

شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إعلام

محاضرات في مادة:

إخراج صحيفة مكتوبة وإلكترونية

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة تخصص إعلام

إعداد الأستاذة:

د. غالية غضبان

الموسم الجامعي: 2026/2025

فهرس المحتويات:

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	فهرس المحتويات	02
02	وصف المادة	03
03	مقدمة	04
04	أولاً: إخراج الصحف المطبوعة	
05	1- مفهوم الإخراج الصحفي: وظائفه، أسسه ومحدداته	06
06	2- التصميم الأساس للصحف	16
07	3- إخراج ومعالجة العناصر التيبوغرافية (حروف المتن، العناوين، الصور الفوتوغرافية والرسوم، الألوان ووسائل الفصل بين المواد الصحفية)	20
08	4- إخراج الصفحة الأولى	32
09	5- مدارس الإخراج الصحفي: المدرسة التقليدية، المدرسة المعتدلة، المدرسة الحديثة	36
10	6- إخراج الصفحات الداخلية	38
11	7- إخراج مجلة	43
12	ثانياً: تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية	49
13	8- مدخل: تعريف تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية، وظائفه، مبادئه.	49
14	9- العناصر البنائية للصحف الإلكترونية وضوابط إخراجها	52
15	10- الوسائط الفائقة والوسائط المتعددة	62
16	11- العناصر التفاعلية	69
17	12- تصميم واجهات الصحف الإلكترونية وأساليب عرض المعلومات عليها.	75
18	13- نماذج تصميم صفحة البداية للصحف الإلكترونية	77
19	المراجع	80

عنوان الليسانس: سنة ثالثة إعلام

السداسي: الخامس

الوحدة: الأساسية

اسم المادة: إخراج صحيفة مكتوبة وإلكترونية

الرصيد: 05 / المعامل: 02

أهداف التعليم:

يهدف إلى تعريف الطالب على مفهوم تصميم وإخراج الصحف المطبوعة والإلكترونية، ووظائفه، ومبادئه من خلال تعرفه على عناصر بناء الصفحات المكتوبة والإلكترونية، ومعايير استخدامها، وطريقة توظيفها في بناء الصفحات...

المعارف المسبقة المطلوبة:

معارف عامة حول الصحافة المكتوبة والإلكترونية

مقدمة:

يمثل الإخراج الصحفي بمفهوميه التقليدي والرقمي أحد أهم المكونات الجوهرية في العملية الإعلامية، فهو ليس مجرد عملية تقنية لتنسيق العناوين والنصوص والصور، بل هو فن وعلم واتصال بصري متكامل يسعى إلى بناء هوية الصحيفة وتوجيه القارئ داخلها بطريقة مدروسة تجمع بين الجاذبية الجمالية والدقة الاتصالية.

ولأن الإخراج هو الواجهة التي تُقدّم من خلالها المادة الإعلامية إلى الجمهور، فإن إتقان قواعده ومبادئه يعدّ من المهارات الأساسية التي يجب أن يمتلكها الصحفي المعاصر، خاصة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها مجال الإعلام المكتوب والإلكتروني على حدٍ سواء.

تهدف هذه المطبوعة البيداغوجية إلى تزويد طلبة السنة الثالثة إعلام بمعارف نظرية وتطبيقية متكاملة في تصميم وإخراج الصحف الورقية والإلكترونية، بما يمكنهم من فهم الأسس العلمية والجمالية التي يقوم عليها الإخراج الصحفي، والقدرة على توظيف مختلف العناصر البصرية (النص، الصورة، اللون، الخطوط، المساحات البيضاء، الرموز...) لخدمة المضمون الإخباري والتحريري، بما يحقق التوازن بين الشكل والمحتوى.

تنقسم هذه المطبوعة إلى محورين رئيسيين متكاملين : المحور الأول: إخراج الصحف المطبوعة ويتناول المفاهيم الأساسية لفن الإخراج الصحفي، ووظائفه، ومكوناته، والأسس التي يقوم عليها تصميم الصفحات. كما يعرّف الطلبة على عناصر الإخراج الطباعية والبصرية مثل العناوين، الصور، الرسوم، الألوان، التباين، والفصل بين المواد الصحفية. ويتطرق كذلك إلى دراسة مدارس الإخراج الصحفي (التقليدية، الحديثة، المعتدلة)، وأنواع الصفحات داخل الجريدة والمجلات.

المحور الثاني: تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية يركز هذا المحور على تطور الإخراج في بيئة الإعلام الرقمي، حيث انتقل التصميم من الصفحة الورقية إلى الشاشة التفاعلية. فيُعرّف الطلبة بمفاهيم النص

الفائق (Hypertext) ، والتفاعل (Interactivity) ، والتصفح (Navigation) ، والوسائط المتعددة (Multimedia) ، بوصفها الأسس الجديدة في تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية . كما يتناول العناصر البنيوية المميزة للصحيفة الإلكترونية ، وطرق تنظيم واجهاتها البصرية ، وأساليب عرض الأخبار والمعلومات عبر الروابط الفائقة والوسائط التفاعلية . ويتدرّب الطلبة من خلال هذا المحور على مقارنة البنية الإخراجية بين الصحافة الورقية والإلكترونية ، وفهم كيفية توظيف الأدوات الرقمية الحديثة لتصميم صفحات صحفية جذابة وسهلة الاستخدام .

إن هذه المادة تمثل جسراً بين الجانب الفني والتقني والتحريري في تكوين الصحفي ، إذ تهدف إلى إعداد خريج قادر على التعامل مع مختلف وسائط النشر ، ومواكب لتطورات الإعلام الرقمي الذي أصبحت فيه الهوية البصرية عنصراً أساسياً في نجاح الرسالة الإعلامية .

المحاضرة الأولى: مفهوم الإخراج الصحفي: وظائفه، أسسه ومحدداته

1. تعريف الإخراج الصحفي:

هناك أكثر من تعريف للإخراج الصحفي كعملية فنية صحفية ذات طابع خاص، ووظائف معينة، وخطوة من خطوات إصدار صحيفة.

هو خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون والمؤثرة فيه والمعبرة عنه. (الدين م.، 1988)

وقد اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم دقيق لفن الإخراج الصحفي، حيث يعرفه محمود علم الدين بأنه: " العملية الإخراجية التي تجري وفقا لإستراتيجية جرافيكية (بصرية) Graphic Strategy أو رؤية إخراجية تيبوغرافية عامة تكون جزءا من سياسة التحرير العامة للصحيفة، تترجم إلى سياسات

إخراجية مرحلية، ويستعان في تنفيذ عملية الإخراج الصحفي دليل طباعي Graphic Manual يحدد إمكانات الصحيفة أو المؤسسة التيبوغرافية (الطباعية)، وأساليب توظيف عناصرها الإنتاجية وسمات كل منها كالجمع بالنسبة لحروف العناوين والمتن وأساليب إنتاج المواد المصورة والمرسومة وأساليب التصحيح، ونمط التوضيب (المونتاج) Layout ومراحل التجهيز الفني للصحيفة وأساليب الطباعة". (الوحيثي، 1999)

الإخراج الصحفي أو Make Up للصحيفة هو تلك العملية، التي يتم من خلالها عرض المضمون الصحفي، الذي تحمله المادة التحريرية والإعلانية، بعد كتابتها وتحريرها وتقديمها في شكل مناسب، يروق لقارئ الصحيفة، ولطبيعتها، كوسيلة اتصال مطبوعة، لها سماتها المميزة، ولها قراؤها ذوو الاهتمامات، والميول والعادات الاتصالية. في ظل منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى المطبوعة، كالجريدة الأسبوعية، والمجلة، والكتاب، والوسائل المسموعة والمرئية الإلكترونية كالراديو والتلفزيون، وصناعة التسجيلات، والمستحدثات الجديدة، كالفيديو، والتلكتست. (الدين م، 1988)

وهي عملية تتضمن جانبين أساسيين متلازمين: الجانب الأول هو عملية التصميم الأساسي Basic Design، أو المظهر العام للجريدة ككل، وللمطبوعة، كمكونات جزئية، بحيث تعطي هوية مميزة للجريدة، عن باقي الجرائد المنافسة. والجانب الثاني هو توضيب Layout هذه الصفحات، أو توزيع المادة الصحفية عليها ما بين العناوين، والصور والرسوم، والمتن التحريري والإعلاني، ويتضمن التوضيب: تحديد موقع كل من هذه الموضوعات، وحجمها والصور المصاحبة لها، ووسائل الإبراز المختلفة، وكيفية توظيف العناصر التيبوغرافية (الطباعية) المختلفة، أو لغة الشكل في الجريدة. وهي تشمل عناصر بعضها ثابت، والآخر متغير وتتضمن: الترويسة، عناوين الأبواب، والأركان، والصفحات، والأجزاء الثابتة المتخصصة، ورسوماتها المميزة، الإشارات، الفهارس، البواقي، كلام الصور، العناوين بأنواعها، المتن، الصور، الرسوم اليدوية بأنواعها، الجداول، الإطارات، الفراغ، اللون.

ويقوم بعملية الإخراج الصحفي، أو تصميم الصحيفة، وتوضيها، تحت إشراف رئيس التحرير، أو أحد مساعديه، محرر مسؤول، قد يسمى محرر الإخراج، أو المدير الفني، أو المحرر الجرافيكي، أو سكرتير التحرير الفني، في إطار سياسة إخراجية للصحيفة متفق عليها يستعان في تنفيذها بدليل طباعي يحدد إمكانيات الدار الطباعية، وأنماط توظيف العناصر التيبوغرافية بها. وقد يتم هذا على نموذج بحجم الصفحة الكامل أو مصغر للصفحة يسمى ماكيت، ثم ينفذ هذا الماكيت، حسب أسلوب الجمع، والطباعة، وتوضيب الحروف الرصاص كما في الطباعة البارزة أو باللصق. (الكاسح، 2021)

وهو خطوة من خطوات إصدار صحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون والمؤثرة فيه والمعبرة عنه. (الصقر، 2008)

وهو أيضاً: مجموعة العمليات الفنية تبدأ بعد الإنتهاء من عمليات التحرير الصحفي (من جمع للمادة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها واستكمالها ثم صياغتها في قالب أو الشكل التحريري المناسب)، وكذلك بعد عمليات تحرير الإعلان وتجهيزه (من جلب للإعلانات المختلفة من المصادر المتعددة، وتحديد المساحات والأشكال الإعلانية التي ستظهر فيها، وتحريرها وتصميمها، أي تجهيز النصوص الإعلانية). (الصقر، 2008)

وقد اتفق التيبوغرافيون على تعريف جامع للإخراج الصحفي بأنه توزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصحيفة واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفقاً لخطة معينة، وإن مهمة التيبوغرافيا وحدها متعلقة بالشكل المادي للصفحة، وترتيب ووضوح هذه المادة المستخدمة فيما بينها، مع مراعاة ما نسميه في الإخراج بالبياض والذي بدوره يريح العين. (خوخة، 2016)

ويطلق على الإخراج عدة تسميات منها كلمة Design، Layout أي ترتيب المادة الصحفية أو تقسيم الصفحات، ويطلق عليه في اللغة الإنجليزية كلمة Make-up التي ترتبط بالعملية الجمالية للإخراج. (الوحيشي، 1999)

ويهتم الإخراج الصحفي بجانبين مهمين هما:

الشق الأول: يتمثل بتلك العناصر الطباعية من حيث إنتاجها وتطويرها وتحسينها والطرق المختلفة لاستخدامها، وهذا الشق هو الذي نطلق عليه كلمة التيبوغرافيا Typography ومعناها حرف الطباعة أو حروف الطباعة، وكل ما يتصل بحروف الطباعة وإنتاجها وتطويرها واستخدامها، والعناصر الأخرى المساعدة مع حروف الطباعة. (الصقر، 2008)

كما يهتم هذا الشق بوضع التصميم الأساسي Basic Design الذي يعبر عن المنظر العام للصحيفة، مترجما في مجموعة من الملامح التي تتسم بالثبات النسبي. (الرستم، 2004)

الشق الثاني: يهتم بتحريك المواد الصحفية التحريرية والمواد الإعلانية وتوزيعها، ومنحها موقعا محددا ومساحة محددة، وبأسلوب محدد لإبرازها، وهو ما يطلق عليه الجانب الوظيفي اليومي. (الرستم، 2004)

2. أدوات الإخراج الصحفي:

ويضم الإخراج الصحفي أداتين أساسيتين وهما:

الأداة الأولى: وتشتمل العناصر الطباعية الثابتة: والمتمثلة في رأس الصفحة وتضم (الترويسة والأذنين والفهارس) وما يختص بالصفحات الداخلية والتي تضم (عناوين الأبواب، الأركان، الصفحات، الملاحق، الرسوم التعبيرية)

الأداة الثانية: العناصر الطباعية المتغيرة بحسب طبيعة المادة الصحفية أو الإعلانية، مثل الحروف المتن، الفواصل، الجداول، الإطارات، المواد المصورة أو المرسومة، اللون، الأرضيات، الفراغات اسم الكاتب أو المحرر أو الرسام أو المصور. (الرستم، 2004)

3. أسس الإخراج الصحفي:

يقوم الإخراج الصحفي على مجموعة من الأسس والقواعد منها ما يعتمد على الإدراك البصري، وأخرى تتعلق بالتركيب النفسي ودرجة النضج العقلي للقارئ، وأسس أخرى فنية وصحفية تختص بشكل المادة الصحفية وعريقة عرضها (خوخة، 2016)

أولاً: الأسس النفسية: وتتعلق هذه الأسس بالقارئ ذاته من حيث التركيب النفسي، والنضج العقلي الذي تتحكم فيه متغيرات السن، الجنس ودرجة التعليم. وفي هذا الإطار لابد من مخرج الصحيفة أن يضع في الاعتبار دراسة الجمهور من الناحية النفسية والتعرف على السمات النفسية لكل فئة من فئات الجمهور، ونوعية ومضمون المادة التحريرية التي تدخل في دائرة اهتمام كل فئة، حتى يستطيع المخرج بمجرد اطلاعه على مضمون المادة التحريرية المتوفرة لديه أن يدرك نوعية الجمهور الذي تهتم هذه المادة، فيعرضها بالشكل الذي يتفق مع الخصائص النفسية والمزاجية لجمهور القراء. (خوخة، 2016)

وقد صنف الباحثون جمهور القراء إلى ثلاث فئات رئيسية:

أ. فئة أهل الفكر: وتمثل هذه الفئة مجموعة قليلة ونسبة ضئيلة في كل مجتمع، وعادة ما تهتم هذه الفئة بالمقالات التي تعالج الشؤون الخارجية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والاكتشافات العلمية، والكتابات ذات الأسلوب الراقى والرفيع، وهذه الفئة لا تحتاج توجيها إلى الموضوعات والأخبار المهمة بقدر اهتمامها وحاجتها إلى الحروف ذات الأبناط الكبيرة والواضحة، لأن اهتمامهم بالمضمون يغلب على اهتمامهم بالشكل وجمال العرض. (خوخة، 2016)

ب. فئة المعلمين: تهتم هذه الفئة أساسا بالبحث عن المقالات والقصص الإخبارية التي قد تفيدهم في مهنتهم كالأبحاث العلمية المتخصصة والبيانات التي تساعد على تحسين وتطوير أدائه المهني، والقارئ العلمي أو المتخصص ليس لديه الوقت ليضيعه، فهو ينتقل بسرعة بين المواضيع ويكتفي بقراءة العناوين ومقدمات الأخبار التي تثير فضوله كإنسان. فعلى المخرج مراعاة الوضوح والبساطة على صفحات الجريدة دون الحاجة منه إلى الإكثار من وسائل الإبراز التي تستخدم لجذب الانتباه أو لابرار موضوع دون آخر، ذلك

لأن أفراد هذه الفئة لديهم القدرة على تقدير أهمية ما يقرؤون، كما أنهم يختارون ما يقرؤونه من بين المواد المنشورة على الصفحات. (خوخة، 2016)

ت. فئة اللافكرين أو الجمهور العام: وتمثل هذه الفئة أكبر الفئات، وأكبرها عددا من مجموع قراء الصحف، ويتألف منها جمهور الصحف الشعبية ذات الانتشار الواسع والأكثر توزيعا، وهذه الفئة عموما يحتاجون دائما إلى ما يجذب انتباههم ويشد اهتمامهم، لذلك فإن دور المخرج الصحفي في الصحف الشعبية هو أن يلجأ إلى كافة وسائل الإبراز ليحقق ما يرغب فيه هؤلاء القراء لإرضاء رغباتهم، فمثلا يلجأ إلى أسلوب الإخراج الأفقي بالعناوين العريضة وذلك لعرض أكبر عدد ممكن من الأخبار المثيرة والهامة بشكل بارز وظاهر، يدركه القراء لأول وهلة وبسرعة، كما أن اهتمام سكريتير التحرير بجمال الشكل العام للصفحة في الصحف الشعبية يكون ضروريا ولهذه الفئة بالذات التي تحتاج إلى ما يجذبها إليه. (خوخة، 2016)

والتركيب النفسي للقراء ليس فقط ما يتحكم في اهتماماته واختياراته، وإنما أيضا درجة النضج العقلي التي تمثل جانبا هاما لتكوين اتجاهات القراء واهتماماتهم، ويتحكم في درجة النضج العقلي مجموعة من المتغيرات من أهمها السن، الجنس، درجة التعلم.

أ. السن: يتكون جمهور القراء من أعمار مختلفة، منهم الأطفال والشباب والكهول والشيخوخة، وهنا لابد أن يراعي المخرج الصحفي الشكل الذي تعرض به المادة الصحفية، واختلافه من فئة إلى أخرى، فنجد الأطفال يفضلون قراءة النصوص المطبوعة بالحروف كبيرة الحجم، والصور الملونة، التي تساهم في تكوين الصور الذهنية، وتمكينهم من استيعاب المادة التي يقرؤونها، بينما نجد الشباب يميلون إلى الحركة والتغير والتجديد في شكل الصحيفة، أما الشيخوخة يميلون إلى قراءة الأحرف الكبيرة، والبياض الذي يريح العين سواء بين الفقرات أو بين السطور والكلمات، ودور المخرج في هذا الصدد أن يراعي عند إخراج المادة الصحفية إلى كل من هذه الفئات الشكل الذي يتفق مع خصائص كل فئة. (خوخة، 19، 2011)

ب. الجنس: يتكون جمهور القراء من ذكور وإناث، وقد أكدت دراسات أن الإناث أكثر فضولا من الذكور وأكثر اهتماما بالصور خاصة التي تعرض خطوط الأزياء، وتدقق في تفاصيلها، كما تهتم أيضا بالصور الإيضاحية الخاصة بها وكذلك الألوان، بينما نجد الذكور أكثر اهتماما بمتابعة الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والحوادث... (خوخة، 2016)

ت. درجة التعلم: يلعب المستوى التعليمي دورا هاما في تكوين فكر القارئ ومجالات اهتمامه، فمثلا نجد ذوي التعليم المتوسط يهتمون بقراءة الحروف الكبيرة، والصور والألوان، بينما المثقفون يهتمون بالمضمون والبساطة والوضوح أكثر من اهتمامهم بالشكل الجمالي للمادة. (خوخة، 2016)

ثانيا: الأسس الفسيولوجية: يعد تيسير عملية القراءة من الأهداف الرئيسة للإخراج الصحفي، لأن الصحيفة عبارة عن وسيلة بصرية لإيصال مضمون الرسالة الإعلامية، والعين عدسة تلتقطه، فلا بد من أن يساهم الإخراج الصحفي في وصول القارئ إلى المادة التي يريدتها بسهولة وسرعة قراءتها بيسر ووضوح دون عقبات، وهناك مجموعة من العوامل التي تشوش القراءة وهناك عوامل تسهل القراءة.

أ. عوامل التشويش على القراءة: نجد منها رداءة الطباعة، الانتقال المباشر من البنت الكبير إلى البنت الصغير جدا، وكذا استخدام الرضيات الصارخة أو ذات اللون القريب من لون الحرف...

ب. عوامل تسهيل القراءة: بالمقابل هناك عوامل تساهم وتساعد على تيسير عملية القراءة كجودة الطباعة ومناسبتها لنوع الورق المستخدم، الفراغات البيضاء بين الأعمدة والسطور. (خوخة، 2016)

ثالثا: الأسس الصحفية: هناك عدة معايير لاختيار الموضوعات التحريرية وتحديد مدى صلاحيتها للنشر وكذا حجمها والألوان المستخدمة معها والصور ونوع الخط، ومن بين هذه المعايير نجد:

عناصر الخبر الصحفي: هناك مجموعة من الشروط يجب أن تتوافر في الخبر حتى يصبح صالحا للنشر منها الأهمية، الحالية، القرب، الدقة، الصدق، الضخامة، الإثارة، الغرابة، الطرافة، والاتفاق مع سياسة الصحيفة.

السياسة التحريرية للصحيفة: سياسة الصحيفة هي مجموعة الخطوط العريضة التي يتحرك في إطارها جميع العاملين في الصحيفة أثناء قيامهم بجمع الأخبار والموضوعات، فهي الخط السياسي العام للصحيفة، وهي أيضا اللغة التي تصاغ بها الأخبار والموضوعات وطريقة عرضها ومناقشتها. وليس من عمل المخرج عادة رسم سياسة الصحيفة أو تقرير صلاحية الخبر للنشر (أحيانا) فقد ينفرد بهذا الاختصاص رئيس التحرير أو مجلس التحرير. (خوخة، 2016)

رابعاً: الأسس الفنية: فن الإخراج الصحفي الحديث ينظر إلى الصحيفة على أنها وحدة متكاملة من حيث الشكل العام الذي يكسبها شخصية مميزة بين الصحف، والتكوين الفني الجميل للصفحة له خصائص لا بد من توافرها، نذكرها فيما يلي:

أ. **التوازن:** الشكل العام للصفحة يتكون من مجموعة عناصر تيبوغرافية هي حروف المتن، العناوين، الصور والرسوم والإعلانات... وهي أشكال سوداء على ورقة بيضاء، وقد كانت الأساليب الكلاسيكية للإخراج الصحفي تعتبر المواد ثقلاً، فمثلاً المساحة السوداء الكبيرة أكثر ثقلاً من المساحة السوداء الصغيرة وهكذا، وقد ذهبت هذه الأساليب إلى تقسيم التوازن إلى نوعين:

النوع الأول: شكلي متماثل تنقسم فيه الصفحة طولياً إلى نصفين متماثلين تماماً من حيث الشكل، أي أن عدد الصور والعناوين والحروف في النصف الأيمن يساوي بالضبط عددها في النصف الأيسر.

النوع الثاني: يمتاز بتباين الصور والعناوين والحروف في الصفحة، ولكن بشرط أن تؤلف معاً شكلاً جميلاً متناسقاً، وهذا النوع لا يمكن قياسه وإنما يحس به الناظر فينجذب إليها.

ب. **الإيقاع:** المقصود بالإيقاع أن يكون شكل الصفحة نابضاً بالحياة، ويحقق المخرج الصحفي ذلك باستخدام درجات اللون الأسود أو الألوان الأخرى ببراعة في تكوين الصفحة.

ت. التناسب: وهو مبدأ يجب على المخرج مراعاته في توزيع العناصر التيبوغرافية على الصفحة، كالتناسب بين مساحة الموضوع وعنوانه، والتناسب بين حجم الحرف والامتداد الذي يشغله وهكذا، وهذا ما يحقق الانسجام بين كافة العناصر التيبوغرافية بالصفحة ومراعاة التناسق بين هذه العناصر.

4. محددات الإخراج الصحفي:

يعد الإخراج الصحفي كعملية صحفية وفنية كخطوة من خطوات إصدار الجريدة، ويؤثر عليه سلباً أو إيجاباً مجموعة من المحددات أو المؤثرات أو العوامل التي تتعلق بنواحي العمل الصحفي المختلفة وبيئته الداخلية وكذلك بيئته الخارجية سواء كانت عامة أو إعلامية.

ويمكن إجمالاً هذه المحددات في النقاط التالية:

- 1 - السياسة التحريرية للصحيفة .
- ٢ - شخصية رئيس التحرير.
- ٣ - قدرات الجهاز الإخراجي.
- ٤ - القدرات التقنية المتوافرة للصحيفة.
- ٥ - القدرات الاقتصادية المتوافرة للصحيفة.
- ٦ - تصورات المسؤولين عن الصحيفة للشكل الإخراجي الأمثل لها.
- ٧ - طبيعة الصحف المنافسة ومستوى الإخراج فيها.
- ٨ - طبيعة المادة الصحفية أو المضمون المنشور .

٩- النظام الإعلامي والاتصالي الذي تصدر فيه الصحيفة.

وسوف نقوم بشرح كل عنصر بشيء من الاختصار: (بيوضة، 2018)

أولاً: السياسة التحريرية للصحيفة:

وهي مجموعة الخطوط العريضة والمبادئ العامة – غير المكتوبة – التي تحدد وتحكم ماذا تنشر

الصحيفة من مضامين ونوعية موضوعاتها؟ وماهي اتجاهات هذا المضمون؟ وأسلوب معالجته وعرضه وإبرازه؟

وهي مؤثرة ومرتبطة بشكل ارتباطا كبيرا.

فالصحف المحافظة تتميز بما يلي :

- استخدام المانشيتات الهادئة، وعدم تلوين المانشيت إلا في الحالات النادرة.

- التحفظ في استخدام الصور وخاصة في الصفحة الأولى .

والصحف الشعبية تميل إلى :

- استخدام المانشيتات العريضة والضخمة.

- استخدام المانشيتات الملونة الحمراء.

أما الصحف المعتدلة فأهم المحددات الخاصة بأسلوب الإخراج الفني لها هي:

- استخدام المانشيتات الهادئة بالنسبة للمواد الصحفية الجادة، وفي نفس الوقت استخدام المانشيتات

الصارخة بالنسبة للمواد الصحفية الخفيفة.

- التحفظ في استخدام الصور الصحفية الخاصة بالمواد الصحفية الجادة، والتوسع في استخدام

الصور الخاصة بالمواد الصحفية الخفيفة وخاصة في مجالات الفن والرياضة والحوادث.

■ وجود بعض الصحف المعتدلة التي تفضل الحجم النصفى (التابلويد) مثل الدايلي ميل البريطانية، بينما يفضل البعض الآخر من الصحف المعتدلة الحجم الكبير (الستاندارد) مثل صحيفة الجارديان البريطانية أيضا.

فسياسة الصحيفة تلعب دوراً رئيسياً في تقويم المادة الصحفية، وعرضها، وأسلوب إخراجها.

ثانياً: شخصية رئيس التحرير

فرئيس التحرير هو المسؤول الأول عن الجريدة مضمونها وشكلاً، تخطيطاً وتنفيذاً، وهو المحرك والقائد والموجه، وكلما كانت شخصيته خلاقية مبدعة، كان لذلك أثر كبير في الإخراج الصحفي.

ثالثاً: قدرات الجهاز التحريري للجريدة بصفة عامة، والجهاز الإخراجي بصفة خاصة:

فإذا كان الجهاز التحريري والإخراجي للجريدة مؤهلاً ومدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفة العمل الصحفي، سينعكس ذلك في أسلوب إخراج الصحيفة، أما إذا كان محدود القدرات أو ضعيفاً فلن يستطيع تنفيذ أي سياسة تحريرية أو إخراجية بشكل جيد، وسيظهر ذلك على صفحات الجريدة في أسلوب تحريرها وإخراجها، أو قد يكون الضعف والمحدودية في الجهاز الإخراجي فقط مما يؤثر بالسلب على المنتج النهائي أمام الجهاز التحريري والإخراجي وهو شكل ومضمون الجريدة. فالإخراج السيئ يفسد التحرير الجيد، والإخراج الجيد يرفع بمستوى التحرير الجيد درجات.

رابعاً: النمط التكنولوجي لإنتاج الجريدة:

والمقصود به مجموعة الأساليب الفنية – التي تملكها الجريدة أو تستأجرها أو تستفيد منها نظير تكلفة محددة – والتي من خلالها يتم إنتاج الجريدة: كأسلوب صف الحروف (الجمع) هل هو جمع يدوي، أم آلي؟ هل هو آلي ساخن (رصاص)، أم هو يستخدم الشريط المثقب؟ أم يستخدم الجمع التصويري (البارد)؟ وما هو نوع الطباعة؟ هل هي طباعة حروف بارزة (بارزة) أم طباعة ملساء (أوفست)؟ أم طباعة غائرة (روتوجرافور)؟ هل تستخدم الجريدة نهايات العرض الضوئي (النهايات الطرفية) في توضيب الصفحات إلى

جانب الجمع والتصحيح؟ وأهمية ذلك، أن أسلوب الجمع، وكذلك نوع الطباعة يؤثران تأثيراً شديداً ويحددان حركة المخرج الصحفي بما يتاحان من إمكانيات وأدوات تساهم في تنفيذ الجريدة بشكل معين.

خامساً: القدرات التكنولوجية الاتصالية للجريدة

والمقصود بها توافر نظام تكنولوجي اتصالي كفء لإصدار الصحيفة، فالمعروف أنه لكي تصدر الصحيفة لابد من تضافر عدة تقنيات وأنظمة لجمع ومعالجة وإنتاج ونشر المعلومات تكون ما يسمى بنظام تكنولوجيا الاتصال الصحفي وهي:

أولاً: تقنيات الحصول على المعلومات الصحفية وتوصيلها إلى مقر الجريدة: التلفون، التلكس الفاكس – أجهزة نقل الصورة بالراديو ...

ثانياً: تقنيات تجهيز المعلومات واسترجاعها: المكتبة – الأرشفة – مركز المعلومات – الحاسب الآلي – البنوك الإلكترونية

ثالثاً: تقنيات وأنظمة المعالجة والانتاج: الجمع، المونتاج، التجهيز، الطباعة

رابعاً: تقنيات وأنظمة النشر والتبادل: أجهزة الفاكس ميل – شبكات الميكرويف – الأقمار الصناعية. ويرتبط ما سبق كله بوجود نظام اتصالي كفء، وفَعَال على المستوى القومي، وتوافر هذه القدرات التكنولوجية الاتصالية للجريدة يتيح لها إمكانية الحصول على المادة الصحفية، وتجهيزها، ومعالجتها، وتخزينها، واسترجاعها، وإنتاجها، ونشرها وتبادلها، وعدم توافرها يعد معوقاً مهماً في عملية إنتاج الصحيفة ويؤثر على عملية الإخراج الصحفي. (بيوضة، 2018)

سادساً: القدرات الاقتصادية للجريدة:

فإصدار الجريدة الآن هو مشروع فكري ثقافي اجتماعي تكنولوجي له بعده الاقتصادي الضخم، ولم يعد مغامرة فردية بسيطة، أو نزوة قابلة للنجاح أو الفشل، بل أصبح مشروعاً استثمارياً ضخماً يحتاج إلى

الملايين لتوفير كل ما سبق من أجور لمحربين أكفاء، وتكلفة تأسيس أو استغلال نظام تكنولوجي اتصالي متكامل لإصدار الصحيفة، ثم تكاليف توفير المواد الخام أو مدخلات العملية الطباعية الثابتة والمتغيرة وكلما توازنت إيرادات الجريدة ومصروفاتها، وتوافرت لديها سيولة لتطوير وتحديث معداتها، وتوفير معدات مناسبة، أتيح للمحرر والمخرج الصحفي تنفيذ الصحيفة بالشكل المطلوب في الوقت المناسب.

سابعاً: طبيعة المادة الصحفية المنشورة

فإخراج الصفحة الأولى غير إخراج الصفحات الداخلية، والصفحات الإخبارية غير صفحات الأحاديث، والإخراج التحقيقي الصحفي يختلف عن إخراج التقرير.

فإخراج الصفحات الإخبارية عادة ما يتم على طريقة الصفحة الأولى، وعادة هذه الصفحات غير ثابتة الأبواب، ومتحركة الأخبار حسب أهميتها، وتركز على الصور التي بها "حدث إخباري"، وعلى المخرج الصحفي أن يختار الخبر الأهم فالأهم عند ترتيب أخباره، ولكن صفحة الرياضة تعتمد على تقسيم الموضوع إلى فقرات تتناول العناوين الفرعية الصغيرة وإخراج العناوين لابد أن تكون له سياسة.

وإخراج بعض الموضوعات الجافة بطبيعتها التي تحتوي على مادة مكتوبة فقط تحتاج إلى معالجة خاصة كموضوع الميزانية مثلاً الذي ينشر عادة بدون صورة وكله أرقام، لذلك بدأت بعض الصحف تنشره مع رسوم بيانية أو رسوم تعبيرية كأن نرسم شكل النقود إلخ... وفي مثل هذه الصفحات عادة ما يكثر المخرج الصحفي من الجداول والنقشات المختلفة .

أما صفحة المرأة فهي تعتمد بالقدر الأكبر على الصورة سواء كان الموضوع عن الذكور أو عن الأزياء، وتعتمد أيضاً على العنوان الكبير. والمهم أن الإخراج يختلف من صفحة التحقيقات والأحاديث إلى صفحة الدين، إلى الصفحة الاقتصادية، إلى الحادثة، إلى القصة المسلسلة، إلى الرحلات، وبعض هذه الصفحات في حاجة إلى أداء تعبري مباشر مثل صفحة الفن، فكل ذلك واضح ومباشر.

ثامناً: طبيعة الجرائد المنافسة وأساليب الإخراج المتبعة فيها

فالجرائد الأخرى لها أساليبها الإخراجية المتميزة سواء الجيدة أو غير الجيدة، التي اعتادها القارئ واقتنع بها، أو رفضها وملأها كل يوم – على حد تعبير رئيس تحرير جريدة دي فيلت الألمانية الغربية – وينتظر فرصة أن يجد جريدة أخرى أكثر مناسبة لذوقه البصري واهتمامه التحريري، أو طالب بتبديل بعضها من خلال الوسائل والأساليب التي تتبعها الجريدة في تقويم أفرادها. المهم – والكلام أيضاً لرئيس تحرير دي فيلت – أن السمات العامة لإخراج الصحف المنافسة لا بد وأن تترك بصماتها سلباً أو إيجاباً على إخراج أي جريدة، وعلى الذاكرة البصرية للقارئ، وعلى إدراكه البصري التيبوغرافي بشكل قد يفسدها أحياناً ويجعلها ترفض جرائد أخرى ذات إخراج صحفي أكثر جودة بالمقاييس الفنية والصحفية.

تاسعاً: النظام الاتصالي الجماهيري الذي تصدر فيه الجريدة

- فالنظام الاتصالي هو مركب من المكونات التالية :
- قائمون بالاتصال في الوسائل الاتصالية المختلفة .
- مضامين اتصالية تبث عبر الوسائل الاتصالية المختلفة .
- وسائل اتصالية رسمية وشعبية وحزبية ورأسمالية مستقلة .
- جمهور مستهدف .
- سياسات اتصالية تضعها الأجهزة الإعلامية وغير الإعلامية، الرسمية والشعبية، الجزئية والمستقلة، تحدد الأهداف والأولويات .
- رجع صدى مستمر من خلال وسائل عديدة في مقدمتها البحوث العلمية.

المحاضرة الثانية: التصميم الأساس للصحف: Basic design

التصميم الأساسي لأي صحيفة، هو حجر الأساس، الذي يقام فوقه بناؤها، وهو العمود الفقري لكل العمليات الإخراجية المختلفة، وبدونه ينهار كيان الصحيفة من الناحية الشكلية، وتفقد تماسكها العضوي بين أجزائها العديدة، وكذلك بين صفحاتها.

1. مفهوم التصميم الأساس

باختصار فالتصميم الأساسي هو الهيكل العام والثابت لكل صحيفة، من عدد إلى آخر، وهو جزء لا يتجزأ من شخصية الصحيفة، وملكتها في نفوس القراء. (صالح، تصميم المطبوعات الإعلامية، 1986)

لعل عناصر التصميم الأساسي، هي أكثر العناصر التي تشترك في بناء الجسم المادي للصحيفة، حافظاً على الوحدة، التي هي نظام خاص من العلاقات المغلقة (صالح، إخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988) وتعمل هذه العناصر على ربط مكونات الصحيفة كلها برباط شكلي واحد، يؤدي في آخر الأمر إلى الربط الموضوعي بينها، بحيث يصل المحتوى إلى القارئ، بشكل موحد ومندمج (صالح، إخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988)

2. عناصر التصميم الأساسي

وتتلخص عناصر التصميم في عدد من الثوابت، تحاول الصحيفة الحفاظ على معالمها الرئيسية طوال فترة الصدور، وقلما تتغير من تلك المعالم، وإن حدث ففي حدود يسيرة، كما تمثل هذه العناصر القرارات الأساسية الأولية، التي تصدرها الجهة الناشرة، قبل أن تشرع في الإعداد للصدور.

إذ يجب أن تحدد الصحيفة لنفسها: نوعاً ولوناً محددين من الورق، الذي تنوي استخدامه في عملية طبع النسخ، ومساحة ثابتة لكل الصفحات، وفي كل الأعداد، طولاً وعرضاً، وكذلك عدد الأعمدة التي تنقسم إليها كل صفحة، ثم الشكل الذي يخرج به رأس الصفحة الأولى، الذي يحمل أساساً اسم الصحيفة وجهة الصدور وتاريخه الدوري، وكذلك النظام الذي تتبعه في عملية تبويب موضوعاتها المختلفة، وتوزيعها على صفحات كل عدد، وأخيراً بعض الثوابت الصغيرة، والتي تنشر أساساً على الصفحات الداخلية، كلها أو بعضها، كأرقام الصفحات والعناوين الثابتة للأبواب ... إلخ

أولاً: نوع الورق ولونه:

يعتبر الورق من العناصر الأساسية، اللازمة لعملية الانتاج الطباعي للصحف، وكم تأثرت صحف عديدة بالأزمات المالية المتوالية في الورق، بتخفيض عدد صفحاتها، أو بالتوقف المؤقت أو النهائي عن الصدور، خاصة وأنه يمثل جزءا يعتد به من مصاريف الصحيفة. (صالح، أخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988)

وهو أيضا من العناصر التي تتحكم في المظهر النهائي للصحيفة ككل ، ويؤدي إلى ترسيخ انطباع مبدئي عام في أذهان القراء، عن صحيفتهم، وهو من جهة أخرى يسدي مساعدة بالغة القيمة للمخرج، حين يكون نوعه عالي الجودة، من نواح معينة، فيساعد على إبراز العناصر التيبوغرافية المختلفة، ولا سيما الصور الفوتوغرافية، من خلال دقة طبعها واتقانه.

لذلك كله فإن من أهم القرارات الإخراجية المبدئية، التي تتخذها الصحيفة - قبل صدور أول عدد منها - تحديد نوع الورق المستخدم في طبعها (صالح، أخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988)، وفي العادة فإن المخرج لا ينفرد وحده بإصدار هذا القرار، وإنما لابد أن تشارك فيه أيضا الإدارة الصحفية، إذ لا يكفي أن يكون الورق ملائما من الناحيتين الطباعية والخراجية، بل لابد أن يكون ملائما من الناحية الاقتصادية.

ثانيا: مساحة الصفحة وعدد الأعمدة:

صار معروفا في الأوساط الصحفية، أن الجريدة تصدر بأحد ثلاثة أشكال، يشير كل منها إلى مساحة الصفحة وعدد الأعمدة.

ووفق تعريف قاموس «وبستر» (صالح، أخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988) ويشيع استخدام شكلين من هذه الثلاثة بنسبة كبيرة، في حين يندر استخدام الشكل الثالث .

يعرف الشكل الأول والأكبر بالعادي (Standard)، والذي تبلغ مساحة الجزء المطبوع فيه من

الصفحة 57 سنتيمترا $\times$ 37 سنتيمترا في المتوسط.

يعرف الشكل الثاني والأصغر بالنصف (tabloid)، وتبلغ مساحة الجزء المطبوع فيه من الصفحة

37 سنتيمترا $\times$ 28 سنتيمترا في المتوسط، أي حوالي نصف مساحة الشكل العادي (الصاوي، 1975)

أما الشكل الثالث غير الشائع، فهو الذي يشير إليه الفرنسيون بالمصطلح (le monde) إذ تشتهر به

الصحيفة الفرنسية العريقة الصادرة بنفس الاسم، تبلغ مساحة الجزء المطبوع فيه 50 سنتيمترا $\times$ 32

سنتيمترا في المتوسط، أي أنه شكل وسط بين العادي والنصفي.

وبذلك يصبح أمام المخرج أن يصدر قراره، باختيار أحد هذه الأشكال الثلاثة، وهو في الوقت نفسه لا

يستطيع اختيار شكل رابع، لأن إجراءات التوحيد القياسي، التي صممت وفقا لها، الآلات الطابعة ومقاسات

الورق، سوف تحول بالتأكيد دون ذلك (صالح، أخرج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988)

والى جانب أهمية هذا القرار، فإنه على قدر كبير من الصعوبة، إذ يجد المخرج نفسه في حيرة، لأن كلا

من الشكلين الشائعين يتمتع بعدة مزايا، فالشكل العادي يعطى إحياء بضخامة الصحيفة وقوة تأثيرها،

ويضفى عليها احتراما ووقارا، كما أن الصفحة العادية الواحدة تستوعب عددا أكبر من الموضوعات، وتسمح

بوضع الصور الكبيرة، والإعلانات الضخمة (صالح، أخرج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية، 1988)،

وفي الوقت نفسه يتمتع الشكل النصفي بمرونة أكبر في عملية التبويب، وفي إضافة بعض الصفحات،

أو حذفها، كما أنه يسهل عملية قراءة الصحيفة في الأماكن المزدحمة.

ثالثا: رأس الصفحة الأولى:

الرأس هو أهم الأجزاء الثابتة من الصفحة الأولى بجميع الصحف، ولما كانت هذه الصفحة، هي أهم صفحات الصحيفة على الإطلاق، فإن الرأس بذلك يعتبر من معالم الصحيفة البارزة، وجزء لا يتجزأ من تصميمها الأساسي، خاصة وأنه يحمل - ضمن ما يحمل - اسم الصحيفة وشعارها المميز .

ولعل تسميته بالرأس قد نبعت من الترجمة الحرفية للمصطلح باللغة الانجليزية (masthead) ، ولعلها جاءت تعبيرا عن وجوده في قمة الصفحة الأولى، لتكون أشبه برأس الإنسان، بالنسبة لجسده، ولكنها على كل حال تعبر عن أهميته المطلقة، كأهمية الرأس لأي كائن حي.

رابعا: التبويب:

للتبويب دور مهم في تشكيل شخصية الصحيفة، وإضفاء طابع متميز عليها، من خلال توزيع الأبواب الصحفية المختلفة على صفحاتها الداخلية، وهو بذلك يسهم في بناء هيكل التصميم الأساسي لهذه الصفحات، بما يقدمه من نتائج للأبواب، وبالتالي تتابع تصميماتها الفنية، التي يجب أن تتميز بالتنوع، ولكن في إطار وحدة موضوعية وتشكيلة شاملة، أي أن التبويب يضفي على تصميم الصفحات الداخلية تنوعا ثريا، وفقا للعلاقة المنشودة بين الشكل والمضمون.

وترجع أهمية التبويب من الناحية الإخراجية، إلى أن الصفحات الداخلية أكثر عددا من الصفحة الأولى، إذ لا يوجد من هذه الأخيرة سوى صفحة واحدة في كل عدد، أما الصفحات الداخلية فعديدة متباينة، ولما كان الإقبال على مطالعة الصفحة الأولى هو عمل شبه اضطراري من قبل القارئ، باعتبارها أول الصفحات التي يقع عليها بصره، فإن مطالعة الصفحات الداخلية عمل اختياري، أي أنه قد يتحقق وقد لا يتحقق، وإذا حدث فإنه لا يكون لجميع الصفحات الداخلية، بدرجة الاهتمام نفسها، ومن هنا كان الاهتمام بإخراج هذه الصفحات، لاسيما بتبويبها تبويبا جذابا، دافعا للملل ومثيرا للانتباه.

وقد ثبت أن القارئ، لا يحب الصفحات المزدحمة المتراكمة، دون نظام، لأنها تجعل الصحيفة تبدو كما لو كانت « غير مهتمة » بتنظيم محتوياتها، كما تسم المخرج "بعدم الاعتناء" بمصلحة القارئ، في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات، بأيسر السبل وأمتعها، ولعل تطور تبويب الجريدة في عصرها الحديث، يشير إلى إدراك الصحف لهذه الحقيقة، أن التبويب يعمل على "تنظيم عملية القراءة"

هذا بالنسبة للقراء، أما بالنسبة للمخرجين، فإن التبويب المنظم والثابت، يسهل على المخرج أن يضع الأخبار والموضوعات في كل عدد "في أماكنها الطبيعية" التي اعتاد القارئ على أن يجد هذه الموضوعات فيها، مما يؤدي في آخر الأمر إلى تيسير العمل، وانجازه في أسرع وقت، دون الإخلال بحق القارئ في تنظيم القراءة. وإذا كان التبويب كعمل إخراجي وظيفي يتصل بشخصية الصحيفة وطبيعة قرائها وظروفهم، فإنه كذلك من الناحية العملية الآلية يتصل بثلاث متغيرات مهمة:

أ- عدد الأبواب التي تقدمها الصحيفة في كل عدد.

ب- المساحة التي يشغلها كل باب.

ت- العدد الإجمالي لصفحات كل عدد.

والملاحظ ثبات عدد الأبواب والعدد الإجمالي للصفحات لأنهما يمثلان جزءاً لا يتجزأ من شخصية الصحيفة، أما المساحة التي يشغلها كل باب فهي غير ثابتة، وتباين من عدد إلى آخر، وفق طبيعة الأحداث في كل مجال من مجالات التغطية الصحفية.

خامساً: الثوابت الداخلية

هي عدد من العناصر الثابتة، التي تنشر بالصفحات الداخلية – كلها أو بعضها – وتشارك في تكوين الهيكل العام للتصميم الأساسي بالصحيفة ككل، وإلى جانب الوظائف التحريرية الموضوعية التي تؤديها هذه

العناصر، فإنها أيضا تعطى الصحيفة نوعا من الوحدة، التي تؤدي إلى الربط بين الصفحات الداخلية، وترسيخ الانطباع العام عن الصحيفة في أذهان القراء .

ومن هذه العناصر، ما ينشر في بعض الصفحات دون غيرها، كالعناوين الثابتة للصفحات أو الأبواب أو الأعمدة، ومنها ما ينشر في جميع الصفحات دون استثناء، كسطور الأرقام، ومنها ما ينشر في إحدى الصفحات فقط، كالترويسة، التي تحمل أسماء المسؤولين عن الصحيفة، وبعض البيانات الإدارية الأخرى.

المحاضرة الثالثة: اخراج ومعالجة العناصر التيبوغرافية (حروف المتن، العناوين، الصور، الألوان،

وسائل الفصل بين المواد الصحفية):

1. حروف المتن:

هي التي يتكون منها أساسا جسم الخبر أو الموضوع الصحفي، ولذلك اصطلح على تسميتها في بحوث الإخراج الإنجليزية والأمريكية (Body Type) ، وتتميز هذه الحروف بأنها تجمع بأعداد كبيرة يوميا، في كل صحيفة، وهي تشغل الجزء الأكبر من مساحة الصفحات، ويقضي القارئ العادي الجزء الأكبر من الوقت المخصص لديه لقراءة الصحيفة، في التعرف على هذه الحروف، واستخلاص المعاني والأفكار منها .

وقد كانت مشكلة جمع الحروف في الصحف طوال القرون الماضية، منذ نشأة الطباعة، هي مشكلة اقتصادية في المقام الأول، إذ كيف يتسنى للصحيفة أن تقوم بإنتاج هذا العدد الهائل من الحروف يوميا، وبالسعة المطلوبة، لصدور الصحيفة في موعدها ؟ ومن هنا كان التفكير في ابتكار آلات للجمع، منذ الربع الأخير من القرن الماضي، في محاولة للتغلب على هذه المشكلة.

فإذا وجدت المشكلة حلا لها، ولو جزئيا في بعض الدول، نشأت مشكلة أخرى، لها طابع اقتصادي كذلك، وهي ضرورة وضع حروف كل الأخبار والموضوعات الصحفية في حيز الصحيفة المطبوع نسبيا، لا سيما مع ارتفاع أسعار ورق الصحف، إبان الأزمة الاقتصادية العالمية في الثلاثينات، ومع قدرة الصحف على زيادة

عدد صفحاتها، لاستيعاب كل هذه الحروف، نتيجة لانتشار الآلات الجديدة، بكمية هائلة من الورق محدود، ومن هنا حاولت بعض الصحف أن تجد الحل: باستخدام أحجام أصغر من الحروف.

وهنا ظهرت مشكلة جديدة، ذات طابع بصري، يتصل بالقراء أنفسهم، الذين وجدوا كثيرًا من المشقة، في قراءة هذه الحروف، مما أدى إلى عزوفهم مؤقتًا عن قراءة الصحف (١٠)، ولم يكن من الممكن أن تستمر هذه المشكلة طويلاً، فشرعت الصحف تبحث عن «الحروف المناسبة» شكلاً وحجماً وكثافة. ويشير هذا «التناسب» إلى استخدام أصغر الحروف، وتحقيق أقصى درجة من يسر القراءة في الوقت نفسه.

1.1. شكل الحرف:

يُعدّ شكل الحرف أحد أهم العناصر التي يقوم عليها الإخراج الصحفي، إذ لا يقتصر دوره على كونه وسيلة لنقل المضمون اللغوي فحسب، بل يتجاوز ذلك ليصبح عنصراً بصرياً أساسياً يساهم في بناء الهوية الطباعية للصحيفة ويعبّر عن طابعها التحريري والجمالي في آن واحد. (الوحيشي، 1999)

فاختيار شكل الحرف المناسب يحدد طبيعة الانطباع الأول لدى القارئ، ويؤثر في درجة تفاعله مع النصوص والعناوين. حيث أن الحرف يمثل "الوحدة البنائية الأولى في عملية الإخراج الصحفي"، لأنه يترجم الفكرة إلى شكل بصري مرئي، وتختلف دلالاته تبعاً لتصميمه وسمكه وانحناءاته (الصقر، 2008)

فالحروف ذات الزوايا الحادة والخطوط الغليظة توحى بالقوة والصرامة، بينما الحروف المستديرة والرفيعة تعكس طابعاً أكثر ليونة وأناقة. ومن هنا، فإن العلاقة بين شكل الحرف والمحتوى الصحفي تُعد علاقة دلالية، إذ يساهم الشكل في نقل المعنى النفسي المقصود للنص

أما محمود علم الدين فيشير إلى أن المخرج الصحفي الناجح هو الذي يوظف شكل الحرف بما يخدم

وظيفة الاتصال، ويحقق التوازن بين الجمالية والوضوح، بحيث يسهل على القارئ التمييز بين العناوين والنصوص المختلفة دون تشويش بصري (علم-الدين، 2011)

فشكل الحرف لا بد أن يكون منسجماً مع نوع المادة المنشورة؛ فالمقالات التحليلية تحتاج إلى خطوط تقليدية متزنة، بينما الموضوعات الشبابية أو الترفيهية تفضل خطوطاً أكثر حداثة وحركة .

إن عملية اختيار شكل الحرف في الصحف الورقية والإلكترونية أصبحت اليوم جزءاً من الاستراتيجية البصرية للصحيفة، إذ يُستخدم الحرف كعلامة مميزة لهويتها التصميمية، ويُسهم في بناء ما يُعرف بـ"الشخصية الطباعية للمطبوعة" (اللبن، 2003)

فاختلاف نوع الحرف بين صحيفة وأخرى يعادل اختلاف شعارها أو ألوانها المميزة، أي أن "التنوع المدروس في أشكال الحروف داخل الصفحة الواحدة يمنح التصميم ديناميكية وثراءً بصرياً، شرط ألا يتحول إلى فوضى طباعية تشتت القارئ (صالح، جماليات التصميم الصحفي والإخراج الفني، 2015)

وعليه يُمكن القول إن شكل الحرف في الإخراج الصحفي ليس مجرد اختيار جمالي، بل هو قرار اتصالي له تأثير مباشر في هوية الصحيفة، وفي إدراك القارئ لمضمونها واتجاهها التحريري، ما يجعل العناية بهذا العنصر ضرورة في كل عملية إخراج ناجحة.

1.2. اتساع السطور:

هو من أهم العوامل التيبوغرافية المؤثرة في يسر قراءة حروف المتن، وهو العامل الذي ليس له مدلول في ذاته، ما لم يرتبط بالعوامل الأخرى: كشكل الحروف وحجمها وكثافتها. فليس هناك اتساع مثالي للسطر المجموع ، وإنما يمكن القول إن لكل حجم من أحجام الحروف، وبشكل وكثافة بعينهما، اتساعاً مثالياً. ثم هناك أيضاً حد أدنى لا ينبغي التقليل عنه، وحد أقصى لا ينبغي تجاوزه، وذلك لكل حجم من أحجام الحروف.

في الماضي كان الطابعون القدماء يعتمدون على البصر والذوق الفني السليم لتحديد هذا الاتساع المثالي، فكانوا يحددونه على أنه يساوي طول الأبجدية بالحروف الصغيرة مرة ونصف مرة (٢٣)، ولما كان طول أبجدية الحروف من بنط 8 مثلاً، الشائع في الجمع يبلغ 118 بنطاً، فإنه بعملية حسابية بسيطة يمكن استخراج الاتساع المثالي لبنط 8 بأنه يبلغ ١٤ كور تقريباً. (بيوضة، 2018)

وقد أمكن للطابعين المحدثين أن يستخرجوا معادلات رياضية لحساب الاتساعات: المثلى والدنيا والقصوى، من حيث علاقتها بحجم الحروف المستخدمة في الجمع، وكان الاتساع المثالي أيضاً هو الأساس،

2. العنوان الصحفي:

تعد العناوين أحد العناصر التيبوغرافية المهمة والأساسية في بناء صفحات الجريدة، وتحديد هيكلها العام. وتتفاوت أهمية حروف العناوين من صفحة لأخرى، فالصفحة الأولى مثلاً تمتاز بالعناوين كبيرة الحجم، بينما لا تتضمن صفحة الإعلانات المبوبة عادة إلا عناوين تجمع من حروف صغيرة، لا يتجاوز اتساعها العمود الواحد أو جزء منه. (خوخة، 2016)

ويمكن تعريف العنوان على أنه كلمات قليلة سهلة الفهم تحوي جوهر الموضوع تعمل على جذب انتباه القارئ، وتعتبر العناوين أحد عناصر الصفحة الرئيسية وشكلها العام مع مراعاة ضرورة تحقيق التوازن بين مكونات الصفحة بشكل عام من حيث الحروف المستخدمة (العناوين والصور) دون إهمال أحجامها أو ألوانها. (الرستم، 2004)

1.2. وظائف العنوان الصحفي:

يقوم العنوان الصحفي بمجموعة من الوظائف نذكرها فيما يلي:

- إغراء القارئ على شراء الصحيفة.
- إغراء القارئ على قراءة الصحيفة كاملة.
- تكوين المظهر العام للصحيفة.
- تلخيص المواضيع بكلمات سهلة.

4.2. عوامل تتطور إخراج العناوين:

لقد تطورت العناوين الصحفية بتطوير الصحف، وتضافرت مجموعة من العوامل في إحداث هذا التطور في شكل العنوان، وذلك على النحو التالي:

أولاً: عامل وظيفي: متعلق بوظائف العنوان كأحد العناصر التيبوغرافية للصحيفة والتي من أهمها:

أ. تلخيص الأنباء والموضوعات، وتقديمها مرتبة حسب أولوياتها وأهميتها التحريرية.

ب. تنظيم عملية القراءة وذلك عن طريق تقسيم الصحيفة إلى أبواب.

ت. جذب القراء إلى شراء الصحيفة.

ثانياً: عامل إخراجي: ويتعلق بتطور إخراج وتصميم الصحيفة، حيث اتجهت الصحف في السنوات الأخيرة إلى أسلوب الإخراج الأفقي الذي يتيح نشر الموضوعات بشكل عرضي، بحيث يحتل الموضوع أكبر عدد من الأعمدة. وكان الإخراج الرأسي هو السائد، بمعنى عرض الموضوعات على الصفحة باتساع صغير مع زيادة الامتداد الرأسي،

ثالثاً: عامل طباعي: يرجع إلى تطور طباعة الصحف حيث تتعدد أشكال حروف العناوين، وأدوات إنتاج العناوين مما أتاح توافر الأشكال، والتصميمات المختلفة والمتنوعة وتعدد الأحجام والكثافات أمام الصحف.

3.2. أنواع العناوين:

تتعدد أنواع العناوين من حيث الاتساع والشكل والحجم، ويشير الاتساع إلى الحيز المخصص للعنوان على الصفحة، ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع للعناوين من حيث اتساعها:

أ. **العنوان العريض:** والذي يسمى في الانجليزية Banner Head وفي الفرنسية Manchette، ويعد العنوان العريض من الخصائص المميزة للصفحة الأولى في كثير من الصحف، لكن ذلك لم يمنع استخدامه في بعض الصفحات الداخلية أيضاً.

ومن خصائص استخدامه: إعطاء الخبر أو الموضوع أكبر درجة من الإبراز نظرا لقوة جذبته لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه، ويعود ذلك إلى ما يشغله العنوان العريض من حيز كبير على الصفحة حيث يمتد على اتساعات كبيرة تصل إلى ثمانية أعمدة.

ب. العنوان الممتد: ينشر العنوان الممتد عبر عدد من الأعمدة أكثر من العمود الواحد وأقل من عرض الصفحة كاملة، ويرتبط العنوان الممتد بالإخراج الأفقي الذي يتيح نشر العناوين على عدد كبير من الأعمدة، ويرى بعض التيبوغرافيين أن العناوين الممتدة على اتساعات كبيرة تعد أفضل من تلك العريضة نظرا لما تحققه من قوة إبراز.

ت. العنوان العمودي: وهو يشير إلى سطور العناوين التي لا يزيد اتساعها عن عمود واحد، وهو يميز الإخراج الرأسي، الذي يعتمد على تكوين الصفحة من وحدات طولية لا عرضية.

ويتميز هذا النوع من العناوين بقلّة الاتساع وصغر حجمه من حيث مقاس حروفه، وينتشر استخدام هذا النوع من العناوين على الصفحة الأولى، والصفحات الإخبارية عموما وصفحات الوفيات بالصحف نظرا لقصر الموضوعات أو الأخبار المنشورة على مثل هذه الصفحات.

وتقسم العناوين من حيث الوظيفة إلى الأنواع التالية: (الحسن، 2011)

أ. العنوان الرئيسي: وهو الذي يحمل الفكرة الأهم والرئيسية في الموضوع، ومن ثم يعد أهم سطور العناوين المصاحبة للموضوع على الصفحة من الناحية التحريرية، وبناء عليه يجب اعطاؤه أكبر الأحجام، وأكبر الاتساعات بما يتفق والأهمية التحريرية الكبيرة، التي يمثلها دون بقية سطور العناوين المصاحبة للموضوع.

ب. العنوان الثانوي: وهو الذي يحمل الأفكار الثانوية أو الفرعية والأقل أهمية، وهو الذي يلي العنوان الرئيسي من حيث الحجم والأهمية.

ت. العنوان التمهيدي: وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويمهد له، ولذا عادة ما يجمع بحجم أصغر من الحجم المجموع به العنوان الرئيسي وكذا العنوان الثانوي، ويتكون العنوان التمهيدي عادة من كلمة أو كلمتين.

ث. عنوان البقايا: وهي تشير إلى عناوين بقايا الأخبار والموضوعات المنشورة على الصفحة الأولى من الصحيفة وتُنشر على إحدى الصفحات الداخلية، وتحظى عناوين البقايا بأهمية كبيرة لدى المخرجين الصحفيين ومن ثم يجب أن تجمع بنفس حجم العنوان الأصلي، أو بأحجام أقل من العناوين الأصلية وبخاصة عند جمع الأخيرة بأحجام كبيرة.

ج. العنوان الثابت: ويشير إلى عناوين الأبواب أو الأركان التحريرية والأعمدة الخاصة التي يكتبها كبار الكتاب بالصحيفة، وتُنشر بشكل ثابت من عدد لآخر بالصحيفة، ويفضل عدم المبالغة في حجم العناوين الثابتة وكذلك في اتساعها المخصص لها في الصفحة، بحيث لا يزيد اتساعه عن عمود واحد.

ح. العناوين الفرعية: وهي العناوين الفاصلة بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتشتد الحاجة إليها خاصة في الموضوعات الطويلة، ولعل أهم ما يجب مراعاته في تحديد حجم العناوين الفرعية هو أن لا يتساوى حجمها مع العناوين العمودية المصاحبة للأخبار المنشورة على ذات الصفحة من الصحيفة، وأنه لا يزيد حجمها عن الحجم المستخدم في حجم مقدمة ذات الموضوع على أساس أنها تعد جزءاً لا يتجزأ من سطور متن الموضوع الواحد.

أما التصنيف الثالث فقد جاء من حيث اتساع سطور العنوان الواحد وعلاقة هذا الاتساع مع سطور العناوين الأخرى، والشكل الكلي للعنوان وفيه: (الحسن، 2011)

أ. العنوان المتوسط: وفيه تتساوى الهوامش على جانبي العنوان

ب. العنوان المليء: تملأ الجوانب من الهوامش مما يؤدي إلى تصادم وتشويه العناوين من خلال عمليات المد، كما يضيف هذا النوع الرتبة والملل على الصفحات.

ت. العنوان الهرمي (المقلوب والمعتدل): لكل سطر اتساع أقل من السطر التالي وهذا الاختلاف يؤدي إلى صعوبة القراءة.

ث. العنوان المنطلق: يبدأ السطر من اليمين مع بداية العمود ونهايته حرة، ويمتاز بالبساطة، والكلمات المحدودة، التحرر من قيود الاتساع، الأكثر ملائمة للقراءة.

ج. العنوان المتدرج: يستخدم هذا النوع مع العناوين متعددة السطور، ويكون الفراغ لها جميعا من جهة واحدة، ويكون فراغ السطر الأول هو الأقل والسطر أكبر الثاني أكبر قليلا وهكذا.

3. الصورة الصحفية:

تعد الصورة من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية، ولعل أهمية الصورة بصفتها عنصرا طباعيا ترتبط بقدرتها التأثيرية ومعانها المهمة التي تحملها للقراء، وفقا لما يشير إليه الكثير من الدراسات التي أجريت في هذا المجال. وقد عرفت الصورة الصحفية بتعاريف عديدة منها تعريف السيد ياسين الذي يرى أن الصورة: "انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة، وهي ذات محتوى غاية في البساطة، إذ لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات، وهي أيضا من السمات الثابتة التي تأخذ العقيدة الجماعية، التي تصاغ على غير أساس علمي أو موضوعي تأثرا بأفكار متعصبة تنسم بالتبسيط". (صافي، 2016)

1.3. أنواع الصورة الصحفية:

تتعدد وتنوع الصور الفوتوغرافية التي تنشرها الصحف على صفحاتها، واختلف الباحثون فيما بينهم على وضع تصنيف محدد للصور، حيث قدموا تصنيفين أساسيين لأنواع الصور وهما:

التصنيف الأول: ويقسم هذا التصنيف الصور الفوتوغرافية إلى نوعين: (بيوضة، 2018)

أ. **الصور الشخصية:** هي الصور التي تمثل شخصية محور الموضوع وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية ما، سواء أكانت مهمة أم لا، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية الصحفية بالحركة والحيوية، وغالبا ما تنشر الصحيفة الصور الشخصية على عمود واحد، إلا أنها أحيانا تبالغ في المساحة التي تحتلها هذه الصور لتشغل أكثر من عمود في الموضوعات الكبيرة مثل الأحاديث الصحفية التي تجرى مع بعض الشخصيات المهمة، وأحيانا تصغر هذه الصور لتحتل نصف عمود في حالة الموضوعات القصيرة.

ب. **الصور الموضوعية:** هي الصور التي تجسد موضوعا ما، وتعبر عنه وقت حدوثه أو بعده، توقف القارئ وتعلمه بوقوع هذا الحدث أو الموضوع، وتشمل موضوعات هذه الصور الموضوعات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والرياضية... الخ

وتبرز أهمية الصور الموضوعية في أوقات الأزمات عند نشوب الحروب مثلا، أو في أوقات الكوارث الطبيعية، ومن هنا فإن الصور الموضوعية تعد أكثر الصور أهمية في الصحيفة لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها، وأحيانا ما تمثل الصورة وكلامها موضوعا مستقلا، فهما يرويان بتفصيلاتهما حدثا مهما وفي هذه الحالة غالبا ما تمثل الصورة والسطور القليلة المصاحبة لها قصة خبرية متكاملة الجوانب، وكما تكون الصورة الموضوعية مصاحبة لموضوع لتوضيح زاوية مهمة فيه أو للتأكيد على حدث معين، فإنها قد تكون جمالية أو تعبيرية .

التصنيف الثاني: يقسم هذا التصنيف الصور الصحفية تبعا لما تحمله من مضامين إلى عدة أنواع:

أ. **الصور الخبرية المستقلة:** وهي الصور التي تقدم خدمات إخبارية كاملة، بحيث تستقل في هذا الجانب مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح بعض المعاني غير الظاهرة فيها، وغالبا ما تتسم بكبر مساحتها وبنشرها في الصفحات الأولى من الصحف، وفي بعض الأحيان تعبر الصور الصحفية عن حدث وقع في مكان معين وزمان معين (بيوضة، 2018)

ب. الصور الموضوعية: وهي الصور التي تعد أحد العناصر الطباعية التي تستخدم في بناء وحدة طباعية

معينة، بحيث تتصل بما تحمله هذه الوحدة من معنى، وتعبر عن لحظات وقوع الأحداث أو انعكاساتها.

ت. الصور الشخصية (بورتريه): وهي الصور التي تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية

المنشورة، وقد تحمل الصور أكثر من شخصية ذات علاقة بهذه الوحدات، وتتميز غالبا بصغر حجمها

بالنظر إلى الصور الخيرية أو الموضوعية، حيث يمكن أن تنشر على نصف عمود واحد أو عمودين مع

إمكانية أن تبدو أصغر، بحيث تنشر على نصف عمود، وهي الصور التي تسمى الصور الإبهامية، وتتناول

غالبا صور الشخصيات غير المهمة.

وتسمى الصورة الشخصية بورتريه أي صورة نصفية لشخص معين، تنشر مع حديث أو تصريح له أو خبر

عنه. (الراتب، 2012)

ث. الصور الفنية أو الجمالية: وهي غالبا صور غير ذات معان إخبارية وإنما تتم الاستفادة منها لإحداث لمسات

جمالية على الصفحات.

ج. صورة الإعلان: حيث تعبر هذه الصور عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسية للإعلان

ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع كما أنها قد توضح حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع.

2.3. أهمية الصورة الصحفية:

- عنصر جذب انتباه القارئ
- تحسين الشكل العام للصحف
- عنصر منافسة مع وسائل الإعلام الأخرى
- أسلوب دعائي كبير
- إيضاح وإثراء الموضوع وبالتالي تثبيت المعلومات في الذاكرة
- تنهي دقة الملاحظة

- وسيلة تسلية وإمتاع فكري.

3.3. وظائف الصورة الصحفية:

تسهم الصورة الصحفية بمجموعة من الوظائف يمكننا أن نجملها في النقاط التالية:

أ. الوظيفة الإخبارية: الصورة الفوتوغرافية هي أنجح وأهم وسيلة إعلامية في الجريدة بأكملها، ولها أهمية إخبارية بما تنقله من وقائع مصورة حتى أن بعض الصور تتفوق على الأخبار في حالات كثيرة، وغالبا ما تنشر الصورة الصحفية لتؤدي الوظيفة الإخبارية في أحد الشكلين: صورة حدث وقع بالفعل، وصورة حدث متوقع حدوثه.

ب. الوظيفة السيكولوجية: ترتبط الصورة ارتباطا وثيقا بسيكولوجية الإنسان وتحل له بعض المتطلبات النفسية والعقلية، وغالبا ما يدرك الإنسان الأشياء ويستدعيها من ذاكرته المصورة، ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها بإضافة صورة إلى النص الإعلاني أو الإعلامي.

وأهمية الصورة في الصحافة كبير جدا، حيث يقول الكاتب الروائي ايفان تور جينيف في روايته آباء وأبناء أن الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب أن يقوله في مائة صفحة.

ت. الوظيفة الاتصالية: للصورة وظيفة اتصالية بصرية هي واحدة من الوظائف التي تقوم بها الأشكال في توصيل المعلومات، أو ما يسمى حاليا بالاتصال الجرافيكي، فمثلا تمنح اللقطة القريبة الإحساس بالألفة، والصورة المشرقة توحى بالفرح، بينما المعتمة توحى بالتشاؤم وهكذا.

ث. الوظيفة التيبوغرافية: تمثل الصورة أهم العناصر التيبوغرافية الأساسية التي تشترك مع حروف المتن، والعناوين والفواصل في بناء الجسم المادي للصفحة، أيأ كان شكلها وطريقة إخراجها، فالصورة عادة ما تكون نواة الصفحة، وتساهم الصورة في تثبيت أركان الصفحة كونها تشكل ثقلا تيبوغرافيا مسيطرا على

الصفحة، وتوجه حركة عين القارئ، وهي وسيلة فصل بين المواد، وتحول دون تصادم العناوين المنشورة بالتحاذي.

- ج. الوظيفة التعليمية: كثير من الأشياء نتعرف عليها بصورها بطريقة أفضل من التعرف عليها بالكلمات، والقاعدة الصحفية تقول يجب أن ننشر أسماء الصحفيين مع صورهم، ومقارنة الصور مع الأشياء تؤدي إلى معرفة حجمها الحقيقي، كما تعلم الصورة الفوتوغرافية الصحفية دقة الملاحظة، وتقوم الصورة بشرح وتوضيح المعاني الواردة في النص المنشور، وتسهم في تثبيت المعلومات في الذاكرة.
- ح. الوظيفة الإقناعية: كثير من القراء لا يقتنع بالكلمات لكنه يميل إلى تصديق ما يحدث عندما يرى، والإعلام المكتوب على وجه الخصوص من أهم أهدافه الإقناع، وهذا ما تقوم به الصورة على أكمل وجه.
- خ. الوظيفة الجمالية: للصورة قيمة جمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع ويصبغ عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة.

4.3. العوامل التي تحكم استخدام الصور الصحفية:

هناك مجموعة من العوامل تتحكم في استخدام الصور الصحفية في الصحف والجرائد وهي:

أولاً: قطع (قص) الصورة: حيث يقوم المخرج الصحفي بتحديد جزء الصورة الذي يخدم الموضوع الصحفي المصاحب للصورة، من خلال حذف زوائد الصورة مراعيًا تركيز بصر القارئ حول نقطة معينة (موضوع الخبر الصحفي المنشور)، ويجب ملاحظة ما يلي عند تنفيذ عملية القطع:

- عدم تشويه الصور من خلال قطع جزء من مؤخرة الرأس أو أسفل الوجه أو بتر جزء من الجسم
- عدم تجزئ الصورة كوحدة بصرية من خلال تداخلها مع صور أخرى أو عناوين (الرستم، 2004)

ثانياً: شكل الصور: ويقصد به الشكل الهندسي الذي تظهر به الصورة ويساعد في عملية الإخراج وقد يكون الشكل الهندسي أحد الأشكال الآتية:

- مستطيل أفقي أو عمودي: وهو الأكثر شيوعاً والأقرب تحقيقاً للنسبة الذهبية (3 ضرب 5) إذ أن هذه الأبعاد هي الأكثر راحة للعين، ويمكن استخدام صور ذات شكل بالغ الاستطالة أفقياً أو رأسياً لجذب الانتباه

- مربع: هذا الشكل يوحي بالجمود والرتابة ولذلك فهو الأقل استخداماً
 - دائري: الأكثر صعوبة من حيث التحكم في العناصر المكونة للصورة، خوفاً من قطع الأجزاء المهمة منها، ومن عيوب هذا الشكل تشوه حواف الصور.
 - بيضاوي: من الأشكال المريحة للعين، وقد ارتبط بالصور القديمة التاريخية
 - المثلث: يستخدم مع الصور الموضوعية الكبيرة ويكون الجزء الهام في مركز المثلث، كما أن هذا الشكل يوحي بتشوه الصور الشخصية (التقزيم، التعظيم)
 - شبه منحرف: العيب هنا هو زيادة المساحة في جهة على حساب جهة أخرى وبالتالي ضياع التفاصيل.
- 5.3. الصور المفرغة (ديكوبية): صور شخصية أو موضوعية يتم إزالة خلفيتها وذلك للفت النظر.
- (الرستم، 2004)

المعالجة الإخراجية للصور الصحفية:

- هو الشكل الفني الذي تظهر به الصورة في الصحيفة من حيث موقعها في الصحيفة وموقعها داخل الصفحة وأسلوب العرض وطريقة التقديم
4. عناصر الفصل التيبوغرافية:
- 1.4. تعريف عناصر الفصل:

هي العناصر التي يمكن من خلالها الفصل بين الوحدات الطباعية التي تعبر عن القوالب والأشكال الصحفية المشتركة في بناء الصفحة، إضافة إلى استخدامها في الفصل بين العناصر الطباعية الداخلة في بناء الوحدات

تحتاج مواد التحرير المختلفة المنشورة على صفحة واحدة، إلى أن يتم الفصل بينها بطريقة كافية، بحيث لا تختلط عين القارئ بين الموضوعات المختلفة المنفصلة.

فعملية الفصل بين المواضيع الصحفية وتقييد عين القارئ في مجال ما ينتقيه منها، عملية قديمة قدم الصحافة، إذ اتفق الصحفيون الأوائل على طريقة جديدة لم تكن معهودة بالكتب، وهي جدولة المواضيع على هيئة أعمدة أو أودية كلامية قصيرة السطور قليلة الكلمات، ربما كان تيسير قراءة الصحيفة سببا رئيسيا ومبررا مقنعا لهذه الطريقة، حيث لا يجد القارئ صعوبة في قراءة سطر قصير يعود على اثره مباشرة إلى السطر الذي يليه، ولا زالت صحف اليوم تعتمد نفس الأسلوب دون أي تجديد يذكر.

2.4. أنواع عناصر الفصل:

لقد قسم الباحثون وسائل الفصل بين المواد إلى نوعين هامين هما:

أولاً: وسائل الفصل التقليدية: والتي تشمل الجداول، الفواصل، الزوايا، الإطارات والأرضيات

ثانياً: وسائل الفصل الحديثة: التي تعتمد البياض والصور والعناوين.

أولاً: وسائل الفصل التقليدية: (بيوضة، 2018)

أ. الجداول: وهي الخطوط التي تفصل بين الوحدات الطباعية المشتركة في تصميم الصفحة، فصلاً تاماً من خلال وقوعها في نهاية هذه الوحدات طولا وعرضا، كما تستخدم هذه الخطوط للفصل الجزئي بين العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدة الطباعية الواحدة. حيث تظهر على الصفحة خطوط رفيعة عرضية وطولية تسمى الجداول وتقوم بمهمة وضع حدود فاصلة بين الأعمدة، وإن كانت بعض الصحف المعاصرة تستغني عنها وتستخدم بدلا منها مسافات بيضاء تؤدي وظيفة هذه الجداول

وهي اصطلاح مطبعي معناه الخطوط الفاصلة التي توجد بين أعمدة الصحف طولا، وبين الفقرات المختلفة عرضا، ولذلك تسمى جداول الأعمدة، وقد تكون الجداول عادية مستقيمة أو مزخرفة.

ب. **الإطارات:** وتحصل عليها بالتقاء أربع قطع من جدول موحد الشكل، وهي مساحات رباعية الشكل، أضلاعها فواصل تحيط بمادة مطبوعة على عمود أو أكثر وتفصلها عن سائر المواد، وهي من الوحدات التيبوغرافية الهامة في الصحيفة. وتستخدم الإطارات كمجرد وسيلة لفصل بعض المواد المنشورة عن بقية الموضوعات على الصفحة بدلا من استخدام وسائل الفصل المعتادة كالجداول والفواصل، وتكون هذه الإطارات باتساع عمود أو عمودين وهو الغالب، وقليل ما تكون باتساع ثلاثة أعمدة، وليس من المقبول أن يزيد اتساع الإطار على هذا القدر حتى لا يفسد نظام الصفحة. وتعتبر الإطارات التي تحيط ببعض الأخبار من عدة جهات من العناصر التيبوغرافية، حيث تعطي أهمية خاصة للموضوع، كما تستخدم أيضا إلى الإشارة إلى بعض الموضوعات.

وقد أثبتت الدراسات أن مادة الإطارات كثيرا ما تلقى اهتماما من القراء يفوق ما تلقاه الموضوعات الرئيسية المهمة التي تتفنن الصحف في عرضها، ويجب ألا تكثر الإطارات حتى لا تفقد قيمتها، أما مادة الإطار فمن الأفضل لإبرازها جمعها بحروف أثقل من الحروف المستخدمة في متن سائر الصفحة، ويجب كذلك أن يترك بين هذه المادة والأضلاع فراغ مناسب حتى تبدو واضحة غير مضغوطة.

ح. الفواصل (النهائية والفرعية)

- الفواصل هي خطوط قصيرة أو متوسطة توضع بين وحدات المحتوى لأغراض الفصل البصري.
- **الفواصل النهائية (Final separators)** تُستخدم للفصل الكامل بين وحدات متساوية الحجم أو بين أخبار رئيسية.
- **الفواصل الفرعية (Sub-separators)** تُستخدم داخل الوحدة الواحدة، مثلاً لفصل العنوان عن المتن، أو بين فقرات داخل المقال.

خ. الزوايا (Corners / Angles)

الزوايا هي نقاط التقاء بين الجداول الطولية والعرضية أو بين الفواصل والجداول، تُستخدم لتحديد نقاط الفصل البصري في الصفحة. غالباً ما توجد عند تقاطع الأعمدة أو بين عنوان ووحدّة خبرية. تساعد الزوايا على توجيه العين البصرية للقارئ وضمان أن الانتقال بين المحتوى يكون سلساً بصرياً.

ثانياً: وسائل الفصل الحديثة

أ. المساحات البيضاء أو الفضاء البصري (Whitespace)

على الرغم من أنها ليست "عنصر فصل مادي" مثل الجداول أو الفواصل، فإن المساحات الفارغة بين الوحدات تعدّ من أهم أدوات الفصل. فهي تمنح الصفحة "تنفساً بصرياً"، تخفف من الإحساس بالإزدحام أو التشابك، وتُسهّل التمييز بين المواد. بالإضافة إلى الصور والعناوين.

المحاضرة الرابعة: إخراج الصفحة الأولى

لأن الصفحة الأولى من الصحيفة هي الواجهة التي تُعرّف شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياساتها التحريرية، يكون لها المكانة الأولى في الإخراج، ولا يتولى مسؤولية ذلك سوى عدد محدد من المخرجين الصحفيين المشهود لهم بالمهارة والكفاءة. وتوضيحاً لأهمية الصفحة الأولى، وسيراً على طريق التعامل مع الجريدة ككائن حي، يمكننا أن نقول إن الصفحة الأولى تمثل وجه الإنسان الذي تعبر ملامحه عن شخصيته، وهي تتيح كشف هذه الشخصية، التي من خلالها يمكننا أن نصل إلى أعماقه، أو قل إنها تمثل شجرة الجريدة التي تحل أسرارها وتقود إلى معرفة أسرارها. الصفحة الأولى هي واجهة الجريدة وقراءتها التي تُعرض فيها نماذج أو عينات

للبضاعة التي توجد داخل المحل التجاري. فإذا ما أرضت الفائزين غرور من يشاهد المعروض فيها، سيُقبل على الشراء، أما إن تخطئ قرارها، الذي تؤثر فيه طريقة العرض والتقديم. ومن هنا تأتي أهمية تدقيق أهم مواد الجريدة وعرضها في الصفحة الأولى، والذي يقوم بذلك هو سكرتير التحرير الفني أو مخرج الصحيفة. ويتم اختيار موضوعات الصفحة الأولى بوحى مما في اجتماع مجلس تحرير الجريدة، وخلال هذا الاجتماع أيضاً يتم تحديد العناوين والصور المصاحبة له، ولا يقوم برسم "ماكيت" الصفحة الأولى عادة سوى المدير الفني للجريدة، أو سكرتير تحرير صاحب خبرة وقديمة في الجريدة ومعروف باللباقة في إخراج الصحف. وقد تبلورت مدارس خاصة لإخراج الصفحة الأولى من الصحف اليومية: المدرسة المرتبطة بالرتابة والبعد عن الإثارة، وفيها مذاهب كثيرة تختلف فيما بينها حول مفهوم التوازن، ومن أبرز هذه المذاهب مذهب التوازن الدقيق ومذهب التوازن النسبي (الحسن، 2011)

1. أهمية الصفحة الأولى:

تُعدّ الصفحة الأولى في غاية الأهمية للصحيفة، سواء كانت صحيفة من الحجم العادي أو صحيفة نصفية. والوصف الشائع للصفحة الأولى هو أنها تُشبه واجهة المحل التجاري، وإذا كانت الصحيفة تُشبه المخزن التجاري بنوافذ وأبواب متعددة، فإن كلاً من هذه الأبواب يحتاج إلى نفس القدر من الاهتمام وعلى أفضل المستويات.

وعليه، فإن إخراج الصحيفة يتطلب وحدة فنية متناسقة تتم بناءً على خطة موضوعية ليس بالنسبة للصفحة الأولى فقط، ولكن لكل صفحات الجريدة، مما يؤدي إلى إيجاد بناءً تيوبوغرافي عام للصحيفة ككل. ويعتمد إخراج الصفحة الأولى على حجم وكمية الأخبار المراد نشرها في الصفحة وتنوع هذه الأخبار. ويمكن القول إنه لا توجد صفحتان متشابهتان تماماً من الصفحات الأولى في الجرائد، وتختلف درجة التنوع في التحرير والإخراج بين صحيفة وأخرى. ويوجد لدى الصحيفة إمكانية التأثير على القارئ بما تقدمه في صفحتها الأولى على اعتبار أن هذه الصفحة هي المكان الذي يضم التغطية الإخبارية الدقيقة للأحداث، وأن

هذا القارئ يمكنه عن طريقها التعرف يومياً على أهم الأخبار التي تحدث في منطقته وفي العالم. ولهذا يُبدي التيبوغرافيون اهتماماً كبيراً بالصفحة الأولى للصحيفة اليومية، ويولونها رعاية خاصة في الإخراج، بصفتها واجهة الصحيفة التي تحمل اسمها وتؤكد على شخصيتها العامة التي تعرف بها عند القراء.

2. رأس الصفحة وعناصره: (الحسن، 2011)

أولاً: اللافتة:

وأهم ما يُميز الصفحة الأولى رأس الصفحة الذي يتضمن اسم الصحيفة، وهو ما اصطلح عليه باللافتة، وهي تحاط في بعض الصحف برسم أو بعلامة ذات صلة باسم الصحيفة، كما هو الحال مثلاً في جريدة «الخبر» التي تحرص على وضع رسم للكرة الأرضية باعتبار أن الصحيفة تأخذ اسمها من طبيعة الصحيفة التي تتناول مختلف أخبار العالم.

وتتفاوت الصحف فيما بينها في المكان الذي تضع فيه اللافتة أو اسم الصحيفة، فبعضها يضع اللافتة في منتصف أعلى الصفحة، وبعضها الآخر يقوم بوضعها على اليمين أو الشمال من ذلك الموقع المعتاد. كما تتفاوت الصحف في حجم اللافتة والمساحة التي تحتلها، ولون الحروف المستخدمة في طباعتها، وإن كانت غالبية الصحف تميل إلى استخدام الحروف السوداء الكبيرة.

وتميل أغلب الصحف إلى استخدام تصميم خاص لاسم الصحيفة، وغالباً ما يقوم بها الخطاط باستخدام خطه الجميل غير الموجود في أي جهاز من أجهزة الحاسوب، ويخص به الصحيفة المعنية. أما أسماء الصحف، فإنها تعكس في العادة قيماً دينية ووطنية وحضارية ونهضوية، أو قيماً ذات صلة وثيقة بالميراث التاريخي الخاص بأي شعب من الشعوب... أو أسماء أخرى ذات دلالة إعلامية وإخبارية.

(الحسن، 2011)

ثانياً: الشعار

وتهتم بعض الصحف بوضع شعار في رأس الصفحة الأولى، يكون له مدلول معين بالنسبة للبلد الذي تصدر فيه الصحيفة، أو الحزب الذي تنطق باسمه، كالشعار الذي تبنته صحيفة «الشعب» وهو: «الثورة من الشعب وإلى الشعب»، وهو ما تضعه جريدة «المجاهد» اليومية الجزائرية الصادرة باللغة الفرنسية. وكانت جريدة «الجهاد» المقدسية المتوقفة عن الصدور منذ عام 1967 تضع في رأس صفحتها الأولى شعاراً يتحدث عن معاني الجهاد من أجل حرية القول وترسيخ معاني الكفاح في الحياة، وهو بيت من الشعر للأمير الشعراء أحمد شوقي:

قف دون رأيك في الحياة مجاهداً إن الحياة عقيدة وجهاد وهناك

بيت آخر من الشعر لأحمد شوقي تتخذه جريدة «وطني» الأسبوعية في مصر شعاراً لها، وهو:

وطني لو سُغلت بالخلد عنه نازعتني إليه في الخلد نفسي

وتلجأ بعض الصحف إلى تقديم حكمة العدد، وهي عبارة عن آية قرآنية كريمة أو حديث نبوي شريف أو بيت من الشعر أو قول مأثور، وهو ما تفعله جريدة «أخبار اليوم» القاهرية التي تعتبر بذلك العدد الأسبوعي لجريدة «الأخبار» اليومية الصادرة عن مؤسسة أخبار اليوم نفسها... (الحسن، 2011)

ثالثاً: الأذنان:

وعلى جانبي اللافتة من اليمين والشمال، يوجد الأذان، اللذان تحرص الكثير من الصحف على نشرهما وتضمينهما معلومات مختلفة، بعضها يتعلق بالصحيفة نفسها والبيانات التي تعرف بها، والبعض الآخر تخصصه للإعلانات، وكل صحيفة لها في ذلك طريقة أو منهج خاص بها تراه مناسباً لها.

ويستطيع القارئ بالمتابعة السريعة للصحف العربية والأجنبية تحديد محتويات هذه الأذان ومعرفة

الفروقات فيما بينها، وهل هي ثوابت أم متغيرة. (الحسن، 2011)

رابعاً: العنق

كما يوجد مستطيل دقيق تحت اللافتة، في بعض الصحف، يُسمى العنق، تُخصّصه للمعلومات والبيانات المتعلقة بها، كما هو الحال في صحيفة «الشرق الأوسط»، أو تتضمنه شعارها كصحيفة «الشعب» الجزائرية، والبعض الآخر لا يفضل جعل هذه المستطيلات الدقيقة ولا يراها ضرورية له، كما هو الحال في صحيفة «الأهرام» التي تضع البيانات الخاصة بها أو إضافتها إلى قسم من المساحة المخصصة للأذان الموجودة على جانبي اللافتة. (الحسن، 2011)

خامساً: محتويات الصفحة الأولى

وتعكس أهمية الصفحة الأولى بالنسبة للصحيفة اليومية أهمية المادة التي تُنشر فوقها، فهي أبرز الأخبار وأهمها، سواء كانت محلية أو خارجية، بالإضافة إلى العناوين العريضة (المانشيتات) أو العناوين الفرعية. علماً بأن الاتجاه العام لدى الكثير من الصحف العربية اليوم هو إلى عدم الاهتمام الدائم بالمانشيتات التي تُنشر-بعرض رأس الصفحة الأولى والاكتفاء بعناوين أقل حجماً واتساعاً، خاصة بالخبر الرئيسي الذي يتصدر الصفحة في الجزء العلوي الأيمن منها، بالإضافة إلى العناوين الأقل حجماً، والخاصة بالأخبار التي تلي القصة الإخبارية الرئيسية في الأهمية.

وتلجأ بعض الصحف إلى نشر الأجزاء الرئيسية الأولى من الأخبار، بنوعها المحلي والدولي، وتقوم بترحيل تكملتها إلى الصفحات الداخلية. وتفضل صحف أخرى نشر الأخبار المخصصة للصفحة الأولى كاملة في هذه الصفحة، وتقوم بنشر تيمات بعض الأخبار فقط في حدود ضيقة في الصفحات الداخلية. ويُرى محرروا بعض الصحف أن بإمكانهم دفع القراءة لقراءة الصفحات الداخلية، عند الاكتفاء بنشر رؤوس مواضيع الأخبار في الصفحة الأولى، أما تيمات فإنها تُرحل إلى الصفحات الداخلية التي يُضطر القارئ لتقليبها وقراءتها.

ويتفق ذلك مع الأسلوب الذي يعتبر الصفحة الأولى واجهة غلاف للصحيفة، تجذب الصورة المنشورة عليه القارئ، بينما تمدّهم ملخصات أهم الأحداث الإخبارية، إلى أن يفتحوا الصحيفة لقراءة التقارير الإخبارية المنشورة فيها كاملة. وسيكون القارئ مستعداً بعد الانتهاء من القصة الإخبارية الكبيرة التي يتبعها إلى قراءة غيرها من الروايات الإخبارية المجاورة لها .

وتقوم الكثير من الصحف اليومية بوضع قائمة يومية بأهم محتويات العدد موضحة بأرقام الصفحات داخل إطار واضح، نظراً لكثرة الموضوعات المنشورة وتنوعها، لإرشاد وحث القارئ على الأخذ بيده وإمداده إلى الصفحات التي يرغب بالوقوف عندها .

وتتفاوت الصحف اليومية في موقفها من موضوع الأعمدة الثابتة والتعليقات بالنسبة لمساحة الصفحة الأولى، فبينما تخصص بعض الأعمدة في الصفحات الأولى، كالزاوية الافتتاحية في الصفحة الأولى كصحف الإمارات العربية المتحدة (الاتحاد والخليج والبيان)، وكذلك الصحف اليومية الكويتية (القبس والسياسة والأنباء والرأي العام) التي تنشر مقالاتها في الصفحة الأولى بالإضافة إلى بعض الأعمدة الثابتة والتعليقات. ومن المسائل المطروحة للنقاش والبحث في الصحافة العربية،

مسألة نشر الإعلانات في الصفحة الأولى، فبينما نجد عدداً من الصحف تلجأ لنشر الإعلانات في هذه الصفحة في أضيق الحدود، أو بمعدل إعلانين فقط على الجانبين الأيمن والأيسر من نصف الصفحة الأسفل، نجد صحفاً أخرى لا تنشر إطلاقاً الإعلانات في هذه الصفحة، مقدّرة أنها ملك القراء ويجب أن تكون إعلامية خالصة. وعلى النقيض من ذلك نجد نوعاً ثالثاً من الصحف يقوم بنشر الإعلانات بكثافة في الصفحة الأولى بهدف الحصول على أسعار كبيرة للمساحات الإعلانية نظراً لأهمية الصفحة الأولى عند جمهور القراء.

المحاضرة الخامسة: مدارس الإخراج الصحفي:

وتسمى أيضا مذاهب أو مداخل الإخراج الصحفي، ومع كثرتها إلا أنها لا تخرج من ثلاثة مدارس، لدى كل مدرسة أساليب تتغير إلا أنها تتفق مع المدرسة الأم في الخطوات الرئيسية:

أولاً: المدرسة التقليدية:

هي من أقدم المدارس من الناحية التاريخية ظهورا جاءت مواكبة لظهور الصحافة، عمدت إلى محاكاة الطبيعة على نحو متوازن في الإخراج، وذلك في مذهبين:

أ. مذهب التوازن الشكلي الدقيق: يقوم على تماثل العناصر الطباعية المستخدمة في بناء أحجام ومواقع الوحدات المتماثلة.

ب. مذهب التوازن الشكلي التقريبي: جاء متجاوزا الانتقادات التي وجهت للمذهب السابق، وتتمثل هذه الانتقادات فيما يلي:

- القضاء على القيمة النسبية للمضامين بتوحيد أحجام الوحدات، بغض النظر عن أهمية كل وحدة.
 - الرتابة والملل بتماثل الأجزاء.
 - لا يصلح هذا المذهب مع الوحدات الإخبارية القصيرة.
 - في محور الارتكاز في تقسيم الصفحة إلى 8 أعمدة يؤدي إلى تجاوز عنوان العمود 4 و5.
- ويقوم مذهب التوازن الشكلي التقريبي على عدة أساليب، منها:

* التوازن بالتعويض: باستخدام بعض العناصر الطباعية بأثقال أخرى، دون الإلتزام بالعناصر نفسها.

* تحقيق التوازن في قسم من الصفحة: وترك باقي الصفحة دون السعي إلى تحقيق التوازن فيها، ويمكن استخدام التوازن بالتعويض فيها (الحسن، 2011).

ثانياً: المدرسة المعتدلة:

ظهرت لتحقيق الأداء الوظيفي في الإخراج، والتخلص من قيود التوازن الشكلي الدقيق، واعتمدت المدرسة ثلاثة مذاهب هي:

أ. مذهب التوازن اللاشكلي: وهو توازن غير ملحوظ يرتب الموضوعات حسب أهميتها، ويتيح هذا المذهب المزيد من الحركة والتجديد، وكذا تحقيق التوازن الرأسي أو الأفقي بين أجزاء الصفحة بطريقة غير مفتعلة.

ب. المذهب التربيعي: يقسم الصفحة إلى 4 أقسام متساوية، قسمان علويان وقسمان سفليان، والتعامل مع كل جزء على حدا، بإبراز وحدة طباعية معينة وتوزيع باقي الوحدات جوارها، رغم إتاحة هذا المذهب فرصة قراءة الصفحة مطوية، إلا أنه يقيد العناصر الطباعية الثقيلة، ما يستلزم دمج مع غيره من المذاهب.

ت. المذهب التركيبي: يقوم باستثارة وحدة طباعية معينة ذات أهمية نسبية لدى المخرج، وسعيه لإبرازها من خلال احتلالها لأهم موقع في الصفحة، واستخدام العناصر الطباعية الثقيلة في بناءها، على أن تبني الوحدات الأخرى بعناصر تبدو أقل ثقلاً حتى لا تنافسها في جذب الانتباه. (الحسن، 2011)

ثالثاً: المدرسة الحديثة:

حاولت تحقيق الوعي بأهمية الإخراج الصحفي، والتحرر من القيود الطباعية في البناء والتصميم، وذلك عبر العديد من المذاهب منها: (الحسن، 2011)

أ. مذهب التجديد الوظيفي: يجب أن يعمل الإخراج على تقديم الموضوعات مرتبة حسب أهميتها النسبية، ليسهل على القراء الاطلاع عليها، دون الوقوف عند القيود الطباعية الغير مبررة.

ب. مذهب الإخراج الأفقي: إن مسرى حركة العين في القراءة يتم بشكل أفقي ثم رأسي، ما يسهل القراءة ويغري القارئ بالمواصلة، ويمكن من قراءة الصحيفة مطوية، وقدرته على الامتزاج مع المذاهب الأخرى.

المحاضرة السادسة: إخراج الصفحات الداخلية:

ويبدأ إخراج الصفحات الداخلية عادة بعد الانتهاء من إخراج الصفحة الأولى، وهذا قبل اختراع الحاسوب والتطور التكنولوجي الذي شهده أواخر القرن العشرين، لأن العناوين كانت تأخذ وقتاً طويلاً حتى تكون جاهزة فيبدأ إخراج الصفحة الأولى أولاً لكسب الوقت .

وهذا عندما كانت الصحف تُنجز يدوياً بالنسبة للإخراج والتنفيذ، حيث كانت الطريقة التقليدية التي تظهر بها عناوين الصحف تقتضي أن يقوم أحد الخطاطين بكتابة كل عنوان في صفحات الجريدة المختلفة، ثم يمر العنوان في مراحل كثيرة منها المراجعة والتصوير والرتوش والحفر على الزنك، وكانت هذه العملية تستغرق وقتاً طويلاً، كما تم الاستغناء عن مصهور الرصاص في الطباعة .وبعد دخول الحاسوب المجال الصحفي أصبحت الصفحة الأولى تُنجز بعد الانتهاء من كافة الصفحات الداخلية ما عدا صفحة التتمات من الصحيفة، لما لها من أهمية كبرى عند المؤسسات الصحفية.

أولاً: إخراج الإعلانات:

يُعتبر الإعلان وحدة فنية متكاملة يساهم في إعدادها كلُّ من مصمم الإعلان والمُخرج والخطاط، وذلك بغرض الوصول إلى تقديم الفكرة الإعلانية أو موضوع الإعلان بطريقة تجذب النظر وتلفت الانتباه. ويعتمد ذلك على استخدام العناصر التبوغرافية المناسبة من الصور والرسوم والخطوط والأبناط المناسبة للحروف التي تُجمع بها النصوص الإعلانية إضافةً إلى الألوان .

فإخراج الإعلان ليس هدفاً في ذاته، بل وسيلة تهدف إلى إبراز محتويات الإعلان بشكل يساعد على قراءته والنظر إليه والتعرّف على مضمونه، ثم تحقيق تلك المراحل النفسية التي تجعل القارئ يُقدّم على اتخاذ خطوة مهمة كالشراء مثلاً. وقد يقوم مصمم الإعلان بإبراز عنوان الإعلان أكثر من غيره من عناصر

الإعلان، وقد يُبرز الصورة أكثر من غيرها، وقد يركّز على النصف الإعلاني أي أنه يُراعي التركيز على الأجزاء التي يُراد للقارئ أن يُبصرها، ويتم ذلك بالتنسيق مع المُعلن سياسته الإعلانية .

ونظراً لما تحفل به الصفحات الداخلية من إعلانات، ونظراً لما لهذه الإعلانات من أهمية اقتصادية للصحيفة وما تُشكّله من مدخول مالي يُعتبر عصب ميزانية الصحيفة، ونظراً لأهمية الإخراج الذي يجب أن تُقدّم فيه الإعلانات، ودور هذا الإخراج في تشجيع المُعلنين ووكالات الإعلان على مواصلة النشر، وما يرتبط بذلك من مردود اقتصادي لصالح الشركات والمؤسسات المُعلّنة أو الحملات الإعلانية، فإن هذه العوامل تجعل سكرتير التحرير المعنيّ بإخراج الصفحات الداخلية يقوم أولاً بإخراج الإعلانات ويهتم بوضعها على الماكيت أو مشروع الصحيفة قبل القيام بتنفيذ هذا المشروع وإعداده للطبع. ويُلاحظ في كافة المؤسسات الصحفية أن الإعلانات تُرسم أولاً قبل أي صفحة في الجريدة بحجز الإعلانات التي تحتويها كل صفحة يُراد إخراجها، كما يتم التأكد من قبل رئيس قسم الإعلانات بعد تنفيذ الصفحة من أن الإعلانات المنقّدة للصفحة موجودة كاملة دون زيادة أو نقصان، أو حتى قياس حجم الإعلان إن كان الإعلان فيلماً من قبل الشركات أو وكالات الدعاية والتصميم .

وقد أكسبت البرامج الموجودة في أجهزة الحاسوب لدى المؤسسات الصحفية كبرنامج «أدوبي فوتوشوب» وبرنامج «أدوبي إليستريتور» والكثير من برامج التصميم الإعلان الكثير من الجمال والدقة وسرعة الأداء. (الحسن، 2011)

كما أن التطور في عالم الاتصالات وتطور الإنترنت قدّم خدمة هائلة في مجال الإعلان، حيث أصبح المحرر المسؤول أو المصمم يُقدّم نموذج الإعلان ويسترجع ملاحظات المُعلن، مما يدفعه لتحمل جزءٍ من مسؤولية دقّة الإعلان وجمالية ظهوره.

أ) تبوغرافية الإعلان:

يتكوّن الإعلان عامّةً من العنوان والنصّ الإعلاني والعناصر أو الأشكال الفنية المستخدمة في الإعلان، واسم المعلن والعلامة التجارية. ويقوم المخرج الفني بتخصيص المساحة المناسبة في الإعلان لكل جزءٍ من الأجزاء التي يتكوّن منها الإعلان، والجزء الأهمّ منها يحتل المساحة الأكبر، وقد يكون هذا الجزء هو الصورة أو العنوان أو النص أو اسم السلعة أو اسم المعلن أو اسم المنتج للسلعة.

وهناك عوامل تيبوغرافية يتوقف عليها إخراج الإعلان، هي: (الحسن، 2011)

1. عوامل متصلة بالنص: أي أن النص يتخذ معنى مختلفاً إذا ما أكّدنا على بعض كلماته بحيث تتغير قيمتها التأثيرية، إذا ما ضخمنا بعض جملة أو بعض فقراته، فالأهمية النسبية التي نُعطىها لبعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات أو النصوص أو الصور يجب أن تسمح للقارئ بأن يدرك الفروق المراد إبرازها.
2. عوامل متصلة بالصور: يُفضل أن تكون الصور جذّابة للانتباه وكبيرة ما أمكن، وأن توضع فوق العنوان أو معه أو تحته، ولكن قبل النص. والصور المراد منها إقحام القارئ ينبغي أن تكون أصغر ما يمكن لتحتل أصغر مساحة ممكنة، ولكن يجب أن تكون بالقرب من النص لإيضاح شرحه وتفسيره. أمّا الصور التي تهدف إلى تقوية ذاكرة القارئ فيجب أن ترتبط باسم السلعة المعلن عنها.
3. عوامل متصلة بالمساحة: فالإعلان المعدّ ليحتل صفحة كاملة ليس في حاجة إلى حدود بارزة، بينما الإعلان الذي يُحاط بإعلانات أخرى يجب أن يُحاط بإطار يمنع تعدي الإعلانات الأخرى عليه. وكلما كان الاتساع النسبي للإعلان كبيراً، ازدادت أهمية التأكد من أنه يشكّل كلاً متكاملًا وأنه لا يتكون من عدد كبير من القطع المتجاورة

كما يتوقف إخراج الإعلان على نوع الخطوط وحجم الأنماط التي تُجمّع بها نصوص الإعلانات على «الهدف من الإعلان» وطبيعة الرسالة الإعلانية ونوع السلعة وطبيعة الجمهور الذي يُوجّه إليه الإعلان والفئة العمرية والاجتماعية، وطبيعة الصحيفة أو المجلة التي يُنشر فيها الإعلان.

ونجد من الإعلانات ما يُركّز على صورة كبيرة واحدة، أو مجموعة من الصور المتتابعة يتم شرحها والتعليق عليها، أو الصور التي تخلو من الشرح وكأنها تدعو القارئ للنظر فيها والتفكير في موضوعها، بالإضافة إلى الشريط المرسوم المتصل الذي يحكي قصة إعلانية تسلسلية.

(ب) قواعد إخراج الإعلانات

✓ يراعى في إخراج الإعلانات ضرورة إبرازها وعدم اختلاطها بالمادة التحريرية المجاورة لها، وذلك بوضعها داخل إطارات تفصلها عنها.

✓ جمع أحرفها إن كانت نصوصاً تحريرية وليست تصاميم خطية، بأنماط مختلفة عن المواد التحريرية المجاورة.

✓ ضرورة عدم وضع إعلانات متجاورة ذات مضمون إعلاني واحد حتى لا يؤدي تجاورها إلى ضياع أهميتها وإضعاف ما ترمي إليه .

✓ وتختلف الصحف فيما بينها حول أساليب إخراجها للإعلانات، فالبعض يرى توزيعها على سائر الصفحات إلى جانب المواد التحريرية، والبعض الآخر يرى حشرها في صفحات خاصة بها بحيث تكون مخصصة لها، ولكل من هذين الاتجاهين أنصاره ومعارضوه.

✓ وكذلك نجد الاختلاف قائماً حول مضمون الإعلان نفسه، وهل يكون متضمناً للقليل من الأفكار والكلمات داخل مساحات بيضاء واسعة تجعل تلك الكلمات القليلة موضع النظر والاهتمام، أو يتضمن حشداً كبيراً من الأسطر والفقرات التي تشرح بالتفصيل مزايا السلعة المُعلن عنها أو الخدمة المطلوبة تقديمها بواسطة الإعلان المنشور.

✓ ويُفضّل أن تُنشر الإعلانات في الصفحات الداخلية إلى جانب المادة التحريرية المناسبة لموضوع هذه الإعلانات، سواء كانت خاصة بصفحات الاقتصاد أو الفن أو السياحة أو الرياضة أو المرأة .

✓ كما يُفضَّل ألا يُنشر الإعلان إلى جانب مادة تحريرية تتعارض كلياً مع أهداف الإعلان ومع ما يدعو إليه، مما يؤدي إلى فشله وإضعاف مردوديته .

✓ وهناك تنسيق يومي كامل بين قسم الإعلان وبين سكرتارية التحرير والمُخرج أيضاً في الصحيفة، حتى يجري إبلاغهم بحجم الإعلانات المتوفرة لديه وبالمساحات التي يجب أن تحتلها هذه الإعلانات والصفحات المطلوب نشرها والأماكن المتفق عليها داخل هذه الصفحات، هل هي يمين الصفحة أم يسارها أم بإحدى زوايا الصفحة من الأعلى أم من منتصفها.

ج) أساليب إخراج الإعلانات: (الحسن، 2011)

على ضوء العلاقة بين المادة التحريرية والإعلانات على الصفحات الداخلية، بين التيبوغرافيون أهم الأساليب المستخدمة لإخراج الإعلانات التي يُراعى فيها جمالية الصفحة ومقروئية المادة التحريرية ووضوح الإعلان على النحو التالي :

أ) أسلوب نصف الهرم : وفيه تُرتب الإعلانات في جانب واحد من جانبي الصفحة بحيث تشغل الجزء السفلي ثم تتدرج إلى أعلى، وتُوضع أولاً الإعلانات الكبيرة ثم الأصغر فالأصغر كلما اتجهنا إلى أعلى. ويحقق هذا الأسلوب ميزة ملائمة الإعلانات للمادة التحريرية.

ب) أسلوب نصف الهرم : وفيه تُعرض الإعلانات في أسفل الصفحة وكلا الجانبين في وقت واحد. ويلجأ المخرج إلى هذه الطريقة إذا كانت الإعلانات كثيرة. ويمتاز هذا الأسلوب أيضاً بأنه يسمح لأكبر عدد ممكن من الإعلانات ملائمة المادة التحريرية.

ج) نصف الهرم والمستطيل : ويتبع هذا الأسلوب في حالة وجود إعلانات متساوية العرض لا تقبل التدرج، بالإضافة إلى مجموعة من الإعلانات المتفاوتة العرض التي تقبل التدرج، فتُوضع الإعلانات المتساوية في شكل مستطيل.

(د) أسلوب المستطيل: يُستخدم إذا وُجد إعلان كبير مستطيل أو عدة إعلانات ذات عرض واحد.

(هـ) أسلوب المستطيلين: وفيه تُرتب الإعلانات ذات العرض الصغير فوق بعضها البعض في جانب واحد، وتُوضع الإعلانات ذات العرض الأكبر فوق بعضها في الجانب الآخر، فتقطع مادة التحرير بين المستطيلين، وتكون أشبه بالبئر، تختفي فيه الأخبار الصغيرة التي تأتي في أسفل الصفحة، مما يجعل هذا الأسلوب كثير العيوب .

وقد ظهرت في الصحف الحديثة نماذج إعلانية مثل صفحات الخدمات الوظيفية أو العقارية أو صفحات الوفيات، وهذه أصبحت تأخذ شكلاً ثابتاً في الصحف، ولكنها تدمج بين الإعلان وتوفير معلومة أو خدمة للقراء.

ثانياً: إخراج المادة التحريرية

إن أول ما يجب الانتباه إليه هو تبويب الصفحات الداخلية بحيث تخصص كل منها لحقل أو أكثر من الحقول التحريرية التي تتشعب وتتفاوت بين صحيفة وأخرى من حيث أهمية الصحيفة ومنهجها السياسي والفكري ونوعية الجمهور المعنية بمخاطبته، والمجتمع الذي تصدر فيه. وتنوع نشاطات هذا المجتمع وطبيعة الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية فيه، بالإضافة إلى حجم هيئة التحرير العاملة في الصحيفة وشبكة المراسلين أو الوكالات التي تستقي الصحيفة من خدماتها الإخبارية. (الحسن، 2011)

ولا شك أن اتساع المجتمع واتساع حجم الأنشطة المختلفة فيه، ينعكس على تنوع اهتمامات صحفه ومجلاته، ناهيك عن الحرية التي تعمل الصحافة في حدودها، ولكننا بقراءة الصحف العربية والعالمية المعاصرة، نستطيع تحديد أهم المجالات والاهتمامات التي تخصص لها هذه الصحف صفحاتها الداخلية على النحو التالي:

المواد الإخبارية بأنواعها ومجالاتها المختلفة.

مواد الرأي وما تشمل عليه من المقالات والتعليقات.

المجالس التشريعية والبرلمانية. العمل والعمال.

الفكر والثقافة والأدب.

الفنون التشكيلية والسينما.

المرأة والطفل.

الرياضة والشباب.

التربية والتعليم والجامعات.

السياسة الداخلية.

الاقتصاد والتجارة.....

وكل مجال من هذه المجالات، سواء احتل صفحة كاملة أو صفحتين متقابلتين أو أقل من ذلك، فإنها

تأخذ تيوغرافيتها وإخراجها الفني بما يتناسب مع نوعية المادة التحريرية التي تقدمها.

فهناك المادة التي تتطلب تقديم الكثير من العناوين الرئيسية والفرعية والصور الإخبارية والشخصية

والجماعية، وهناك المادة التحريرية التي تتطلب من المخرج السعي بكل طاقته لجعلها تفوز باهتمام القراء

بما يضيفه إليها من العناصر التيوغرافية التي تساهم في تخفيف جمود الصفحة وإزدهامها بالمعلومات

والأرقام. (الحسن، 2011)

ويهتم المخرج الفني لدى إخراج صفحة المرأة والطفل، على سبيل المثال، بالعناية بالصور الجمالية

واستخدام الألوان الجذابة. أما صفحة الطفل فثمة تركيز فيها على الصور الواضحة والعناوين الكبيرة

والحروف ذات الأنماط الكبيرة البيضاء. وفي صفحة الفنون يتم نشر صور الفنانين والمشاهد المسرحية

السينمائية. ويهتم مخرجو الصحف اليومية بإخراج الزوايا والأعمدة الثابتة التي يظهر بعضها موقَّعاً بأسماء الكتّاب والمعلقين المعروفين الذين يواصلون كتابة هذه الأعمدة لسنوات طويلة متتالية دون توقف، وتتميز بتنوع المادة التي تتناولها بالتعليق والمناقشة.

المحاضرة السابعة: إخراج مجلة:

1. مفهوم المجلة

المجلة كلمة عربية تعني "المخزن"، التي تحولت إلى (ماجازين) اللاتينية، وتعبر هذه التسمية عن طبيعة المجلة التي تشتمل على موضوعات غنية بتنوعها وتعدد أغراضها ومخاطبتها لكافة الأذواق مثل المخزن التجاري الكبير الذي تعرض فيه وعلى واجهاته مختلف السلع من مختلف الأصناف. يتطلب إخراج المجلة مهارة فنية أكثر براعة ودقة من إخراج الصحيفة اليومية، وتتطلب دقة في استخدام العناصر التيبوغرافية التي تتناسب مع طبيعة المجلة وطبيعة الموضوعات الصحفية التي تهتم بتقديمها ونشرها. وهي لا تخضع لعامل السرعة الذي تخضع له الصحيفة اليومية في إخراجها بصفة يومية متتابعة. (الحسن، 2011)

2. أهم الفروق بين المجلة والصحيفة:

فالفروق بين الصحيفة والمجلة تتجلى أكثر في النواحي الفنية ممثلة في الشكل والإخراج والورق والطباعة واستخدامات الصور والألوان .

وقد صُممت المجلة لكي تظهر مختلفة متفردة عند كل صفحة يقرأها القارئ من صفحاتها، ولعل ذلك هو ما يميز المجلة عن غيرها من المطبوعات الإعلامية، يضاف إلى ذلك الإعلانات التي تتخلل صفحاتها. وكل موضوع في المجلة يجب أن يُخرج بأكبر قدر من التنوع، لأن هذا التنوع هو الذي يعطي للمجلة خصوصيتها ويُعتبر جوهر صناعة المجلات. وتختلف المجلة عن الجريدة من عدة وجوه أهمها:

✓ إن التنوع في المجلات أكثر منه في الجرائد، فهناك المجلات العامة والمجلات المتخصصة، والمجلات العلمية، والمجلات الثقافية، والمجلات الدعائية، إلخ.

✓ دورية الصدور فقد تكون أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية أو فصلية أو سنوية.

✓ التعدد في الحجم: فهو يتراوح بين حجم الجيب والحجم الكبير وأهم هذه الأحجام بالنسبة للمجلات الرياضية أو المجلات العامة التي تخصص صفحات للرياضة أو تصدر ملحقاً مستقلاً لها: الحجم المتوسط وهو أكثر الأحجام شيوعاً ومقياس الصفحة فيه نحو (20/28 سم). الحجم الكبير ويبلغ مقياس الصفحة فيه نحو (35/25 سم)، ثم حجم (40/28 سم)

✓ الورق والحبر وطريقة الطبع: ورق المجلات عادة أنعم وأرق من ورق الجرائد، وكذلك تُستخدم في طبع المجلات أحبار خاصة هي عادة غير سوداء وتناسب الطرق المستخدمة في الطبع. أما من حيث طرق الطباعة، فالمجلات تطبع إما بالطريقة الغائرة (الروتوغرافور) أو بالطريقة البارزة (الأوفست)، ولا توجد مجلة تطبع بالطريقة البارزة (التيبو) التي تطبع بها معظم الجرائد، فيما عدا بعض الدوريات العلمية.

✓ البناء: فالجريدة تتكون من عدد من الصفحات المتعاقبة التي تبدأ بالصفحة الأولى، أما المجلة فتتكون من عدد من الصفحات المتناسكة يضمها غلاف مستقل بخصائصه عن سائر المجلة.

وهناك اعتبارات عديدة تدخل في حساب مصمم المجلة أو مخرجها الفني، أهمها السياسة التحريرية للمجلة وطريقة طبعها ومواعيد طبعها التي يتم على ضوءها التقيد بمواعيد تسليم مواد التحرير وموضوعاتها وإخراجها تمهيداً لإرسالها إلى المطبعة. وهذه العوامل مجتمعة تؤثر على تصميم المجلة وإخراجها والطابع الفني الخاص الذي يميزها عن غيرها من المجلات، لأن المجلات تختلف فيما بينها في أساليب إخراج صفحاتها وفي تناولها للعناصر التيبوغرافية من حروف وعناوين وصور ورسوم وألوان. ويجب التذكير بأهمية التكامل بين المادة التحريرية والإخراج الفني للوصول بالمجلة إلى المستوى الذي يجعلها تحظى باهتمام القراء وحرصهم على متابعتها، لأن الإخراج مهما بلغت دقته وجودته لا يمكن أن يكون سبباً لنجاح مادة تحريرية ضعيفة

المستوى لا تلبى رغبات القراء أو تثير اهتماماتهم. لذلك نجد أن المجلات الناجحة اليوم هي التي تكتسب أهميتها وشهرتها من المستوى اللائق للمادة التحريرية على صفحاتها مضافاً إليها الإخراج الفني الملائم لتقديم هذه الصفحات في حلة زاهية. علماً بأن عوامل نجاح المجلة تتعدد كثيراً، من بينها المنهج الفكري أو السياسي الذي تعبّر عنه المجلة، أو الحقل التخصصي الذي تهتم به، وأسماء الكتّاب الذين يحرون أعمدتها وكتّاب الزوايا الثابتة فيها. (الحسن، 2011)

3. صفحة الغلاف

تحتل صفحة الغلاف في المجلة نفس الأهمية التي تحتلها الصفحة الأولى في الجريدة اليومية، إذ هي أول ما يقع عليه نظر القارئ. كما تحمل المعالم التي تُعرف بها المجلة وتحدد معها شخصيتها التي تُعرف بها عند قرائها.

وتحمل صفحة الغلاف بشكل دائم اللافتة أو اسم المجلة الذي تحرص على كتابتها بطريقة مميزة بحيث تساهم في تشكيل شخصيتها لدى القراء، وكذلك العلامة المميزة التي تكون قريبة من اللافتة أو محيطتها. إن وُجدت، تُضاف إليها بعض البيانات المختصرة التي تحمل رقم العدد وتاريخه ومكان صدوره، أما المعلومات والبيانات التي تُعرف بالمجلة وناشرها وهيئة تحريرها وإدارتها وبنود الاشتراك فيها، فإنها تفرد لها مكاناً ثابتاً في إحدى الصفحات الداخلية أو إحدى صفحات الغلاف الداخلية. (الحسن، 2011)

وعادة ما تكون اللافتة وما يصاحبها من بيانات في رأس صفحة الغلاف، أما جسم الصفحة فتحمله في الغالب صور الغلاف. وهذه الصور تختلف طبيعة إعدادها وإخراجها من مجلة إلى أخرى، وذلك حسب اتجاه المجلة وطبيعة تخصصها أو توجهها، ونوعية القراء الذين تخاطبهم، وحسب قدراتهم وإمكاناتهم من حيث الجهاز الفني الصحفي الذي تعتمد عليه.

ولكن المجلات تحاول على إطلاقها أن تتصدر صفحة الغلاف فيها صورة كبيرة أو مجموعة من الصور. وهذه الصورة تكون في بعض المجلات لشخصية سياسية معروفة، أي رئيس دولة أو ملك أو أمير أو وزير

خارجية معروف، وكذلك صور الزعماء السياسيين كزعماء الأحزاب والنقابيين والقادة البرلمانيين وغيرهم، وهي في مجلات أخرى صور لنجوم الفن والسينما والرياضة... إلخ. (الحسن، 2011)

وهناك مجلات تنشر في صفحة الغلاف عددًا من الصور من واقع بعض المواضيع المنشورة فيها، وتقوم بتنويعها بين السياسة والاجتماع والفن والثقافة، وربما كانت تضم عددًا من الصور ولكن بموضوع سياسي متفرق، وهذا ما يحدث أيضًا في بعض المجلات العربية.

ودرجت مجلات أخرى على نشر رسم كاريكاتوري لأحد رسامها المتميزين على صفحة الغلاف، يعالج موضوعًا رئيسيًا داخل العدد، ويكون في الغالب موضوعًا سياسيًا أو اجتماعيًا من الموضوعات المثارة وقت صدور هذه المجلات.

وتعتبر صفحة الغلاف في المجلة الشغل الشاغل للمخرج الفني وسكرتير التحرير وكذلك لرئيس تحرير هذه المجلة، لذلك يجري التفكير بها ومناقشة موضوعاتها في بداية الإعداد لصدور العدد، وكذلك معالجة الأفكار التي سوف تعبر عنها صورة الغلاف من واقع الموضوع الرئيسي الذي جرى تكليف أحد المحررين بكتابته، أو كان موضوعًا عامًا استحوذ على اهتمام أكثر من محرر وأكثر من كاتب في ذلك الأسبوع الذي سيصدر فيه العدد. (الحسن، 2011)

فإعداد صورة الغلاف وموضوعه الرئيسي ليس جهدًا فرديًا، بل جماعيًا، يشارك فيه رئيس التحرير وسكرتير التحرير والمخرج الفني الذي يقوم بتنفيذ صفحة الغلاف وتصميمها. وهذه الصورة التي تُنشر عادة بالألوان في المجلات المعاصرة، وقد اختلفت تمامًا صور الأغلفة التي تتكون من اللونين الأبيض والأسود. تكون إما صورة فوتوغرافية التقطها مصور المجلة، أو صورة ملونة تم الاستعانة بها من مصادر أخرى، كالمجلات العالمية أو الوكالات المتخصصة بالصور. وهي إما صورة لشخصية واحدة أو فردية، أو صورة جماعية لأكثر من شخص مأخوذة من مؤتمر صحفي أو قاعة اجتماعات أو مؤتمر دولي، أو أثناء الزيارات الرسمية التي يقوم بها رؤساء الحكومات والدول. وهذه الصور عادة ما يكون تدخل المخرج في شأنها بسيطًا، يقتصر على

التكبير أو التصغير حسب المساحة المخصصة للصورة فوق صفحة الغلاف، وعلى جودة الصورة من ناحية الفرز والألوان، وحسب ما تقرره أسرة تحرير المجلة وسكرتير تحريرها من وضع صور أخرى عن موضوعات أخرى أو عناوين تفل أو تكثر على الغلاف .

وهناك نوع آخر من الصور التي يجري تركيبها من طرف المخرج، يستخدم فيها براعته الفنية ومقدرته على الربط بين الأفكار والأشياء، ليكون في النهاية صورة متكاملة، كأن يقوم المخرج بوضع صور لعدد من الشخصيات ثم يجمعها بطريقة تعبر عن فكرة سياسية معينة على أن يُبرز فيها الملامح التي يريد إبرازها من خلاله. (الحسن، 2011)

أما الصفحة الأخيرة من الغلاف، أو كما نسميه الغلاف الخلفي في حالة المجلة العامة، فتُستخدم عادة في نشر صورة جمالية أو تحريرية تتصل بأحد موضوعات العدد (كالصفحة الأولى). وقد تُستغل هذه الصفحة أيضاً في نشر إعلان، فهي مكان مرموق يُقبل عليه المعلنون. وتُستخدم صفحتا الغلاف الداخليتان في نشر بعض المواد التحريرية الخفيفة أو بعض البيانات التقليدية عن المجلة وفهرس بأهم موضوعات العدد (مما لا تتسع له الصفحة الأولى). وقد تُستخدمان كذلك في نشر بعض الإعلانات أو تجمعان بين الإعلانات وتلك المواد.

ولأهمية الغلاف، تُبذل المجلات عناية عامة بإخراجه وطبعه، وتختار له ورقاً أمتن مما يُستخدم في جسم المجلة. وفي بعض المجلات يتم إضافة قيمة جمالية مثل وضع مادة لامعة (سيلوفان) على الغلاف لمزيد من الجاذبية، لا سيما أن المجلة يتم الاحتفاظ بها لفترة أطول بكثير من الجرائد.

4. صفحة المحتويات:

تلعب صفحة المحتويات في المجلة دوراً مكملاً لصفحة الغلاف بالتعريف بالمواد المنشورة في المجلة، سواء الزوايا والأعمدة الثابتة، أو تلك المقالات والتحقيقات المتحركة التي تتجدد باستمرار في كل عدد من أعداد المجلة. وتتفاوت المجلات فيما بينها في تناول هذه الصفحة، إذ يكتفي البعض بالإشارة إلى عناوين

الموضوعات وأرقام الصفحات المنشورة فيها، ويلجأ البعض الآخر إلى التعريف بالكتاب أو المحررين أو تقديم فقرات توضح مضامين الموضوعات، ونشر إحدى الصور الفوتوغرافية الرئيسية المصاحبة لتلك الموضوعات داخل العدد.

5. إخراج الصورة في المجلة:

من الضروري بالنسبة لمخرج المجلة أن يعرف طبيعة الاستخدامات الفنية للصور المصاحبة للموضوعات، من حيث مكانها وأحجامها وصلتها بالمادة التحريرية المرتبطة بها بشكل مباشر، والقيام بعملية التكبير والتصغير لهذه الصور إذا اقتضى الموقف ذلك. وهذه الصور يجب أن تحافظ بعد معالجتها بالتكبير أو التصغير، على جماليّتها ووضوحها ووضوح العناصر الرئيسية المطلوبة فيها.

وتتطلب جمالية إخراج الموضوع المصوّر أن يترك المخرج مساحات بيضاء بين الصور المستخدمة لإعطائها ما تستحقه من الوضوح، وكذلك وضع العبارات الشارحة للصور بطريقة تبرز مضمونها وتفي بالغرض المطلوب منها. وهذه العبارات أو التعليقات تجمع عادة بحروف تختلف أبنائها وأحجامها عن حروف النصوص المطبوعة القريبة منها. ويمكن وضع هذه الشروح أسفل الصور أو إلى جانبها أحياناً فوقها. ويجب التأكيد من أن القارئ سيكون قادراً على فهم التعليقات الخاصة بالصور وارتباطها بالصورة المعنية، وأن لا تجري عملية خلط بين تعليقات الصور بحيث تؤدي إلى نشر تعليق خاص بصورة ما تحت صورة أخرى مختلفة تماماً في موضوعها وشخصيّة صاحبها. الأمر الذي يفرض الحرص من جانب أقسام (المونتاج) في المطبعة وهي تضع اللمسات النهائية على المجلة قبل وضعها على آلة الطبع النهائية. ويتوقف الشكل الذي تحتله الصورة داخل التحقيق أو الموضوع الصحفي المنشور على نوعية الصورة ومضمونها والمساحة المخصصة لها في الماكيث وأهميّتها للقارئ، ولكن ذلك لا يعفي المخرج الصحفي للإخراج الفني لهذه الصور والمقالات بوضوح الصورة وجماليّتها.

6. أغراض الصور في المجلة:

ما الأغراض التي تحققها الصورة في المجلة، فهي:

- ✓ العمل على زيادة قيمة النص المطبوع الذي تصحبه الصورة وجعل معانيه أكثر وضوحاً في ذهن القارئ.
- ✓ تقوم الصور بتقديم معلومات إضافية للقارئ خاصة إذا كانت حول أجهزة أو معدات وطرق استعمالها وغير ذلك مما تشرحه الصور والأشكال الفنية المرسومة التي تنشرها المجلات.
- ✓ تساهم الصور بإيجاد الحالة النفسية المناسبة للجو العام للحدث بآثاره السلبية أو الإيجابية التي تتفاوت بين الحزن والفرح.
- ✓ تقوم الصور بإضفاء الجمال والبهجة على الصفحة وتضفيها في إعجاب القارئ وتدفعه لقراءة الفقرة الأولى من الموضوع الذي تصاحبه هذه الصور، على الأقل .
- كما تقوم الرسوم اليدوية بدور هام إلى جانب العناصر التيبوغرافية الأخرى التي تكسب صفحات المجلة الجمالية والمقروئية.
- وفي حالة عدم وجود رسّام خاص بالمجلة، يتم الاستعانة بجهود رسّام خارجي يقوم بتقديم الرسوم المطلوبة للمجلة وموضوعاتها بعد توضيح الصيغة العامة للمجلة وأسلوبها في الإخراج وطريقة طباعتها ونوع الورق الذي تستخدمه. حتى تجيء هذه الرسوم منسجمة مع شخصية المجلة وطبيعة تخصصها ونوعية قرائها وتعد بعض المجلات أو الجرائد إلى وضع صور كبيرة نسبياً وذلك يعرض أن تدفع جمهور القراء للاحتفاظ بهذه الصورة أو حتى نزعها وتعليقها في مكان يخص القارئ، وقد تكون صور الفنانين والزعماء السياسيين هي الأكثر شهرة بين هذه الصور.

7. الألوان:

وتعتبر الألوان عنصراً أساسياً في إخراج المجلات، خاصة المجلات الأسبوعية العامة أو المجلات الفنية، وتلك التي تشهد صفحاتها تشهد كمية كبيرة من الإعلانات التي تعد الألوان عاملاً أساسياً في إخراجها وتزيينها

وجذب الأنظار إليها، لا سيما وأن طباعة المجلات تسمح بهذا الاستخدام الدقيق للألوان وكذلك الورق الذي يدخل في صناعة المجلات وطبيعتها وملاءمته للألوان الواضحة أكثر من الورق الذي يستخدم في طباعة الصحف اليومية. ولكن المخرج الفني مطالب باختيار الألوان المناسبة والتنسيق فيما بينها بحيث تقوم بدورها المكمل للعناصر التبوغرافية الأخرى في إنجاح الإخراج النهائي لصفحات المجلة.

والمعروف أنه في حالة كون الصفحة ملونة (سواء للجريدة أو المجلة أو حتى الإعلانات) فإنه عند طباعتها للمونتاج (أفلاما) فإنها تتكون من (4) صفحات للمصفحة المخرجة الواحدة، لأن الألوان المتعارف عليها في العمل الصحفي أربعة (CMYK) تخرج منها كافة الألوان، وهي:

✓ ويرمز لها بـ (C) سيان Cyan

✓ ويرمز لها بـ (M) ماجنتا MAGENTA

✓ ويرمز لها بـ (Y) يالو Yellow

✓ ويرمز لها بـ (K) بلاك BLACK

ويمكن الحصول على أي لون أو درجة لونية من خلال خلط هذه الألوان بنسب تتلائم والحاجة.

8. وظيفة إخراج المجلة:

يقوم المخرج برسم صفحات المجلة على أفخ الورق القادمة من المطبعة، والتي تظهر عليها بوضوح المساحات المحددة للمادة المنشورة التي يستطيع المخرج التحرك في إطارها ويقوم بإخراج الموضوعات داخل حدودها. وهي نماذج بيضاء خالية عليها فقط خطوط رفيعة تبين حدود الأعمدة التي تحتلها المادة المنشورة أو تحيط بها تاركة مساحات معينة على جوانبها كهوامش بيضاء .

ويراعي المخرجون في تصميم المجلات الحديثة وظيفة العمل الفني وأدائه لأغراضه الفنية والإعلامية بطريقة ناجحة. وهذه الوظيفة تعتبر اليوم الأساس الذي يحكم معظم الأعمال الفنية والتشكيلية. كما أن هناك عناصر مهمة يجب أن يضعها المصمم بعين الاعتبار وتتمثل بنوعية قرائه من حيث الجنس والمستويات

التعليمية والاقتصادية، بالإضافة إلى أهداف المجلة والرسالة التي تسعى لتحقيقها على الوجه الأكمل .
(الحسن، 2011)

ويجب أن لا يتوقف المخرج الفني عن التشاور مع زملائه المحررين الذين يمدونه بالأفكار والآراء حول ما يجب الاستمرار فيه أو الابتعاد عنه بهدف إثراء قدراته الفنية والإبداعية وتلبية أذواق القراء التي تتجدد باستمرار انسجاماً مع الجديد الذي تشهده الصحافة المكتوبة والاختراعات الطباعية. كما أنه يجب أن لا يهمل آراء القراء ومقترحاتهم لأنهم الهدف الأساسي لأئمة مطبوعة إعلامية ويجب أن يشعر هؤلاء القراء أن آرائهم وأفكارهم وأذواقهم تؤخذ في اعتبار المجلة وهيئة تحريرها وإخراجها. (الحسن، 2011)

المحاضرة الثامنة: مدخل تعريف تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية : ضوابطه، مبادئه

يقصد بالتصميم وضع العناصر البنائية بصورة متناغمة بحيث يدعم كل عنصر بنائي العنصر الآخر مع مراعاة أن لكل عنصر بنائي وظيفة يؤديها داخل البناء الكلي للصحيفة، وذلك من خلال استخدام أسس التصميم المتعارف عليها وهي: الوحدة، التباين، والتوازن، والحركة، إذ يقوم التصميم بوضع كل عنصر بنائي في مكانه المناسب طبقاً للنظريات السيكلوجية والفيسيولوجية للإبصار المرئي

مفهوم إخراج الصحف الإلكترونية: هو الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، العناصر البنائية، والتصميم، لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته. (محسب، 2007)

1. الفرق بين التصميم الطباعي والويب:

استخدام لغة html في تخطيط وتصميم مواقع الويب تعد أكثر التطورات دلالة في التاريخ البشري منذ اختراع المطبعة، حيث يتيح الويب إمكانات غير محدودة . وعند تصميمنا لأي موقع يجب أن نأخذ في الحسبان اعتبارات عدة مثل: الهدف، الجمهور، المحتوى، التصميم، التكنولوجيا، علماً أن كل هذه

الاعتبارات يؤثر بعضها على البعض الآخر، مما يجعل تصميم موقع ويب ناجح مهمة صعبة ومعقدة للغاية.

وأهم دراسة في هذا الموضوع كانت سنة 1999 لمصمم الويب الشهير جاكوب نلسون Jakob Nielsen تهدف إلى التأسيس للفروق المهمة بين التصميم الطباعي وتصميم الويب، فالتصميم الطباعي Print Design ذو بعدين 2dimentional، ويعطي مزيداً من الانتباه للعملية الإخراجية layout، ويمكن للقارئ أن يقلب الصفحة ولكن من النادر أن يقوم بالربط بين عدد الصفحات أثناء عملية القراءة، فكل نظرة أو رؤية تعد وحدة تصميم design unit ذات مقاس ثابت، وغالباً ما تستخدم مساحة كبيرة عند التصميم، وعلى النقيض من ذلك، فإن تصميم الويب ذو بعد واحد، فصفحة الويب تعد بصفة جوهرية خبرة في تحريك الصفحة على الشاشة، وهو ما يختلف تماماً عن مفهوم المساحة الثابتة في الصحيفة المطبوعة. (عبدالله، ديسمبر 2015)

ويعد الإخراج ثنائي الأبعاد ممكناً، ولكن ليس بالقدر الذي يمكن من خلاله خلق خبرة مخططة سلفاً بالعلاقة الثابتة بين العناصر، وغالباً ما يبدأ المستخدمون بتحريك الصفحة بأساليب مختلفة من خلال خبرتهم في عملية القراءة. (هاشم، 2005)

ومما سبق يمكن تلخيص الفروق بين التصميم الطباعي وتصميم الويب فيما يلي:

أ) الإبحار: Navigation

إن البعد المتعلق بالإبحار في تصميم الويب ينبع من الإبحار عبر النص الفائق، والذي يعد جوهر الويب، فالتحرك خلال النص هو كل ما يميز الويب، وعلى أي حال فإن الإبحار يكون أكثر رسوخاً في الذاكرة ويؤدي إلى التأثير العاطفي أكثر من الرؤية.

وفي التصميم الطباعي، يتمثل الإبحار في عملية تقليب الصفحات التي تعتبر واجهة المستخدم البسيطة للغاية، والتي تعد أهم مزايا الوسيلة المطبوعة، ولأن قلب الصفحة يعد محدوداً للغاية فإنه غالباً

ما ينظر إليه أنه عنصر من عناصر التصميم، وعلى النقيض من ذلك فإن الإبحار عبر النص الفائق يعد مكوناً رئيسياً لتصميم الويب، وهو ما يتطلب اتخاذ قرارات كمظهر الوصلات، كيف توضح هذه الوصلات؟ أين يمكن أن يذهب المستخدمون وإلى أين تؤدي كل وصلة؟ (محسب، 2007)

كما يجب التركيز على عناصر الصفحة التي يمكن أن تساعد المستخدمين على أن يكونوا واعين بالمكان الذي ارتادوه من هيكل الموقع، أو بنيته وتتمثل هذه العناصر في: عناوين الصفحة، الإطارات، تقسيم الصفحة إلى مجموعات منطقية، أية مادة تساعد في فهم الصفحة وعلاقتها بالموقع ككل، كما أن استخدام شرائط الإبحار، وخرائط الموقع والفهارس، وقائمة المحتويات، ووسائل الإبحار الأخرى يؤدي إلى زيادة الفرصة أمام المستخدمين لكي يتمكنوا من الوصول إلى المعلومات التي يبحثون عنها. (عبدالله، ديسمبر 2015)

ب) وقت الإستجابة وقوة التبيين والمساحة:

تصميم الويب يفوق التصميم الطباعي فيما يتعلق بالسرعة والحروف الطباعية وجودة الصورة والمساحة المرئية، إلا أن هذه الاختلافات ليست جوهرية لأنها يمكن أن نحصل في النهاية:

سعة الموجة: بحيث تكون سريعة بدرجة كافية لتحميل صفحة الويب بالسرعة نفسها التي يمكن للفرد أن يقوم بقلب الصفحة في الصحيفة المطبوعة.

قوة تبين حادة للشاشة: لكي يتم الحصول على حروف واضحة يسيرة القراءة حتى تصل سرعة القراءة من الشاشة إلى السرعة نفسها في الصحيفة المطبوعة.

شاشات بمقاسات أكبر بمقاسات الصحيفة: وهذا هو الحد المقبول للشاشات الكبيرة فقد يكون التوصل لشاشات أكبر غير ذي معنى، وخلال السنوات العشر القادمة سوف تظل الفروق قائمة بين التصميم الطباعي وتصميم الويب.

عدد أقل من العناصر الجرافيكية مساحة أقل للعناصر الجرافيكية، نص أكثر طولاً بسبب عدم الراحة في القراءة على الخط المباشر، بتبويباً أقل جودة، لأننا لا نعلم أي أشكال الحروف التي قام المستخدم بتركيبها على جهاز الكمبيوتر، ولكي يكون هناك اتفاق خلال السنوات القادمة، فإنه سيكون لزاماً علينا أن نحدد من عدد الكلمات في الموضوع بحيث يكون قصيراً لأن المستخدمين لا يتحلون بالصبر على الخط المباشر، كما سيكون من الضروري أيضاً تصميم معلومات الويب لكي تتناسب مع الإخراج على مسافات صغيرة، لأن الوسائل المحمولة سوف تحتفظ بشاشات صغيرة. (عبدالله، ديسمبر 2015)

ج) الوسائط المتعددة والتفاعلية:

التصميم الطباعي يمكن أن يجذب القارئ بالعناصر المرئية ذات التأثير الكبير High-impact visualization، ولكن تصميم الويب يتفوق في النهاية بسبب مشاركة المستخدم في العملية الإتصالية، والتي أصبحت ممكنة من خلال عناصر التصميم غير الثابتة Non-Static design elements ويمكن للويب أن يعرض صوراً متحركة يتحكم المستخدم فيها، ويمكن أن يتيح للمستخدم معالجة العناصر التفاعلية، وفي المستقبل سوف يتم استخدام قناة معينة يمكن من خلالها وضع طبقات متعددة من المعلومات Overlay multiple layer of information.

التصميم الطباعي الجيد ربما يصبح تصميمًا سيئًا للويب لأنه توجد اختلافات عديدة بين كلا الوسيطتين، لذا فإنه من الضروري أن تبني مداخل تصميم مختلفة للاستفادة من نقاط القوة في كل وسيلة مع العمل في الوقت نفسه على الحد من نقاط الضعف، إن التصميم الطباعي يقوم على أساس ترك أعين القارئ تمر على المعلومات Walk Over information، والنظر بانتقائية للمعلومات والموضوعات، واستخدام التجاوز المكاني Spatial Juxtaposition لتقوم عناصر الصفحة بتفسير بعضها البعض، بينما تصميم الويب من خلال تحريك الشاشة Scrolling أو الضغط على الفأرة Clicking، ليتم التعبير عن العلاقات المعلوماتية كجزء من التفاعل وحركة المستخدم. (عبدالله، ديسمبر 2015)

المحاضرة التاسعة: العناصر البنائية للصحف الإلكترونية وضوابط إخراجها:

يقصد بالبناء Structure الهيكل العام للصفحة بكل ما فيها من عناصر مرئية ومسموعة ومرئية مسموعة، فالصور الثابتة، والرسوم المتحركة، والنصوص والألوان والوسائط الفائقة، ومحركات البحث. (محسب، 2007)

تم تقسيم العناصر البنائية التي تحتوي عليها الصفحة إلى العناصر التالية: (محسب، 2007)

أولاً: العناصر البنائية الأساسية:

وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تقديم موادها إلى المستخدم، والتي تتميز بأنها عناصر ذات دلالة، تستخدم في نقل المضمون إلى المستخدم وهذه العناصر هي:

- ✓ العناصر البنائية التقليدية (النصوص، الصور الثابتة، الألوان)
- ✓ الوسائط المتعددة MultiMedia وتشتمل على الصوت ولقطات الفيديو، والرسوم المتحركة.
- ✓ الوسائط الفائقة HyperMedia.

ثانياً: العناصر البنائية المساعدة:

وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لتدعيم العناصر السابقة، إذ لا تحتوي على معلومات في حد ذاتها إنما تستخدم للتأكيد على العناصر الأساسية، وهذه العناصر هي:

الألوان.

الحدود والفواصل.

ثالثاً: العناصر البنائية التفاعلية:

تتميز هذه العناصر بتفاعلية المستخدم معها، وتعد لصيقة الصلة بالوسيلة الجديدة، ويمكن

تقسيمها إلى نوعين:

تفاعلية تواصلية: وهي التي يتواصل من خلالها المستخدم مع الآخرين وتشتمل على: البريد الإلكتروني

E-mail وحجر الدردشة Chat room والمنتديات Forums واستفتاءات الرأي العام Polls.

تفاعلية معلوماتية: وهي التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدونها وفقا لاختياره وتشتمل على:

محركات البحث Search Engine والأرشفة Archiving وخريطة الموقع Site Map

➤ العناصر البنائية الأساسية: (محسب، 2007)

يقصد بالعناصر البنائية الأساسية الأدوات التي تحتوي على معلومات دلالية تعتمد عليها الصحف

الإلكترونية في تقديم المضمون إلى المستخدم.

وقد أطلق على النصوص والصور الثابتة العناصر التقليدية، لأن الصحافة الإلكترونية ورثتها عن

الصحافة الورقية عندما انتقلت إلى الأنترنت، فلا يمكن تصور أي صحيفة سواء أكانت ورقية أم إلكترونية

دون إحدى هذين العنصرين، إلا أن هذين العنصرين قد تأثرا بقواعد ومتطلبات الوسيلة الجديدة ولم

ينقلا كما هما، بل خضعا للمتطلبات البصرية والتقنية للوسيلة الجديدة، وهو ما أظهرته دراسات عديدة في

هذا المجال.

أولاً: النصوص:

على الرغم من احتواء الإنترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في

يسر وسهولة، إلا أن النص ما زال في المركز الأول في اعتماده الصحف عليه في بناءها الشكلي والدلالي .

ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على العناوين، والمقدمات، والجسم، ولكل نوع من

الثلاثة قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الإنقرائية. فالمخرج يهدف من وراء

الإنقرائية إلى تقديم شكل ومضمون يريح القارئ بصريا ونفسيا لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون،

وتحديد أ ورقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتنقل القارئ في يسر

وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة.

ولقد اتفق علماء التيبوغرافيا حول معنى الإنقراطية، فهم يرون أنها "تشير إلى سهولة قراءة العين للنص"، بيد أنهم اختلفوا حول أبعادها، فقد رأى (Goetze:1998) أن هناك ستة عوامل تؤثر على الإنقراطية هي:

- وضع النص في الجهة الافتراضية للغة.
- محاذاة النص ناحية اليسار في اللغة اللاتينية، وإلى اليمين في اللغة العربية
- ونوع الخط، وطول السطر، والمسافات بين النصوص والهوامش، والبيان،
- واستخدام النص القيادي (Leading text) مثل العناوين والمقدمات - بخط أكبر من النصوص.
- في حين رأى (Lauren & e.al:1999) أن هناك سبعة عوامل تؤثر على الإنقراطية هي:
- الخلفيات
- والأماميات (Foreground)
- والتباين
- والتناقض التام (Polarity)،
- ونوع الخط،
- وطول السطر، والبياض بين السطور،
- واتساع الهوامش.

أما (Ahumada:1999) فقد رأى أن الإنقراطية تتأثر بالخلفيات والأماميات، وتباين الألوان وتناقضها.

من الطرح العام حول الانقراطية يتبين أن هناك اتفاقا شبه عام حول أبعاد معينة هي: نوع الخط، وطول السطر، والمسافات البيضاء بين السطور، والخلفيات والأماميات، والتباين، (محسب، 2007)

فيما إذا كانت الانقراطية ترتبط بالنص أساسا فهي ترتبط بالبنية الأساسية للنص وهي الحرف وما
 يتمت له بصلة مثل: نوع الخط وحجمه واتساع السطر. أما المؤثرات غير النصية مثل: الخلفيات،
 والأماميات، والتباين فهي مرتبطة بالألوان ومن ثمَّ فهي ترتبط بالمقروءة (Legibility) والرؤية (Visibility) ،

أ) نوع الخط:

تتيح تكنولوجيا الإنترنت لصفحة الويب أن تضع مجموعة من الخطوط في صفحتها، ويقوم مستعرض
 الويب بالبحث في هذه الخطوط بترتيب كتابتها، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط
 الافتراضي بدلا من هذه الخطوط

ملاحظة هامة:

يشير استخدام مصطلح شكل الحرف Typefaces إلى البحوث التي تتناول الصحافة الورقية، فشكل
 الحرف استمر وجوده في الأدبيات البحثية الخاصة بالإخراج الإلكترونية نتيجة القائمين على هذه الأبحاث
 معظمهم من التيبوغرافيين الذين قاموا بدراساتهم على الصحافة الورقية، بيد أن الكمبيوتر يشير إليها على
 أنها خطوط Fonts، فالكمبيوتر ولغات البرمجة تتعامل مع الحروف على أنها خطوط

- بعض أنواع الخطوط الأكثر استخداما:

خط Arial

خط Times New Roman

خط serif وخط Sans Serif.

يؤثر نوع الخط على انقراطيته، فقد أوضحت الدراسات بصفة عامة أن الخطوط التي لا تحتوي على

زوائد (Sans Serif) أفضل في قراءتها من تلك التي تحتوي على زوائد (serif).

وقد أوضحت العديد من الدراسات أن خط **arial** هو أفضل الخطوط من ناحية انقراضيته، وهناك من ربط الخط بالحجم، فمثلا نجد أن الخط **arial** أفضل في الخط الذي حجمه 14 نقطة، بينما الخط **Verdana** أفضل في الخط الذي حجمه 12 نقطة

وبناء على ذلك يمكن القول أن الخط **arial** هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات، أما فهو الأفضل بالنسبة للنص المستمر، هذه القواعد تصدق في على الخطوط باللغة الإنجليزية ولا تصدق على اللغة العربية. (محسب، 2007)

على الرغم من اختلاف الصحف حول نوع الخطوط المستخدمة وعددها ، إلا أنها اتفقت حول قاعدة عدم الإسراف في استخدام الخطوط، فالقاعدة العامة في التصميم ترى أن استخدام أكثر من ثلاثة خطوط في الصفحة يجعل الصفحة مبهجة بدون داعي مما يصعب عملية القراءة.

وثمة قاعدة أخرى لاتساق الرؤية ترى أنه يجب أت تستخدم الصحيفة نفس عائلة الحروف لخلق وحدة رؤية في الصفحة.

(ب) حجم الخط: (محسب، 2007)

يمثل حجم الخط إشكالية في تحديد قيمته الحقيقية، فصفحات الانترنت تستخدم مقاييس نسبية في تحديد أحجام الخطوط لا تتطابق في بعض الأحيان مع بعضها البعض.

هناك أكثر من طريقة لقياس حجم الحروف التي يمكن أن تستخدمها الصحف الإلكترونية على الأنترنت ووحدات حجم الخط هي:

وحدة القياس	الاختصار	معادلة الوحدة بالبوصة
البوصة	IN	1.00
البيكا	PC	6.00

25,40	MM	المليمتر
2.54	CM	السنتيمتر
72.00	PT	النقطة
	PX	البيكسل

تقدم صفحات الويب أحجام خطوطها بإحدى الطريقتين:

الأولى: تقنية صفحات الأنماط المتتابعة (Cascading Style Sheet (CSS

الثانية: لغة HTML

ولكل نوع من الاثنين العديد من الأساليب التي يتبعها في تقديم أحجام خطوطه، ولكل أسلوب من هذه

الأساليب ما يميزه عن غيره، وهم كما يلي:

النسب المئوية: تستخدم صفحات الأنترنت النسب المئوية في تحديد أحجام الخطوط وهو ما يوضحه

الكود التالي:

```
<style
type="text/css">
h1 {font-size: 200%}
h2 {font-size: 150%}
p {font-size: 100%}
</style>
```

شكل يوضح النسب المئوية وتحديد حجم الحرف

في هذا النوع يكون حجم الخط الافتراضي 12 نقطة، وهذا يعني أن الخط الرئيسي (H1) يساوي الخط الافتراضي مرتين أي يساوي 24 نقطة، والعنوان الثاني الرئيسي (H2) يساوي الخط الافتراضي مرة ونصف أي يساوي 18 نقطة، ويميز هذا الأسلوب إمكانية تقديم خط كبير بالدرجة التي نريدها. (محسب، 2007)

تقسيم الخط حسب الحجم :

تقسيم الخطوط في هذا النوع من حيث الحجم إلى سبعة أنواع وهي (: صغيرة XX-small ، وصغيرة جداً X-small ، وصغيرة Small ، ومتوسطة Medium ، وكبيرة Large ، وكبيرة جداً X-large ، وكبيرة للغاية (XX-large) ويتم كتابة كود الخط بالشكل التالي داخل لغة HTML :

```
<style type = text/css>

p {font-size: large;}

</style>
```

شكل يوضح الخط حسب الحجم

حجم الخط المثالي:

اتفقت الدراسات السابقة التي تناولت الخط المثالي المعروض على شاشة الكمبيوتر على ضرورة أن يكون هذا الخط أكبر من الخط المستخدم في الكتابة الورقية ، بيد أنها اختلفت اختلافا طفيفا حول الحجم المناسب لهذا الخط.

ثمة قاعدة تحكم حجم الخط في الصفحة هي : ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين والعناوين أكبر من المقدمات بمقدار نقطتين. وهذه القاعدة يتفق عليها أغلب الباحثين

ويرجع اتفاقهم لكونها تساعد على التدرج البصري للعين من الخط الأكبر إلى الأصغر ، كما أنها تساعد في تنظيم الصفحة في شكل سلس وجذاب، إلا أنه يمكن تجاوز هذه القاعدة بمقدار نقطة واحدة، فيكون الفارق بين المقدمات والعناوين نقطة واحدة أو ثلاث نقاط وليس أكثر. (محسب، 2007)

أما أن توضع بعض العناوين بخط كبير جدا فهذا الإجراء يضايق القارئ، لأن القارئ في الصحافة الإلكترونية يسير وفق ما يريد وليس وفقاً لما تريد الصحيفة ، فهو الذي يحدد معيار الأهمية وليس الصحيفة كما أن مساحة الشاشة لا تسمح بالعناوين كبيرة الحجم نهائياً فهي محدودة بحجم معين.

ج) اتساع السطر:

يعد طول السطر أحد أصعب الإشكاليات – بعد إشكالية حجم الحرف – التي لا يمكن الحكم بدقة قاعدة ما دون سواها، فكل قاعدة تضع لنفسها مجموعة من المعايير والبراهين والأدلة التي تستند إليها، وما يزيد هذه الإشكالية تعقيدا أن هذه المعايير متذبذبة ومتباينة ومتغيرة ومتغيرة، فمنها ما يرتبط بعين الإنسان، ومنها ما يرتبط بحجم الحروف وعددها، ومنها ما يرتبط بتباين الشاشة، ومنها ما يرتبط بمستعرضات الانترنت.

ونعرض فيما يلي تلك القواعد وبعض إشكالياتها، وفي ذات الوقت تبين اتساع السطر وفقاً لتلك القواعد وهي:

1. قاعدة الثلاث بوصات وهي قاعدة العين / مقابل البيكسل:

تري هذه القاعدة أن طول السطر المناسب يجب أن لا يزيد عن ثلاث بوصات، مستندة في ذلك إلى القاعدة الفسيولوجية التي ترى أن حركة العين تكون في أقوى تركيز لها عندما طول ثلاث بوصات وأن القارئ يفقد مسار القراءة إذا ما كان السطر طويلاً، إلا أن هذه القاعدة انتقدت نظراً لشدة إجهاد العين لتركيزها في مجال رؤية محدد.

بينما يرى الاتجاه المؤيد للبيكسل أن طول السطر المناسب هو 365 بيكسل لعرض السطر أي حوالي 3,8 بوصة . عندما يكون تباين الشاشة 600×800 بكسل صحف الدراسة.

2. قاعدة الحروف الأبجدية ونصفه: (Alphabet-and-a-Half)

ترى هذه القاعدة أن طول السطر المناسب هو عدد حروف اللغة بالإضافة إلى نصف هذا العدد، بالنسبة للحروف الإنجليزية عدد الحروف المناسب هو 39 حرفاً (أي 26 + 13)، وبناء على هذه القاعدة فالعدد المناسب للغة العربية 42 حرفاً (أي 28 + 14).

إلا أن هذه القاعدة تفقد أهميتها لأنها لا تركز إلى سبب علمي أو تجريبي، علاوة على ذلك فإن حجم هذه الحروف قليل العدد ولا تدعمه دراسات أخرى. (محسب، 2007)

3. قاعدة عدد النقاط:

اعتمدت هذه القاعدة على ثبات عدد الحروف التي تُعرض للقارئ على الشاشة، فقد رأت أن طول السطر المناسب يعتمد على حجم الخط بالنقطة ضرب 2، ووضعت لذلك قاعدة هي:

$$\text{ضرب حجم الحرف بالنقطة} \times 2$$

فإذا كان حجم الحرف 12 نقطة فالطول المناسب هو 24 نقطة، وإذا ما كان حجم الحرف 30 فطول السطر المناسب 60 وهكذا....

4. قاعدة عدد الكلمات:

تبني هذه القاعدة عدد كبير من الباحثين إلا أنهم اختلفوا حول عدد الكلمات المناسب في السطر، فمنهم من رأى أن عدد الكلمات المناسب من عشر كلمات إلى اثني عشرة كلمة في السطر، لأن ذلك الإجراء

يسهل على العين الانتقال إلى السطر التالي ويمنع ما يسمى بالزيع البصري (Optical Aberrant) في حين رأى اتجاه آخر ضرورة ألا يزيد عرض السطر عن ثماني كلمات 15 كلمة في السطر على الأكثر.

وعلى الرغم من اختلاف الاتجاهين إلا أنه يمكن القول إن الاتجاه الأول وضع العدد المثالي لطول السطر، في حين يضع الاتجاه الثاني عددا محددا يجب أن لا يتعداه طول السطر قصرا أو طولا.

5. قاعدة عدد الحروف:

يتبين من القواعد السابقة أن قاعدة عدد الكلمات تتناسب مع قاعدة عدد الحروف بالتقريب، فقاعدة عدد الحروف ترى أن طول السطر المناسب يقع بين خمسين وثمانية وسبعين حرفا، فالاستمرارية في القراءة يجب أن لا يقل عدد الحروف عن خمسين حرفا للسطر ولا يزيد عن ثمانية وسبعين حرفا، وقد رأت هذه القاعدة أيضا أفضلية عرض مجموعة من السطور الطويلة عن عرض مجموعة من السطور القصيرة على الشاشة، كما رأت عدم استخدام الأعمدة المزدوجة في عرض النصوص، أي عدم تقسيم الصفحة إلى أعمدة.

(د) النص القيادي: Leading Text

النصوص القيادية هي النصوص المكتوبة بخط كبير، مثل العناوين والمقدمات، والتي تقود القارئ إلى المتن وهي كما يلي:

✓ **العناوين:** يمكن تقسيم العناوين في الصحف الإلكترونية بصفة عامة إلى نوعين رئيسيين هما:

العناوين الثابتة: التي لا تتغير من عدد إلى آخر، ومن تحديث لآخر، وتستخدمها الصحف الإلكترونية

في عرض أبوابها الثابتة، وعادة ما تضعها الصحف على شكل عناوين تتلو بعضها البعض في الجهة اليمنى من الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من جهة اليمين، ومن الجهة اليسرى في الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليسرى.

العناوين المتغيرة: هي العناوين التي تتغير من عدد إلى آخر، أو من تحديث لآخر ويمكن تقسيمها إلى:

❖ العناوين الرئيسية:

هي العناوين التي تحتوي على مقدمات وتكون بارزة من ناحية الموقع والمساحة والحجم، فغالباً ما تكون هذه العناوين تكون في صدر الصفحة، كما أنها تشغل مساحة أكبر من غيرها نتيجة لأن الخط المستخدم فيها يكون أكبر خط مستخدم في الصحيفة.

❖ العناوين المجمعة:

هي العناوين الأعلى في أهميتها -من وجهة نظر الصحيفة - لذا فإن الصحيفة تضع هذه العناوين في نهاية الصفحة وراء بعضها البعض دون تمييز من ناحية الموقع أو المساحة أو اللون أو غيرها .

❖ العناوين الفرعية:

هي العناوين التابعة للعناوين الرئيسية، وتكون عادة ذات نص فائق إلا أن حجمها عادة ما يكون صغير يصل إلى حجم النص المستخدم في عرض الموضوع أو الخبر، أو أقل منها، ويظهر هذا النوع في صحيفة النيويورك تايمز أكثر.

✓ المقدمات:

تزايدت أهمية المقدمات مع الصحافة الإلكترونية، فالقارئ في الصحافة الإلكترونية يكتفي بتصفح العناوين والمقدمات، بيد أن الصحف الإلكترونية تتجاهل التقديم الجمالي والشكلي للمقدمات وربما تكتفي بكتابتها بنفس خط المتن الأصلي. (محسب، 2007)

ثانياً: الصور

إن الحديث عن أهمية الصور من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة أو مفردة لها قسط من الأبحاث التي تناولت العناصر البنائية، وبصفة عامة فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وعلى ضوء ذلك يوجد ثلاثة أشكال من الصور التي تقدمها الصحف الإلكترونية: (بيوضة، 2018)

- ✓ الصور المعلوماتية والإخبارية: وهي التي تقدم معلومات إلى القارئ وتتعدد أنواعها وتقسيماتها، فمنها الصور الشخصية والموضوعية والالهامية، ومنها أيضاً الرسوم التوضيحية.
- ✓ شعار الصحيفة: وهو الذي التي تقدم شخصية الجريدة، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة.
- ✓ الصور كروابط: تستخدم الصحف هذا النوع بدلا من النصوص لتقديم شكل جمالي إلى المستخدم.

والصور عادة ما تقوم بأربع وظائف رئيسية هي:

- الوظيفة التزيينية: (Decorative) المتمثلة في تقديم الشكل البصري والتأكيد عليه.
 - الوظيفة التصويرية: (Representational) وهي التي تحتوي على العناصر المذكورة في النص.
 - الوظيفة التنظيمية (Organizational) المتمثلة في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص.
 - الوظيفة التفسيرية (Explanative) المتمثلة في توضيح كيفية حدوث الأشياء. (بيوضة، 2018)
- ولا تعني أهمية الصور الإسراف في استعمالها دونما الارتكاز إلى أسباب علمية وإعلامية وتقنية تدعم استعمالها. فالإسراف في استخدامها يعصف بالجهد المبذول في الصحيفة، إذ هناك مجموعة من المعايير التي تحكم وضعية الصور داخل صفحة الويب، وهذه المعايير ترتبط بنوع الصورة، وحجمها، ومساحتها، وموقعها على الصفحة، وهم كما يلي:

1) نوع الصورة:

تتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الانترنت، لهذا لابد من تناول دقة الصور أولاً وكيفية قياسها، ثم يتم عرض أنواع الصور التي تستخدمها صفحات الويب بصفة عامة وصفحات الصحف الإلكترونية بصفة خاصة.

تقاس دقة الصورة بالبت (Bit) ويرسم أحياناً عمق البيكسل (Pixel Depth) وتسمى أحياناً وضوح البايث (Bit Resolution)، والدقة العالية للنقاط بالبيكسل تشير إلى عدد الألوان الممكن عرضها في الصورة، فمثلاً الصورة ذات عمق ثماني بايث (8Bit) يعني أنها تحتوي على 256 لوناً، والبيكسل ذو الأربعة والعشرين بايث (24Bit) يعني أنه يحتوي على 16,777,216 لوناً، ووفقاً لهذه الألوان هناك ثلاثة أنواع من الصور التي تفرزها الانترنت وهي: (محسب، 2007)

❖ **صور (Gif)** هي اختصار (Graphic Interchange Format) وهي رسوم يمكن أن تعمل على كل أنظمة التشغيل، تم اختراعها من قبل شركة (CompuServe)، وبفضل تقنيات الضغط فإن رسوم (GIF) ملائمة جداً للرسوم التي لها شرائط أفقية للألوان أو مساحات كبيرة من ألوان متماثلة، لذا فهذا النوع من الصور مفيد جداً لللافتات (Banners) والرسوم التوضيحية. بيد أن قلة الألوان المستخدمة في هذه الصور جعلها مناسبة للرسوم فقط، ولا تصلح للصور الفوتوغرافية، فهي تحتوي على 256 لوناً فقط وتتميز هذه الصور بتدعيمها لخاصية الشفافية (Transparen) لذا تصلح أن تكون خلفيات.

❖ **صور (JPEG)** هي اختصار (Joint Photographic Experts Group) وهي الحروف الأولى للمنظمة غير الربحية التي أنشأت التنسيق، وعلى الرغم من أن صور (JPEG) تستخدم بمعدل أقل من (GIF) على الويب، إلا أنها تستخدم للرسوم المعقدة والرسوم الكبيرة، وهي لصيقة الصلة بالصور الفوتوغرافية، فهذه الصور يمكن أن تحتوي على 16,777,216 لوناً، لذا فهي تصلح للصور ذات الجودة العالية والصور المراد إظهار تفاصيلها بدقة.

❖ صور (PNG) هي اختصار (Portable Network Graphic) هناك نوعان من صور (PNG) أحدهما يحوي على ثماني بايت أي 356 لون، وهذا النوع يشترك مع صور (Gif) في قلة احتواء الصور على الألوان. ويتميز النوعان بقدرتهما على تدعيم الشفافية، إلا أن بعض الصحف لا تستخدم هذا النوع من الصور حالياً.

المحاضرة العاشرة: الوسائط الفائقة والوسائط المتعددة:

أولاً: الوسائط المتعددة:

تُعرّف بأنها عبارة عن قاعدة بيانات رقمية تسمح للمستخدم بالتعامل مع المعلومات في أشكال مختلفة تشمل النص المكتوب، والرسومات الخطية، والفيديو، والصوت، وذلك من خلال عقد اتصال متشابك من المعلومات التي تمكن المستخدم من استدعاء ما يحتاجه من معلومات بناءً على احتياجاته واهتماماته. فعلى الرغم من أن هذه العناصر لصيقة الصلة بالراديو والتلفزيون والسينما، إلا أنها صبغت بصيغة الوسيلة الجديدة التي تكتنفها "الإنترنت"، فقيود بطء الاتصال فرضت على هذه العناصر قيوداً شديدة جعلتها تبدو شبه متغيبية في الصحف الإلكترونية، إلا في الأحداث الدولية والمحلية غير متكررة. (بيوضة، 2018)

وتتيح هذه التقنية المتقدمة للصحف الإلكترونية والنشر عبر الإنترنت عموماً فرصة تقديم الأخبار والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة أكثر من تلك المتاحة في الصحف الورقية المطبوعة.

فالوسائط المتعددة تتيح أكثر من وسيلة كالمقروءة والمسموعة والمرئية والمتحركة؛ فجمعت النصوص التي تميز الصحافة المطبوعة، والأصوات التي تميز الراديو، والصور المتحركة والثابتة التي تميز الصحافة والسينما والتلفزيون، إذ يمكن مثلاً قراءة نص روائي، والاستماع إلى صوت موسيقي، ومشاهدة صور ثابتة وفيديو تعبر عن الموضوع نفسه،

ولعل سر جاذبية الصحف الإلكترونية يعود إلى هذه التقنية التي تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية، وقد نضجت تلك التقنيات بشكل منقطع النظير في السنوات الأخيرة.

وقد ارتبط مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة بمبدأين: أحدهما التكامل (Integration)، والآخر التفاعل (Interaction). ويشير التكامل إلى المزج بين عدة وسائل لخدمة فكرة أو مبدأ عند العرض، بينما يشير التفاعل إلى الفعل ورد الفعل بين المتعلم وبين ما يعرضه عليه الكمبيوتر، ولا يعني ذلك عرض هذه الوسائل واحدة بعد الأخرى عن طريق شاشات منفصلة، ولكن العبرة أن تخدم هذه العناصر الفكرة المراد توصيلها على شاشة واحدة. (بيوضة، 2018)

فالمهم هو اختيار الوسائل المناسبة من صوت، وصورة ثابتة ومتحركة، ورسوم متحركة، ورسومات خطية، وموسيقى، ومؤثرات صوتية، ويظهر ذلك على هيئة خليط أو مزيج، مع مراعاة القيود التي تفرضها شبكة الانترنت، من بطأ في سرعة المودم أو مشاكل في المتصفح أو في عدم توافر الكود المناسب للتشغيل. وتشتمل الوسائط المتعددة (Multimedia) على: الصوت (Audio)، ولقطات الفيديو (Video)، والرسوم المتحركة (Animation)، وقد دعمت هذه الوسائط المتعددة من مكانة الوسائط التقليدية مضيئة لها إمكانية التعايش مع الحدث من خلال الصوت والصورة، ومن خلال التهجين بين تكنولوجيا الاتصال التقليدية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، ولد ما يُعرف بالنقل المباشر والفوري للأحداث.

وبناءً على ما سبق فإن مصطلح الوسائط المتعددة يشير إلى كل من: الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو بشكل أساسي، وتقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality) بشكل غير جوهري. وهذه الوسائط جاءت لتدعم الوسائط التقليدية المتمثلة في النص والصورة.

ولكل نوع من الوسائط المتعددة الثلاث (الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) مزايا، ولكن يجمع بينهم عيبٌ مشترك وهو كِبَر حجم ملفات الوسائط المتعددة، وهذا العيب يتفاوت في الوسائط الثلاث؛ فيقل

في ملفات الرسوم المتحركة، ويزداد في ملفات الصوت، ويتعاظم في ملفات الفيديو. وتتميّز هذه الوسائط الثلاث بأنها تضيف على العمل الفني (الإخراج) قيمتين: (محسب، 2007)

الأولى جمالية: تجعل العمل يتألاً بين ثنائية السمع والإبصار

الثانية نفعية: تتمثل في إمداد المخرج بعناصر مساعدة للعناصر التقليدية تُساعد في التعبير عن المضمون ببراعة ودقة أكبر من ذي قبل.

غير أن هذه الملفات – على الرغم من احتوائها على وسائل إيهارٍ وجذبٍ للانتباه – إلا أنها لا يمكن أن تعمل منفردة، بل تحتاج إلى الوسائط التقليدية (الصور والنصوص) لتكمل دورها الاتصالي والفني.

أولاً: الرسوم المتحركة:

هي أسلوب عمل حركةٍ خادعة عن طريق استعراض سلسلةٍ من الصور المختلفة التي تمر بسرعةٍ فائقةٍ خادعةٍ للعين عن طريق ما يُسمّى بالخداع البصري، وذلك برؤية هذه الصور المتحركة، معتمدةً في ذلك على نظرية بقاء الرؤية (persistence of vision) على شبكية العين لمدة 10/1 من الثانية بعد زوال الصورة الفعلية.

ثانياً: الصوت

يعرّف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تداخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تُدرك كصوتٍ في أذن الإنسان. ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسي:.

أولاً: الإتساع (Amplitude) وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل

لذروة الموجة. وتعني قمة الموجة الصوت العالي، بينما يعني قاعها الصوت المنخفض

ثانياً: التردد (Frequency): وهو سرعة حركة الموجة (عدد الموجات التي تمر خلال ثانية). والتردد

العالي ينتج عنه موجات سريعة تؤدي إلى إيقاعٍ سريع، والتردد الضعيف ينتج عنه موجات بطيئة تؤدي إلى إيقاعٍ بطيء.

ويؤدي الصوت دوراً مهماً في توصيل الرسالة الإخبارية، خاصةً أنه يمكن استخدامه كبديل للنص الخبري في الصحيفة الإلكترونية أو كمدعم له، وتتنوع الأصوات التي توجد في الصحيفة الإلكترونية بين الصوت الرقمي والذي يعبر عن المضمون الإعلامي المقدم، سواء أكان خبراً أو حدثاً أو تحقيقاً صحفياً، أو موسيقى، أو مؤثرات صوتية.

وعلى مخرج الصحيفة الإلكترونية أن يُدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل إلى دقة الصوت الأصلي، فبما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات، فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد نوعاً من المحال، ولكن يمكن الاقتراب إلى الصوت الأصلي بزيادة عدد العينات التي تُؤخذ في الثانية، وقيم اتساعها (Amplitude Values). (الدليعي، 2011)

ثالثاً: الفيديو:

تنبع أهمية ملفات الفيديو – بصفة عامة – من كونها تجسيدا للأحداث جاعلة للمشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته، ويبدو أن ملفات الفيديو على الإنترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال، التي تقلل من أهميتها من ناحية، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى. إلا أن هذين القيدين أخذان في الانحصار شيئاً فشيئاً، وفقاً للبنى التحتية لشبكات الإنترنت، والطريق السريع للمعلومات (Information Super Highway)، لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني .

ومع ظهور الصفحات الديناميكية المتفاعلة، بدأت الصحف والمواقع الإلكترونية تعتمد على إدراج خدمة الوسائط المتعددة على صفحاتها، وذلك لمواكبة الأحداث، ومن ثم جعل المشاهد يتعايش مع الحدث

وكأنه من مفرداته، حيث هيأت ملفات الفيديو بالإضافة إلى الصوت بيئة متميزة تساعد مستخدمي الصحف الإلكترونية على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، بالإضافة إلى القدرة على التفاعل مع النصوص الجامدة، حيث كانت الرسائل الاتصالية تعاني من فقد خاصية جذب الانتباه.

وهناك نقطتان هامتان ترتبطان بملفات الفيديو، الأولى: خاصة بالصوت ودرجات نقائه وحجمه ومعاينته. الثانية: الخاصة بملفات الفيديو فتتمثل في عرض الصور.

ووفقاً لهذا العرض يجب أن يضع مخرج الصحيفة الإلكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينيه، وكذلك لقطات الفيديو المأخوذة من الكاميرات الرقمية، فلكل واحدةٍ منها طبيعتها الخاصة. (الدليمي، 2011)

ثانياً: الوسائط الفائقة: (Hypermedia)

وتسمى بالنص الفائق (Hypertext)، وقد أضاف النص الفائق للإخراج الإلكتروني اللامحدودية في المساحة من زاوية، واللامحدودية في مسارات المستخدم من زاوية أخرى، وأضافت الوسائط الفائقة للصحيفة مساحات لانهائية يمكن أن تملأها بالمضامين، وفي ذات الوقت قدمت للقارئ مسارات لانهائية يمكن أن يسلكها أثناء تعرضه للمضمون الإعلامي.

وتُعتبر الوسائط الفائقة (النص الفائق) الصفة المميزة للإنترنت، حيث أسهم في قلب العديد من النظريات الإبداعية والاتصالية التي قدّست دور الكاتب بوصفه الوحيد القادر على إنتاج النص ليحلّ مبدأ المشاركة (Co-author) في إنتاج النص بين القارئ والكاتب.

كما أسهم النص الفائق في طرح العديد من المسارات والبدائل أمام القارئ التي يمكن أن يسلكها في مطالعته للمضمون، ولم يكتفِ النص الفائق بذلك، بل بامتزاجه بالرسوم الجرافيكية، أنتج الرسوم الجرافيكية الفائقة التي عدلت من الشكل الجمالي لصفحة الويب، وأسهم النص الفائق أيضاً في تقسيم النص المقدم إلى القارئ حسب رغبته واهتماماته، فكل هذه المميزات جعلت من الصحافة الإلكترونية صحافة فائقة (Hyper Journalism) تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة الممزوجة بالوسائط الفائقة.

وقبل الخوض في تعريف النص الفائق (Hypertext)، يجب أن نُشير إلى علاقته بالوسائط الفائقة (Hypermedia)؛ فالنص الفائق مع الوسائط المتعددة (Multimedia) (النص، والأشكال الجرافيكية، والرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) يُسمى الوسائط الفائقة. كما أن كلمة "النص الفائق" تُستخدم مترادفة الآن مع كلمة "الوسائط الفائقة"، ويُرجع ذلك إلى أن المضمون لا يصنع من النص فقط، بل يصنع أيضاً من الصور والرسوم الجرافيكية، ووصلات الصوت والفيديو. (محسب، 2007)

مفهوم الوسائط الفائقة لا يحتوي على النص فقط، وإنما ينصرف إلى الوسائط المتعددة، في حين يرتبط مفهوم النص الفائق بالنص فقط. لذا فإن النص الفائق في بنائه الهرمي تابع للوسائط الفائقة، ويمثل شكلاً من أشكالها، وقد دفع هذا التصور البعض إلى القول بالرسوم الجرافيكية الفائقة (Hypergraphic) على غرار الوسائط الفائقة.

يخاطب التزاوج بين النص الفائق والوسائط المتعددة – طبقاً للمدخل المهيمن: تعدد الحواس – (Multisensory) مما يؤدي بالتالي إلى تعدد الوظائف التي تؤديها تلك الوسائط، فمن خلال الربط بين النص الفائق ووصلات الصوت يتم مخاطبة حاسي البصر والسمع، ومن خلال التزاوج بين وصلات الفيديو والنص الفائق يتم مخاطبة حاسي السمع والبصر.

1. ماهية ومفهوم النص الفائق:

لقد اقتفت التكنولوجيا الحديثة أثر المخ البشري في طريقة تفكيره، فالنص الفائق هو طريقة اكتشاف الأفكار المترابطة، فإذا ما نظرنا إلى أفكار الإنسان فهذه ليست أفكاراً منفصلة تماماً؛ فالذاكرة مرتبطة بذاكرات أخرى، والنص الفائق هو كيف نتذكر الأشياء، فعندما نوضح شيئاً جديداً فإننا نشير إلى شيء مشابه له، فنستخدم الاستعارة والتشبيه في توضيح معانينا .

فالنص الفائق هو طريقة صدى تفكيرنا في النص، فإننا نفكر بطريقة خطية، أننا نفكر من خلال الخيارات والبدائل، بينما يبني النص الفائق أكثر من نظام إضافة هامش، فهو يسمح بكل الاستطرادات، والمناقشات، والتوضيحات التي تُثبت في النص الأصلي .

في حين يرى اتجاه آخر – اتبعه قليلون – أن جذور هذه الكلمة تعود إلى علم الفيزياء، حيث تعني السابقة " (Hyper) فوق" أو "أعلى (Over or Above)" وقد استخدمت في بدايات القرن العشرين لتصف نوعاً جديداً من الفضاء، عرّفه ألبرت آينشتاين (Albert Einstein) في نظرية النسبية بالفضاء الجديد، وهو الفضاء الذي يُرى بطريقة جديدة، لذا فهي تعني مع النص: النص الجديد أو الطريقة الجديدة التي يُدرك بها النص، وهذا الاتجاه يرى أن أصول الكلمة فقط هي التي تعود إلى "ألبرت آينشتاين"، أما استخدام الكلمة فيُعزى إلى تيد نيلسون .(بيوضة، 2018)

وقد عُرف النص الفائق بأنه توليد الحواشي (footnote) ، لأن الحواشي تربط القارئ بمصادر المعلومات التفصيلية، كما عُرف بأنه قاعدة بيانات لها إسنادات ترابطية (cross-referencing) نشطة تسمح للقارئ بالنقر إلى أجزاء أخرى من قاعدة البيانات حسب رغبته، وعُرف بأنه النص المؤلف من كتل من الكلمات والصور المرتبطة إلكترونياً من خلال مجموعة من المسارات غير محددة النهاية .

2. أنواع النص الفائق :

تم تقسيمه إلى: (بيوضة، 2018)

أ) النص الفائق الداخلي: (Internal Hypertext) وهو النص الفائق الذي يُحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع، بناءً على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين.

ب) النص الفائق الخارجي: (External Hypertext) ويقصد به النص الفائق الذي يُحيل القارئ إلى مواقع أخرى خلاف موقع الصحيفة، لكي يستزيد القارئ من المعلومات حول حدثٍ معين. إلا أنه يُعيب هذا النوع إمكانية ترك القارئ لموقع الصحيفة الأصلي وعدم العودة إليه، نتيجة دخوله موقع آخر في الوقت الذي يترك لدى القارئ انطباع إيجابي عن الصحيفة التي توفر له الروابط التي يريدها.

ت) النص الفائق المحلي: (Home Hypertext) ويقصد بالنص الفائق المحلي النص أو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل نفس الصفحة، وهناك نوعان من الروابط المحلية، أحدهما يُستخدم في الصفحة الرئيسية (صفحة البدء)، ويسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصفحة، وتلجأ الصحيفة عادةً لهذا النوع لعرض أكبر قدر من المعلومات والأخبار في صفحة البداية، ويكون التنقل هنا لأعلى أو لأسفل الصفحة.

أما الآخر فيُستخدم في الصفحات الداخلية لجعل القارئ ينتقل بين ثنايا الخبر أو القصص الإخبارية وفقاً لمعلوماته حولها، فيمكن أن ينتقل إلى رابطتين فقط من عشر روابط ويمكن أن ينتقل إلى ثلاث أو عشرة وفقاً لمعلوماته، ويوفر ذلك للقارئ الوقت ويساعده على تنظيم أفكاره ويكون التنقل هنا بين العنصر المختار وقائمة الروابط الأساسية

ث) النص الفائق والقوى الفاعلة: (Factor Power & Hypertext) يُقصد به النص الفائق الذي يُحيل القارئ إلى قوى فاعلة في النص مثل الشخصيات العامة من: السياسيين، والكتّاب، والفنانين، والرياضيين... إلخ. ويفيد هذا النص الفائق القارئ في توثيق علاقته بالقوى الفاعلة من ناحية، والاستزادة من معلوماتهم حول أحد الأخبار المهمة من ناحية أخرى، في حين يُفيد الصحيفة في إبراز تميزها والتأكيد على

قدرتها في ربط القارئ بالشخصيات التي يُحبها من ناحية أخرى. ويتم هذا الربط من خلال تقديم مواقع القوى الفاعلة على الشبكة أو من خلال البريد الإلكتروني.

ج) النص الفائق والقائم بالاتصال: (Communicator & Hypertext) يُقصد بربط النص الفائق بالقائم بالاتصال والمتلقي عبر النص، ويفيد هذا النوع في تدعيم الصلة بين الطرفين.

3. أشكال الروابط الفائقة:

هناك شكلان أساسيان للروابط الفائقة التي تستخدمهما الصحف الإلكترونية لربط القارئ بالمواد المقدمة له،

أولهما: الرسوم الجرافيكية.

ثانيهما: النص

ولكل نوعٍ من الاثنين المزايا التي تدعم استخدامه والعيوب الناتجة عن استخدامه. علاوةً على ذلك تلجأ الصحف لاستخدام الاثنين معاً كروابط فائقة. ونعرض فيما يلي لهذه الأشكال (بيوضة، 2018)

أ) الشكل الجرافيكي: تستخدم بعض الصحف الإلكترونية الرسوم الجرافيكية كأيقونات لربط صفحاتها المختلفة، فهذه الرسوم تحظى بجاذبية بصرية (Visual Appeal)، فأعين الأشخاص تنجذب عادةً إلى بقع الألوان، كما أنها تقدم للمستخدم توضيحاً بصرياً (Visual Representation) يعرفه كيف يبحر بطريقة صحيحة خلال الصفحات.

غير أن استخدام الرسوم الجرافيكية كروابط ينطوي على بعض العيوب؛ فالعديد من القراء لا يفهمون الرسوم الجرافيكية كروابط، علاوةً على ذلك فإن الرسوم الجرافيكية تأخذ فترة طويلة لتحميل الصفحة.

ب) الشكل النصي: الميزة الأساسية وراء استخدام النصوص كروابط تظهر من خلال سرعة تحميل الصفحة. أما العيب الأساسي في استخدام النصوص كروابط فيرجع إلى أنها تُشكل نوعاً من الإجهاد لعين القارئ، خاصة إذا ما إذا كانت هناك كمية كبيرة من اللون الأزرق منتشرة على طول الصفحة ..

ت) الشكل الجرافيكي والنصي: يمزج هذا الشكل بين النوعين السابقين (الجرافيكي والنصي) مكتسباً مميزاتهما ومُتلافياً بعض عيوبهما، فهو يتلافى كآبة النص من خلال تقديم الرابط الجرافيكي مصاحباً للرابط النصي.

المحاضرة الحادية عشر: العناصر التفاعلية

1. مفهوم التفاعلية:

ورد في قاموس علم الاجتماع أن التفاعلية مدخل سوسيولوجي إلى علم النفس الاجتماعي يهتم بوجه خاص بالفعل واستجابته بين الأشخاص وبين الجماعات، وفي هذا الصدد، تعبر توقعات الناس وتأثيراتهم المتبادلة المحور الأساسي أو البيانات الأولية لعلم النفس الاجتماعي، ولذلك فالتفاعلية تهتم بالمعايير الاجتماعية والأدوار الاجتماعية، أكثر من اهتمامها بتفسيرات السلوك الإنساني التي تركز على منبه الاستجابة (غيث، 2005)

التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي، وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة، وفي مقدمتها الأنترنت. فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل فقط وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفعاً من التفاعل، وقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، وبين الرسالة وقُرَّائها، وبين الإنسان والآلة، لذا يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي المباشرة والمعتمدة على رجوع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الأنترنت في شكل صحافة إلكترونية. (عبدالله، ديسمبر 2015)

وعليه فالتفاعلية اتصال ذو اتجاهين، من المرسل إلى المستقبل والعكس، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل، والتفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة مثلاً أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آنٍ واحد، أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد. (الدين م.، 1997)

2. نظرية أبعاد التفاعلية :

تعددت أبعاد التفاعلية ووفقاً لتباين مفاهيمها، ظهرت مجموعة متعددة من الأبعاد مرتبطة بكل مجال من المجالات، غير أن من أهم هذه الأبعاد بوجه خاص ما أظهرها المجال الموضوعي للعمل في الإعلام الإلكتروني، إذ إنها تسير في إطار العلاقة التفاعلية ما بين الإعلام والجمهور، وبما يتفق وطبيعة الاتصال التكنولوجي الحديث، وقد قامت الباحثة الأمريكية كاري هيتير [Carrie Heeter:1989] بعمل مسح لنماذج الاتصال بدء من نموذج شانون وويفر ونظرية التغذية السحرية، مروراً بنموذج تدفق المعلومات على مرحلتين، ومبدأ الانتباه والإدراك الانتقائي للمعلومات وصولاً إلى نموذج ستيلي وماكميلين ومفهومها لحارس البوابة ورجع الصدى، حيث رأت أن المداخل النظرية تحافظ على تدفق المعلومات في اتجاه واحد، بينما رأت أن التفاعلية تتطلب اتجاهاً متعدد الاتجاهات متعددة (Multi-Directions) فالأفراد يقومون بدور نشط في البحث عن المعلومات وانتقائها أكثر من استقبالهم السلبي للمعلومات في وسائل الاتصال التقليدية، كما أنهم يمكن أن يقوموا بإضافة المعلومات إلى مواقع الصحف الإلكترونية. وقد طرحت كاري هيتير سبع ملاحظات لنظم التفاعلية هي: (محسب، 2007)

1. المعلومات تختار لا تُرسل.

2. نظام الوسيلة يتطلب اختلاف مستويات فعالية المستخدم، فالمستخدمون عادةً فاعلون إلى

مدى معين.

3. التفاعلية [Activity] تميز كلا من المستخدم والوسيلة، فبعض الوسائل أكثر تفاعلية من البعض الآخر، وفي المقابل بعض المستخدمين فعالون أكثر من البعض الآخر.
 4. تفاعلات المستخدم والوسيلة شكل من أشكال الاتصال.
 5. استمرار رجوع الصدى [Feed Back] هي شكل من أشكال رجوع الصدى الذي يقاس به سلوك المستخدمين صوب مصدر المعلومات.
 6. ليس هناك تمييز بين المرسل والمستقبل.
 7. نظام الوسيلة يسهل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في آنٍ واحد. (محسب، 2007)
- وعلى أساس هذه الملاحظات كانت هيتز ستة أبعاد للتفاعلية:

1. تعقيد الاختيار

يرى مصممو الصحف على الإنترنت أن كثرة الروابط التي يضيفونها والخيارات الكثيرة التي يجب أن يبحر خلالها المستخدم في الموقع ضرورة للتفاعلية، حيث يرون أن المستخدم يتحول لشخص فاعل عندما يستطيع اختيار التصميم أو الصور الجرافيكية، أو عندما يبحث في الموقع باللغة الأجنبية أو لغات مختلفة، أو إذا ما استخدم حركات البحث لإيجاد المعلومات التي يرغب فيها. كما أن الاختيارات المتاحة على الشبكة تزيد الفرصة للتفاعلية، فالخيارات المتعددة تعطي المستخدم شعوراً كبيراً بالسيطرة على ما يريد أن يراه من معلومات.

2. الجهود المبذولة من قبل المستخدم:

عرّف بيزيلي (1983) التفاعلية بأنها "نسبة نشاط المستخدم بالنسبة لنشاط النظام"، فالمستخدمون لا يبذلون جهداً في قراءة المعلومات التي تقدمها لهم الصحف بطريقة آلية، بينما المستخدمون يبذلون جهداً عندما يغيرون الصفحات والشاشات لاستعراض المعلومات، وكذلك

يبدلون جهداً عندما يستخدمون الحاسوب في الاستفسار عن معلومات معينة من قواعد البيانات.

3. القابلية للاستجابة :

يمكن للصحف الإلكترونية أن تستخدم وسيطاً بشرياً للاجابة عن استفسارات المستخدم، أو تستخدم وسيطاً إلكترونياً للاستجابة؛ يتحقق الوسيط البشري من خلال إجابة المحررين والعاملين بالصحيفة على أسئلة البريد الإلكتروني الخاصة بمستخدمي مواقعهم، بينما يتحقق الوسيط الإلكتروني من خلال أدوات خاصة مثل: برامج المساعدة الفردية "AFQ(*)" والإجابة الإلكترونية على الرسائل الخاطئة واستخدام برمجيات التعليمات.

4. تسهيل الاتصال الشخصي :

يتم تسهيل الاتصال الشخصي عن طريق مجموعة من الأدوات، منها البريد الإلكتروني وبرامج الدردشة والمنتديات.

5. سهولة إضافة المعلومات:

تسمح بعض الصحف للمستخدمين بإضافة هوياتهم وهواياتهم، واهتماماتهم الخاصة، وتواريخ ميلادهم، وإعلانات الزواج، وبعض الصحف تسمح للمستخدمين بتقديم مساهماتهم في القصص الإخبارية، في هذه الحالة يصبح المستخدم محرراً، ومن ثمّ فإن هذا الإجراء يساعد الصحيفة على توثيق علاقاتها بالمستخدم إذ تسهم في تنمية القدرة على الإبداع لديه واستكشاف مواهبه.

6. مراقبة نظام المستخدم:

تتم مراقبة نظام المستخدم عن طريق تسجيل الزائرين الذين يزورون الموقع وتدوين أسمائهم وبياناتهم واهتماماتهم في قاعدة بيانات خاصة بالصحيفة، ويفيد هذا الإجراء الصحيفة في معرفة

اهتمامات القراء وخصائصهم الديموغرافية، وبالتالي يمكنها أن تعيد تقييم برامجها في ضوء اهتمامات مستخدميها .

3. أدوات التفاعلية:

يمكن تقسيم العناصر البنائية التفاعلية على شبكة الانترنت والتي تخص الصحف الإلكترونية إلى مجموعتين:

أولاً: التفاعلية التواصلية :

يقصد بالتفاعلية التواصلية الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقاً لاختياره، وتتمثل هذه الأدوات في أربع أشكال اتصالية هي: البريد الإلكتروني، وحجر الدردشة، والمنتديات، واستطلاعات الرأي العام، ولكل نوع من هذه الأدوات الاتصالية ميزات التي ينفرد بها عن النوع الآخر .

وتشترك هذه الأدوات في هدف محدد هو تحقيق التواصل بين كل من العاملين في الصحيفة والمستخدمين، والعاملين بعضهم البعض، والمستخدمين بعضهم البعض، وتتميز هذه الأدوات الاتصالية التفاعلية بمجموعة من المميزات نذكر أهمها:

-تعد الأدوات التواصلية من المميزات الأساسية لشبكة الإنترنت التي تنفرد بها عن وسائل الاتصال التقليدية الأخرى، وتعد كسباً حقيقياً للصحافة الإلكترونية مميزة إياها عن الصحافة الورقية .

- تسهل هذه الوسائل الاتصالية تواصل كل من المحررين مع المستخدمين وإقامة علاقات وطيدة بينهم بعيداً عن بيئة العمل الصحفي.

-تسهل هذه الوسائل معرفة رد فعل الجمهور إزاء أي تغطية إعلامية في نفس الوقت تقريباً

-تزيد هذه الوسائل بين معلومات الجمهور عن التغطية الإخبارية من خلال اتصاله بمصادر الأخبار الأصلية.

- تتيح هذه الوسائل علاقات وطيدة بين المستخدمين بعضهم البعض من خلال تبادل الأفكار

والمعلومات

- تتيح هذه الوسائل للمستخدم علاقات آنية بمصادر الأخبار سواء أكان متواجداً على موقع الصحيفة

أم لا.

(أ) البريد الإلكتروني:

يستخدم البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي تفاعلي غير مباشر، يسمح بإرسال رسائل القراء

الإلكترونية، والتي تتضمن تعليقاتهم على الصحف التي يتعرضون لها، ثم تقوم الصحف على الرد على ما ورد

في هذه الرسائل بشكل آلي. (الدليمي، 2011)

ويمكن تقسيم البريد الإلكتروني من حيث إمكانية استخدامه في التواصل مع الآخرين إلى الأنواع التالية:

1. البريد الخاص بالصحيفة.
2. البريد الخاص بالمحررين.
3. البريد الخاص بالقوى الفاعلة في النص.
4. البريد الإلكتروني الخاص بمواقع خدمية.

(ب) حجر الدردشة:

تعد حجر الدردشة من من أنماط الاتصال التفاعلي المباشر، والذي يتم عبر مشاركة القراء في غرفة

الحوار التي تنشئها الصحف الإلكترونية لتبادل الحوار بين المحررين، والقراء حول القضايا المختلفة.

(الدليمي، 2011) وتشترط أن يكون كل المتفاعلين موجودين في نفس الوقت، كما أن الرسائل تنتقل إلكترونياً

في نفس الوقت أيضاً. (محسب، 2007)

(ج) المنتديات:

تزيد المنتديات من تفاعلية وسائل الإعلام بصفة عامة والصحف الالكترونية بصفة خاصة، فمن خلالها تزيد فرص التفاعل بين القراء، وهي فرصة جيدة لتحقيق الاندماج بين المشتركين من خلال المناقشات الحرة. (محسب، 2007)

(د) استفتاءات الرأي العام:

تستخدم استفتاءات الرأي العام في التعرف على نبض الجماهير للتنبؤ بنتائج موضوع من الموضوعات السياسية أو الرياضية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.... التي تهم مجموعة كبيرة المستخدمين. (محسب، 2007)

ثانيا: التفاعلية المعلوماتية

يقصد بالتفاعلية المعلوماتية الأدوات التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها، سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل: محركات البحث والأرشفة، أم اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع

أ) محركات البحث

يحتاج مستخدم الإنترنت إلى طريقة بحث عن المعلومات داخل المواقع الموجودة على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه المواقع صغيرة أم كبيرة؛ فطرق البحث (محركات البحث) تسهل للمستخدم الحصول على المعلومات من ناحية، وتقلل الوقت المطلوب للوصول إليها من ناحية أخرى.

ويتخذ البحث داخل الأنترنت مجموعة من الأشكال:

- البحث داخل الصفحات.

- البحث بين الصفحات.

- مجال البحث

ب) الأرشفة:

يقصد بالأرشفة حفظ صفحات الصحيفة وموضوعاتها بصورة منتظمة يمكن الرجوع إليها عند الحاجة. (محسب، 2007)

ويمكن العودة لأرشيف الصحيفة لأعدادها الماضية، وتصل المدة أحيانا إلى خمس سنوات ماضية، كما يمكن النفاذ إلى لمركز المعلومات للصحيفة الإلكترونية، للاستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه. (الدليمي، 2011)

المحاضرة الثانية عشر: تصميم واجهات الصحف الإلكترونية وأساليب عرض المعلومات عليها:

يقصد بواجهة الصحيفة الإلكترونية صفحة بدء الصحيفة الإلكترونية التي تظهر للمستخدم عند فتحه لموقع الصحيفة، وتتسم واجهة الصحيفة الإلكترونية بثبات الشكل في كل إصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبيا، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، علاوة على ذلك فإن الواجهة تعكس هوية الصحيفة، غير أن واجهات الصحف الإلكترونية مازال يعتريها بعض المشكلات المتمثلة في ضيق المساحة المعروضة أمام المستخدم. (محسب، 2007)

ثمة مجموعة من التساؤلات تطرح أمام مصممي الصحف الإلكترونية، منها:

هل واجهة الصحيفة الإلكترونية لطرح الموضوعات جملة واحدة، أم بمثابة بوابة لطرح عناوين الموضوعات فقط؟

هل مساحة واجهة الصحيفة الإلكترونية يجب أن يراعي فيها المدخل الجمالي، أم المدخل الوظيفي في عرض الموضوعات؟

هل يفضل طرح الموضوعات بطريقة الهرم المعتدل أم المقلوب؟

هذه بعض التساؤلات التي كانت في أذهان المصممين عند تفكيرهم في انشاء الصحيفة الإلكترونية وكيفية إخراجها على الأنترنت لأول مرة، وكانت إجاباتهم متباينة على هذه التساؤلات من ناحية التطبيق.

بينت بعض الصحف الإلكترونية أن واجهة الصحيفة الإلكترونية بمثابة بوابة تفتح الطريق للقارئ عبر النص الفائق إلى موضوعات أكثر تشبعا وأكثر عمقا.

في حين ركن طرف آخر على اعتبار واجهة الصحيفة الإلكترونية بمثابة بوابة بالإضافة إلى إعطاء القارئ جرعة من المعلومات الخفيفة لكي تدفعه لمتابعة المعلومات التي يريدها وهذا ما اعتمدته صحيفة نيويورك تايمز و اليو أس أي في تقديم موضوعاتها.

وركن طرف ثالث إلى تقديم معلومات شبه كاملة عن بعض الموضوعات وترك موضوعات بعناوينها فقط، وقد تبني هذا الاتجاه بعض الصحف الإلكترونية كصحيفة الأهرام والجمهورية في طرح موضوعاتها. فواجهة الصحيفة هي المساحة التي تظهر للمستخدم عند مطالعته للصحيفة الإلكترونية متضمنة ترويسة الصحيفة، وأسلوب عرض الموضوعات، والتصميم الثابت والمتغير:

1. ترويسة الصحيفة:

تحتوي ترويسة الصحف الإلكترونية على مجموعة من العناصر الرئيسية هي: شعار الصحيفة، تاريخ صدور الصحيفة، تاريخ عدد اليوم، ووقت تحديث الصحيفة، ورقم عدد الصحيفة، ورئيس تحرير الصحيفة، وتختلف الصحف في تضمينها لهذه العناصر فبعض هذه العناصر قد يكون متواجدا في صحيفة ومتغيبا في الأخرى. (محسب، 2007)

2. كيفية إخراج الصحف الإلكترونية (أسلوب عرض البيانات):

يقصد بأسلوب عرض الموضوعات الطريقة التي تسلكها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها، فهي إما تكون افقية العرض أو رأسية العرض، وربما تمزج بين التقديم الأفقي والرأسي مولدة أسلوبا جديدا هو الأسلوب المختلط.

ولكل نوع من هذه الأنواع الثلاثة مميزاته وعيوبه، وفيما يلي سنعرض هذه الأساليب الثلاثة: (محسب،

(2007)

أولاً: الأسلوب الأفقي:

يتم في هذا الأسلوب عرض أخبار وموضوعات الصحيفة بشكل أفقي، ويتميز هذا الأسلوب براحة عين القارئ في مطالعتها للأشكال والنصوص، ويتميز أيضاً بقدرته على تحقيق الوحدة بين عناصر الخبر الواحد، فهو يسمح بعرض موضوع متكامل العناصر مع بعضه البعض، فيمكن عرض النصوص والصور والعناوين في شاشة واحدة.

عيوبه: يعيب هذا النوع قلة عدد الموضوعات التي يراها القارئ في واجهة الصحيفة، مما يؤدي إلى أن تحظى الموضوعات المطروحة أولاً على انتباه المستخدم، وقد ينصرف المستخدم إلى موقع آخر دون أن يكمل استعراض بقية عناوين الصحيفة الموجودة في أسفل الصفحة.

وعليه فهذا الأسلوب يصلح في الصفحات الداخلية وتقل أهميته في الواجهات التي تعد مجرد بوابة تدفع القارئ صوب الموضوعات التي يختارها، أما الصفحات الداخلية فالقارئ يدخل إليها بمحض إرادته الحرة مدركاً أنه يتوجه إلى خبر أو موضوع قد سبق وأن اختاره.

ثانياً: الأسلوب الرأسي:

يقصد بالأسلوب الرأسي تقديم الموضوعات والأخبار الصحفية بطريقة رأسية، فهو يسمح بعرض العديد من الأخبار والموضوعات متجاورة مع بعضها البعض.

وعليه فإن هذا الأسلوب يتميز بإمكانية عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة واحدة متغلباً بذلك على ضيق المساحة المعروضة أمام القارئ، وهذا الأسلوب يناسب واجهات الصحيفة الإلكترونية التي تمتد بوابة ولوج للموضوعات المعروضة في الواجهة

عيوبه:

بيد أن هذا الأسلوب يعيبه التنافس بين العناوين وبعضها البعض، فهي تحتوي على نفس ميزات المساحة، والموقع، والحجم، والخط، واللون، إضافة على ذلك، فإن الشاشة تكون مزدحمة بالأخبار لدرجة تربك القارئ في تحديد الموضوع الذي يبحث عنه. (محسب، 2007)

المحاضرة الثالثة عشر: نماذج تصميم صفحة البداية للصحف الإلكترونية:

1. مفهوم صفحة البداية Home page

تعد بمثابة واجهة موقع الصحيفة وذلك من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة في شخصيتها الخاصة، وتنبع أهميتها من كونها الباب الذي ينفذ منه القراء على باقي موضوعات الصحيفة، حيث تحتوي على أهم العناوين والعديد من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع. (زيد، 2009)

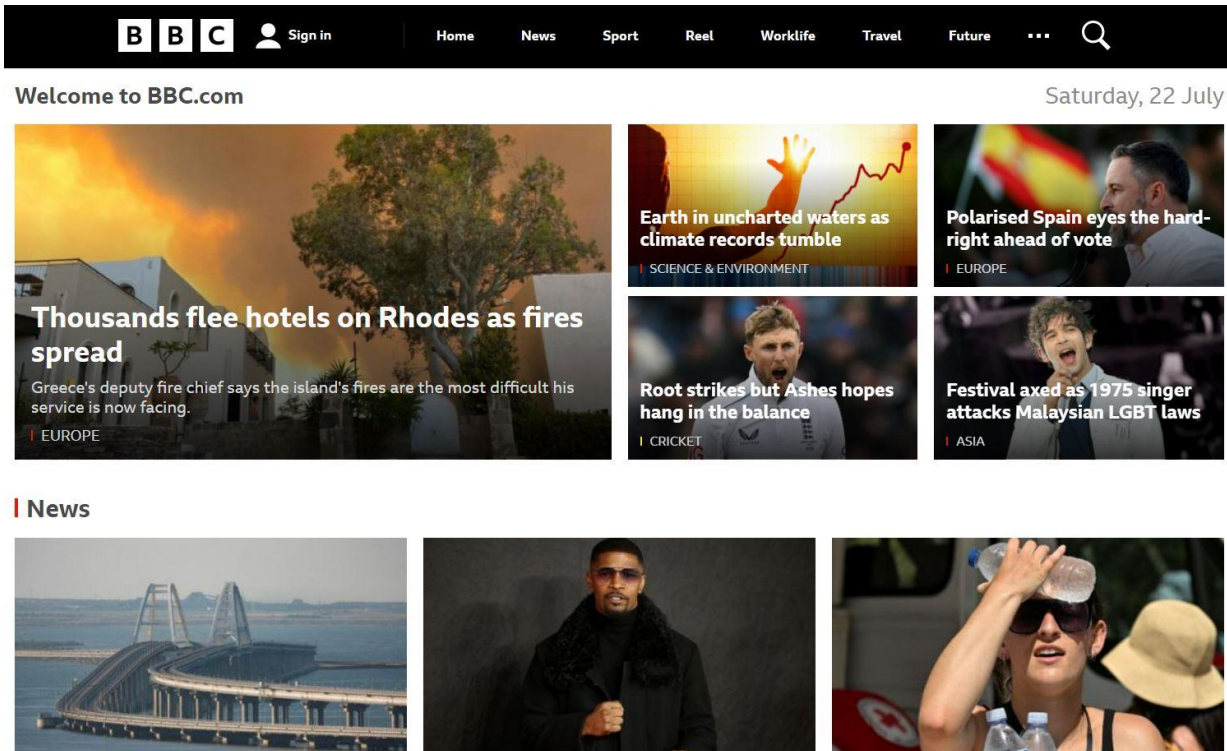
2. بعض النماذج عن تصميم صفحة البداية لصحف إلكترونية:

النموذج BBC News1 :

تعود جذور هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) إلى الإذاعة والتلفزيون أكثر من الصحافة المطبوعة، ولذلك لا يسعى موقع BBC News إلى محاكاة تجربة قراءة الصحف الورقية. فبنيت القائمة على شبكة واضحة، وصوره المصغرة الجذابة، ومحتواه المرئي من الفيديو، تجتمع كلها لتشكّل تصميمًا عصريًا متكاملًا. كما أن استخدام النص الأبيض بخط خالٍ من الزخارف فوق الصور المصغرة ضمن الشبكة يسهّل عملية التصفح وفهم المحتوى بسلاسة.

وعلى عكس موقع The Washington Post، يتضمن موقع BBC تفاعلات خفية عند تمرير المؤشر فوق الصور، حيث تزداد إضاءتها قليلًا. تساعد هذه التأثيرات الزائرين على معرفة العنصر الذي هم على وشك النقر عليه دون تشتيت انتباههم عن المحتوى، مما يعزز تجربة المستخدم بشكل لطيف وغير مباشر.

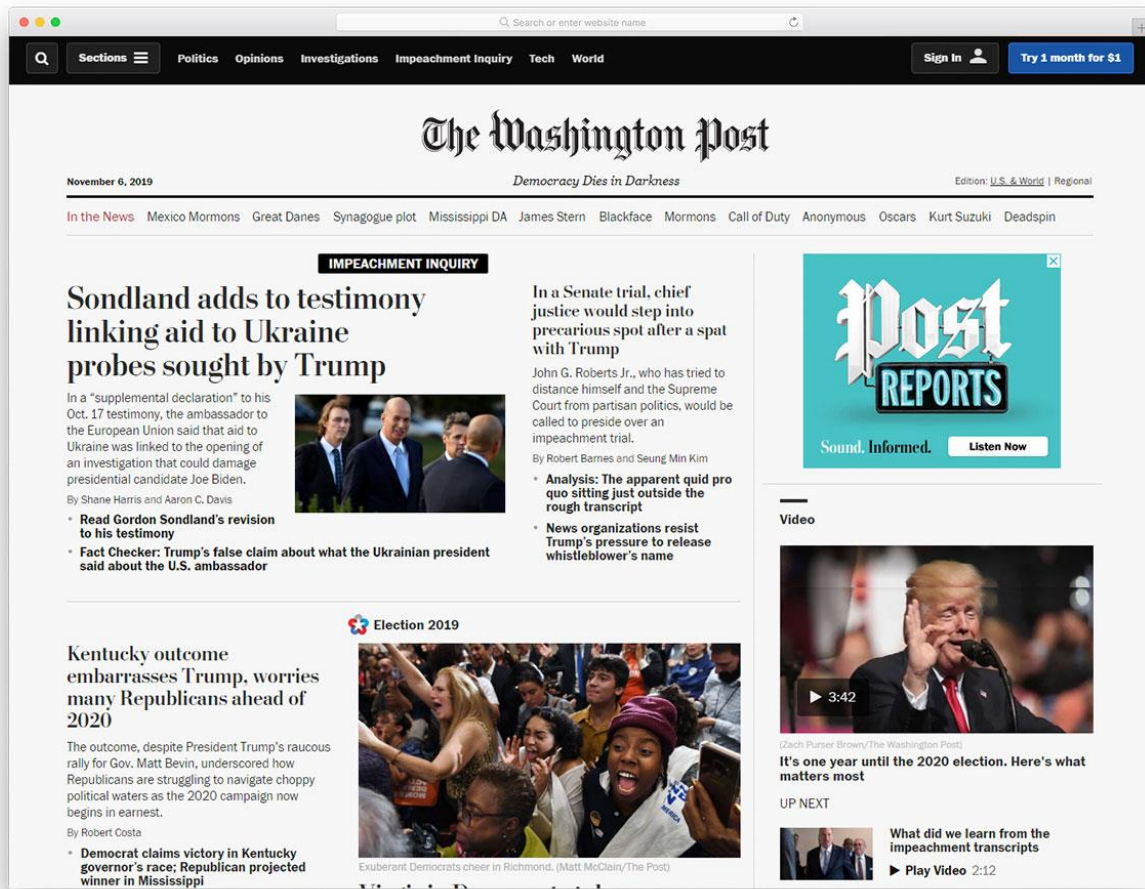
- ولتجنب ازدحام واجهة الموقع، تظهر فقط خيارات التنقل السبعة الأولى في شريط القوائم العلوي، بينما يمكن الوصول إلى باقي الأقسام عبر النقر على علامة الحذف.(...)
 - يعتمد تصميمًا شبكيًا بترتيب بصري واضح، مع صور بارزة وعناوين واضحة في الشبكة.
 - يركّز على البساطة وسهولة التصفح، مع قائمة تنقل علوية ثابتة (sticky header) وأيقونات تفاعلية عند المرور فوق الصور (hover effects).
 - استخدام واضح للمساحات الفارغة (white space) لتفادي الزحام البصري.
- (2025 ، https://webflow.com/blog/news-web-design?utm_source=chatgpt.com)



النموذج 2: The Washington Post :

- تصميم مركزي أعمدي، يعرض الخبر الرئيسي بصيغة كبيرة في الأعلى، مع أعمدة جانبية لعرض الأخبار الأخرى.
- استخدام شبكة الأعمدة لتنظيم المحتوى وضبط التوازن بين النصوص والصور.

- غالبًا ما تُضمّن عناصر مثل صورة متحركة أو شريط تمرير (slider) للخبر البارز في الجزء العلوي.



بعض النماذج لصحف إلكترونية عربية:

BBC عربي. (<https://www.bbc.com/arabic>، 2025)

Bibliographie

1. (s.d.). Récupéré sur https://webflow.com/blog/news-web-design?utm_source=chatgpt.com
2. https://webflow.com/blog/news-web-design?utm_source=chatgpt.com. (2025, 10 15).
https://webflow.com/blog/news-web-design?utm_source=chatgpt.com. Récupéré sur
https://webflow.com/blog/news-web-design?utm_source=chatgpt.com
3. <https://www.bbc.com/arabic>. (2025, 10 15). <https://www.bbc.com/arabic>. Récupéré sur
<https://www.bbc.com/arabic>: <https://www.bbc.com/arabic>

1. الحسن، ع. م. (2011). *إخراج الصحف والمجلات*. الأردن: دار زهران للنشر.
2. الدليبي، ع. أ. (2011). *الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية*. الأردن: دار وائل للنشر.
3. الدين، م. ع. (1988). *الإخراج الصحفي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
4. الدين، م. ع. (1997). *الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال*. القاهرة: دار الشروق.
5. الراتب، م. خ. (2012). *التصوير الصحفي*. الأردن: دار الأسامة.
6. الرستم، ن. أ. (2004). *فن الإخراج الصحفي*. الأردن: مكتبة المجتمع العربي.
7. الصاوي، أ. ح. (1975). *فجر الصحافة في مصر - دراسة في إعلام الحملة الفرنسية*. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
8. الصقر، م. (2008). *الإخراج الصحفي الحديث*. القاهرة: دار عالم الكتب.
9. الكاسح، م. خ. (2021). *الإخراج الصحفي وعلاقته ببرامج التصميم الحديثة*. بنغازي: دار الكتب الوطنية.
10. اللبان، د. (2003). *فن الإخراج الصحفي وأسس الفنية*. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.

11. الوحيثي، ك. ع. (1999). *أسس الإخراج الصحفي: دراسة تطبيقية على الصفحات الأولى في الصحف اليومية الليبية 1973-1969*. بنغازي: منشورات جامعة قاربيونس.
12. بيوضة، م. ج. (2018). *محاضرات في الإخراج الصحفي*. القاهرة: كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
13. خوخة، أ. ف. (2016). *الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية*. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
14. زيد، س. م. (2009). *الصحافة الإلكترونية*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
15. صالح، أ. (1986). *تصميم المطبوعات الإعلامية*. القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع.
16. صالح، أ. (1988). *أخراج الصحف العربية الصادرة بالانجليزية*. القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع.
17. صالح، أ. (2015). *جماليات التصميم الصحفي والإخراج الفني*. القاهرة: دار الفاروق.
18. عبدالله، س. م. (ديسمبر 2015). *الصحافة الإلكترونية في الجزائر. السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*, 153-190.
19. علم-الدين، م. (2011). *الإخراج الصحفي النظرية والتطبيق*. القاهرة: دار العالم العربي.
20. غيث، م. ع. (2005). *قاموس علم الاجتماع*. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
21. محاسب، ح. م. (2007). *إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت*. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
22. هاشم، ع. أ. (2005). *التفاعلية في المجالات افلكترونية على شبكة الأنترنت-دراسة تحليلية لمجلتي آخر ساعة المصرية وتايم الأمريكية*. جامعة سوهاج، مصر: رسالة ماجستير غير منشورة.