

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم الإعلام

مطبوعة في مقياس
الإخراج الصحفي في الصحافة المطبوعة والإلكترونية

السنة الثالثة ليسانس
تخصص: إعلام

إعداد الدكتورة:

راضية بن جاوحدو

أستاذ محاضر صنف أ

الخطة

الصحافة المكتوبة و الإخراج الصحفي

-تعريف الإخراج الصحفي

-ماهية الصحافة المكتوبة

تحديد المصطلحات والمفاهيم

الصحفي

المخرج الصحفي

مخرج صحفي منفذ

مخرج صحفي فني

النشر الإلكتروني

قصة الصحافة المكتوبة

أهمية الصحافة المكتوبة

وظائف الصحافة المكتوبة

الصحافة في الجزائر .

ماهية الإخراج الصحفي .

نشأة الإخراج الصحفي .

وظائف الإخراج الصحفي .

العوامل المتحكمة في الإخراج الصحفي .

بناء الصفحات في الإخراج الصحفي .

العناصر التيبوغرافية .

العناصر الجرافكية .

عناصر الفصل بين المواد .

تصميم الصفحات و إخراجها

إخراج الصفحة الأولى

أهمية الصفحة الأولى

المكونات التصميمية للصفحة الأولى

أسس إخراج الصفحة الأولى .

إخراج الصفحات الداخلية و الصفحة الأخيرة .

أهمية الصفحات الداخلية و الصفحة الأخيرة .

المكونات التصميمية للصفحات الداخلية و الصفحة الأخيرة

أسس وأساليب الصفحات الداخلية.

تصميم الإعلان و إخراجة .

لمحة تاريخية عن الإعلان

أهمية الإعلان الصحفي في الصحافة المكتوبة .

الأسس الفنية في تصميم الإعلان و إخراجة .

المدارس الإخراجية.

المدرسة التقليدية

النظرية المعتدلة

النظرية الحديثة

استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإخراج الصحفي

النشر الإلكتروني في الإخراج الصحفي

نشأة النشر الإلكتروني

أهمية النشر الإلكتروني في الصحافة المكتوبة.

التكنولوجيا الحديثة في الإخراج الصحفي

تصميم عناصر الإخراج الصحفي إلكترونيا

إخراج الصور إلكترونيا

إخراج الصفحات إلكترونيا

إخراج الإعلانات إلكترونيا

الإخراج الصحفي :

تعريف الإخراج لغة : من الفعل أخرج، يخرج، إخراجا بمعنى أظهر و أبرز، قال تعالى في محكم تنزيله: (ثم يخرج به زرعاً مختلف ألوانه) سورة الزمر/الآية 21 .

و إخراج الشيء : هو إظهاره للوجود و الإخراج الصحفي فيه إظهار للشكل ولعناصر معينة تبعثه إلى الوجود حيث يتم تنسيقها و ترتيبها لتشكل هيكلًا عامًا للصحيفة أو الإطار الفني الذي يجب أن تظهر فيه الأعمال الفنية و الصحفية والأدبية.(1)

الإخراج اصطلاحاً : هو خطوة من خطوات إنتاج الصحيفة، يختص بالشكل الذي تظهر به لقراءها معبرة عن المضمون الذي تشتمل عليه، و متأثرة بمعطياته من حيث العناصر الطباعية المستخدمة من بناء المادة الصحفية المنشورة، و من حيث توزيع هذه العناصر على صفحات الصحيفة، و على هذا فإن الإخراج الصحفي عمل متكامل يبدأ دوره عند الانتهاء من تحرير المواد الصحفية المراد نشرها .(2)

و الإخراج الصحفي هو أحد الفنون التطبيقية الحديثة ذات الارتباط الوثيق بالتعبير الصحفي و الاتصال الجماهيري و تقييم الأخبار و تبين أهميتها النسبية، فالإخراج الصحفي فن عملي و وظيفي بالدرجة الأولى و هو ليس فناً جماهيرياً مجرداً كالتصوير و النحت و الموسيقى، إن كان هذا لا ينفي بطبيعة الحال القيم الجمالية المطلوبة في تصميم المطبوعات و منها تصميم الصحف .(3)

و الإخراج الصحفي بمفهومه الواسع و الشامل يعنى بتوزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصفحة و اختيار هذه الوحدات و إبرازها وفقاً لخطة معينة و بذلك فإن الإخراج الصحفي يعد العامل الحاسم في تكوين شخصية الصحيفة و رسم ملامحها العامة في أذهان القراء، لأن الشكل هو الذي يجذب أبصارهم قبل المحتوى .

و يعرف قبيسون الإخراج الصحفي بأنه عملية ترتيب العناوين و النصوص الإخبارية و الصور و العناصر التيبوغرافية الأخرى فوق حيز الصفحة .

أما موان فيرى أن الإخراج هو نظام تخطيطي يمكن الشخص المشتغل بالإخراج من التأثير بشكل أو بآخر على عملية جمع المادة الصحفية و اختيارها فوق حيز الصفحة .(4)

و من التعاريف السابقة يمكن القول أن الإخراج الصحفي هو أحد الفنون الصحفية الحديثة ذات الارتباط الوثيق بالتعبير الصحفي، يقسم الأخبار و يبين أهميتها ، فهو علم بالدرجة الأولى ثم ن يتناول الصحيفة من حيث أنها جسم مادي أي مطبوع وفق قواعد و مذاهب تتفق مع وظائف الإخراج و وظائف الصحيفة .

الصحافة المكتوبة :

الصحافة حسب التعريف اللغوي بكسر الضاد من صحيفة، جمع صحائف أو صحف و الصحيفة هي القرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها و ورقة الجريدة لها وجهان أي صفتان أو صحيفتان.(5)

أمت قاموس أكسفورد فيذكر أن كلمة صحافة تستخدم بمعنى الورق المكتوب و هي شيء مرتبط بالطبع و الطباعة و نشر الأخبار و المعلومات، و هي تسمى أيضا الجريدة و يقصد بها الصحيفة، و الصحافة مهنة و فن يمارسه الصحفي، و معنى الصحفي هو الشخص الذي يقدم المعلومات و الآراء المكتوبة للمجتمع فكلمة الصحافة تشمل الصحيفة و الصحفي في الوقت نفسه.(6)

و جاء في المعجم الوسيط : الصحافة مهنة من يجمع الأخبار و الآراء و ينشرها في الصحيفة .

أما اصطلاحا و حسب تعريف منظمة "اليونسكو" الذي جاء تحت عنوان "الدوريات" بأنهما كل المطبوعات التي تصدر على فترات محدودة أو غير محدودة و لها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها و يشترك في تحريرها العديد من الكتاب .

و في تعريف آخر تعرف بأنها جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأخبار و التعليقات إلى الجمهور و عند البعض لم تعد الصحافة تعني فقط هذه الأوراق التي تصدر في مواعيد محددة . تحتوي أخبار، آراء و مواد للتوجيه و الإرشاد و التسلية بل أصبحت تطلق كذلك على الإذاعة الصوتية و المرئية أي الراديو و التلفزيون و أصبحنا نقول صحافة مكتوبة و صحافة مسموعة و صحافة مرئية.(7)

و عليه فالصحافة أداة تمد الرأي العام بأكثر الأحداث الآنية و ذلك في سلسلة قصيرة و منتظمة الصدور و تكون المادة الصحفية مرتبة وفقا لقواعد الإخراج حتى يسهل قراءتها و هي أيضا المهنة التي تقوم على جمع و تحليل الأخبار و التحقق من مصداقيتها و تقديمها للجمهور .

و الصحافة المكتوبة من أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم و العالم أجمع و الوظيفة الأولى للصحافة هي أن تبحث عن الأخبار تنقلها لكل ما يحدث كل يوم أكثر من أن تستطيع الصحف الإحاطة به لذلك لا يسرد في الصحف إلا ما يشكل حدثا، و يطلق أحيانا لفظة السلطة الرابعة على الصحافة لما لها من تأثير على تشكيل الرأي العام ، و منذ أن ظهرت الوسائل الإعلامية الأخرى من إذاعة ، تلفاز و انترنت مازال الجدل و النقاش دائر بين أوساط الإعلاميين في مدى قدرة هذه المهنة (و التي تسمى أحيانا بمهنة البحث عن المتاعب) على البقاء و الديمومة نظرا لسهولة انتشار الوسائل الإعلامية الأخرى.

فالصحيفة هي مجموعة الصفحات المطبوعة ذات العدد المناسب و الثابت غالبا و الحجم القياسي العادي أو النصف المتجمعة في وحدة تمثل عددا أو نسخة من كل متتابع يصدر يوميا بمعرفة جهة نشر عامة أو خاصة ، اسما مميزا و رقما للعدد و تاريخ الصدور و تقدم لقرائها مختلف الأخبار و المواد المعلوماتية و الإعلامية و المصورة و المرسومة وظيفتها إعلام القراء و توجيههم و تثقيفهم و تعليمهم.

و هي يوميات إخبارية تطبع عادة على ورق ذو نوعية رديئة تصدر من خمس إلى سبع مرات في الأسبوع و تغطي مساحات مختلفة حسب طبيعتها المحلية الجمهورية الوطنية أو الدولية.

الصحفي :

منسوب إلى الصحيفة و هو من يخطئ في قراءة الصحيفة و من يأخذ العلم منها بدلا من الأستاذ و كذلك هو من يعمل في مهنة الصحافة فيجمع الأخبار، الآراء و المعلومات و ينشرها.(8)

المخرج الصحفي :

هو القائم بالاتصال في الصحيفة و هو المسؤول عن وضع التصميم الخاص بالصفحات بحيث يقوم بتوزيع مادة الصفحة على سطحها و الإشراف على تنفيذها مرورا بالمحور الذي يقوم بتهديب الخبر و تنقية الشوائب.(9)

مخرج صحفي منفذ :

هو الشخص الذي يقوم بتنفيذ صفحات الجريدة وفقا للماكيث في قاعة التجهيز في حالة الطباعة البارزة و في قاعة المونتاج في حالي الطباعة الغائرة و الملساء و يقوم بمراجعة البروفات و إجراء الاختصارات اللازمة.

مخرج صحفي فني :

مهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة و المصورة وفقا لرؤية المشرف أو المدير الفني للجريدة إلى واقع تيبوغرافي في عناوين و مقدمات و متن و صور و رسوم و جداول و ألوان فرعية و عناوين فرعية إنه يرسم الماكيت (التصميم المبدئي للجريدة) الذي يبين فيه شكل المواد و تصل إليه المادة من كبير المراجعين عن طريق المدير الفني مكتوبة أو مصورة و بعد تحديد موقعها داخل الجريدة و داخل صفحاتها و بعد رسم الماكيت ترسل المواد إلى قسم الجمع أو التصوير و الماكينات إلى الأقسام الفنية للتمثيل.(10)

النشر الإلكتروني :

و هو استبدال الأشكال التقليدية من الطباعة و تخزين و نشر الصحف بأدوات إلكترونية و في هذا النشر يتم الإستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع توظيف و تجهيز صفحات و ألواح الإنتاج و ألواح معدنية و غيرها بالطبع.(11)

قصة الصحافة المكتوبة :

إن تاريخ الصحافة كما يقول - إميل بواتان - ليست إلا جزءا من التاريخ العام.(12) لكن التاريخ الحقيقي للصحافة يبدأ منذ اختراع طريقة الطباعة الجديدة على يد "غوثيرغ" و أحدثت ثورة حقيقية في طرق نشر الأخبار و من هنا ارتبطت نشأة الصحافة المكتوبة بنشأة المطبعة(13) حيث ظهرت أول صحيفة بمعناها الصحيح في أوروبا و بالضبط في فرنسا عام 1631 خدمة للملك لويس الرابع عشر و أطلق عليها اسم "فازيت" تميزت بالرسمية و كانت لا تنشر مقالات بل أخبار (داخلية خارجية) ثم حذت معظم الدول الأوروبية حذو فرنسا .

فأنشأت صحف رسمية منها انجلترا عام 1665 و هي صحيفة " اكسفورد جازيت" و لكن تعتبر سنة 1702 هي المولد الحقيقي للصحافة الانجليزية التي تميزت بالتنوع و الثراء في المضمون أكثر من الصحافة الفرنسية و تمثلت في صحيفة "الدايلي" اما في أمريكا فظهرت أول صحيفة في 1690 لكن لم يصدر منها إلا عدد واحد و اسمها " بوليك الكورنس" (14)

أما تاريخ الصحافة العربية فالملاحظة الأساسية التي يمكن إبدؤها هي أن الصحافة في معظم دول العالم العربي وليدة التواجد الاستعماري الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي و توجيهه لخدمة أهداف الاحتلال عن طريق إنشاء صحف ومجلات بأكثر من لغة.

إن أشهر هذه المدارس وأقدمها هي مدرسة عين ورقة التي أسست عام 1789 في معبد ماروني بجبل لبنان، وهناك تكون الجيل الأول من الكتاب الصحفيين الذين سمح فيها بانطلاق ملحمة الصحافة العربية.(15)

وتعتبر هذه الصحف والمجلات مدارس صحافية تخرج منها معظم الصحفيين في البلاد العربية، حيث ظهرت في مصر أول صحيفة عام 1793 كانت تحت اسم "بريد مصر" فاستمرت حتى 1801، وكانت باللغة الفرنسية موجهة للجنود تنقل إليهم أخبارا يومية ومحلية لمصر، إلى أن ظهرت أول صحيفة مكتوبة بهذا المفهوم عام 1828 "الوقائع المصرية" وقد اهتمت بجميع نشاطات البلاد آنذاك.(16) وقد شهد ربع القرن الأخير ثورة هائلة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي كان لها أثرها الكبير على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه والمتغيرات المشتركة في عملية الإنتاج وقد تأثرت صناعة الصحافة كأحد أشكال الاتصال بالتطور التكنولوجي بشكل ماحوظ والذي انعكس على كم ونوع المضمون وطبيعة

الخدمة الصحفية وآلية انتاج الصحيفة ومظهرها النهائي كما خلق علاقات جديدة بين الإنسان والآلة ووظائف مستحدثة داخل الإدارات المتنوعة بالصحيفة.(17)

أهمية و وظائف الصحافة المكتوبة

معروف اليوم أن الصحف و المجلات أصبحت من حيث نسبة مقروئيتها و توجيهها للرأي العام من أهم وسائل الاتصال التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات الحديثة فهي تعتبر بحق من مقومات الحياة الفكرية و السياسية المعاصرة و الصحافة كوسيلة اتصال تقرأ لعدة أغراض منها :

1- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام أول بأول .

2- مجرد التسلية و الاستمتاع بما فيها من طرائف خبرية و نوادر أدبية .(18)

أما الحكومات و السلطات الرسمية في جميع بلدان العالم فتستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة و خصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها وفي هذا الصدد يقول " خروتشوف " الصحافة هي سلاحنا الفكري الإيديولوجي الرئيسي و نحن نوحى عليها أن تتكل بخصوم الطبقة العاملة و أعداء العاملين جميعا في المجتمع الشيوعي " فالصحافة إذا تبقى جزءا هاما في الجهاز السياسي لكل دولة و هي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذا أحسن استعمالها كما أن لها أهمية في توجيه الرأي العام و هيبته الخاصة في مجتمع المجتمعات.(19)

وظائف الصحافة المكتوبة

تلعب الصحافة في حياة الأفراد و الشعوب دورا هاما و في الوقت ذاته معقدا و غير واضح المعالم فوظائفها على الصعيد السياسي و الاجتماعي و الإعلامي متنشعبة و متداخلة فكما تطورت الصحافة المكتوبة كلما زادت وظائفها و زادت إمكانياتها و خبراتها لتلبية و إشباع رغبات الجمهور(20) و من أبرز وظائفها الهادفة ما يلي :

الوظيفة الإعلامية :

تعتبر عملية نقل الأخبار و طرحها و التعليق عليها من أهم الوظائف الأساسية للصحافة أي لا يمكن أن تكون قائمة بدونها فأظهر صفة من صفات الإنسان هي حب الاستطلاع لمعرفة الأنباء و الاطمئنان إلى البيئة(21)

الوظيفة السياسية :

لقد نعتت الصحافة بأنها السلطة الرابعة و هذا لعدة إعتبارات منها حيازة هذه الوسيلة على المعلومات و الأخبار حول القضايا المتعلقة بالصالح العام و التي نشرت لدى الجمهور حيث استطاعت من جهة أن تؤكد من خلال دساتيرها و نصوصها الرسمية على حق المواطن في إعلام ذو مصداقية و نزعة كافية كما تؤكد على إعلام المواطن بالأخبار و المعطيات التي بحوزة السلطة أو ما يصطلح على تسميته بحق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر و تزويد المجتمع بالحقائق و الأرقام التي تبرز الأحداث التي يتفاعل داخلها أفراد المجتمع.(22)

الوظيفة الاجتماعية :

يمكن القول أن قراءة الصحف هي حوار مع العالم و ذلك أن الأخبار والأحداث التي تقدمها الصحف و الأخبار الجديدة كل ساهم في كسر طوق العزلة التي يمكن أن تحيط بالفرد و تساهم أيضا في التنشئة الاجتماعية بتوفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في العالم الذي يعيشون فيه كما أنها تساهم أيضا في خلق الدوافع أي بدعم الأهداف المباشرة و النهائية لكل مجتمع و تشجيع الاختيارات الشخصية و التطلعات و دعم النشاطات الخاصة بالأفراد و تساهم أخيرا في تسهيل الحوار و النقاش أي توفير و تبادل الحقائق اللازمة لتسيير الاتفاق و توضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة.(23)

الوظيفة الإعلانية التسويقية :

إذا كانت الوظيفة السابقة تعتبر جهودا مخططة يتم القيام بها دون مقابل مدفوع على وسائل الإعلام فان الإعلان يعتبر جهود مدفوعة معتمدا في ذلك على الاستمالة العاطفية بالدرجة الأولى بتوجيه الأفراد إلى السلوك المؤيدة للفكرة أو السلعة(24) و يرى بعض علماء الإعلام أن الإعلانات أخبار و لكنها أخبار سعيدة و أنها بذلك تحفظ التوازن في الصحيفة التي تنشر أخبار الزلازل و الاغتيالات و ما شابه ذلك .

الصحافة المكتوبة في الجزائر

كانت اول صحيفة هي (بريد الجزائر) صدر العدد الأول في أول يونيو 1830 ثم صدرت صحيفة (لومونيتور دالجيريان)التي أظهرت عددها الأول في 27 جانفي 1832 و هي صحيفة رسمية تنشر قرارات الجيش المحتل و أوامره و تصدر أسبوعية في أربع صفحات و تجدر الإشارة إلى أن نهاية القرن التاسع عشر عرفت

نشاطا إعلاميا كثيفا للمستوطنين الذين أصدروا حوالي 150 صحيفة بالإضافة إلى استيراد و توزيع الصحف التي كانت تصدر في فرنسا أما عن النشاط الإعلامي المستقل للجزائريين فتذكر بعض المصادر : أن أول صحيفة يصدرها جزائري كانت " كوكب افريقيا " عام 1907 و بعد الحرب العالمية الأولى صدرت صحف أخرى بأسلوب جديد و بنفس جديد كان أبرزها صحف جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة " الشيخ عبد الحميد بن باديس " بالإضافة إلى صحف بعض الأحزاب السياسية و لكنها واجهت جميعها صعوبات كثيرة عن الوضع الاستعماري الفرنسي (25) و عرفت الصحافة الجزائرية في عهد الاستعمار ازدهار نسبيا إذا أخذنا في الاعتماد على عدد الصحف التي ظهرت في هذه الفترة إذا أخذنا نوعية مضمون هذه الصحافة و من هذه الناحية يمكننا أن نصنف هذه الصحف إلى عدة أصناف منها صحافة حكومية صدرت سنة 1847 و صحافة أحباب الأهالي بدايتها سنة 1882 و كانت بداية الصحافة الأهلية سنة 1893 و الصحافة الوطنية سنة 1930. (26)

أما الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال فنقلت نقلة نوعية لكنها لم تكن شاملة و لا جذرية نتيجة مخلفات الاستعمار الثقافي التي كان فيها أكثر من ثمانين بالمائة من الأميين إلى جانب انعدام الخبرة في مجال الإعلام اليومي و غيره من الأسباب التي أعاققت الصحافة المكتوبة في الجزائر في بداية مشوارها بعد الاستقلال(27)

و تعتبر سنة 1963 السنة التي أقيمت فيها مؤسسات جديدة التي تحولت الصحف فيها إلى صحف جزائرية فقد اختفت صحف المستوطنين الفرنسيين و أمتت في سبتمبر من تلك السنة و حلت محلها صحف جزائرية جديدة.

نشأة الإخراج الصحفي

يعتبر تطور الصحافة المكتوبة الذي شهدته في مختلف جوانبها العامل الأساسي في ظهور و نشأة الإخراج الصحفي فقديمًا لم تكن عملية الإخراج الصحفي معروفة لدى الصحف حيث كانت مماثلة تماما للنظم المتبعة في إخراج الكتب حتى أن الصحف نفسها كانت تسمى كتب الأخبار و ظلت فكرة الصحفيين و القراء عن الإخراج الصحفي مماثلة لفكرتهم عن إخراج الكتب إلى أن ظهرت الثورة الصناعية و أخذت تنتشر في كافة العالم و تمس جميع المجالات خاصة مجال الصحافة المكتوبة خصوصا بعد ظهور انتشار الطباعة مما سمح بظهور عدة أنواع للصحف الخاصة كالصحافة الشعبية التي تعتبر أولى الصحف التي استعملت عملية الإخراج

في نشر و تنظيم محتواها و من هذه الصحف نجد صحيفة " الديلي ميرور " التي طبقت الإخراج الصحفي منذ نشأتها عام 1904 فمن هنا عرف الإخراج الصحفي و ظلت طريقة "الديلي ميرور " هي النهج العام لفن الإخراج و أخذت بقية الصحف تطبيق نفس الطريقة في نشر موادها التحريرية حيث كانت تستخدم حروفا كبيرة في الطباعة و لم يكن هناك أي تنوع في أحجام الحروف كما أن الموضوعات كانت ترتب ترتيبا متسلسلا دون تقديم و لا تأخير . لكن هذا الأسلوب رغم ركاكته و عدم تميزه بالحيوية إلا انه كان مناسباً للصحافة آنذاك لأنها بدأت حكومية ثم تهتم بالنشرات الإعلانية لخدمة التجار ثم تطورت لتصبح أدوات حربية أي أنها كانت محصورة في الطبقات الحاكمة (السياسية والتجار والمتقنين) لذلك لم يكن الإخراج الصحفي يهتم بطرق استمالة القارئ و اجتذابه –لان قراءها قليلون- إلا أن تولى " اثر كريستيانسن " (1933) رئاسة تحرير صحيفة "الديلي اكسبريس" و رأى أن طريقة إخراج الصحيفة الديلي ميرور " مقيدة جدا و أنها تحد من حرية المخرج في العرض كما نظر إلى صفحات الصحيفة على أنها بيضاء بدون اعمد الجمع بمقاسات مختلفة و الصور بمقاسات أيضا و أخرى تخرج عن تقليدية العمود و العموديين و الثلاث و أربعة أعمدة و صور عمودين و نصف و بهذا حرر "كريستيانسن فن الإخراج الصحفي من الأغلال الأعمدة و من كل القواعد التقليدية المتعارف عليها خاصة بعد أن وضع أسسا فنية للإخراج تدور حول القيم النفسية وميول القراء و مدى اهتماماتهم بنوعية الأخبار و فتح المجال أمام المخرج والمصور و الفنان لإخراج صحيفة بصورة جذابة جميلة تغري القارئ بشرائها(28)

و من هنا برز الإخراج الصحفي و أخذ ينشر و يستعمل في كل الصحف على عدة أشكال حيث كانت بدايته على شكل عمودي و كان هذا نتاجا لبداية التقنيات التي كانت سائدة في بدايات الصحافة المكتوبة حيث كانت حروف المتن صغيرة و أما الصورة فقد كانت غاية في الصعوبة و لهذا غلبت الصور و العناوين الكبيرة في الصحف و ظل هذا الشكل مهيمنا على الإخراج الصحفي منذ قرابة قرن من الزمن و أهم ما يميز هذا النوع كثرة القصص و كثرة الأعمدة مما استدعى الإكثار من عناصر الفصل خاصة الجداول كما أنه يتميز بالهدوء و الرتابة و مع تعدد الصحف أصبح من الضروري التنوع في الأشكال من أجل إظهار شخصية كل صحيفة فظهر الشكل الأفقي في نهاية الأربعينيات فأخذت الصور تتسلل إلى الصفحات وبدأت تظهر الحروف الكبيرة و التخلي عن الجداول و تعويضها بالمساحات البيضاء و ظهور اللون لكن ليس كثيرا و هذا راجع إلى التقنيات المستخدمة التي ظلت في تطور مستمر إلى أن ظهر الشكل الثالث و هو المختلط الذي يقوم على

المزاوجة بين الشكلين السابقين لكن مع اختلاف يكمن في مدى تحرره تماما من القيود والقواعد لدرجة صنعه ثورة في الإخراج الصحفي من حيث المبالغة في استخدام الألوان و الصور الكبيرة التي تصل إلى حد احتلالها لصفحة كاملة مع الاحتفاظ بالعناوين و عناصر الفصل المتمثلة في المساحات البيضاء.(29)

وظائف الإخراج الصحفي

لقد أصبحت عملية الإخراج الصحفي من العمليات الشاقة و المعقدة و أصبح على مخرج الصحيفة أن يجمع بين الثقافتين الصحفية و الفنية و أن يكون خبيراً بنفسية القارئ و بحسن تقويم الأخبار و الموضوعات و يجيد استخدام الوحدات التبيوغرافية من حروف و رسوم و خطوط و توزيعها حيث تناسب فضاء الصحيفة و ذلك يحقق الإخراج عدة وظائف أهمها :

1- جذب القراء للصحيفة :

و تعد الوظيفة الأولى لكونها بابا لكثير من خطوات الانتشار و التأثير التي تستهدف الصحف بلوغها و لاسيما في ظل تنافس الصحف فيما بينها و لتتم هذه الوظيفة يجب مراعاة عدة أشياء كاستخدام عناصر الطباعة و الجرافيكية كالحروف و الصور و الرسوم و الألوان المتميزة و العمل على أن تبدو الصفحة جذابة و مشوقة ترتاح العين إلى شكلها و يرضى الذهن عما فيها من تنوع و تكوين هذا بدوره يساعد الصفحات على التخلص من الرقابة و الملل و بالتالي إضفاء جانب جمالي على الصفحة يعود لجذب انتباه القراء لها.(30)

2- تسهيل القراءة :

إن جذب القراء للصحيفة رغم أهميته أمر سهل الحدوث لكن الاحتفاظ بالقراء أمر في غاية الصعوبة و هو ما يحاول الإخراج الصحفي العمل عليه من خلال تهيئة أفضل فرص العرض أمام القراء بما يتناسب مع النظرات السريعة المبنية على ضيق وقت القراء كذلك تسهيل عملية القراءة عن طريق ترتيب الأخبار على الصفحات بشكل منظم و بطريقة مقنعة و أن يخلق تصميمًا جذابًا و ممتعًا يساعد على أن تبدو الأخبار على الصفحة مثيرة و ممتعة بحيث يمكن أن تجاري رسائل الاتصال الأخرى و العمل على تحقيق الوضوح من خلال حجم الحروف و نوعية الطباعة.(31)

3- تيسير تنقل القراء عبر الصفحة :

في إطار محاولة إقناع القراء بمواصلة الإطلاع على كامل محتويات الصفحات بعد جذبهم يعمل الإخراج الصحفي على تيسير تنقل القراء عبر الصفحات عن طريق تحقيقه المقروئية للمواد المنشورة بحيث تصل المضامين المنشورة إلى القراء من خلال السعي إلى إرضاء نفسياتهم في تقويم الأخبار و ترتيبها حسب رغباتهم سواء كان من حيث الموقع أو من حيث العناصر الطباعية و الجرافيكية و الثبات في عملية ترتيب الأفكار فمثلا تكون الصفحات الثلاث الأولى من الصحيفة خاصة بأخبار الوطن السياسية و الأخبار العالمية تكون في صفحاتها الوسطى و هكذا أي عقد صلة تعارف و ألفة بين القارئ و صحيفته و الذي لا يتم إلا عن طريق العناية بالعناصر الطباعية المستخدمة في تجسيد هذه المضامين و بالذات ما يتعلق بالحروف المستخدمة في صف المتون و العناوين إذ يتطلب أن تعمل الصحف وفق للاتجاهات الحديثة في الإخراج و المعتمدة على الاختصار الذي يقوم على سهولة وبساطة التعبير و تحديد أحجام الحروف و اتساع الأسطر حتى لا يعيد القارئ قراءة نفس السطر السابق.(32)

4- اكتساب الصحيفة شخصية متميزة :

يعمل المخرج الصحفي على إكساب الصحيفة شخصية مميزة و لعل أهمية هذه الوظيفة ترتبط بكثرة الصحف المتاحة أمام القراء من جهة و بتماثل المضامين المنشورة من جهة أخرى و إزاء هذا الوضع يمكن للإخراج الصحفي أن يقوم بدور مهم في هذا المجال نظرا لما ينطوي عليه من الحيوية و الحركة مما يمكن الصحف من توطيد علاقتها بالقراء بحيث يألفونها و يستطيعون تمييزها عن غيرها و يسهم في مداومتهم على قراءها لارتباطهم الوثيق بها.(33)

ويميل الإخراج الصحفي لتجسيد الشخصية المميزة من خلال المذهب المناسب لها ، إضافة إلى العناصر الطباعية المستخدمة حيث تساهم بشكل مباشر في التعبير عن الشخصية المميزة و بالذات ما يتعلق بالصفحة الأولى و على رأسها اللافتة إذ يتأثر بناء اللافتة بشخصية الصحيفة فمثلا نجد الصحف الجادة و الإسلامية و غيرها تعتمد في كتابة لافتاتها على الخط الكوفي و تعتمد في صحف الشباب و الرياضة و غيرها على الخطوط الحرة(34)

و ترتبط فكرة و قدرة الإخراج الصحفي أيضا في تجسيد شخصية متميزة عن طريق إبراز سياسة الصحيفة و توجيهاتها رغم أهمية المضمون و دوره في التعبير عنها خاصة في الافتتاحيات إلا أن الإخراج الملائم هو الذي يستطيع أن يبرز هذه

السياسة و يشكل منها هوية واضحة أمام القارئ عن طريق استخدام الطباعية المناسبة بالإضافة إلى اختيار القطع الملائمة.

5- إكساب الصفحة لمسات جمالية :

و هي الوظيفة الهادفة إلى إحداث قدر من التشويق الجذاب و ذلك استجابة للمدرسة الحديثة القائمة على إضافة قيم جمالية بحيث تقرب القراء إلى المضمون خاصة في سياق المنافسة القائمة بين الصحف كما أن القيمة الجمالية هنا لا تقف على ما تقدمه من لمسات بل تتعدى إلى ما هو أبعد من ذلك أي لا يهتم بتصميم الصفحات بالجانب الجمالي الشكلي فقط من حيث عرض العناصر الطباعية بل يتعداها إلى توحيد العلاقة بين هذه العناصر و الجوانب الوظيفية التي تؤديها من خلال المزوجة بين المضامين الملبية لحاجيات القراء الاتصالية و المتجاوبة مع أهداف الصحافة و رسالتها و بين الإخراج المتقن لهذه المضامين.(35)

العوامل المتحكمة في الإخراج الصحفي

تؤثر عدة عوامل تحريرية و إخراجية و إنتاجية في عملية الإخراج الصحفي و هذه العوامل هي كالتالي :

أ- أهمية الموضوعات :

بداية لا بد أن ندرك أن أهمية الموضوعات تحدد الطريقة التي تعرض بها بغض النظر عن مسافة أو حجم الموضوعات ذاتها بمعنى أنه قد يكون خبرا قصيرا ولكنه أهم من غيره من الموضوعات المتواجدة في الصفحة و لهذا لا بد أن يحدث إبراز لهذا الموضوع إخراجيا هذا الإبراز يكون على أكثر من مستوى :

- وضع الموضوع في مكان متميز في الصفحة بحيث يسهل رؤيته و قراءته ولا يتوه في واسطة موضوعات الصفحة.

- تميز الموضوع من حيث شكل الحروف في العناوين المستخدمة .

- اختيار تقنية مغايرة في الإجراءات الإخراجية على الصفحة .

- وضع الموضوع على أرضية شبكة السكائير وغيرها من الإجراءات الإخراجية .

- نشر الموضوعات بمصاحبة صور أو رسوم يناسبها(36)

ب- سياسة الصفحة رؤية رئيس التحرير :

و هي من المتغيرات الرئيسية المتحكمة في إخراج الصفحات فمثلا إذا كانت الصحيفة تقوم على الإثارة و تهيج الرأي العام بما تنشره من مضامين فهي توظف الإخراج لخدمتها فتسرف في استخدام العناوين العريضة و الملونة باللون الأحمر تحديدا و تنتقي صورا خاصة و مساحات كبيرة كما قد يتدخل المخرج الصحفي في استبعاد بعض ملامح الصور و تأكيد البعض الآخر خدمة لسياسة الصحيفة ، أما رؤية رئيس التحرير فلا تختلف كثيرا و لكن دائما تملى على المحررين والمخرجين الصحفيين بالشكل الذي يحكم لمعالجة الإخراجية للموضوعات(37)

1) أولوية نشر الموضوعات :

هناك أولويات تحكم نشر الموضوعات كأن يكون الموضوع جماهيريا حدثا مهما أو أنيا يفرض نفسه على بقية الموضوعات بالصحيفة .

2) رؤية المخرج الصحفي :

المخرج الصحفي هو حلقة الاتصال بين الأقسام المختلفة و بين التنفيذ و المطبعة وصولا بالصحيفة إلى يدي القارئ ، فالمخرج الصحفي يدرك بحسه و خبرته أهمية الموضوع و مدى تنافسها على الصفحة الواحدة.(38)

3) التناسب في مساحات الموضوع و نشرها :

و هي مسألة يدركها المخرج الصحفي تماما و لا بد أن يعيها المحررون أيضا فلا يصح مثلا أن يكون خبر صغير الحجم لا يتجاوز حجمه كرسم مثلا و يكتب له عنوان كبير فلا تليق لا من الناحية التحريرية و لا من الناحية الشكلية البصرية أي الإخراجية و التي يجب أن يعيها المخرج.(39)

4)مدى الالتزام بقاعدة أو مذهب إخراجي محدد:

ينبغي تأكيد أن المذاهب الإخراجية ليست جامدة وليست وصفة سحرية في يد المخرج الصحفي يخرجها ويستخدمها ثم يعيدها ولكنها قواعد مختصرة في النص وممتزجة بباقي القواعد التي قد بينها المخرجون الصحفيون في تصميماتهم المختلفة وبهذا الشكل يمكن القول أن المخرج الصحفي يستفيد من كل أساس من أسس التصميم، ويوظفه في ظروف الصفحات ووفق الرؤية الإخراجية الخاصة، ومن ناحية أخرى فإن هذا الأساس الوارد ذكرها متداخلة في بعضها وهذا راجع إلى المرونة التي يتميز بها الإخراج الصحفي دون الإخلال بالقواعد المتعارف عليها.

(5) الشكل النهائي للصفحة أو الصحيفة ككل:

ومن المعايير المهمة التي تشغل المخرج الصحفي بدرجة كبيرة الشكل النهائي للصحيفة والصفحة باعتبارها نتاج جهده ورؤيته ومن ثم لا بد أن يحرص على تقديم هذا الجهد بشكل جذاب ومشوق. (40)

فليس المطلوب من المخرج الصحفي أن يقدم لوحة تشكيلية، ولكن صفحة بسيطة سهلة القراءة وعليه فإن الشكل النهائي لا بد أن يناسب القارئ العادي لا الفنان الذي يحتاج إلى وقت ليتأمل في لوحة فنية لمدى طويل ولأكثر من مدة، لأننا عند الاطلاع على الصحيفة نقرأ العناوين بقفزات سريعة لا نتوقف فيها إلا إذا لفت انتباهنا عنوان معين أو صورة غريبة، وعلى هذا الأساس لا يلجأ المخرج الصحفي لاستخدام الخط الكوفي، أو الثلث مثلا أو الديواني في جميع نصوص الموضوعات المختلفة، رغم أن هذه الخطوط جميلة إلا أنها صعبة القراءة، خاصة عندما تجمع بأحجام وأنباط ولهذا يستغني المخرج عن هذه الخطوط بجمالياتها ويستخدم بدلا منها خطوطا أكبر. (41)

(6) نمط وتنفيذ الصحيفة:

يؤثر نمط إنتاج وتنفيذ الصحيفة على إنتاجها بالتحديد على مظهرها النهائي بعد الطبع، فتجهيز الصفحة باستخدام صفحاتها في شكل ورق الكالك المقلوب ليكون مهما في مرحلة ما قبل الطبع. يختلف عن إخراج وفهم لذات الصفحات بما يؤثر في النهاية على الشكل الطباعي والمظهر الفني للصحيفة بعد الطبع، وعندما يتم جمع الموضوعات والتنفيذ لصفحات بواسطة الحاسب الآلي وبرامجه سيكون أسرع بالإمكانات المتاحة وبالدرجة العالية من المرونة والدقة والجودة.

(7) طريقة الطبع ونوعية الورق ومدى استخدام الألوان:

طبيعة الورق واستخدام الألوان كلها متغيرات تخدم الإخراج الصحفي بدرجة كبيرة ويتم توظيفها لتحقيق أهداف محددة باستخدام الألوان لا يتم دون معرفة التأثيرات السيكولوجية للون غير محدود وتزاوج الألوان مع نمط طباعي جيد ونوع ورتبة مميزة من الورق مما سمح للمخرج الصحفي بتقديم مطبوعته في أبهى صورة.

(8) تخصيص الصحيفة وبالتالي تخصيص المحتوى:

تخصيص الصحيفة وكذلك المحتوى يؤثر بدرجات متفاوتة في إخراجها، لهذا لا ينفع تطبيق نفس الأساليب الإخراجية في كل الصحف بغض النظر على محتواها

في الصحيفة واحدة فلا يمكن أن تأتي صفحة الفنون والموسيقى والإبداعات التشكيلية بنفس أسلوب صفحة الإخبار أو الشؤون الدينية.(42)

9) الجمهور وسيكولوجيته وميوله:

حتى نهاية السبعينات سقط الجمهور قصداً أو عن غير قصد من حسابات الصحف ووسائل الإعلام، إلى أن ظهرت على السطح نظريات التأثير الخاصة بالتأثير المحدود لوسائل الإعلام مقابل الدور الإيجابي والناشط لجمهور المتلقين الذين باتوا يمارسون دورهم وحقهم في نقد وتفحص ما يتلقونه عبر الصحف ووسائل الإعلام الأخرى ومن خلال التكنولوجيا الجديدة التي طورت في وسائل الاتصال ظهر نمط جديد من الجمهور النشط الفاعل في عملية الاتصال، الذي بات يتحكم إلى حد كبير فيها ينتج وفيها يقرأ ويشارك في الصحيفة، وعليه تأثر الإخراج الصحفي بهذه التحولات فرضت على المخرجين استحداث أساليب جذب بصري واستدراج لعين القارئ وخلق نقاط توافق ومناطق اهتمام متعددة على الصفحات الأولى منها على الخصوص مودعة بذلك أسلوب هيمنة الموضوع الرئيسي الوحيد أو المنشآت الصحفي الوحيد الذي ظل لعقود طويلة علامات مميزة للصحف القومية العربية على وجه التحديد.(43)

10)الإعلانات:

تؤثر الإعلانات على إخراج الصفحات بدرجة كبيرة، ولن تتخيل صفحة خالية تماماً من الإعلانات مقابل صفحة أخرى، احتلتها المساحة الإعلانية في الأركان العلوية والسفلية واليمنى واليسرى كما في الصفحة الأولى مما يؤثر سلباً على المضمون وأكدت عدة دراسات إخراجية أن المنافسة الصحفية بين المطبوعات من العوامل المهمة التي تؤثر على إخراجها وبدرجة لا يمكن تجاهلها، خاصة فيما بين المطبوعات ذات الاهتمامات المتماثلة.(44)

بناء الصفحات التيبوغرافية العامة

العناصر التيبوغرافية العامة

الحروف

تعد الحروف من أهم العناصر التيبوغرافية العامة لأنها تمثل مادة الأساس لإخراج الصحفي تبعاً لكونها أداة تغيير عند متون الصحيفة التي تعد المادة الأهم في سياق المضامين الصحفية وهذه الحروف تأخذ أهميتها من كونها الأساس الذي تبني عليه وتتشكل منه المادة المعدة وعليه وجب طباعتها ووضوحها وحتى نضمن إقبال

القراء لذلك وجب الاعتناء بها ومراعاة ملائمة أحجام، أنباطها (وحدة قياس حجم الحروف) طبيعة المواد المجمعة بها.(45)

ويخضع تقسيم الحروف من حيث الشكل إلى تقسيم يتم من زاوية النوع أو الجنس ويمكن تغيير خمسة أجناس تنفرع منها عدة أنواع أخرى هي:

1- الجنس القوطي القديم.

2- الجنس الروماني.

3- الجنس المائل.

4-الجنس غير المسنن.

5 -الجنس الخطي والمقوس.

وتتنوع استخدامات هذه الحروف وفق ما يراه المخرج بما يتناسب وطبيعة المادة الإعلامية المراد طباعتها ونشرها، حيث يتطلب توفر الانسجام بين أشكال الحروف ومحتوى المادة المكتوبة، فالحروف التي تجمع بها العناوين، تختلف أنواعها وأحجامها وأشكالها عن تلك التي تظهر في الإعلانات وتلك التي تجمع بها المادة التحريرية، كما أن كثرة تنوع الحروف تساعد على تنوع الإخراج الفني، وإضفاء الحيوية وبالتالي المقروئية الصحفية.(46) وتنقسم حروف الطباعة أيا كان نوعها إلى قسمين رئيسيين:

أ) حروف العرض (Display type): التي تستخدم في جمع العناوين وحذفها.

ب) حروف المتن (body type): التي يجمع بها صلب المادة الصحفية.

كما يراعى عدة عوامل أخرى لتحقيق مقروئية الحروف منها لاتساع السطور، حيث نصل الحروف على أساس اتصال الجمل ببعضها البعض دون قطع. توفير البياض بين الكلمات والسطور، حيث يؤدي البياض دورا كبيرا في توضيح الأحرف واختيار النوع المناسب للأرضية سواء شبكية أو رمادية أو حتى داكنة.(47)

وهي جزء ثابت في الصحيفة الأولى من الصحيفة يرتبط ثباتها بالعطاء شخصية مميزة للصحيفة، وتتكون رأس الصفحة من ثلاث عناصر في الأغلب هي :

اللافتة: ويقصد بها اسم الصحيفة، إضافة إلى الشعار والذي تعرف به إذ أنها تحتل أبرز مكان من رأس الصفحة الأولى للفت انتباه نظر القارئ وهي العنصر المكون لرأس الصفحة.

العنق: وهو الشريط الواقع تحت اللافتة يشمل على بيانات الصدور، كالتاريخ، العدد ورقمه والسعر ويوضح هذا الشريط غالباً في إطار مع فصله بجدول عرضي لإبقائه ضمن حدود رأس الصفحة.

الأذن: وهما الحيزان اللذان يقعان على يمين ويسار اللافتة، ويكونان على شكل إطار في الغالب، ويتخصصان لنشر محتويات بيانات الصفحة، أو الوحدات الإعلانية.

العناوين:

وهي مجموعة كلمات سهلة الفهم تحوي جوهر الموضوع تعمل على جذب انتباه القارئ وكذا تحديد نوعية الأخبار المعروضة، وهي أحد المكونات الرئيسية للصفحات، كما توجه القارئ إلى المواضيع التي تهتمه. (48)

ويحدد العنوان المسرى الذي يسري فيه بصر القارئ أثناء القراءة على الصفحة وكلما جاء العنوان في خط أفقي واحد كان أكثر وضوحاً على الصفحة ويطلق عليه العنوان العرضي، كما يمكن رصد أكثر من نوع من العناوين، فمن حيث الاتجاه نجد:

العنوان الممتد: وهو يمتد على عرض الصفحة عمودين إلى ثلاثة أعمدة ويتداخل عناصر أخرى كالصور.

العنوان العمودي: وهو من ملامح الإخراج الرأسي، يمتد على عرض عمود واحد، ويستخدم في الأخبار القصيرة.

العنوان الرئيسي: يحمل محور الخبر ويكون مميز، كبير، وسميك.

العنوان الثانوي: ويكون أقل سمك وكثافة من العنوان السابق.

العنوان التمهيدي: عنوان قصير، لا يزيد طوله عن ثلث العنوان الرئيسي.

العنوان الثابت: ويستخدم للأبواب والأعمدة الثابتة، ويخرج بطريقة تتسم بالحركة.

الفهرس:

وهو من الاتجاهات الحديثة حيث تنشر الصحف في الصفحة الأولى فهرسا للإخبار والموضوعات المنشورة على الصفحات الداخلية، فيقوم الفهرس بتقديم ملخص مفيد للقارئ الذي لا يملك الوقت الكافي لتصفح الصحيفة بالكامل، ويشير الفهرس لرقم الصفحة ويستخدم نوعا من الحروف تختلف عن الحروف المستخدمة في العناوين.

الترويسة: وتعد من العناصر التيبوغرافية أو الطباعية الثابتة والهامة في الصحيفة ينشر فيها اسم الناشر ومدير أو رئيس التحرير وبقية أسماء شاغلي المناصب القيادية والتحريرية في الصحيفة كما أنها تحتوي على أرقام الهاتف والفاكس وعنوان الصحيفة والعنوان الإلكتروني وغيره من المعلومات وتأتي عادة على شكل أطار.

إشارات الإجابة: وهي عبارة عن أسطر أو إطارات تضم عدة كلمات مصحوبة أو غير مصحوبة بالصور وتتضمن دائما رقم الصفحة التي تضم الموضوع المشار إليه وتأتي على شكل كرات أو جداول طويلة. (49)

الوحدات الترويجية: وهي الإعلانات التي تنشرها الصحف على شكل عناوين عريضة في أعلى أو أسفل الصفحة الأولى لتلفت نظر القارئ إلى باب معين من أبواب الصحيفة لكن مؤخرا استغنى عن العناوين وتم تعويضها بالصور لقدرتها على جذب الاهتمام أكثر.

العناصر الجرافيكية:

تعتبر العناصر الجرافيكية من أهم العناصر المتخذة في بناء الصفحات وتتبع أهميتها من قدرتها التأثيرية ومعاينتها المهمة التي تحملها إلى القراء وتتمثل هذه العناصر في:

الصور: وهي العنصر الحيوي في الصحف ويتم إنتاجها بطريقة آلية وهي عنصر تكميلي للنص وليس بديلا عنه وتستخدم في الموضوع لتترك أثرا كبيرا في نفوس القراء كما أن لها عدة وظائف كالوظيفة البصرية التي تعمل على جذب انتباه القراء لأن الإخراج الصحفي يعتمد على حاسة البصر ثم وظيفة التوازن عبر الصفحات من جراء كونها عنصر ثقيل يتوازن مع العناصر الطباعية الأخرى إضافة إلى ما تنطوي عليه من وظيفة جمالية قادرة على جذب النظر وإثارة البهجة في نفوس القراء. (50) ولكن حتى تؤدي الصور هذه الوظائف يجب تحديد موقع مناسب لها

وإعطائها الحجم الملائم للموضوع المرفق بها وكذلك اختيار الشكل سواء مستطيل، مربع أو دائري وغيره كما يجب أن تتمتع الصور بعدة مزايا حتى تجعلها صالحة للنشر ونذكر منها:

الحيوية: أي تكون الصورة مفعمة بالحياة والحركة حتى لا ينتاب القارئ شعور بالجمود.

التقائية: أي أن يتم التقاطها بطريقة فجائية وغير متوقعة وخاصة في صور الشخصيات.

الارتباط بالموضوع: أي أن تكون الصور مكتملا للموضوع المنشور.

الجانب الإنساني: أي توفر الصورة على لمسة إنسانية تحرك مشاعر القارئ وتثير اهتماماته بالموضوع وتغريه بالقراءة.

وللصور نوعين تتدرج تحت كل نوع عدة أنواع وهي:

-الصور الظلية الفوتوغرافية: وتنقسم بدورها تبعاً لما تحمله من مضامين إلى:

الصور الخبرية المستقلة: وهي التي تقدم خدمات إخبارية كاملة بحيث تستقل في هذا الجانب مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح بعض المعاني غير الظاهر فيها، وغالبا ما تنسم هذه الصور بكبر مساحتها وينشرها في الصفحات الأولى.

الصور الموضوعية: تستخدم في إكمال بناء المادة الصحفية بحيث تصل ما تحمله هذه المادة من معنى كما أنها تعبر عن لحظات وقوع الأحداث وانعكاساتها.

الصور الشخصية: وهي التي تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالمادة الصحفية المنشورة وتتميز في الغالب بصغر حجمها مقارنة بالأنواع السابقة.

الصور الجمالية: وهي صور لا تحمل معاني إخبارية وإنما تتم الاستفادة منها لأحداث لمسات جمالية على الصفحات.

الصور الإعلانية: وهي التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسية للإعلان وكما يمكن أن تعبر عن أشخاص وحالات الاستخدام الخاصة بهذه السلعة.

الصور المركبة: وفيها يتم ضم وجمع مجموعة من صورتين أو أكثر يقوم المخرج بتركيبها ليرمز بها إلى معنى خاص وأحيانا من أجل تزييف الخبر.

الرسوم:

رغم أن هذا العنصر قديم جدا مع قدم العصور التاريخية إلا أنه لم يستغن عنه في الصحافة المكتوبة خاصة أنها تؤدي وظائف تعجز الصورة الفوتوغرافية عن تأديتها كعدم الحصول عليها في المحاكم المغلقة مثلا أو تعجز أيضا عن التعبير عن المعاني المتضمنة في النصوص كما تساهم في إضاءة الصفحات خاصة إن وجد بياض متناثر. وتنقسم بدورها إلى:

الرسوم الشخصية: وهي الصور المرسومة للشخصيات المتضمنة في المادة الصحفية كما تستعمل في حالة تعذر الحصول على الصورة الفوتوغرافية خاصة في الشخصيات التاريخية أو العكس حيث عندما يكثر استخدام الصور الفوتوغرافية لوجوه معروفة يصبح الأمر مبتذلا نجد الحل في الصورة اليدوية.

الرسوم التوضيحية: وهي رسوم تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الصحفية المنشورة كالخرائط والرسوم البيانية.

الرسوم التعبيرية: وتصاحب الموضوعات الطويلة والقصص الأدبية والشعر كما تستخدم في هيئة رموز صغيرة مصاحبة للعناوين وتهدف هذه الرسوم في مساعدة القارئ في تخيل الأحداث.

الرسوم الساخرة: وهي رموز تتميز بالطرافة والقدرة على جذب انتباه القارئ ونقل الفكرة إليه بسهولة وتعتمد على البساطة كما أنها تعالج قضايا المجتمع ومن أنواعها: الكاريكاتيروهي تصوير فكاهي يبرز أهم صفات الأشخاص، والكرتون ويعبر عن مواقف وأفكار الأشخاص.

الألوان:

تعتبر الألوان من العناصر الجرافيكية الحديثة ونظرا لتطور التقنيات أصبح لها أثر كبير في الصحافة لما تؤديه من وظائف كجذب الانتباه وخلق تأثيرات سيكولوجية وإضافة المزيد من الواقعية ويفرق العاملان في مجال الإخراج الصحفي بين نوعين من الألوان:(51)

المساحات البيضاء: وهي ناتجة عن ترك مساحات بين العناصر الطباعية.

الألوان الطباعية: وهي الألوان غير السوداء تستخدم في إخراج الصفحات بغية جذب انتباه القراء وتنقسم بدورها إلى:

أ-الألوان المنفصلة: ويقصد بها استخدام لون واحد في الطباعة كأحرف العنوان أو استخدام لون أرضية موحد تطبع عليها على العناوين و تستخدم هذا النوع من الألوان في العناوين الرئيسية و في اللافتة .

ب- الألوان المركبة : و هي ألوان تتداخل لتجسد مشاهد طبيعية بحيث تستخدم أكثر من لون و لا يتم وضع الألوان في الصحيفة بأكملها بل في مواقع محددة كاللافتة و العناوين العريضة و العناوين الثابتة و في عناصر الفصل خاصة الإطارات و في الصور و الألوان المستخدمة في الصحف لا تخرج عن الأحمر لإيحائه بالحياة و الحركة و العاطفة و العنف و الأزرق لإيحائه بالوضوح و الحذر و الصفاء و الأخضر و يوحي به من طبيعة و إخلاص .

عناصر الفصل :

و هي العناصر التي يمكن من خلالها الفصل بين الوحدات التيبوغرافية التي تعبر عن الأشكال الصحفية في بناء الصفحة و تنبع أهمية استخدامها من أجل خدمة القراء في تسهيل القراءة و من بين هذه العناصر نجد :

الجداول :

و هي الخطوط التي تفصل بين المواد المنشورة على الصفحة فصلا كاملا من خلال وقوعها في نهاية هذه المواد طولا و عرضا حيث كانت تستعمل للفصل بين أعمدة الصفحات في مرحلة الصف اليدوي لكن بعد التجول إلى صف آلي انعدمت الحاجة إلى ضرورة استخدامها و تنقسم الجداول بحسب اتجاه خطوطها و بحسب طبيعة عملها إلى قسمين هما :

أ- جداول طويلة : و هي خطوط راسية تفصل بين أعمدة الصفحات .

ب- جداول عرضية : و هي خطوط أفقية تمتد عبر عمود أو أكثر تستخدم للفصل بين الوحدات الطباعية و من أجل استخدام ناجح لها يجب ترك فراغ أبيض على جانب الجدول من أجل إبراز الموضوع.(52)

الفواصل :

و هي خطوط عرضية ذات أطوال مختلفة لا تتصل أطرافها بجداول أعمدة و لذلك فهي لا تفصل ما فوقها و تحتها فصلا كاملا و نقسم الفواصل إلى قسمين :

أ- **الفواصل النهائية :** و تستخدم في الفصل بين الوحدات ذات الاتساع المتساوي و بعد الفصل النهائي جزء من الوحدة التي تعلوه فلا بد أن يكون أقرب إليها من الوحدة التي تقع أسفل منه .

ب- **الفواصل الفرعية :** و هي خطوط قصيرة تستخدم للفصل بين عناصر الوحدة الواحدة.

الزوايا :

و هي الخطوط التي تنتج عن تقاطع الجداول الطويلة و الفواصل و تستخدم عادة لفصل المواد المصفوفة على عمود واحد و تضع في غالب من جداول خطية بسيطة بدل الجداول المزخرفة السمكية و يجب تجنب استخدام الزوايا الكثيرة في الصفحة الواحدة و يجب الابتعاد عن استخدام زوايا متجاورة .

الإطارات :

و هي مساحات رباعية الشكل تحيط بوحدة طباعية منشورة على عمود أو أكثر بحيث تفصلها عن جميع المواد الأخرى و تمثل الإطارات وسائل مهمة في إطار السعي إلى إبراز بعض الوحدات الطباعية بحيث أن ما بداخلها يلقي أهمية خاصة من القراء و لهذا ترتبط تأطير بعض الوحدات بالبيانات و الأنباء الهامة على أن لا يزيد الحجم المثالي للإطار عن ثلاثة أعمدة كما يجب العناية بإغلاق نهايات الأطر حتى لا يفسد الشكل العام للصحيفة.(53)

المساحات البيضاء :

يعتبر البياض من الاتجاهات الحديثة في فن الإخراج الصحفي حيث ينتج البياض الذي يترك بين المواد المستقلة قدرا من الفصل يتناسب مع وظيفته في هذا الاتجاه و تؤدي البياض الناتج عن ترك مساحة خالية إلى إضاءة الصفحة بما يتناسب مع محتوياتها درجة عالية من الوضوح شمل استيعاب القراء لها إن كان يعمل على تحقيق الهدوء و البساطة في مظهر الصفحات كما يعتبر كل من العناوين و الصور و الألوان عناصر الفصل بين المواد .

تصميم الصفحات و إخراجها

إخراج الصفحة الأولى

تعد الصفحة الأولى بمثابة واجهة الصحيفة من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياستها التحريرية و المؤثرة في عمليات الإنتاج التي يتحدد على ضوئها الشكل الأساس للصفحات و العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات إضافة إلى طريقة استخدام هذه الوحدات في وضع التصميم الأساسي للصفحات .

و لعل هذه الأهمية التي تحتلها هذه الصفحة كونها بمثابة الباب الذي ينفذ منه القراء إلى الصحيفة(54) حيث تؤثر على نفسية القارئ بمظهرها قبل محتواها و هذا المظهر الذي تعكسه الصفحة الأولى يمثل مذهب الصحيفة في الإخراج و يعبر عن شخصيتها و يفسر بشكل عام سياستها في التحرير و الإعلان فليس من المعقول أن يكون مظهر الصحيفة المثيرة هادئا و أن تتخذ الصحيفة مظهرا مكتظا بالصورة و الألوان .

كما أن الصفحة الأولى تعد بمثابة الإعلان عن الصحيفة و ما تحتوي عليه من معطيات صحيفة تحريرية عبر الإخراج المتميز الذي يستطيع أن يقدم الصفحة الأولى على شكل إعلان مهم عن الصحيفة نفسها و ذلك انطلاقا من قدرته على عرض أهم الوحدات المتجسدة في الصفحة الأولى التي تعد بمثابة الخزانة التي تعرض فيها أهم محتويات الصفحة و هو ما يشير إلى إنفراد الصفحة الأولى بأهم الموضوعات المنشورة في الصحيفة كلها حيث يجب أن يضطلع الإخراج بالتعبير عن هذه الأهمية للوحدات وفقا لما يرى المحررون أهمية إبرازه بما يتفق مع عادات القراء و اهتماماتهم و بما يدعم المقروئية العامة للصحيفة .(55)

و على هذا فإن أهمية الصفحة الأولى لا تنبع من كونها فقط البوابة التي يطلع من خلالها القراء على محتوياتها و إنما يجب أن تؤدي دورا رئيسيا لكونها بمثابة المعبر الذي يمر من خلالها إلى الإطلاع على محتويات الصحيفة كافة إضافة إلى دور إخراج هذه الصفحة في إيجاد الألفة بين الصحيفة و قرائها ابتداء من استخدام الورق لعرض الجوانب المتميزة لعمليات الإنتاج الخاصة بها إضافة إلى استثمار العلاقة الناشئة عن هذه الألفة في تهيئة القراء لتقبل الطريقة الخاصة التي تعرض بها الصحيفة وحداتها الطباعية عبر الصفحات الأخرى وصولا إلى جوهر الرسالة الصحفية التي تتضمنها القوالب و الأشكال الصحفية و الإبداعية المنشورة في صفحات الصحيفة .

المكونات التصميمية الثابتة للصفحة الأولى

نظرا لأهميتها وللمكونات التصميمية الثابتة لها فإن للصفحة الأولى أهمية خاصة تراعى فيها بعض القواعد الخاصة بالإخراج على النحو التالي:

(1) اللافتة :

إن أهم ما يميز الصفحة الأولى رأس الصفحة الذي يتضمن اسم الصحيفة و هي أهم الوحدات التيبوغرافية فهي تميز الصفحة و تعرف بها و هي تركيب لفظي أولا ثم بناء تيبوغرافي و تعتبر اللافتة العنصر المرئي الذي يعد الرابط الجرافيكي لقراء الصحيفة لذا تتميز الصحيفة بالثبات لمدة طويلة لأنها تعد الدليل المرئي يميز شخصيتها و تتفاوت الصحف فيما بينها في المكان الذي توضع فيه اللافتة أو اسم الصحيفة فبعضها تقع على رأس الصفحة و بعضها يقع على اليمين أو الشمال و تتفاوت الصحف في حجم اللافتة و المساحة التي تحتلها و كذلك لون الحروف المستخدمة في طباعتها(56)

و قد أخذت معظم الصحف في العالم أسماءها من المعالم الأثرية الجغرافية في البلد أي تصدر فيه إضافة إلى أهم الأحداث السياسية التي تحدث في ذلك البلد و تشير بعض الصحف إلى هوية الجريدة بكونها صحيفة صباحية أو صحيفة مسائية. (57)

(2) الأذنان :

تمثل ذلك الإطارات الموجودة على جانبي اللافتة يمينا و يسارا و يشيع استخدامها في الصحف ذات الأسماء القصيرة التي تترك فراغا كبيرا على جانبي اللافتة يحتاج إلى ملئه غير أن كثيرا من الصحف تترك رأس صفحتها الأولى بدون أذنان لاسيما الصحف النصفية نظرا لضيق حيزها بعض الصحف توظف هذا المكان من خلال نشر مواد إعلامية أو نشر بعض المعلومات و الأخبار المهمة أو الإعلانات و تتفاوت الصحف فيما بينها من حيث نوع المعالجة التيبوغرافية فبعضها تستخدم الألوان في طبع الحروف و بعضها تحيطها بإطارات جذابة. (58)

(3) العنق :

يتصل برأس الصفحة من أسفله في كثير من الصحف وحدة تيبوغرافية متميزة وهي عبارة عن حيز ضيق يمتد باتساع الرأس في بعض الأحيان و قد يمتد باتساع اللافتة بين ما يسمى بالأذنين في أحيان أخرى و هذه الوحدة اصطلاح ما تسميتها "العنق" لأنها تفصل بين الرأس للصفحة و جسمها و يعتبر العنق بعد اللافتة مباشرة و لا تستطيع الصحف الاستغناء عنه في الغالب لأنه يتضمن بيانات أساسية عن

الصحيفة و تتمثل هذه البيانات في يوم الصدور و تاريخه و رقم العدد و المجلد و مكان الصدور و الدولة التي تصدر منها و غالب ما تكون هذه المعلومات محصورة بين جدولين متوازيين ضمن حيز ضيق .

أسس إخراج الصفحة الأولى :

تبعاً للأهمية الخاصة بالصفحة الأولى و لا بد من مراعاة بعض القواعد الخاصة بإخراجها و ذلك على النحو التالي (59)

1- أن يعكس إخراجها اهتمام المحررين برغبات القراء من حيث أهمية العمل على إبراز الموضوعات التي تلبي حاجات القراء الاتصالية مع العمل على أن تبدو الصحيفة سهلة القراءة بالنظر إلى الصفحات الداخلية الأخرى و هو ما يختم أهمية التخلص من العناصر أو الوحدات الطباعية التي قد تعوق القراءة.

2- أن تكتسب الصفحة الأولى شكلاً إخراجياً حديثاً أكثر من كل الصفحات الداخلية حيث أنه يلقي عليها دور كبير في تحقيق أهداف الصحيفة و هو لا يحقه ظهور هذه الصفحة في أشكال تقليدية مستهلكة و هذا يكمن العمل على اكتساب الصفحات للمسات جمالية تبدو مشوقة و جذابة .

3- من المهم العناية بالتصميم الأساس للصحيفة و ذلك بالاعتماد على القواعد العلمية الخاصة بذلك حيث أن تصميم الأساس للصفحات لا يعني التدرج في مواقع الوحدات حسب أهميتها فقط و أما يمكن الاسترشاد بذلك عند وضع التصميم القائم على الأسس المعتمدة في هذا الجانب .(60)

4- و أهمية وضع التصميم للصفحة الأولى يأتي من كون هذه الصفحة تتضمن العديد من الوحدات المتنافسة على جذب انتباه القراء تبعاً لكونها تعبر عن أهم الأحداث الحالية التي تثير اهتمام القراء و لهذا فإن دور التصميم الأساسي يتمثل في تهيئة جميع الوحدات لتستوعب من قبل القراء في إطار سعي الصحف لإشباع حاجاتهم الاتصالية و لعل ذلك يتحقق من خلال توظيف القواعد الخاصة بالتصميم الأساس للصفحات حيث يمكن استخدام المادة الصحفية الرئيسية على أنها نقطة انطلاق لتصميم الصفحة وفقاً لما تمثله هذه القواعد باستخدام المواد الصحفية الأخرى بما تتكون منه من عناصر طباعية مختلفة كالحروف بأنواعها و الصور و عناصر الفصل و المساحات البيضاء و الألوان و تؤدي المادة الصحفية الرئيسية في الصفحة دوراً مهماً لتصميم الأساس و يتمثل في عملها على إيجاد تنظيم عملي للصفحة في توجيه عين القراء نحو بقية المواد الصحفية الأخرى التي يمكن أن نرى

بوضوح من خلالها علاقتها الخافية بها بما تحتم على المخرجين إيجاد علاقة بين الوحدات المشتركة في تصميم الصفحة. (61)

5- ضرورة العمل على بناء شخصية متميزة للصحيفة حيث يمكن أن يسهم الإخراج الصحفي الناجح للصفحة الأولى في إيجاد علاقة متميزة تربط القراء بالصحيفة بحث يستحسن لها ويندمجون معها في علاقة ترتبط بالعناصر والوحدات المنشورة فيها مع أهمية أن تكون العناصر المستخدمة في بناء وحدات الصفحة مما يفضله القراء لأن دلالات مضامين بعض الوحدات المنشورة قد ترتبط بما هو مستخدم في بنائها من عناصر أكثر من ارتباطها بالقيمة الحقيقية لها بالإضافة إلى العناصر الخاصة يمكن أن تستفيد الصحيفة شخصيتها المتميزة التي تعبر عنها الصفحة الأولى من خلال ثبات الأشكال الأساسية مع قليل من التغير خلال الفترات المختلفة و هذا ما كشفت عنه الدراسات الحديثة حيث أثبتت بعض الدراسات أن القراء يحبون ما هو ثابت و هو ما لا يتعارض مع ما تفرضه الطبيعة المتغيرة للأحداث من ضرورة استجابة الأشكال الأساسية لصفحات المتغيرات اليومية. (62)

إخراج الصفحات الداخلية و الصفحة الأخيرة

إن الصفحات الداخلية لا تقل أهمية من الصفحة الأولى حيث تكتسب هذه الأهمية تأثير عدة اعتبارات منها :

- كون الصفحات الداخلية تمثل المساحة الأكبر لنشر الإعلانات التي تعد المورد الرئيسي لدخل الصحف بعد لجوء الكثير من الصحف لتقليل المساحات الإعلانية في صفحاتها الأولى .

- أهمية ما يفرضه الاعتبار السابق من النقاء التحريري و الإعلان في أغلب الصفحات الداخلية حيث يتعين على الصحيفة الاهتمام بكلتا المادتين التحريرية و الإعلانية من خلال تحقيق المساواة في قوة العرض إضافة إلى التصنيف أكبر قدر من أسس التصميم في إخراج الصفحات كما يؤدي إلى الانسجام بين الوحدات التحريرية و الإعلانية المنشورة في هذه الصفحات .

- كما ترتبط أهمية هذه الصفحات باعتماد الصحف -تبعاً لقناعات المعلنين - على نشر الإعلانات محاورة للمادة التحريرية بما يضمن قراءتها.

- وسادت اتجاهات تجريبية في بعض الصحف الأمريكية التي تقوم على أساس الفصل بين الصفحات التحريرية و الإعلانية انطلاقاً من أن المواد الإعلانية تقرأ لذتها و لعل أهم الإيجابيات التي تحقق من استقلالية المواد التحريرية بصفحات

مستقلة دون مزاحمة من المادة الإعلانية لكسب رضا القراء الذي لا يشتركون الصحف بالغالب من أجل الإطلاع على ما فيها من إعلانات بل قد يتضايقون من مساحات تقطع خصيصا لها لكن ما على الصحيفة إلا أن تلبي رغبات المعلنين كون أن الإعلان هو العصب الرئيسي في إيرادات الصحيفة الذي يشكل نسبة 50 بالمائة إلى 60 بالمائة(63)

- تؤدي الصحيفة المكتوبة إلى جانب وظيفة الإعلام و التوجيه و التثقيف و التسلية وظيفة أخرى لا تقل أهمية و هي التسويق التي تزود القارئ بمعلومات عما قد يحتاج إليه من سلع و كيفية الحصول عليها و تستوجب بالتالي عناية كبيرة بالجانب الإخراجي .

أهمية الصفحة الأخيرة :

أما عن الصفحة الأخيرة فينظر بعض التبيوغرافيين إلى الصفحة الأخيرة من الصحيفة باعتبارها غلاف ثان مع غلاف الصفحة الأولى في تحديد هوية الصحيفة الإخراجية و من ثم جذب الانتباه لها و قراءتها على نحو معين .

تؤكد هذه الرؤية بعض الدراسات الخاصة بقارئيه و مقروئية الصحف و التي اهتمت بنتبع سلوك القراء حيال الصحيفة و تحديد طريقة القراءة التي وجد أنها قد تبدأ لدى البعض من الصفحة الأولى ثم الأخيرة ثم باقي الصفحات المطبوعة في وقت وجدت بعض الدراسات أن قطاع كبير من القراء يفضلون الصحيفة من نهايتها أي من الصفحة الأخيرة فالأولى ثم باقي الصفحات و في وقت رصدت دراسات أخرى اتجاهات متنوعة للميل نحو اقتحام الصحيفة من الداخل بحثا عن موضوع منتظر أو مقال أسبوعي أو كاتب أو مادة تحريرية أو إعلانية خاصة كالوظائف الخالية و صيانة السيارات و بيع و شراء و استبدال السلع و الخدمات و في جميع الأحوال برزت الدراسات لتؤكد أن الصفحة الأخيرة من الصحيفة تحتل مرتبة لا تق أهمية من الصفحة الأولى و هو ما يعني أنها تتطلب جهدا إخراجيا مميذا في تقديمها لجمهور القراء .(64)

المكونات التصميمية للصفحات الداخلية و الصفحة الأخيرة

يراعى في التصميم الأساسي للصحيفة ما يلي :

- تحديد ثوابت الصفحات سواء ترويتها أو ما تحتويه من بيانات ثابتة و عنوان و محتوى الصفحة سواء رياضة فنون سياسة إسلاميات و اسم المشرف عليها و هي الثوابت التي تتكرر في كل عدد بحيث لا يمكن مع ثبات تبويب الصحيفة المفترض

كان نرى صفحة الفن و تغير اسمها إلى صفحة العلم مثلا و إن كان هناك مرونة في التبويب لتحريك الصفحات من مواقعها تبعا لعدد الصفات و المساحات الإعلانية الطارئة التي قد تقلص الخبر المتاح للتحريير أو تدفع إدارة التحريير إلى زيادة عدد الصفحات المطبوعة و هذه الثوابت يجب أن تتسم بقدر من الثبات أو تكتسب صفة و هوية ثابتة في أشكال الحروف و أساليب الترقيم و نوع الأرقام المستخدمة عربية لاتينية أو هما معا و أحجامهما و كثافتهما و مواقعها من تروسة كل صفحة بحيث تمثل هذه الأشياء مجمعة عناصر الهوية البصرية الشكلية الثابتة لرؤوس الصفحات و للمطبوع ككل. (65)

- كذلك فإن الماكيت الأساسي يراعي في وضعه أشكال الإطارات التي تستخدمها الصحيفة عبر صفحاتها المختلفة لنشر المقالات و تنوع هذه الإطارات لدرجة التي تتفق مع المضمون الجاد و الخفيف الفني و الديني و يراعي أيضا تثبيت و توحيد أساليب استخدام الإطارات و الفواصل الطولية و العرضية التي تستخدم للفص بين الموضوعات مع التنوع بحسب طبيعة المحتوى و بما يحقق هوية إخراجية خاصة لفحات الجريدة و يكمن توحيد الشكل و حجم البنت المستخدم في توقيع الموضوعات بأسماء المحررين متنوع من المحافظة على هوية إخراجية ثابت داخل صفحات الجريدة كذلك عند وضع الماكيت الأساسي تتبنى الصحيفة بعض أشكال الحروف التي تستخدمها مع العناوين بحسب طبيعة المحتوى و شكل موحد و ثابت لحروف النص الذي يمثل المحتوى الأكبر و الأكثر تكرارا و استخداما عبر صفحاتها و بحيث تحقق الصحيفة هويتها الإخراجية بالاستفادة بأشكال و طرازات الحروف المتوفرة لدى القسم الفني و التي تنعكس على لنظهر النهائي للصحيفة بعد الطبع .

- و يجب أن تصمم الصفحات الداخلية بكل عناية في حدود الحيز المخصص للمادة التحريرية بحيث لا تقل جاذبية أو وضوحا عن الصفحة الأولى و مما ييسر مهمة المخرج و يساعد تحقيق ارتياح القارئ و متعة عند قراءة الصفحات الداخلية و تبويب هذه الصفحات بحيث ينشر كل نوع من مادة التحريير في صفحة معينة أو عدد من الصفحات المتشابهة و لا تحتاج الصفحات الداخلية إلى العناوين العريضة إذ لا تدعو الحاجة عندئذ من النوع الذي يشير إلى طبيعة المواد الصفحة كالعناوين الثابتة لأبواب المختلفة و ليست من النوع الدال على خبر و إذا استخدمت مثل هذه العناوين فإن حروفها تكون أصغر بكثير من حروف مثيلتها على الصفحة الأولى(66)

- و الصور بأنواعها عناصر أساسية في تجميل الصفحات الداخلية و إحيائها فضلا على أنها ذات قيمة إخراجية هامة فالصورة في الأعلى الصفحة تستخدم كركيزة

توزع حولها سائر العناصر الثقيلة الأخرى التي تشترك في تحديد هيكل الصفحة وفي الأجزاء تستخدم لتحقيق التوازن أو لجذب بصر القارئ إلى تلك الأجزاء وأهمية الصور في الصفحات التي تخصص للمتون الطويلة كالخطب و الوثائق فمثل هذه النصوص و ينبغي أن تخفف ماديتها و تضاء بالصور على اختلاف أنواعها و من الوسائل التي تساعد على إضاءة النصوص الطويلة في الصفحات الداخلية استخدام العناوين الفرعية التي تجمع بين بنط كبير و كذلك علامات الفصل الزخرفة بين الفقرات و جمع الفقرات الهامة من حروف أكبر و أقل من حروف سائر المتن و استخدام حروف الاستهلال أو كلمات الاستهلال الكبيرة في أوائل الفقرات و السخاء في توزيع البياض على الصفحة و الاستعاضة به عن جداول الأعمدة و الإطارات يمكن استخدامها بنجاح في الصفحات الداخلية على سبيل المثال التباين و لكن ينبغي عدم الإكثار من استخدام مثل هذه الوحدات التي قد تؤدي فرديتها و عدم تناسقها مع باقي العناصر إلى تحطيم وحدة الصفحة و الإخلال بنظامها و ينبغي تجنب رؤوس الأعمدة العارية التي تخلو من العناوين أو الصور وتبدأ مباشرة بسطور المتن فمثل هذه الأعمدة توهي بأنها أجزاء مبتورة أو ناقصة و لكن ذلك لا يعني تركيز العناصر الثقيلة كلها في أعلى الصفحة بل يجب توزيع بعض هذه العناصر في وسط الصفحة و وقوعها حسب ما يسمح به الحيز المخصص لمادة التحرير حتى يبدو في النهاية شيقا جذابا يضيف الحركة بقدر الإمكان هذا و يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند ترتيب العناوين و غيرها من العناصر الثقيلة ثقل الإعلانات في شكلها العام و حتى يتحقق للصفحة في مجموعها التناسق و الانسجام و لا شك أن قرص الإخراج الناجح الجذاب على الصفحات الداخلية تتوافر أكثر كلما كان الحيز المتروك لمادة التحرير كبير و بالأخص في صدر الصفحة و ذلك حتى يمكن استخدام العناصر الثقيلة التي تحدد هيكل الصفحة و لا طبع كلما ضاق هذا الحيز كانت إمكانات المخرج أقل. (67)

- أما الصفحة الأخيرة فينظر إليها البيوغرافيين على أنها غلاف ثاني للصحيفة فهي تؤثر على شكلها الإخراجي بحيث يطغى فيها المساحات الإعلانية على المادة التحريرية و بنسب غير محدودة لتشهد بعض صحفنا العربية مساحات إعلانية توازي 25 بالمائة من إجمالي الصفحة الأخيرة مقابل 20 بالمائة من المادة التحريرية أما الصحف الصادرة باللغات الأجنبية تتقلص المساحات في صفحاتها الأخيرة إلى حد غيابها تماما بما يسمح بحرية أوسع المخرج الصحفي الأجنبي في تقديم تصميمات إبداعية بصورة أفضل من الصحف العربية كما نلاحظ ذلك في صحف (نيويورك تايمز) و (الدايلي ميرور) و غيرها من الصحف تأتي بعد الإعلان السياسة التحريرية التي تحكم الصفحة الأخيرة انطلاقا من تحديد المحتوى

الذي ينشر في هذه الصفحة و الذي قد يملئ الشكل الفني أو القالب أو الجمل
الإخراجية التي يبدو للقارئ عليها. (68)

أسس و أساليب إخراج الصفحات الداخلية

يلجأ المخرج الصحفي عند تصميم الصفحات الداخلية إلى إتباع مجموعة من الأسس
و القواعد تختلف عن تلك المتبعة في إخراج الصفحة الأولى و هي :

- يجب أن تصمم الصفحات الداخلية بكل عناية في حدود الحيز المخصص لمادة
التحرير حيث لا تقل جاذبية أو وضوحا عن الصفحة الأولى حيث يعمل المخرج
على تحقيق ارتياح القارئ عند قراءة الصفحات بتبويب الصفحات بحيث ينشر كل
نوع من مادة التحرير في صفحة معينة أو عدد من الصفحات المتتابعة .

- يجب وضع أهم المواضيع في أعلى الصفحة و أن يكون عنوان واحد على الأقل
لكي يبرز الموضوع الرئيسي و لكي يكون قاعدة ارتكاز تحفظ للصفحة
تماسكها. (69)

- لا تحتاج الصفحات الداخلية إلا العريضة إذ لا تدعو الحاجة إليها هناك و لكنها
تستخدم في حالات قليلة و تكون عندئذ من النوع الذي يشير إلى طبيعة المواد
الصفحة كالعناوين الثابتة للأبواب المختلفة و ليست من النوع الدال على الخبر و إذا
استخدمت مثل هذه العناوين فإن حدودها تكون أصغر كثيرا من الحروف المستخدمة
على الصفحة الأولى .

- استخدام الصور في أعلى الصفحات لتحقيق توازن و جذب بصر القارئ و إعطاء
نوع من أنواع الصور الملائمة له مثلا في مواضيع الحوادث و التحقيقات التي
تستوجب وضع الصور الفوتوغرافية أما الموضوعات الصور الفوتوغرافية
الشخصية أو اليدوية لكاتب الموضوع .

- يجب الأخذ بعين الاعتبار عند ترتيب العناوين و غيرها من العناصر الثقيلة ثقل
الإعلانات في شكلها العام حتى يتحقق للصفحة التناسق و الانسجام حيث يراعي
عند تقسيم الصفحات الداخلية الموازنة بين جانبي الصفحة مع بناء الصفحة من
أعلى إلى أسفل .

- من أهم الأمور في إخراج الصفحات الداخلية حسن التصرف في وضع الصور
و الإعلانات إذ يجب أن يكون كل شيء في موضعه المناسب و ينبغي أن تحرر

الإعلانات و الصور بشكل تتوفر به الإثارة حيث إذا شغلت الإعلانات أكثر من نصف صفحة أمكن تقسيمها متدرجا و في هذه الحالة يبني المخرج تقسيمه من اليمين إلى اليسار و إذا احتلت الإعلانات الجزء الأكثر من الصفحة لابد للمخرج أن يعمل جهدا لسد الثغرات فيما تبقى من فراغ حتى تستطيع الأخبار التنافس مع الإعلان في جذب القراء و إذا زادت نسبة الإعلان عن 5 بالمائة من المادة التحريرية فيجري تقسيم الصفحة حسب القواعد المحددة(70)

أساليب إخراج الصفحات الداخلية

إن طبيعة الصفحات الداخلية التي تتميز بانقسامها بين الإعلانات و مواد التحرير تجعل من غير اليسير على المخرج أن يطبق أساليب إخراج الصفحة الأولى و هذا لصعوبتها كما أن الأساليب التي يتم اقتباسها من الصفحة الأولى تواجه أيضا صعوبة في التطبيق نتيجة لسيطرة الوحدات الإعلانية من حيث الكم و على هذا فإن اختيار أي أسلوب الذي خطت على أساسه الصفحة إضافة إلى مراعاة طبيعة الأتقال الطباعية التي تحدثها الوحدات التي تنشر في هذه الصفحات و في ضوء ذلك يمكن للمخرج اختيار الأسلوب المناسب و أهم الأساليب الإخراجية المتبعة في اختيار الصفحات الداخلية ما يلي :

- الإخراج المتوازن : و يمكن تحقيقه من ثلاث طرق :

- استخدام عناوين متمثلة في رؤوس الأعمدة بالنتابع على العمود الأول و الثالث و الخامس مثلا و يفصل بين هذه العناوين عناوين أخرى مغايرة أو صور إطارات مع تجنب استخدام المتن في الفصل بين الوحدات المتجاورة

- وضع عنوان على العمودين الأولين يوازي عنوانا آخر في الناحية المقابلة ويمكن أن توضع صورة على ما تبقى من رؤوس الأعمدة

- إذا كانت الرؤوس الأعمدة الثمانية خالية من الإعلانات يمكن التنويع في تحقيق فكرة التوازن و ذلك بوضع عنوان رئيسي على العمود الأول و عنوان مماثل على العمود الثامن ثم تتدرج لعناوين التي بينها في الصغر كلما اتجهت نحو الوسط حيث يمكن وضع صورة أو إطار على العمودين

و يلاحظ أن تحقيق فكرة التوازن يكون في الغالب بالنسبة للجزء العلوي من الصفحة دون سائر جسمها و ذلك لكثرة استخدام الشكل الهرمي في أساليب تخطيط الصفحات الداخلية مما يجعل شكل الحيز لمتروك لمادة التحرير غير منتظم الاستطالة

الإخراج غير المتوازن :

و هو أسلوب يناسب إخراج الصفحات التي تسيطر عليها الوحدات الإعلانية ونقل بالتالي فيها المساحات متروكة للوحدات التحريرية و يقدم هذا الأسلوب وضع عنوان ثقيل نسبيا في العمود الأول على أن تتدرج بقية العناوين المنشورة في الأعمدة التالية نحو الصغر و من أهم ما يحققه هذا الأسلوب إمكانية إبراز الوحدات التحريرية الصغيرة التي ربما لا تظهر في حال استخدام أساليب إخراجية أخرى كما أن التدرج يساعد على قيادة عين القراء للتنقل عبر الصفحة بطريقة تدريجية هادئة و جذابة بحيث تنتقل أعينهم من الوحدات المهمة إلى الوحدات الأقل أهمية وهكذا

الإخراج التركيبي :

يفيد هذا الأسلوب في حال إبراز وحدة تحريرية معينة و لاسيما في حال استخدام الأساليب الهرمية عند إخراج الإعلانات حيث تمكن من نشر الوحدة الرئيسية في أعلى يمين الصفحة على أن تبني هذه الوحدة من بعض العناصر الطباعية الثقيلة كالعناوين و الصور ثم توزع بقية الوحدات التحريرية في المساحة المتبقية مع مراعاة أن تبدو هذه الوحدات أقل ثقلا من الوحدة الرئيسية حتى لا تنافسها على البروز و على جذب انتباه القارئ(71)

تصميم الإعلان و إخرجه

الإعلان قديم قدم الإنسان تعود نشأة الإعلان إلى التاريخ البعيد قبل عدة قرون حيث نشأ أول نوع من أنواع الإعلان و هو الإعلان الشفهي عن طريق حديث بين فرديين في إطار عملية المقايضة و قد كان لدى الملوك البابليين بصفة خاصة أهمية كبيرة للإعلان عن أعمالهم فكانوا يدنون الحروب و الأعمال التي قام بها كل ملك على الألواح الطينية و يحفظونها أو يعلقونها في أماكن العبادة و قام حمورابي بإعلان أول شرعية قانونية للعلاقات الإنسانية و كانت إعلانا منه إلى الجمهور ولكن الحضارات القديمة عرفت أيضا بعض أشكال الإعلان التجاري فمن أوائل الإعلانات التجارية التي لا زالت موجودة حتى الآن على ألواح البردي التي أعلنت فيها أحد التجار المصريين القدماء عن بيع أحد العبيد(72)

أما في بلاد ما بين النهرين كان بعض التجار في عهد الحضارات القديمة (الأشورية ، البابلية ، الأكديّة) يستخدمون دعائية خاصة تميزهم عن التجار الآخرين و هي أشبه بالماركة أو العلامة التجارية المعاصرة التي تستخدمها الشركات ليستطيع المستهلك تمييز سلعتها عن السلع الأخرى في السوق و كان

الإغريق يستخدمون ألواحاً خشبية أو أعمدة مرمرية للإعلان التجاري و هذا يعتبر الصياح أو المناداة و هو يعرف في ثقافتنا الشعبية بالمداح أو البراح أول وسيلة إعلانية استخدمها الإنسان و قد كان المنادون العموميون في العهود القديمة وسيلة رئيسية لإعلان و ذلك نظراً لانتشار الأمية بين الغالبية العظمى بين الناس و قد استخدم هؤلاء بوق كبير كوسيلة لجذب انتباه الناس (73) إلا أنه توجد طريقة أخرى أعقبت المناداة زادت من تأثير الإعلان و هي كتابة الإعلانات باليد على لفائف من الجلد لتعلق بعد ذلك على المباني كي يراها أكبر عدد من الجمهور و كانت تنتقل من مكان إلى آخر و بذلك ظهر الإعلان المكتوب و لا يزال قائماً في مدينة مومباي و هركلاتيوم (74) و استمر هذا الوضع على هذه الطريقة إلى أن انتشرا القراءة و الكتابة و ظهرت الطباعة على يد "غوتنبورغ" حيث بدأ شكل الإعلان يأخذ التميز و البروز أكثر و يعتبر أول إعلان حديث ذلك الذي نشر في الصحف لترويج كتاب بلندن عام 1625 حيث كان يطلق على الإعلانات في ذلك الوقت اسم نصائح لم تستخدم كلمة إعلان بمعناها المؤلف إلا منذ عام 1655 ثم ظهرت في إنجلترا إعلانات مكتوبة بخط اليد و كان تعليقها المفضل هو الجناح الأوسط لكنيسة بولس في لندن من ناحية أخرى يشير تاريخ الصحافة إلى أن هناك من رجال التحرير من وضع الإعلان فوق المادة التحريرية إشادة إلى أهمية الدور الذي تلعبه الإعلانات في حياة الصحافة أو الحياة الاقتصادية. (75)

كما شهد القرن التاسع عشر تطورات هائلة في مجال الإعلان الصحفي نتيجة التطور الكبير الذي أحدثته الثورة الصناعية التي عملت على زيادة الإنتاج بكميات هائلة و كان لابد من استنباط وسائل ما تعمل على ترويج و تسويق هذه المنتجات و تعريف الناس بها و قد كان لانتشار الصحف و المجلات زهيدة الثمن و انتشار التعليم من جهة أخرى أكبر الأثر في تطوير الإعلان و الارتقاء به ففي عام 1820 انتشرت في الولايات المتحدة الأمريكية حالي 800 صحيفة و مجلة و عندما استقر استخدام المجلات كوسيلة إعلانية 1870 احتوى عدد من إحدى المجلات على 100 صفحة إعلانية كما أن أكثر من الماركات التجارية المعروفة تدين بشهادتها إلى الإعلانات الصحفية و هي تفوق إيرادات الإعلان على إيرادات التوزيع و استمرت هذه الظاهرة من نشوب الحرب العالمية الأولى حتى بداية الأزمة الاقتصادية حيث لقت هذه الفترة بين 1914/1929 بالعصر الذهبي للإعلانات الصحفية وصولاً إلى الوقت الحالي إلى التطور المذهل الذي عرفته الإعلانات وتصميمها. (76)

أهمية الإعلان في الصحافة المكتوبة

إن النشاط الإعلاني يفرض نفسه على المجتمع و يشد انتباه الجمهور إليه و يؤثر في كثير من المتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية التي تحكم المجتمع و نذكر منها:

- **الأهمية الاقتصادية :** منذ تطور الصناعة قامت الآلات الصناعية بإنتاج العديد من السلع بكميات كبيرة و خلال فترات زمنية لذلك أصبح من الضروري إيجاد طريقة أو وسيلة ما تعمل على تسويق هذه المنتجات. (77)

فالإعلان يساهم في عملية النمو الاقتصادي فعندما ينجح في ترويج السلع يساهم بشكل كبير مباشرة في نجاح المصانع و المنشآت و يدفعها للتوسع و كذلك يقوم الإعلان بتمويل و دعم العديد من الأنشطة الثقافية و الرياضية و الفنية في مختلف البلدان بصفة عامة يمكن استنتاج أن الإعلان مهم من الناحية الاقتصادية حيث يعتبر لازما بمجتمع اقتصادي نتقدم و متطور باستمرار و له آثار اقتصادية كبيرة تفيد المجتمع .

- **الأهمية الاجتماعية :** لاشك أن الإعلان وثيق الصلة بالمجتمع إذ يمثل علاقة بين أفراد المعلنين و عدد من الأفراد في المجتمع و هم المستهلكين و هو نوع من الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد و بين المجتمعات المختلفة بينها فالإعلان يتأثر بالمجتمع المحيط به كما يؤثر فيه فه يتلاءم مع ظروف حياة الناس و مثلهم و قيمها و عاداتهم فهو يؤثر كذلك في المجتمع بقدر ما ينشط بأسلوب سليم أو غير سليم فالإعلان السيء يضر بالمجتمع أكثر ضررا أما الإعلان الجيد فإن آثاره حميدة على المجتمع الذي ينشر فيه(78)

الأسس الفنية في تصميم الإعلان و إخراجة

أولا : خطوات تصميم الإعلان : يمر الإعلان بعدة مراحل إلى أن يصل إلى شكله النهائي كما يلي :

المرحلة الأولى : يتم فيها تحديد الفكرة التي تدور حولها الرسالة الإشهارية و ذلك في ضوء معلومات عن المنتج أو المنتجات المنافسة للمستهلكين الحاليين و المرتقبين .

المرحلة الثانية : و يتم فيها إعادة التصميم الأولي أو المبدئي للإعلان و ذلك بترجمة الأفكار و المعاني التي يتم تحديدها إلى رسم أو عدة رسوم ابتدائية تعبر عن تخطيط سريع لمكونات الإعلان لمجرد تكوين فكرة عامة عن شكل الإعلان دون بذل جهد كبير في تهذيب الصور و الرسوم و عادة ما تعد عدة نماذج مبدئية صغيرة و يتم الاختيار من بينها .

المرحلة الثالثة : يتم فيها إعادة النماذج المبدئية الكبيرة و تبدأ بعد اختيار أحد النماذج المصغرة حيث يم لإعدادها بصورة أكبر موضحا فيها جميع عناصر الإعلان و حجم كل منها و شكل حروف كتابة العناوين الرئيسية و الفرعية و الأسلوب المستخدم في الكتابة و غيرها و هو يمثل الإعلان النهائي بصورة تجريبية .

المرحلة الرابعة : و فيها التصميم النهائي للإعلان الذي تم الموافقة عليه و يكون في الحجم الذي سيظهر به في الوسيلة الإعلانية و يتضمن الصور و الرسومات و العنوان الرئيسي الفرعي بنفس الأسلوب الكتابة التي سيظهر بها نهائيا.(79)

ثانيا : الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفي

توجد مجموعة من المبادئ و الأسس التي يجب مراعاتها في تصميم الإعلان نذكر منها :

1- التوازن : و يقصد به توزيع عناصر الإعلان المختلفة بحيث تبدو متوازنة مع بعضها البعض بالنسبة لموقعها داخل الإعلان الذي يرتاح إليه البصر حيث يقع عليه و قد أثبتت التجارب أنه يوجد في الإعلان نقطة تقع على الخط الذي يقسمه إلى قسمين طوليين على مساحة 8/5 و ذلك من أسفله إلى أعلاه هي نقطة المركز البصري و من ثم يجب توزيع العناصر الإعلانية حول المركز البصري توزيعا متوازيا و المركز البصري هو ما يجذب القارئ من ثم يجب وضع العناصر الهامة في الإعلان على جانبه بحيث يكون هناك توازن بين ما يظهر في الجزء الأيسر .

2- حركة العين : أي أن التصميم الإعلان يجب أن يسهل على بصر القارئ الانتقال من عنصر إلى آخر من عناصر الإعلان دون صعوبة أو إجهاد و يمكن تحقيق ذلك من خلال :

- استخدام الأسهم أو أصابع اليد و الأذرع التي توجه الاهتمام بالإعلان .

- تباين الأحجام من عناصر الإعلان لتوجيه النظر من الأحجام الكبيرة إلى الصغيرة .

- تصوير الإعلان لشخص يتجه نظره ناحية الإعلان حيث يجعل القارئ يتجه بنظره اتجاه العين الموجودة في الإعلان.(80)

ثالثا : أساليب إخراج الإعلانات

هناك عدة أساليب تتبع في تنسيق و تصميم الإعلانات في الصحيفة و بالذات في الصفحات الداخلية نظرا لأن الإعلانات في الصفحة الأولى تكون محدودة فضلا عن كونها محددة بمساحات و أماكن معينة و كما زادت عدد الإعلانات في الصحيفة زاد احتياج المخرج لها و مع أسلوب الإخراج الصحفي الذي يتبعه مخرج الصحيفة و أهم أساليب إخراج الإعلانات في الصحافة المكتوبة ما يلي:(81)

أسلوب نصف الهرم :

و هو أكثر الأساليب شيوعا و فيه تكون الإعلانات على شكل نصف هرم معتدل قاعدته في الركن السفلي الأيمن أو الأيسر للصفحة و يضيق الاتساع تدريجيا نحو القمة التي تمتد إلى العمود الأخير من الصفحة أقل أو قليل و ترتب الإعلانات في نطاق و نصف هرم بحيث يكون أكبرها من القاعدة و تتدرج في الصغر كلما اتجهنا إلى الأعلى و ذلك حتى لا تعمل الإعلانات الصغيرة و من أهم مزايا هذا الأسلوب أنه يبرز كل إعلان تقريبا بحيث يتلاءم مع مادة التحرير من أكثر من جانب و بذلك يتيح للإعلانات فرصة أكبر للقراء إذ أن عين القارئ خلال مرورها عبر الصفحة من اليمين إلى اليسار أو من أعلى إلى أسفل تلتقي بالإعلانات (82)

و فيه تعرض الإعلانات في أسفل الصفحة و كلا جانبيين في وقت واحد و تتدرج الإعلانات كذلك بنفس الطريقة فتوضع الكبيرة في أسفل الصفحة إلى الداخل ثم تتدرج الإعلانات الأصغر في أعلى الصفحة نحو الخارج و يمتاز هذا الأسلوب أيضا بأنه الأكبر و يسمح لعدد ممكن من الإعلانات بلامسة هواء التحرير .

أسلوب نصف الهرم و المستطيل : يحتم هذا الأسلوب من الإخراج وجود إعلان أو أكثر باتساع واحد يمكن ترتيبها على شكل مستطيل يحتل أحد جانبي الصفحة و يمتد على الجانب الآخر على شكل نصف هرم لكن لهذا الأسلوب عيب يتمثل في أن الإعلانات التي تظهر في أسفل المستطيل لا تلفت نظر القارئ كثيرا .

أسلوب المستطيل :

و يستخدم في حال إعلان واحد مستطيل أو عدة إعلانات صغيرة ذات الاتساع الواحد بحيث تكون في مجموعها مستطيلا سواء بطول الصفحة أو عرضها مع أنه يمكن جمع هذين لأسلوبين تحت أسلوب واحد يسمى " أسلوب البئر " (83)

أسلوب مستطيلين :

و هو تخطيط قليل الاستخدام يوزع الإعلانات ذات الاتساع الواحد بعضها فوق بعض بحيث يكون مستطيلين يحرصان بينهما عددا من الأعمدة تختلف حسب اتساع المستطيلين .

الأسلوب الإرتجالي:

و يتم فيه توزيع الإعلانات بدون تخطيط أو ترتيب معين و يحول هذا الأسلوب دون تنسق الصفحة فنيا و هذا ما يجعله من أقل الأساليب استخداما نظرا لما فيه من بيان يتصل بعضها بالعيب المهني الناتج عن تداخل الوحدات التحريرية مع الوحدات الإعلانية ينتج في الأخير صفحة غير متجانسة و مفككة. (84)

المدارس الإخراجية في الصحافة المكتوبة:

طرح ساندر ايات و سترناك (2003) تصوراتهم حول حاضر ومستقبل التصميم الصحف مؤكدين أن عدة دراسات أجريت قبل عقود ومنها دراسة عام (2002) بعنوان: ما الذي يجعل القراءة سهلة، وقد وجدت هذه الدراسة أن الأعوام العديدة تسهل مهمة القارئ قراءة الصحف ليس من بينها التصميم.

ومن حيث اختيار التصميم ضمن عناصر هذه الدراسة تبين للباحث أن استخدام الصور والرسوم الإضافية والمعلوماتية والألوان والعناوين والاعتماد على نشر الإعلانات إضافة لعنصر الموقع هي من العوامل التي تجعل القراءة يسيرة.

ومن الصعب التنبؤ بمستقبل إخراج الصحف، لكن خبراء التصميم يتفقون فيما بينهم على مجموعة رئيسية من الأسس التي يتوقع تأثيرها على مستقبل إخراج الصحف ومن بينها:

_ نمو استخدام الصور كأداة توصيل للقصص الإخبارية.

_ التوسع في استخدام الأخبار والمعلومات القصيرة.

_ الميل إلى عناوين كبيرة على إتساعات محدودة من الكلمات.

_ التوسع في استخدام إطارات الإشارات والأقسام عبر الصفحة الأولى. (85)

_ وستظل إضافة عناصر مرئية لصحافة مطبوعة مثل صورة كبيرة هي البادية التي تجذب بصر القارئ وتقوده لقراءة الموضوعات.

_ يحدث تطور ونمو في الفرص والتحديات أمام تصميم الصحف الإلكترونية حيث الاعتماد على الخرائط الإلكترونية لتسهيل مهمة القارئ في إنجاز المواقع الصحفية في شبكة الانترنت.

وبالنسبة لإخراج الصحف المطبوعة سينمو اتجاه جديد في إخراج الصحف وهو إخضاع تصميم الصفحات للمراجعة وذلك قبل النشر وليس بعد صدور الصحيفة، وذلك بهدف الإجابة على الأسئلة التالية:

1_ هل عناصر التصميم تسهل في توصيل المحتوى؟

2_ هل هي كافية ومناسبة وذات علاقة بالمحتوى؟

3_ هل تتكامل الصور مع النصوص بطريقة جذابة؟

4_ هل يوجد عناصر ليس لها ضرورة في التصميم ولا تفيد في توصيل النص للقارئ ومن ثم يجب استبعادها قبل النشر؟

وينصح باسترناك (2003) كبار المشرفين الفنيين بالأمانة المهنية وتبني الروح النقدية، حتى في ظل ضغط الوقت لأن المسألة لتسويد الصفحات وإصدار مساحات، مما يهدر وقت القارئ.

5_ هل كان عنصر من عناصر التصميم ملائمة، وهل استخدمت الكلمات الصحفية والألوان والإيحاءات الصحفية في مخاطبة القارئ؟ (86)

6_ ما الذي تفقده الصفحة حتى تشد القارئ؟

7_ ما الخطأ في هذه الصفحة أو تلك هل تدخل محور المسؤول وشارك بنفسه في اختيار محتوى الصفحة أم أن عناصرها وضعت أمامه في اللحظة الأخيرة وبالتالي لم يعد أمامه خيار، وكيف يمكن أن تنتخب ذلك في المستقبل حتى تحدث الشراكة الكاملة بين المحور المسؤول المصمم أو المشرف على التصميم.

المدرسة التقليدية:

لقد سبق الاتجاه التقليدي في الإخراج الصحفي غيره من الاتجاهات الأخرى نظرا لبداية التقنية التي كانت سائدة في بدايات ظهور الصحافة المكتوبة كوسيلة للاتصال الجماهيري، فقد كانت حروف المتن صغيرة لا تزيد عن ثمانية أنباط* في أغلب الأحوال وكذلك الحال بالنسبة للحروف والأحجام الكبيرة، أما الصور فقد كان غاية في الصعوبة، نظرا لأن الصور كانت تحفر باليد على قطع خشبية، وأن عملية الحفر_إعداد الصور_ تستغرق في تلك الأيام وقتا طويلا لذلك غابت الصور والعناوين الكبيرة على الصحف، واكتفت بنشر موضوعاتها على أعمدة ضيقة تتناسب مع حجم الحروف المستخدم في كتابة عناوينها.

ولا يغيب أن الصحافة المكتوبة كان لها بريق في بدايتها، وذلك نظرا لغياب وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى المنافسة التي ظهرت لاحقا كالإذاعة والتلفزيون لذلك لم تجد هذه الصحف عناء كبيرا في إخراج موضوعات صحفهم لأنها كانت مقبولة ومقروءة، بصرف النظر عن شكلها.(87)

أما Conover فيرى أن هذا الاتجاه استمر مهيمنا على الصحافة المكتوبة

لفترة تقارب المائة عام، فمنذ بداية القرن الثامن عشر كانت الصحف تختصر الهوامش بشكل كبير من أجل استيعاب أكبر من الأخبار والإعلانات وذلك في ضوء المنافسة بينها.

*مفردها نبط، والنبط وحدة قياس حجم الحرف المستخدم في متن الخبر أو عنوانه.

ولقد تميزت هذه النظرية بمجموعة من السمات منها:

_ تقوم هذه النظرية على تحقيق التوازن المتمثل بين العناصر التيبوغرافية في الصفحة.

_ كثرة عدد القصص الإخبارية على الصفحة الواحدة من 10 إلى 20 قصة.

_ ترتيب القصص الإخبارية بشكل رأسي على الصفحات.

_ تقسيم الصفحات عادية الحجم إلى ثمانية أعمدة.

_ الخطوط المستخدمة في كتابة اسم المطبوع توهي بالقدم.

_ الاهتمام بالنصف العلوي للصفحة وإهمال النصف السفلي.

_ لا تستخدم الألوان في الصفحات.

_ استخدام الفواصل والجداول الطويلة والعريضة للفصل بين الموضوعات بدلا من الفضاءات.

_ كثرة استخدام الزخارف والنجوم.

_ قلة استخدام الصور وصغر أحجامها.

_ اسم الصفحة غالبا ما يثبت في وسط الصفحة بين الأذنين.

_ تميز الصفحة بالهدوء والرتابة والبعد عن الأساليب الصارخة.(88)

أسلوب التوازن الدقيق:

ويحقق هذا بين نصفي الصفحة المتناوب وتمائلا تاما، بحيث ينطبق نصف الصفحة كل على الآخر تمام الانطباق كما يقول الرياضيون، ويعتبر هذا المذهب أكثر المذاهب الملائمة للتعبير عن شخصية الصحيفة المحافظة وأنسبها لعرض الأنباء في رزانة مقبولة بعيدة عن الإثارة، وقد استخدمت صحيفة (نيويورك تايمز) دائما بنجاح وكانت الدعائم التي بنيت عليها تاريخها وسمعتها باعتبارها أكثر الصحف الأمريكية دقة واتزاناً في عرض الأنباء وأصبح مرتبطاً بشخصيتها الوقورة.

ويرى البعض أن هذا المذهب يلاءم سياسة الحياة التي قد ترى بعض الصحف إتباعها تجاه الصراع السياسي بين حريين وبخاصة أيام الحملات الانتخابية فتستطيع الصحيفة أن تسوي بين أنباء كل من الجانبية في الحيز وطريقة العرض حتى لا تنتهم بالميل لأحدهما دون الآخر كما يمكن استخدام هذا المذهب في الأيام العادية التي تتساوى أبنائها في الأهمية ولا يوجد بينها نبا يستحق إبرازا خاصا على الصفحة الأولى، ولكن كل هذا فقد تعرض هذا الأسلوب إلى انتقادات عديدة تمثلت في:

_ القضاء على القيمة النفسية للمضامين المنشورة في الصفحة من خلال سعي هذا الأسلوب وتوحيد أحجام هذه الوحدات عبر استخدام العناصر والمواقع المماثلة للوحدات.

_ إحداث ناشئ عن تماثل أجزاء الصفحات.

_ عدم تناسب هذا الأسلوب مع الوحدات الإخبارية القصيرة، حيث لا يصلح إلا مع الوحدات الطويلة نسبيا.

_ العيب الطباعي الذي يحدثه محور ارتكاب الصفحة، حيث يقع هذا المحوريين العمودين الرابع والخامس، وبالتالي يؤدي إلى تجاوز عنوانين يضعف أحدثهما الآخر. (89)

أسلوب التوازن الشكلي التقريبي:

يشير الصاوي أن الاتجاه التقليدي يقوم أساسا على فكرة التوازن الشكلي بين عناصر الصفحة وأنه يتميز بالهدوء والرتابة والبعد عن الأساليب الصارخة والمثيرة.

ويقوم هذا الأسلوب في إطار محاولة التغلب على هذه الانتقادات السابقة في أسلوب التوازن الشكلي الدقيق، حيث تعمل على تحقيق توازن الشكلي عبر عدة أساليب منها:

التوازن بالتعويض: وفيه يتم تعويض العناصر التيبوغرافية السابقة في أسلوب التوازن الشكلي الدقيق كموازنة الصور بخريطة، أو عنوان يمتد على عمودين بعنوانين كل منها يمتد على عمود واحد.

التوازن في أعلى الصفحة وأسفلها

يتحقق التماثل بين عناصر نصفي الصفحة في صدورها وقاعدتها، أما وسط الصفحة فيتحرر تماما من التوازن الدقيق.

التوازن في قسم من الصفحة: حيث يكون الأول والثاني متحرر من التوازن الدقيق، أما باقي الصفحة فلا تخضع للتوازن الدقيق، وهو ملائم في نشر مواد صحفية ثابتة لعمود أو ملخص الأنباء. (90)

التوازن في أعلى الصفحة فقط: وهو أن يتحرر من الأسلوب السابق، حيث يكون توازن في صدر الصفحة وهو مناسب لها واتي تعتمد بإخراج لصفحة الأولى على صورة تتوسط صدرها.

التوازن خلال الصفحة: حيث يكون هذا الأسلوب أكثر من محورا ارتكازا، وهو أكثر الأساليب تحررا.

المدرسة المعتدلة:

تعتمد فكرة هذه المدرسة على قاعدة التحرر من فكرة التوازن الشكلي، ويتم ترتيب العناصر التيبوغرافية على الصفحة بتوازن حقيقي بين أجزائها وتعتمد بذلك على تحديد شكل الصفحة بطريقة ملائمة لطبيعة موادها لا أن تكون هذه المواد ملائمة للمذهب الإخراجي المستخدم في هذه المدرسة، (91) وبالتالي تحقق هذه الأخيرة توازنا عن طريق التناسق، حيث يحدد شكل الصفحة على أساس طبيعة موادها الصحفية لا على أساس الشكل عن طريق عرض كل مادة وأهميتها ولهذه المدرسة ثلاث أساليب.

أسلوب التوازن اللاشكلي:

يبتعد هذا المذهب عن قيود التوازن الشكلي المتمائل ويحقق هذا الأسلوب توازن غير ملحوظ بحيث تعتمد هذا الأسلوب على نظرية أرخميدس في توازن الرافعة، ويقتضي هذا الأسلوب بأنه إذا وضع ثقل على بعد معين من نقطة الارتكاز، أمكن موازنته بثقل صغير يوضع على بعد أكبر من الناحية الأخرى، ويطبق هذا الأسلوب بإخراج الصفحة الأولى، يحرر المخرج من قيد تماثل العناصر المتقابلة في المساحة

والنوع ومن قيد وقوعها على نفس البعد من محور الارتكاز، (92) وأهم ما يميز هذا الأسلوب أنه يحقق تناسقا بين عناصر الطباعة في الصفحة ويتيح فرصة إبراز الموضوعات الرئيسية، وإخضاع شكل الصفحة لطبيعة موادها لا العكس كما أنها تفتح للمخرج التنوع في شكل الصفحة كل يوم، مما يدفع ملل القارئ ويجعل الصفحة أكثر حيوية.

الأسلوب التربيعي:

وتعتمد فكرته على أساس تقسيم الصفحة إلى أربعة أقسام متساوية وهي:

_ القسم العلوي الأيسر.

_ القسم العلوي الأيمن

_ القسم السفلي الأيسر.

_ القسم الأسفل الأيسر.

ويعتمد المخرج على معاملة كل ربع من هذه الأرباع على حدا، فيبرز كل قسم بعناصر طباعي ثقيل ذو عنصرين، كعنوان ممتد مع صورة أو إطار، ثم يوزع باقي العناصر حول العناصر الرئيسية بحيث تتناسق معها. (93)

ومن أهم الانتقادات التي وجهت لهذا المذهب نذكر:

_ يقيد المخرج بضرورة استخدام العناصر الثقيلة لتثبيت أركان الصفحة كل يوم وذلك حسب طبيعة الأنباء.

_ اعتماد المخرج الصحفي على فكرة تثبيت أركان الصفحة دون البعض الآخر في حالة عدم وجود أنباء هامة للأركان الأربعة في الصفحة.

_ ومن هنا نلاحظ أن عملية استخدام أسلوب التعويض بين الأثقال والعناصر المتقابلة هو المطلوب دائما في حالة عدم وجود أربعة أخبار رئيسية هامة، ويقصد بالتعويض هنا استخدام الخريطة أو الشبكة الأرضيات أو العناوين المعتمدة في الأجزاء الثلاثة الباقية من الصفحة بحيث تتوازن مع الخبر الرئيسي على الصفحة الواقع في الربع الأيمن العلوي من صدر الصفحة الأولى.

الأسلوب التركيبي:

إن هذا المذهب يجمع بين القديم والحديث ولقد استعملته الصحف قديما ولا زالت بعض الصحف تعتمد وحاليا في صفحاتها الأولى ويركز هذا المذهب على الموضوع الرئيسي فقط. (94)

_ ويقوم هذا الأسلوب على أهمية استقرار وحدة طباعية معينة ذات أهمية نسبية، بالنظر إلى بقية الوحدات الأخرى المنشورة في الصفحة، أعلى اليمين في اللغة العربية، وأعلى اليسار في اللغات الأجنبية، إضافة إلى استخدام عناصر الطباعة الثقيلة في بنائها على أن تبني الوحدة الأخرى بعناصر تبدو أقل ثقلا حتى لا تنافسها في جذب انتباه القراء.

ويفيد الأسلوب التركيبي في حالة وجود موضوع خطير أو نبأ بالغ الأهمية يتطلب إظهاره فوق سائر الموضوعات، وفيه مرونة تتيح عرض كل موضوع بما يتفق وأهمية النسبية، من حيث حجم العنوان وعدد الأعمدة التي تمد فوقها ومكان الموضوع على الصفحة ولذلك يتسع المجال.... والتجديد في شكل الصفحة يوم بعد يوم غير أن هذا الأسلوب لا يخلو من عيب، فالمبالغة بالاهتمام يعرض الموضوع الرئيسي قد تؤدي إلى إضعاف بعض الموضوعات الأخرى على الصفحة، ومن الناحية الأخرى فإنه يؤدي إلى حشد عناصر الطباعة الثقيلة في النصف الأعلى من الصفحة. وإضعاف النصف الأسفل. (95)

المدرسة الحديثة:

تعتبر هذه المدرسة امتداد حركة التجديد التي تناولت التيبوغرافية الصحفية قبل الحرب العالمية الثانية التي ظهر فيها استخدام العنوان العريض المتحرر من القيد الإخراجي، إضافة إلى استخدام المساحات البيضاء للفصل بين المادة الواحدة باعتبارها تحدي وسائل الفصل الحديثة، وتميزت هذه النظرية على مجموعة من السمات التي يمكن تحديدها فيما يلي (96)

_ تعتمد هذه النظرية في إخراجها للصحيفة على وظيفة الإخراج (أي لا تجعل الإخراج يسير وفق ما تفرضه طبيعة المادة التحريرية المطلوب نشرها في أشكال فنية مناسبة) وعدم المبالغة في تأكيد التماثل والتوازن أما العوامل الأخرى كالشكل والبناء فيعدل بحيث يخدم الوظيفة.

- _ التحرر من أي قيد طباعي أو شكلي يبني عليه تصميم الصفحة.
- _ تغيير موقع اللافتة أو اسم الصفحة حسب ذوق المخرج الفني وطبيعة الأخبار التي ترغب الصفحة في إبرازها.
- _ التحرر من الأعمدة الطويلة والجداول واستخدام الفضاءات بدلا منها.
- _ الاهتمام بالعناوين وتوظيفها بشكل جذاب ومبسط.
- _ إخراج القصص الإخبارية قليلة العدد.
- _ استخدام الألوان.
- _ تلخيص الصفحة من العمود والافتعال وتحقيق التناسب بين أجزائها، وإيتاح الفرصة لإبراز المواضيع الرئيسية وعرضها حسب أهميتها النسبية وإخضاع شكل الصفحة بطبيعتها لا العكس.
- _ وتتميز مذاهب هذه المدرسة عن المدارس السابقة بأنها متحررة من زي تقليدي تيبوغرافي درجت عليها الصحف أو أي شكل لتصميم الصفحة. (97)

أسلوب التجديد الوظيفي

يعد هذا الأسلوب الخطوة الأولى لهذه المدرسة، في إطار العناية بالتحقيق الوظيفي للإخراج الصحفي بصفته أساس العمل في هذا المجال، على عكس التطورات السابقة التي كانت تعتنى بالشكل الجمالي للصفحة في المقام الأول ووفقا لهذا الأسلوب يجب أن يعمل إخراج الصفحة الأولى على تقديم الموضوعات المنشورة مرتبة حسب أهميتها النسبية لسهل على القراء الإطلاع عليها مع عدم الوقوف عند أي قيود طباعية غير مبررة مع الاستعانة بالمستحدثات العلمية والتقنية السائدة في مجال الإخراج الصحفي.

ومن أهم الأساليب التي يستعين بها التجديد الوظيفي:

_ نشر الموضوع الرئيسي- إذ لم يسبقه أي عنوان- بالركن الذي تبدأ العين فيه القراءة تطبيقا للأبحاث العلمية التي أثبتت أن هذا الركن أهم المركز البصري على الصفح.

_ نشر الصورة تحتل من الصفحة حيزا كبيرا من المعتاد.

_ نشر الموضوع الرئيسي في أعلى الصفحة سواء تحت الرأس أو فوقه، وفي هذه الحالة تجمع سطور الموضوع على عمودين أو على عمود واحد مع استخدام مسافات واسعة بيضاء بين الأعمدة مما يقلل من عددها.

_ وبالرغم من أسلوب التجديد الوظيفي يقوم على أسس سليمة إلا أنه ينبغي أن يكون المخرج بالغ الحذر حتى تحقق الصفحة الغاية الوظيفية، وفي نفس الوقت لا يكون مظهرًا جافًا أو مجردًا من الجمال، فالصفحة الأولى بناءً فني يتكون من مواد صحفية، وإخراجها يجب أن يلم بجميع هذه الأمور. (98)

أسلوب الإخراج الأفقي

إن الصحف الأمريكية والعربية كرائدة في مجال تطوير الاتجاهات الإخراجية وبالرغم من التزامها بالاتجاه العمودي ومواصفاته، فقد بدأت منذ نهاية الأربعينيات من القرن العشرين تتجه شيء فشيء نحو الاتجاه الأفقي، بحيث بدأنا نرى بعض الصحف تأخذ امتدادًا أفقياً عوضاً عن الامتداد الرأسى.

ويستلهم هذا الأسلوب فكرته من فكرة مراعاة مسرى الأفقي لعين القارئ، ويرى أنها الأساس الذي ينبغي أن تخرج الصفحات على ضوئه، حيث يقوم هذا الأسلوب على أن المسرى الطبيعي لحركة العين أثناء قراءة الصفحة يتم بشكل أفقي أولاً ثم رأسياً ثانياً، وعليه على هذا يجب استخدام العناوين العريضة أو الممتدة مع صف أسطر متون على الوحدات على أكثر من عمود، إضافة إلى استخدام الصور ذات الاتساعات العريضة والقطاعات الأفقية، مع أمية إيجاد قدر التباين بين هذه الاتجاهات الأفقية باستخدام بعض الوحدات الرأسية القليلة، ولعل من أهم مميزات هذا الأسلوب قدرته على تسهيل القراءة عبر إلغاء جداول الأعمدة داخل الوحدات، إضافة إلى دور العرض الأفقي في أغراء القراء بمواصلة القراءة، حيث تدور الوحدات أقصر من الرأسية وإن تساوت عدد الكلمات كما يقدر أن يتخطى حواجز الأعمدة عند صف المواد، ما يقلل من الحاجة إلى فصل بقايا المواد إلى الصفحات الداخلية، إضافة إلى إمكان تعامل القراء مع أحد نصفي الصفحة بصفته مستقلاً عن الآخر، بحيث تمكن قراءة الصحيفة مطوية.

أسلوب الإخراج المختلط

يعتمد هذا الأسلوب على تحطيم كل قيد أو شكل والخروج على تقليد متوارث، وهو يمضي بعدم تقديم أي رأي أو نظرية تثبت أهميتها في الارتفاع بمستوى إخراج الصفحة، ويختلف الإخراج هنا عنه في الأساليب الأخرى، في أنه لا ينظر إلى الصفحة باعتبارها كلا واحدا وإنما تعالج كل موضوع على حدا كما لو كان عرضا مستقلا.

ويستهدف هذا المذهب نشر أكبر ممكن من الموضوعات على الصفحة الأولى مع لفت انتباه القارئ إليها جميعا، ولتحقيق هذا الهدف المزدوج يلجأ المخرج إلى الأساليب التالية(99)

_ الإكثار من العناصر الطباعية الثقيلة المنوعة وتوزيعها في مختلف أجزاء الصفحة.

_ استخدام العناوين العريضة والصور التي تجذب انتباه القارئ بكبر حجمها وتضمنها لما يلفت النظر.

_ استخدام الألوان خاصة الأحمر في طبع العناوين، وينتج ذلك كله صفحة تختلط فيها العناصر الطباعية الصارخة من كل موع وبكل حجم غير نظام أو ترتيب.

إلا أن الأسلوب تعرض للنقد بشدة من طرف علماء التيبوغرافيا لأنهم يرون أن هذا الأسلوب يبرز موضوعات الصحيفة جميعا، مما يجعلها تتنازع انتباه القارئ من خلال هذا العرض الكامل الذي يجعل بصر القارئ يضطرب، كما أن المساواة في قوة العرض بين عدد من العناصر دون ترتيبها على أساس قاعدة مكانية معينة، تحرم الصفحة من وجود مسرى للبصر له نقطة واضحة، كذلك استخدام العناصر الطباعية القوية لكل موضوع على الصفحة يزيغ الحقيقة، إذ أنه يعرض الموضوعات النافهة كما لو كانت بالغة الأهمية فضلا على أنه يضعف ثقة القارئ بالصحيفة، كما أن ازدحام الصفحة بالعناصر الثقيلة لا يساعد على قراءتها بسهولة فمن بين قواعد يسر القراءة تباين العناصر الثقيلة مع العناصر الخفيفة والمساحات البيضاء، وهو ما لا يراعيه هذا النوع من الإخراج.

_ وتبقى كل هذه المدارس والأساليب المتبعة في الإخراج الصحفي رغم اختلافها مجرد عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة وقارئها بطريقة مميزة، كما يوجد أيضا بعض المخرجين من يعتبرون الإخراج الصحفي مجرد وضع العناصر الطباعية والجغرافية والفصل على هيئة متجردة تختار أماكنها عشوائيا.(100)

استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإخراج الصحفي

النشر الإلكتروني في الإخراج الصحفي

لا شك أن ظهور التقنية الرقمية في عالم الطباعة ومعالجة الصورة الصحفية وغيرها من العناصر الصحفية قد أحدثت طفرة كبيرة وتطورا رهيبا في العملية الإنتاجية بأكملها نظرا للدور الذي تلعبه هذه التقنية المتقدمة في مجال التجهيزات الطباعية عموما إلى حد ينبغي تمام اللجوء إلى الطرق اليدوية التقليدية التي تعتمد على دقة ومهارة العامل الفني نفسه بما يجعل احتمال الخطأ واردا بدرجة أكثر عنه في حال الإنتاج الإلكتروني، الأمر الذي يمكن معه القول أن استخدام الكمبيوتر في هذا الحقل الإنتاجي أدى إلى بناء أنظمة ما قبل الطباعة المغلقة والتي تمتد على تجهيزات وأنظمة التشغيل خاصة، يعمل كل منها بمعزل عن الآخر وتعرف هذه الأنظمة بمفرداتها الإلكترونية المختلفة والمتعددة بنظم النشر الإلكتروني.(101)

وتعود نشأة النشر الإلكتروني إلى عام 1984 مع شركات ثلاث قامت بإحداث تغييرات هامة في صناعة الحاسبات وهذه الشركات هي "أبل" و "ألوس" و "أدوب" فقد طورت "أبل" جهاز (ماكنتوش) وهو كمبيوتر شخصي للنشر الإلكتروني يصلح للمستفيد الذي يريد معالجة العناصر الجرافيكية في مداخلته، وقد زودت شركة "أبل" هذا الجانب بفأرة وطابعة الليزر تتيح للمستخدمين إنتاج مستندات ومخرجات عالية الجودة وأنتجت شركة "الدوس" برنامج "بيج ميكر" وهو برنامج رخيص الثمن وسهل الاستخدام ويتوافق مع جهاز "الماكنتوش" ويتيح تصميم الصفحات وإخراجها بجودة عالية تفهمها طابعة الليزر لإخراج أشكال الحروف المختلفة والنصوص والعناصر الجرافيكية.(102)

على الرغم من أن "الدوس" كانت تعاني البطء النسبي لكن ألحقت بالنشر الإلكتروني فأطلقوا صانعي البرمجيات عدة إصدارات تتوافق مع

الكمبيوتر IBM.

وميكروسوفت وبرنامج Windows كما أصبح برنامج "فينتيورا"

برنامجا عملاقا للنشر الإلكتروني في بيئة "الدوس" ولكن لم يصبح النشر الإلكتروني أمرا سهلا ميسورا على الجانب الشخصي سوى عام 1990، عندما أطلقت شركة Microsoft إصدارها الثالث من برنامجها.

ويندوس، ويندوس 95، وهذا فنح للنشر الإلكتروني مرحلة جديدة للصحفي والمخرج، وتسمح له بتسجيل مقالة على إحدى الوسائل الإلكترونية، ومن ثم تسهيل عملية الإخراج. (103)

ومن الأمور التي يجب أن نعترف بها، على أية حال كل جيل جديد من وحدات المعالجة يتمتع بملايين إضافة من التعليمات التي يستطيع تنفيذها في الثانية الواحدة، مقارنة بالجيل السابق، ومن ذلك تطبيق جديد يقدم معالم جديدة تعمل على زيادة قوة المعالجة.

ومن خلال ذلك أثبت الحاسب الآلي كفاءة أدق وأسرع من كفاءة الإنسان في كل المجالات إلا أنه تفوق تفوقاً مذهلاً على الآلات التي كانت تعتبر في وقت قريب حديثة، مثل آلات طباعة الصحف، فالحاسب الآلي الآن يتولى صف الأحرف ومعالجتها، كما يتولى حفظ المعلومات وتخزينها ثم يتولى إرسال صفحات الصحف مقر الصحيفة إلى أماكن أخرى مهما بعدت المسافات لتطلع بنفس الصورة وفي نفس الوقت، وقد تزايد مؤخرًا الإنتاج الصحفي حيث تشهد المؤسسات الصحفية العربية والغربية نوعاً متزايداً في استخدام الحاسب الآلي في عملية الإنتاج الصحفي للمواد المقروءة وكذلك المرئية ودمجها معاً لتقديم صفحات متكاملة من المطبوعات المختلفة. (104)

أهمية النشر الإلكتروني في الصحافة المكتوبة

لقد أدى ظهور الحاسبات الآلية والنشر الإلكتروني الذي مس جميع المجالات خاصة وسائل الإعلام والاتصال المطبوعة من صف ومجلات، ونشرات، إلى إبراز الأهمية في استخدام حروف النصوص والعناوين والصور بأساليب جديدة ومستحدثة في التصميمات الطباعية وتبرز أهمية النشر الإلكتروني في الصحافة المكتوبة في:

__ قدرة هذا البرنامج على معالجة مختلف محتويات الصحيفة (النص، الصورة، الرسوم، الألوان).

__ تعدد تقنيات استخراج النتائج وتطورها.

__ سهولة البحث دون اللجوء إلى قراءة النص بكامله وبالتالي اختصار وقت البحث.

_ تطور أنظمة الترجمة الآلية للنصوص الإلكترونية إلى الكثير من لغات العالم.

_ النشر الصحفي يسهل لنا قراءة الصحف العربية والعالمية في وقت صدورها وأينما كانت بفضل الانترنت دون الحاجة للانتظار أيام عديدة حتى تحصل الصحف المضلة لدى القارئ وقد تفقد أهميتها الإخبارية.

_ استحداث أساليب جديدة في تصميم وإخراج الصفحات تتمحور حول استخدام برامج خاصة تسمح بإخراج مباشرة على الشاشة والابتعاد على ما هو يدوي وله علاقة بالأسلوب التقليدي لإخراج الصحف.

التكنولوجيا الحديثة في الإخراج الصحفي

هناك مهارات يجب على الإنسان الاعتماد عليها متى أصبح قادرا على اختبار الأدوات والمواد القادرة على تحقيق مفاهيم تصميم معينة ومن أهم موارد التصميم الرقمي:

1 - تكنولوجيا النشر الإلكتروني والتي تعتبر مصممة لإنتاج واسع النطاق في توثيق الجرائد والكتب والمجلات، كما أنها تتيح للمصمم تحكما تبيوغرافيا جيد في جمع الحروف وعناصر إخراج الصفحة خلال نظام إنتاج متكامل يخدم مستخدمين مختلفين، وتعتبر وحدة المعالجة المركزية محددًا مهمًا في أداء النظام، حيث أن بطاقة العناصر الجرافيكية المصحوبة بمعالجات قوية ومهمة لأداء العمليات السريعة على الشاشة حيث تستطيع عرض مليون لون بقوة تبيين عالية.

2 - أما مشغل الأقراص المدمجة ذو أنظمة قياسية يفضله البائعون كوسيلة الامتداد المشتركين بكل التطبيقات الفوتوغرافية، وتتيح اليوم آلات التصوير بولارويد وسيلة سريعة لالتقاط صورة شيء ما لم يتم إدخاله على الفور إلى نظام الكمبيوتر باستخدام جهاز المسح الضوئي لتحويله، وتتيح اليوم آلات التصوير بولارويد وسيلة سريعة لالتقاط صورة شيء ما لم يتم إدخاله على الفور إلى نظام الكمبيوتر باستخدام جهاز المسح الضوئي لتحويله إلى بيانات رقمية.

3 - وأصبحت طبيعة الليزر معيارا قياسيا للحصول على تجارب أحادية اللون والنصوص أو الرسوم اليدوية، حيث أن مخرجات طابعة الليزر التي تبلغ قوة تبيينها 600 في البوصة نقطة تتمتع بدرجة قوة كافية، أما في الأعمال التي تحوي درجات ظلية متدرجة أو صورًا فوتوغرافية شبكية فإن طابعات الليزر تتيح قوة تبيين تتراوح ما بين (1200) و (1800) نقطة في البوص والتي أصبحت منتشرة الآن. (105)

تصميم عناصر الإخراج إلكترونيا

إخراج الصور إلكترونيا

حدثت أوائل الثمانينات لصفحات الجرائد والتي يقترب بصورة أكبر لكل يوم، والتي كانت هناك أنظمة موجودة لإنتاج صفحات الإعلانات المبوبة والأخبار بصورة إلكترونية، وكانت وكالة "أسوشيتد برس" الأمريكية العامل الأساس لإيجاد حلول حاسمة لها وذلك من خلال الغرفة المظلمة الإلكترونية، ويقوم هذا النظام بمعالجة كل الصور الفوتوغرافية الواردة في مقر الوكالة من مكائنها في لندن وأمريكا ومن مزايا أنظمة التصوير الإلكتروني نذكر:

_ إمكانية استقبال صور الخدمات السلكية من وكالات الأنباء ورؤيتها على الشاشة قبل طبعا وتحميصها.

_ يمكن للمصور أن يرسل الصور التي التقطها على صفحة عبر خطوط الهاتف المادية.

_ أصبحت العملية لمسح الصور الرقمية تتم في شكل رقمي وذو سرعة كبيرة.

_ يؤدي هذا النظام إلى تخزين الآخرين للصور على أقراص لتكوين مكتبة للصور تصلح فيما بعد كأرشيف إلكتروني للصور.

_ يمكن الاستغناء على استخدام الأقلام الحساسة والمواد الكيميائية اللازمة لإظهار الأقلام والورق التصوير.

وقد تغيرت طرق الحصول على الصور الفوتوغرافية التي كانت سابقا تعتمد على الصور التي يلتقطها المصورين أو التي يتم استقبالها من وكالات الأنباء، أما الآن فقد أصبحت تعتمد على الحصول على الصور من مصادر متعددة كما يلي:

1/ أقراص الصور المدمجة: كان الحصول على الصور الفوتوغرافية رقمية عالية الجودة والتثبيت، إلا أن أقراص الصور المدمجة التي طرحت في الأسواق عملت على تغيير كل ذلك والتي أتاحت وسائل منخفضة التكلفة وعالية الجودة، ويتم تخزين الصور الفوتوغرافية على القرص المدمج وفقا لعدد من قوى التثبيت بحيث أصبحت أكبر قوة تثبيت تتمتع بها الصورة تنافس جودة الصورة الممسوحة باستخدام أجهزة مسح الأسطوانة.

12 صورة شبكة المعلومات: حيث تتيح هذه الطريقة للانتقال بالمعلومات إلى عدد متزايد من الجهات التي يمكن الحصول على المواد الجرافيكية وهناك أمور يحتاجها المستخدم منها:

برنامج مناسب للاتصالات.

برنامج محتويات الشبكة (برنامج المودام).

بروتوكول لتحويل الملف على جهاز الكمبيوتر.

13 مكتبات الصور الإلكترونية: وهي الثابت الرئيسي لمخازن الصورة والتي تظم عددا كبيرا من الصور المختلفة للمواضيع، وهي مخزنة على هيئة رقمية.

إخراج الصفحات إلكترونيا

أتاحت التكنولوجيا إنتاج الصحيفة اليوم، تجمع مواد الصفحة وإظهار التصميم الفعلي لها على شاشة الحاسب، وفي هذه المرحلة يقوم المخرج الفني باستدعاء الموضوعات والأخبار والمقالات والإعلانات والصور والرسوم المخزنة رقميا في ذاكرة الحاسب، ويتم على الشاشة، وكذلك الإعلانات وعن طريق تعليمات يوجهها للحاسب الآلي يستطيع تجهيز صفحة كاملة كما يمكن الحصول على نسخة ورقية منها عن طريق طابعة الليزر الملحقة بالجهاز، وفي ظل الأنظمة المعتمدة للنشر على الحاسب الآلي، ووفق المعنى الأول للتصميم وهو وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدئ صدورها أو ما يسمى بالتصميم الأساسي يتحدد دور المخرج الصحفي ويتحدد تفاعلهم التقنية الحديثة في تقديم تصميم أساسي، بحيث يبدأ على الشاشة مباشرة وبالاستعانة بأحد برامج التصميم، ويحدد إيجاد صفحات الجريدة بدقة شديدة بواسطة الحاسب الآلي، وعن طريق وحدة إدخال، ولتكن لوحة المفاتيح يبدأ المخرج في اختيار أشكال الحروف التي تناسبه ليضعه على رؤوس الصفحات، وبنفس الخط في كل صفحة (106) في تصميم الصفحة وتنفيذها يتبع المخرج الصحفي خطوات إجرائية دقيقة ومحددة، تبدأ بفتح المجلد الخاص بصفحات الجريدة، ومنه بفتح صفحة يعطيها هو وصفاتها القياسية، ثم يستدعي وحدة تخزين الصور والرسوم والشفارات والعناصر الثابتة التي يضعها في صفحاته كما يتعامل مع القوائم العديدة أمامه على الشاشة فيختار منها الخطوات ودرجة كثافتها وطريقة حشوها بالتردد الظلي وفق كثافة محددة وأرقام الصفحات وعناوينها وفق خط محدد.

وتكمن مهارة المخرج في قدرته على تحريك الآلة بين يديه، حيث يجعلها قادرة على استيعاب الأخبار الجديدة، وذلك من خلال إعداد نموذج ما كتب في الصفحة بشكل يسمح بالتغييرات وخاصة في عملية استبعاد أو حذف أخبار من الصفحة تضاءلت أهميتها واستبدالها بأخرى أهم، خاصة مع تغير قيمة الخبر على مدى ساعات اليوم، أما تصميم وتنسيق عناصر كل صفحة يوميا أو أسبوعيا أو بشكل دوري فهي عن مسألة أخرى على قدر كبير من الأهمية لما تمثله من تعبير حقيقي عن إمكانيات الأنظمة الحديثة للنشر، والبرامج لتصميم ومهارات المخرج في تقديم إبداعات هدنة ومتحركة لأفكاره وصفحاته عبر شاشة الحاسب الآلي.

إخراج الإعلانات إلكترونيا

في البداية كانت الإعلانات تحوى على مضمون لفظي فقط (متون وعناوين) وكانت تخرج عن طريق الجمع التصويري، فيستخرج منها ما كيت للمراجعة وبعد ذلك تصور نهائيا على ورق التصوير الحساس (البرومايد) ليتم إخراج الإعلان في صورته النهائية بعد موافقة المعلن على شكله النهائي، إلا أنه أدخلت العناصر الجرافيكية إلى الإعلانات من صور ورسوم يدوية فكانت الصور التي يلتقطها المصور أو الرسوم التي يبدعها الرسام ترسل معا إلى وحدة التصوير الميكانيكي، وعن طريق ضوء قوي مسلط على الأصل وعدسة التصوير خلفها فيلم حساس أو ورقة تطوير الحساس، لتنتقل المكونات إلى ورق البرومايد أو كما يعرف بالفيلم الحساس لتتم بعد ذلك عملية الإخراج يدويا بقص ولصق الصور والرسوم ودمجها مع النصوص لإنتاج الإعلان فمن عناصر الصفحة التي تجهز للطبع.(107)

وفي ظل النمط التقليدي لإنتاج الصحيفة اليومية، كان تنفيذ العمليات الإخراجية المختلفة تتم عادة بوسائل وطرق تقليدية، ونظرا لتفجر الثورة المعلوماتية حيث كانت الأبحاث تجرى لتوسيع استخدام الأنظمة الإلكترونية، لتضمين طرقا أفضل لمعالجة الإعلانات المبوبة من خلال تنسيق الإعلانات وإخراجها.

ولإخراج الصفحات الكاملة مهما كان مضمونها، طورت صحف (الاكونومست) وناشر الصحف الأسبوعية في منطقة شيكاغو ومؤسسة (كومبير جرافيك) نظاما لتصميم الصفحات بالكمبيوتر وكان هذا النظام مؤهلا لتصميم صفحات الإعلان المبوب وهذا النظام لم يكن قادرا على تبويب أصناف السلع والخدمات المعلن منها وترتيبها حسب الحروف الأبجدية، بل كان قادرا على تصميم الصفحة أيضا على الكمبيوتر، والحصول على أشرطة ورقية ويحتوي كل شريط على عمود كامل يستخدمه المخرج للصقه على نموذج الصفحة كما أنه يقوم بترك مساحة لأي 'لان مدرج على صفحات الإعلانات المبوبة.

فتعتبر صحيفة (كرونكل تريبيون) الأمريكية أول من استخدم برنامج كمبيوتر لإخراج الإعلانات وذلك عام 1972، والذي كان يطبع قائمة الإعلانات مسترشدا بالحدود الواضحة بين المواد التحريرية والإعلانية، فمن هذا أصبح الحاسب الآلي المتحكم في عملية إخراج الإعلانات عن طريق إدخال النصوص وتنتقل على شاشة الحاسب الآلي ليتولى المخرج دمجها معا لتكون التصميم المطلوب ولكي تتلاءم مع صفحات الصحيفة. (108)

فبرامج إخراج الإعلانات أتاحت مزايا عديدة للمعلن وللصحيفة نفسه منها الدقة والسرعة وجودة الإنتاج والسيطرة على المنتج نهائيا، حيث يمكن مشادة الإعلانات على الشاشة في صورتها النهائية قبل طباعتها، إضافة إلى سهولة حفظها على الأقراص الصلبة، (109) وإرسالها من مقر الصحيفة الرئيسي إلى المقر الفرعي أو المعلنين وإعادة نشرها دون إعادة إنتاجها وإخراجها من جديد ويمكن تلخيص أهم مراحل إخراج الإعلانات فيما يلي:

حجم المساحة المطلوبة

استقبال التصميم المبدئي

عمل التصميم النهائي

استقبال واستلام الصور الخاصة بالإعلان

ضم الصورة والنص معا والبدء في العمل لاستكمال الشكل النهائي

مـنشآت

الجديد

النهـار ENNAHAR EL DJADID

يومية وطنية إخبارية

الأحد 2ماي 2009 الموافق لـ 5ربيع الثاني 1430هـ - العدد: 129 السـ

خـبـر

مرفق

بصورة

عنوان ممتد

عنوان تمهـيدي

عنوان رئيـسي

عنوان ثـانوي

خـبـر

صـورة

خـبـر

إشـهـار

التهميش

- (1)- انتصار رسمي موسى:تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الالكترونية، ط1،مكتبة الذاكرة، دار وائل للطباعة والنشر،الأردن 2004،ص11
- (2)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر: الإخراج الصحفي، ط1، دار العبكة، الرياض، 1998، ص15
- (3)- انتصار رسمي موسى:تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الالكترونية،مرجع سبق ذكره،ص10
- (4)- علي نجدات: الإخراج الصحفي، اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط1، مؤسسة حمادة للنشر والتوزيع، الأردن 2002.
- (5)- طارق سيد أحمد الخلفي: معجم مصطلحات الإعلام، عربي إنجليزي، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- (6)- الطويل يوسف: إشكالية العلوم الاجتماعية، دار التسوير للطباعة والنشر، بيروت، 1984، ص13.
- (7)- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص58.
- (8)- رحيمة الطيب عيساني،مدخل إلى الاعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة، ط1، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2008،ص92.
- (9)- علي نجدات: الإخراج الصحفي، اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره،مرجع سبق ذكره،ص78
- (10)- محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2006،ص26.
- (11)- - طارق سيد أحمد الخلفي: معجم مصطلحات الإعلام،مرجع سبق ذكره،ص120.
- (12)- محمد كمال الدين إمام: الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2005، ص71-72.

- (13)- المرجع السابق، ص72.
- (14)- محمد فريد عزت: مدخل إلى علم الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص56.
- (15)- فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، ط1، الجزائر، ص204.
- (16)- تيسير أبو عرجة: دراسات في الصحافة والاعلام، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص30.
- (17)- سمير محمود: الحاسب الآلي في تكنولوجيايات صناعة الصحف، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص12.
- (18)- فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص75.
- (19)- حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص166.
- (20)- فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص75.
- (21)- ويليام ريقرز: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دار المعرفة، القاهرة، 1972، ص57.
- (22)- اسماعيل معراف: فعالية الإعلام حقائق وأبعاد: ديوان المطبوعات الجامعية
- (23)- عبد الوهاب كيلاني: الموسوعة الإعلامية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990، ص44.
- (24)- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997، ص51.
- (25)- فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص215.
- (26)- عزي عبد الرحمن: عالم الصحافة، ديوان المطبوعات الجامعية، ص98.
- (27)- فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص216.

- (28)- سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار المعارف، القاهرة، ص165.
- (29)- إياد صقر: تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص35.
- (30)- فهد عبد العزيز بدر عسكر: الإخراج الصحفي، ط1، دار العبكة، الرياض، 1998، ص107.
- (31)- محمود علم الدين: مرجع سبق ذكره، ص16.
- (32)- سمير محمود: الإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص8.
- (33)- علي نجدات: الإخراج الصحفي، اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، مرجع سبق ذكره، ص25.
- (34)- فهد عبد العزيز بدر عسكر: مرجع سبق ذكره، ص120.
- (35)- المرجع نفسه، ص26.
- (36)- المرجع نفسه، ص26.
- (37)- محمد علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص18.
- (38)- سمير محمود: مرجع سبق ذكره، ص29.
- (39)- أمال سعد متولي: الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، ط1، دار ومكتبة الإسراء، 2006، ص20.
- (40)- سمير محمود: الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص30.
- (41)- محمد علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص20.
- (42)- سمير محمود: مرجع سبق ذكره، ص32.
- (43)- إياد الصقر: مرجع سبق ذكره، ص40.
- (44)- سمير محمود: مرجع سبق ذكره، ص36.
- (45)- محمد محلا: التحرير والإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص93.

(46)- عبد العزيز سعد الصويعي: الإخراج والتصميم، دار الملتقى للطباعة والنشر، بيروت، 1998. ص43.

(47)- أمال سعد متولي: مرجع سبق ذكره، ص28.

(48)- محمد محلا: مرجع سبق ذكره، ص98.

(49)- محمد محلا: مرجع سبق ذكره، ص80.

(50)- محمد عبد الحميد السيد البهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص51.

(51)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص66.

(52)- طلعت همام: مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص98.

(53)- سمير محمود: الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص40.

(54)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص138.

(55)- المرجع السابق. ص140.

(56)- انتصار رسمي موسى: تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، ص46.

(57)- إياد الصقر: مرجع سبق ذكره، ص83.

(58)- انتصار رسمي موسى، مرجع سبق ذكره، ص47.

(59)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص138.

(60)- ديفداس بروتر، وراء الصحف الأولى: ترجمة عبد القادر عثمان، مركز الكتب الأردني، الأردن، 1990، ص15.

(61)- عبد العزيز سعيد الصويعي: مرجع سبق ذكره، ص107.

(62)- المرجع السابق. ص108.

(63)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص213.

(64)- سمير محمود، مرجع سبق ذكره، ص274.

- (65)- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، مرجع سابق، ص292.
- (66)- المرجع السابق، ص293.
- (67)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص214.
- (68)- سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار المعارف، القاهرة، ص170.
- (69)- طلعت همام: مرجع سبق ذكره، ص152.
- (70)- المرجع نفسه، ص153.
- (71)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره/ ص225.
- (72)- نجم عبد الوهاب، بدر الدين النادي: الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 1981، ص15.
- (73)- منى سعيد مساوي، إمام علي: الإعلان في التلفزيون المصري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989، ص18.
- (74)- أشرف فهمي خوجة: استراتيجية الدعاية والإعلان، الأطر النظرية والنماذج التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص9.
- (75)- نجم عبد الوهاب، بدر الدين النادي: الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 1981، ص17.
- (76)- خليل صابات، الإعلان تاريخه قواعده فنونه أخلاقياته، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 1978، ص10.
- (77)- فني عاشور: اقتصاديات الصحافة المكتوبة، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص30.
- (78)- جمال أبو شنب، أشرف محمد خوجة، الإعلان والدعاية المفاهيم الأطر التطبيقية، دار المعارف الجامعية الاسكندرية، 2005، ص29.
- (79)- هناء عبد الحليم سعيد: الإعلان، ط2، الشركة للنشر والتوزيع، الجزائر، 1995، ص192.
- (80)- محمد أبو سمرة : إدارة الإعلان التجاري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص145.

- (81)- رفاعة الأنصاري: الإعلان النظريات والتطبيق، ط1، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1988، ص9.
- (82)- محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص70.
- (83)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص151.
- (84)- محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص71.
- (85)- سمير محمود، مرجع سبق ذكره، ص281.
- (86)- المرجع السابق، ص282.
- (87)- علي نجدات: الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص27.
- (88)- - انتصار رسمي موسى، مرجع سبق ذكره، ص92-93.
- (89)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص106.
- (90)- سمير محمود، مرجع سبق ذكره، ص93.
- (91)- إياد الصقر: مرجع سبق ذكره، ص87.
- (92)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص116.
- (93)- إياد الصقر: مرجع سبق ذكره، ص88.
- (94)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص125.
- (95)- إياد الصقر: مرجع سبق ذكره، ص88.
- (96)- محمود محلا، مرجع سبق ذكره، ص95.
- (97)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص95.
- (98)- فهد عبد العزيز بدر عسكر، مرجع سبق ذكره، ص161.
- (99)- طلعت همام : مرجع سبق ذكره، ص177.
- (100)- عبد العزيز سعيد الصويغي، مرجع سبق ذكره، ص115.
- (101)- سعيد غريب النجار: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، المكتبة الإعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص223.

- (102)- محمود فتحي عبد الهادي أبو العيد إبراهيم: النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية، دار الثقافة، الاسكندرية، ص21.
- (103)- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي واتجاهاته الحديثة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص146.
- (104)- أبو زيد سليمان: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار السامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص10.
- (105)- المرجع نفسه، ص93.
- (106)- سمير محمود: مرجع سبق ذكره، ص244.
- (107)- المرجع نفسه، ص98.
- (108)- إياد صقر: مرجع سبق ذكره، ص35.
- (109)- سعيد غريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص275.

قائمة المصادر والمراجع

- (1)- انتصار رسمي موسى:تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الالكترونية، ط1، مكتبة الذاكرة، دار وائل للطباعة والنشر،الأردن 2004.
- (2)- فهد بن عبد العزيز بدر عسكر: الإخراج الصحفي، ط1، دار العبكة، الرياض، 1998.
- (4)- علي نجدات: الإخراج الصحفي، اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط1، مؤسسة حمادة للنشر والتوزيع، الأردن 2002.
- (5)- طارق سيد أحمد الخليفي: معجم مصطلحات الإعلام، عربي إنجليزي، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- (6)- الطويل يوسف: إشكالية العلوم الاجتماعية، دار التسوير للطباعة والنشر، بيروت، 1984.
- (7)- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- (8)- رحيمة الطيب عيساني،مدخل إلى الاعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة، ط1، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2008.
- (9)- محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2006.
- (10)- محمد كمال الدين إمام: الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2005.
- (11)- محمد فريد عزت: مدخل إلى علم الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
- (12)- فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، ط1، الجزائر.
- (13)- تيسير أبو عرجه: دراسات في الصحافة والاعلام، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

- (14)- سمير محمود: الحاسب الآلي في تكنولوجيات صناعة الصحف، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- (15)- حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994.
- (16)- فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- (17)- ويليام ريفرز: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دار المعرفة، القاهرة، 1972.
- (18)- اسماعيل معراف: فعالية الإعلام حقائق وأبعاد: ديوان المطبوعات الجامعية
- (19)- عبد الوهاب كيلاني: الموسوعة الإعلامية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990.
- (20)- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997.
- (21)- عزي عبد الرحمن: عالم الصحافة، ديوان المطبوعات الجامعية.
- (22)- سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار المعارف، القاهرة.
- (23)- إياد صقر: تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- (24)- فهد عبد العزيز بدر عسكر: الإخراج الصحفي، ط1، دار العبكة، الرياض، 1998.
- (25)- سمير محمود: الإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
- (26)- أمال سعد متولي: الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، ط1، دار ومكتبة الإسراء، 2006.
- (27)- محمد محلا: التحرير والإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

- (28)- عبد العزيز سعد الصويعي: الإخراج والتصميم، دار الملتقى للطباعة والنشر، بيروت، 1998.
- (29)- محمد عبد الحميد السيد البهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- (30)- ديفداس بروتر، وراء الصحف الأولى: ترجمة عبد القادر عثمان، مركز الكتب الأردني، الأردن، 1990.
- (31)- سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار المعارف، القاهرة، ص170.
- (32)- نجم عبد الوهاب، بدر الدين النادي: الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 1981.
- (33)- منى سعيد مساوي، إمام علي: الإعلان في التلفزيون المصري، دار الفكر العربي، القاهرة، 19891.
- (34)- أشرف فهمي خوجة: استراتيجية الدعاية والإعلان، الأطر النظرية والنماذج التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- (35)- نجم عبد الوهاب، بدر الدين النادي: الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 1981.
- (36)- خليل صابات، الإعلان تاريخه قواعده فنونه أخلاقياته، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 1978.
- (37)- فني عاشور: اقتصاديات الصحافة المكتوبة، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- (38)- جمال أبو شنب، أشرف محمد خوجة، الإعلان والدعاية المفاهيم الأطر التطبيقية، دار المعارف الجامعية الاسكندرية، 2005.
- (39)- هناء عبد الحلیم سعيد: الإعلان، ط2، الشركة للنشر والتوزيع، الجزائر، 1995.

- (40)- محمد أبو سمرة : إدارة الإعلان التجاري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،
2008
- (41)- رفاعة الأنصاري: الإعلان النظريات والتطبيق، ط1، دار النهضة الحديثة، القاهرة،
1988.
- (42)- سعيد غريب النجار: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، المكتبة
الإعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- (43)- محمود فتحي عبد الهادي أبو العيد إبراهيم: النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات
الإلكترونية، دار الثقافة، الإسكندرية.
- (44)- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي واتجاهاته الحديثة، دار المصرية
اللبنانية، القاهرة، 2003.
- (45)- أبو زيد سليمان: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار السامة للنشر والتوزيع،
الأردن، 2009.