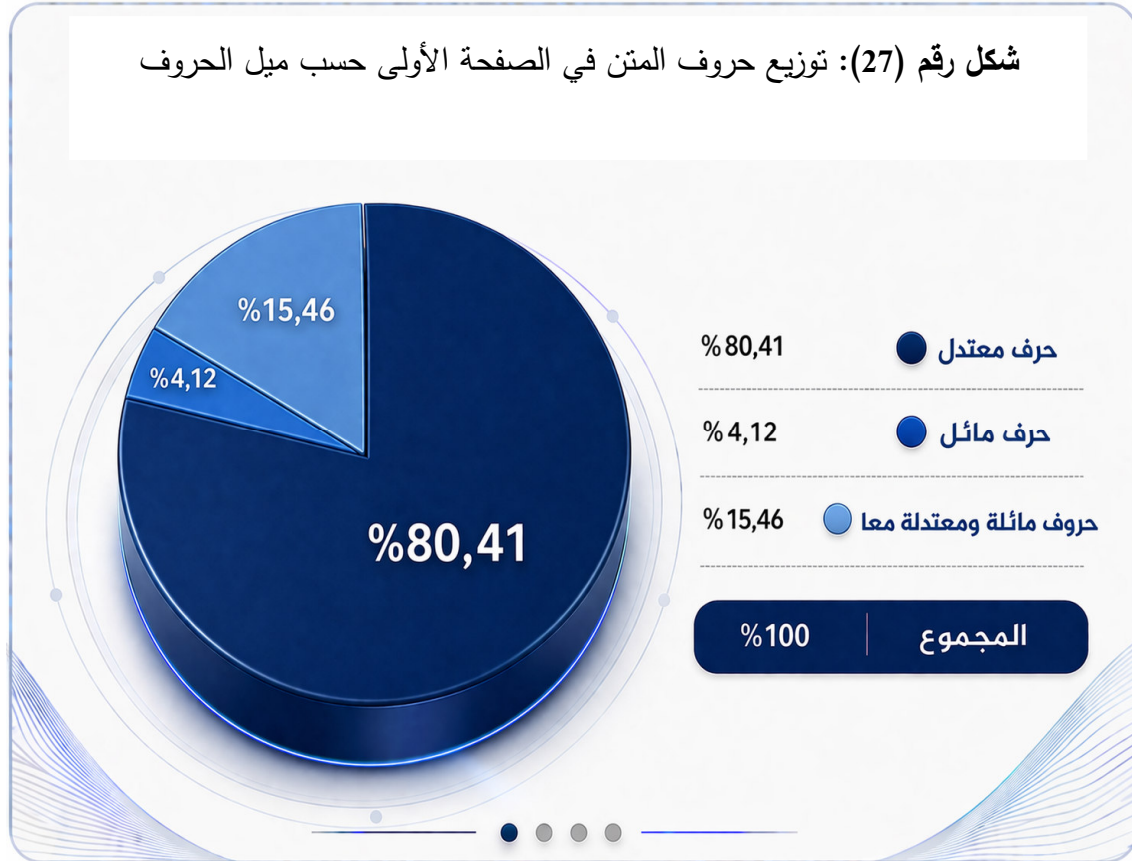
تعكس هذه النتائج وجود توازن بين النزعة إلى توحيد الخطوط وبين الميل إلى التنوع الطباعي داخل متن الصفحة، حيث يظهر اعتماد ملحوظ على خطوط تقليدية مثل Stone Bond و Times New Roman لما توفره من وضوح وسهولة في القراءة، خاصة في النصوص الطويلة، في المقابل فإن حضور الخطوط الممزوجة بنسبة مرتفعة يكشف عن توجه إخراجي يسعى إلى كسر الرتابة البصرية وإضفاء قدر من الديناميكية داخل الصفحة، من خلال الجمع بين أكثر من خط حسب طبيعة المحتوى أو أهميته، كما أن الحضور المحدود لبعض الخطوط الحديثة مثل Meta Pro و Mercury Text يشير إلى توظيفها بشكل انتقائي، في حين أن غياب ITC Franklin يؤكد أنه مخصص لعناصر أخرى كالعناوين أو اللافتات وليس لمتن النص.

الاستنتاج:

نستنتج أن متن الصفحة الأولى يقوم على مزيج بين الخطوط التقليدية الواضحة والخطوط المتنوعة، في إطار توجه إخراجي يجمع بين قابلية القراءة من جهة، والتجديد البصري من جهة أخرى، بما يحقق توازنًا بين الوظيفة القرائية والجاذبية الشكلية.

جدول رقم (25): توزيع حروف المتن في الصفحة الأولى حسب ميل الحروف

ميل الحرف	التكرار	النسبة (%)
حرف معتدل	78	80,41%
حرف مائل	4	4,12%
حروف مائلة ومعتدلة معا	15	15,46%
المجموع	97	100%



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (25) توزيع حروف المتن في الصفحة الأولى حسب ميل الحروف، حيث يتبين أن الحروف المعتدلة تستحوذ على النسبة الأكبر بـ 80,41% (78 تكرارًا)، تليها حالة الجمع بين الحروف المعتدلة والمائلة بنسبة 15,46% (15 تكرارًا)، في حين يظهر استخدام الحروف المائلة بشكل منفرد بنسبة محدودة بلغت 4,12% (4 تكرارات)، وهو ما يعكس هيمنة واضحة للنمط المعتدل في كتابة المتن.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهاً واضحاً نحو اعتماد الحروف المعتدلة باعتبارها الخيار الأساسي في كتابة المتن، لما توفره من وضوح بصري وراحة في القراءة، خاصة في النصوص الطويلة التي تتطلب استمرارية في التصفح دون إجهاد بصري، في المقابل فإن الاستخدام المحدود للحروف المائلة يشير إلى توظيفها بشكل وظيفي وانتقائي، غالباً لأغراض إبراز بعض الكلمات أو العبارات، دون أن تتحول إلى نمط سائد، كما أن الجمع بين النمطين في بعض الحالات يعكس محاولة تحقيق توازن بين الوضوح والتنويع، من خلال إدخال عناصر إبراز محدودة داخل بنية نصية يغلب عليها الطابع المعتدل.

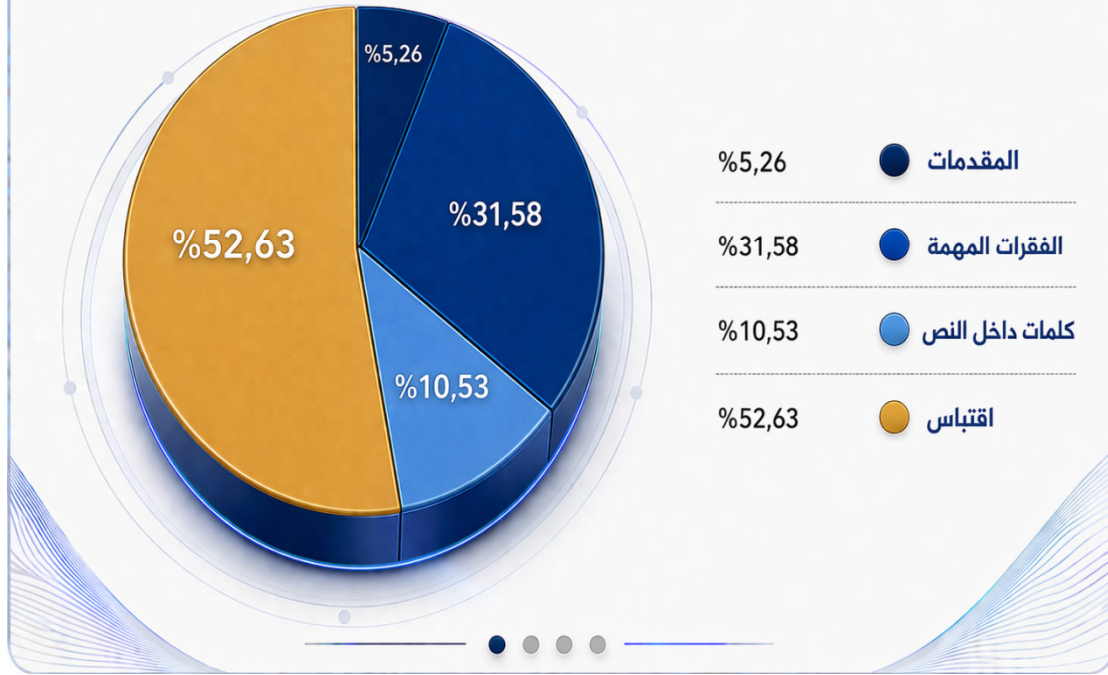
الاستنتاج:

نستنتج أن المتن يعتمد أساساً على الحروف المعتدلة كخيار طباعي رئيسي، مع توظيف محدود ومدرّوس للحروف المائلة لأغراض إبرازية، وهو ما يعكس توجهاً يوازن بين قابلية القراءة والتنويع البصري دون الإخلال بوظيفة النص الأساسية.

جدول رقم (26): استخدام الحروف المائلة في متن الصفحة الأولى

النسبة (%)	التكرار	استخدام الحروف المائلة في متن الصفحة الأولى
5,26	1	المقدمات
31,58	6	الفقرات المهمة
10,53	2	كلمات داخل النص
52,63	10	اقتباس
100	19	المجموع

شكل رقم (28): استخدام الحروف العائلة في متن الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (26) استخدام الحروف المائلة في متن الصفحة الأولى، حيث تتصدر الاقتباسات الاستخدام بنسبة 52,63% (10 تكرارات من أصل 19)، تليها الفقرات المهمة بنسبة 31,58% (6 تكرارات)، ثم الكلمات داخل النص بنسبة 10,53% (تكراران)، في حين يظهر استخدامها في المقدمات بنسبة محدودة بلغت 5,26% (تكرار واحد)، وهو ما يعكس تبايناً في مواضع توظيف هذا النمط الطباعي.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توظيف الحروف المائلة بوصفها أداة إبراز وظيفية أكثر منها خياراً شكلياً، حيث يتركز استخدامها أساساً في الاقتباسات، وهو ما يتماشى مع القواعد الطباعية التي تعتمد الميل لتمييز الكلام المنقول عن باقي النص، كما أن حضورها في الفقرات المهمة يشير إلى استخدامها كوسيلة لتوجيه انتباه القارئ نحو مضامين ذات أولوية داخل المتن، في حين أن محدودية استخدامها في الكلمات داخل النص والمقدمات تعكس حرصاً على عدم الإفراط في هذا الأسلوب حتى لا يفقد قيمته في إبراز العناصر أو يؤثر على راحة القراءة، وبالتالي يتم توظيفه بشكل انتقائي يخدم المعنى والسياق.

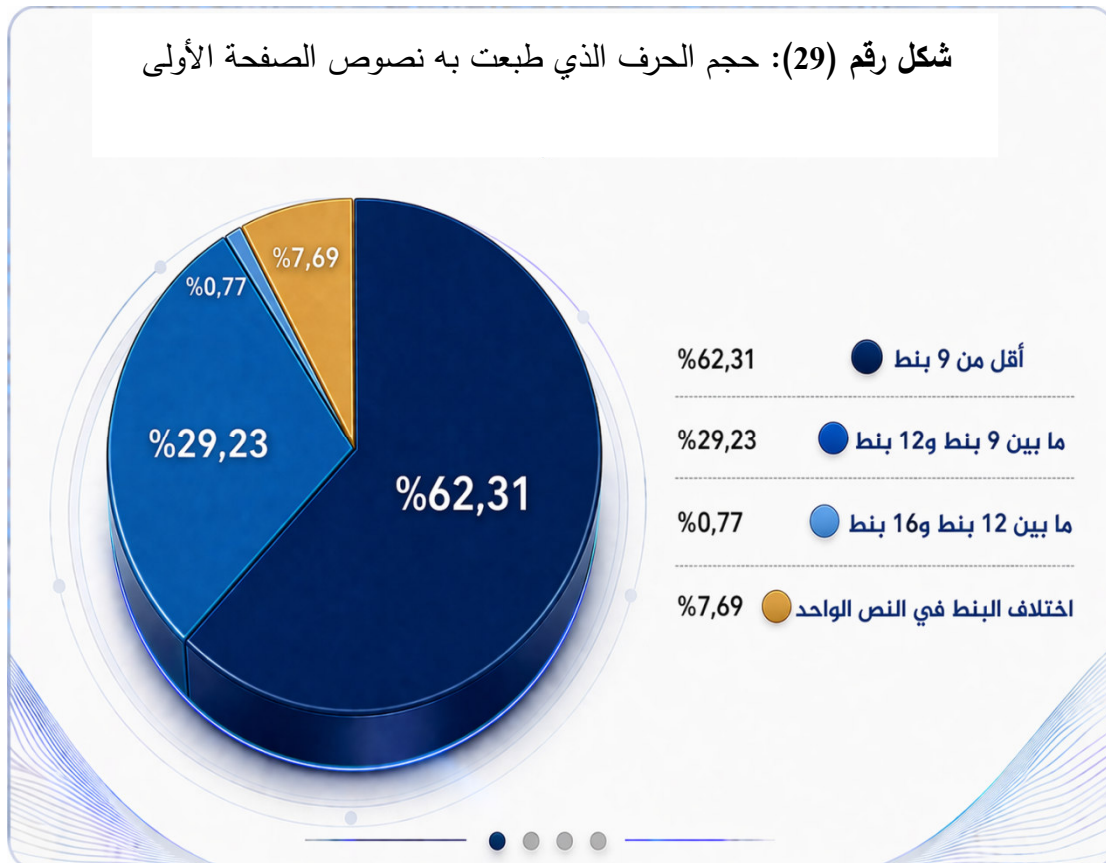
الاستنتاج:

نستنتج أن الحروف المائلة تُستخدم بشكل أساسي لأغراض إبرازية محددة، خاصة في الاقتباسات والفقرات المهمة، وهو ما يعكس توجهاً طباعياً وظيفياً يهدف إلى تنظيم النص وتوجيه القارئ دون الإخلال بانسيابية القراءة.

جدول رقم (27): حجم الحرف الذي طبعت به نصوص الصفحة الأولى

حجم الحرف	التكرار	النسبة (%)
أقل من 9 بنط	81	62,31
ما بين 9 بنط و 12 بنط	38	29,23
ما بين 12 بنط و 16 بنط	1	0,77
اختلاف البنط في النص الواحد	10	7,69
المجموع	130	100

شكل رقم (29): حجم الحرف الذي طبعت به نصوص الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (27) حجم الحرف الذي طُبعت به نصوص الصفحة الأولى، حيث يتصدر حجم أقل من 9 بنط الاستخدام بنسبة 62,31% (81 تكرارًا من أصل 130)، يليه الحجم ما بين 9 و 12 بنط بنسبة 29,23% (38 تكرارًا)، في حين يظهر الحجم ما بين 12 و 16 بنط بنسبة ضعيفة جدًا بلغت 0,77% (تكرار واحد)، كما سُجلت حالات اختلاف في حجم البنط داخل النص الواحد بنسبة 7,69% (10 تكرارات)، وهو ما يعكس تفاوتًا في أحجام الخطوط مع هيمنة واضحة للأحجام الصغيرة.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجهاً نحو استخدام الأحجام الصغيرة في كتابة المتن، وهو ما يرتبط بطبيعة الصفحة الأولى التي تتطلب استيعاب أكبر قدر ممكن من المعلومات داخل مساحة محدودة، مما يدفع إلى تقليص حجم الخط لتحقيق كثافة نصية أعلى، غير أن هذا الاختيار قد يؤثر جزئياً على راحة القراءة خاصة لدى بعض الفئات، في المقابل فإن استخدام الأحجام المتوسطة يبقى حاضراً بشكل ملحوظ، بما يحقق نوعاً من التوازن بين الكثافة والوضوح، أما الندرة الشديدة للأحجام الكبيرة فتؤكد أنها ليست موجهة للمتن بل لعناصر أخرى كالعناوين، كما أن وجود اختلاف في حجم البنط داخل النص الواحد يعكس توظيفاً وظيفياً للتدرج الطباعي بهدف إبراز بعض الأجزاء دون الخروج عن النسق العام.

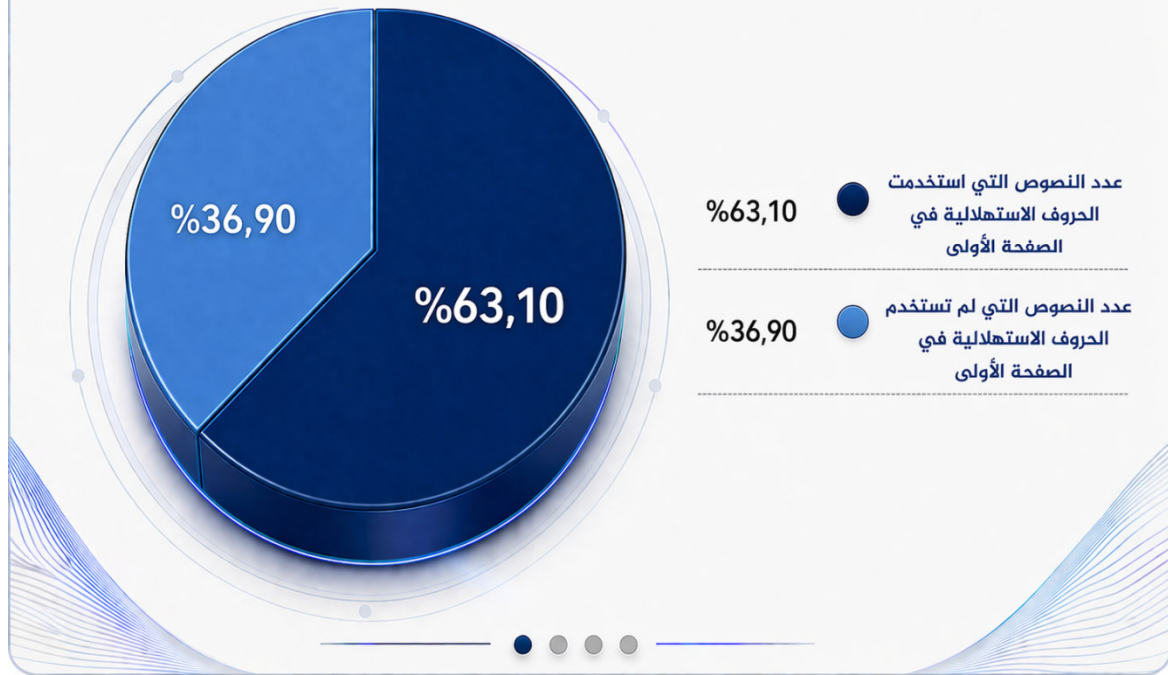
الاستنتاج:

نستنتج أن المتن يعتمد أساساً على الأحجام الصغيرة لتحقيق كثافة معلوماتية، مع حضور محدود للأحجام المتوسطة وتوظيف انتقائي للتدرج في الحجم داخل النص، وهو ما يعكس توجهاً يوازن بين استيعاب المحتوى والحفاظ على قدر مقبول من الوضوح البصري.

جدول رقم (28): استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى

النسبة (%)	التكرار	استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى
63,10	53	عدد النصوص التي استخدمت الحروف الاستهلاكية في الصفحة الأولى
36,90	31	عدد النصوص التي لم تستخدم الحروف الاستهلاكية في الصفحة الأولى
100	84	المجموع

شكل رقم (30): استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (28) استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى، حيث يتبين أن عدد النصوص التي اعتمدت هذا الأسلوب بلغ 53 نصًا بنسبة 63,10% من مجموع 84 نصًا، في حين بلغ عدد النصوص التي لم تستخدم الحروف الاستهلاكية 31 نصًا بنسبة 36,90%، وهو ما يعكس حضورًا ملحوظًا لهذا العنصر داخل المتن.

التعليق:

تعكس هذه النتائج توجه الجريدة نحو توظيف الحروف الاستهلاكية كعنصر إخراجي يساهم في جذب انتباه القارئ إلى بداية النصوص، إذ تُستخدم هذه الحروف عادة لإضفاء بعد جمالي وتنظيمي في آن واحد، من خلال تمييز الفقرة الافتتاحية وإبرازها بصريًا، كما تساعد على تسهيل الولوج إلى النص وتحديد نقطة البداية بشكل سريع، غير أن عدم تعميم استخدامها على جميع النصوص يشير إلى أنها تُوظف بشكل انتقائي، ربما بحسب طبيعة المادة الصحفية أو أهميتها أو المساحة المتاحة، وهو ما يعكس نوعًا من المرونة في التعامل مع هذا العنصر بدل اعتماده كقاعدة ثابتة.

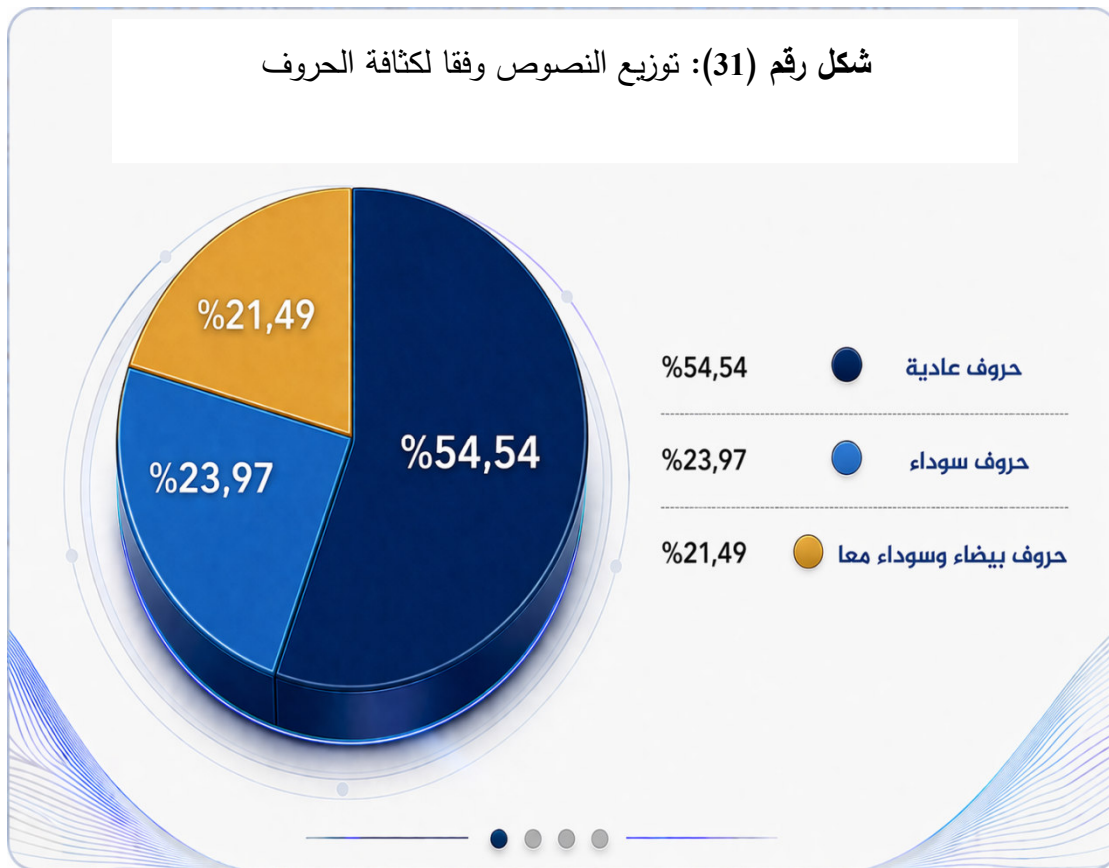
الاستنتاج:

نستنتج أن الحروف الاستهلاكية تُستخدم بشكل واسع لكنها غير إلزامية، حيث يتم توظيفها كأداة إبراز وتنظيم بصري وفق اعتبارات تحريرية وإخراجية، وهو ما يعكس توازناً بين الجانب الجمالي والوظيفي في تصميم نصوص الصفحة الأولى.

جدول رقم (29): توزيع النصوص وفقاً لكثافة الحروف

كثافة الحروف	التكرار	النسبة (%)
حروف عادية	66	54,54
حروف سوداء	29	23,97
حروف بيضاء وسوداء معا	26	21,49
المجموع	121	100

شكل رقم (31): توزيع النصوص وفقاً لكثافة الحروف



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (29) توزيع النصوص في الصفحة الأولى وفقاً لكثافة الحروف، حيث تتصدر الحروف العادية الاستخدام بنسبة 54,54% (66 تكراراً من أصل 121)، تليها

الحروف السوداء بنسبة 23,97% (29 تكرارًا)، ثم حالة الجمع بين الحروف البيضاء والسوداء بنسبة 21,49% (26 تكرارًا)، وهو ما يعكس تنوعًا نسبيًا في توزيع كثافة الحروف مع هيمنة للنمط العادي.

التعليق:

تعكس هذه النتائج اعتماد الحروف العادية كخيار أساسي في كتابة المتن، لما توفره من توازن بصري وراحة في القراءة، خاصة في النصوص الطويلة التي تتطلب استمرارية دون إجهاد، في المقابل فإن استخدام الحروف السوداء يشير إلى توزيعها كوسيلة إبراز لتمييز عناوين فرعية أو عناصر ذات أهمية داخل النص، كما أن الجمع بين الحروف البيضاء والسوداء يعكس توجهًا نحو خلق تباين بصري داخل الصفحة، يُستخدم غالبًا لإبراز محتوى معين أو لفصل أجزاء النص بطريقة لافتة، وهو ما يدل على وعي إخراجي بتوزيع الكثافة الطباعية كأداة تنظيمية وجمالية في آن واحد.

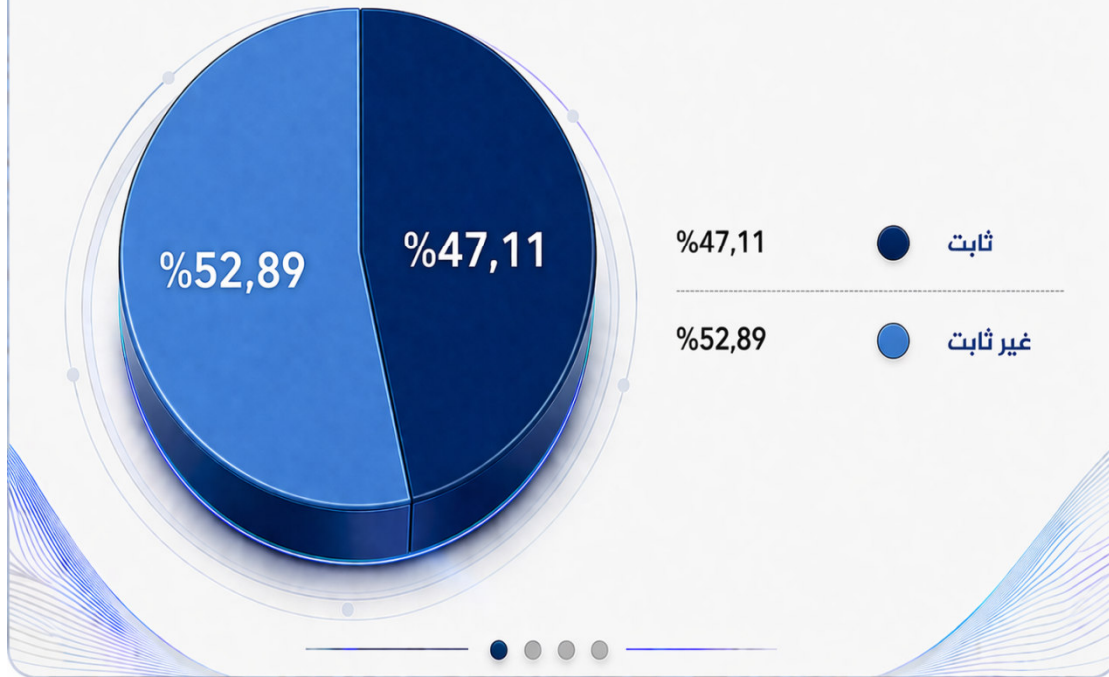
الاستنتاج:

نستنتج أن النصوص تعتمد أساسًا على الحروف العادية لضمان قابلية القراءة، مع توزيع مدروس للحروف السوداء والتباين اللوني لأغراض إبرازية وتنظيمية، وهو ما يعكس توازنًا بين الوظيفة القرائية والجاذبية البصرية في إخراج الصفحة الأولى.

جدول رقم (30): اتساع سطور المتن

النسبة (%)	التكرار	اتساع سطور المتن
47,11	57	ثابت
52,89	64	غير ثابت
100	121	المجموع

شكل رقم (32): اتساع سطور المتن



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (30) اتساع سطور المتن، حيث يتبين أن السطور غير الثابتة تشكل النسبة الأكبر بـ 52,89% (64 تكرارًا من أصل 121)، في حين تمثل السطور ذات الاتساع الثابت نسبة 47,11% (57 تكرارًا)، وهو ما يعكس تقاربًا نسبيًا بين النمطين مع ميل طفيف نحو عدم الثبات.

التعليق:

تُبين هذه النتائج مرونة في التعامل مع اتساع السطور داخل المتن، حيث يشير ارتفاع نسبة السطور غير الثابتة إلى توجّه إخراجي يسمح بتكييف النصوص وفق المساحة المتاحة وطبيعة المادة الصحفية، بما يساهم في استغلال الحيز الطباعي بشكل أفضل وتقادي الفراغات، في المقابل فإن حضور السطور الثابتة بنسبة معتبرة يدل على استمرار الاعتماد على نمط تقليدي يوفر انتظامًا بصريًا ويسهّل عملية القراءة، خاصة في النصوص التي تتطلب استقرارًا في الإيقاع البصري، ويكشف هذا التوازن بين النمطين عن محاولة الجمع بين التنظيم والمرونة داخل الصفحة.

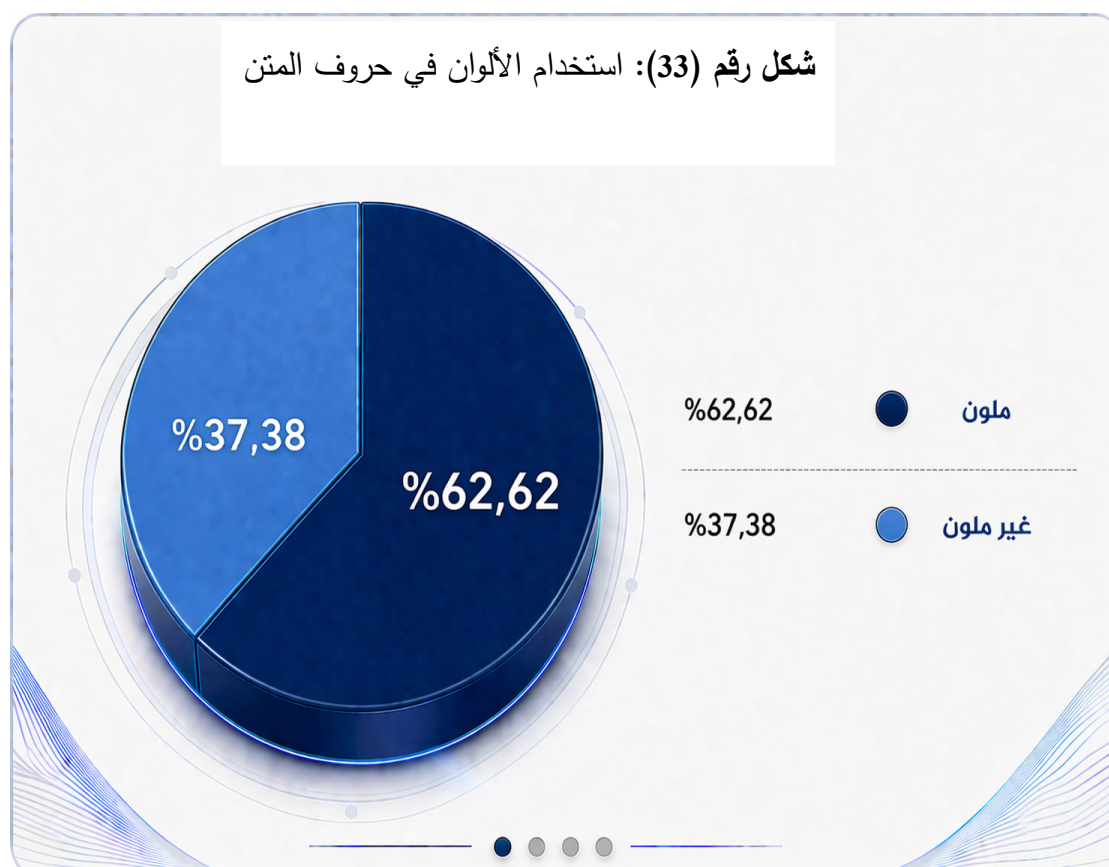
الاستنتاج:

نستنتج أن اتساع سطور المتن لا يخضع لقاعدة ثابتة، بل يتم توظيفه بشكل مرن وفق متطلبات الإخراج، بما يعكس توجهاً يجمع بين الحفاظ على وضوح القراءة والاستغلال الأمثل للمساحة الطباعية.

جدول رقم (31): استخدام الألوان في حروف المتن

النسبة (%)	التكرار	استخدام الألوان في حروف المتن
62,62	67	ملون
37,38	40	غير ملون
100	107	المجموع

شكل رقم (33): استخدام الألوان في حروف المتن



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (31) استخدام الألوان في حروف المتن، حيث يتبين أن الحروف الملونة تشكل نسبة 62,62% (67 تكراراً من أصل 107)، مقابل 37,38% (40 تكراراً) للحروف غير الملونة، ما يدل على حضور معتبر للألوان داخل النصوص.

التعليق:

يكشف توزيع النسب عن ميل واضح نحو إدماج اللون داخل المتن، لكن دون إقصاء الشكل التقليدي غير الملون، وهو ما يعكس توجهاً وسطياً لا يعتمد على اللون بشكل مفرط ولا يهمله في الوقت نفسه، فاستعمال الحروف الملونة غالباً ما يرتبط بالرغبة في إبراز عناصر معينة داخل النص أو كسر الرتابة البصرية التي قد تفرضها الكتلة النصية، بينما يظل الاعتماد على الحروف غير الملونة ضرورياً للحفاظ على وضوح القراءة واستقرارها، خاصة في الأجزاء المطولة، هذا التعايش بين النمطين يدل على وعي إخراجي يحاول تحقيق توازن بين الجاذبية البصرية والانضباط الطباعي.

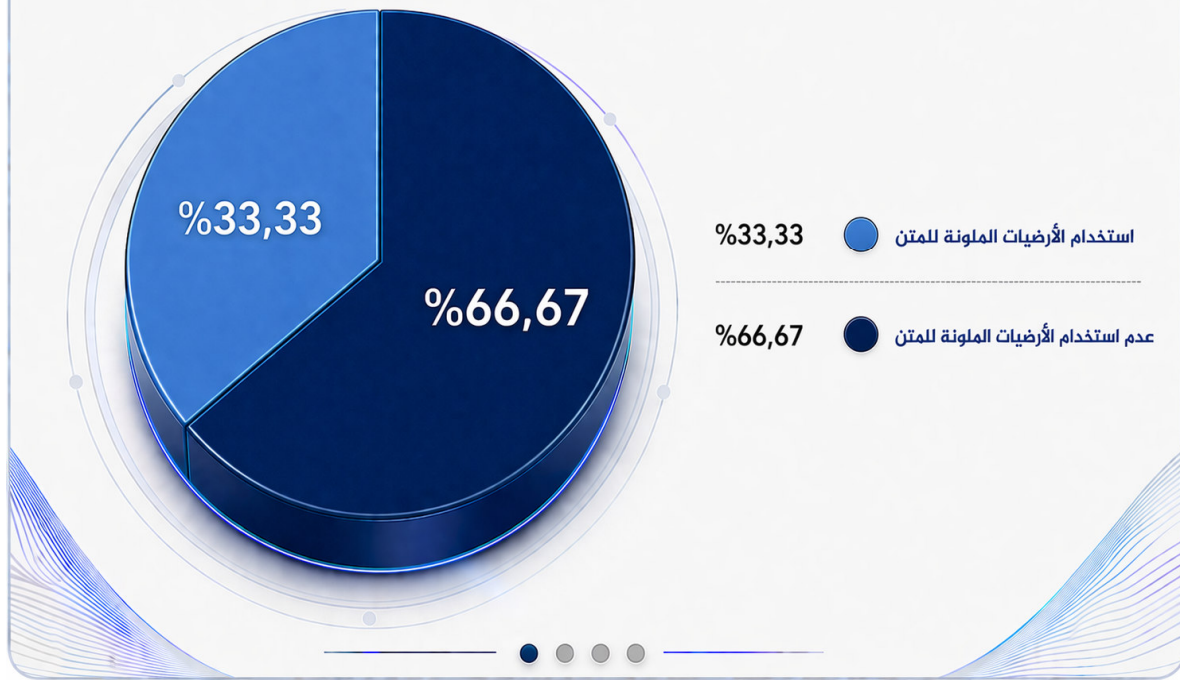
الاستنتاج:

نستنتج أن استخدام الألوان في حروف المتن يتم بشكل مدروس يهدف إلى دعم إبراز بعض العناصر دون المساس بوظيفة القراءة، وهو ما يعكس توجهاً معتدلاً يجمع بين التأثير البصري والحفاظ على وضوح النص.

جدول رقم (32): استخدام الأرضيات الملونة للمتن

النسبة (%)	التكرار	استخدام الأرضيات الملونة للمتن
33,33	25	استخدام الأرضيات الملونة للمتن
66,67	50	عدم استخدام الأرضيات الملونة للمتن
100	75	المجموع

شكل رقم (34): استخدام الأرضيات الملونة للمتن



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (32) استخدام الأرضيات الملونة في متن الصفحة الأولى، حيث يتبين أن عدم استخدام الأرضيات الملونة يشكل النسبة الأكبر بـ 66,67% (50 حالة من أصل 75)، في حين تم تسجيل استخدام الأرضيات الملونة بنسبة 33,33% (25 حالة)، وهو ما يعكس غلبة النمط غير الملون داخل المتن.

التعليق:

تُظهر هذه المعطيات ميلاً واضحاً نحو تجنب الخلفيات الملونة داخل النصوص، وهو اختيار يرتبط غالباً بالحفاظ على وضوح القراءة وتقليل التشويش البصري الذي قد تسببه الألوان عند استخدامها خلف النصوص المطولة، خاصة إذا لم يتم توظيفها بدقة، في المقابل فإن اللجوء إلى الأرضيات الملونة في نسبة غير قليلة يعكس استخدامها بشكل انتقائي في مواضع محددة، غالباً لإبراز مواد معينة أو فصل وحدات نصية داخل الصفحة، ما يمنحها وظيفة تنظيمية أكثر منها جمالية بحتة، ويكشف هذا التوزيع عن تعامل حذر مع اللون في خلفية المتن، بحيث يتم توظيفه عند الحاجة دون أن يتحول إلى قاعدة عامة.

الاستنتاج:

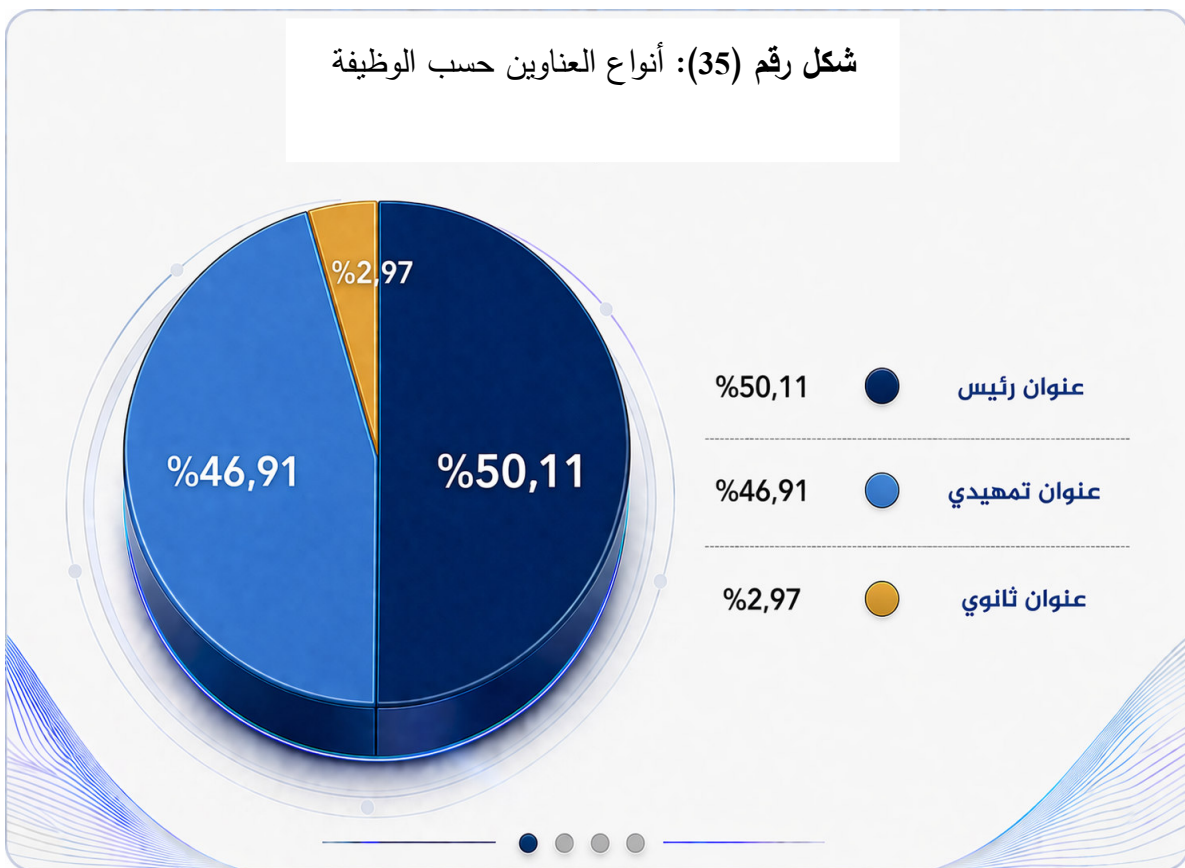
نستنتج أن الأرضيات الملونة ليست عنصراً أساسياً في إخراج المتن، بل تُستخدم بشكل محدود ومدرّوس لغرض إبراز عناصر محددة، وتنظيم الشكل العام، مع الحفاظ على النمط التقليدي الذي يضمن وضوح القراءة واستقرارها.

5- دراسة تحليلية لحروف العناوين:

جدول رقم (33): أنواع العناوين حسب الوظيفة

أنواع العناوين حسب الوظيفة	التكرار	النسبة (%)
عنوان رئيس	219	50,11
عنوان تمهيدي	205	46,91
عنوان ثانوي	13	2,97
المجموع	437	100

شكل رقم (35): أنواع العناوين حسب الوظيفة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (33) أنواع العناوين حسب الوظيفة، حيث يتصدر العنوان الرئيس الاستخدام بنسبة 50,11% (219 تكرارًا من أصل 437)، يليه العنوان التمهيدي بنسبة 46,91% (205 تكرارات)، في حين يظهر العنوان الثانوي بنسبة محدودة بلغت 2,97% (13 تكرارًا)، وهو ما يعكس تقاربًا كبيرًا بين النوعين الأولين مقابل حضور ضعيف جدًا للثالث.

التعليق:

يظهر في هذه النتائج أن العنوان الرئيس لا ينفرد بالهيمنة المطلقة، بل يجاوره العنوان التمهيدي بنسبة قريبة جدًا، ما يوحي بأن عملية بناء العناوين لا تقوم فقط على إبراز الحدث، بل كذلك على تقديم تمهيد يهيئ القارئ لفهمه، هذا التقارب يكشف عن أسلوب تحريري يميل إلى الشرح والتأطير بقدر ما يهتم بال جذب، في المقابل فإن التراجع الكبير للعناوين الثانوية يدل على محدودية التدرج الهرمي داخل بنية العناوين، حيث يتم الاكتفاء غالبًا بمستويين أساسيين دون تعقيد في التقسيم، وهو ما قد يرتبط بطبيعة الصفحة الأولى التي تتطلب وضوحًا وسرعة في التلقي بدل التشعب.

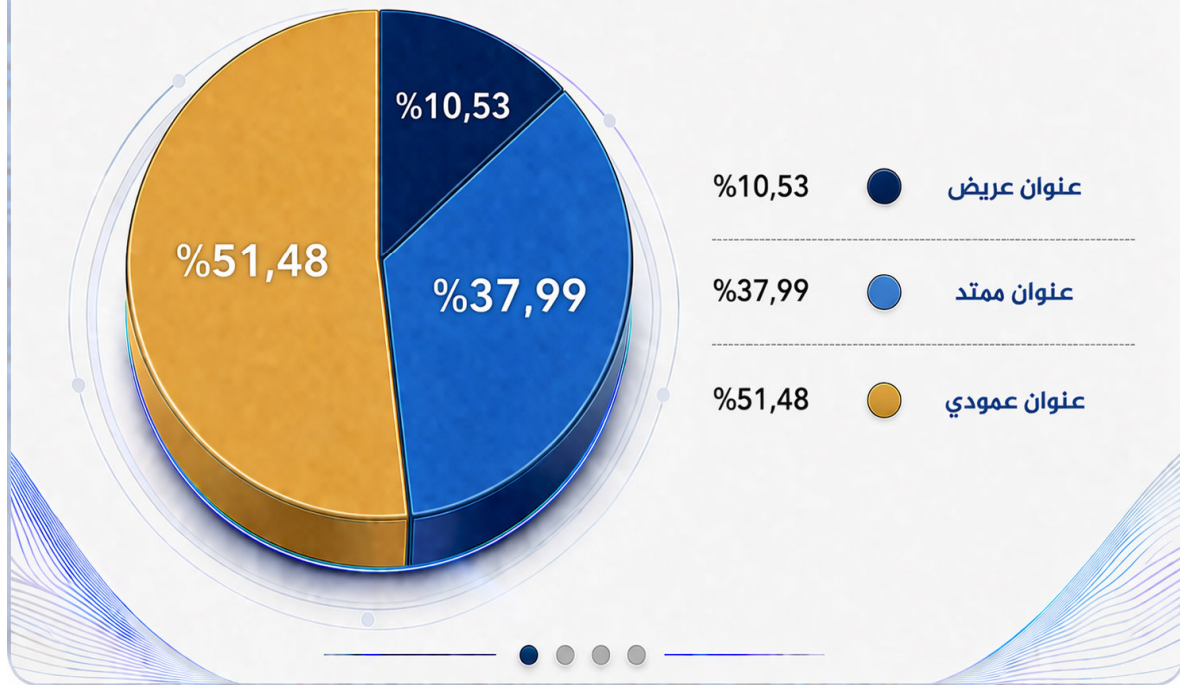
الاستنتاج:

نستنتج أن بنية العناوين تقوم أساسًا على ثنائية العنوان الرئيس والتمهيدي، في إطار توجه يوازن بين الجذب والتفسير، مع حضور هامشي للعناوين الثانوية، بما يعكس ميلًا نحو البساطة والوضوح في تنظيم العناوين داخل الصفحة الأولى.

جدول رقم (34): أنواع العناوين حسب اتساعها

أنواع العناوين حسب اتساعها	التكرار	النسبة (%)
عنوان عريض	46	10,53
عنوان ممتد	166	37,99
عنوان عمودي	225	51,48
المجموع	437	100

شكل رقم (36): أنواع العناوين حسب اتساعها



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (34) أنواع العناوين حسب اتساعها، حيث يتصدر العنوان العمودي الاستخدام بنسبة 51,48% (225 تكرارًا من أصل 437)، يليه العنوان الممتد بنسبة 37,99% (166 تكرارًا)، في حين يسجل العنوان العريض نسبة أقل بلغت 10,53% (46 تكرارًا)، ما يدل على تباين في أنماط الامتداد مع تفوق واضح للنمط العمودي.

التعليق:

يشير هذا التوزيع إلى اعتماد بنية إخراجية تستثمر الامتداد العمودي للعناوين بشكل أكبر، وهو اختيار يرتبط عادة بمحاولة استغلال المساحات الضيقة داخل الأعمدة دون الإخلال بتنظيم الصفحة، كما يسمح هذا النمط بإدماج العناوين ضمن البناء العام للنصوص دون أن تفرض هيمنة أفقية قوية، في المقابل فإن حضور العناوين الممتدة بنسبة معتبرة يعكس الحاجة إلى إبراز بعض المواضيع عبر الامتداد الأفقي، خاصة تلك التي تتطلب لفت الانتباه بشكل مباشر، أما محدودية العناوين العريضة فتؤكد أنها تُستخدم في حالات انتقائية، غالبًا للمواد الأهم، دون أن تتحول إلى أسلوب سائد، وهو ما يكشف عن توازن مدروس بين التحكم في المساحة وإبراز المحتوى.

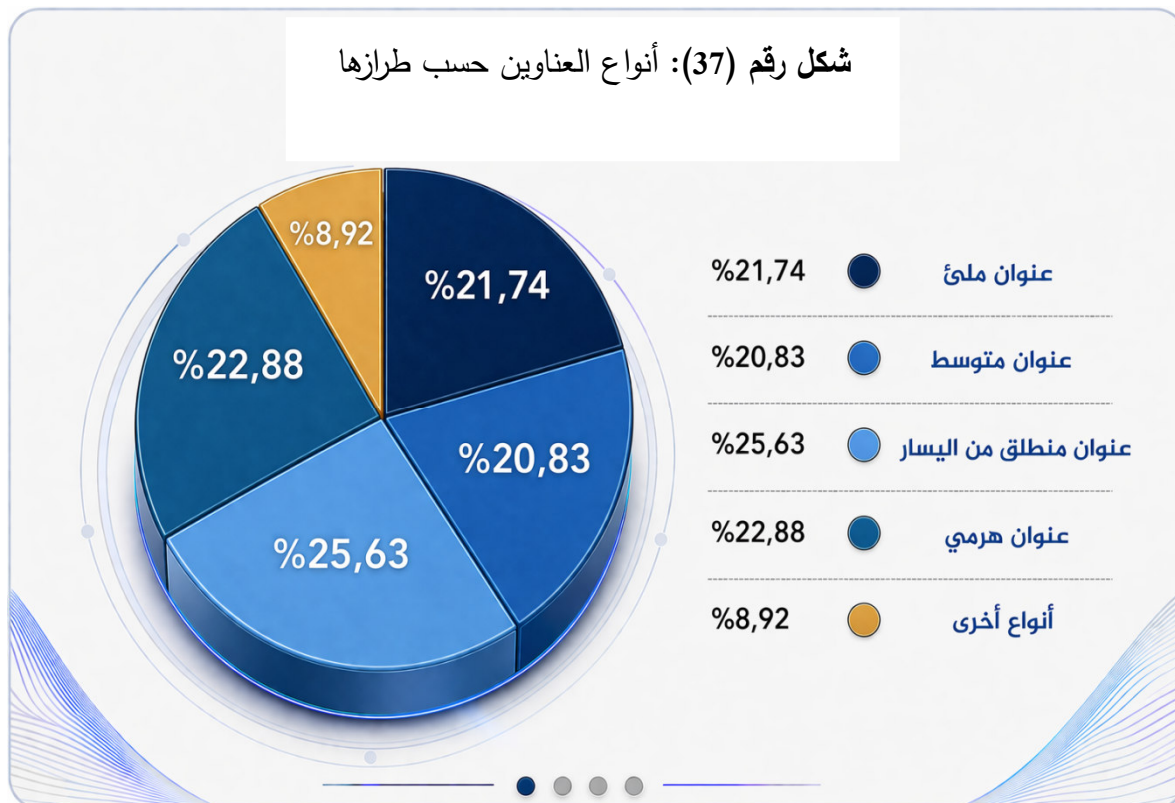
الاستنتاج:

نستنتج أن توزيع العناوين حسب الاتساع يقوم على تغليب الامتداد العمودي مع حضور ملحوظ للعناوين الممتدة، في إطار توجه يوازن بين استغلال المساحة الطباعية وتحقيق درجات متفاوتة من الإبراز البصري.

جدول رقم (35): أنواع العناوين حسب طرزها

أنواع العناوين حسب طرزها	التكرار	النسبة (%)
عنوان ملئ	95	21,74
عنوان متوسط	91	20,83
عنوان منطلق من اليسار	112	25,63
عنوان هرمي	100	22,88
أنواع أخرى	39	8,92
المجموع	437	100

شكل رقم (37): أنواع العناوين حسب طرازها



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (35) أنماط العناوين المعتمدة في الصفحة الأولى، حيث يتصدر العنوان المنطلق من اليسار بنسبة 25,63% (112 تكرارًا من أصل 437)، يليه العنوان الهرمي بنسبة 22,88% (100 تكرار)، ثم العنوان الملء بنسبة 21,74% (95 تكرارًا)، يليه العنوان المتوسط بنسبة 20,83% (91 تكرارًا)، في حين تمثل الأنماط الأخرى نسبة 8,92% (39 تكرارًا)، وهو ما يعكس تقاربًا ملحوظًا بين مختلف الأنماط.

التعليق:

يوحى هذا التقارب في النسب بأن إخراج العناوين لا يقوم على نمط واحد مهيمن، بل يعتمد على تنوع مدروس في أشكال العرض، بما يسمح بالتكيف مع طبيعة الموضوعات واختلاف أهميتها، ويبرز العنوان المنطلق من اليسار كخيار مفضل، نظرًا لانسجامه مع اتجاه القراءة وسهولة تتبعه بصريًا، في حين يتيح الشكل الهرمي تنظيمًا داخليًا للعنوان يساهم في إبراز تدرج المعنى، أما العناوين الملء والمتوسطة فتؤدي دورًا وسيطًا يحقق توازنًا بين الامتداد والتنظيم دون مبالغة، كما أن وجود أنماط أخرى يعكس درجة من المرونة وعدم التقيد الصارم بقوالب ثابتة، وهو ما يمنح الصفحة حيوية وتنوعًا بصريًا محسوبًا.

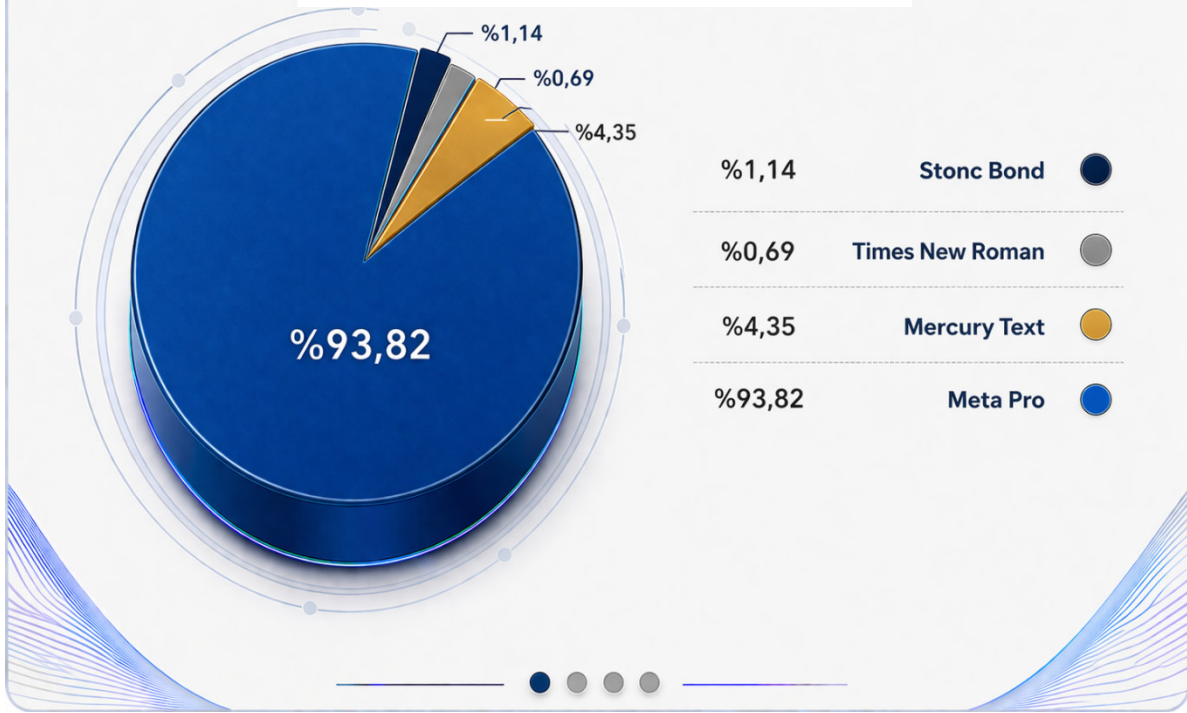
الاستنتاج:

نستنتج أن العناوين تُصاغ وفق أنماط متعددة دون هيمنة مطلقة لأي منها، وهو ما يعكس توجهًا إخراجيًا مرئيًا يوازن بين وضوح العرض وتنوع الأساليب، بما يخدم اختلاف المضامين داخل الصفحة الأولى.

جدول رقم (36): نوع الخط المستعمل في العناوين

نوع الخط المستعمل في العناوين	التكرار	النسبة (%)
Stonc Bond	5	1,14
Times New Roman	3	0,69
ITC Franklin	00	00
خطوط ممزوجة	00	00
Mercury Text	19	4,35
Meta Pro	410	93,82
المجموع	437	100

شكل رقم (38): نوع الخط المستعمل في العناوين



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (36) نوع الخط المستعمل في العناوين، حيث يتصدر خط Meta Pro الاستخدام بشكل واضح بنسبة 93,82% (410 تكرارات من أصل 437)، في حين تسجل بقية الخطوط نسباً ضعيفة جداً، إذ يظهر خط Mercury Text بنسبة 4,35% (19 تكراراً)، ثم خط Stonc Bond بنسبة 1,14% (5 تكرارات)، يليه خط Times New Roman بنسبة 0,69% (3 تكرارات)، بينما يغيب تماماً استخدام كل من ITC Franklin والخطوط الممزوجة، وهو ما يعكس هيمنة شبه مطلقة لخط واحد.

التعليق:

تكشف هذه المعطيات عن توجه واضح نحو توحيد الهوية الطباعية للعناوين، من خلال الاعتماد المكثف على خط Meta Pro، وهو اختيار يعزز الانسجام البصري ويمنح الصفحة طابعاً مميزاً يسهل التعرف عليه، كما أن هذا التركيز الكبير على خط واحد يوحي بوجود سياسة إخراجية دقيقة تتحكم في مظهر العناوين وتحد من التشتت البصري الذي قد ينتج عن تعدد الخطوط، في المقابل فإن الحضور الهامشي لبقية الخطوط يدل على استخدامها في حالات استثنائية أو محدودة، ربما لاعتبارات خاصة تتعلق بطبيعة بعض المواد، أما الغياب

التام للخطوط الممزوجة فيؤكد أن العناوين تُبنى وفق نسق موحد بعيد عن التنويع الطباعي داخل العنصر الواحد.

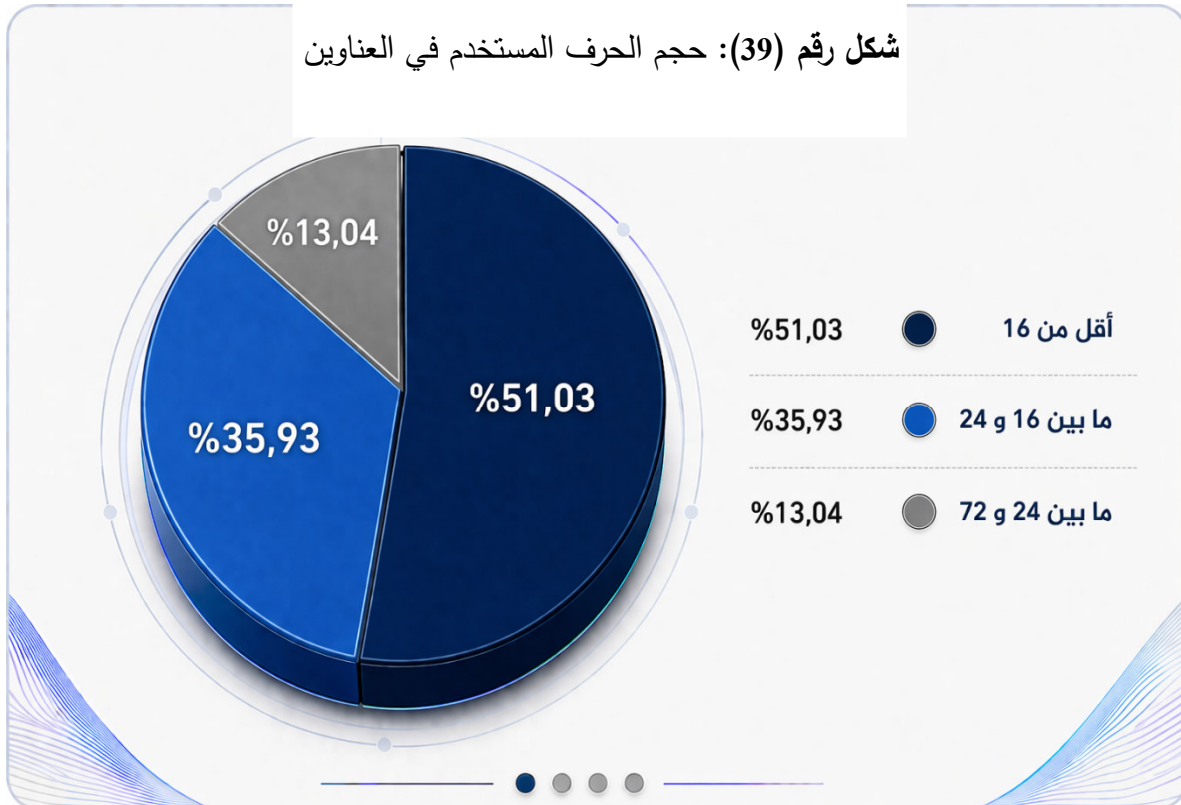
الاستنتاج:

نستنتج أن العناوين تعتمد بشكل شبه حصري على خط واحد، وهو Meta Pro ، بما يعكس توجهاً نحو توحيد الهوية البصرية وضمان الاتساق في إخراج العناوين داخل الصفحة الأولى.

جدول رقم (37): حجم الحرف المستخدم في العناوين

حجم الحرف المستخدم في العناوين	التكرار	النسبة (%)
أقل من 16	223	51,03
ما بين 16 و 24	157	35,93
ما بين 24 و 72	57	13,04
أكثر من 72	00	00
المجموع	437	100

شكل رقم (39): حجم الحرف المستخدم في العناوين



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (37) حجم الحرف المستخدم في العناوين، حيث يتصدر الحجم الأقل من 16 بنط بنسبة 51,03% (223 تكراراً من أصل 437)، يليه الحجم ما بين 16 و 24 بنط بنسبة 35,93% (157 تكراراً)، ثم الحجم ما بين 24 و 72 بنط بنسبة 13,04% (57 تكراراً)، في حين لم يُسجل أي استخدام للأحجام التي تفوق 72 بنط، وهو ما يعكس غلبة الأحجام الصغيرة والمتوسطة في صياغة العناوين.

التعليق:

يُظهر هذا التوزيع أن العناوين لا تعتمد بالضرورة على الأحجام الكبيرة لتحقيق الإبراز، بل تميل في أغلبها إلى أحجام صغيرة ومتوسطة تسمح بالانسجام مع باقي عناصر الصفحة دون أن تفرض هيمنة بصرية مفرطة، كما أن هذا الاختيار قد يرتبط بطبيعة الصفحة الأولى التي تضم عدداً كبيراً من العناوين، مما يستدعي التحكم في أحجامها لتفادي الاكتظاظ، في المقابل فإن الحضور المحدود للأحجام الأكبر (24-72) يشير إلى توظيفها في عناوين بعينها تتطلب درجة أعلى من الإبراز، دون أن تتحول إلى قاعدة عامة، أما غياب الأحجام الكبيرة جداً فيعكس تجنب الأسلوب المبالغ فيه في التضخيم البصري، والاعتماد بدلاً من ذلك على توازن مدروس بين الحجم وبقية العناصر الطباعية.

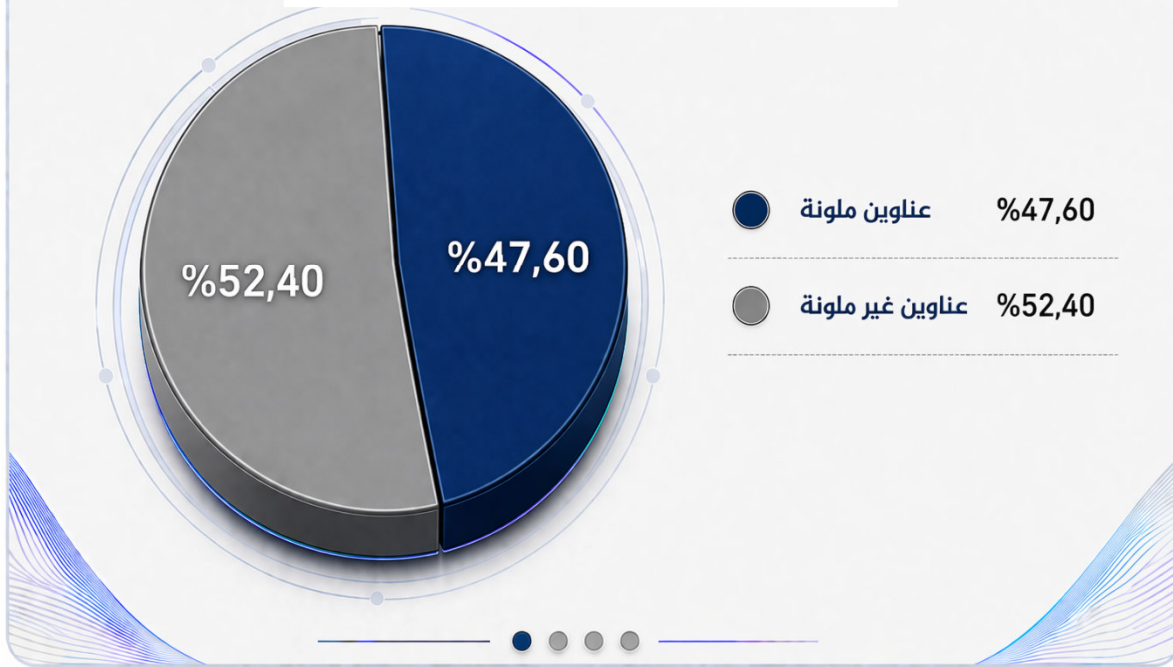
الاستنتاج:

نستنتج أن أحجام العناوين تتسم بالاعتدال، مع غلبة للأحجام الصغيرة والمتوسطة، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل التحكم في الكثافة البصرية وتحقيق التوازن داخل الصفحة بدل الاعتماد على التضخيم في الحجم كوسيلة أساسية للإبراز.

جدول رقم (38): استخدام الألوان في العناوين

النسبة (%)	التكرار	استخدام الألوان في العناوين
47,60	208	عناوين ملونة
52,40	229	عناوين غير ملونة
100	437	المجموع

شكل رقم (40): استخدام الألوان في العناوين



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (38) استخدام الألوان في العناوين، حيث تتوزع العناوين بين الملونة بنسبة 47,60% (208 تكرارات من أصل 437)، وغير الملونة بنسبة 52,40% (229 تكرارًا)، مع تقارب ملحوظ بين النمطين.

التعليق:

يكشف هذا التقارب عن غياب اعتماد نمط لوني واحد بشكل ثابت في صياغة العناوين، إذ يتم اللجوء إلى الألوان في بعض الحالات لإبراز موضوعات معينة أو لتمييز مواد ذات أهمية نسبية، بينما يتم في حالات أخرى الإبقاء على العناوين دون تلوين حفاظًا على البساطة والوضوح، خاصة في الصفحات التي تشهد كثافة في العناصر، ويظهر من ذلك أن اللون يُستخدم كخيار وظيفي مرتبط بالسياق وليس كقاعدة تصميمية عامة، مما يمنح الإخراج مرونة أكبر في التعامل مع العناوين.

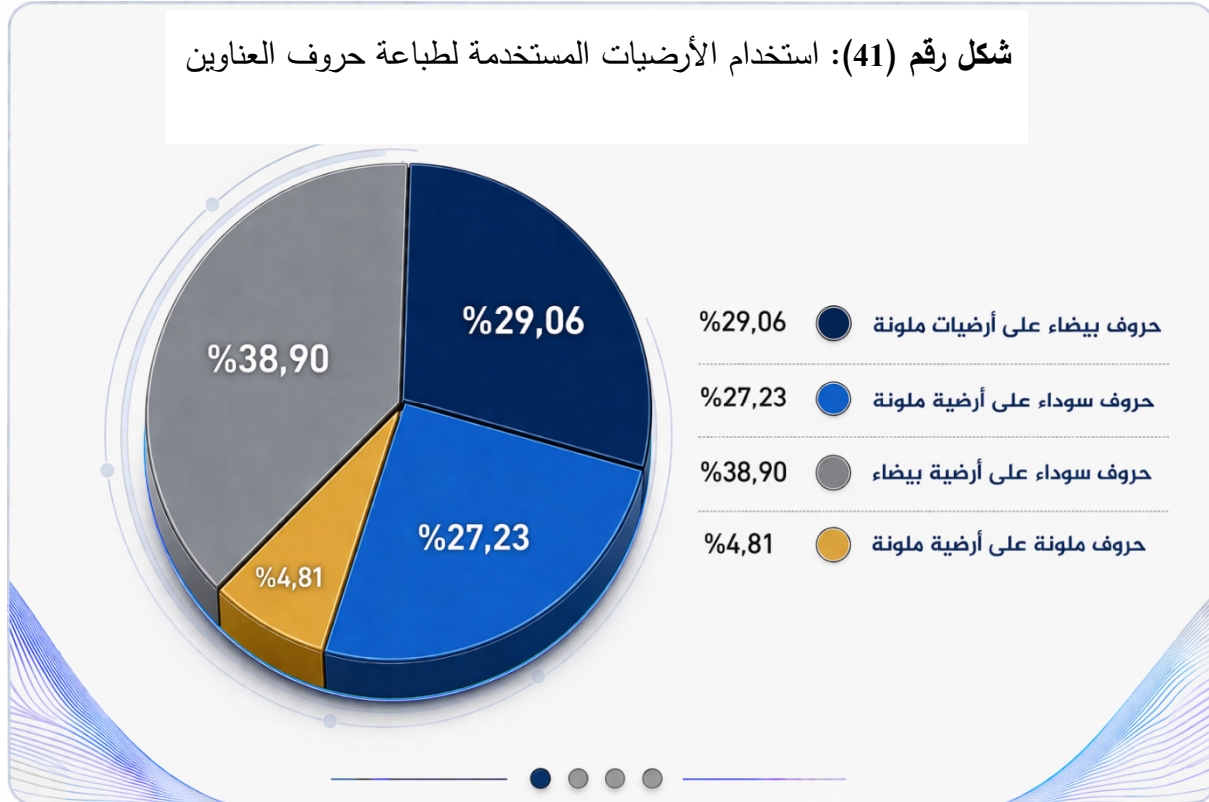
الاستنتاج:

نستنتج أن استخدام الألوان في العناوين يخضع لاعتبارات إخراجية متغيرة، حيث يتم توظيفه بشكل انتقائي لتحقيق التمييز البصري دون الإخلال بوضوح القراءة أو توازن الصفحة.

جدول رقم (39): استخدام الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين

استخدام الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين	التكرار	النسبة (%)
حروف بيضاء على أرضيات ملونة	127	29,06
حروف سوداء على أرضية ملونة	119	27,23
حروف سوداء على أرضية بيضاء	170	38,90
حروف ملونة على أرضية ملونة	21	4,81
المجموع	437	100

شكل رقم (41): استخدام الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (39) استخدام الأرضيات في طباعة حروف العناوين، حيث تتصدر حالة الحروف السوداء على أرضية بيضاء بنسبة 38,90% (170 تكرارًا من أصل 437)، تليها الحروف البيضاء على أرضيات ملونة بنسبة 29,06% (127 تكرارًا)، ثم الحروف السوداء على أرضية ملونة بنسبة 27,23% (119 تكرارًا)، في حين تسجل الحروف الملونة على أرضيات ملونة نسبة محدودة بلغت 4,81% (21 تكرارًا)، ما يعكس تنوعًا في أنماط التباين اللوني.

التعليق:

يبين هذا التوزيع أن اختيار الألوان في العناوين يرتبط أساساً بدرجة التباين بين الحرف والخلفية، حيث يظل النمط التقليدي المتمثل في الحروف السوداء على أرضية بيضاء هو الأكثر حضوراً نظراً لما يوفره من وضوح عالٍ وسهولة في القراءة، خاصة في العناوين التي تتطلب سرعة الإدراك، في المقابل فإن استخدام الحروف البيضاء أو السوداء فوق أرضيات ملونة يعكس توجهاً نحو تعزيز الجاذبية البصرية وإبراز بعض العناوين داخل الصفحة، دون التضحية الكاملة بعنصر الوضوح، أما الحروف الملونة على أرضيات ملونة فتظهر بنسبة ضعيفة، وهو أمر منطقي نظراً لما قد يسببه هذا النمط من تشويش بصري أو ضعف في التباين، ويكشف هذا التدرج في الاستخدام عن وعي بأهمية الموازنة بين التأثير البصري وقابلية القراءة.

الاستنتاج:

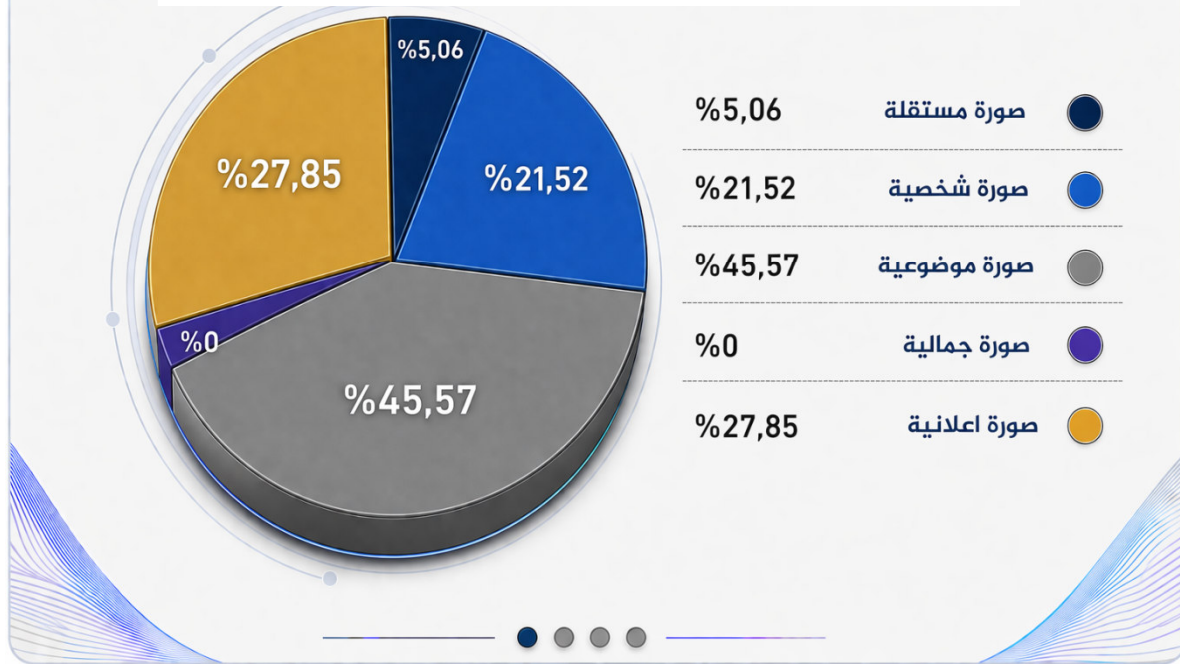
نستنتج أن توظيف الألوان في العناوين يقوم على تحقيق تباين واضح بين الحرف والخلفية، مع الحفاظ على النمط التقليدي كخيار أساسي، إلى جانب استخدام مدروس للأرضيات الملونة لإبراز بعض العناوين، بما يعكس توجهاً يجمع بين الوضوح والجاذبية البصرية.

6- دراسة تحليلية للصورة المنشورة:

جدول رقم (40): أنواع الصور المنشورة في الصحيفة

النسبة (%)	التكرار	نوع الصورة
5,06	8	صورة مستقلة
21,52	34	صورة شخصية
45,57	72	صورة موضوعية
00	00	صورة جمالية
27,85	44	صورة اعلانية
100	158	المجموع

شكل رقم (42): أنواع الصور المنشورة في الصحيفة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (40) أنواع الصور المنشورة في الصحيفة، حيث تصدر الصور الموضوعية بنسبة 45,57% (72 صورة من أصل 158)، تليها الصور الإعلانية بنسبة 27,85% (44 صورة)، ثم الصور الشخصية بنسبة 21,52% (34 صورة)، في حين تظهر الصور المستقلة بنسبة محدودة بلغت 5,06% (8 صور)، مع غياب تام للصور الجمالية بنسبة 0%.

التعليق:

يعكس هذا التوزيع تركيزًا واضحًا على الصور المرتبطة بالمحتوى الإخباري، إذ تحتل الصور الموضوعية المرتبة الأولى، وهو ما يتماشى مع طبيعة الصحافة التي تعتمد على الصورة كوسيلة توثيق وتوضيح للأحداث، كما أن الحضور اللافت للصور الإعلانية يدل على استثمار الصفحة في البعد التجاري إلى جانب الوظيفة الإعلامية، في حين تؤدي الصور الشخصية دورًا مكملًا من خلال إبراز الفاعلين أو الشخصيات المرتبطة بالأخبار، أما محدودية الصور المستقلة وغياب الصور الجمالية فيشير إلى تراجع البعد الفني أو الجمالي

لصالح الاستخدام الوظيفي المباشر للصورة، بحيث تخدم المضمون أكثر مما تسعى لإضفاء قيمة جمالية مستقلة.

الاستنتاج:

نستنتج أن توظيف الصور في الصحيفة يغلب عليه الطابع الوظيفي المرتبط بالمحتوى الإخباري والإعلاني، مع حضور ثانوي للصور الشخصية، مقابل غياب واضح للبعد الجمالي، وهو ما يعكس توجهاً يركز على المعلومة والتأثير أكثر من الجانب الفني.

جدول رقم (41): أنواع الصور من حيث اللون

أنواع الصور من حيث اللون	التكرار	النسبة (%)
صورة ملونة	156	98,73
صورة غير ملونة	2	1,27
المجموع	158	100



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (41) أنواع الصور من حيث اللون، حيث تهيمن الصور الملونة بنسبة 98,73% (156 صورة من أصل 158)، في مقابل حضور شبه منعدم للصور غير الملونة بنسبة 1,27% (صورتان فقط)، وهو ما يعكس تقوُّلاً كاسحاً للنمط الملون.

التعليق:

يدلّ التفاوت الكبير على أن الصورة الملونة أصبحت الخيار المعتمد بشكل شبه حصري، نظراً لما توفره من واقعية أعلى وقدرة أكبر على جذب الانتباه ونقل تفاصيل الحدث بدقة، خاصة في سياق التنافس البصري بين وسائل الإعلام، كما أن الاعتماد على اللون يعزز من وضوح العناصر داخل الصورة ويساعد القارئ على التفاعل معها بسرعة، في المقابل فإن الوجود المحدود جداً للصور غير الملونة قد يرتبط بحالات خاصة، مثل صور أرشيفية أو اعتبارات تقنية، دون أن يعكس توجهاً عاماً في الإخراج.

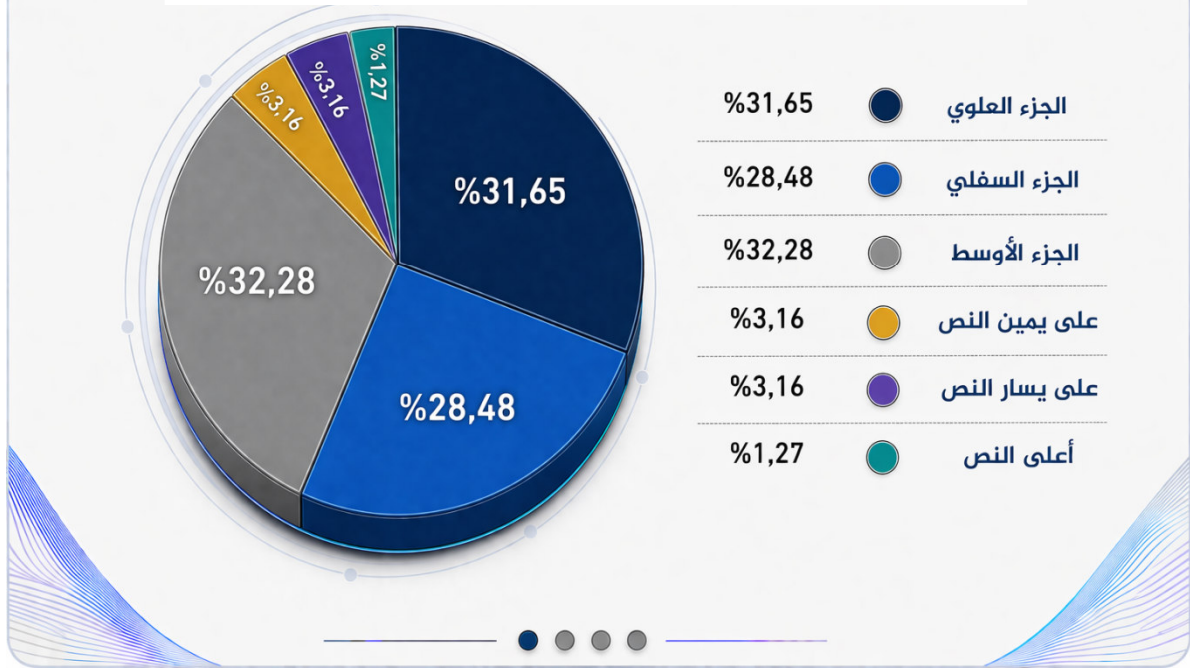
الاستنتاج:

نستنتج أن الصورة الملونة تمثل النمط السائد في الصحافة، حيث يتم الاعتماد عليها بشكل شبه كامل لما توفره من قيمة بصرية وتواصلية، في حين يظل استخدام الصور غير الملونة هامشياً ومحصوراً في حالات محدودة.

جدول رقم (42): موقع الصور على الصفحة

النسبة (%)	التكرار	موقع الصور على الصفحة
31,65	50	الجزء العلوي
28,48	45	الجزء السفلي
32,28	51	الجزء الأوسط
3,16	5	على يمين النص
3,16	5	على يسار النص
1,27	2	أعلى النص
100	158	المجموع

شكل رقم (44): موقع الصور على الصفحة



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (42) موقع الصور على الصفحة، حيث تتوزع الصور بشكل متقارب بين الجزء الأوسط بنسبة 32,28% (51 صورة من أصل 158)، والجزء العلوي بنسبة 31,65% (50 صورة)، ثم الجزء السفلي بنسبة 28,48% (45 صورة)، في حين تسجل المواقع المرتبطة بالنص نسباً ضعيفة، إذ تظهر الصور على يمين النص ويساره بنسبة متساوية بلغت 3,16% (5 صور لكل منهما)، بينما تأتي الصور أعلى النص بنسبة 1,27% (صورتان فقط).

التعليق:

يعكس هذا التوزيع انتشار الصور عبر مختلف أجزاء الصفحة دون تركز صارم في موقع واحد، ما يدل على مرونة في توظيفها وفق طبيعة المادة ومساحة الإخراج، كما أن تقارب النسب بين الأعلى والوسط والأسفل يشير إلى أن الصورة تُستخدم كعنصر موازن داخل البناء العام للصفحة، وليس مجرد إضافة ثانوية في موقع محدد، في المقابل فإن ضعف تموضع الصور بجانب النص أو أعلاه يكشف عن عدم الاعتماد على الإدماج المباشر بين الصورة والنص، بل يتم الفصل بينهما في أغلب الحالات، وهو ما يمنح كل عنصر استقلالية بصرية أوضح.

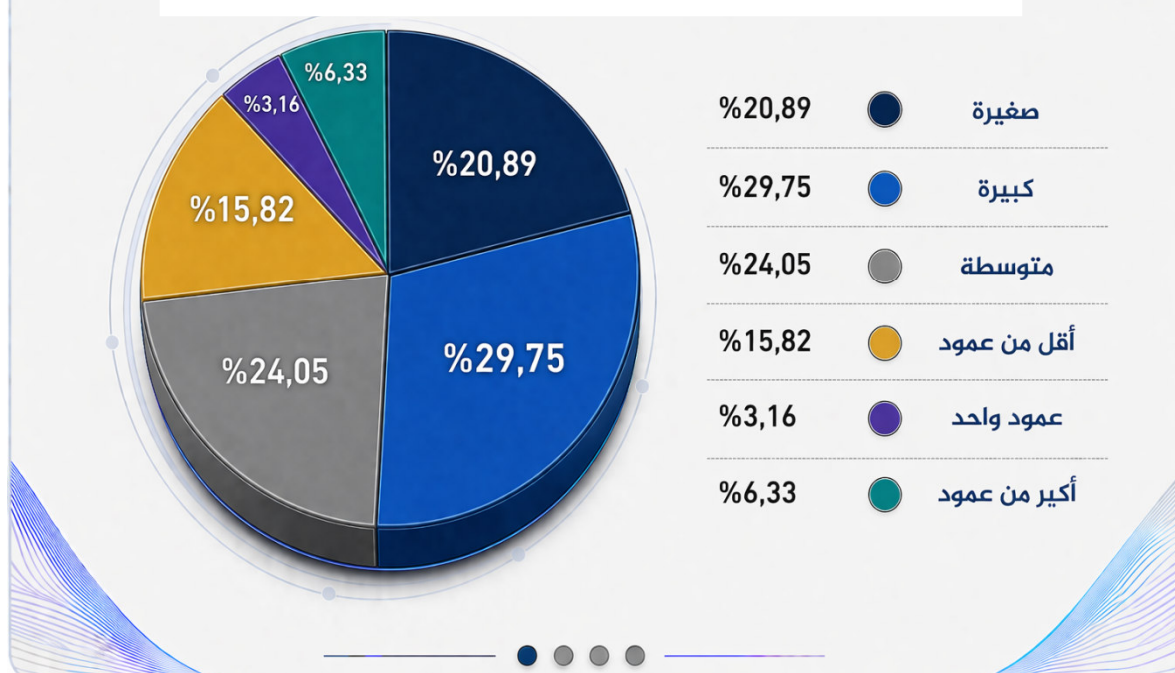
الاستنتاج:

نستنتج أن توزيع الصور داخل الصفحة يقوم على الانتشار والتوازن بين مختلف المواقع، مع ميل إلى الفصل بينها وبين النص، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى تنظيم العناصر بصرياً ومنح كل منها حيزاً واضحاً داخل الصفحة.

جدول رقم (43): مساحة الصورة المنشورة في الصفحة الأولى

النسبة (%)	التكرار	مساحة الصورة المنشورة في الصفحة الأولى
20,89	33	صغيرة
29,75	47	كبيرة
24,05	38	متوسطة
15,82	25	أقل من عمود
3,16	5	عمود واحد
6,33	10	أكبر من عمود
100	158	المجموع

شكل رقم (45): مساحة الصورة المنشورة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (43) مساحة الصور المنشورة في الصفحة الأولى، حيث تتصدر الصور الكبيرة بنسبة 29,75% (47 صورة من أصل 158)، تليها الصور المتوسطة بنسبة 24,05% (38 صورة)، ثم الصور الصغيرة بنسبة 20,89% (33 صورة)، كما تظهر فئة الصور الأقل من عمود بنسبة 15,82% (25 صورة)، في حين تسجل الصور التي تمتد على عمود واحد نسبة 3,16% (5 صور)، وتلك التي تتجاوز عموداً واحداً بنسبة 6,33% (10 صور)، وهو ما يعكس تنوعاً في أحجام الصور دون هيمنة مطلقة لنمط واحد.

التعليق:

يكشف هذا التوزيع عن اعتماد مقاربة مرنة في تحديد مساحة الصور، إذ تُستخدم الأحجام المختلفة وفق أهمية المادة الصحفية ومكانها داخل الصفحة، فارتفاع نسبة الصور الكبيرة يشير إلى تخصيص مساحة بارزة للصور ذات القيمة الإخبارية أو التأثير البصري القوي، في حين تسمح الصور المتوسطة والصغيرة بملء الفراغات وتنظيم التوازن داخل الصفحة دون إحداث ازدحام بصري، كما أن تعدد التصنيفات المرتبطة بالأعمدة يعكس تعاملًا عملياً مع المساحة الطباعية، حيث يتم ضبط حجم الصورة بما يتناسب مع بنية الأعمدة، بدل الالتزام بحجم موحد، وهو ما يمنح الإخراج مرونة في التوزيع والتنسيق.

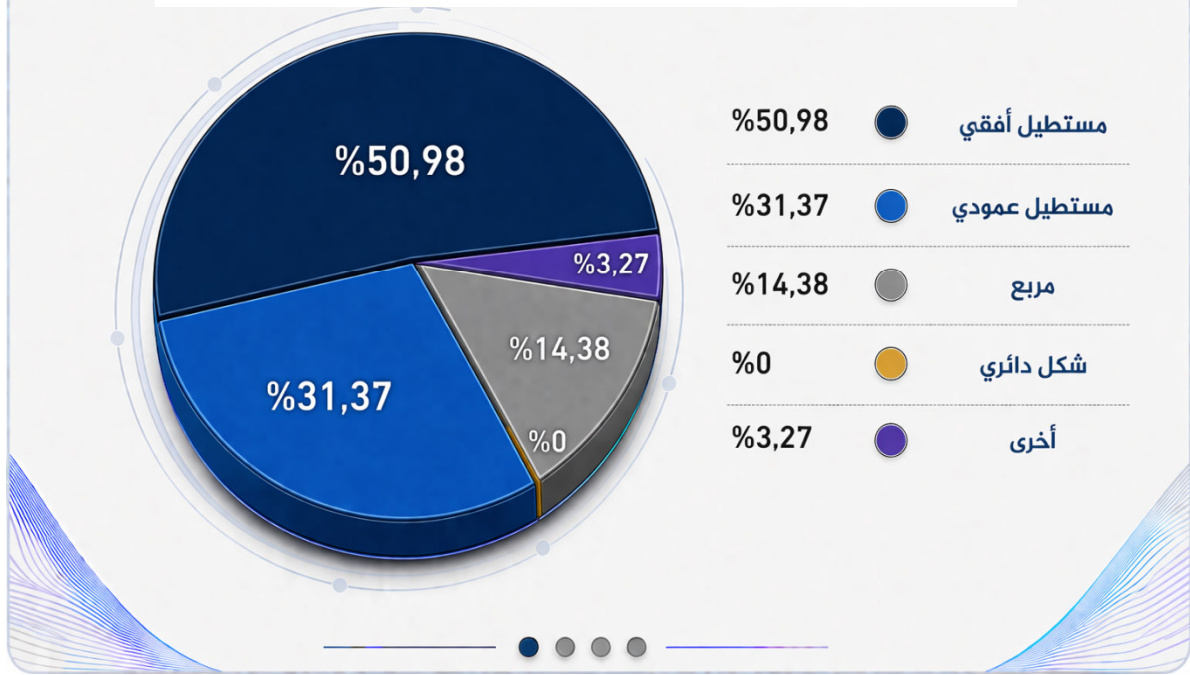
الاستنتاج:

نستنتج أن مساحة الصور تُحدد وفق اعتبارات وظيفية وإخراجية مرتبطة بأهمية المحتوى وتنظيم الصفحة، مع تنوع واضح في الأحجام يساهم في تحقيق التوازن البصري وتقادي النمطية في عرض الصور.

جدول رقم (44): الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى

النسبة (%)	التكرار	الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى
50,98	78	مستطيل أفقي
31,37	48	مستطيل عمودي
14,38	22	مربع
00	00	شكل دائري
3,27	5	أخرى
100	153	المجموع

شكل رقم (46): الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (44) الأشكال الهندسية للصور المنشورة في الصفحة الأولى، حيث يتصدر الشكل المستطيل الأفقي بنسبة 50,98% (78 صورة من أصل 153)، يليه المستطيل العمودي بنسبة 31,37% (48 صورة)، ثم الشكل المربع بنسبة 14,38% (22 صورة)، في حين تسجل الأشكال الأخرى نسبة محدودة بلغت 3,27% (5 صور)، مع غياب تام للشكل الدائري.

التعليق:

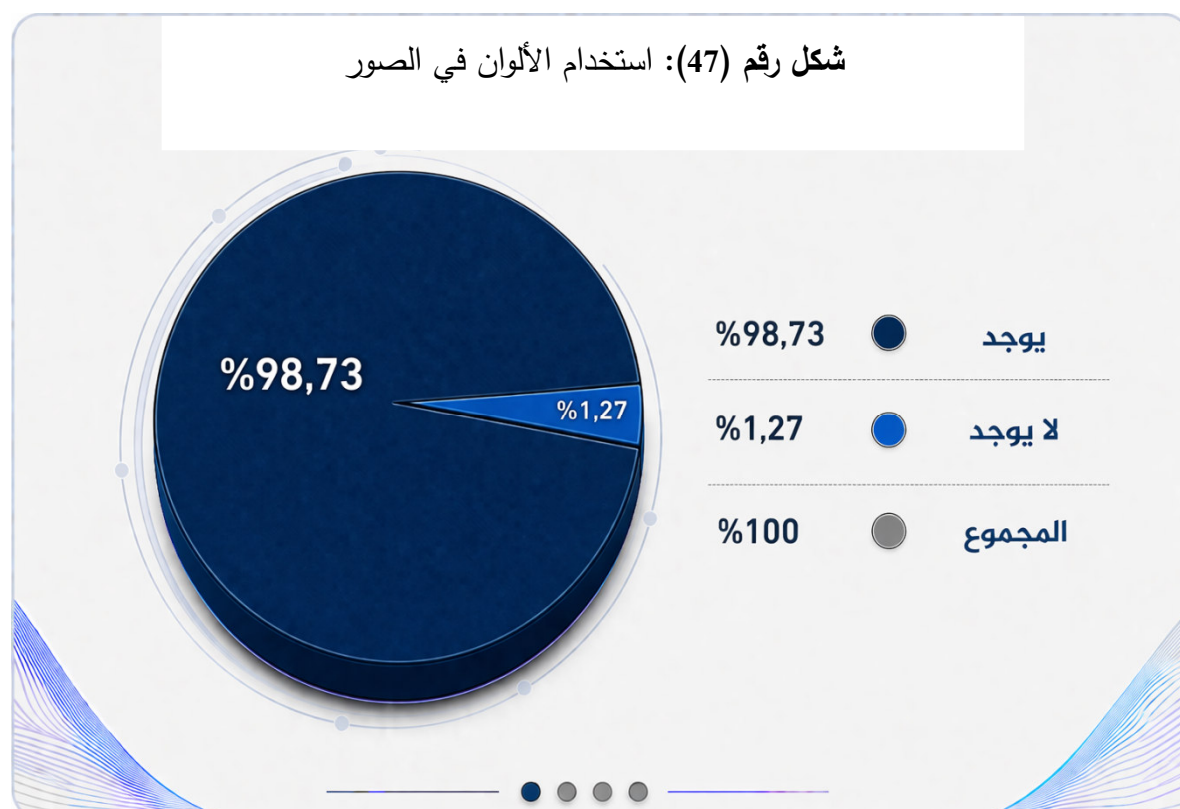
يبرز من هذا التوزيع تفضيل واضح للأشكال المستطيلة، خاصة الأفقية منها، وهو اختيار يرتبط بطبيعة الصور الصحفية التي تميل إلى عرض مشاهد واسعة أو لقطات جماعية، كما يتماشى هذا الشكل مع امتداد الأعمدة داخل الصفحة، مما يسهل إدماج الصورة ضمن البناء العام دون إحداث خلل بصري، في المقابل فإن حضور المستطيل العمودي يعكس استخدامه في حالات محددة، غالباً لصور الشخصيات أو العناصر التي تتطلب امتداداً رأسياً، أما الشكل المربع فيبقى خياراً أقل شيوعاً نظراً لحياده البصري، في حين أن غياب الشكل الدائري يدل على عدم تبني الأشكال غير التقليدية، والالتزام بأنماط بسيطة وعملية تسهل التنسيق وتدعم وضوح العرض.

الاستنتاج:

نستنتج أن إخراج الصور يعتمد أساسًا على الأشكال المستطيلة، خاصة الأفقية، لما توفره من انسجام مع بنية الصفحة وسهولة في التوظيف، وهو ما يعكس توجهًا عمليًا يفضل البساطة والوضوح على التنوع الشكلي.

جدول رقم (45): استخدام الألوان في الصور

النسبة (%)	التكرار	استخدام الألوان في الصور
98,73	156	يوجد
1,27	2	لا يوجد
100	158	المجموع



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (45) استخدام الألوان في الصور، حيث تظهر الأغلبية الساحقة من الصور ملونة بنسبة 98,73% (156 صورة من أصل 158)، مقابل نسبة ضئيلة جدًا للصور غير الملونة بلغت 1,27% (صورتان فقط)، ما يعكس سيطرة شبه كاملة للصور الملونة.

التعليق:

يعكس هذا التوزيع تبيينًا واضحًا للصورة الملونة بوصفها الخيار الأساسي في النشر، نظرًا لما تمنحه من وضوح في التفاصيل وقوة في التأثير البصري، خاصة في سياق تسعى فيه الصحف إلى جذب انتباه القارئ بسرعة، كما أن اللون يسهم في نقل أجواء الحدث بشكل أقرب إلى الواقع ويعزز من قابلية التفاعل مع الصورة، في المقابل فإن الحضور المحدود جدًا للصور غير الملونة يبدو مرتبطًا بحالات خاصة، مثل الصور الأرشيفية أو تلك التي تفرضها طبيعة المصدر، دون أن يشكل ذلك توجهًا معتمدًا.

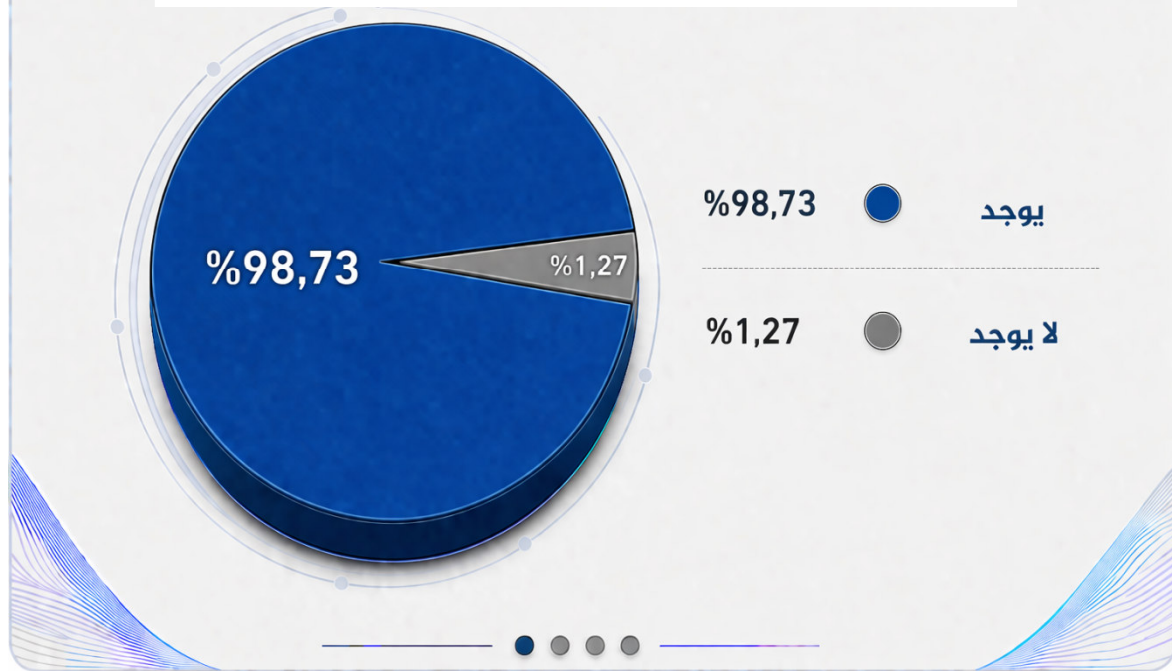
الاستنتاج:

نستنتج أن استخدام الألوان في الصور يمثل قاعدة أساسية في الإخراج، حيث يتم الاعتماد عليه بشكل شبه كلي لما يوفره من جاذبية وفعالية تواصلية، مع بقاء الصور غير الملونة في نطاق محدود واستثنائي.

جدول رقم (46): وجود تعليق في الصور

وجود تعليق في الصور	التكرار	النسبة (%)
يوجد	2	98,73
لا يوجد	156	1,27
المجموع	158	100

شكل رقم (48): وجود تعليق في الصور



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (46) وجود تعليق في الصور، حيث تظهر المعطيات أن الصور المصحوبة بتعليق تشكل النسبة الأكبر بـ 98,73% (156 صورة من أصل 158)، في حين تسجل الصور غير المصحوبة بتعليق نسبة ضعيفة بلغت 1,27% (صورتان فقط)، وهو ما يعكس حضوراً شبه كامل لهذا العنصر.

التعليق:

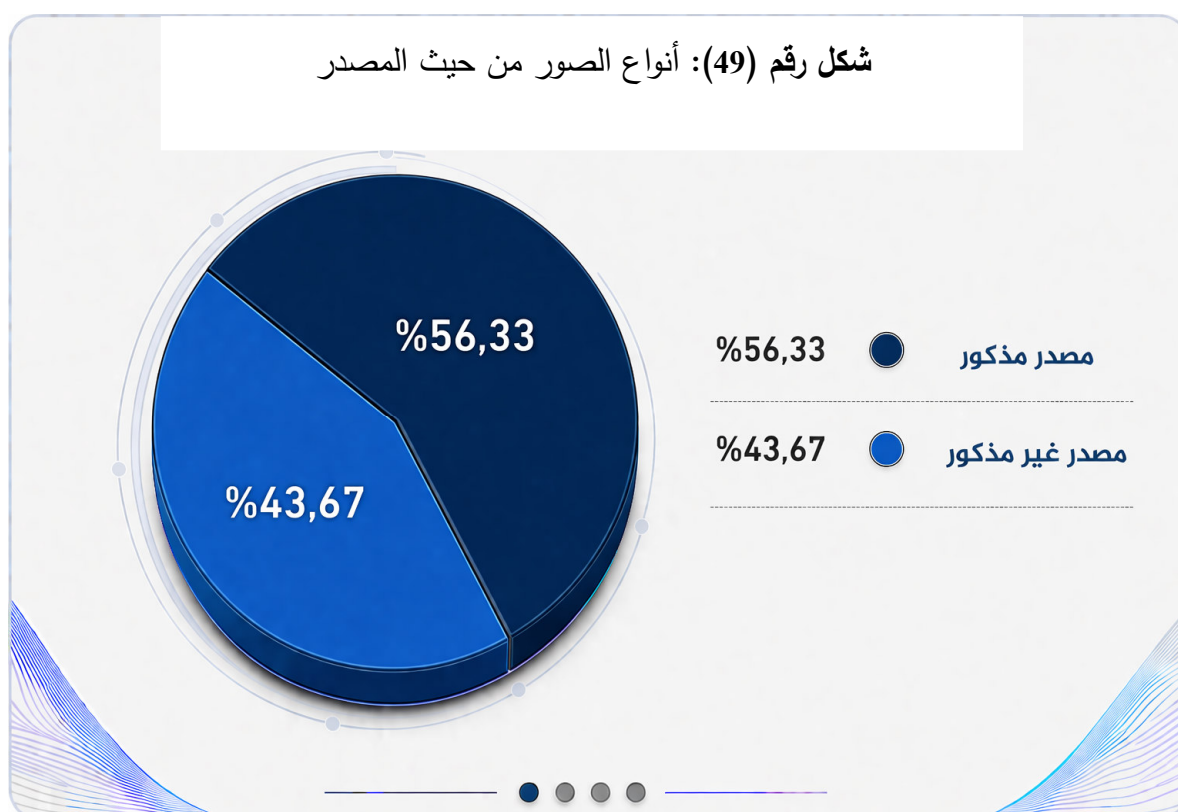
يعكس الارتفاع الكبير في نسبة الصور المرفقة بتعليق أهمية النص التفسيري المصاحب للصورة داخل الصفحة الأولى، إذ لا تُترك الصورة وحدها لتأويل القارئ، بل يتم توجيه معناها وتحديد سياقها من خلال التعليق، وهو ما يعزز من وضوح الرسالة الإعلامية ويقلل من احتمالات سوء الفهم، كما يسهم التعليق في تقديم معلومات إضافية قد لا تظهر في الصورة نفسها، مثل تحديد المكان أو الزمان أو هوية الأشخاص، في المقابل فإن غياب التعليق في حالات نادرة يشير إلى أن بعض الصور تكون واضحة بذاتها أو لا تحتاج إلى شرح مرفق، دون أن يشكل ذلك توجهاً عاماً.

الاستنتاج:

نستنتج أن التعليق يُعد عنصرًا ملازمًا للصورة في أغلب الحالات، لما يؤديه من دور تكميلي في تفسير المحتوى وتعزيز دلالاته، وهو ما يعكس توجهاً نحو تحقيق وضوح أكبر في الاتصال البصري داخل الصفحة الأولى.

جدول رقم (47): أنواع الصور من حيث المصدر

أنواع الصور من حيث المصدر	التكرار	النسبة (%)
مصدر مذكور	89	56,33
مصدر غير مذكور	69	43,67
المجموع	158	100



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (47) أنواع الصور من حيث المصدر، حيث تمثل الصور ذات المصدر المذكور نسبة 56,33% (89 صورة من أصل 158)، مقابل 43,67% (69 صورة) للصور التي لم يُذكر مصدرها، وهو ما يعكس تقارباً نسبياً بين الفئتين مع تفوق طفيف للصور الموثقة.

التعليق:

يشير هذا التوزيع إلى أن توثيق مصدر الصور حاضراً بدرجة معتبرة لكنه غير منتظم بشكل كامل، فذكر المصدر يعزز من مصداقية المحتوى ويحفظ الحقوق المهنية، خاصة في المواد الإخبارية التي تتطلب دقة وشفافية، في المقابل فإن النسبة غير القليلة للصور غير الموثقة قد ترتبط بطبيعة بعض الصور المنتجة داخلياً أو المعتمدة من أرشيف المؤسسة، أو ربما نتيجة إغفال في بعض الحالات، وهو ما يكشف عن تفاوت في الالتزام بمعايير التوثيق، ويعكس عدم تثبيت قاعدة صارمة في هذا الجانب.

الاستنتاج:

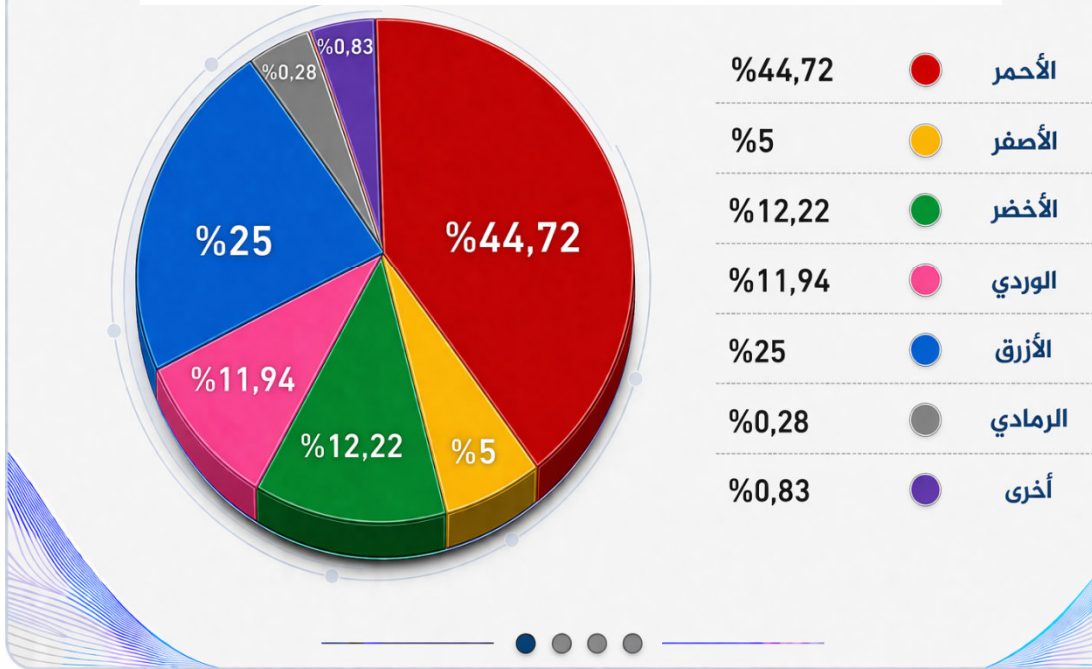
نستنتج أن توثيق مصدر الصور يشكل ممارسة حاضرة داخل الصحافة لكنه لا يرتقي إلى مستوى الالتزام المنهجي الكامل، حيث يظهر تباين واضح بين الصور الموثقة وغير الموثقة، وهو ما يعكس غياب توحيد صارم في معايير الإسناد، الأمر الذي قد يؤثر على مستوى المصداقية المهنية، ويطرح في الوقت نفسه الحاجة إلى ضبط أكبر لآليات التوثيق بما يضمن اتساق المعالجة الإعلامية واحترام الأصول المهنية في نشر الصور.

7- دراسة تحليلية للألوان المستخدمة في الصفحة الأولى:

جدول رقم (48): الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى

الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	التكرار	النسبة (%)
الأحمر	161	44,72
الأصفر	18	5
الأخضر	44	12,22
الوردي	43	11,94
الأزرق	90	25
الرمادي	1	0,28
أخرى	3	0,83
المجموع	360	100

شكل رقم (50): الأشكال الهندسية للصورة المنشورة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (48) الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى، حيث يتصدر اللون الأحمر بنسبة %44,72 (161 تكرارًا من أصل 360)، يليه اللون الأزرق بنسبة %25 (90 تكرارًا)، ثم اللون الأخضر بنسبة %12,22 (44 تكرارًا)، فاللون الوردي بنسبة %11,94 (43 تكرارًا)، في حين تسجل بقية الألوان نسبًا ضعيفة، إذ يظهر اللون الأصفر بنسبة %5 (18 تكرارًا)، والرمادي بنسبة %0,28 (تكرار واحد)، إلى جانب ألوان أخرى بنسبة %0,83 (3 تكرارات)، وهو ما يعكس تفاوتًا واضحًا في توظيف الألوان.

التعليق:

يكشف توزيع الألوان عن حضور قوي للألوان الدافئة وعلى رأسها الأحمر، الذي يُستخدم عادةً لجذب الانتباه وإبراز العناصر المهمة، وهو ما ينسجم مع طبيعة الصفحة الأولى التي تقوم على الإثارة البصرية وسرعة التأثير، في المقابل يحافظ اللون الأزرق على حضور معتبر لما يرتبط به من دلالات تتعلق بالثقة والهدوء، مما يخلق نوعًا من التوازن مع حدة الألوان الدافئة، كما أن استخدام الأخضر والوردي بنسب متقاربة يضيف تنوعًا بصريًا دون أن يطغى على البناء العام، أما الألوان الضعيفة الحضور مثل الرمادي فتُستخدم بشكل

محدود، غالباً لأغراض وظيفية أو ثانوية، ويظهر من هذا التوزيع أن اختيار الألوان لا يتم بشكل عشوائي، بل يخضع لمنطق يجمع بين الجذب البصري وتنظيم العناصر داخل الصفحة.

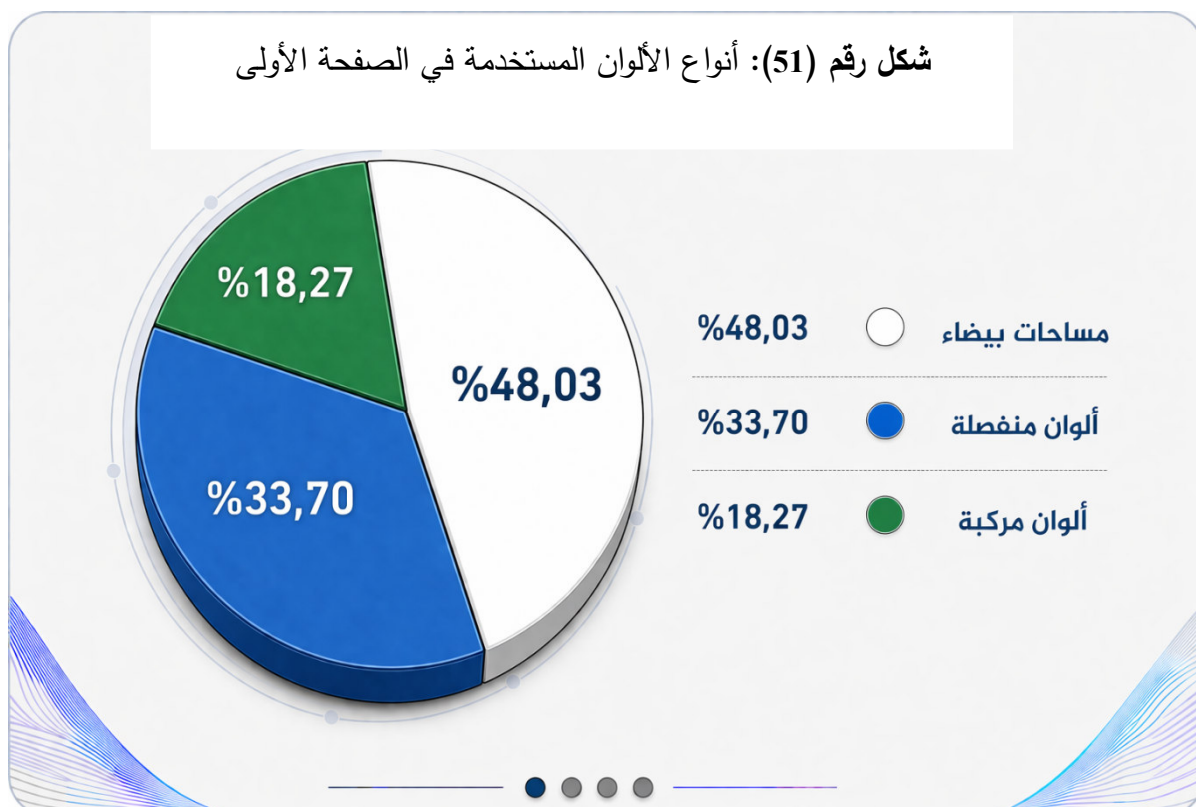
الاستنتاج:

نستنتج أن توظيف الألوان في الصفحة الأولى يقوم على مزيج مدروس بين الألوان الدافئة والجذابة والألوان الهادئة، بما يسمح بتحقيق توازن بين لفت الانتباه والحفاظ على وضوح القراءة، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً واعياً يوظف اللون كأداة أساسية في بناء التأثير البصري وتنظيم المحتوى.

دول رقم (49): أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى

أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	التكرار	النسبة (%)
مساحات بيضاء	305	48,03
ألوان منفصلة	214	33,70
ألوان مركبة	116	18,27
المجموع	635	100

شكل رقم (51): أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (49) أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى، حيث تتصدر المساحات البيضاء بنسبة 48,03% (305 تكرارات من أصل 635)، تليها الألوان المنفصلة بنسبة 33,70% (214 تكراراً)، ثم الألوان المركبة بنسبة 18,27% (116 تكراراً)، وهو ما يعكس تفاوتاً في طبيعة الاستخدام اللوني مع غلبة واضحة للمساحات البيضاء.

التعليق:

تعكس هيمنة المساحات البيضاء اعتماداً مقصوداً على الفراغ كعنصر بصري فاعل، إذ لا يُنظر إليه كمساحة غير مستغلة، بل كوسيلة لتنظيم الصفحة وتخفيف كثافتها، مما يسهم في إراحة عين القارئ وتسهيل تتبع العناصر، في المقابل فإن حضور الألوان المنفصلة بنسبة معتبرة يدل على استخدامها لإبراز عناصر محددة بشكل واضح دون تعقيد بصري، بينما يكشف توظيف الألوان المركبة عن محاولة لإضفاء تنوع وحيوية على الإخراج، لكن ضمن حدود لا تؤثر على وضوح القراءة، ويُفهم من هذا التوزيع أن الصفحة لا تعتمد على الإشباع اللوني المكثف، بل توازن بين الفراغ واللون لتحقيق انسجام بصري.

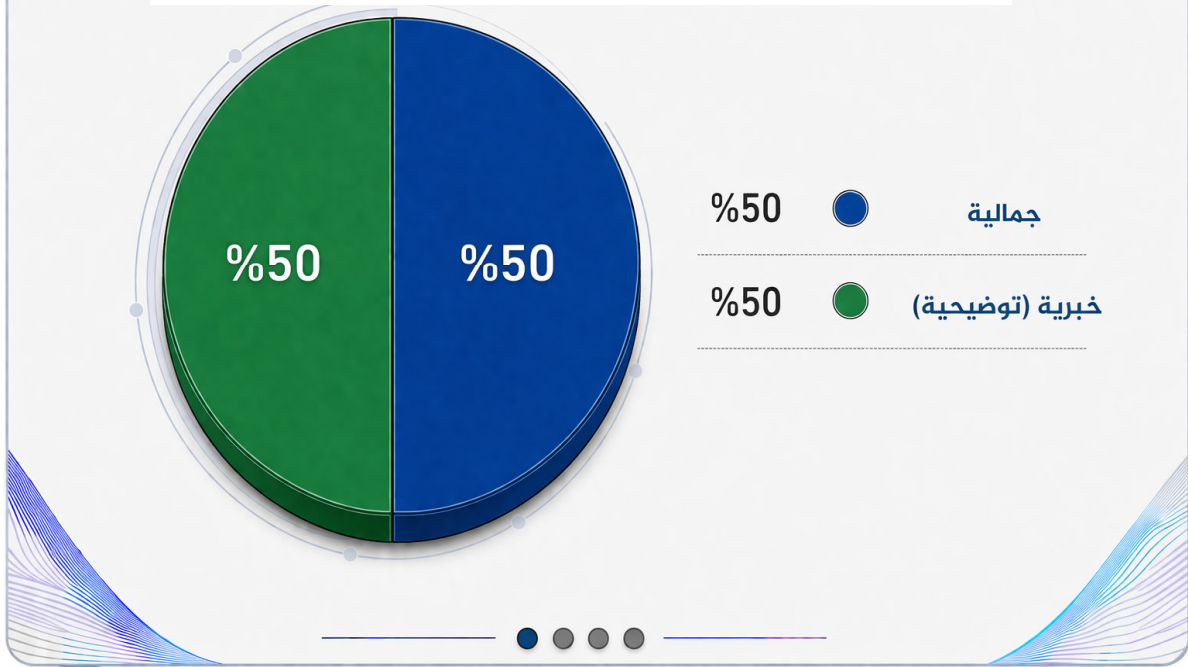
الاستنتاج:

نستنتج أن البناء اللوني للصفحة الأولى يركز بدرجة كبيرة على المساحات البيضاء، إلى جانب توظيف مدروس للألوان المنفصلة والمركبة، بما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى تحقيق التوازن بين الوضوح البصري والجاذبية دون الوقوع في الاكتظاظ اللوني.

جدول رقم (50): وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى

وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى	التكرار	النسبة (%)
جمالية	37	50
خبرية (توضيحية)	37	50
المجموع	74	100

شكل رقم (52): وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (50) وظيفة الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى، حيث تتوزع بالتساوي بين الوظيفة الجمالية والوظيفة الخبرية (التوضيحية)، إذ سجلت كل منهما نسبة 50% (37 تكرارًا لكل فئة من أصل 74)، وهو ما يعكس توازنًا عدديًا دقيقًا بين الوظيفتين.

التعليق:

لا يبدو هذا التساوي اعتباطيًا، بل يكشف عن مقاربة إخراجية تمنح اللون دورًا مزدوجًا؛ فهو لا يُستخدم فقط لإضفاء جاذبية شكلية على الصفحة، بل يؤدي في الوقت نفسه وظيفة تفسيرية تساعد على توضيح المحتوى وتمييز عناصره، فالألوان الجمالية تسهم في خلق انطباع بصري مشوق، بينما تتيح الألوان التوضيحية تنظيم المعلومات وتوجيه القارئ داخل الصفحة، ويلاحظ أن الجمع بين هاتين الوظيفتين يحدّ من اختزال اللون في بعد واحد، ويجعله عنصرًا فاعلاً في بناء المعنى وليس مجرد إضافة شكلية.

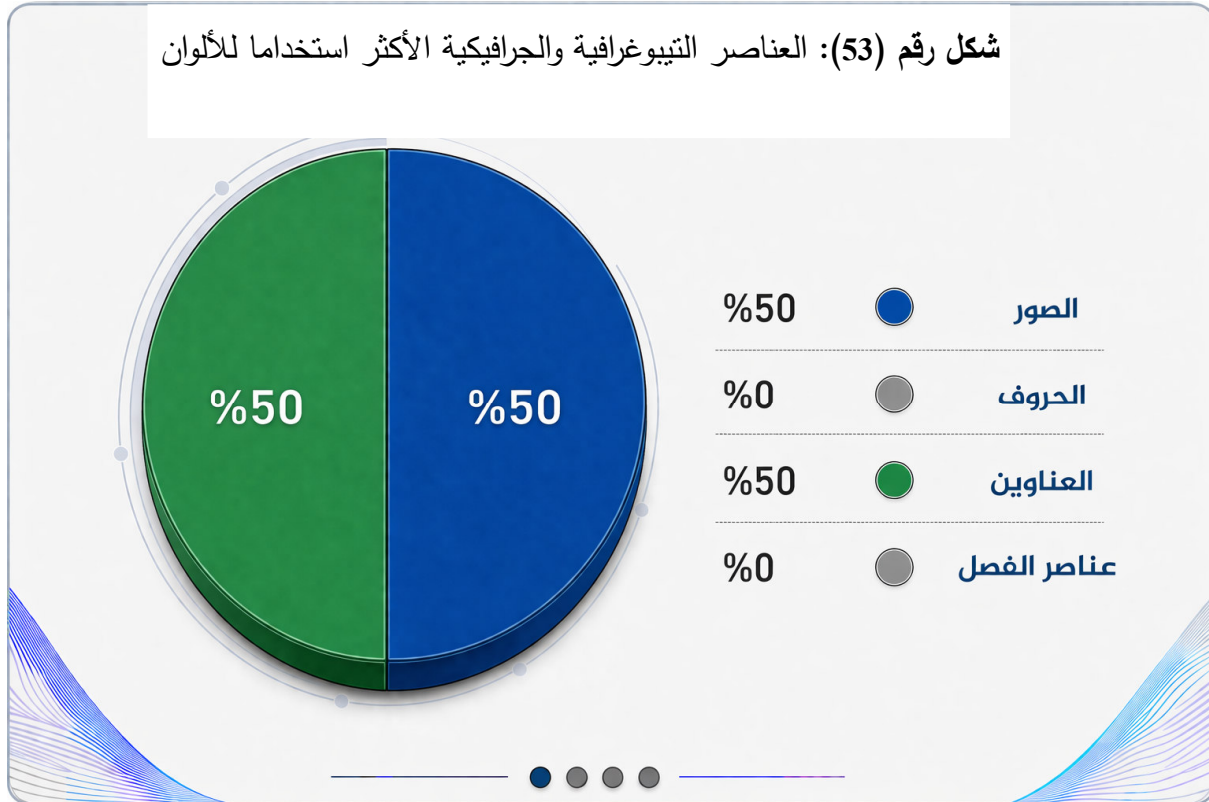
الاستنتاج:

نستنتج أن توظيف الألوان يقوم على تكامل بين البعد الجمالي والوظيفي، حيث يُستثمر اللون في آن واحد لجذب الانتباه وتوضيح المحتوى، وهو ما يعكس وعيًا إخراجيًا بدور اللون كوسيلة تأثير بصري ومعرفي داخل الصفحة الأولى.

جدول رقم (51): العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداماً للألوان

النسبة (%)	التكرار	العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداماً للألوان
50	35	الصور
00	00	الحروف
50	35	العناوين
00	00	عناصر الفصل
100	70	المجموع

شكل رقم (53): العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداماً للألوان



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (51) العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداماً للألوان، حيث تتوزع النسب بالتساوي بين الصور والعناوين بنسبة 50% لكل منهما (35 تكراراً لكل فئة من أصل 70)، في حين لم يُسجل أي استخدام للألوان في الحروف أو عناصر الفصل.

التعليق:

يبين هذا التوزيع أن توظيف اللون يتركز في العناصر الأكثر حضوراً وتأثيراً بصرياً داخل الصفحة، وهي الصور والعناوين، حيث يشكلان نقطتي الجذب الأساسيتين لعين القارئ،

فالصورة تعتمد على اللون بطبيعتها لنقل الواقع وإبراز التفاصيل، بينما تُستخدم الألوان في العناوين لتمييزها عن باقي النصوص ومنحها قوة بصرية أكبر، في المقابل فإن غياب اللون في الحروف داخل المتن وعناصر الفصل يشير إلى تفضيل الإبقاء على هذه العناصر في إطار بسيط ومحديد، حفاظاً على وضوح القراءة وعدم تشتيت الانتباه، ما يدل على توزيع وظيفي واعٍ للألوان وفق أهمية كل عنصر.

الاستنتاج:

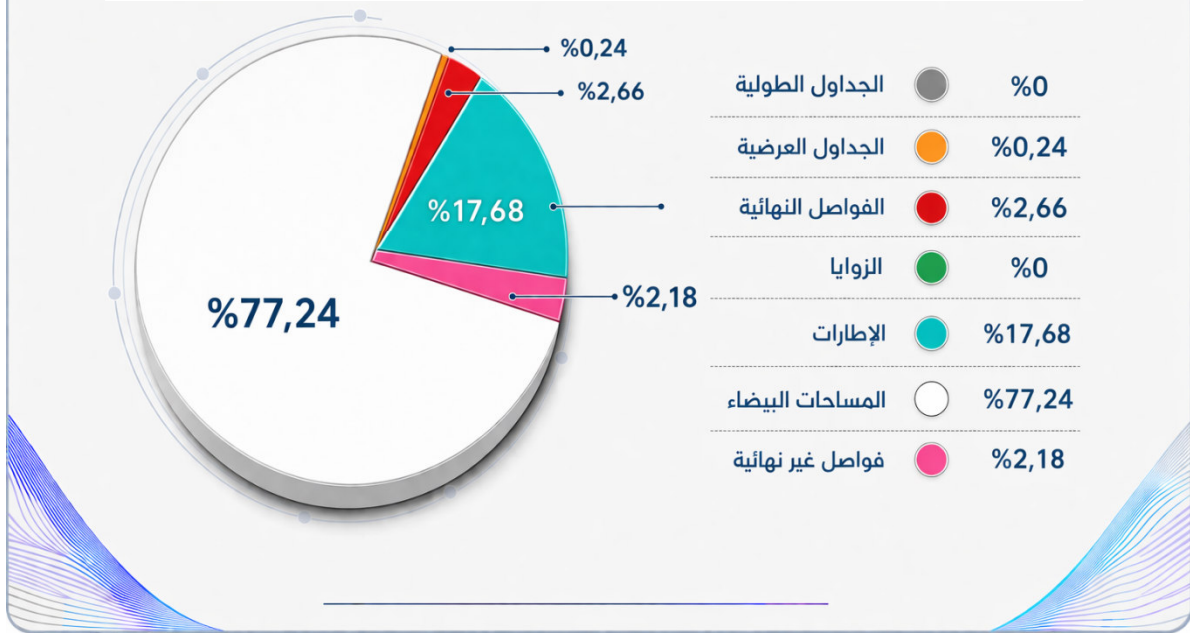
نستنتج أن استخدام الألوان يتركز في العناصر البارزة مثل الصور والعناوين، في حين يتم تحديد باقي العناصر، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى توجيه انتباه القارئ نحو النقاط الأساسية دون الإخلال بتوازن الصفحة أو وضوحها.

8- دراسة تحليلية لعناصر الفصل:

جدول (52): أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى

النسبة (%)	التكرار	وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى
00	00	الجدول الطولية
0,24	1	الجدول العرضية
2,66	11	الفواصل النهائية
00	0	الزوايا
17,68	73	الإطارات
77,24	319	المساحات البيضاء
2,18	9	فواصل غير نهائية
100	413	المجموع

شكل رقم (54): أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (52) أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى، حيث تتصدر المساحات البيضاء بنسبة 77,24% (319 تكرارًا من أصل 413)، تليها الإطارات بنسبة 17,68% (73 تكرارًا)، في حين تسجل الفواصل النهائية نسبة 2,66% (11 تكرارًا)، والفواصل غير النهائية بنسبة 2,18% (9 تكرارات)، أما الجداول العرضية فتظهر بنسبة ضعيفة جدًا بلغت 0,24% (تكرار واحد)، مع غياب تام لكل من الجداول الطولية والزوايا.

التعليق:

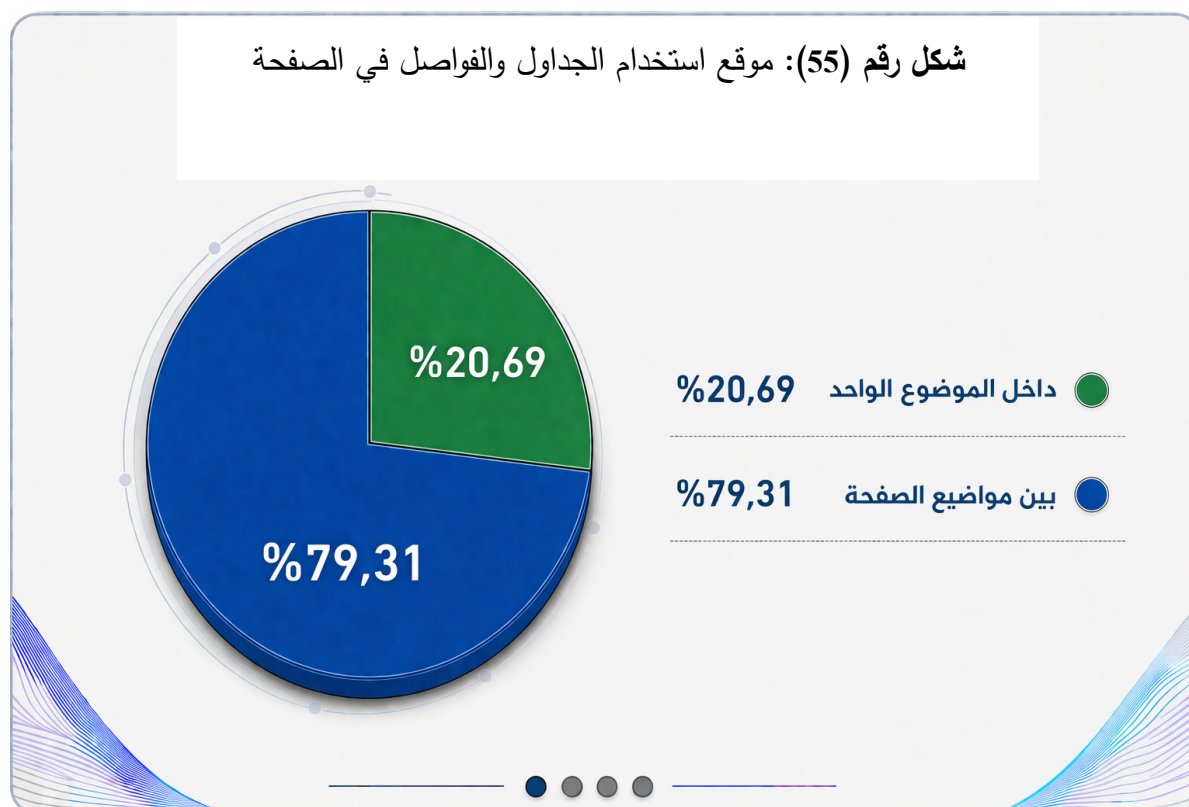
يعكس هذا التوزيع اعتمادًا واضحًا على المساحات البيضاء كأداة أساسية للفصل بين العناصر، وهو اختيار يعزز البساطة ويمنح الصفحة وضوحًا وتنفسًا بصريًا دون اللجوء إلى عناصر ثقيلة أو معقدة، كما أن حضور الإطارات بنسبة معتبرة يدل على استخدامها في الحالات التي تتطلب تحديدًا أو إبرازًا أقوى لبعض المواد، في حين يبقى استخدام الفواصل بمختلف أنواعها محدودًا، ما يشير إلى تراجع الاعتماد على الوسائل التقليدية للفصل لصالح حلول أكثر مرونة وهندسة بصريًا، أما غياب بعض الوسائل مثل الجداول الطولية والزوايا فيؤكد عدم تبني أساليب تقسيم صارمة أو زخرفية داخل الصفحة.

الاستنتاج:

نستنتج أن الفصل بين عناصر الصفحة يقوم أساساً على المساحات البيضاء مع دعم محدود بالإطارات، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل البساطة والوضوح البصري على كثافة أدوات الفصل التقليدية.

جدول (53): موقع استخدام الجداول والفواصل في الصفحة

النسبة (%)	التكرار	استخدام الجداول والفواصل في الصفحة
20,69	6	داخل الموضوع الواحد
79,31	23	بين مواضيع الصفحة
100	29	المجموع



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (53) موقع استخدام الجداول والفواصل في الصفحة، حيث يتركز استخدامها أساساً بين مواضيع الصفحة بنسبة 79,31% (23 تكراراً من أصل 29)، في حين يظهر استخدامها داخل الموضوع الواحد بنسبة 20,69% (6 تكرارات)، ما يدل على تفاوت واضح في مواضع التوظيف.

التعليق:

يبين هذا التوزيع أن وظيفة الجداول والفواصل تتجه أساساً إلى الفصل بين الوحدات الكبرى للمحتوى، أي بين المواضيع المختلفة، أكثر من استخدامها داخل الموضوع نفسه، وهو ما يعزز وضوح البنية العامة للصفحة ويساعد القارئ على التمييز السريع بين المواد، كما أن محدودية استخدامها داخل الموضوع الواحد تشير إلى الاعتماد على وسائل أخرى لتنظيم النص داخلياً، مثل الفقرات أو العناوين الفرعية، دون الحاجة إلى إدخال فواصل إضافية قد تؤدي إلى تقطيع غير مبرر للمحتوى، ويظهر من ذلك أن هذه الوسائل تُستخدم في إطار تنظيمي عام أكثر من كونها أداة تفصيلية داخل النص.

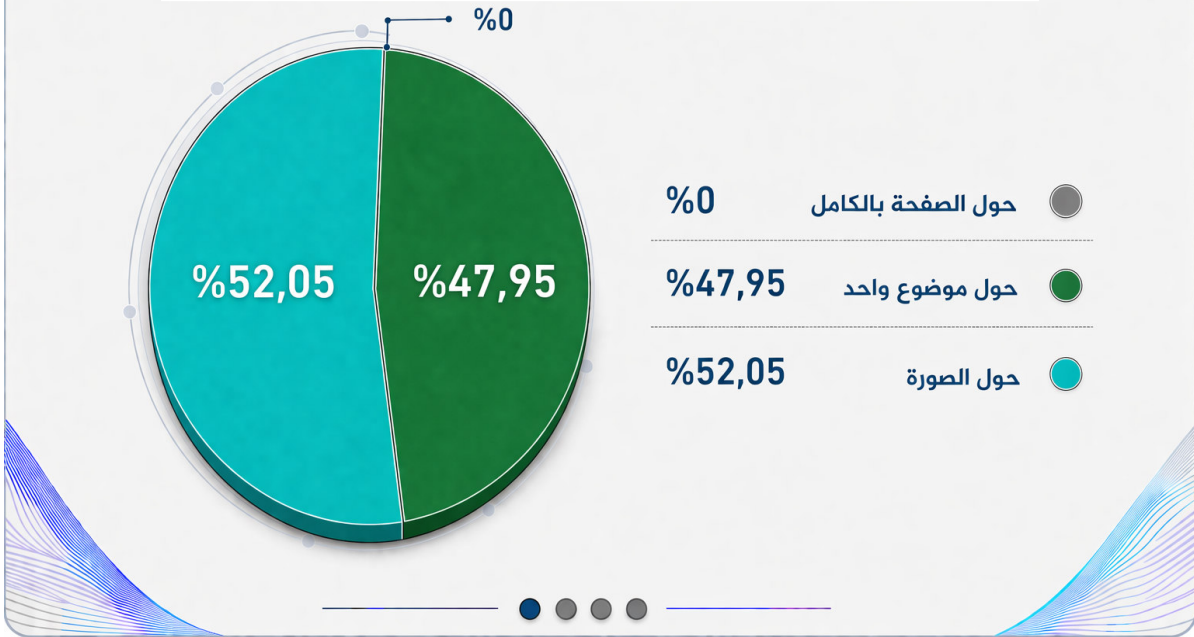
الاستنتاج:

نستنتج أن الجداول والفواصل تُوظف أساساً لتنظيم العلاقة بين المواضيع داخل الصفحة، بما يعزز وضوح التقسيم العام، مع استخدام محدود داخل الموضوع الواحد، وهو ما يعكس توجهاً يميز بين الفصل الكلي والتنظيم الداخلي للمحتوى.

جدول رقم (54): استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع

النسبة (%)	التكرار	استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع
00	0	حول الصفحة بالكامل
47,95	35	حول موضوع واحد
52,05	38	حول الصورة
100	73	المجموع

شكل رقم (56): استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (54) استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع، حيث يتركز استخدامها حول الصور بنسبة 52,05% (38 حالة من أصل 73)، تليها الإطارات الموضوعية حول موضوع واحد بنسبة 47,95% (35 حالة)، في حين لم يُسجل أي استخدام للإطارات التي تحيط بالصفحة بالكامل.

التعليق:

يُظهر هذا التوزيع أن الإطار يُوظف أساسًا في نطاقات جزئية ومحددة داخل الصفحة، سواء لتأطير الصور أو لتحديد موضوع بعينه، وهو ما يمنحه وظيفة إبرازية تساعد على جذب الانتباه إلى عناصر معينة دون التأثير على توازن الصفحة ككل، كما أن تقارب النسب بين تأطير الصور والمواضيع يدل على أن هذا العنصر لا يقتصر على نوع واحد من المحتوى، بل يُستخدم بمرونة بحسب الحاجة، في المقابل فإن غياب الإطارات الشاملة للصفحة يعكس تجنب الأساليب الثقيلة التي قد تعيق الانسيابية البصرية، والاتجاه بدلًا من ذلك نحو إبراز انتقائي يحافظ على بساطة التصميم.

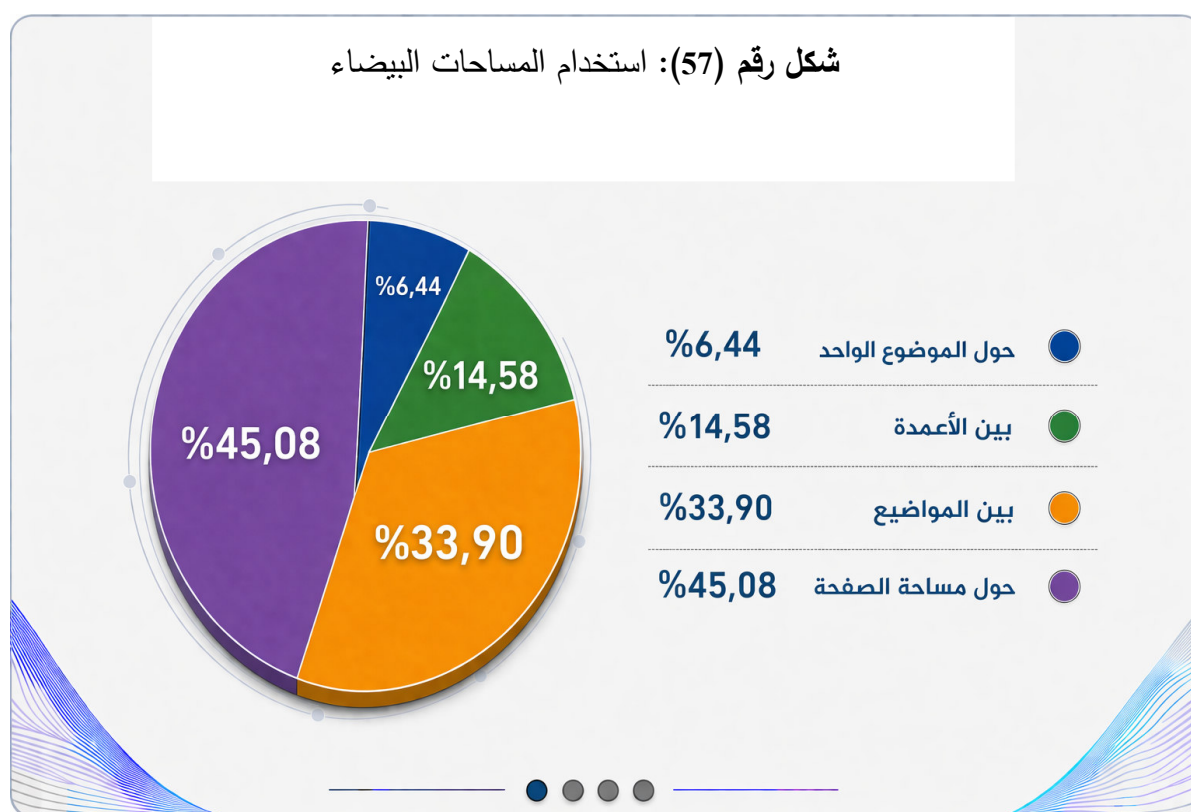
الاستنتاج:

نستنتج أن الإطارات تُستخدم بشكل موضعي لتأطير الصور أو بعض المواضيع، دون اللجوء إلى تأطير الصفحة ككل، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل الإبراز الجزئي والحفاظ على خفة البناء البصري.

جدول رقم (55): استخدام المساحات البيضاء

النسبة (%)	التكرار	استخدام المساحات البيضاء
6,44	19	حول الموضوع الواحد
14,58	43	بين الأعمدة
33,90	100	بين المواضيع
45,08	133	حول مساحة الصفحة
100	295	المجموع

شكل رقم (57): استخدام المساحات البيضاء



وصف الجدول:

يوضح الجدول رقم (55) استخدام المساحات البيضاء، حيث تتصدر المساحات المحيطة بالصفحة بنسبة 45,08% (133 تكراراً من أصل 295)، تليها المساحات الفاصلة بين المواضيع بنسبة 33,90% (100 تكرار)، ثم المساحات بين الأعمدة بنسبة 14,58% (43 تكراراً)، في حين تظهر المساحات حول الموضوع الواحد بنسبة محدودة بلغت 6,44% (19 تكراراً)، ما يعكس تفاوتاً في توظيف الفراغ داخل الصفحة.

التعليق:

تبيّن هذه النتائج أن المساحات البيضاء تُستثمر أساساً على مستوى البنية العامة للصفحة، سواء عبر الإطار المحيط بها أو بين المواضيع المختلفة، وهو ما يساهم في تقليل الكثافة البصرية ومنح القارئ شعوراً بالوضوح والتنظيم، كما أن هذا الاستخدام الواسع للفراغ الخارجي يساعد على إبراز المحتوى وتحديد حدوده بشكل مريح، في المقابل فإن توظيف المساحات البيضاء داخل الموضوع الواحد يبقى محدوداً، مما يدل على أن تنظيم التفاصيل الداخلية للنص يعتمد على عناصر أخرى غير الفراغ، ويُفهم من ذلك أن المساحات البيضاء تؤدي دوراً هيكلياً أكثر منه تفصيلياً، حيث تُستخدم لضبط العلاقات بين الكتل الكبرى للمحتوى.

الاستنتاج:

نستنتج أن المساحات البيضاء تُوظف أساساً لتنظيم البنية العامة للصفحة وتحديد حدود المواضيع، أكثر من استخدامها داخل النصوص، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يركز على وضوح التقسيم العام وتخفيف الاكتظاظ البصري.

نتائج الدراسة التحليلية

1. إن التركيب الشكلي للافتات يقوم أساساً على نموذج معلوماتي مركب، يهدف إلى تعزيز الوضوح والتأطير الزمني للموضوع، وهو ما يعكس توجهاً نحو الإخبار والتفسير أكثر من التركيز على الاختزال أو البعد الرمزي.
2. نستنتج أن موقع اللافتة يخضع لقاعدة إخراجية ثابتة تقوم على تموضعها في الجهة اليسرى حصرياً، وهو ما يعكس توجهاً نحو توحيد البنية الشكلية للصفحة وتعزيز الانسجام والتنظيم في العرض البصري.
3. يشكل اللون مكوناً جوهرياً في تصميم اللافتات، حيث يتم الاعتماد عليه بشكل شبه كلي لما يوفره من قيمة جمالية ووظيفية تسهم في تحسين الإخراج البصري وتعزيز فاعلية الاتصال مع القارئ.
4. إن الصحيفة تتبنى سياسة طباعية موحدة في تصميم اللافتات، تركز على استخدام خط واحد بشكل شبه حصري، بما يعزز الانسجام البصري ويكرس هوية إخراجية ثابتة، على حساب التنوع في الأساليب الطباعية.
5. إن تصميم اللافتات يميل إلى التوسيع الأفقي الواضح من خلال الامتداد على أكثر من عمودين، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز الحضور البصري للفتة وجعلها عنصراً بارزاً ومؤثراً في إخراج الصفحة.
6. من خلال الدراسة نجد أن الترويسة تعتمد في بنائها على وجود أذن واحدة كخيار إخراجي مفضل، لما يوفره من توازن بصري وتنظيم في عرض العناصر، وهو ما يعكس توجهاً نحو البساطة المدروسة في تصميم الصفحة الأولى.
7. إن الأذنين تُستخدمان أساساً كامتداد للمحتوى التحريري داخل الصفحة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز البعد الإخباري وتكثيف المضامين في مختلف أجزاء الترويسة، مع حضور ثانوي لأنماط أخرى من المحتوى.
8. نستخلص أن موقع الأذن يخضع لنمط إخراجي موحد يتمثل في تموضعها على الجهة اليمنى من اللافتة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تحقيق الاتساق البصري وتنظيم توزيع العناصر داخل الصفحة بشكل مدروس.

9. نستنتج أن العنق يمثل عنصرًا هيكليًا ثابتًا في تصميم الصفحة، يتم توظيفه بشكل دائم لضمان الفصل والتنظيم البصري، وهو ما يعكس توجهًا إخراجيًا محافظًا يقوم على الاستقرار والوضوح أكثر من التجديد أو التنويع في البنية الشكلية.
10. وجدنا أن أبعاد العنق تخضع لقاعدة إخراجية ثابتة تقوم على الامتداد الكامل بعرض الصفحة، وهو ما يعكس توجهًا نحو تعزيز التنظيم البصري وتوحيد بنية الصفحة بما يضمن وضوحًا أكبر في توزيع العناصر وسهولة في التلقي.
11. تظهر النتائج أن العنق يُوظف بشكل منهجي كحامل لبيانات الجريدة، وهو ما يعكس توجهًا نحو تعزيز الهوية المؤسسية واستغلال جميع مكونات الصفحة لأداء وظائف إعلامية واضحة، بدل الاكتفاء بالدور الشكلي أو الجمالي فقط.
12. يقوم متن الصفحة الأولى على مزيج بين الخطوط التقليدية الواضحة والخطوط المتنوعة، في إطار توجه إخراجي يجمع بين قابلية القراءة من جهة، والتجديد البصري من جهة أخرى، بما يحقق توازنًا بين الوظيفة القرائية والجاذبية الشكلية.
13. يعتمد المتن أساسًا على الحروف المعتدلة كخيار طباعي رئيسي، مع توظيف محدود ومدرّوس للحروف المائلة لأغراض إبرازية، وهو ما يعكس توجهًا يوازن بين قابلية القراءة والتنويع البصري دون الإخلال بوظيفة النص الأساسية.
14. إن الحروف المائلة تُستخدم بشكل أساسي لأغراض إبرازية محددة، خاصة في الاقتباسات والفقرات المهمة، وهو ما يعكس توجهًا طباعياً وظيفياً يهدف إلى تنظيم النص وتوجيه القارئ دون الإخلال بانسيابية القراءة.
15. يعتمد المتن أساسًا على الأحجام الصغيرة لتحقيق كثافة معلوماتية، مع حضور محدود للأحجام المتوسطة وتوظيف انتقائي للتدرج في الحجم داخل النص، وهو ما يعكس توجهًا يوازن بين استيعاب المحتوى والحفاظ على قدر مقبول من الوضوح البصري.

16. تُستخدم الحروف الاستهلالية بشكل واسع لكنها غير إلزامية، حيث يتم توظيفها كأداة إبراز وتنظيم بصري وفق اعتبارات تحريرية وإخراجية، وهو ما يعكس توازناً بين الجانب الجمالي والوظيفي في تصميم نصوص الصفحة الأولى.
17. تعتمد النصوص أساساً على الحروف العادية لضمان قابلية القراءة، مع توظيف مدروس للحروف السوداء والتباين اللوني لأغراض إبرازية وتنظيمية، وهو ما يعكس توازناً بين الوظيفة القرائية والجاذبية البصرية في إخراج الصفحة الأولى.
18. إن اتساع سطور المتن لا يخضع لقاعدة ثابتة، بل يتم توظيفه بشكل مرن وفق متطلبات الإخراج، بما يعكس توجهاً يجمع بين الحفاظ على وضوح القراءة والاستغلال الأمثل للمساحة الطباعية.
19. يتم استخدام الألوان في حروف المتن بشكل مدروس يهدف إلى دعم إبراز بعض العناصر دون المساس بوظيفة القراءة، وهو ما يعكس توجهاً معتدلاً يجمع بين التأثير البصري والحفاظ على وضوح النص.
20. نستنتج أن الأرضيات الملونة ليست عنصراً أساسياً في إخراج المتن، بل تُستخدم بشكل محدود ومدروس لغرض إبراز عناصر محددة، وتنظيم الشكل العام، مع الحفاظ على النمط التقليدي الذي يضمن وضوح القراءة واستقرارها.
21. تقوم بنية العناوين أساساً على ثنائية العنوان الرئيس والتمهيدي، في إطار توجه يوازن بين الجذب والتفسير، مع حضور هامشي للعناوين الثانوية، بما يعكس ميلاً نحو البساطة والوضوح في تنظيم العناوين داخل الصفحة الأولى.
22. يقوم توزيع العناوين حسب الاتساع على تغليب الامتداد العمودي مع حضور ملحوظ للعناوين الممتدة، في إطار توجه يوازن بين استغلال المساحة الطباعية وتحقيق درجات متفاوتة من الإبراز البصري.

23. تُصاغ العناوين وفق أنماط متعددة دون هيمنة مطلقة لأي منها، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً مرناً يوازن بين وضوح العرض وتنوع الأساليب، بما يخدم اختلاف المضامين داخل الصفحة الأولى.

24. تعتمد العناوين بشكل شبه حصري على خط واحد، وهو Meta Pro، بما يعكس توجهاً نحو توحيد الهوية البصرية وضمان الاتساق في إخراج العناوين داخل الصفحة الأولى.

25. تتسم أحجام العناوين بالاعتدال، مع غلبة للأحجام الصغيرة والمتوسطة، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل التحكم في الكثافة البصرية وتحقيق التوازن داخل الصفحة بدل الاعتماد على التضخيم في الحجم كوسيلة أساسية للإبراز.

26. يخضع استخدام الألوان في العناوين لاعتبارات إخراجية متغيرة، حيث يتم توظيفه بشكل انتقائي لتحقيق التمييز البصري دون الإخلال بوضوح القراءة أو توازن الصفحة.

27. يقوم توظيف الألوان في العناوين على تحقيق تباين واضح بين الحرف والخلفية، مع الحفاظ على النمط التقليدي كخيار أساسي، إلى جانب استخدام مدروس للأرضيات الملونة لإبراز بعض العناوين، بما يعكس توجهاً يجمع بين الوضوح والجاذبية البصرية.

28. نستنتج أن توظيف الصور في الصحيفة يغلب عليه الطابع الوظيفي المرتبط بالمحتوى الإخباري والإعلاني، مع حضور ثانوي للصور الشخصية، مقابل غياب واضح للبعد الجمالي، وهو ما يعكس توجهاً يركز على المعلومة والتأثير أكثر من الجانب الفني.

29. تمثل الصورة الملونة النمط السائد في الصحيفة، حيث يتم الاعتماد عليها بشكل شبه كامل لما توفره من قيمة بصرية وتواصلية، في حين يظل استخدام الصور غير الملونة هامشياً ومحصوراً في حالات محدودة.

30. يقوم توزيع الصور داخل الصفحة على الانتشار والتوازن بين مختلف المواقع، مع ميل إلى الفصل بينها وبين النص، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى تنظيم العناصر بصرياً ومنح كل منها حيزاً واضحاً داخل الصفحة.

31. تُحدد مساحة الصور وفق اعتبارات وظيفية وإخراجية مرتبطة بأهمية المحتوى وتنظيم الصفحة، مع تنوع واضح في الأحجام يساهم في تحقيق التوازن البصري وتفادي النمطية في عرض الصور.

32. يركز إخراج الصور أساسًا على الأشكال المستطيلة، خاصة الأفقية، لما توفره من انسجام مع بنية الصفحة وسهولة في التوظيف، وهو ما يعكس توجهًا عمليًا يفضل البساطة والوضوح على التنوع الشكلي.

33. نستخلص أن استخدام الألوان في الصور يمثل قاعدة أساسية في الإخراج، حيث يتم الاعتماد عليه بشكل شبه كلي لما يوفره من جاذبية وفعالية تواصلية، مع بقاء الصور غير الملونة في نطاق محدود واستثنائي.

34. يعتبر التعليق عنصرًا ملازمًا للصورة في أغلب الحالات، لما يؤديه من دور تكميلي في تفسير المحتوى وتعزيز دلالاته، وهو ما يعكس توجهًا نحو تحقيق وضوح أكبر في الاتصال البصري داخل الصفحة الأولى.

35. يشكل توثيق مصدر الصور ممارسة حاضرة داخل الصحافة لكنه لا يرتقي إلى مستوى الالتزام المنهجي الكامل، حيث يظهر تباين واضح بين الصور الموثقة وغير الموثقة، وهو ما يعكس غياب توحيد صارم في معايير الإسناد، الأمر الذي قد يؤثر على مستوى المصداقية المهنية، وي طرح في الوقت نفسه الحاجة إلى ضبط أكبر لآليات التوثيق بما يضمن اتساق المعالجة الإعلامية واحترام الأصول المهنية في نشر الصور.

36. يقوم توظيف الألوان في الصفحة الأولى على مزيج مدروس بين الألوان الدافئة والجذابة والألوان الهادئة، بما يسمح بتحقيق توازن بين لفت الانتباه والحفاظ على وضوح القراءة، وهو ما يعكس توجهًا إخراجيًا واعيًا يوظف اللون كأداة أساسية في بناء التأثير البصري وتنظيم المحتوى.

37. يركز البناء اللوني للصفحة الأولى بدرجة كبيرة على المساحات البيضاء، إلى جانب توظيف مدروس للألوان المنفصلة والمركبة، بما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى تحقيق التوازن بين الوضوح البصري والجاذبية دون الوقوع في الاكتظاظ اللوني.
38. يعتمد توظيف الألوان على تكامل بين البعد الجمالي والوظيفي، حيث يُستثمر اللون في آن واحد لجذب الانتباه وتوضيح المحتوى، وهو ما يعكس وعياً إخراجياً بدور اللون كوسيلة تأثير بصري ومعرفي داخل الصفحة الأولى.
39. يتركز استخدام الألوان في العناصر البارزة مثل الصور والعناوين، في حين يتم تحديد باقي العناصر، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يهدف إلى توجيه انتباه القارئ نحو النقاط الأساسية دون الإخلال بتوازن الصفحة أو وضوحها.
40. ينبنى الفصل بين عناصر الصفحة أساساً على المساحات البيضاء مع دعم محدود بالإطارات، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل البساطة والوضوح البصري على كثافة أدوات الفصل التقليدية.
41. يتم توظيف الجداول والفواصل لتنظيم العلاقة بين المواضيع داخل الصفحة، بما يعزز وضوح التقسيم العام، مع استخدام محدود داخل الموضوع الواحد، وهو ما يعكس توجهاً يميز بين الفصل الكلي والتنظيم الداخلي للمحتوى.
42. تبين من خلال الدراسة أن الإطارات تُستخدم بشكل موضعي لتأطير الصور أو بعض المواضيع، دون اللجوء إلى تأطير الصفحة ككل، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يفضل الإبراز الجزئي والحفاظ على خفة البناء البصري.
43. نستخلص أن المساحات البيضاء تُوظف أساساً لتنظيم البنية العامة للصفحة وتحديد حدود المواضيع، أكثر من استخدامها داخل النصوص، وهو ما يعكس توجهاً إخراجياً يركز على وضوح التقسيم العام وتخفيف الاكتظاظ البصري.

النتائج العامة للدراسة:

- تسعى جريدة "El- Watan" إلى تقديم المضمون الجيد بأسلوب وبشكل إخراجي متميز عبر توظيف عنصر الصورة والعناوين والأرضيات، والدرجات اللونية المختلفة. وقد كانت المنافسة من أبرز الدوافع الدوافع وراء تطور أساليب الإنتاج الصحفي من آلات وماكينات طباعة، وورق وأحبار وألواح طباعية بمختلف أنواعها وأحجامها.
- إن المطبعة الحديثة تمثل أحد مجالات المنافسة مع الوسائل الإلكترونية الحديثة باعتبارها الدعامة الأساسية للمؤسسات الصحفية في المرحلة السابقة والراهنة والمستقبلية، وإن طول المدة الزمنية لم يعط مؤشرات قاطعة في نجاح هذا المتغير في ظلّ التقدّم التقني في مجال التجهيزات الفنية والبرامج المتطورة والمتلاحقة.
- إن سياسة الصحيفة التحريرية والإخراجية تتحكم في رؤية المخرج للصفحات المكلف بإعدادها، وأنه قد يُتاح له التوسّع في استخدام العناصر التيبوغرافية والجغرافية، وتوظيف المساحات البيضاء واتّساعات الصور في الموضوعات والأحداث الضخمة والكوارث التي يهتم الجمهور بمتابعتها يوميًا.
- إن العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الصحفي هي علاقة طردية، أي كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الصحفي في مختلف المجالات.
- ساعد التطور في استخدام تقنيات الإنتاج الطباعي في مرحلة الاعتماد على التقنيات الحديثة على زيادة نشر الإعلانات الملونة بالجريدة.
- تأثر إخراج الصحيفة بالإمكانيات التقنية المتاحة لكل منها.
- أتاح استخدام التقنيات التكنولوجية أشكالاً وأحجاماً متنوعة من حروف المتن في الصفحة الأولى.
- أدّى استخدام التكنولوجيا في الإنتاج إلى تحسين المظهر الطباعي للجريدة.

التوصيات:

بعد استعراض شامل وكامل لموضوع الدراسة من كل جوانبه، وبعد مناقشة نتائج الدراسة السالفة الذكر، توصلنا إلى جملة من التوصيات والمقترحات والتي نأمل أن تؤخذ بعين الاعتبار لدى القائمين على أمر الطباعة والإخراج الصحفي سواء على مستوى المطبعة أو على مستوى مصلحة الإخراج الصحفي وتتمثل فيما يلي:

1. على الجهات الرسمية السعي لتوطين صناعة مدخلات الطباعة من ورق وأحبار في الجزائر خصوصا أنها مؤهلة لتكون رائدة في هذين السلعتين اللتان تشكلان عائقا أمام الصحف الوطنية.
2. يجب على القائمين على أمر الإخراج الفني في الجريدة إقامة دورات تدريبية للمختصين في أقسام الإخراج الصحفي الأجنبية لمواكبة التطور في التكنولوجيا الرقمية وطرق الإخراج.
3. تعيين الأطر البشرية المتخصصة في مجال الطباعة الصحفية الحديثة.
4. على ملاك المطابع، إنتداب مهندسين للتخصص في هندسة ماكينات الطباعة لأغراض الصيانة والتركيب، وكذا تأهيل وتدريب عمال المطبعة على التكنولوجيا في عالم الطباعة من خلا تكثيف الدورات في الدول الرائدة في هذا المجال كالمانيا وأمريكا والهند.
5. تشكيل حضور دائم للمعارض العالمية في تكنولوجيا الطباعة للوقوف على آخر مستحدثات الفن الطباعي.
6. على مصممي ومخرجي الصحيفة، تطوير أنفسهم بمتابعة كل ما هو جديد في عالم البرمجيات والاتصالات وطرق التصميم الحديثة بصفة يومية.
7. ضرورة استفادة الصحفيين من جميع الخدمات التي تقدّمها التكنولوجيا.
8. على المؤسسات الصحفية أن تعمل على تدريب الكوادر أو الإطارات البشرية على استعمال التكنولوجيا في المجال الصحفي حتى تستطيع الاستفادة من التطور إلى حد كبير.
9. الاستعانة بالخبراء المختصين في المجال الصحفي عربيا ودوليا لتقييم العمل الصحفي المحلي، ومحاولة تطويره من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة.
10. ضرورة تبادل الخبرات بين المؤسسات الصحفية، وتكوين مراكز استشارية بحثية صحفية لمعرفة آخر المستجدات في العمل الصحفي.
11. ضرورة تخصيص أقسام الإعلام بالجامعات الجزائرية شعبة الإخراج الصحفي تشمل دراستها المنهجية تصميم وإخراج الصحف الورقية، وتدريبهم على عملية إخراج الصفحات عمليا في ساعات تدريسية، وكيفية الاستفادة من التقنية الحديثة بالصحف، والتوسع في دراسة تكنولوجيا الطباعة لطلاب أقسام الصحافة حتى تكون لديهم الدراية الكاملة بطبيعة تأثير العامل الطباعي، والطباعة الرقمية الحديثة على تصميم وإخراج الصحف، والاستعانة بأساتذة الإخراج الصحفي كمستشارين للعمليات الفنية والطباعة بالمؤسسات الصحفية الكبرى، وتنظيم ومتابعة سير العمل بالقسم الفني.
12. الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة في مجال الطباعة.
13. إعادة تدوير مخلفات الطباعة في مطبعة ALDP، والاستفادة من تلك المخلفات اقتصاديا واجتماعيا، وحماية البيئة من التلوث.

خاتمة

تمثل تكنولوجيا الطباعة الصحفية أهم العوامل الأساسية التي ساهمت في تطوير الصناعة الصحفية، وذلك في جميع النواحي سواء من حيث نوعية المنتج وجودته، أو من حيث السحب، حيث عرفت الصحافة ارتفاعا في سحبها السنوي، فضلا عن السرعة المتوخاة في طباعة الصحف في وقت قياسي، وبمعايير دولية، وهو ما كان لزاما على الصحف تبني مثل هذه التكنولوجيا في مؤسساتها لمواكبة الركب الحضاري والتكنولوجي ومواجهة المنافسة الحادة من طرف وسائل الاعلام الأخرى الالكترونية منها خاصة.

تأسيساً على ما تقدّم، يتضح أن تكنولوجيا الطباعة لم تكن مجرد أداة تقنية مساعدة في مسار الصحافة المكتوبة في الجزائر، بل شكّلت عصب التحول البصري والجمالي الذي أعاد صياغة الهوية الإخراجية للصحيفة المحلية. وتبرز تجربة جريدة El Watan كنموذج رائد وجريء في هذا السياق؛ حيث نجحت الجريدة في توظيف الطفرة الرقمية وتقنيات الطبع الحديثة لتحرير صفحاتها الأولى من القوالب الكلاسيكية التي هيمنت لفترات طويلة على الصحافة الوطنية.

على ضوء ذلك، نستنتج أن تكنولوجيا الطباعة قد أدت دوراً حاسماً في تطوير واجهة El-Watan (الصفحة الأولى) من خلال إتاحة مرونة غير مسبقة للمخرج الصحفي؛ فتحوّلت هذه الصفحة من مجرد واجهة لنشر النصوص إلى "واجهة عرض بصرية" ديناميكية تعتمد على المساحات البيضاء المريحة للعين، والتوزيع الهندسي الدقيق للأعمدة، والجرأة في استخدام الألوان. والأهم من ذلك، هو ما وفّرت تقنيات الطبع الحديثة من جودة فائقة في إبراز "الصورة الصحفية" والكاريكاتير على الصفحة الأولى، ليمثلا عنصراً رئيسياً في جذب القارئ وصناعة الحدث بصرياً، وليس مجرد مادة تكميلية.

وبناءً على ذلك، نخلص إلى القول بأن تكنولوجيا الطباعة الصحفية كانت عوناً كبيراً في تطوير الصحافة المكتوبة الجزائرية تحديداً جريدة El-Watan بعد امتلاكها مناصفة مع جريدة الخبر لمطبعة ALDP التي شكّلت منعرجاً حاسماً في تحسين نوعية الإنتاج الصحفي

شكلا وفنا، وبالتالي فالمطبعة الحديثة كانت بمثابة المحرك التكنولوجي الذي أخرج الجريدة من التبعية في الطباعة والنشر.

ختاما نصل إلى القول أن المطبعة الحديثة المتبناة، مكّنت الجريدة من تطوير الإخراج الصحفي لهما، من خلال إضفاء جمالية خاصة في الشكل والقالب الذي يحوي المحتوى. وكما تؤكد تجربة الوطن أن الاستثمار في تكنولوجيا الطباعة الحديثة كان البوابة التي عبرت منها الجريدة نحو إخراج صحفي حديث يحاكي المعايير العالمية. ورغم التحديات الراهنة التي تواجه الصحافة الورقية أمام الزحف الرقمي، يبقى الإرث الإخراجي الذي أسسته الجريدة شاهداً على أن الصفحة الأولى ليست مجرد مساحة للمانشيتات، بل هي منتج فني وبصري متكامل يعكس شخصية الجريدة واستقلاليته، وقدرتها على الصمود في بيئة إعلامية دائم التغير.

كما نستخلص بأن تكنولوجيا الطباعة الصحفية كانت عونا كبيرا في تطوير الصحافة المكتوبة الجزائرية تحديدا جريدة EL-WATAN بعد امتلاكها مناصفة مع جريدة الخبر للمطبعة الحديثة التي شكلت منعرجا حاسما في تحسين نوعية الإنتاج الصحفي شكلا وفنا، وبالتالي كانت بمثابة المحرك التكنولوجي الذي أخرج الجريدة من التبعية في الطباعة والنشر. علاوة على ذلك، لقد ساهم استخدام التكنولوجيا الطباعية في تقديم إخراج جيد للجريدة من حيث عناصر الظهور والبروز والألوان بجودة عالية، فضلا عن الإنتاجية وتسريع وتيرة الطبع والنشر على حد سواء.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

❖ الكتب:

1. أبو زيد فاروق، **مدخل إلى علم الصحافة**، ط2، مصر، عالم الكتب، 1997.
2. أبو عرجة تيسير، **دراسات في الصحافة والإعلام**، الطبعة الأولى، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000.
3. البكري إياد شاكر ، **تقنيات الاتصال بين زمنين**، ط1، رام الله : دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003.
4. البار بيار ، **الصحافة المكتوبة**، ترجمة محمد برجاي، ط1، لبنان، منشورات عويدات، 1970.
5. اللبان شريف درويش، **تكنولوجيا النشر الصحفي**، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.
6. اللبان الشريف درويش، محمود خليل، **اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي**، ط1، مصر، العربي للنشر والتوزيع، 2000.
7. الحسني الديب، **إدارة الصحف**، مصر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986.
8. اليحياوي يحيى، **العولمة والتكنولوجيا والثقافة**، ط1، بيروت، دار الطليعة، 2002.
9. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، **الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية**، مقال لمحمد طلال: **تكنولوجيا الاتصال وتطوير الإعلام العربي المكتوب**، تونس، 1991.
10. العباسي أميرة، علم الدين محمود، **إدارة الصحف واقتصادياتها**، مصر، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001.
11. العسافين عيسى عيسى، **المعلومات وصناعة النشر**، ط1، دمشق، دار الفكر المعاصر، 2001.
12. الصويعي عبد العزيز سعيد، **فن صناعة الصحف**، ماضيه، حاضره ومستقبله، ط1، ليبيا، النشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1984.
13. أشرف صالح علم الدين، محمود، **مقدمة في الصحافة**، ط1، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004.

14. بدر أحمد، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، دون تاريخ سنة النشر.
15. بيتتر جون، مقدمة في الاتصال الجماهيري، ط4، الأردن، مركز الكتب الأردني، 1986.
16. بن خرف الله الطاهر، محاضرات في الحريات العامة و حقوق الإنسان، ط2، الجزائر، مطبعة الكاهنة، 2002.
17. هيبة محمود منصور، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، ط1، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004.
18. حجاب محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
19. لعقاب محمد، الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2001.
20. لعقاب محمد، الصحفي الناجح، ط1، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2004.
21. محمد زياد عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1985.
22. محمد حسين سمير، بحوث الإعلام، مصر، عالم الكتب، 1995.
23. محمود سمير، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1997.
24. محفوظ محمد، تكنولوجيا الاتصال دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، 2005.
25. عبد الجواد سعيد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في الواقع والمستحدثات، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
26. عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
27. عبد الله محمد عبد الرحمن، البدوي، محمد علي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2001.
28. علم الدين محمود، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات، ط1، مصر، العربي للنشر والتوزيع، 2000.

29. علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، مصر، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005.
30. علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مصر، العربي للنشر والتوزيع، 1990.
31. علي شيبه شنوان، مذكرة في الإعلام، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.
32. عبد العزيز شرف، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية، ط1، مصر، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003.
33. عبد الرزاق فوزي بن الصغير، خالد، مملكة الكتاب، ط1، الرباط، منشورات كلية الآداب، 1996.درو
34. عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، الجزائر، الشهاب، 1998.
35. ترو فرنان، الإعلام ماذا أعرف؟، تر محمود الغندور، المنشورات العربية، غير موجودة بلد وسنة النشر.
36. لارامي ب فالي، البحث في الاتصال،مراجعة و تدقيق فضيل دليو،مخبر علم الاجتماع و الاتصال،قسنطينة،الجزائر،2009.

❖ المذكرات والرسائل الجامعية:

1. بلعاليا يمينه، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006.
2. مرازقة إسماعيل، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، (مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 1990.
3. فنّي عاشور، اقتصاد الإعلام في الجزائر : 1962-1985، (مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 1996.
4. قادم جميلة، الصحافة المستقلة بين السلطة والإرهاب : 1999-2001، (مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003.
5. تواتي نورالدين، المكتوب المطبوع في الجزائر : 1962 - 2000، (اطروحة دكتوراه)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003.

❖ دروس جامعية:

1. جاب الله بلقاسم أحسن، دروس في اقتصاديات وسائل الاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003-2004.

❖ الموسوعات والمعاجم والقواميس:

1. ابراقن محمود، المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، الجزائر، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2004.
2. بدري أحمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، القاهرة، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1994.
3. حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، ط1، مصر، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004.
4. قنديلنجي، عامر إبراهيم، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2003.

❖ المقالات الصحفية:

1. الخبر، العدد 3007، " ضغوط و معارك 1990-2000"، 1 نوفمبر 2000.
2. الخبر، يومية جزائرية، العدد 4670، "المشهد الإعلامي الجزائري في أرقام وزارة الاتصال : "الخبر تمثل ثلث الصحافة الوطنية مجتمعة"، 11 ماي 2006.
3. الخبر، العدد 4957، تدشين مطبعة الخبر و الوطن "بعين النعجة"، 10 مارس 2007.

❖ الوثائق الرسمية:

1. ملخص لخطاب السيد رئيس الحكومة " أحمد أويحي "لمجلس الأمة، في برقية لوكالة الأنباء الجزائرية، أبريل 1998.
2. القانون التجاري الجزائري الصادر في 22 جانفي 1988.

❖ الوثائق الإلكترونية:

1. سعود صالح، الإعلام الجديد و الإعلام القديم، إفادة متوفرة عبر الموقع التالي: [http://www.ekateb.com/book cont./ch7-6.html](http://www.ekateb.com/book%20cont./ch7-6.html)، تاريخ التحميل 2006/01/16.
2. الطباعة، هذه الإحالة موجودة في الموقع التالي: [http= //www.alargam.com /general./papers/2a.htm](http://www.alargam.com/general/papers/2a.htm)، تاريخ التحميل: 2006/05/22.

3. بحيرة ناصر،... هل تحل أزمة الورق؟ إفادة موجودة في الموقع:
ahrameco@ahram.org.eg، تاريخ الصدور: 2006/01/29، العدد 38، تاريخ التحميل
2006/04/13.

6. المقابلات:

1. مقابلة مع السيد : صحراوي سفيان، إطار بقسم الإرسال بمطبعة ALDP، مقابلة أجريت يوم 15 فيفري 2007، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة : 11:00.
2. مقابلة مع السيد: لخضر قدادسة، رئيس مصلحة الإدارة بمطبعة ALDP، مقابلة أجريت يوم 22 فيفري 2006، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 10:30.
3. مقابلة مع السيد: حسام عباس، رئيس القسم التجاري بمطبعة ALDP ، مقابلة أجريت يوم 7 مارس 2006، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 10:30.
4. مقابلة مع السيد خالد: رواسكي، مكلف بالتوزيع بمطبعة ALDP ، مقابلة أجريت يوم 12 مارس 2006، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 13:00.
5. مقابلة مع السيد: محمد معتوق، مكلف بالطبع بمطبعة ALDP، مقابلة أجريت يوم 19 أبريل 2006، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 10:00.
6. مقابلة مع السيد: إبراهيم إبراهيمي، أستاذ قانون الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، مقابلة أجريت يوم 5 جوان 2006، بمقر الكلية، على الساعة: 11:00.
7. مقابلة مع السيد: أرزقي بلقاسم، مهندس مكلف بإصلاح وصيانة الأجهزة بمطبعة ALDP ، مقابلة أجريت يوم 20 سبتمبر 2006، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 11:00.
8. مقابلة مع السيد: أحمد عنصر، رئيس تحرير جريدة El-Watan، مقابلة أجريت يوم 9 جوان 2007، بمقر الجريدة دار الصحافة طاهر جاووت، على الساعة: 12:00.
9. مقابلة مع السيد: محمد زلاقي، رئيس مصلحة الإشهار والتوزيع بجريدة الشروق اليومي، مقابلة أجريت يوم 23 جوان 2007 بمقر الجريدة دار الصحافة، القبة، على الساعة: 14:00.
10. مقابلة مع السيد: بدر الدين عيسو، مكلف بالعلاقات العامة بجريدة الخبر، مقابلة أجريت يوم 24 جوان 2007، بمقر الجريدة، حيدرة، على الساعة: 10:00.
11. مقابلة مع السيد: أرزقي شريف، مدير جريدة الخبر الأسبوعي، مقابلة أجريت يوم 24 جوان 2007، بمقر الجريدة دار الصحافة طاهر جاووت، على الساعة: 14:00.
12. مقابلة مع السيد: محمد خلاف، إطار مساعد بالقسم التجاري بمطبعة ALDP، مقابلة أجريت يوم 27 جوان 2007، بمقر المطبعة بالعاشور، على الساعة: 14:00.

13.مقابلة مع السيد روان مراد،مدير التحرير لجريدة El-watan يوم 23 جوان 2025
بمقر الجريدة على الساعة 10:30.

المراجع باللغة الفرنسية:

❖ Ouvrages :

1. Albert Pierre, le teinturier Christine, **les médias dans le monde- enjeux internationaux et diversités nationales**, Paris, 1^{er} éd, Ellipses, 1999.
2. Ancer Ahmed, **l'encre rouge, le défi des journalistes**, Alger, éd. El-Watan, 2002.
3. Audin Maurice, Martin H. J. et autres, **l'histoire de l'imprimerie**, Paris, éd. A. J. Picard, 1972.
4. Bertrand Jean -Claude, **médias : introduction à la presse, la radio et la télévision**, Paris, 2^{eme} éd, Ellipses, 1999.
5. Cayrol Roland, **les médias : presse écrite, radio et la télévision**, Paris, 1^{ere} éd, P.U.F. 1991.
6. Charon Jean marie," **offset, couleur, encrage court, les nouveaux procédés de l'imprimerie de presse**", l'état des médias, Paris, éd. La découverte / médias et pouvoirs, 1991.
7. Cotel Roger, Laporte Frédéric, **les solutions Appel pour la presse**, éd. C.F.P.J, Paris, 1996.
8. Escarpit Robert, **l'écrit et la communication, que-sais-je**, 5^{eme} éd, Paris, P.U.F, 1993.
9. Desmoulins Nadine Toussaint, **l'économie des médias**, que-sais-je, Paris, P.U.F, 1992.
- 10.Guéry Louis, **manuel le secrétariat de rédaction de la copie a la maquette de la mise en page**, Paris, 1^{ere} éd. C.F.G, 1990.
- 11.Ihadaden Zohir, **la presse écrite en Algérie**, Alger, éd. Ihadaden Alturath, 2002.
- 12.Lazar Judith, **sociologie de la communication de masse**, Paris, éd. Armand Colin, 1991.

13. Lechène Robert, **l'imprimerie de Gutenberg à l'électron**, Paris, 1^{ère} éd, 1972.
14. Legendre Bernard, **les métiers de l'édition**, Paris, éd. cercle de librairie, 2002
15. le Roy Bernard, **gérer la fabrication d'un journal**, 1^{ère} éd, Paris : C.F.P.J, 1991.
16. Letouzey Victor, **la typographie, que -sais-je**, Paris, éd. P.U.F., 1970.
17. Martin Gérard, **l'imprimerie, que-sais-je**, Paris, 5^{ème} éd, P.U.F, 1979.
18. Rebah M'hamed, **la presse Algérienne, journal d'un défi**, Alger, éd. Chihab, 2002.
19. Shuwer Philippe, **traité pratique d'édition**, Paris, 1^{ère} éd, cercle de librairie, 2002.
20. Wouts Bernard, **l'état des medias, "le compte d'exploitation d'un quotidien"**, Paris, éd. La découverte / Médias et pouvoirs, 1991.
21. Wouts Bernard, **"la lecture de la presse écrite, tendances et contrastes"**, l'état des medias, Paris, éd. la découverte/ médias et pouvoirs, 1991.

❖ **Dictionnaires :**

1. Balle Francis (dir.), **dictionnaire des médias**, Paris, 1^{ère} ed, bordas.1998.
2. SFEZ Lucien (dir.), **Dictionnaire critique de la communication**, 1^{ère} éd, tome 2, Paris, Puf, 1993.
3. Westphalen Marie- Hélène, **les pratiques professionnelles de la communication**, Paris, 3^{ème} éd, 1992.

❖ **Articles et périodiques :**

1. El-Watan, N° 2657, « **les imprimeries dépassés.** », le 8 septembre 1999.
2. El-Watan, N° 3136, « **une rotative pour El-Khabar et El-Watan.** », le 2 Avril 2001.
3. El-Watan, N° 3257, « **De nouveaux équipements pour la SIE.**», le 22 Août 2001.
4. El-Watan, N° 4963, « **une acquisition qui rassure sur l'avenir.** », le 9-10 Mars 2007.

5.El-Watan, supplément « Immobilier. », N°52, « le site de ALDP répond à une nouvelle vision architecturale » le 25-31 Mars 2007.

قائمة الملاحق

ملحق رقم -1-

استمارة تحليل المضمون

العدد:..... التاريخ:.....

دراسة الترويسة لجريدة El Watan:

1- التركيب الشكلي للافقة:

اسم فقط ☐ اسم + شعار ☐ اسم + شعار + تعريف ☐ اسم + تعريف + تاريخ ☐

2- موقع اللافتة من الصحيفة: على اليمين ☐ على اليسار ☐ في وسط الصحيفة ☐

3- استخدام الألوان على اللافتة: ملون ☐ غير ملون ☐

4- نوع الخط المستخدم على اللافتة:

1) ITC Franklin ☐ 2) Times New Roman ☐ 3) Stone Bond ☐

4) Meta Pro ☐ 5) Mercury Text ☐ 6) خطوط ممزوجة ☐

5- اتساع اللافتة في الصحيفة:

أقل من عمود ☐ عمودين ☐ أكثر من عمودين ☐ عرض الصفحة ☐

دراسة تحليلية لأذني الترويسة:

6- توفر الأذنين في الترويسة: موجودان ☐ غير موجودان ☐ أذن واحدة ☐

7- مضمون الأذنين:

مواد إعلانية ☐ مواد تحريرية ☐ بيانات تخص الصحيفة ☐ أخرى ☐

8- موقع الأذن في اللافتة: على اليمين ☐ على اليسار ☐

دراسة العنق:

9- من حيث وجوده: موجود ☐ غير موجود ☐

10- من حيث الأبعاد: خط مستقيم عرض الصفحة ☐ في شكل شريط بعرض الصفحة ☐

11- من حيث المضمون: فارغ ☐ بيانات خاصة بالجريدة ☐ أخرى ☐

دراسة تحليلية لحروف المتن في الصفحة الأولى:

12- نوع الخط المستخدم في متن الصفحة الأولى:

- | | | |
|--|---|---|
| 1) ITC Franklin ☐ | 2) Times New Roman ☐ | 3) Stone Bond ☐ |
| 4) Meta Pro ☐ | 5) Mercury Text ☐ | 6) خطوط ممزوجة ☐ |

13- توزيع حروف المتن: الصفحة الأولى حسب ميل الحروف:

بحرف معتدل ☐ بحرف مائل ☐ بحروف معتدلة ومائلة معا ☐

14- أنماط استخدام الحروف المائلة في متن الصفحة الأولى: المقدمات ☐ الفقرات المهمة ☐
كلمات داخل النص ☐ اقتباس ☐ لم تستخدم ☐

15- حجم الحرف الذي طبعت به نصوص الصفحة الأولى:

أقل من 9 بنط ☐ ما بين 9 و 12 ☐ ما بين 12 و 16 ☐
اختلاف البنط في النص الواحد ☐

16- استخدام الحروف الاستهلاكية في نصوص الصفحة الأولى:

موجودة ☐ غير موجودة ☐

17- توزيع النصوص وفقا لكثافة الحرف:

بحروف عادية ☐ بحروف سوداء ☐ بحروف بيضاء وسوداء معا ☐

18- اتساع سطور المتن: ثابت ☐ غير ثابت ☐

19- استخدام الألوان في حروف المتن: ملون ☐ غير ملون ☐

20- استخدام الأرضيات الملونة للمتن: يوجد ☐ لا يوجد ☐

21- دراسة تحليلية لحروف العناوين: عدد العناوين ☐

22- أنواع العناوين حسب الوظيفة: عنوان رئيسي ☐ عنوان تمهيدي ☐ عنوان ثانوي ☐

23- أنواع العناوين حسب اتساعها: عنوان عريض ☐ عنوان ممتد ☐ عنوان عمودي ☐

24- أنواع العناوين حسب طرزها: عنوان مليء ☐ عنوان متوسط ☐

عنوان منطلق من اليسار ☐ عنوان هرمي ☐ أنواع أخرى ☐

25- نوع الخط المستخدم في العناوين: خط روماني ☐ خط آخر ☐ خطوط متنوعة ☐

26- حجم الحرف المستخدم في العناوين:

أقل من 16 ☐ بين 16 و 24 ☐ بين 24 و 72 ☐ أكثر من 72 ☐

27- استخدام الألوان في العناوين: عناوين ملونة ☐ عناوين غير ملونة ☐

28- الأرضيات المستخدمة لطباعة حروف العناوين:

حروف بيضاء على أرضيات ملونة ☐ حروف سوداء على أرضية ملونة ☐
حروف سوداء على أرضية بيضاء ☐ حروف ملونة على أرضية ملونة ☐

دراسة تحليلية للصورة المنشورة:

29- أنواع الصور المنشورة في الصحف: صورة مستقلة ☐ صور شخصية ☐

صور موضوعية ☐ صور جمالية ☐ صور إعلانية ☐

30- أنواع الصور من حيث الألوان: صور ملونة ☐ صور غير ملونة ☐

31- موقع الصور على الصفحة: الجزء العلوي ☐ الجزء السفلي ☐ الجزء الأوسط ☐

على يمين النص ☐ على يسار النص ☐ أعلى النص ☐

32- مساحة الصور المنشورة في الصفحة الأولى

صغيرة ☐ كبيرة ☐ متوسطة ☐
أقل من عمود ☐ عمود واحد ☐ أكبر من عمود ☐

33- الأشكال الهندسية للصور المنشورة في الصفحة الأولى:

مستطيل أفقي ☐ مستطيل عمودي ☐ مربع ☐ شكل دائري ☐ أخرى ☐

34- استخدام الألوان في الصور: يوجد ☐ لا يوجد ☐

35- وجود تعليق في الصور: يوجد ☐ لا يوجد ☐

36- أنواع الصور من حيث المصدر: مصدر مذكور ☐ مصدر غير مذكور ☐

دراسة تحليلية للألوان المستخدمة في الصفحة الأولى:

37- الألوان الموجودة في الصفحة الأولى: الأحمر ☐ الأصفر ☐ الأخضر ☐

الوردي ☐ الأزرق ☐ الرمادي ☐ أخرى ☐

38- أنواع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى:

مساحات بيضاء ☐ ألوان منفصلة ☐ ألوان مركبة ☐

39- وظيفة الألوان المستخدمة الصفحة الأولى: جمالية ☐ خبرية (توضيحية) ☐

40- العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأكثر استخداماً للألوان:

الصور ☐ الحروف ☐ العناوين ☐ عناصر الفصل ☐

دراسة تحليلية لعناصر الفصل:

41- أنواع وسائل الفصل المستخدمة في الصفحة الأولى:

الجدول الطولية ☐ الجدول العرضية ☐ الفواصل النهائية ☐
الزوايا ☐ الإطارات ☐ المساحات البيضاء ☐ فواصل غير نهائية ☐

44- موقع استخدام الجداول والفواصل في الصفحة:

داخل الموضوع الواحد ☐ بين مواضيع الصفحة ☐

45- استخدام الإطارات في الصفحة الأولى من حيث الموقع:

حول الصفحة بالكامل ☐ حول موضوع واحد ☐ حول الصورة ☐

46- استخدام المساحات البيضاء:

في الموضوع الواحد ☐ بين الأعمدة ☐ بين المواضيع ☐ حول مساحة الصفحة ☐

ملحق رقم -2-

أسئلة المقابلات:

1. نحن نعلم أن جريدة الخبر و el watan قامتا بشراء مطبعة خاصة:
2. ما هو الدافع الأساسي لشراء هذه المطبعة؟
3. هل اعتمدتم على معايير معينة قبل شراء المطبعة؟ وماهي هذه المعايير؟
4. ما نوع التكنولوجيا المستخدمة فيها؟ ومن أين تستوردون التجهيزات و ماكينات الطباعة و ما نوع الماركة العالمية؟(الشركة المنتجة)
5. ما هي آخر عملية شراء للمستلزمات المطبعية؟ و هل هناك تحديث آخر للمطبعة منذ اقتنائها سنة 2000؟
6. هل ترى ان استخدام التكنولوجيا الحديثة للطباعة قد احدث أثرا في المؤسسة الصحفية ككل؟ و كيف ذلك؟
7. و هل تتابعون باستمرار التطور الهائل في تكنولوجيا طباعة الصحف؟
8. هل تعتقدون ان بيئة العمل من حيث الخدمات ووضعية الآلات الطباعية و مساحة مكان العمل مناسبة؟(اختيار منطقة العاشور تحديدا)
9. هل تواجه الجريدة مشاكل طباعية؟ و إذا كان الأمر نعم ما طبيعة هذه المشاكل؟(مشاكل الجودة، مشاكل في احترام توقيت الطبع.....) و هل توجد مشاكل طباعية لنشر الجريدة في كامل التراب الوطني؟
10. فيما يخص العمالة هل يتم تكوين و رسكلة عمال المطبعة؟
11. هل تستعينون بخبرات أجنبية في مجال الطباعة؟
12. هل توافقون فكرة ضرورة وجود مهندسين مقيمين متخصصين في صيانة آلات الطباعة؟
13. هل السياسة الاشهارية ناجحة بجريدتكم؟ و هل للجودة الطباعية الأثر البالغ في نجاحها؟
14. ما هي العمليات الطباعية التي تقوم بها المطبعة خارج سحب الجريدتين لكسب مداخيل إضافية؟ بمعنى هل يتم استغلال الإمكانيات المطبعية في عمليات أخرى؟
15. هل زادت أرباح مجمع "الخبر" و el watan ككل من خلال عملية الطبع لجرائد أخرى؟ و إذا كان الجواب بنعم فهل أدى ذلك إلى الرفع في أجور الموظفين و الصحفيين و تحسين حالتهم المادية؟
16. هل تنوي مؤسستكم استغلال المطبعة في إصدار منشورات أخرى تابعة للمجمع مستقبلا؟
17. هل تشجع مؤسستكم المبادرات الصحفية الفردية و الجماعية باستغلال الإمكانيات المطبعية قصد إثراء المكتبات الجزائرية بإصدارات جديدة؟
18. هل تفكرون بإنشاء مطابع في عواصم الولايات تقوم بالطباعة عبر الانترنت في وقت واحد مع المركز كحل جذري لمشكلة التوزيع؟

19. ما هو النموذج الغربي الذي تتبعه جريدتكم في مجال الشكل و الإخراج الصحفي؟ أم هو نموذج مبتكر؟
20. من خلال ممارستك العملية و المهنية الطويلة بجريدة " El watan " كيف تأثر الإخراج الصحفي بتكنولوجيا الطباعة الصحفية؟ هل أدى دورا في العملية الفنية؟
21. هل هناك دورات تدريبية للمخرجين بالخارج؟ وإذا كانت كم دورة خضع لها المخرجون؟ و ماهي المؤسسة المستقبلة؟
22. كما نعلم ان استقلالية وسائل الإنتاج مهم جدا بالنسبة للاستقلالية الإعلامية..فماذا قدمت المطبعة الحديثة لجريدة " El watan " فيما يخص حرية الإعلام؟
23. هل حققت جريدتكم النجاح و الاستقلالية التامة عن القطاع العام بعد تجربتها الطباعية؟ إذا كان الجواب بنعم فهل يمكن القول ان جريدتكم تفوقت على القطاع العام من حيث الجودة بفضل اعتمادها التكنولوجيا المتطورة؟و هل حققت ريادة في السحب و المبيعات؟و هل يعود ذلك إلى استخدامها للمطبعة الحديثة أم لمضمونها الحيادي؟أو الاثنين معا؟
24. هل تؤمنون بالمقولة الإعلامية: "ظهور وسيلة جديدة لن يلغي كيان الوسيلة القديمة" فيما يخص جريدتكم ما هي البدائل التي تركزون عليها في المستقبل للحفاظ على مكانتها؟
25. هل يمكن القول ان جريدة " El watan " قد تخطت عقبة استغلال القطاع العام للمطابع العمومية كورقة ضغط على الصحف؟
26. ما تقييمك للمطبعة الخاصة؟هل هي ناجحة ام لا من حيث:
- الجودة و النوعية(الشكل و الإخراج)
 - المردودية و الربح
 - الاستقلالية التامة عن القطاع العمومي
27. ما تقييمك للخدمات التي تقدمها المطبعة؟أو كيف استفادت جريدة " El watan " من تكنولوجيا الطباعة؟
28. هل يمكن القول ان لسياسة " El watan " في مجال توظيف أحسن تكنولوجيا الطباعة دور في الإبقاء لهذه الجريدة رغم المشاكل الأخيرة التي هددت مصيرها؟
29. في ظل المد التكنولوجي كيف تواجه جريدتكم منافسة الصحف الأخرى لتحقيق وجود متميز لها؟ و أخيرا كيف ترون مستقبل جريدة " El watan " في ظل التطورات الراهنة للتكنولوجيا؟

Questions sur le thème :**Les nouvelles technologies de l'impression sur la mise en page du journal EL-Watan****AXE I : données personnelles**

SEXE : Masculin

AGE : 57 ans

PROFESSION : Directeur de la rédaction Web

1) Quelle est la nature de la valeur ajoutée par la technologie d'impression a votre journal ?

- Valeur dans la forme uniquement ☐
- Valeur fonctionnelle et (utilitaire) et bénéfique ☐
- Les deux à la fois ☒

A) Impact (effet) de la technologie d'impression sur la mise en page du journal : Une meilleure lisibilité, une meilleure esthétique

2) Parlant de l'aspect artistique, comment est l'influence des développements de l'impression sur les éléments suivants :

Le degré d'influence				
Grand	Moyen	Petit		
Le service			Moyen	
La couleur	Grand			
La forme	Grand			
La surface d'impression			Moyen	
La qualité d'impression	Grand			
Hierarchisation et organisation des produits journalistiques				Petit
Photos, dessins et formes	Grand			
La valeur esthétique du journal	Grand			

3) Quels sont les éléments de mise en page qui profitent de la technologie d'impression moderne (classez les)?

- Les titres □4
- Les photos □1
- Les lettres □5
- Les dessins □2
- Les couleurs □3

4) Qui a conçu l'en-tête et el logo du journal ?

Le logo et l'en-tête du journal ont été conçus par un bureau d'étude français spécialisé dans la maquette du journal

5) Sur quelle base est choisi le type de police et la taille ?

Le type de police et la taille ont été choisis principalement pour la meilleure lisibilité possible sans fatiguer les yeux. El Watan est un journal à texte donc, cette donnée était très importante pour nous. Le corps du texte et les titres ont des caractères différents pour mettre en exergue les titres entre autres

6) Comment choisit-on les images a publier sur la première page et quels sont les critères de sélection ?

Nous demandons aux journalistes de joindre l'image correspondante au sujet de leur article dans la mesure du possible. Toutefois, si l'image n'est pas jointe à l'article, c'est le secrétaire de rédaction qui s'occupe à chercher une image. Les critères de sélection sont la pertinence de l'image par rapport au texte ainsi que la qualité (résolution) de l'image.

7) Quelle est l'école de mise en page a laquelle appartient le journal ? et pourquoi cette école ?

Nous n'appartenont pas à une école particulière

8) pourquoi y a-t-il des différences dans les textes de la première page ?

Les différence entre les textes de la première page existent pour des considérations artistiques ainsi que pour différencier entre l'importance de certains textes

9) Comment la première page est-elle conçue son ensemble ?

La Une est un sujet de réflexion important puisqu'il comment vers 14h avec une réunion de rédaction entre le directeur de la rédaction, les différents chefs de rubrique le secrétaire général de rédaction ainsi que le directeur du journal afin de déterminer les différents retenus pour la Une avec la première ouverture, le seconde, le ventre, les colonnes etc. Ensuite, le secrétaire de rédaction esquisse une maquette de la Une et la remet au service de mise en page pour la confection.

ملحق رقم -4- مصطلحات الدراسة

- أسطوانة الأوفست **Blanchet**: هي أسطوانة الأوفست المغطاة بالمطاط.
- إذن بالسحب **Bon à tirer (B.A.T)**: توقيع يفيد أن صحيفة الجريدة جيدة وجاهزة للطبع والسحب.
- **Bold**: حرف أو بنط مطبعي سميك.
- **Cadrage**: عملية تتمثل في تقليص أو تكبير وثيقة مصورة حسب المساحة المتوفرة.
- **Cicero**: وحدة قياس طباعية تساوي 12 نقطة طباعية، وتساوي النقطة الطباعية 0,376 مم.
- رموز طباعية **Code typographique**: هي قاعدة عامة للاستعمال الصحافي للحروف المطبعية.
- صفّ - **Composition**: عملية ترتيب أسطر الصحيفة: صف ميكانيكي، صف يدوي، (عناوين)، صف بواسطة العقل الإلكتروني.
- مصفّ (صفّافة) **Compositeur**: جهاز يستعمل بصفّ العناوين.
- نسخة صحفية **Copie**: نص صحفي موجّه للنشر في الصحيفة.
- خطأ مطبعي **(Coquille d'imprimerie)**: خطأ في الضرب في كلمة أو سطر.
- مصحّح **Correcteur**: مستخدم مكلف بالبحث عن أخطاء الجمع.
- تصحيح **Correction**: عملية القيام بتصليح أخطاء الجمع.
- مصلّح (صحيفة) **Corrigeur**: عامل مطبعي مكلف باستبدال أسطر الرصاص الفاسدة.
- مصفوفة **Matrice**: نوع من القوالب يستخدم لطبع الحروف المرتبة في مخزن المنضدة الليتوتيب.
- إخراج **Mise en page**: ترتيب كل عنصر من عناصر صفحة الجريدة.
- صفّافة أحادية **Monotype**: آلة مطبعية للجمع والصف.
- تركيب **Montage journal**: عملية تتمثل بالنسبة للعامل المطبعي في وضع عناصر الصفحة في أماكنها.
- مسودة أخيرة **Morasse**: تجربة أو بروفة كاملة لصفحة جريدة مركّبة.
- أوفست: طريقة طباعية.
- تصفيف ضوئي **Photocomposition**: طريقة جديدة في التصفيف تحرّر الطابع من الخضوع للرصاص.
- نقش ضوئي **Photogravure**: عملية تتمثل في الحصول على كليشيهات تتضمن تضاريس بارزة ومحفورة، ويقال أيضاً حفر الكليشيهات.
- قدم **Pied**: أسفل صفحة الجريدة.

- **طبع خشبي Sérigraphie**: طريقة طباعية بواسطة شاشة من القماش.
- **قولية السوالبة Stériotypie**: طريقة تمكّن من الحصول بواسطة قولبة الرصاص عل مختلف التشكيلات الطباعية.
- **تصنيف مسافي Télécomposition**: يمكّن من جمع الحروف عن بعد انطلاقا من مركز إرسال يشغل آلة للجمع والصف.
- **سحب Tirage**: يستعمل عموماً لتعيين عملية تكبير الصّور.
- **وسم Cotation**: عملية تتمثل في تحضير نسخة من جريدة لطباعة الجمع.
- **تحميض (صور) Développement photo**: أسلوب كيماوي يظهر الصورة على السطح الحساس المعرض.
- **طبعة Empreinte**: عملية تتمثل في استخراج صفحة مطبوعة رصاصاً (صحيفة).
- **قارورة مسطحة (Bobine) Flasque**: بكرة.
- **شكل - قالب Forme**: إطار معدني توضع وترتّب بداخله مختلف العناصر الطباعية لصفحة الجريدة.
- **مسودّات Epreuves : Fumés**: مسودّات كليشيات الجريدة، ويقال عنها بروفات.
- **نماذج Gabarits**: أوراق سطرت عليها حدود المساحة الطباعية في الجريدة وكذلك الأعمدة.
- **مجموعة (مطبعة رحوية دائرية Groupes Rotative)**: أجزاء مطبعة رحوية لصحيفة يمكن أن تركّب على آلة واحدة، وأن تستعمل متجمعة أو منفردة.
- **إكساء المكابس Habillage de presses**: كتلة هوامش بسيطة تضمن مرونة عنصرين طابعين (صحيفة).
- **حفر فوتوغرافي Héliogravure**: شكل طباعة يتم الحصول عليها بطريقة تصويرية ميكانيكية.
- **طول السطر Justification**: عملية تتمثل في تحديد طول سطر (بحسب الصلة بين النسخة والعمود) في صفحة الجريدة.
- **صفّافة سطرية Linotype**: آلة طباعية لصف الحروف وصبها على شكل أسطر.
- **تصميم (ماكيت) جريدة**: الرّسم الذي يعطي وجه صفحة من الجريدة.
- **رخامة Marbre**: طاولة ورشة تركّب عليها صفحات الجريدة.
- 1. **الروتاتيف Rotative**: هي طريقة لنسخ، إذ يضغط المحتويات البارزة على الورق المقوّى بواسطة مكبس حتّى تغور فيه تلك المحتويات لم تظهر محفورة على الورق، ثم يستخرج منه قالباً من المعدن تظهر عليه المحتويات مقلوبة ثم يثبت هذا القالب على أسطوانة الآلة التي تدور حول نفسها، فيجبر السطح البارز، ويلتقي الورق بالورق، وتُطبع عليه وهكذا.

2. **القيمة المضافة:** يستعمل في المجال الرمزي للدلالة على النوعية، فالقيمة المضافة تكمن في الجوانب الجديدة والمبتكرة والإيجابية على مستوى الشكل والمضمون.
3. **الصحيفة:** دورية مطبوعة تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم، وفي مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة، وهي بذلك ترتبط بتقنيات متعددة كالورق والأحبار وآلات الجمع، والطبع وفصل الألوان.
4. **الطبعة الغائرة:** عملية الحفر الضوئي أو الفوتوغرافي للنصوص، والصور ثم طبعها بماكينة دوارة.
5. **الطباعة الملساء:** وعملية كيميائية أساسها أن الماء والزيت لا يمتزجان، وذلك بالرسم والكتابة بالشمع على السطح وبمرور الماء عليه ينحسر على الجزء المدهون بالشمع، ويتمسك بالأجزاء الأخرى، ثم يطلى اللوح بعد ذلك بحبر زيتي، فيتماسك الشمع ويرتد عن الأجزاء الأخرى التي انتشر فيها الماء.
6. **طبعة:** عدد النسخ من الكتاب أو المجلة أو الجريدة التي تنتج من تجميعه واحدة للحروف، وتخرج في نفس الوقت.
7. **الطبع بالأوفست:** طريقة تطبع بها المطبوعات المختلفة، بتصوير المخطوطات، ثم نقلها على أسطوانات نحاسية.
8. **الطبع من سطح بارز:** تتم عملية الطباعة من سطح تبرز الحروف فوقه، فتتغمس الحروف بالحبر الذي ينطبع على سطح الورق.
9. **الطبع من سطح محفور:** طريقة الطبع الذي تظهر فيه الصورة محفورة على لوح من النحاس، ويجري طبع الحبر من الأجزاء التي ينخفض مستواها عن الأجزاء المطلوب طبعها، وتختلف درجة أثر الحبر على الورق بمقدار عمق الحفر الذي يحل كمية من الحبر تتناسب وهذا العمق، ولهذا تنتقل الصور من على النحاس بطريقة التدرج.
10. **الجمع المرئي:** يتم الجمع في الصحيفة عن طريق آلة صغيرة لا يتعدى حجمها آلة الطبع العادية مزودة بجهاز مرئي تظهر عليه المادة الكلامية كاملة، حيث يمكن مراجعتها وتصحيحها قبل طبعها على الورق الحساس.
11. **الجمع المسطح:** إذ تحتوي الآلة على مخزن به مجموعة من الأحرف البارزة يتساقط الواحد تلو الآخر بواسطة لوحة المفاتيح أمام الفني لتشكّل كلمة، ثم سطرًا، وبعد تجميعها تُحبر ويضغط عليها الورق.
12. **الجمع المصوّر:** واختصرت مراحل الجمع الآلية من صهر المعادن وتحبيرها، وضغط الورق عليها، إذ أصبح بالإمكان جمع الأحرف مباشرة على الورق دون تغيير أو ضغط، واستبدلت مخازن، الحروف النحاسية بمخزن واحد فقط، وهو عبارة عن قطعة من طبعت عليها الأحرف بطريقة سلبية، حيث يتقدمها الضوء، ويعكس على ورق حساس ثم يظهر بعد تحميصه.
13. **تعريف العناصر التيبوغرافية:** هي المعالجة الطباعية للمادة الإعلامية والتي يمكن استخدامها تحقيق تأثير ضخم على القراء، وخلق انطباع معين لديهم مرتبط بأهمية الموضوع.

14. **اللون:** هو ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج على شبكية العين، سواء كان ناتجاً عن المادة الطباعية الملونة أو عن الضوء الملون.

15. **تكنولوجيا الصحافة:** يقصد بتكنولوجيا الصحافة التطبيق العملي للاكتشافات العلمية في مجال الصحافة وتكنولوجيا الصحافة بالضرورة جزء من تكنولوجيا الإعلام. كما تعني مجموعة المعارف والبرامج والخطوات والأدوات التقنية والتكنولوجيا المستعملة في المجال الصحفي.

16. **المؤسسة الصحفية:** ويقصد بها المنشأة أو الهيئة التي تتولّى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني، وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة وتقوم المؤسسة الصحفية بالعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف الإبداعية المرتبطة بالمضمون وبالتحرير الصحفي والإعلان والتوزيع.

- **التيبوغرافيا Typographie:** هي علم وفن الهيئات المطبوعة، لذا يطلق على هذه الهيئات وحدات تيبوغرافية، والاسم مشتق من كلمة Type التي على حرف الطباعة من حيث هو جسم معدني أو خشبي يعطيه شكل حرف أو علامة أو خط. أما توزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصحيفة وإبرازها وفق خطة معينة يسمّى بالإخراج الصحفي.

- **Make أو Layout** بالإنجليزية **Mise en page** بالفرنسية.

- **العناصر التيبوغرافية:** مصطلح يطلق على كل ما يتعلق بحروف الطباعة والقواعد التي تحكم استخدامها.

- **العناصر الجرافيكية:** مصطلح يطلق على كل ما يتعلق بالصور، والرّسوم، والقواعد التي تحكم استخدامها.

- **تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإخراج الصحفي:** عبارة عن مجموعة من البرامج التي تستعمل في إخراج صفحات المجلّات والصحف باستخدام الحاسب الآلي، ومن أشهر هذه البرامج استعمالاً في الصحف والمجلّات العربية برنامجي النّاشر المكتبي والنشر الصحفي.

- **البنط:** وهو وحدة لقياس حجم الحروف، والبنط يساوي حوالي $1/72$ من البوصة، وتقاس أطوال الحروف بالبنط. والمقصود هنا هو طول سطح الجسم كلّ، لا طول الوجه فقط، وتتراوح أحجام الحروف المجموعة مرئياً في الصحف عادة من بنط 5 إلى بنط 85، وأكبر حجم للبنط المرئي هو بنط 250. أما أكبر الحروف اليدوية فهو بنط 144، ويكون عادة من الخشب ويستخدم للعناوين الضخمة. ويكون البنط عادياً ويسمّى بالبنط الأبيض أو يكون حالك السواد فيسمّى بالبنط الأسود. فالبنط الأبيض يستخدم للمتن، بينما يستخدم البنط الأسود عند الإبراز كما في المقدمات والكلمات ذات الأهمية.

- **الكور Corps:** وهو مقياس عرض حروف الطباعة، فالكور وحدة أساسية من وحدات قياس طول الأسطر، والكور أقل قليلاً من $1/2$ سم و 3 كور = 1 سم تقريباً، و 10 كور = $4 \frac{1}{2}$ وهو مقياس عرض.

- **الماكيت Maquette**: نموذج لصفحة الصحيفة، يكون مطابقا للصفحة الأصلية في عدد الأعمدة والمسافات بينها وما إلى ذلك، وقد يكون بنفس حجم الصحيفة أو أصغر. وهذا النموذج هو الذي يخطط عليه المخرج الصحفي شكلا لتصميم الصفحة وتوزيع المواد عليها.

- **الجدول**: وهي الخطوط التي تفصل بين الوحدات الطباعية المشتركة في تصميم الصفحة، فصلا تاما من خلال وقوعها في نهاية هذه الوحدات طولا وعرضا، كما تستخدم هذه الخطوط للفصل الجزئي بين العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدة الطباعية الواحدة.

وتتقسم الجداول بحسب اتجاه خطوطها، وبحسب طبيعة عملها إلى قسمين هما:

1. **الجدول الطولية**: وهي الخطوط الرأسية التي تفصل بين أعمدة الصفحات، وقد تسمى بـ **الجدول الأعمدة**.

2. **الجدول العرضية**: وهي الخطوط الأفقية التي تمتد عبر عمود أو أكثر، وقد تستخدم للفصل بين الوحدات الطباعية، كما قد تستخدم للفصل بين العناصر الطباعية المشتركة في بناء الوحدات، إضافة إلى دورها في فصل الوحدات التحريرية عن الوحدات الإعلانية، عن بعضها.

- **الفواصل**: وهي خطوط عرضية ذات أطوال مختلفة لا تتصل أطرافها بـ **الجدول الأعمدة**، ولذلك فهي لا تفصل ما فوقها عما تحتها فصلاً كاملاً، وتتقسم الفواصل إلى قسمين:

1. **الفواصل النهائية**: وتستخدم في الفصل بين الوحدات ذات الاتساع المتساوي، ويعد الفاصل النهائي جزءاً من الوحدة التي تعلوه، ولذلك فلا بد أن يكون أقرب إليها من الوحدة التي تقع أسفل منه، كما يؤدي أيضاً إلى وضوح عنوان الوحدة السفلى وبروزه.

2. **الفواصل الفرعية**: هي خطوط قصيرة تستعمل للفصل بين عناصر الوحدة الواحدة، كأن تفصل بين أجزاء العنوان أو بين العنوان وبقية العناصر الأخرى، كالمتون والصور، ولهذا فهذه الفواصل لا تتيح إمكانية الفصل بين الوحدات، وإنما تعدّ بمثابة وقفات معينة ترتاح العين عندها أثناء تنقلها بين العناصر المختلفة.

- **الزوايا**: هي الخطوط التي تنتج عن تقاطع الجداول الطولية والعرضية وتستخدم عادة لفصل الوحدات المصفوفة على عمود واحد أو أكثر، ولصغر في الغالب من الجداول الخطية البسيطة دون استخدام الجداول الزخرفية السمكية.

- **الإطارات**: هي مساحات رباعية الأشكال، تحيط بوحدة طباعة منشورة على عمود أو أكثر، بحيث تفصلها عن جميع الوحدات الأخرى، وتمثل الإطارات وسائل مهمة في إطار السعي إلى إبراز بعض الوحدات الطباعية.

المذاهب الإخراجية:

- ★ **Modular:** ويتم تقسيم الصفحة إلى مستطيلات أو كتل تضمّ المتن والصور والعناوين، وهو أسلوب سهل وسريع، ويكثر استخدامه في المادة الخبرية السريعة بحيث ترفع كتلة وتوضع مكانها كتلة أخرى في حال تغيّر الخبر وهذا ما يعرف بالإخراج الكتلي.
- ★ **Irrigular الإخراج غير المنتظم:** ويقسم الصفحة إلى عدد من الأشكال المتداخلة المملوءة بالزوايا أو ما يسمّى بالسلالم المتداخلة.
- ★ **Static الإخراج الإستاتيكي:** وهو الإخراج الثابت، بحيث تتغيّر المادة في كل مرة ولكن داخل شكل ثابت للصفحة.
- ★ **Dynamic الإخراج الديناميكي:** أو المتحرّك، وفيه تنتقل المادة من أسفل إلى أعلى أو العكس بحسب حجم الإعلانات وحجم المادة الصحفية كما تتحرّك من اليمين إلى اليسار.
- ★ **Vertical الإخراج الرأسي:** الذي يبدأ توزيع مواد الصفحة من أعلى إلى أسفل.
- ★ **Horizontal الأفقي:** توضع فيه مواد الصفحة من اليمين إلى اليسار.
- ★ **Diagonal الإخراج القطري:** ويتمّ بتوزيع المادة في الصفحة بشكل قطري أو محوري من اليسار أعلى الصفحة إلى أسفل اليمين أو من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار، وهو أسلوب يرتبط أساساً بتشريح حركة العين، وإخراج الأطر، والإخراج المتماثّل، وغير المتماثّل، والإخراج المختلط.

El Watan

LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT - Mardi 26 janvier 2010

N° 5851 - Vingtième année - Prix : Algérie : 10 DA, France : 1 €, USA : 2,15 \$, ISSN : 1111-0333 - http://www.elwatan.com



L'ALGÉRIE ET L'ÉGYPTE SE RETROUVENT
EN DEMI-FINALE DE LA CAN

On refait le match



PHOTO: A. LEBLANC / AGF

L'équipe nationale de football retrouvera ce jeudi la formation égyptienne pour le compte de la demi-finale de la Coupe d'Afrique des nations qui se déroule en Angola. Les supporters des Verts sont, d'ores et déjà, confiants en les potentialités de leur équipe qui vient de réaliser un véritable exploit en éliminant le super-favori de cette compétition, à savoir la Côte d'Ivoire, qui est aussi un mondialiste, l'un d'eux rappelle: L'Égypte a réussi, il faut le souligner, un bon par-

cours en déjouant 4 victoires sur 4 matches. Cela pour dire que le match de jeudi sera certainement très animé et marqué de beaucoup de passion et de passion. Les protégés de Rabah Sadani sont conscients que tout un peuple est dans l'attente d'un autre succès face aux Égyptiens afin d'assurer une véritable suprématie au niveau continental. Les fans souhaitent que la ville de Benghazi soit aussi championne que Ouahran.

Lire également en pages 2, 3, 5, 6, 7 et 8

RAPPORT DU CISA

«LES SYNDICATS AUTONOMES,
UNE CIBLE DU POUVOIR»

Le Comité international de soutien aux syndicats autonomes (CISA) vient de rendre public un rapport accablant sur la situation en Algérie.

Le Comité international de soutien aux syndicats autonomes (CISA) vient de rendre public un rapport accablant sur la situation en Algérie, notamment les conditions de travail, les syndicats autonomes, explique le rapport, sont depuis leur création la cible permanente d'intimidation, de division de leurs rangs et de corruption de leurs dirigeants, et ce, dans le but d'éliminer toute forme d'expression revendicative. (Suite page 9) *Sahla Amri*

LISTE DES PAYS À RISQUE

EMBARRASSÉ, WASHINGTON
TENTE DE RASSURER ALGER

Le vent de censure et de réprobation social au sein de l'opinion mondiale par la liste des pays dont les citoyens seront soumis à des mesures spécifiques de contrôle dans les aéroports internationaux, établie par les États-Unis d'Amérique, commence véritablement à mettre dans l'embarras l'Administration Obama. Les réactions les plus vives ont été émises de l'Arabie Saoudite et de l'Algérie, des pays souvent présentés comme des par-



tiens des États-Unis, mais que les responsables américains s'efforcent de rassurer par leurs «bons offices». Plus inquiète son regard total de cette mesure «répressive» et «discriminatoire», le gouvernement algérien est allé, le 10 janvier, jusqu'à contacter l'ambassadeur des États-Unis à Alger. Ce qui est, dans le dessein, une première dans l'histoire des relations entre Alger et Washington. (Suite page 9) *Zine Cherifiani*

LIBAN

CRASH D'UN AVION ÉTHIOPIEN
AU LARGE DE BEYROUTH

Le Liban et l'Éthiopie ont décrété, hier, une journée de deuil national suite au crash d'un Boeing 737 de la compagnie Ethiopian Airlines quelques minutes après son décollage de l'aéroport de Beyrouth. P. 9

REPORTAGE

BLIDA, UN DÉSERT CULTUREL

Dans la wilaya de Blida, les infrastructures culturelles tombent en ruine et certaines, comme les théâtres et les salles de cinéma, ont changé de vocation. P. 26



Pour la nouvelle année 2010, faites le choix gagnant.

Un an d'assurance
+ Un carnet de carburant offert
+ une remise exceptionnelle

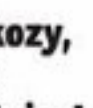
OU

LOGAN BERLINE à partir de 690 000 DA
soit une remise de 70 000 DA.



3 ans garantie sans limite de kilomètres - Dacia Finance à crédit - Dacia Leasing - Dacia Rent a Car - Dacia Fleet - Dacia Used Car - Dacia Export - Dacia Import - Dacia Leasing - Dacia Rent a Car - Dacia Fleet - Dacia Used Car - Dacia Export - Dacia Import

IA
rkozy,
as
histoire!
p7



Versiedruk 12 februar 2019



1960-2010

**Les damnés
de Reggane
racontent**

Lire en pages 4 et 5

OMC

**Quand
Alger parle
de "cruauté"**

P 3

RACHID MIMOUNI



**Eternel
étranger
en son pays**

P 9

ANNÉE DU TIGRE

**Et si vous
vous
mettiez au
chinois ?**

P 14