الفصل الأول :

الإخراج الصحفي المفهوم والوظائف

١- مقدمة .
٢- مفهوم الإخراج الصحفي .
٣- وظائف الإخراج الصحفي .
٤- أهمية وموقع الإخراج الصحفي .
٥- وظائف المخرج الصحفي .
٦- مواصفات المخرج الصحفي .

١ – مقدمة :

بداية لا بد من الوقوف على مفهومي التصميم والإخراج الصحفي، حيث ينطبق مفهوم التصميم على أي نشاط إنساني يتعلق بتنظيم العناصر لغرض تحقيق أهداف محددة . ويعرف قاموس "ويبستر" Webster التصميم بأنه عملية اختيار للوسائط والوسائل والعناصر وابتكار الأساليب والإجراءات لإنتاج ما ينبغي أن يكون كافيا لإشباع حاجة محددة [١] . ويقدم روبرت سكوت تعريفاً للتصميم لا يختلف كثيرا عن جوهر التعريف السابق ، حيث يقول إن التصميم الخلاق يؤدي لتحقيق الغرض الذي وضع من أجله [٢] .

ويرى ماجيور بفلين Marjoire Bevlin أن التصميم تنظيم الخامات والعناصر بطريقة تحقق غرضاً محدداً [٣] ، ويرى باول جريليو Paul Grillo أن التصميم خطة للتنظيم ، فهو يعبر عن الخامة التي يصنع منها ، والتصميم الفعال هو الذي يفي بالغرض الذي وضع من أجله، ويسير في اتساق مع القوانين الطبيعية الأصلية للتطور ويتسم بالشمولية[٤] .

ويعرف ديري كريستفرجونس Christopher Jones التصميم بأنه مزيج من أنشطة العلم والفن فيه مقومات الجمال وفيه المنهج لتجميع المعلومات المتعلقة بمجال التصميم وتحليلها ،ثم تأتي عملية إنشاء التصميم بعد ذلك التحليل[٥] حيث يرى أن التصميم لا يكون ناجحا إذا اقتصر على طرف دون آخر (العلم والفن) صحيح أن فاعلية أخد الطرفين قد تقل في بعض التصميمات، إلا أن ذلك لا يلغي وجوده كلياً ، ويطرح جونس مثالاً لذلك كتصميم بعض الآلات مثلاً قد يدفع المصمم إلى الاقتراب كثيراً من طرف العلم وفي الوقت نفسه تتضاءل الجوانب الجمالية والفنية إلى حد ما في هذا التصميم ، وعلى العكس من تصميم نماذج فنية أخرى كتصميم سجادة يقترب فيه المصمم من طرف الفن[٦].

ويشير **التصميم الصحفي لمعنيين متعاقبين:أولهما** : وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدء صدورها ويسمى التصميم الأساسي . **وثانيهما** : تنسيق عناصر كل صفحة في كل عدد بشكل دوري غير ثابت ، يتميز بالتنوع [٧].

وبتحليل التعريفات السابقة نجد أن التصميم يشمل ضمنا الجوانب التالية :

- التصميم ينشأ في ذهن المصمم وتوجهه إرادته . **فهو عملية خلق وابتكار** Creation لذلك يعتمد على مقدرة المصمم نفسه على أبتداع أشكال وهيئات فريدة وأصيلة في الوقت نفسه .

- **التصميم نشاط هادف** purposeful يوضع لتصور مدرك . وهو نظام لترتيب شيء محدد بغرض وضع حلول لمشكلات محددة . فهو ليس عبثاً بقدر ما هو عمل يهدف لإشباع حاجة حقيقية لدى الجمهور المستهدف [٨] .

- نشاط **يهدف لتحسين منتج أو خدمة** ورفع كفاءة استخدامها .

- التصميم ينبع من عقل المصمم لكنه **عملية اجتماعية** في معظم الأحيان .

- **التصميم عملية** process تتميز بأنها غير محددة ببداية أو نهاية وتتضمن قدراً من التفاعل بين طرفين أو أكثر .

- **التصميم خطة** plan وهذا يعني أن التصميم عمل ذهني وعملي منظم والتنظيم سمة مميزة له فالهيئة العامة للشكل المصمم لا تتبلور بشكلها النهائي إلا إذا تحولت من حالة فوضى إلى حالة نظام ، ولذلك يرى بفلين Bevlin أن الفوضى ما هي إلا نظام لم يفهم بعد، ودور المصمم تمييز العلاقة النظامية الكامنة في الفوضى المرئية كمدخل لخلق التصميم[٩] .

- التصميم **عملية تتصف بالشمول** .

- التصميم **يحتاج لعناصر وخامات** Materials & Elements تحدده وتكونه ، وهذه العناصر هي الخط والشكل واللون ويضيف لها بعض الباحثين الملمس ودرجة اللون ....

- **تحدد طبيعة الخامات هيئة الشكل وتؤثر في قدرة المصمم** على الابتكار كما تؤثر على قدرته على إنجاز التصميم .

- التصميم **مزيج بين العلم والفن** ، ولا يخرج عن المزيج البيئي الاجتماعي والطبيعي .

من التحليل السابق يمكن تعريف التصميم : **بأنه عملية وخطة هادفة ، تستثمر الأدوات والخامات المتاحة لابتكار عمل يشبع حاجة أو أكثر من حاجات الإنسان العلمية والفنية** . وإذا كان التعريف ينطبق على مفهوم التصميم بالمعنى الشامل في مجالات الحياة المختلفة فإن التصميم الصحفي : **هو عملية وخطة منظمة تستهدف استثمار العناصر التيبوغرافية لإنجاز صفحة أو**

مجموعة صفحات ، يراعى في تلك العناصر الجوانب الوظيفية والجمالية ، ونشبع حاجات القارئ من الناحية المرئية .

٢- مفهوم الإخراج الصحفي :

تنوعت المصطلحات الدالة على مفهوم الإخراج الصحفي ، ويمكن التوقف عند المصطلحات الأكثر شيوعاً:

١- **مصطلح Make up** وهو استعارة من فنون التزويق أو التهذيب أو تحسين المظهر في فنون التجميل ، ويترجم بالتوضيب .

٢- **مصطلح Basic Format** وهو اشتقاق من قطوع الصحف ومعالمها الأساسية ، ويترجم بالشكل الأساسي للمطبوعة .

٣- **مصطلح Decoration** وهو استعارة من فنون العمارة ويترجم بالدوكرة .

٤- **مصطلح Coordination** ويترجم بالتنسيق أو التناسق أو ترتيب الأشياء المجمعة في حيز معين.

٥- **مصطلح Miss in Page** للدلالة على تقسيم الصفحة ويترافق هذا المصطلح مع ترسيم الصفحة أو تخطيطها Planning.

٦- يشيع في بعض المراجع ولاسيما القديمة منها **مصطلح Composition** ويترجم بالتركيب أو التكوين أو تجميع العناصر المكونة للصفحة وإن كان أكثر دلالة علي عمليات جمع المواد الصحفية ، وقد يكون السبب في تسمية الإخراج بهذا المصطلح لأنه كان يمارس في غرف الجمع .

٧- **مصطلح Design** وهو من أكثر المصطلحات شيوعاً ويترجم بالتصميم وهو جزء من الإخراج .

٨- **ومصطلح Lay Out** من أكثر المصطلحات تداولاً للدلالة على مفهوم الإخراج الصحفي .

يعرف الإخراج الصحفي **بأنه فن وعلم وظيفي وجمالي ، يهتم بإنشاء وترتيب العناصر التيبوغرافية على صفحة المطبوعة وتحكمه عوامل صحفية وبشرية وتقنية** (١٠) ويفرق الباحثون في هذا الصدد بين التيبوغرافيا وبين الإخراج الصحفي فبينما تنحصر مهمة التيبوغرافيا في القواعد التي تحكم استخدام العناصر التيبوغرافية نجد أن الإخراج الصحفي يتعلق بتوزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصفحة واختيار هذه العناصر وإبرازها وفقاً لخطة معينة (١١) .

ويحدد **رولد إيفانس** هدفين أساسيين للإخراج الصحفي :

*- **الأول** : التنظيم ومعناه تنسيق المواد الصحفية المتباينة في وحدات، وتنسيق العناصر المختلفة داخل الموضوع أو الحيز الواحد .

*- **والثاني** : الإبراز فالمخرج الصحفي عليه إلى جانب تنظيم المواد الصحفية أن يرتبها وفقاً لقيم صحفية معينة (١٢) .

٣- وظائف الإخراج الصحفي :

للإخراج الصحفي مجموعة من الوظائف والأهداف من أبرزها :

- **- جذب انتباه القراء** للصحيفة ككل أو لجزء منها من خلال تفردها ببعض الملامح التيبوغرافية في السوق الصحفية.
- - **إثارة اهتمام القراء** لمطالعة الصحيفة ككل أو بعض موضوعاتها أو موضوع معين .
- **- تحديد الملامح الشكلية للصحيفة** ومنها ما يمتاز بالثبات والاستقراء كالقطع والتبويب وعناصر رأس الصفحة الأولى والألوان ... ، ومنها متغير يختص بترتيب العناصر التيبوغرافية على كل صفحة من صفحات المطبوعة .
- **- تمييز الصحيفة عن غيرها من الصحف** .
- **- تقديم الصحيفة بحلة بهية للقراء** تجلب السرور ، وبث شعور لهم بأن هذه الصحيفة معدة بهذا الشكل خاصةً لهم.
- - **تجسيد الرسالة الاتصالية** بما يعكس المحتوى المنشور بشقيه المعلن والخفي . وفي هذا المقام تبرز العلاقة الوطيدة بين الشكل والمضمون فكل منهما تعبير عن الآخر .
- **- تقويم الرسائل الإعلامية المنشورة** وإعطاء كل منها الموقع والمساحة التي تعبر عن أهمية محتوى كل منها .
- **- تحديد علاقة التجاور بين عناصر الشكل** على أسس علمية ، من خلال الإجابة عن أسئلة لماذا نشر هذا الموضوع لجوار ذاك ؟ أو استبعد هذا الموضوع عن ذاك ؟ أو تم جمع عدة موضوعات في صفحة واحدة ؟ وهو ما يشير بأن التبويب هو وظيفة إخراجية .
- - استغلال كل صفحة **لنشر أكبر عدد ممكن من الأخبار** والموضوعات الصحفية بأفضل وأسهل طريقة .
- **- التعبير عن سياسة الصحيفة** .

- **تسهيل عملية القراءة** وإيصال المحتوى الاتصالي للقراء بيسر وسهولة .
- **إراحة بصر القراء** من خلال تنسيق العناصر الشكلية على الصفحة ، وتنظيم مكونات المحتوى التحريري على المساحة المخصصة، وترك بياض كافٍ بين السطور واختيار أحجام حروف تلائم سن القراء.
- **تنظيم عملية القراءة** على سبيل المثال العمود منظم لعملية القراءة عندما يصل القارئ لنهايته يبدأ بقراءة العمود الذي يليه وهكذا ؛ ماذا لو أن المخرج استخدم صورة في وسط الموضوع استخداماً خاطئاً ؟ سيقرأ القارئ العمود وصولاً للصورة ويسأل نفسه كيف أكمل القراءة أسفل العمود أم أنتقل للعمود المجاور ، في هذه اللحظة قد ينصرف عن القراءة .
- **توفير وقت القراء** ، فَقُرَّاء اليوم عَجلون ليس لديهم الكثير من الوقت للبحث عن الموضوعات المهمة وأمكنة نشرها أو البحث عن تتمات الموضوعات ، لذلك يضطلع الإخراج بوظيفة تسهيل وصول القارئ للمحتوى المنشور من خلال التبويب ونشر أرقام الصفحات والإشارة لرقم الصفحات التي تحتوي التتمة أو الموضوع كاملاً .
- **توزيع العناصر التيبوغرافية بشكل يوجه حركة عين القارئ** ويحقق أقصى قدر ممكن من الانسجام والتكامل بين عناصر المادة الصحفية .
- **الارتقاء بذوق القراء** وذلك من خلال تقديم إخراج يقوم على أسس علمية.

٤- أهميته وموقع الإخراج الصحفي :

يحدد وعي رئيس التحرير ومعاونيه والمحررين والمخرجين الصحفيين أهمية الإخراج الصحفي وموقعه في الصحيفة التي يعملون بها ، إما أنة أساسي أو ثانوي، ولا شك أن الإخفاق في تقدير العلاقة المشتركة بين الشكل والمضمون والتفاعل بينهما يسيء إلى الإخراج الصحفي ، ويختلف حجم جهاز الإخراج الصحفي من مؤسسة صحفية لأخرى طبقاً لعدد منشوراتها ، وعدد صفحات كل مطبوعة مما يصدر عنها ، ودورية صدورها ، وقد يمثل هذا الجهاز بشخص واحد كما هو الحال في المجلات ، أو بشعبة إخراج ، أو بقسم ، أو بإدارة . كما تختلف تبعية هذا الجهاز من مؤسسة لأخرى ، وثمة اتجاهات عامة تحدد تبعيته ، فبعض المؤسسات تجعله قسماً (إدارة) مستقلاً يرتبط مباشرة بإدارة الصحيفة ، ويحضر رئيس القسم اجتماعات التحرير ويأخذ توجيهاته من رئيس التحرير مباشرة وله الحق في إبداء رأيه في المسائل التي تتعلق بالجوانب الفنية ، وهذا التوجه ينظر للإخراج الصحفي نظرة أساسية تثمن دوره في مجمل العمل الصحفي . بينما تلحقه صحف أخرى بقسم التحرير الصحفي أو تجعله شعبة مستقلة بين أقسام التحرير وبالتالي يتلقى رئيس القسم تعليماته من رئيس قسم التحرير أو مدير التحرير وهذا التوجه

ينظر للإخراج نظرة ثانوية لا يرقى للمستوى الأول . وتلحق صحف أخرى هذا القسم بقسم (إدارة) المطابع أو قسم الإنتاج وهذا التوجه ينظر للإخراج نظرة هامشية تلاشت من صحف العالم .

٥- وظائف المخرج الصحفي :

المخرجون الصحفيون . **ثلاثة أنواع :**

أ – المخرج الصحفي الفني أو سكرتير التحرير الفني : مهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة وفقاً لرؤية المشرف أو المدير الفني لواقع تيبوغرافي – عناوين – مقدمات – صور – رسوم – جداول – ألوان ... إنه يقوم برسم نموذج الصفحة Maquette .

ب- المخرج الصحفي المنفذ "سكرتير التحرير التنفيذي": الذي يقوم بتنفيذ صفحات الجريدة وفقاً لنموذج الصفحة المعد في صالة التوضيب أو في صالة المونتاج، وتحتاج الصحف التي تختار أسلوب الإخراج على نماذج للصفحات إلى قوة بشرية كبيرة يسند لبعضهم مهمة التصميم والبعض الآخر عملية التنفيذ .

د- المخرج الصحفي المصمم المنفذ : الذي يتولى تصميم وتنفيذ صفحات الجريدة وغالباً ما يتم عمله على أجهزة الحاسب ، سواء أعدت على (ماكيت) يقوم برسمها أو أجرى تجارب (سكتشات) على ورق عادي أو قام بالتنفيذ على الشاشة مباشرة مستعيناً بالنماذج الإلكترونية المخزنة في الحاسب عن الأعداد السابقة من صحيفته .

يضطلع المخرج الصحفي بعدد من الوظائف منها :

١)- تلقي المواد المكتوبة مزودة بالصور وبعض الرسوم من قسم (أقسام) التحرير .

٢) – توزيع هذه العناصر التي يطلق عليها التيبوغرافية typography units على الصفحة وبناء علاقات فيما بينها يعتمد على أسس ومبادئ التصميم .

٣)– إرسال مواد التحرير المكتوبة لقسم الجمع، وإرسال الصور والرسوم لقسم المسح الضوئي لإدراجها في النصوص المجموعة . وتكليف بعض المخرجين أو رسامي الصحيفة بإعداد رسومات يدوية (جمالية – توضيحية) أو معالجة بعض الصور لاستخدامها في بعض الموضوعات التي تحتاج لصور غير متاحة أو غير صالحة للنشر .

٤)– رسم نموذج الصفحة " ماكيت " .

٥) – وخلال رسم نموذج الصفحة يقوم المخرج بتحديد أولويات كل موضوع معد للنشر بإعطاء كل منها رقماً ترتيبياً (أو رمزاً) للدلالة على موقعه .

٦) – إرسال النسخ المجموعة لقسم المراجعة اللغوية أو قسم التصحيح .

٧)- استخراج تجارب المراجعة النهائية .على ورق من مقاس A3 (٤٢ – ٥٩.٤ سم).

٨)– متابعة طباعة الصحيفة في قسم الطباعة للتأكد من أن ما تم وضعه يتم طباعته .

٦- مواصفات المخرج الصحفي :

حتى يتمكن المخرج الصحفي من أداء الوظائف العديدة التي يضطلع بها ينبغي أن تتوافر له العديد من الميزات:

- **– خبرة تحريرية** : فالإخراج الصحفي لا يعمل بمعزل عن التحرير الصحفي ، بل يكمله ويرتدي عباءته ، ولا يمكن أن يعبر المخرج عن المحتوى التحريري شكليا ما لم يكن عارفا بأصول وقواعد التحرير الصحفي .
- **– حس جمالي** : يقوم الإخراج الصحفي على جانبين هما الوظيفية والجمالية ، فإذا كان الجانب الوظيفي يمكن تعلمه من خلال الدراسة والملاحظة والتجريب ، الجانب الجمالي يكمن في ذوق المخرج الصحفي الفني ، وهو فطري المنشأ يمكن ترقيته بالتدريب والتعليم .
- **– خبرة فنية** : الإخراج الصحفي حلقة وسطى بين التحرير والطباعة .
- **– خبرة بأذواق القراء** : أذواق القراء تحدد بشكل أو بآخر طريقة القراءة ومعرفة أذواق القراء من الممكن أن ترفع نسبة المقروئية ، ولأن أذواق الناس تتجدد لابد أن تدرس باستمرار .
- **– خبرة تسويقية** : الهدف النهائي للإعلام إيصال رسالة أو مجموعة رسائل للقراء ولا يمكن وصول هذه الرسائل ما لم تشهد أرقام المبيعات نمواً ملحوظاً .
- **– خبرة قانونية** : المخرج الصحفي الملم بالمحذورات القانونية يجنب صحيفته الكثير من المتاعب القضائية ، والجوانب القانونية ترتبط بالتحرير الصحفي وهي وظيفة استشارية في الصحف، على سبيل المثال متى نستبدل رسم بصورة ، أو نجري تعديلات على صورة أو رسم ، وهي إجراءات تتخذ مراعاة لجوانب قانونية .
- **– خبرات شخصية** : الخبرات الشخصية متنوعة وتتسع لتشمل الخبرات المعرفية والدراسية ....

الفصل الثاني :

عناصر (مكونات) التصميم الفني

٧- مقدمة .

٨- النقطة Dot .

٩- الخط Line .

١٠- الشكل Shape .

١١- الفراغ Space .

١٢- الحجم Size .

١٣- الملمس Texture.

١٤- القيمة Value .

١– مقدمة :

يتكون التصميم بعامة من مجموعة من العناصر تمنح التصميم هيئة عامة مميزة ، ويختلف الباحثون في تحديد هذه العناصر ، فمنهم من يرى في بعضها عناصر وبالأخرى متممات ، وبعضهم لعناصر رئيسية وثانوية ومنهم من يقول : إن لكل تصميم مكوناته التي يتفرد بها .نتناولها جميعها بشيء من التبسيط .

٢- النقطة Dot :

هي الأثر الذي تحدثه أي وسيلة كتابية على أرضية ، وتختلف النقاط في أحجامها وأشكالها وتظهر للعين فقط حين تتباين مع الأرضية التي كتبت عليها. فالحروف ما هي إلا مجموعة نقاط متلاصقة والصور ما هي إلا مجموعة نقاط متجاورة . والنقاط في بعض الحروف العربية (الحروف المنقوطة) وفي علامات الترقيم . وعلى المخرج الصحفي أن يجيد التعامل معها تلبية لجانبي الإخراج الوظيفي والجمالي .

٣- الخط Line :

تعرف الخطوط بأنها مجموعة نقاط متراصة إلى جوار بعضها باتجاه واحد ، ويمكن تتبع وظائف الخطوط في التصميم الصحفي فيما يلي :

١. تمنح الخطوط الحروف المجموعة والمخطوطة هيئاتها المرئية.

٢. الخطوط تحدد الأشكال وتميزها، فتحدد **حيزاً من المساحة المطبوعة** ، وتظهر **في حواف الصور والحروف والأرضيات** .

٣. تسهم الخطوط في خلق أعمدة الصحيفة من خلال تقسيمها على الصفحة.

٤. الخطوط وسائل تقليدية للفصل بين المواد.

٥. تسهم الخطوط في خلق حركة على الصفحة وهي حركة ادراكية ، تماما كما تستخدم الخطوط علامات إرشادية توجه عين القارئ ، كما تستخدم لتوليد إيقاع على الصفحة كأن نستخدم مجموعة خطوط متجاورة مختلفة في سمكها ونجد العين تسير مع تدرج هذه السماكة من الأكبر للأصغر أو العكس وهي قيمة إيقاعية.

٤- الشكل Shape :

يعرف قاموس وبيستر Webster شكل الصحيفة بأنه مساحة الصفحة وعدد أعمدتها، والشكل هو الهيئة المرئية التي تبدو بها الأشياء ؛ فلا يمكن رؤية الأشياء وإدراكها إلا عندما يكون لها شكل في ظروف رؤية ملائمة تتباين هذه الأشكال مع أرضيات وهي الخلفيات التي تبرز الأشكال ، وتتنوع الأشكال من حيث هيئتها المرئية فمنها الأشكال الهندسية ومنها الأشكال الحرة ، ومنها المنتظم

وغير المنتظم ، وإذا كانت الأخيرة هي السائدة في الفن التشكيلي إلا أن الأشكال الهندسية هي السائدة في تصميم الصفحات المختلفة أو في العناصر التيبوغرافية ، ومنه أهم الأشكال الهندسية في الصحف :

١-**الأشكال الثلاثية** : ومنها المثلث ، ومع أنه يتميز ببساطته وسهولة إدراكه إلا أن وجوده في الصحافة نادر ، ولا يكاد يظهر إلا في المجال البصري المحيط للكتلة العنوانية المخرجة بأسلوب الهرم .

٢- **الأشكال الرباعية** : ومنها ما هو منتظم وغير المنتظم ومن أمثلتها المعين ومتوازي المستطيلات وشبه المنحرف ولكن استخدامها يقتصر على بعض الخلفيات المرافقة لبعض العناوين الثابتة ، وبعض العناوين الصغيرة أو العمودية . ومن أكثر الأشكال الرباعية ظهورا في الصحافة الشكل المربع والمستطيل :

أ- **المربع** : شكل يتميز بتساوي أضلاعه الأربعة ، ومع أن المصممين ينصحون بالابتعاد عن استخدامه قدر المستطاع نظرا لتساوي أضلاعه ويعتبرونه من أقل الأشكال جاذبية وأكثرها كآبة لأنه يوحي بالسكون والجمود .

ب- **المستطيل** : وهو الشكل الأكثر شيوعا في المواد المطبوعة ، لأنه يحقق نوعا من الحيوية ، وهو إما إن يكون رأسيا أو أفقيا ، وتتميز الأشكال المستطيلة بالألفة في حياتنا .

٣ - وهناك أشكال هندسية مضلعة لكنها أكثر من رباعية كالخماسية والسداسية والسباعية والثمانية وغيرها وهي نادرة الاستخدام في الصحافة نظرا لما تحتاجه من جهد وعناية في تصميمها ، لا تلائم طبيعة العمل اليومي للصحافة .

٤- الأشكال الدائرية وأبرزها الدائرة والبيضوي والمفلطح وتتميز بالحركة والحيوية ، وذلك يعود إلى أن الشكل الدائري لا يمتلك أي قيمة استقرارية .

وينصح بعض التيبوغرافيين [١٣] بتجنب الأشكال الدائرية والبيضوية رغم ما تحققه من جذب للانتباه ، لأنها تفتقر للبساطة وعلى المصمم أن يستغل براعته في المحافظة على بساطة الشكل لكل ما يضعه على الصفحة من عناصر تيبوغرافية ، ومن ثم فإن أفضل شكل يمكن أن تتخذه أرضية أي صورة أو عنوان هو المستطيل أو المربع بحيث تبدو مستقيمة من جوانبها الأربعة أما الأشكال غير

الهندسية وإن كانت كثيرة ومتنوعة الاستخدام في الفنون التطبيقية والتشكيلية ، فهي قليلة الاستخدام في الصحف ويمكن رصدها في الجوانب التالية :

۞- **الصور ممزقة الحواف** : وقد يكون التمزيق لضلع أو ضلعين متقابلتين من أضلاع الصورة وقد يكون التمزيق للأضلاع الأربعة، تنشر هذه الصورة للتدليل على الضياع والعذاب والمستقبل الغامض.

۞- **الصورة المتلاشية الحواف** : وهي الصور التي تتلاشى حوافها تدريجيا حتى تذوب خلفيتها مع لون الورق ، ويحقق التخفيف التدريجي لحواف الصورة هدفا جماليا كما أنه يعطي انطباعا بالقدم ، ويتم إنتاج هذا الشكل عن طريق إزالة النمط النقطي تدريجيا من حواف الصورة .

۞- **الصور محذوفة الخلفية (الديكوبية)** : ويقصد بها إزالة الخلفية المحيطة بالموضوع الأساسي للصورة ، بحيث يصبح الورق هو خلفية الصورة ، وتعتبر من أكثر أشكال الصور لفتا للنظر ، وتتميز الصور الديكوبية بإبرازها لعنصر الحركة ، وهذا يحتاج من المصمم الصحفي عناية خاصة عند اختيارها فليست كل الصور صالحة لأن تكون مفرغة خلفيتها ، وهناك مجموعة من العوامل تحدد مدى صلاحية الصورة لتفريغ خلفيتها ولاسيما مضمونها ، فإذا كانت الخلفية تضيف معنى جديدا أو مكملا لمضمون الصورة فيجدر بالمصمم عدم الاستغناء عن هذه الخلفية، ثم مدى قتامة الجزء المفرغ من الصورة ، فإذا لم تكن حواف الصورة " المضمون " داكنة وواضحة فإن تفريغها قد يسيء إليها، وربما تختفي الأصابع والشعر والأنف في الصور الجانبية والأذنان وغيرهما الأمر الذي يدعو لحسن الاختيار ودقة وجودة التنفيذ . وهذا النوع من الصور نادرا ما يظهر مع الموضوعات السياسية أو الصفحات الجادة بقدر ظهوره في الصفحات الخفيفة .

والغرض الأساسي من عملية حذف خلفية الصورة تأكيد المعنى في موضوع الصور وإبراز المكونات الأساسية ، بحيث تركز عين القارئ على أهم ما في الصورة وإذا لم يحقق حذف الخلفية ذلك يحسن نشرها بدون بذل جهد ووقت لتحقيق هذا الشكل .

كما أن الأرضيات المطبوعة في الصحف متنوعة الأشكال وفقا لما سبق فهي هندسية إما منتظمة أو غير منتظمة ، ومهما تنوعت أشكالها يمكن تصنيفها وفقا لعدد النقط في هذه الأرضية إلى ثلاثة أنواع (في الطباعة غير الملونة) : المصمطة أو الداكنة والشبكية أو الباهتة والغريزية (إضافة إلى جعل

الصورة أرضية والعنوان أرضية ...) وتختلف هذه الأرضيات وفقا لاستخدامها طباعيا ، فتظهر مع الحروف (حروف المتن والعناوين) ويمكن تقسيم أشكال الحروف والأرضيات في التصميمات المختلفة في الصحافة إلى :

- **الحروف على أرضيات داكنة** [١٤] أو المعروفة بالأشكال المعكوسة حيث تظهر الحروف بلون الورق على أرضية داكنة بلون الحبر المستخدم في الطباعة .
- **الحروف على أرضيات شبكية** : ويمكن أن نميز في هذا النوع شكلين للحروف هما :

أ – **الأشكال الإيجابية على أرضيات رمادية أو شبكية** وتظهر الحروف والأرضية بلون الحبر المستخدم في الطباعة أو بلونين مختلفين ، وتتنوع (الحروف وأرضياتها) بتنوع الشبكة المستخدمة في إنتاج الأرضية ، فهناك الشبكات الدقيقة الناعمة التي تنتج أرضيات تكاد لا ترى نقاطها بالعين المجردة حيث يزيد عدد النقاط على ٤٠٠٠ نقطة في البوصة الواحدة أما الشبكات الخشنة فيقل عدد النقاط الشبكية إلى ما دون ٤٠ نقطة في البوصة الواحدة .

ب . **الأشكال السلبية للحروف على أرضيات رمادية أو شبكية** ، وفي هذا النوع من الأرضيات تبقى حروف المتن بلون الورق المستخدم بعد تفريغها من الأرضية الشبكية و هذا النوع من الأرضيات والأشكال يتميز بعيب مزدوج : عيب الأشكال السلبية (الحروف) نفسها وانخفاض الفرق في الطاقة الضوئية المنعكسة بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض التباين بينهما وبالتالي قلة وضوح الشكل .

- . **أشكال الحروف على أرضيات غريزية** : والأرضية الغريزية grise عبارة عن خطوط طولية أو عرضية في الغالب وأحيانا مائلة يطبع عليها المتن أو حروف العناوين ومنها نوعان أيضا : **الأول**: الأشكال الإيجابية حيث تظهر الحروف سوداء على الأرضية الغريزية . **والثاني** : الأشكال السلبية على الأرضية الغريزية وهو شكل يصعب جدا قراءة حروفه
- – **أشكال الحروف على أرضية صورة** أو على جزء منها .
- ـ يلجأ المصمم للمزاوجة بين شكلين على أرضية واحدة كأن يفرغ جزءاً من العنوان (حروف معكوسة) ويترك باقي العنوان بحروف سوداء ، ويطبع الاثنان معا على أرضية رمادية ، ويعد هذا الإجراء جيدا في حالة الأشكال الكبيرة وقد يحمل عيوبا كثيرة إذا كانت الأشكال صغيرة الحجم .

- **المزج بين الشكل والأرضية** : يمكن أن يكون العنوان شكلا (أرضية) لعنوان آخر أو صورة صغيرة وهو من الإجراءات نادرة الاستخدام لكن حين يوظف بشكل سليم يحقق تباينا ويلفت النظر .

٥- الفراغ Space [١٥] :

هو المساحة التي تبدو خالية من الأشياء، فهي المتنفس الطبيعي لضمان استمرارية الحياة ، يصعب أن نرى منزلا بدون فراغ . ويمكن رؤية الفراغ في التصميم الصحفي في عدة مناطق منها :

١- هامش الصفحة ويحدد المناطق الطباعية ويشترك معها في تحقيق بعض أسس التصميم الفني.

٢- حول العناوين ويزيد إذا صمم العنوان على شكل هرم أو منطلق يمينا أو يسارا ، ويسهم في توازن العناوين ويمنع تصادمها .

٣- حول المتن والصورة ويسهم في إبرازها وفصلها عن بعض لتسهيل عملية القراءة.

٤- بين أنهر الموضوعات أو الجداول والفواصل ويسهم في فصلها وإبرازها ، وينصح أن يكون بين الأعمدة حوالي ٠.٥ سم وفي حال استخدام جدول ألا يزيد الفراغ حوله على ٠.٢ مم .

٥- بين سطور الموضوع الواحد لتنظيم حركة القراءة وفصل السطر عن سابقة وينصح أن يكون موحدا ويساوي مقدار الحرف الذي نجمع به .

٦- حول العناوين الفرعية (والعناوين عموما) وينصح أن يكون مقداره فوق العنوان ضعف مقداره أسفله ، لنوحي للقارئ أن العنوان ينتمي لما بعده، ويستثنى من ذلك العناوين التي تنشر في رأس الصفحات .

٧- بين الحروف والكلمات وقبل علامات الترقيم، ويفضل أن تكون بمقدار أحجام الحروف المجموعة ، لذلك لا ينصح بمد أو ضغط الحروف والكلمات بشكل مبالغ به لأنها تقلل من كمية الفراغ وتقلل من المقروئية .

ويستفيد المصمم من الفراغ لتحقيق مجموعة وظائف مها :

١- إراحة بصر القارئ .

٢- تسهيل القراءة فلا يمكن للقارئ أن يتابع القراءة بدون فراغ كاف بين أسطر الموضوع الواحد ، فإذا ضاق عن حد معين وزاد طول السطر على حد معين ينهي القارئ السطر ثم يعود ليقرأه مرة أخرى، الأمر الذي يؤدي به للإعراض عن القراءة كليا .

٣- **إيجاد رابطة بين العناصر** : يؤدي هذه الوظيفة الخط ؛ ولكن من الممكن أن يقوم بها الفراغ على سبيل المثال : زيادة الفراغ أعلى العنوان تجعله ينتمي لما بعده .

٤- **يمنح الإحساس بالبعد الثالث**: للسطح عموما له بعدان يمكن الإيحاء بالبعد الثالث من خلال زيادة الفراغ في أحد جوانبه أو في جانبين منه، وهو إجراء يفقد الصحيفة مساحة هي بحاجة لها لشغلها بموضوعات التحرير لذلك نجده نادر الاستخدام .

٥- **إضفاء الأهمية** : العلاقة بين زيادة الفراغ والأهمية علاقة طردية ، فهي تعبير عنها لأنها مساحة مضافة ، على سبيل المثال غالبا ما تزيد أحجام حروف العناوين لأهميتها ويرافق هذه الزيادة زيادة الفراغ المحيط بها وهو ما يترافق مع الأهمية .

٦- **يمنح الصفحة حيوية** : الصفحة دون فراغ كاف تبدو رمادية وأحد أساليب كسر حدة رمادية الصفحة استخدام الفراغ .

٦- الحجم Size [١٦]:

هو الكيفية التي تظهر بها الأشياء في محيطها أي كتلة الأشياء ، وهو تعبير عن ضخامة الأشياء ونحافتها ، ويمكن للمخرج الصحفي توظيف الحجم بعدة مجالات منها :

١- **تنظيم القراءة** : غالبا ما يبدأ القارئ بمطالعة الصحيفة بالنظر للعنصر الأكبر وفي الصحف هي العناوين ، ثم يتحول لقراءة ما نشر بحجم أصغر.

٢- **التعبير عن الأهمية** : غالبا ما ينشر العنوان الرئيسي ولاسيما في الصفحة الأولى بحجم كبير تعبيرا عن أهميته سواء كان موضوعه كبيرا أم لا.

٣- **إضفاء اهتمام على بعض الموضوعات**: إعطاء مساحة أكبر لبعض الموضوعات أو العناوين أو الصور يضفي عليها أهمية نسبية .

٤- **تحقيق جاذبية صفحة** : نشر الموضوعات والصور وجمع العناوين بأحجام متماثلة يجعل الصفحة رتيبة ، وتغيير الحجم فضلا عن تحقيقه مزايا أخرى يجعل الصفحة أكثر جاذبية .

٥- **التعبير عن المسافة** : فالأشياء القريبة تبدو أكبر من الأشياء البعيدة وهذه الأحجام ما هي إلا تعبير عن المسافة الجغرافية ، كما يمكن التعبير عن المسافة الزمنية بترتيب العناصر طبقا لأحجامها الأحدث هو الأكبر أو العكس .

٦- **التعريف بالحجم الحقيقي للأشياء** .

٧- ملء الفراغ : يلجأ المخرج الصحفي لتكبير بعض العناصر ولاسيما الصور لتوفيق الموضوع مع المساحة المخصصة له ، وهو من الإجراءات شائعة الاستخدام في المجلات نظرا لمرافقة كل موضوع في المجلة مع صورة أو أكثر .

٨- تحقيق الوحدة : يساعد الحجم الموحد (الصور – العناوين ..) على إضفاء مظهر ثابت للصفحات ويحقق الوحدة على صفحات المطبوعة في عدد واحد .

٧- الملمس Texture:

هو الإحساس بنعومة الأشياء وخشونتها ، ويمنحها معاني ثرة أكثر مما نتوقع ، ويضفي عليها دلالات رمزية ، وللملمس في التصميم نوعان أساسيان :

١- **ملمس حقيقي** : وهو الإحساس بنعومة وخشونة الأشياء فعليا، ويبرز في التصميم الصحفي بنعومة وخشونة رتبة الورق المستخدم في طباعة الصحف .

٢- **ملمس مرئي** : يقوم أساسا على الإحساس بنعومة أو خشونة الأشياء.

ويمكن توظيف الملمس في التصميم المطبوع في عدة مجالات منها :

١- **إيجاد علاقة بين الشكل والأرضية** : فالملمس في المواد المطبوعة ما هو إلا علاقة بين شكل وأرضية ، فيمكن استخدام ملمس خشن مع أرضية ناعمة والعكس صحيح للتعبير عن فكرة معينة.

٢- **منح المطبوعة إحساسا معينا** كالعنف والحماس في حالة استخدام الملمس الخشن ، أو الوداعة والألفة في حالة استخدام ملمس ناعم .

٣- **خلق التباين** : يمكن التمييز بين الأشياء بتباين ملمسها فالفارق بين ما هو خشن وناعم تباين باستخدام الخداع البصري .

٤- **منح الإحساس بالثراء والعمق والحيوية والنشاط** : بتغيير قيمة الملمس فهو متدرج بين شديد الخشونة وشديد النعومة ، وتوظيف هذا التدرج يمنح تلك المشاعر .

٨- القيمة Value :

هي الوزن النسبي الذي تبدو به الأشياء مرتفعة أو منخفضة، وهي في التيبوغرافيا قيم لونية قاتمة أو فاتحة أو متدرجة باختلاط اللون بتدرجات الأبيض والأسود ، أو بالحجم فالعناصر الكبيرة ذات قيمة

أكبر من الصغيرة ، أو بالموقع حيث تأخذ بعض المواقع قيما أكبر من غيرها . ويمكن الاستفادة من عنصر القيمة في التصميم الصحفي في المجالات التالية :

١- **وسيلة فصل بصري:** عند نشر موضوع بقيمة لونية عالية إلى جوار موضوع دون ألوان يعطي الإحساس بأن الموضوعين منفصلان .

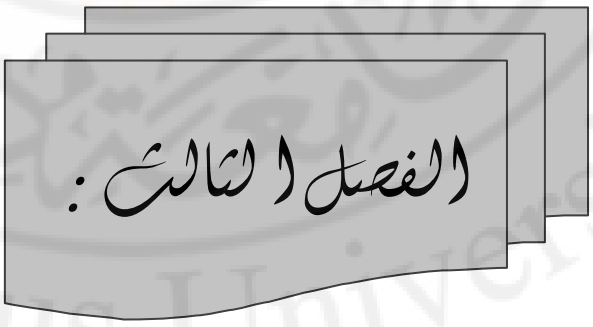
٢- **توجيه عين القارئ عبر الصفحة** : غالبا ما تتحرك عين القارئ بتدرج عبر القيم بشكل تنازلي أو تصاعدي.

٣- **خلق نمط عام في التصميم** : غالبا ما يطغى على المطبوعة نمط عام تحدد ملامحه القيمة فعلى سبيل المثال قد يطغى لون معين على صفحات مطبوعة ، وهذا اللون يحقق وحدة التصميم بخلق نمط عام متجانس للمطبوعة .

٤- **خداع العمق** : تمنح القيمة الإحساس بالبعد الثالث باختلاف القيم بين ما هو فاتح يبدو مندفعاً للأمام وقاتماً مرتداً للخلف بما يمنح الإحساس بالعمق .

٥- **إبراز عنصر معين** : بإعطائه قيمة تميزه عن غيره حجما أو لونا أو موقعا .

٦- **ترتيب عناصر التصميم** : تسهم القيمة في ترتيب مكونات التصميم ترتيبا تصاعديا أو تنازليا .



الألوان في التصميم الفني والصحفي

١٥- مقدمة .
١٦- وظائف اللون في التصميم .
١٧- خصائص ودلالات الأكناه اللونية .
١٨- التوافق اللوني .
١٩- استخدام الألوان في الصحف .

١- مقدمة :

ينظر كثير من الباحثين للألوان على أنها مكون من مكونات التصميم ؛ وفي بعض الأحيان تكون التصميم نفسه • ، فما نطلق عليه لوناً هو تأثير يقع على أعيننا الناتج عن الأطوال الموجية أو الترددات المختلفة، فاللون نتاج الضوء والتباين الظاهري بينهما ، والأشياء التي تبدو ذات لون هي مجرد مواد ناقلة

• - لأن موضع الألوان طويل ويحتوي على تفاصيل عديدة نفرد لها فصلا مستقلاً .

للون الموجود في الضوء الذي يضيء هذه الأشياء [١٧] ويمكن معرفة اللون من خلال دراسة خصائصه الأكثر شيوعا :

١- **أصل (كنه) اللون Hue** : وهي الخاصة التي تترتب على اختلاف أطوال الموجات الضوئية ، فتجعلنا نطلق أسماء عليها كالأحمر والأزرق والأخضر ، ويختلف كنه كل لون عن الألوان الأخرى باختلاف طول موجته الضوئية . ووفق هذا المعنى فإن كنه اللون يحدد هويته الأساسية، حيث تستطيع العين البشرية أن تميز أكثر من ٢٠٠ كنه لون مختلف [١٨] .

٢- **قيمة اللون Value** : وهي الإضاءة أو الإعتام النسبي للون فالأصباغ السوداء والبيضاء يمكن أن تكون عناصر مهمة في تغيير قيمة اللون ، فإذا أضفنا الأسود إلى البرتقالي يعطينا اللون البني ، وعندما يخلط الأسود بالأصفر يعطينا الأصفر الغامق ويعطي الأبيض المضاف إلى كنه اللون درجات خفيفة أو فاتحة من هذا اللون .

٣- **التشبع Chroma** : هو إدراك للتركيز الظاهر لأصل اللون ويطلق على التشبع أيضا Saturation وأيضا شدة اللون Intensity أو كثافة اللون أو صفائه Chroma ، ومدى اختلاطه بالألوان المحايدة الأبيض والرمادي والأسود .

وتنقسم الألوان إلى ألوان أولية حيث لا يمكن إنتاج أكناهها بخلط أي أكناه أخرى وهي الأحمر والأصفر والأزرق ، والألوان الثانوية التي تنتج عن خلط لونين من الألوان الأولية وهي البرتقالي والأخضر والبنفسجي ، والألوان الوسيطة وتقع بين الألوان الأولية والألوان الثانوية التي تتكون منها .

ويطلق على المجال الممتد بين اللونين الأزرق والأخضر من الدائرة اللونية الألوان الباردة ، والمجال الممتد بين اللونين البرتقالي والأحمر من الدائرة اللونية الألوان الدافئة ، لذلك فإن الأخضر مع الأصفر والبنفسجي مع الأحمر هما القطبان اللذان يقسمان الدائرة اللونية إلى أكناه باردة وأخرى دافئة [١٩]،كما تبدو الألوان الباردة كما لو كانت مندفعة للخلف نتيجة قصر طولها الموجي فتسمى المرتدة للخلف ، بينما الألوان الدافئة تبدو كما لو أنها تتقدم للأمام فتسمى الألوان المتقدمة للأمام .

ويتميز كل لون بطول محدد لموجته الضوئية وهو ما يجعل تأثير كل لون على شبكية العين مختلفا عن أي لون آخر فاللون الأحمر هو أطول الموجات حيث يبلغ طول موجته ٧٠٠٠ أنغستروم تقريبا (

الأنغستروم يساوي ١ على عشرة ملايين مم) والأزرق يتميز بقصر موجته إذ لا يزيد طوله الموجي على ٤٧٣٢ أنجستروم .

٢- وظائف اللون في التصميم : للون وظائف عديدة في التصميم أهمها :

١ - **اللون يجذب الانتباه** : فقد أظهرت الاختبارات النفسية أن عدد الناس الذين ينتبهون إلى اللون المطبوع يزداد باستعمال الألوان. وهذا يشير إلى أن العين تتحرك باتجاه اللون، وقد يكون الانجذاب بذرة إثارة الاهتمام . وتعود قدرة اللون على جذب الانتباه لطوله الموجي[٢٠].

وثبت أن العين تتأثر بالألوان الزاهية وتنجذب لها أكثر من تأثرها بالألوان الباهتة ، إذ تحتوي شبكية العين على خلايا عصوية مسؤولة عن رؤية الضوء وتميز الظلال ، وتمكن الإنسان من النظر في الضوء الخافت ، وخلايا مخروطية تتأثر أساسا بالألوان ، فإن الألوان الزاهية التي تدركها الخلايا المخروطية أكثر إثارة للنظر من الألوان الباهتة المعتمة[٢١].

٢- **للألوان تأثيرات سيكولوجية** : الخبرات التي تمر بها السعادة البالغة عند رؤية اللون بصفة عامة ، فالعين تحتاج للون كما تحتاج للضوء ، فالإحساس المبهج الذي نمر به في يوم تسطع فيه الشمس ، قد لا يكون كذلك في يوم ملبد بالغيوم لتضيء قطاعا واحدا من قطاعات أي منظر يوجد أمامنا ولتظهر بذلك ألوانه [٢٢] . وللألوان تأثيرات سيكولوجية قوية فالباردة هادئة بصفة عامة في حين أن الألوان الدافئة مثيرة وتبعث على المرح والحياة والأحوال الشعورية كالحركة والانفعال .

وتأثير اللون السيكولوجي يرتبط بسمات شخصية متنوعة، حتى إن بعض علماء النفس يعتقدون أن الأشخاص إما أن يكونوا خاضعين لسيطرة الألوان الدافئة أو الباردة [٢٣] فالأشخاص النشطون يفضلون اللون الأحمر ، والودودون يفضلون البرتقالي ، والذين لديهم قدرات ذهنية مرتفعة يفضلون الأصفر ، في حين من لديهم إحساس وذوق رفيع يفضلون اللونين الأخضر والأزرق [٢٤] .

٣- **اللون يطور الارتباطات بأشياء معينة ويساعد على التذكر** : نتيجة للتأثير السيكولوجي للون يصبح من الطبيعي أن يربط بعض الناس منتجات أو سلعاً أو خامات أو شخصيات أو علامات تجارية بألوانها ، وهناك بعض الارتباطات غير الواضحة التي قد تعطي تأثيرا غير إيجابي ، فاللون يعبر عن فكرة أو مجموعة من الأفكار معتمدا على التجارب والخبرات السابقة للأفراد .

كما يميل الناس في وصفهم لشيء ما للإشارة إلى لونه لأن للون قيمة تذكرية عالية ، لذلك ينبغي السيطرة على اللون واختياره مسبقا فهو يساعد القارئ على تذكر ما شاهده طبقا لآثاره السيكولوجي. وتأثير اللون على الذاكرة يؤدي لارتباط الألوان بالأفكار وتأثيره النفسي يساعد في التذكر وسرعة الاستدعاء ، وقد تأكدت قيمة اللون كوسيلة للتذكر منذ استخدامه .

٤- **اللون يخلق جوا مواتيا** : يختلف تأثير اللون في خلق الجو الملائم باختلاف الأفراد وتباين مستوياتهم التعليمية والعمرية ، فالمواد المطبوعة الموجهة للأطفال من الأفضل طباعتها بألوان زاهية وجذابة ، ومع تقدم المرء بالسن ينجذب للألوان الناعمة أكثر ، والشباب يفضل الألوان الزاهية في حين كبار السن يفضلون الألوان الهادئة . وعلى المستوى الثقافي للألوان مدلولات تختلف من حضارة لأخرى فكل منها له رموزه قد تختلف عن مثيلاتها في الحضارات الأخرى ، ويرتبط الاتصال الإيحائي (الرمزي) للألوان باختلاف المستوى التعليمي ، فالطبقات ذات المستوى الثقافي المرتفع تفضل الألوان الهادئة بينما الطبقات منخفضة الثقافة تفضل الألوان البراقة الصارخة [٢٥] .

٥- **اللون ينظم العناصر المرئية ويربطها مع بعض** : من الممكن أن يقوم اللون بخلق عدة أجزاء أو مساحات داخل التصميم ، وفي صفحة المطبوعة يمكن أن يقوم اللون بتقسيم القصص الإخبارية الطويلة لأجزاء بما يزيد من عدد نقاط الدخول للصفحة ويرفع من معدل سيولتها البصرية.

٣- خصائص ودلالات الأكناه اللونية :

لكل لون مجموعة من الدلالات ترتبط به دون غيره وأبرز خصائص ودلالات الألوان هي :

١ . الألوان الأولية :

- **اللون الأحمر** : لون قوي وجريء يمتاز بجاذبية كبيرة، يرمز للثورة والقوة والنشاط والدم والقتال والعنف لون مثير بطبيعته ، يثير الحواس والغدد ، وضربات القلب ، ويشيع حالة من التوتر العصبي والهياج الشديد . هو لون التحيز المطلق والانفعال بلا قيود فهو أقوى الألوان تأثيرا في النفس ويفضله الكثيرون على سائر الألوان لأنه يضاعف نشاطهم وحيويتهم ويساهم في إدخال السرور لنفوسهم ، لكنه لا يناسب الأشخاص سريعي التأثر والانفعال . لكنه يصلح لمن يتمتعون بعواطف جياشة وللعابسين والذين يلازمهم الشعور بالانقباض[٢٦] .

والأحمر يشير للحرائق والشمس والنار وهذه الأشياء مهيجة ومنبهة للمخ وتتميز بالعدوانية والإثارة ، لذلك يتمتع هذا اللون بهذه الصفات، ولأنه يمتاز بأطول موجة بين كل الألوان يعد من أكثر الألوان رؤية عن بعد .

- **– اللون الأزرق** : لهذا اللون تأثير شديد أيضا على العين لأنه يثير مشاعر متناقضة بين الإثارة والاسترخاء ، فلون السماء بلا حدود ، والبحر بدون انتهاء ، لذلك يعد رمزا للعلو والشموخ والسمو والارتفاع والميل إلى الرومانسية لارتباطه بلون السماء ،كما يوحي بصفاء النفس وهدوء الطبع واتساع الأفق والثقة بالنفس ، والميل الفطري إلى التحفظ في العلاقات مع الآخرين ، ومحبو هذا اللون من النوع العاطفي ، ويتمتعون بذكاء حالم ، لكنهم يستطيعون التحكم في أنفسهم في أوقات الشدة ولا سيما في علاقاتهم العاطفية ، فهم يمتازون بقدرة كبيرة على ضبط أنفسهم والسيطرة على أعصابهم[٢٧] . ارتبط اللون الأزرق إلى حد كبير بالارستوقراطية والطبقات المخملية ، للدلالة على السمو والارتفاع ، وارتبط أيضا بالطبقات الشعبية المتوسطة الدخل التي تعمل في مهن مختلفة ولاسيما الصناعية بعد ظهور الثورة الصناعية في أوروبا ، وشاع استخدام تعبير ذوي الياقات الزرقاء لتعطي مدلولا جديدا في العمل والكفاح والجهد وعدم الاتساخ .
- **– اللون الأصفر** : اللون الأصفر من أكثر الألوان إثارة وإشراقا ، ولا يوجد بشكل قاتم إلا إذا اختلط بعناصر وأكناه أخرى ، فلون الذهب أصفر في حالته الخالصة ، ويشيع هذا اللون في النفس البهجة لارتباطه بالإشراق واللمعان والشخصية الصافية والناعمة والمثيرة . ويعد الأصفر رابطة بين ظاهرتين لهما أهمية كبيرة للغاية في التاريخ الإنساني : الشمس التي تهب الحياة والذهب وهو مقياس الثراء الحقيقي ، وغالبا ما يكون الأصفر فاتحا ومشرقا بالمقارنة بغيره من الألوان وهذا ما يجعله رمزا طبيعيا للتنوير ، ومن هنا يعبر الأصفر ويمثل العقل والذكاء والفطنة [٢٨] لذلك نجد شعارات مراكز البحث العلمي والجامعات تلون شعاراتها بهذا اللون .

وللأصفر مدلولات اجتماعية وبيئية متنوعة ، فالضحكة الصفراء تدل على الخبث والمكر والخديعة ، والعين الصفراء للدلالة على الحسد والغيرة ، والأصفر في المحيط الطبيعي يشير إلى القحط والجدب والصحراء ، والأصفر في الجو يشيع في النفس خوفا من الرياح والرمال والعواصف ، وحين يقال لإنسان أنه أصفر الوجه . وهذا بخلاف العرق الأصفر من البشر . يشير إلى السقم والمرض ، وهذه الألوان لا تشير للأصفر النقي بقدر إشارتها إلى الأصفر الكبريتي الذي يمتاز بتأثير غير مريح في النفس .

٢ . الألوان الثانوية :

- **– اللون البرتقالي** : لا يوجد لون يمكن أن يعتبر ثابتا لذلك نستطيع بسهولة كبيرة أن نكثف اللون الأصفر لجعله محمرا وذلك بتقتيمه أو تعتيمه فاللون الأصفر في هذه الحالة تزيد طاقته ويبدو البرتقالي أكثر قوة وروعة ([٢٩]) . فالبرتقالي يمنح انطباعا بالدفء والسعادة لأنه يمثل لون وهج النيران الكثيف ، كما أنه يمثل الأشعة الأقل حدة للشمس في وقت الغروب ومن هنا يجد هذا اللون قبولا ([٣٠]).
- **– اللون الأخضر** : هو ناتج مزج الأصفر والأزرق ، وأول ما يتبادر إلى الذهن عند رؤية اللون الأخضر ، الربيع والخضرة ، ونظرا لارتباط هذا اللون بلون الربيع والزرع والحياة في الريف ، فهو يحمل وما يرمز له الربيع من عطاء ونماء وطيبة متناهية ، ويدل على شخصية بسيطة تكره التعقيد ، ويفيد في حالات التهاب الأعصاب فهو مهدئ لها ويبدل الأفكار ، فهو اللون المفضل في المستشفيات ويختص به الأطباء الجراحون والمفارش في غرف العمليات ، هو أيضا يخفف من رؤية الأحمر حين يسقط الدم على الملابس الخضراء في غرف العمليات الجراحية .

  ويبعث الأخضر في النفس شعورا بالتفاؤل والإقبال على الحياة ، ويخفف الإحساس بارتفاع درجات الحرارة ، نظرا لأن الربيع هو من أكثر الفصول اعتدالا في درجة حرارته ، ولأنه يعكس قدرا معتدلا من ضوء الشمس. والأخضر يدل على الشخصية المتدينة لذلك نراه يدخل في صناعة ملابس المتدينين ، ويرمز للحياة والخصب ، ويرتبط بأضرحة المتدينين (مارجورجيوس : الخضر) ، ويضعه بعض الناس في شكل عصابة على معاصمهم للتفاؤل بالخير والعطاء . كما تقوم بعض الدول بطبع أعلامها باللون الأخضر (السعودية) أو طباعة بعض أوراقها المالية بهذا اللون (الدولار الأمريكي) .

- **– اللون البنفسجي** : رمز العاطفة والعشاق ، يثير الخيال ويدعو للعاطفة الرقيقة كما يرمز للإبداع ، يفضله من لا يحب التقليد ، ويقع تحت تأثيره الفلاسفة الذين يظهرون بشخصية مختلفة عمن يحيطون بهم ، ومن طموحه زائد عن الحد ، والغيورون والحساسون جدا والمندفعون ، ويسهم تأثير هذا اللون الانفعالي في إزالة الحقد والهياج والخوف والسخط ،كما يرتبط بالنزعة الذاتية والتسامي والعلو ، فهو يشير إلى المشاعر ويتم تفسيره في الجو الإنساني المميز على أنه روحاني إذا كان فاتحا وبالكآبة إذا كان قاتما ([٣١]) .

٣- الألوان الوسيطة :

بما أن هذه الألوان تتكون أساسا من مزج لونين أساسي وثانوي فإنه يصعب وصف كل لون على حدة لأن الدرجة اللونية تنحرف إلى أحد اللونين المكونين لهذا اللون ، فمثلا حين نمزج الأصفر مع الأخضر يتكون أصفر مخضر إذا كانت قيمة اللون تنحرف باتجاه اللون الأصفر ، وإذا انحرفت باتجاه اللون الأخضر يسمى الناتج الجديد أخضر مصفر .

فإذا كان اللون أصفرَ مخضراً فهو يحمل خصائص ودلالات اللون الأصفر مضافا إليها بعض دلالات اللون الأخضر ، بينما إذا كان أخضرَ مصفراً فهو يحمل دلالات اللون الأخضر مضافا إليها بعض ما يرمز له اللون الأصفر .

وهناك ألوان في الطبيعة ما هي إلا درجات مخففة من الألوان الأولية مثل اللونين الذهبي والفضي فما هما إلا درجات من الألوان الصفراء والبرتقالية ، واللون القرمزي Kermes ما هو إلا درجة من درجات اللون الأحمر ، وهو لون لطيف وأنثوي على عكس اللون الأحمر ، ويوحي بالحلم وبالتحليق في الخيال وبالروح المعنوية العالية .

واللون البني عبارة عن البرتقالي مضافا له الأسود لزيادة قتامته ، ويرتبط اللون البني بحاسة الذوق ، ويعتبره البعض لونا كئيبا ؛ إلا أنه قد يوحي بالراحة والأمان لدى الآخرين .

واللون الأرجواني purple درجة ضعيفة ومخففة للغاية من اللون البنفسجي ، يمنح إحساسا مختلفا ويشير للانغماس في الشهوات الحسية والفسق والفجور والشهوانية والشذوذ والعربدة وفساد الخلق ، ويراه البعض لوناً حزيناً وغامضاً يعطي إحساساً بالوحدة ويرتبط بالفخامة والأبهة .

وفي الرمزية الكنسية يعبر اللون الأرجواني عن آلام المسيح lords passion بين ليلة العشاء الأخيرة (وموته) ، ويتطابق هذا اللون مع فترة صوم الفصح وخاصة أربعاء الرماد Ash Wednesday ، والسبت المقدس وهو سبت النور الذي يسبق أحد الفصح ، حيث تكتسي الأرض في هذا الوقت من السنة على نحو أنيق بالزعفران وزهور النرجس البرية الأرجوانية [٣٢].

٤ . الألوان المحايدة (الألوان التيبوغرافية) :

وهي الأبيض والأسود والرمادي .

- **الرمادي** : يوحي هذا اللون لدى البعض بالذكاء ، ويجمع بين التفكير الذي يتميز بالصفاء والوضوح ، والارتباك وافتقاد الوضوح في عالم لا يوجد فيه شيء أسود أو أبيض بصفة قطعية ، ومن يعشقون الرمادي ترتبط بهم مجموعة من الصفات منها الغموض والسلبية ، والتقلب ، وسهولة الانقياد وبالتالي فهم عديمو الشخصية ، والنفاق ، والطفيلية ، والمداهنة ، والمعاملات التي تتصف بعدم السواء [٣٣] .

- **الأسود** : يجسد قوة الظلام التي تمثل الصراع الدائم مع النور ،كما يدل على الغدر بدلا عن البراءة ، والحزن بدلا عن السعادة ، يعبر عن الخطيئة والباطل [٣٤] . ويرتبط اللون الأسود بالمناسبات الحزينة ويبعث على التشاؤم في النفوس إنه لون الحزن والحداد والنظر إلى الحياة نظرة تشاؤمية ، ويحمل في طياته المجهول والغموض . وهناك تعابير ترتبط بالأسود مثل القائمة السوداء والنظرات السوداء ، والاثنين الأسود والأحد الأسود والجمعة السوداء وأيلول الأسود ، وكلها تعابير ترمز للشؤم والكوارث التي وقعت في تلك الأيام ، حتى يقال الأيام السوداء للدلالة على الاستعمار ، والحذاء الأسود للدلالة على الظلم ونسف القانون .

كما يمكن أن يعطي الأسود معنى مختلفا تماما عن المعاني السابقة ، ويحمل مدلولها مشرقا ليس قاتما ومبهجا أيضا ، ولاسيما حين يتباين مع الأشياء المحيطة ، وهناك أشياء كثيرة نصفها بالأسود للتدليل على جمالها وروعتها ،كأن نقول عيون سوداء ، أو شعر أسود من الليل ، فضلا عن معنى يرتبط بما سبق وهو فقدان النور وشيوع الظلمة كأن نقول (الليل سترة) في الأمثال الشعبية الدارجة .

- **اللون الأبيض** : يعد رمزا للسلام والنور والطهارة والفرح والصفاء والمرح والانتصار ،كما يدل على العلم والتنوير نتيجة لارتباط التعليم عموما بضوء الشمس ، والإقبال على الحياة ، وصفاء القلب ، ويدل على الشح الشديد والفقر المدقع ، وهو الزي المرتبط بلباس العرائس في ليلة الزفاف لتعطي مدلولا على النقاء والطهارة ،كما يعتبر اللون الأبيض الصفة المميزة للطبقات الراقية التي تعمل بالأعمال الفكرية والسياسة وطبقة النبلاء " ذوي الياقات البيضاء ".

٤- التوافق اللوني :

يكمن القانون الأساسي لكل أوجه التوافق بين الألوان من الإحساس بالشمول ولكي تعمل العين البشرية على إرضاء نفسها ، فإنها تبحث عن فراغ عديم اللون Colorless Space بجوار كل كنه لكي تنتج الكنه المكمل له Complemented Hue ويطلق على هذه الظاهرة بالغلالات الشفافة المكملة داخل العين Voiles Complementary . **وهناك أشكال عديدة من التوافق بين الألوان أهمها :**

١- **التوافق اللوني الأحادي** Monochromatic Harmony : ويكون بين درجتين أو أكثر من لون واحد ، سواء كانت هذه الدرجات فاتحة أو قاتمة.

٢- **التوافق اللوني المتجانس أو المستمر** Analogous Color Harmony : يتكون التوافق اللوني المتجانس من الألوان المتجاورة على العجلة اللونية ، مثل الأزرق والبنفسجي ، والأحمر والبرتقالي.

٣- **توافق الألوان المتتامة أو المتقابلة** Complementary Color Harmony والألوان المتتامة هي الألوان المتقابلة في العجلة اللونية ، وينبع توافق الألوان المتتامة من أوجه التباين الذي يوحد بينها ويؤدي لجذب الانتباه .

٤- **التوافق اللوني الثلاثي** Triad Color Harmony : يتكون هذا التوافق من ثلاثة ألوان تشكل رؤوس مثلث متساوي الأضلاع على العجلة اللونية ، ووفقا لهذه الطريقة نجد أن الألوان الأولية (الأحمر والأصفر والأزرق) هي ألوان متوافقة ، وأن الألوان الثانوية (البرتقالي والأخضر والبنفسجي) هي أيضا ألوان متوافقة ، أما أكثر التوليفات جمالا وتوافقا لونيا هي توافق الألوان الوسيطة ، وتوفقها من أجمل أنواع التوافقات اللونية .

٥- **توافق الألوان غير المتوافقة :** يمكن أن تدخل الألوان غير المتوافقة في إطار التوافق اللوني أيضا وذلك بفصل بعضها عن البعض الآخر بأحزمة من الأسود أو الأبيض أو الرمادي أو الذهبي أو الفضي ، فالأحمر والأزرق يستخدمان غالبا معاً رغم أنهما لا يعتبران من الألوان المتوافقة ، ويفصل المصمم بينهما بخط من الأبيض أو الرمادي فيصبحان متوافقين .

وقد أسهمت خبرة الطابعين والفنانين في إيجاد علاقة يمكن الاسترشاد بها كأساس يحدد تجاور الألوان في التصميمات المتنوعة بهدف إبراز اللون وتأكيده ، حتى يؤدي وظيفته في التكوين بصورة فعالة ، ومن أبرز العلاقات الترابطية بين الألوان كأشكال والأرضيات الملونة التي تزيد من تأثيرات الألوان المختلفة ما يلي :

. استخدام الأسود على خلفية صفراء وبالعكس .

. استخدام الأسود على خلفية بيضاء وبالعكس .

. استخدام الأبيض على خلفية خضراء وبالعكس .

. استخدام الأحمر على خلفية بيضاء وبالعكس .

. استخدام الأسود على خلفية خضراء وبالعكس .

. استخدام الأحمر على خلفية خضراء وبالعكس .

. استخدام الأصفر على خلفية أرجوانية وبالعكس .

. استخدام البرتقالي على خلفية زرقاء وبالعكس .

وقس على ذلك وفقا لما ورد في التوافق اللوني الأحادي والمتصل والثلاثي والمتجانس وتوافق الألوان غير المتوافقة ، آخذين بنظر الاعتبار أن الأسود والأبيض والرمادي ليست ألوانا (يطلق عليها ألوان تيبوغرافية) لكنها تستخدم مع أي لون أو أي تولبفة من الألوان ، مع ملاحظة أن بعض التوليفات تكون أكثر رونقا وجمالا من توليفات أخرى .

٥- استخدام الألوان في الصحف :

دخل اللون في الصحف على إطلاقها لعدة عوامل منها إثارة القارئ ودفعه لقراءة صحيفة ما أو موضوع بعينه ، وإضفاء الرونق والجاذبية على الصحيفة ، ومنح الصحيفة هوية تميزها في السوق الصحفية ، إضافة لعوامل المنافسة بين الصحيفة وغيرها من وسائل الإعلام ولاسيما المجلات والتلفزيون الملون ، فضلا عن نتائج الدراسات العديدة التي أثبتت أن القراء يفضلون الصفحات الملونة على الصفحات غير

الملونة ، وينظرون للصحف الملونة على أنها متقدمة بالقياس للصحف غير الملونة ، وترفع الألوان من نسبة مقروئية الصحيفة .

وظهرت الألوان في الصحف أول الأمر في الرسوم الساخرة ثم انتقلت إلى رأس الصفحة الأولى ، وبعد ذلك في العناوين ثم الصور فالأرضيات فورق الصحف . ويتنوع موقع اللون في كل صفحة تبعا لمركز التأثير البصري أو النقاط التي يود المصمم إبرازها (صور أو حروف أو أرضية قصة إخبارية ...) وقد يكون اللون قاسما مشتركا في كل العناصر السابقة ، وغالبا ما يكون العنصر الذي يقع أعلى الصفحة وفوق خط الطي مباشرة هو المسيطر وتتم رؤيته أولا بصفته مركز التأثير البصري ، بغض النظر عن كون هذا العنصر ملونا أم لا ، إلا أنه إذا كان على الصفحة الواحدة عنصران تيبوغرافيان متساويان في الحجم أحدهما ملون والآخر غير ملون ، أحدهما يقع أعلى خط الطي والآخر يقع أسفله ، فإن العنصر الملون يتفوق في جذب الانتباه على نظيره غير الملون . **ويمكن إرجاع تطور استخدام الألوان في الصحف لعدة عوامل منها :**

أ- تطورات تقنية إنتاج الصور الملونة .

ب- دخول الصحف مجال المنافسة .

ج- تطور الطباعة الملونة .

د- دخول الإعلانات في الصحف على نطاق واسع .

هـ- توافر الإمكانيات المادية والبشرية .

وهناك ثلاثة تطبيقات للطباعة الملونة :

١- استخدام الألوان المنفصلة Spot Color : وهي الألوان التي تطبع بها أغلب الصحف في العالم ، ويستخدم في هذه الحالة لون واحد أو أكثر لطبع عناصر الصفحة التيبوغرافية الأخرى بطريقة مستقلة فيطبع كل عنصر على حدة كاستخدام اللون الأحمر في طباعة بعض العناوين . وغالبا ما تكون الأشكال المطبوعة بلون منفصل خطية مثل الحروف types أو الأرضيات

Screen tints أو الجداول والفواصل Borders . ويشار إلى اللون المنفصل على أنه اللون المفرد.

٢- **الألوان المركبة** Process Color : ويشير إلى الطباعة الشبكية التي تتطلب فصلا لونيا سواء تم هذا الفصل بشكل فوتوغرافي أو الكتروني للمادة المصورة المتدرجة الظلال .وتسمى هذه الطباعة بالطباعة الألوان الأربعة (رباعية الألوان).

٣- **الألوان المصنوعة** Manufactured Color : يستخدم هذا النوع من الألوان في طباعة الأصول التي تحتوي عدداً كبيراً من الألوان ، تتخللها ثنايا متجاورة أو متداخلة ، وهي الأشكال التي يتم إنتاجها خلال طباعة الكتل اللونية المصمطة Solid Color أو الشبكية Screen Tint Dots لأكثر من لون مركب يطبع بعضها فوق بعض ، بما يخلق إحساسا أنه تم استخدام لون منفصل ويطلق على اللون المصنوع أيضا مصطلح اللون الميكانيكي .

ويمكن اعتبار الألوان المصنوعة نقطة انتقال بين الألوان المنفصلة والألوان المركبة حيث تستخدم الألوان المركبة في هذه الحالة للحصول على الألوان المنفصلة بالاستفادة من وجود الألوان الأولية جميعها ، ويقوم الطابعون بطباعة لونين أو أكثر بعضها فوق بعض لخلق تأثيرات لونية معينة في العناصر التيبوغرافية .

ويمكن تتبع استخدامات اللون في التصميم الصحفي في جانبين :

أولاً : استخدام بعض الصحف ورقاً ملوناً، فيصبح هذا اللون علامة مميزة فقط رغبة في تمييز الصحيفة عن غيرها في السوق الصحفية ، ومعلماً من معالم إخراجها .

ثانياً : استخدام الألوان في العناصر التيبوغرافية ويمكن إيجازها فيما يلي :

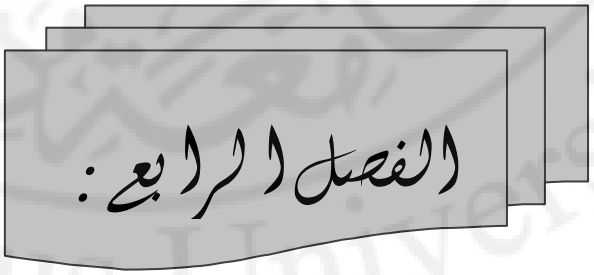
١- **الألوان في الحروف** وتأخذ في الصحف أحد ثلاثة أشكال : **في حروف المتن وحروف العناوين وحروف العناصر الثابتة.**

٢- الألوان في الأشكال : الأشكال هي كل ما يطبع على ورق الصحيفة غير الحروف وهى: ويظهر اللون في **الرسوم اليدوية والصور الفوتوغرافية وفي الأرضيات.**

٣- الألوان في الجداول والفواصل: حيث تلجأ بعض الصحف لتلوين بعض الجداول والفواصل على صفحاتها أو الإطارات ، ويعد هذا الإجراء من أسوأ الإجراءات التي تلجأ ليها الصحف وذلك

لاعتبارين : أن هذه العناصر ليست مقروءة بحد ذاتها ،وهذه الوسائل تعد من وسائل الفصل التقليدية بين المواد الصحفية ، بدات الصحف التحول عنها لوسائل الفصل الحديثة.

٤– الألوان في الأشكال الثابتة .



أسس التصميم الفني والصحفي

٢٠- مقدمة .
٢١- الأسس الصحفية .
٢٢- الأسس النفسية .
٢٣- الأسس الفيزيائية .
٢٤- الأسس الاجتماعية .
٢٥- الأسس الفنية .

١ – مقدمة :

ثمة مؤثرات أو أسس أو محددات تحكم عملية التصميم ولا سيما عملية الإخراج الصحفي . وتفيد قراءة الأصول التحريرية المصمم في اختيار بعض الصور الملائمة والضرورية للموضوع المزمع نشره ، فإن لم تكن موجودة قد يطلب بديلا عنها من قسم المعلومات في الصحيفة أو يطلب من الرسام إعداد رسومات يدوية من شأنها إغناء النص الصحفي وإراحة بصر القارئ ، وغالباً ما يبدأ المصممون برسم

نماذج أولية لصفحاتهم ، لقد أتاحت الوسائل الحديثة إمكانيات كبيرة بيد المصمم الصحفي. ويمكن إجمال الأسس التي يقوم عليها التصميم فيما يلي :

٢- الأسس الصحفية :

وهي مجموعة الأسس الخاصة بتنظيم العلاقة بين الشكل والمضمون ، وآليات عكس المحتوى التحريري إخراجيا ، فالإخراج لا يعمل في فراغ ويحدد دور المصمم المحتوى المزمع نشره ، ولعل أبرز هذه الأسس :

٢-١ – **القرب** : ويقصد به عدة معان منها : القرب الزماني والمكاني والموضوعي .

٢-٢– **الأهمية** : لكل موضوع أهمية نسبية ؛ ولكل صحيفة سياسة بالنشر تحدد ما الذي سينشر وما الذي سيحفظ ، ما الذي يرقى للنشر في الصفحة الأولى وما الذي يكون لصفحات داخلية ، ما الذي ينشر في رأس الصفحة وما الذي يحتل قاعها ، ما الذي يحتاج لمساحة أكبر ووسائل إبراز ؛ وما الذي يحتاج لاختصار .

٢-٢ – **الشهرة** : عناصر الشهرة تقوم على قاعدة الأسماء تصنع الأنباء ، وأهل الشهرة في مجالات الحياة المختلفة يحظون بنسبة قراء مرتفعة ، لذلك تحرص الصحف على نشر موضوعات تخص المشاهير.

٢- ٣– **عناصر الجذب** : ينجذب الناس لكل ما هو غير معتاد أو مألوف ، وليس غريبا أن يعرض القراء عن قراءة بعض صفحات الصحف إن تكرر نشر مضامينها بنفس طريقة المعالجة (النظرة الواحدة) ونفس طريقة الإخراج .

٢- ٤- **الدلالة والمغزى** : لكل ما ينشر في الصحف دلالة معينة ، ولبعض ما ينشر في بطون الموضوعات دلالة خاصة ، إذا استطاع المخرج الصحفي أن يكتشفها من الممكن أن يبرزها للقراء ويساعدهم على فهمها .

٢- ٥ – **سياسة الصحيفة** : تنقسم الصحف عامةً لشعبية ومحافظة ومعتدلة ، ولكل منها أسلوبه في التحرير وبالتالي الإخراج وما يلائم أحدها لا يلائم الآخر (أخذا بالاعتبار أن هذا التقسيم ليس حديا في الواقع) والعلاقة المؤكدة بين المضمون والشكل فالمضمون الفاضح لا يلائمه الإخراج الوقور والعكس صحيح .

٣- الأسس النفسية :

وهي مجموعة الأسس المتعلقة بالقراء والتي تحدد الملامح النفسية لكل منهم ، وتأخذ منحيين فردياً وجماعياً ، تقود بالنتيجة للإدراك الحسي الذي ينقسم لنوعين من الميول منها عام يشترك فيه معظم الناس مثل :

*- الميل لتجميع الأجزاء في أنماط ، حيث يميل الناس لتجميع الأشياء على أساس من التماثل أو التوازن أو التناسب .

*- الميل للإغلاق الذي يعني الرغبة الكامنة في رؤية الأشياء مكتملة .

*- الميل لمعرفة الأشياء بتميزها على خلفياتها ، ودون هذا التباين يصعب رؤية الأشياء .

وميول تختلف من شخص لآخر منها إعطاء كل شيء معنىً مختلفاً فكلمة (عملية) يفهمها كل شخص بطريقة مختلفة (فدائية – جراحية – تخطيطية ...) كما أن المقدمات تعطي نتائج تختلف من شخص لآخر واختبار تكملة الجمل أو القصص مثال على ذلك فلو عرضنا فيلما (قصة غير مكتملة) على مجموعة أشخاص وطلبنا منهم استكمالها ؛ فسيكملها كل منا بطريقة مختلفة ، وأيضا كل ميل يحمل بقدر من العاطفة التي يحملها الفرد . وترتبط الأسس النفسية في الإخراج بمجموعة عوامل منها :

٣-١- **السن** : تتوجه الصحف (العامة) لقراء من شرائح عمرية مختلفة لتلبي اهتمامات كل القراء ، وتحتوي بعضها صفحات متخصصة ، ويبرز عامل السن في إخراجها فالصفحة الموجهة لكبار السن تختلف إخراجيا عن الصفحة الموجهة للأطفال .

٣-٢- **النوع** : لكل من الذكور والإناث اهتمامات خاصة ، وما ينجذب له كل منهما يختلف من شخص لآخر ، وبيَّن العديد من الدراسات أن الرجال والنساء ينجذبون لصورة المرأة ، والصفحات أو الصحف الموجهة للنساء تختلف في إخراجها عن الصحف الموجه للرجال ، بمعنى يحدد النوع طريقة عرض الموضوعات .

٣-٣- **الوراثة** : معظم آليات تعاطينا مع المحيط وتأثرنا به بطريقة مباشرة أو غير مباشرة يعود لأسباب وراثية ، وتبرز تأثيرات الوراثة في الإخراج الصحفي في المستوى الإبداعي للمخرجين ، وطريقة قراءة وفهم المحتوى المنشور من قبل القراء ، وكلاهما تحكمه عوامل وراثية .

٣-٤- **المستوى الثقافي** : يتنوع الناس بتنوع مستوياتهم الثقافية ، وذوو المستوى الثقافي المرتفع يميلون للهدوء والسكينة والتفكير المنظم والعميق والتأمل ، على خلاف من لم يحالفهم الحظ بالوصول لهذا المستوى إذ يميلون للشغب والعبث والسرعة ، فالصحف الموجهة للطبقة المثقفة لا تبالغ بالألوان

الصاخبة (الدافئة) وتميل لاستخدام الألوان الباردة ، وبينما الصحف الشعبية تكثر من الألوان ولاسيما الدافئة لتعكس اهتمامات قرائها وتحاكي مستوياتهم الثقافية .

٣-٥- **أسلوب القراءة** : يختلف القراء في تعاطيهم مع مطبوعاتهم طبقا لمستواهم الثقافي والمعرفي ، وحاجاتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية ، وتختلف المطبوعات باختلاف وتنوع اللغات المطبوعة بها.

٣-٦- **الألوان** : لكل لون خصائص نفسية فريدة وتأثيرات تختلف بتنوع الألوان نفسها وبتأثر الأفراد بهذه الألوان طبقا لمعايير اجتماعية وفردية . ويختلف تعاطي المخرج الصحفي مع الألوان بتنوع القراء والصحيفة وبلد الصدور فضلا عن الإمكانيات الاقتصادية للصحيفة .

٤- الأسس الفيزيائية :

ترتبط الأسس الفيزيائية بطريقة رؤية العين البشرية للأشياء ، وتتكون العين من أجفان ومقلة وعصب بصري ؛ وتتكون المقلة من العضلات المثبتة ومن القرنية والحدقة أو الإنسان والعدسة والشبكية ، ومعروف أن العين تحتوي على مجموعة كبيرة من الخلايا (منها ما اكتشفت وظائفه ومنها لم يكتشف بعد) ومعظم الخلايا المنتشرة في الشبكية عبارة عن خلايا عصوية (تقدر ب ١١٥ مليون خلية) وخلايا مخروطية (تقدر ب ٦ ملايين خلية) وموصلات بين هذه الخلايا ، والخلايا العصوية هي المسؤولة عن رؤية الضوء بينما تنحصر مسؤولية الخلايا المخروطية برؤية الألوان .

وتربط الأسس الفيزيائية بقدرة العين على رؤية الأشياء في مجالها المرئي من حيث العمق (البعد) والاتجاه ، وينبغي عدم تصغير الحروف بما يجعل القارئ يبالغ في تقريبها من العين لقراءتها (لذلك نجد المطبوعات الموجهة لكبار السن متعبي العينين تجمع بحروف أكبر من المطبوعات الموجهة للشباب) . ومن واقع التجربة المبالغة بطول السطور تجعل القارئ يحرك كامل رأسه أثناء القراءة مما يسبب له الإجهاد مع طول فترة القراءة ، وتقليل طول السطور يبقي الحركة مقصورة على مقلة العين فقط ، وجعلها في حدود نسبها الطبيعية المدروسة علميا يقلل من حركة العين مما يؤدي لأكبر قدر من القراءة .

ويرتبط جهد القراءة بتباين الأشياء على خلفياتها فكلما قل التباين زاد جهد القراءة ؛ لذلك نجد أفضل المطبوعات توفيرا لهذا الجهد تلك التي وفقت بين الشكل والأرضية بما يضمن أعلى قدر من هذا التباين (الأسود على أرضية بيضاء) . كما يرتبط جهد القراءة بمدى انعكاس الضوء عن الورق على عين القارئ ، فنجد الصحف الصادرة في البلدان المشرقة بالشمس تطبع على ورق عادي (غير لامع)

لتقليل كمية الضوء المنعكس عنها . على خلاف الصحف الصادرة في البلدان قليلة الشمس تطبع على ورق لامع لتعويض هذا النقص من الطاقة الشمسية ، ولتحسين كفاءة جهد القراءة .

٥- الأسس الاجتماعية :

ترتبط الأسس الاجتماعية في الإخراج بطبيعة المجتمع الذي تصدر به الصحيفة ، ففي المجتمعات الصاخبة المليئة بالحركة يساير إخراج الصحف هذه الاتجاهات فتبدو مليئة بالحركة والصخب ، في حين المجتمعات الهادئة يميل إخراجها للهدوء ، فكل من المجتمعين له ذاكرته التي تنعكس على التيبوغرافيا ، ويبرز ذلك جليا في الصفحات أو الصحف المتخصصة ، فصفحة أو صحيفة رياضية نجدها تعج بالحركة لأن طبيعة الرياضة تلائمه هذه الحركة . وسكان المناطق المزدحمة بالناس (المدن الكبرى) يميلون للصخب أكثر من سكان المناطق قليلة الكثافة السكانية ؛ لذلك صحف المدن يختلف إخراجها عن صحف الأقاليم .

وتعرض كثير من الصحف عن نشر موضوعات أو صور فاضحة لأنها لا تلائم المجتمع الذي تصدر به ، ويعرض كثير من الصحف في الدول الإسلامية عن نشر صور البحر والمصطافين في شهر رمضان لقدسية هذا الشهر .

كما أن استخدام الألوان في الصحف يعكس الخصائص الاجتماعية لها ، لذلك نجد كثيراً من الصحف تصدر بدون ألوان (بالأسود) في المناسبات الحزينة (وفاة رئيس الدولة مثلا) . وتنشر صور الكوارث والمآسي بدون ألوان للتعبير عن وقع المناسبة .

٦- الأسس الفنية :

وهي الأسس المرتبطة بالتكوين الفني والصحفي ، وتنعكس كلها أو بعضها بنسب متفاوتة في الصحف هي :

٦-١- الوحدة Unity :

هي نظام خاص من العلاقات المحددة لعناصر الشكل ، وتتم عندما ينجح المصمم في تحقيق اعتبارين أساسين ، الأول تجميع أجزاء التصميم وربطها بعضها ببعض ، والثاني تحديد علاقة كل جزء منها بالكل ، فهي لا تعني التشابه المطلق بين كل أجزاء التصميم ، بل قد تنطوي على كثير من الاختلاف ، لكن يجب أن تتجمع الأجزاء معاً فتصبح كلا متماسكاً[٣٥]. وتعتبر الوحدة عاملاً أساسياً في التصميم العام يجب أن تشكل عناصر الشكل تكويناً مترابطاً ، فلا يكفي أن تعمل هذه العناصر كأشكال واضحة ومدركة في المجال المرئي فقط ، بل لا بد أن تحتوى فيما بينها على نظام خاص من العلاقات المغلقة [٣٦] . وتمثل الوحدة المبدأ الأساسي المهيمن في التصميم ويكسبه صفة الكيان العضوي. ويمكن تحقيق الوحدة في تصميم المطبوعات من خلال :

أولاً – علاقة الجزء بالجزء على الصفحة : يقصد بالأجزاء مجموعة العناصر الغرافيكية على الصفحة ، سواء كانت أشكالا مرئية أو مقروءة وعلاقة هذه الأجزاء ببعضها يعنى الأسلوب الذي تتآلف فيه هذه المكونات لخلق إحساس معين لدى القارئ يشعره بالصلة المستمرة بين هذه الأجزاء ، وتأكيد ارتباطها عضوياً .

ثانياً – علاقة الجزء بالكل على الصفحة : وتعنى الأسلوب الذي يربط بين كل جزء من الأجزاء وعلاقتها بالشكل العام للصفحة ، ولهذه العلاقة أهمية مثلى لأنها تحدد مدى التجانس بين وحدة الأفكار المنشورة على الصفحة الواحدة ، بل كانت السبب الأساسي لظهور التبويب في الصحف ، أو إخراج صفحتين متقابلتين معاً ، إضافة لنشر الإعلانات متقاربة في نشرها ، نظراً لما يحققه ذلك من قيمة فكرية لها علاقة بالمضمون ، وقيمة شكلية لها علاقة بالمظهر العام . ويمكن رصد الوحدة في التصميم الصحفي في النقاط التالية :

١)– الوحدة في المساحة : يمكن تتبع الوحدة في المساحة في الجوانب التالية :

أ)– **قطع الجريدة** : وهي الأبعاد التي تصدر بها الجريدة ، وتصدر الصحف في عدة قطوع رئيسية هي القطع القياسي العادي المعروف بـ Standard حيث تتراوح أبعاده من (٤١، ٤٣) × (٥٣– ٥٦) ، والقطع النصفي المعلق بـ Tabloid وأبعاده نصف أبعاد القطع السابق ، إضافة للقطع الاستثنائي وله شكلان إما الشكل الذي تصدر به صحيفة لوموند الفرنسية أو القطع المعدل حيث

تنقص الصحيفة ممن عرض القطع العادي من٣-٥سم مع الإبقاء على طولها وهو القطع الذي تصدر به معظم صحف العالم ٠ وقطع الصحيفة من العناصر الثابتة على مستوى كل الأعداد والعدد الواحد ٠

ب)- **مساحة الأعمدة** : وتتحدد مساحة الأعمدة وعددها وفقاً لقطع الصحيفة المعتمد ، وتوصل خبراء الطباعة الأوائل لاتساع العمود المثالي ، فالقراء لا يشعرون بالارتياح عندما يقرؤون الأعمدة الضيقة جداً كما هو حال قراءة أعمدة لا يزيد اتساعها عن ٢سم ، ومن غير العملي جعل العين تنتقل على اتساع يزيد عن٣٢كور (الكور = ١٢ بنط) وتبين أنه من الضروري جمع أعمدة الحرف باتساع يتراوح بين ١٠-١٨كور . والقاعدة التيبوغرافية التي تحدد اتساع الجمع مقاسا بالكور أنه يساوي حجم الحرف المجموع به مضروبا بـ ١.٥ (± ٢٥ %).

ت)- **مساحة البياض** : استبدل كثير من الصحف جداول الأعمدة الخطية ، بشريط من البياض يختلف اتساعه من جريدة لأخرى للفصل بين أعمدة الموضوع الواحد أو الفصل بين الموضوعات المختلفة على الصفحة ، لأن البياض لا يلفت النظر إليه بحد ذاته ويضفي على الصفحة مظهراً بسيطاً وهادئاً ويضفي على مجمل الصفحات وحدة تيبوغرافية للفصل بين هذه المواد٠

ث)- **مساحة الصور** : ترتبط مساحة الصورة بمتغيرات عديدة منها قطع الجريدة ومساحة الموضوع الذي تصاحبه الصورة وأهمية موضوع الصورة ، والقصد المراد من نشر الصورة . تسهم كلها أو بعضها في تحديد مساحة الصورة المنشورة ٠

ج) - **رأس الصفحة الأولى وأسطر أرقام الصفحات الداخلية والأبواب الثابتة** : وهذه من المساحات الثابتة التي تحقق وحدة المطبوعة على المستوى الأفقي وبين أعداد الصحيفة الصادرة معظمها ٠

ح)- **المساحة الإعلانية** : ترفض صحيفة ما نشر أي مادة إعلانية أو ترفض نشر مواد إعلانية على بعض الصفحات ، وصحف أخرى قد ترفض أن تزيد مساحة الإعلانات على مجمل الصفحات عن ٣٠ % من مجمل مساحة الصحيفة (وهي قاعدة تحريرية) وبذلك تحقق الصحيفة الوحدة على مستوى الأعداد المختلفة الصادرة فيها .

٢)– الوحدة في الحجم : الصفحة المطبوعة لا تحتوى أحجاماً إلا في مقاس الحروف المطبوعة ويمكن ملاحظة الوحدة في أحجام الحروف والعناوين ومساحات الموضوعات المنشورة وتحدد معلمها الإخراجي . فتجمع شروحات الصور وأسماء أصحابها بحجم حروف صغير نسبياً ، وكذلك حروف إشارات الإحالة أو الحروف الاستهلالية أو حروف كلمات البقية . إلا أن أهم ما يميز الوحدة في حجم الحروف نلحظها في حروف المتن . وبوجه عام يتأثر حجم الحرف بالكثافة التي يظهر بها الحرف ، فكلما زادت كثافة الحرف تعين تخفيض حجمه ، وحروف المتن المستخدمة في الجرائد تتراوح مابين ٨ إلى ١٢ بنطاً ، وإذا نظرنا لمجمل الحروف التي تستخدمها صحيفة ما أدركنا بلا عناء الوحدة في أحجامها .

٣) الوحدة في الشكل : أو المظهر العام الذي تتخذه الصحيفة كالوحدة في شكل الحرف وطرزها ، فأغلب متون الصحف تجمع بحرف ياقوت ، وهو شكل من أشكال الوحدة ، وتحقق الصحيفة الوحدة بشكل الصور.

٤) الوحدة في اللون : [٣٧] يراعي المصمم أثناء استخدامه الألوان ما ينبغي قراءته في العناصر التيبوغرافية ، حتى لا يفقد اللون قيمته وأهمية وجوده على الصفحة ، وبقدر ما تؤدي الألوان من وظائف ، فهي تساهم في إضفاء الوحدة بين أجزاء التصميم ، وتؤدي دوراً مهما في دمج العناصر معاً ، وخلق قدر من التشابه البصري يسهل إدراكه ، وتتحقق الوحدة في الألوان بتكرار اللون في مواضع مختلفة من التصميم .

٦–٢– الاتزان Balance : •

الأشياء التي ندركها حولنا وتبعث فينا شيئاً من الارتياح ، لابد أن تحتوي على استقرار نسبي بين أجزائها ، وهو ما يمكن تسميته الاتزان أو التوازن. ويتحقق التوازن من خلال مضاهاة قيم يمكن عدها وحسابها مساحة بأخرى وحجم بأخر ، وتنظيم العلاقات بين الأجزاء المختلفة . ويعنى الاتزان

• - وزن الشيء قدره بواسطة الميزان ، والتوازن بين شيئين تساويا بالوزن ، اتزن الشيء اعتدل بالآخر وصار مساوياً له في الثقل والخفة ، وعلى ذلك فكلمتا اتزان وتوازن تؤديان ذات المعنى انظر مثلاً المعجم الوسيط مادة (وزن) .

في التصميم الصحفي توزيع العناصر المختلفة على نصفي الصفحة بطريقة تجعل كل منهما يحصل على نفس عناصر القوة ، ويمكن تحقيقه فيما يلي :

١- **الحجم** : ينسحب الحجم على الحروف والصور، فكلما كانت الحروف والصور من أحجام أكبر جذبت الانتباه ، ومال التصميم للجهة التي يزداد فيها الحجم ضخامة .

٢- المساحة : ينطبق ذلك على معظم العناصر التيبوغرافية المكونة للصفحة فكلما زاد حجم الحروف زادت مساحتها ، و أصبحت أكثر ثقلاً من العناصر صغيرة الحجم .

٣- **الشكل** : الأشكال غير المنتظمة تبدو أثقل من المنتظمة ، فعلى سبيل المثال الأعمدة الملتوية Doglegs حيث يتخذ المتن شكل رقم ٢ أو رقم ٦ أو شكل مسدس تتجه فوهته لليمين أو اليسار تبدو أثقل من الأشكال الهندسية ، وتبدو أشكال الصور غير المنتظمة أثقل من الأشكال المنتظمة.

٤- **القيمة** : يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع للقيم قيمة اللون ، وقيمة كثافة الحروف ، وقيمة التنظيم ، في حروف الطباعة العربية توجد فقط كثافتان بيضاء وسوداء ، أما الحروف اللاتينية فلها أربع كثافات هي شديدة السواد . السوداء . البيضاء . وشديدة البياض ، وكلما زادت كثافة الحرف بدا أثقل من الحروف الأقل كثافة . وقيمة التنظيم ؛ الذي يعد بنظر كثر من المتخصصين القيمة الأولى المتوقعة من التصميم الصحفي وتسبق في أهميتها قيمة التركيز والإبراز [٣٨]. فكلما اقترب الموضوع أو العنصر من المركز البصري ازداد ثقلاً عن عنصر آخر يماثله حجما ومساحة منشور في أحد أركان الصفحة .

٥- **اللون** : [٣٩] يضيف اللون وزناً للعناصر التيبوغرافية ، وتبدو الألوان المشرقة أخف في حين تبدو الألوان القاتمة أثقل وزناً . وأثبتت الدراسات أن الألوان أكثر جذباً لعين المشاهد ، والجاذبية تضفي ثقلاً بصرياً على العنصر الملون. كذلك تبدو الألوان الدافئة واللامعة أثقل من الألوان الباردة والمعتمة ، وللاتزان في المطبوعات عدة أشكال هي :

أولاً :- الاتزان المحوري : وتقوم فكرة الاتزان المحوري على وجود محور وهمي أفقي أو شاقولي تتوازن حوله الأشياء ومن هذا الاتزان :

أ– الاتزان المحوري المتماثل : وهو أبسط أنواع الاتزان على الإطلاق ، تظهر فيه العناصر على جانبي أو أعلى وأيسر محور التوازن ، كما لو كانت صورة أمام مرآة ، ويعتبر أكثر أنواع الاتزان وضوحاً ، ولذلك فهو أكثرها افتقاراً للتنوع [٤٠] .

ب– الاتزان المتماثل المرن : حيث يقوم المصمم بموازنة قمة الصفحة بقاعها ، ويمينها بشمالها باستعمال العناصر التيبوغرافية المختلفة ، تدمج معاً بحيث تعطى مرونة في التصميم حيث يصار في هذا الأسلوب إلى مماثلة عنصر بآخر وفقاً لجانب واحد من جوانب التصميم والاختلاف بالجوانب الأخرى ، كأن تكون العناصر متماثلة بالحجم أو المساحة ومختلفة بالشكل والقيمة واللون ، ومن خلال هذا الاختلاف تنشأ المرونة في التصميم والمروة بالتماثل أيضاً .

ثانياً :– الاتزان غير المتماثل (غير المحوري): هذا الاتزان يقاس بالتقدير الشخصي والإحساس والقدرة على التذوق لأنه يتميز بالحركة وليس بالسكون ، وبالمرونة والانطلاق في التكوين التشكيلي ، والإبداع والتنويع دون التقيد بحرفية التوازن المتماثل مما يجعل الصفحة تمور بالحياة . ويقوم هذا الاتزان على قاعدة توزيع العناصر وفقاً للمركز البصري Centre Optical والمركز البصري يعلو يمين المركز الهندسي بقليل بالنسبة للقارئ العربي * بحيث يقع عند نقطة تجعل النصف الأعلى من الصفحة يساوى ٨/٣ والنصف الأسفل منها يساوى ٨/٥ وهي النقطة التي تقع عليها العين للوهلة الأولى في أي سطح مطبوع ، وهذا الاتزان لا يتمسك بمظهر الاتزان الخارجي من حيث التماثل وإنما يتم فيه التوازن بتوزيع القوى وتعادلها حول الإشعاع البصري ، فمساحة واحدة كبيرة على مقربة من المحور يمكن أن تتزن مع مساحة صغيرة بعيدة عنه ، سواء كانت هذه المساحة صورة أو حرفاً أو أرضية أو لوناً ، وتوزع المساحات عادة على خطوط مائلة وأبعاد متفاوتة ، واشتق الاتزان غير المتماثل من فكرة الرافعات المعروفة بالميكانيكا (بالعتلة) .

ثالثاً :– الاتزان الوهمي : هو الإحساس باتزان الصفحة المطبوعة بصورة "بانورامية" ويقوم أساساً على قاعدة تنظيم قوى الجذب والتنافر بين الأشياء في المجال المرئي وعلى المصمم أن يبحث عن هذه

* - لاحظ أن المركز البصري بالنسبة للقارئ العربي يقع في الربع الأول مع الصفحة جهة اليمين بينما بالنسبة للقارئ الأجنبي يقع في الربع الأيسر العلوي ، وهذا ما تحقق منه المؤلف بدراسة تجريبية . شملت ٣٦ مبحوثاً كانت النتيجة أن ٩٤% من المبحوثين، حددوه في هذا الموضع و ٤% منهم وضعه على المحور الشاقولي وفوق المركز الهندسي وتشتت الإجابات الباقية .

القوى المختلفة التي ندركها في الأشكال غير المنتظمة ، ويمنحها حالة من حالات الاستقرار والانتظام . ويعتبر هذا الاتزان من أفضل الأنواع على الرغم من صعوبته ومرد صعوبته ضرورة تكبير عنصر تيبوغرافي ليحتل موقعاً متميزاً في التصميم ، قد لا يكون الموضوع هو الموضوع الأهم وقد يتساوى أكثر من موضوع في الأهمية ، فمن يا ترى ينبغي أن يوضع في المركز البصري ، من هذه النقطة تبدأ براعة المصمم في إيجاد اتزان ليس فقط على مستوى الصفحة من حيث الشكل بل من حيث هي مضامين متنوعة .

٦-٣- الحركة Movement والاتجاه Direction :

إحداث الحركة في التصميم يجعل القارئ ينظر في الاتجاه نفه ، ويمكن أن نميز نوعين أساسيين من أشكال الحركات هما :

أولاً – حركة دورية : وهى الحركة المتكررة إما منتظمة أو غير منتظمة ، سواء كانت باتجاه واحد أو اتجاهين متعاكسين ، بسرعة واحدة أو سرعات مختلفة ، بتسارع صاعد أو هابط .

ثانياً – حركة غير دورية : وهى الحركة التي لا تكمل دورة كاملة سواء كانت منتظمة أو غير منتظمة ([٤١]) وللحركة في التصميم ثلاثة اتجاهات أساسية :

١) – **الحركة الأفقية** .

٢) – **الحركة الرأسية** .

٣) – **الحركة في العمق**.

وتتضمن الحركة فكرتين أساسيتين هما التغير والزمن فالتغير قد يحدث موضوعياً في المجال المرئي ، أو ذهنياً في الإدراك أو في كليهما معاً ، والزمن هنا يدخل في جميع الحالات فحيثما توجد حركة يوجد اختلاف في الزمن [٤٢].وتهدف الحركة في التصميم الصحفي لتحقيق مجموعة أغراض أهمها : ([٤٣]) .

١. **إضفاء الحيوية والفاعلية على التصميم** .
٢. **خلق دائرة من العلاقات المغلقة بين عناصر التصميم** بما لا يسمح للعين بالفرار العرضي من الشكل ، أو التحول عنه كلياً لشكل آخر ، والمحافظة على استمرار حركتها في نطاق المجال المرئي .
٣. **التحكم في توجيه البصر عبر التصميم** بحيث يسلك مسارات محددة من خلال الجاذبيات المستخدمة في التصميم وسياق العلاقات التي تربط بين عناصره .

والحركة في التصميم الصحفي أساسها حركة ذهنية (ادراكية) ، ويمكن التمييز بين نوعين منها :

أ. **حركة تعتمد على عناصر التصميم نفسها .**

ب. **حركة تعتمد على التصورات الموجودة في الذاكرة** حيث يضفي الإنسان بعض القيم الديناميكية (الحركية) على عناصر التصميم من خلال الاعتماد على ذاكرته.

٦-٤- التنوع Variety :

يرد تعريف التنوع : بتحرك الشيء وتمايله ، ونوع الشيء حركته[١] ، فالتنوع يضفي على صفحة المطبوعة حيوية وحركة من خلال تغيير أساليب تصميم العناصر المكونة للصفحة وتجنيبها الرتابة والملل. ويمكن دراسة التنوع تيبوغرافيا فيما يلي :

- التنوع في الحجم .
- التنوع في الشكل .
- التنوع في المساحة .
- التنوع في القيمة .
- التنوع في اللون.

٦-٥- التباين Contrast :

يعني التباين الافتراق والتهاجر[٤٤] ويستخدمه المصمم بعدة طرق كالحجم والموقع والمساحة والشكل واللون ، ويحتاج استخدامه لتدريب ومران حتى يستخدم بدقة ومهارة ومنح الصفحة جاذبية . والتباين في مساحة العناوين لاختلاف أحجامها وعدد كلماتها وأهمية الموضوع المرافق ، والتباين في مساحة الصور يريح العين ويخلص الصفحة من رتابتها ، وتباين المساحة يجذب عين القارئ ويدفعه للقراءة وقد يكون التباين بتغير الشكل الذي يأخذه العنصر التيبوغرافي ، ويحدث التباين في الشكل الإخراجي للعنصر التيبوغرافي كأن يكون العنوان على هيئة هرم أو مستطيل ، وفي شكل الصور كأن تكون هندسية الشكل أركانها قائمة أو منحنية فتنوع هذه الأشكال تحقق التباين . والمخالفة بين الأشكال التيبوغرافية المطبوعة على الصفحة أفقيا من اليمين لليسار أو من أعلى لأسفل أو بين صورة وعنوان ، أو بين صورة وأخرى ، أو بين عنوان وآخر في الموقع يجعل الصفحة تمور بالحركة وتخلصها من

الرتابة الشكلية . ويتحقق التباين في اللون باستخدام أكثر من كنه لون والمخالفة في استخدام الشكل الملون وأرضيته أو الشكل الأبيض والأسود وأرضيته الملونة.

٦-٦- التناسب Preparations :

لابد من التفريق بين النسبة والتناسب ، فالنسبة مقارنة بين شيئين من نوع واحد . بينما التناسب * فهو التشابه ، وفي الرياضيات تساوى نسبتين ، فالعلاقة بين الطول والعرض في التصميم ليست تناسباً ، وإذا كانت كذلك فجميع الأشكال الهندسية المصممة رباعية ، بينما العلاقة بين الطول والعرض في المستطيل هي علاقة نسبية أياً كانت قيمتها ، أو علاقة بين درجات الإعتام والإشراق وفي هذه الحالة هي علاقة تختلف مشاهدتها والإحساس بها باختلاف الشخص والمؤثرات المحيطة به.**ويمكن دراسة النسبة في مستويين:**

أ. **النسبة المألوفة** : وهي النسب الناشئة بين الأبعاد المختلفة وغالباً ما تدرك بسهولة وبساطة ، كالثلث والربع والثمن أو مضاعفاتها [٤٥] .

ب.**النسب غير المألوفة** : وهذه لا تعني خروجها عن الانتظام الهندسي وهي على أنواع منها :

- **– النسبة الهندسية** : وقاعدتها ٢: ٣ ، مثلان لثلاثة أمثال وتكرارتها : ٣: ٥، ٥ :٨ ، ٨ : ١٣ ، ١٣ : ٢١ ، ٢١ : ٣٤ ، ٣٤ : ٥٥ ، ٥٥ : ٨٩.
- **– النسبة الذهبية** : [٤٦]ومن تطبيقات النسبة الذهبية :

١. **المستطيل الذهبي** : من الباحثين من يرى أن النسبة الذهبية للمستطيل هي ١ إلى ١.٥ ، ويرى آخرون أنها ١ إلى ١.٦ .

٢. **المستطيل جذر خمسة** : ويضيف بعض الباحثين مستطيل جذر٣ أبعاده ٣ : ١.٧٣٢ ، ومستطيل جذر ٦ أبعاده ٦: ٢.٤٩٩ ، ويمكن تتبع النسبة في التصميم الصحفي في النسبة في المساحة فلو نظرنا لأبعاد الجريدة فإننا سنلاحظ أنها مستطيلة وتقترب إلى حد بعيد من النسبة بين بعدي المستطيل الذهبي ، وتقترب من هذه النسبة مساحة العناوين بالقياس للمتن أو الموضوع بالقياس لموضوع آخر (بشكل نادر) ، وتبرز النسبة المثلى في مساحة الصور المنشورة فهي غالباً ما تكون مستطيلة رأسية أو أفقية وتقترب أبعادها من الأبعاد الذهبية .

*- انظر المعجم الوسيط - مجمع اللغة العربية - القاهرة - الجزء الثاني - ص ٩٥٣ ولعل هذا الخلط في تفسير المصطلح أن الكلمة الإنكليزية تؤدي ذات المعنيين (النسبة) و (التناسب) .

وثمة تناسب بين حروف العناوين والمقدمات والمتون بعضها مع بعض ، ولو تتبعنا القيم التي تأخذها كثافات الحروف وجدنا هذه النسبة في فقرات الموضوع الواحد ، كأن تجمع فقرة بكثافة سوداء وفقرة أخرى بكثافة بيضاء والنسبة هنا في جمع كل فقرة على حدة ، وكذلك النسبة في الألوان المستخدمة في العناصر التيبوغرافية المتنوعة وأدوات الفصل بين المواد ، ولاسيما التناسب في توزيع البياض بين الأنهر وحول العنوان وبين الفقرات المكونة للموضوع الواحد .

٦-٧- التنغيم Harmony :

التنغيم أو التناغم أو التجانس يعني استمرار العلاقة السليمة بين العناصر والوحدات المكونة للتصميم ، بما يحقق استمرارية المتابعة ، ولا يشعر القارئ بالملل أو الانقطاع أو الفصل المفاجئ بين المكونات ، من خلال بناء نسيج متسق في العمل الفني يقوم على تكرار المتشابهات .

وفي التصميم الصحفي يصعب تحقيق هذا الأساس الفني بمعزل عن الأسس الأخرى ، فالتنغيم يتحقق من خلال التتالي والمبادلة بين وحدتين أو أكثر بطريقة ناجحة بدلاً من تكرار نفس الوحدة ، وهنا يتداخل التنغيم مع الإيقاع ويحقق تنغيماً قوياً . والتنغيم في الصفحة قد يحققه أيضاً عنصر صغير كالإشارات والعلامات الزخرفية أو الفواصل أو الجداول أو البياض ، أو المبادلة بين المتن والصورة إذا كانا منشورين على عمود أو نصف عمود ، أو وضع خط تحت بداية كل فقرة عنوانية ، وغيرها من الإجراءات المتنوعة كاستخدام الألوان .

٦-٨- الإيقاع Rhythm :

هو اتفاق الأصوات وتوقيعها في الغناء إذا كان العمل غنائياً ، وفي التصميم المطبوع هو القانون الذي ينظم الصراع بين المتناقضات الموجودة فيه ، والتي تنتج عن التباين في الأشكال والمساحات والاتجاهات فهو يعمل على استمرار الوحدة والتوافق في التصميم حيث يربط أجزاءه المختلفة معاً محققاً الانسجام الكامل ([٤٧]) . والإيقاع تنظيم للفواصل الموجودة بين وحدات العمل ، وقد يكون هذا التنظيم للأحجام والألوان أو لترتيب درجاتها أو تنظيم اتجاه عناصر العمل [٤٨] .

والإيقاع في التصميم الصحفي يعني الانتقال السهل والميسر من عنصر لآخر دون أن يتسرب الملل لنفس القارئ، أو يشعر بالرتابة خصوصاً عند تجاور العناصر المتشابهة أو تكرارها ، مثل تجاور الصور المتتابعة ، ويعمل في جميع الأحوال على جذب القارئ واستمرار القراءة وتسهيل رؤية كل العناصر. ويصنف خبراء التصميم الإيقاع في خمسة أنواع أساسية يجد بعضها تطبيقات عديدة في تصميم المطبوعات الإعلامية ، ولاسيما الصحفية : [٤٩]

١) – **إيقاع رتيب** : تتشابه الوحدات والفواصل تشابهاً تاماً [٥٠] في الشكل والحجم والموقع وتختلف في اللون ، ورقعة الشطرنج هي أكبر مثال على الإيقاع الرتيب .

٢) – **إيقاع غير رتيب** : تتشابه فيه الوحدات بعضها مع البعض الآخر وتتشابه فيه الفواصل بعضها مع بعض لكنها تختلف حجماً ولوناً .

٣) – **إيقاع حر** : يختلف شكل الوحدات بعضها عن بعض ، كما يختلف شكل الفواصل بعضها عن بعض ، ويتم توزيع الوحدات دون الالتزام بشكل محدد .

٤) – **إيقاع متناقص** : تتكرر فيه الوحدات بشكل متناقص أو تعطي إيحاء بذلك .

٥) – **إيقاع متزايد** : تتكرر فيه الوحدات بشكل متزايد أو يعطى إيحاء بذلك .

– ويصنف بعض الباحثين الإيقاع في قسمين :

أ . إيقاع ثابت وإيقاع متغير .

ب. إيقاع بسيط وإيقاع مركب وإيقاع معقد .

ويمكن تحقيق الإيقاع في الصحف بعدة وسائل منها :

١) – **التكرار** : حيث تتكرر الوحدات التيبوغرافية كالصور أو المتون أو غيرها سواء كان هذا التكرار منتظماً أم غير منتظم ، كما يمكن تحقيقه من خلال تكرار اللون في نقاط مختلفة في الصفحة المطبوعة .

٢) – **التبادل** : حيث تتم مبادلة صورة مع متن منشور على اتساع عمودين معاً ، أو مبادلة لون بنفس اللون في موقع مناظر ، أو لون بلون آخر ، وسواء كان هذا التبادل منتظماً أو غير منتظم .

٣) – **التوالي** : يتحقق من خلال التحكم في مساحات الأشكال المتكررة ، أومن خلال القيمة اللونية ، بما يحقق إحساساً بنظام متدرج ، سواء كانت صورة تتوالى مع متن أو متن مجموع بالكثافة البيضاء مع متن مجموع بالكثافة السوداء أو توالي عنوان فقرة عنوانية مع عنوان فقرة أخرى ، أو لون مع لون آخر ، بما يحقق إيقاعاً في انتقال حركة عين القارئ على الصفحة .

٦–٩– السيادة أو التأكيد Mastery .&Emphasis :

يفرق بعض الباحثين بين هذين الأساسين ، إلا أننا نعتقد أنهما يؤديان المعنى نفسه ، حيث يرتبط كل منهما بوجود عنصر مطلوب التركيز عليه ، وبالتالي فلا بد أن يأخذ هذا العنصر مكان الصدارة ويسود على العناصر الأخرى المكونة للصفحة .

ويجب أن يكون لكل عمل تصميمي محور أو شكل غالب أو فكرة سائدة يخضع لها باقي العمل ، مع ملاحظة أن هذا العنصر لا يشترط وجوده في وسط التصميم ، ويلجأ المصمم في هذه الحالة لتأكيد هذا العنصر باستخدام عدة أساليب كالمساحة الكبيرة ، أو المواقع المتميزة أو الألوان .

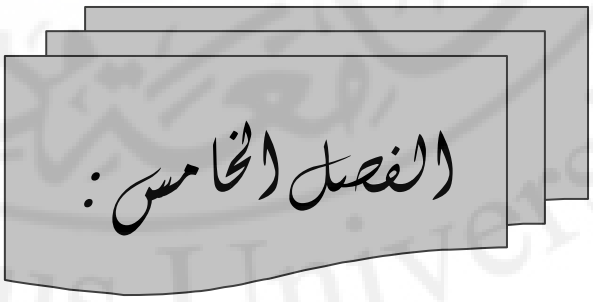
ويمكن ملاحظة السيادة لعنصر تيبوغرافي على الصفحة المطبوعة بسهولة إذا كانت السيادة في المساحة ، كالصور مثلاً ، فإذا احتلت موقعاً كبيرا فلا شك أن لهذه الصورة أهمية مثلى يريد المصمم أن يؤكدها في ذهن القارئ ويتوقف ذلك على أهمية الصورة وأهمية الحدث المصاحبة له ، واتجاهات السياسة التحريرية ، ويماثل ذلك السيادة للموضوع الرئيسي حيث يغلب نشره على الصفحة الأولى ويشغل مساحة أكبر من مساحة الموضوعات الأخرى ، الأمر الذي يوحي بتأكيد الصحيفة عليه وإبرازه من خلال منحه هذه المساحة الإضافية . وقد تكون السيادة لعناصر معينة كالمتون والعناوين إضافة للصور . وقد يكون التأكيد بالنشر على الصفحة الأولى أو الصفحات الداخلية ، أو في المواقع التي يقبل عليها القارئ ، أو من خلال قربها من المركز البصري .

٦–١٠– التكامل في أسس التنظيم الفني والصحفي :

صحيح أن أسس التصميم تدرس منفصلة بعضها عن بعض ، سعياً وراء تحقيق أكبر قدر من الوضوح ، لكن استخدامها لا يكون كذلك ، في أي تصميم ، فالمصمم يستدعي هذه الأسس مجتمعة ويوظف ما أمكنه منها في تصميمه ، وتبرز مهارة المصمم في مقدرته على توظيف هذه الأسس مجتمعة

في شكل متكامل بما لا يحقق تعارضاً بينها ، وتظهر مهارة المصمم في مراعاة الجانب الوظيفي أثناء التصميم الصحفي فإنشاء صفحة لا يماثل إنشاء لوحة ، ولأن هناك ضرورة وظيفية لإنشاء كلا التصميمين ، فإذا كان الهدف الجمالي وتحقيق الجاذبية للوحة ، فإن إنشاء صفحة لا يتوقف عند الحدود الجمالية ليتعداه لتحقيق الجانب الوظيفي ، والسعي لإيصال الرسالة الإعلامية للقراء .

فالوحدة لا تتحقق بمعزل عن الاتزان أو الحركة وعندما توجد الحركة تتحقق الوحدة والتنوع والتباين في آن معاً ، والمصمم البارع هو الذي يستطيع تحقيق التنوع من خلال الوحدة ويحقق الوحدة من خلال التباين دون أن يغفل التناسب في المراحل المختلفة ويتحقق التنغيم من خلال الوحدة والاتزان والحركة والتناسب ، فإذا كانت الوحدة كأساس فني مدخل أساسي لإنشاء التصميم الصحفي فإن الأسس الأخرى تتضافر لتحقيق هذا الهدف بما يخلق صفحة تتوافر لها كل عناصر التكوين الجيد .



العوامل المؤثرة في التصميم الفني والصحفي

٢٦- مقدمة .
٢٧- المهارات والأداء .
٢٨- وظيفة التصميم .
٢٩- الموضوع المصمم .
٣٠- الأدوات والخامات المتاحة.
٣١- برامج الإخراج الصحفي .
٣٢- برامج جاهزة للإخراج .

١- مقدمة :

تتأثر مهارات المصمم وأفقه الإبداعي بشكل مباشر بطبيعة الخامات المتاحة بين يديه ، وتتسع آفاقه التأملية وقدرته على الخلق الفني كلما ازدادت معرفته بحدود وإمكانات هذه الخامات ، ويتأثر تصميم (المخرج) الصحفي إضافة للأدوات المتاحة والخامات بسياسة الصحيفة الإخراجية ومجموع العاملين معه في الصحيفة ، صحيح أن التصميم الصحفي هو عمل فردي ، ولكن إنجاز هذا التصميم على أحسن وجه يتأثر بعوامل أخرى جماعية في المقام الأول ، ولابد أن يمتلك المخرج حدودا معينة من المهارات حتى يتمكن من إنجاز صفحة بصورة مقبولة . أيا كانت موضوعات التصميم متباينة ، والأغراض من إنشائها مختلفة فثمة عوامل تؤثر في التصميم من أبرزها وأهمها :

٢ – المهارات والأداء :

يشترك جميع العاملين في الصحيفة في تحمل المسؤولية لأداء هذا العمل وعلى رأسهم رئيس التحرير ، ولأن التصميم ليس لغة بصرية تخاطب بها الصحيفة جمهورها ، عبر ما تنشره من مضامين متنوعة فحسب ، بل تعبير عن التوجه الفكري والتحريري ، وخلق هوية مميزة للصحيفة بشكل يجمع بين الجوانب التعبيرية والاتصالية والنواحي الفنية والتنفيذية ، والتحكم بدرجة كبيرة في البناء الشكلي الكلي للصحيفة ، لذلك تعاظمت المسؤولية الملقاة على عاتق المخرج الصحفي لتقديم صفحات تحقق وظائفها وأغراضها . فكثير من الأشياء التي يقوم بأدائها الأفراد يتوقف نجاحها أو فشلها على المهارات المتنوعة التي يمتلكها القائمون على هذه الأعمال . ويجمع الباحثون على ضرورة توافر عدد من المواصفات الأساسية في المصمم ولا سيما في من يقوم بأعمال إبداعية تقسم لثلاثة أنواع رئيسية :

أولاً – استعدادات الطبيعية أو القدرات الخاصة .

ثانياً – الخلفية العلمية أو التحصيل الدراسي العام والمتخصص .

ثالثاً– الخبرة الفنية والعلمية في مجال التصميم .

٣– وظيفة التصميم :

يجب أن يحقق التصميم الغرض منه ويلبي وظيفة خاصة ، وهي النواة التي تبدأ منها عملية التصميم ، لذلك يتعين على المصمم أن يدرس وظيفة التصميم الذي ينفذه ، ويحقق التصميم الصحفي مجموعة وظائف [٥١] يمكن تقسيمها لنوعين :

أولاً – وظائف جمالية :

١)– تتجلى في قدرة التصميم على **جذب انتباه القراء لقراءة الصحيفة** .

٢)– إثارة اهتمام القراء لقراءة موضوع محدد أو مجموعة من الموضوعات ، بتسهيل القراءة ما أمكن ، حتى لا ينصرف عنها القارئ .

٣)– منح القارئ شعورا باللذة المعنوية وهو يطالع الصحيفة .

٤)– تقديم الصحيفة بشكل جميل وجذاب ومناسب لمضمونها ، من خلال تنويع المظهر الجمالي والفني للجريدة ، وتخليصها من الرتابة والملل .

٥)– إبراز القيم الجمالية في كل عنصر تيبوغرافي باختيار طرز حروف مناسبة ، وتوزيع المتون والصور والعناوين بما يحقق الشكل المأمول .

ثانياً – وظائف وظيفية :

١)– إراحة بصر القارئ أثناء مطالعته الصحفية ، وتخفيف جهد القراءة.

٢) – جعل القارئ يمعن النظر بالصحيفة ، بما يحقق في نهاية الأمر هدف الصحيفة .
٣) – التركيز على بعض الأجزاء المهمة وإبرازها ، بما يعزز الفكرة الرئيسية المطلوب التركيز عليها .
٤) – توجيه عين القارئ نحو عناصر الرسالة الإعلامية المهمة .
٥) – تحقيق أقصى قدر من الانسجام بين عناصر المادة الصحفية ، العنوان – المقدمة – المتن والصور .
٦) – استغلال مساحة الصفحة لنشر أكبر قدر ممكن من المواد بأفضل وأسهل وأجمل طريقة ممكنة .
٧) – تصنيف الموضوعات وتبويبها وترتيبها حسب أهميتها ، وفق خطة تجعل الموضوعات متجانسة .
٨) – المساهمة في إيجاد صلة قوية بين الصحيفة والقارئ .
٩) – المساهمة في تحديد الشخصية المتميزة للصحيفة وفقا لسياستها التحريرية والإخراجية .

٤ – الموضوع المصمم :

يؤثر المضمون على التصميم ويجعله غنيا إن كان فيه هذا الغنى ، والتصميم الصحفي أقرب إلى التجريدية الهندسية التي أرسى قواعدها عدد من كبار الفنانين من أمثال : تيوفان ديوسبرغ وموهلي ناغي وإدوارد باولوتزي ، إلا أن أكثرهم تأثيرا الهولندي بيه موندريان Piet Mondrian الذي يعتبر من أكثرهم إفادة لتصميم المطبوعات المتنوعة على وجه العموم .

ولاشك أن المضمون الصحفي يؤثر في تصميم مكوناتها ، فهو تجسيد للمادة الصحفية وتعبير عن محتوياتها ، لذلك ينصح الفصل بين الصفحات الإخبارية بنصوصها القصيرة المركزة والعديدة ؛ والصفحات الأخرى المخصصة للموضوعات التفسيرية التي تحجز مساحات أكبر مثل التحقيقات أو الأحاديث أو المقالات . لأن التصميم الأفقي غير مناسب في حالة احتواء الصفحة على أربع أو خمس قصص خبريه متساوية في طولها ولا توجد وسيلة جذابة لوضع قصة طولها ٥سم على عمودين أو ثلاثة أعمدة [٥٢] . كما أن تصميم الموضوعات الطويلة كالدراسات والبحوث والتقارير يعتمد على تقسيم الموضوع لفقرات تفصلها عناوين فرعية ، وتصميم العناوين يتم طبقا لسياسة محددة تعتبر معلماً من معالم الصحيفة .

وإذا كانت الخرائط مناسبة لتنشر مع موضوعات تبين مواقع الأحداث والكوارث والحروب وحالة الجو ، قد لا تكون مناسبة مع موضوعات أخرى ، كذلك الجداول التكرارية والمنحنيات فهي من أكثر

الأشكال مناسبة للصفحات الاقتصادية للتعبير عن التغير الذي يطرأ على أسعار السلع أو الصادرات والواردات وحركة أسهم البورصة ...

وإذا كانت بعض طرز الحروف تناسب الموضوعات الجادة والسياسية هناك طرز أخرى تعطي تأثيرات درامية إذا أحسن استخدامها كالخط الكوفي الملائم للموضوعات الدينية ، والخط الفارسي المناسب للموضوعات المتعلقة بالمرأة .

ومن الضروري ملاءمة مضمون الصور (الصورة) للموضوع المنشور ، فالقارئ قد يسخر من موضوع جيد يتحدث عن كوارث ثلجية والصور المنشورة لأطفال يلعبون بالثلج ، صحيح أن الفكرة واحدة ؛ وهي الثلج لكن المضمون مختلف فالأول يتعلق بالمشكلات التي يسببها تساقط الثلج الكثيف ، بينما الثانية نوع من أنواع الرياضيات والتسلية (اللعب بالثلج أو التزحلق على الجليد) .

٥- الأدوات والخامات المتاحة :

يمكن تقسيم أدوات المخرج الصحفي لنوعين :

أولا – الأدوات التقليدية :

١- نموذج الصفحة : المعروف بالماكيت وهو الشكل الأولي لصفحه الجريدة . ولنموذج الصفحة نوعان : **أولهما**- يسمي (ماكيت التصميم) و**الثاني** (ماكيت التنفيذ) وهو من رتبة جيدة من الورق تفوق في جودتها رتبة ورق الصحف ويستخدم في المطبوعات التي تستخدم المونتاج اليدوي.

٢- المسطرة : للمسطرة استخدامات عديدة بيد المصمم الصحفي منها : عد الحروف وتستخدم لهذا الغرض مسطرة gauge ومسطرة الحروف وستخدم المسطرة لتحديد أبعاد الصورة (تصغيرها أو تكبيرها بالطريقة الهندسية) والقلم والممحاة وأطقم الحروف الجاهزة وأفرخ العناوين والحروف اللاصقة .

ثانيا : الأدوات الحديثة : [٥٣]

حل نظام النشر المكتبي Desk Top Publisher محل الأدوات التقليدية في جمع الحروف وتوضيب الصفحات بما فيها من صور ورسوم وخطوط ، ويعد هذا النظام نقطة تحول كبيرة من الأنظمة الورقية إلى

اللاورقية ، فيمكنه إنجاز العمل في مرحلة واحدة فقط ، من دون المرور بمرحلة جمع الحروف وتجهيز الأشكال الغرافيكية والمونتاج وتصوير الصفحة .. وهذه الأدوات جعلت المصمم الصحفي يستغني عن أدواته التقليدية نسبيا أو كليا ، بل تمثل هذه المرحلة تحديا للمصمم الصحفي ليكون مبدعا في ظروف وأدوات جديدة .

وأثمر استخدام الحاسبات في الإخراج الصحفي في تطوير هذا الجزء من عمل الصحف ولاسيما في نقطتين رئيسيتين أولهما : تصميم عناصر الإخراج الصحفي (العناصر التيبوغرافية) ، وثانيهما : ترتيب عناصر الصفحة مجتمعة على الصفحة أو ما أطلق عليه الإعداد الإلكتروني للصفحة ، وما يرتبط بكل منهما من عناصر فرعية .

- **– تصميم عناصر الصفحة :**

عناصر تصميم الصفحة هي كل ما تحتويه الصفحة من أشكال مطبوعة أو فراغات متروكة لأغراض وظيفية ، ويمكن الحصول على تصميم ناجح باختيار عناصر التصميم لتكوين شكل يحقق قدرا من الوظيفية والجمالية . بوضع النسب الصحيحة التي تربط بين متغيرات التكوين ، واختيار العناصر المتوافقة مع الشكل ، ويمكن تتبع تطبيقات الحاسب الآلي في تصميم هذه العناصر في النقاط التالية :

١– اختيار شكل الحروف .

٢ – اختيار أحجام الحروف وكثافتها.

٣– الأرضيات.

٤– الصور .

٥ – الجداول والفواصل .

٦ – تحديد اتساع الجمع.

٧ – الفراغات بين الكلمات والسطور وترحيل بقايا الموضوعات .

٨ – الألوان .

٩ – تصميم العناصر التيبوغرافية (النصوص ــ العناوين ــ الصور).

- **– ترتيب العناصر التيبوغرافية مجتمعة" الإعداد الإلكتروني للصفحة " :**

بعد جمع الحروف على الشاشات ، يمكن عمل صفحات الصحف أو ما يسميه الباحثون الأمريكيون النظام الكلي Total System فباستخدام الحاسبات ننجز كل العمليات معا... حيث يتم إدخال المواد الصحفية من الصحفيين باستخدام النهايات الطرفية وتحول لشاشات الإخراج . وفي التوضيب الكلي : تستدعى العناوين والصور والقصص والإعلانات من ذاكرة الحاسب الآلي ، وتأخذ مكانها في التوضيب ويتم ذلك بوضعها ككتل على الشاشة ، ويعمل المشغل على تحريكها والتحكم بها لبناء الشكل الذي يتطلبه التصميم .

٦- برامج الإخراج الصحفي:[٥٤]

تقوم معظم برامج التطبيقات في الحاسبات بدور التصميم والإخراج والنشر ، وثمة برامج معدة خصيصا للنشر تتوافر بها أدوات مساعدة للمصممين أكثر من غيرها ، وبعضها مخصص لنشر الوثائق القصيرة وبعضها الآخر يتعامل مع الوثائق الطويلة ، وكل منها له نقاط قوة وضعف معا طبقا لمجالات النشر التي تنقسم إلى : نشر عام تتضمن الوثائق النصوص والصور (ومنها المجلات والصحف والكتيبات) ، نشر وثائق طويلة ومتعددة الفصول (الكتب والنتاج العلمي الأكاديمي) ، ومنشورات الجداول (كالمنشورات العلمية الخاصة والمنشورات كثيفة المعلومات والإحصاءات) . ولكل منها برامجه المناسبة ، وأهم هذه البرامج :

٦-١ – الناشر المكتبي : يعتبر من أهم برامج التصميم والنشر ، إضافة لقدرته على معالجة النصوص ؛ وهو أول برنامج متعدد اللغات، النسخة العربية منه (صممها الدكتور على الأعثم عام ١٩٨٤ وطورها بالتعاون مع عادل علاوي عام ١٩٩٠) البرنامج تعريب لبرنامج ريدي ست غو Ready Set Go 4 for Macintosh only الذي أنتجته لتراست . على الرغم من إمكانات البرنامج العديدة في التصميم إلا أن معظم دور الصحف تستخدمه لمعالجة الكلمات فقط (عمليات جمع النصوص والعناوين) بعد ظهور برامج أكثر كفاءة وسرعة . كما أن النصوص المجموعة بالناشر المكتبي يمكن استثمارها في برامج التصميم الأخرى .

٦- ٢ – الناشر الصحفي : من أوسع برامج التصميم وأكثرها انتشارا نظرا لتعدد تطبيقاته ومرونة التعامل معه ، والناشر الصحفي تعريب لبرنامج ديزين ستديو Design studio الذي أنتجته شركة لتراست وبواسطته يمكن إنتاج أي شيء بدءا بالوثيقة العادية البسيطة مرورا بالجرائد والكتب والمجلات المتطورة والملونة ، فالبرنامج يعالج النصوص والصور والرسوم وقادر على تركيب الصفحات ؛ وإعداد صفحات جاهزة للطباعة فضلا عن فرز الألوان .

٦- ٣ – كوارك إكسبرس QUARK XPRESS :أول إصدار له كان في عام ١٩٨٧ وفي بداية التسعينيات أصبح البرنامج القيادي في التصميم والنشر ، يعمل في بيئتي ويندوز وماكنتوش ، وهو من برامج التصميم التي تتمتع بميزات متقدمة في معالجة النصوص (تحديد أشكال الحروف وأحجامها وتحديد العلاقات النسبية الصحيحة بين طولها واتساعها ، وإمالتها وتضليلها والتحكم بالمساقات بينها ..) ، وكتل النصوص (تحديد عدد الأعمدة في كل إطار وإمالتها وربط الإطارات معا وتغيير أشكال الإطارات وتلوينها بتدرجات لونية عديدة) وربط الصور بالفقرات أو إدراجها ضمن النصوص ؛ وضمان انسياب النصوص بإحكام حول الصور أو انسياب النص على الصورة . زود بأدوات للجداول والطبقات وتصميم الويب وتصدير ملفاته لتلبية احتياجات مصممي الوسائط المتعددة والتعامل مع لغة HTML . يعوزه ميزات عدة منها قابلية استيراد ملفات الورد وإخفاء خطوط الشبكة في الجداول . والبرنامج قادر على معالجة الألوان .

6- ٤ – بيج ميكر ADOBE PAGE MAKER : صممته شركة آلدوس في نهاية الثمانينات ، وتبنته شركة آدوبي في التسعينيات . من أكثر البرامج المتوافقة للعمل في بيئة وندوز وماكنتوش . يحتوي على عدد كبير من الأدوات الأساسية لأعمال النشر العامة ؛ كما يحتوي على أدوات لإنشاء جداول قوائم المحتويات والفهارس (هذه الأدوات تستخدم مع التقارير والملفات المكتبية لكنها غير صالحة للكتب) . ويستطيع البرنامج تصميم وإخراج جميع المطبوعات بما فيها الصحف من خلال قدرته على الربط بين الموضوعات بمرونة ؛ فأدواته طيعة لتنفيذ مختلف أنواع التصميم الغرافيكي وكتابة ومعالجة المواد النصية ومزجها بالصور . هو قادر على دعم حجم حروف يصل إلى ٦٥٠ بنطا مقارنة مع ٣٢٧ بنطا للناشر الصحفي . كما يستطيع إدخال ٩٩٩ صفحة في ملف واحد مقارنة بـ ٢٠٠ صفحة يدخلها الناشر الصحفي .

٦– ٥ – أدوبي إن دزين ADOBE IN DESIGN : صدر لأول مرة في عام ١٩٩٩ وصدرت نسخته الثانية عام ٢٠٠٢ بميزات إضافية لنشر الكتب والجداول ووضع المؤثرات الغرافيكية التي يجريها برنامج الفوتوشوب وميزات برنامج الاليوستريتر ، والبرنامج مصمم لمحترفي النشر ؛ لكن واجهة تطبيقه صممت لتكون سهلة الاستخدام حتى للجميع ذوي الخبرات القليلة في برامج التصميم ، ويعمل في نظامي النوافذ وماكنتوش . البرنامج مزود بعدد من الأدوات لتصميم ونشر المجلات والجرائد والبروشورات والإعلانات والبوسترات وعدد من التطبيقات الأخرى ، كما يحتوي على أدوات لنشر الكتب تتضمن فصولا متعددة وقوائم محتويات وفهارس وهوامش سفلية ؛ كما يمكنه معالجة ملفات وورد . يصنفه الخبراء ضمن البرامج الصعبة على المبتدئين مقارنة ببرنامج بيج ميكر لكن واجهة تطبيقه تساعد المبتدئين ممن لديهم الوقت الكافي للتجريب بوجود قائمة مساعدة مصغرة سهلة الاستخدام .

٦– ٦ – فريم ميكر ADOBE FRAME MAKER : طورت شركة فيم للتكنولوجيا هذا البرنامج في أواخر الثمانينيات ؛ واشترته آدوبي في بداية التسعينيات أضيف لإصداره السابع أدوات لمعالجة الكتب تحديدا أكثر من معالجة أمور التصميم والنشر العام ، و لا تستطيع كل الشركات التعامل مع ملفاته لأن البرنامج عالي التقنية . علما أنه يعمل في بيئات ويندوز وماكنتوش ويونكس . استخدم البرنامج المتخصصون في النشر أكثر من استخدامه من قبل مصممي الغرافيك ، نظرا لقدرته على معالجة مئات الصفحات بسرعة وفعالية (فهو برنامج متخصص لمعالجة المستندات الطويلة) ؛ كما أن تعلمه يحتاج لوقت وتدريب مكثفين ومتدربين لديهم خبرة في التعامل مع برامج أخرى .

٦– ٧– كوريل فينتيورا COREL VENTURA : طور في البداية من قبل شركة فينتيورا عام ١٩٨٥ ، ثم اشترته شركة كورل عام ١٩٩٨ ، تم تطويره ليعمل في بيئة ماكنتوش . يقدم البرنامج أدوات سهلة الاستعمال لبناء قواعد البيانات ؛ وهو مخصص لإنتاج الكتب والكتالوجات والمنشورات التقنية والأكاديمية وغيرها من المستندات الطويلة ؛ أكثر من كونه برنامجا للنشر العام ، يستطيع التعامل مع عدد كبير من الصفحات وتوليد قوائم المحتويات والفهارس ورؤوس الصفحات والهوامش .

٧– برامج جاهزة للإخراج :

تقدم التطورات الأحدث برامج تطبيقية جاهزة لإخراج الصفحات بحيث يتم إدخال المتون والصور للحاسب ، ومن برنامج الإخراج المصمم لكل صفحة على حدة ليقوم بعملية إخراجها آليا وينبه المحرر الصحفي لأي زيادة أو نقصان في أطوال الموضوعات ويطلق على هذه العملية إخراج الماكيت إلكترونيا . ولكن تحتوي بعض البرامج على ملف للمعايير التيبوغرافية القياسية تتضمن اللبنات الأساسية اللازمة للوفاء بأعلى المعايير التيبوغرافية القياسية في التوضيب والتنفيذ ، وذلك بشرط أن يعرف المستخدم ما يريد قبل أن يزمع الحصول على النتائج .

تصميم متون الموضوعات

٣٣- مقدمة.

٣٤-حروف المتن:

٢-١- شكل حروف المتن.

٢-٢- حجم حروف المتن وكثافتها.

٢-٣- اتساع الجمع.

٣-٤- البياض بين الكلمات والسطور.

٣٥- أساليب تصميم متون الموضوعات:

٣-١- تصميم متون الموضوعات.

٣-٢- تصميم بقايا الموضوعات.

٣-٣- أساليب تساعد على كسر حدة رمادية المتن.

١- مقدمة:

تشكل حروف المتن ما يقرب من ٨٠ % من مساحة الصحيفة، فالكلمة المطبوعة هي وسيلة الاتصال بالقراء ، وهو العنصر الأساسي الذي تتكون منه أي صحيفة مطبوعة ، ولا تزال الصورة على الرغم من أهميتها عنصرا رافداً للنص الصحفي لزيادة تأكيد النص ، وإن كانت بعض الصور تستطيع الاضطلاع بهذه المهمة. ومن الثابت أن يوحنا غوتنبرغ بالتعاون مع شريكه فاوست هما أول من تمكنا من اختراع أحرف الطباعة المعدنية المتحركة وطباعة الكتاب المقدس عام ١٤٥٦م ، على مطبعة تعمل بطريقة الكبس في مدينة مينز الألمانية. وعلى الرغم من أن حروف المتن ليست ذات أهمية من حيث قيمتها البصرية لأن الهدف الأساسي منها ليس جذب انتباه القارئ للمادة المطبوعة ، لكن يتعين على المصمم أن يعيرها بحيث يوفر لها أكبر قدر ممكن من يسر القراءة[٥٥] ولا يزال هذا الجانب محل اهتمام عدد كبير من الباحثين لتطوير الهيئات المرئية للحروف وزيادة قدرتها لتحقق أكبر قدر ممكن من الوضوح وأقصى ما يمكن من يسر القراءة.

ويخضع استخدام حروف المتن من الناحية التيبوغرافية لاعتبار أن تتم قراءتها بيسر وهو ما يطلق عليه يسر القراءةReadability [٥٦] ووضوح Legibility. ويفسر بعض الباحثين ذلك بأنها القابلية لقراءة المادة المطبوعة والتعرف عليها [٥٧] أو الشعور بإمكانية قراءة الشيء بسهولة ، أو بأن

يتضح الشيء أكثر من شيء آخر [٥٨] أو أنها التمييز الواضح بين الحروف بحيث يتجنب أي إشكال بينهما حتى في حالة وجود أقل تشويه في الحروف [٥٩] أو أنها القابلية لقراءة أوحل رموزها أو تفسيرها [٦٠]. ، ويعتقد بعض الباحثين أن درجة وضوح الحروف وسهولة القراءة يمكن الاستدلال عليها من العبارة التالية: فمجرد القول إن القارئ قرأ هذا غير كاف [٦١] إذ توجد مجموعة من العوامل غير مقاس الحرف لها أثر مباشر على درجة وضوح الحروف وسهولة قراءتها.

بينما يرى فريق من الباحثين أن يسر القراءة في الرسالة الإعلامية يرتبط بعدد من العوامل التيبوغرافية إلى جانب عوامل أخرى تتصل بصياغة الرسالة الإعلامية Readability... فيسر القراءة يعني الخاصة التي تتمتع بها الحروف والتي تتضمن أقصى قدر من السهولة وراحة العين خلال فترة من القراءة المستمرة وهو الأمر الذي يراد لحروف المتن أن تحققه. أما تعبير وضوح القراءة Legibility فيشير إلى الخاصة التي تتمتع بها الحروف وتساعد على سرعة ملاحظة وفهم سطر واحد أو مجموعة متضامنة من السطور [٦٢].

٢- حروف المتن:

سهولة القراءة ووضوحها يحددان درجة استيعاب القارئ للنص وتحدد سرعة حركة العين عبر السطر([٦٣]) ويمكن تناول حروف المتن في شكلها وحجمها واتساع جمعها والبياض على النحو التالي:

٢-١ - شكل حروف المتن (وجه الحرف):

شكل الحرف هو الطريقة التي يظهر بها الحرف مطبوعا على الورق ، ويعد شكل الحرف من أهم العوامل التيبوغرافية التي تؤثر في قراءة الحروف ، ويأتي ذلك ضمن الجهود الأساسية في معالجة حروف المتن لمنح القارئ فرصة مواصلة القراءة فترة طويلة من الزمن دون أن يجهد بصره [٦٤].

ويمكن أن تأخذ الحروف أحد شكلين من حيث قوامها بعد طباعتها ، إما عادية أو مختصرة أو مضغوطة ، وقد يلجأ المصمم لضغط الحروف ولاسيما في العناوين ومقدمات الموضوعات أو بدايات الفقرات لتلائم الاتساع المحدد ، وفي هذه الحالة قد تأخذ شكلا يختلف عن شكلها الحقيقي بينما قد لا يبدو ذلك واضحاً إذا لجأ المصمم لتكبير الحروف بوضع الكشائد. كما يمكن أن تكون الحروف

معدولة أو مائلة حيث يلجأ المصممون لجمع أو كتابة بعض العناوين أو المقدمات أو بعض فقرات الموضوع بأحرف مائلة للتأكيد أو الإبراز أو لخلق التباين، وقد أثبتت بعض الدراسات أن الحروف المائلة تقلل من سرعة القراءة بنسب تتراوح بين ١٠% - ٥٠ % [٦٥] وإذا جاز لبعض مصممي الصحف استخدام الحروف المائلة فلابد أن يكون في أضيق الحدود ، وفي عدد محدود من السطور بحيث لا يستغرق القارئ وقتاً طويلاً في قراءتها. وثمة عوامل تؤثر على شكل الحروف أبرزها:

١- أهم ما يميز شكل الحرف (العربي) **ظهوره متصلاً بالحروف الأخرى** ، فقد يكون الحرف جميلاً ودقيقاً في ذاته لكن الأثر قد يبدو مختلفاً عند استخدام هذا الحرف وسط غيره من الحروف لتكوين الكلمات والسطور، وحتى يمكننا اعتبار الحرف حرفاً طباعياً جيداً يجب أن تكون الحروف طيعة النظم تتجاور بتناسب ولا يحول تلاصقها دون يسر قراءتها [٦٦].

٢- **طريقة جمع**: تتميز حروف الموضوعات المجموعة على آلات الجمع السطرية بجمالية أقل من الحروف المجموعة يدوياً بسبب اختصارها ، وأمكن لأنظمة الجمع التصويري أن تحل مشكلة اختصار الحروف العربية[٦٧].

٣- **طريقة الطباعة**: تعتمد الطباعة البارزة الضغط على الحروف ولذلك تزداد ثخانة الحروف عند الطباعة عن ثخانتها العادية بسبب الضغط... مما يؤدي لتغيير شكل الحرف المطبوع عن شكل الحرف نفسه أما في حالة الطباعة المستوية فإن الضغط لا يحدث بالشدة نفسها ، مما يجنب الحروف التشويه المحتمل الناجم عن الضغط.

٤- **نوع الورق والحبر**: يجف الحبر في الطباعة البارزة بالامتصاص خاصة إذا كان الورق خشنا وقابلا لامتصاص الحبر ، وهو ما يؤدي لزيادة ثخانة حواف الحروف ، والذي يزداد بزيادة الضغط أثناء الطباعة ،كما تؤدي الشعيرات الدقيقة الموجودة في ألياف الورق ، لتجمع الحبر في الزوايا الحادة أو الفتحات الدقيقة الموجودة في بعض الحروف الأمر الذي يجب مراعاته عند تصميم الحروف خاصة الصغيرة ، أما الحبر المستخدم في الطباعة الملساء فيعتمد أساسا على الأكسدة (البلمرة) مما يؤدي لضعف انتشار الحبر داخل الشعيرات الدقيقة لألياف الورق حتى مع استخدام أنواع رخيصة من الورق. ويعتمد الحبر المستخدم في الطباعة الغائرة على التبخر وهو لا يمنع انتشار الحبر في ثنايا

سطح الورق إذا كان ناعما ولأن خفة الحبر من جهة أخرى تساعد الورق ولو كان ناعما على امتصاص جزء من الناقل [٦٨].

٥- إجراءات أخرى تؤثر على شكل الحروف:

*- طباعة حروف المتن بيضاء بلون الورق على أرضية مصمطة داكنة.

*- طباعة الحروف بيضاء بعد تفريغها من أرضية شبكية ونلاحظ الفرق جلياً نظراً لانخفاض كمية الحبر في الصورة عنه في الأصل على الأقل بنسبة ١٠ % وبالتالي انخفاض التباين بين الحروف والورق الأبيض.

*- طباعة حروف المتن بالأسود على أرضية شبكية (رمادية) وينبغي المحافظة على كثافة موحدة للأرضيات لا تزيد عن ٣٩ % ويستحسن أن تكون أقل من ذلك بقليل مع الحروف ذات الأحجام الصغيرة.

*- إفراغ الحروف من أرضيات غريزية Grise أو جمع الحروف على أرضية من هذا النوع وفي الواقع أن هذا الاستخدام يحمل عيوب الأنواع السابقة حيث تختلط زوائد الحروف أو بعض الحروف في خطوط الأرضية.

*- طباعة الحروف بألوان أخرى غير الأسود بدون مراعاة للتباين.

٢-٢- حجم حروف المتن وكثافتها:

الوحدة الرئيسية لقياس أحجام الحروف هي البنط ويساوي ١ / ٧٢ من البوصة = ٠.٠٣٧٥٩ مم. وباستخدام النظام المتري يكون كل مم = ٢.٥ بنط. أو كل سم = ٢٦ بنطاً. ويبدأ القياس من أعلى جزء من الزوائد العليا إلى أدنى جزء من الزوائد السفلى، علاوة على جزء يسير من البياض في أعلى وأسفل الحرف والغرض من هذا البياض هو ألا تلتصق السطور بعضها ببعض عقب الجمع ولو لم يترك أي بياض زائد بين السطور [٦٩] وتختلف كمية البياض من تصميم لآخر طبقا لحجم الحرف نفسه. كما تبدو حروف أجهزة الجمع التصوري أصغر من حروف الجمع الساخن [٧٠].

بعد تحديد حجم الحرف يحدد اتساع الجمع أو قياس أطوال السطور الذي يقاس بالسيسرو Cicero كوحدة قياس تم تقسيمها لاثنتي عشرة وحدة كل منها تساوي بنطاً ويماثل في قيمته الرقمية الكور كوحدة قياس مستخدمة في المطابع العربية والأوربية. بينما البايكا وحدة قياس تستخدم بديلاً عن السيسرو أو الكور في المطابع الأمريكية وهي بالأساس لقياس المسافة البيضاء بين السطور.

ويرتبط بحجم حروف المتن كثافتها ويقصد بالكثافة ثخانة خطوط حواف الحرف فإذا كانت سميكة أطلق على الحرف (بنط أسود) وإذا كانت رفيعة أطلق عليها (بنط أبيض) ، وهما الدرجتان الوحيدتان المتاحتان في آلات جمع الحروف العربية على خلاف الحروف الأجنبية التي تجمع بأربع كثافات. لكن الأبحاث العلمية أثبتت أن الإسراف في استخدام الكثافة السوداء لا يعين على سهولة القراءة ، لذلك ينبغي على الصحيفة استثمار هذه الميزة كأحد أساليب الإبراز وتحقيق أساس التباين والتنوع في الموضوع الواحد أو مجمل الصحيفة.

وهنالك عوامل تيبوغرافية تؤثر على اختيار المصمم للحروف سواء اختيار أحجامها أو اختيار كثافتها ، فإذا كانت أحجام الحروف المقبولة في القراءة تتراوح أحجامها بين ٩- ١٢ بنطا ، فإنه يمكن استخدام الأحجام الصغرى في جمع نتائج المباريات الرياضية وأسعار العملات أو الإعلانات المبوبة... لأن القراء لا يقرؤون كميات كبيرة منها[٧١] بينما أحجام الحروف الكبيرة والكثافة السوداء وسيلة إبراز يمكن استثمارها في الجوانب التالية:

١- **مقدمات الموضوعات:** يعد استخدام مقدمة صغيرة لموضوع كبير من أفضل وسائل التدرج البصري بين العنوان والمتن ، إلى جانب أهمية المقدمة من الناحية التحريرية التي تحتوي أهم ما في الموضوع من فقرات رئيسية بقصد جذب القارئ ودفعه لقراءة التفاصيل، فللمقدمة تيبوغرافيا أهمية لتخفيف حدة الانتقال بصريا من أحجام الحروف الكبيرة في العنوان إلى أحجام الحروف الصغيرة في المتن.
٢- **تباين وإبراز وتأكيد بعض الفقرات:** يلجأ المصمم الصحفي لجمع بعض الكلمات أو فقرات بالكثافة السوداء لتأكيدها من دون إسراف.

٣-٢ – اتساع الجمع:

يعد اتساع الجمع أحد العوامل المؤثرة على يسر القراءة ووضوح الحروف فإذا كان طول السطر قصيرا فهو لا يستوعب إلا عدداً محدداً من الكلمات ، وإذا كان طويلاً جداً فسوف يجبر القارئ على تحريك كامل رأسه لمتابعة قراءة السطور الطويلة وليس فقط تحريك مقلة العين مما يؤدي لإجهاد القارئ من الحركة الترددية يمينا ويسارا لمتابعة قراءة السطور المتلاحقة ولاسيما حين يكون الموضوع طويلا.

وهناك عوامل تحدد طول السطر (اتساع الجمع) منها:

١- **مساحة الصفحة:** يعد عرض الصفحة (قطع الصحيفة) أحد العوامل المؤثرة في تحديد عدد الأعمدة فإذا كان عرض الصفحة ٢٥ سم / ٥٥ كوراً / فإنه يمكن تقسيم الصفحة في هذه الحالة لخمسة أعمدة اتساع كل منها أحد عشر كورا [٧٢]

٢- **مساحة الموضوع** على الصفحة وعدد كلماته تحدد أسلوب نشره على اتساع عمود واحد أو عمودين معا أو أكثر من ذلك.

٣- **شكل الحروف:** اختيار شكل الحرف يؤدي وظيفة معينة ويغلب على الصحف أن تختار نوعا من الخطوط تجمع بها متون موضوعاتها ، ويعتبر أحد المحددات الإخراجية الخاصة بشخصية الصحيفة. والقانون العام الذي يلقى قبولا بين التيبوغرافيين بشأن إيجاد أفضل اتساع للسطر وفقا لشكل الحرف ، يتلخص في جمع كل حروف الأبجدية بطراز معين وبنفس الحجم ثم قياس الاتساع الذي تشغله الأبجدية الكاملة. وضرب الناتج بـ ١.٥ لنحصل على الاتساع المثالي للسطر مقدرا بالكور (± ٢٥ %).

٤- **كثافة الحروف:** فالحروف السوداء تتميز بثخانة حوافها وللمحافظة على كمية بياض بين خطوط الحرف وفجواته الضئيلة.

٥- **حجم الحروف:** يعتبر حجم الحرف أحد أبرز العوامل التي تحدد طول السطر نتيجة لعلاقة التناسب الطردي بين حجم حروف المتن والاتساع الذي تشغله.

٦- **طريقة الجمع والطباعة:** تؤثر عمليات ما قبل الطباعة تأثيرا مباشرا في قدرة الصحيفة عل جمع السطور بالاتساع الذي يحدده المصمم.

٤-٢- البياض بين الكلمات والسطور:

البياض عنصر أساسي ويمكن تتبع بياض المتن في الجوانب التالية:

١- **البياض بين الحروف والكلمات:** يؤدي تقليل البياض بين الحروف لطباعة المزيد من الكلمات على نفس الحيز وبالمعالجة الملائمة فإن هذا يمكن أن يزيد سرعة القراءة ، لأنه كلما تقاربت الحروف زادت سرعة قراءتها لأننا ندرك المزيد منها مع كل وقفة للعين[٧٣] إلا أن تضييق المسافات بين الكلمات من شأنه أن يصعب تحديد نهاية كل كلمة وبداية الكلمة التي تليها ولاسيما في اللغة العربية، فإذا تلاصقت تقرأ كلمة واحدة. ويفضل ألا يزيد الفاصل بين الكلمات على **ثلث حجم الحرف المستخدم**.

٢- **البياض بين السطور** (Leading) البياض بين السطور لا يقل أهمية عن البياض بين الكلمات لأنه يضيء سطور المتن بحيث يتمكن القارئ من مواصلة القراءة من دون إرهاق، وسرعة القراءة تقل في حالة المادة المجموعة من دون بياض كافٍ بين سطورها ، ويؤدي لتداخل السطور بعضها مع بعض.

٣- **البياض بين الفقرات: ينصح بعض الخبراء بإضافة بنطين من البياض بين الفقرات زيادة عن البياض المتروك بين السطور** لجعل الموضوع أيسر في قراءته ، ويعد هذا الإجراء ضروريا في حالة الموضوعات الطويلة التي تبدو مع هذا البياض بين الفقرات أكثر جاذبية.

٣- أساليب تصميم متون الموضوعات:

يتميز المتن عن غيره من العناصر التيبوغرافية في الصحيفة بأسلوب تصميمه على الصفحات نظرا لاستخدامه بكميات كبيرة ، ولا توجد قاعدة ثابتة يتعين على المصمم إتباعها كأسلوب محدد في تصميم القصص الخبرية لأسباب من أهمها:

١- أن المصمم يراعي سياسة النشر في التصميم.
٢- أن تصميم المتون يرتبط /لحد بعيد/ بكفاءة وإمكانات الصحيفة.
٣- يعد تصميم المتن والعناصر الأخرى المرتبطة به أحد الفنون التطبيقية ، وذلك يتوقف على المستوى الأدائي والإبداعي للمصمم نفسه.

٤- الوقت المتاح أمام المصمم لتنفيذ التصميم المراد.

٣-١- تصميم الموضوعات:

غالبا ما يتم نشر متون الموضوعات بأسلوب الأعمدة المنتظمة موحدة البدايات والنهايات ولاسيما في الصفحات الجادة الإخبارية والسياسية ، وهو الأسلوب المتبع في أغلب الصحف ، لأنها تمنح الصفحة بناء تيبوغرافيا واضح المعالم ، ويتحرر المخرج من هذا النمط في الصفحات الخفيفة ويلجأ لأساليب أخرى في نشر المتن دون التقيد بنهايات السطور من حيث طولها لضرورات وظيفية وجمالية معا ،كما أن ملحقات النص الصحفي كالصور والعناوين توحي للمصمم بأساليب أخرى.

أولاً – التصميم على هيئة وحدات منتظمة:

يشيع تصميم متون الموضوعات على هيئة مربع ومستطيل رأسي أو أفقي ، والحقيقة أن المعيار الذي يحدد أسلوب تصميم المتن بأحد هذه الأشكال مجموعة من العوامل منها أسلوب بناء الصفحة فإذا كانت الصفحة تبنى رأسيا فإنها ستنشر موضوعاتها رأسيا ، بينما إذا بنيت أفقيا تمتد موضوعاتها أفقيا ، ويسهم عدد كلمات الموضوع في تحديد أسلوب بنائه فإذا كان عدد الكلمات كبيرا فربما لا يصلح معه التصميم الرأسي ، لأن القصة ستبدو شديدة الاستطالة والعكس صحيح ، وإذا كان الموضوع صغيرا ونشر على عمودين أو أكثر فسيبدو قصيراً جداً.

ويتميز هذا الأسلوب بسهولة استخدامه، فضلا عن تقسيم الصفحة لوحدات منتظمة يمكن ترحيل بعضها أو إلغاء بعضها الآخر إذا لزم الأمر من دون أن يؤثر ذلك على البناء الكلي للصفحة ، ويساعد المصمم الصحفي في إتباع الأسلوب الوظيفي في التصميم والمزج بين البناء الرأسي والأفقي كأحد الاتجاهات الحديثة في الصحافة التي تحظى باستحسان الخبراء في هذا المجال.

ومن عيوب هذا الأسلوب صعوبة امتداد العنوان على كامل المتن إذا نشر على أكثر من عمود ، وإذا تكون العنوان من سطرين فسيكون الفراغ يمينه ويساره كبيراً ، والمدقق في هذه التصاميم يجد أنها تخلو من الصور ، ولكن يمكن وضع الصور أعلى التصميم أو يمينه أو يساره ، صحيح أن هذا الإجراء يمكن أن يعزز مضمون النص الصحفي ولكنه يفقد المصمم إمكانية خلق وحدة تيبوغرافية واحدة بين

كل من العنوان والصورة والمتن بما يعزز المجال البصري المتاح للقارئ ، وعلى المصمم أن يضع فواصل سميكة لفصل الموضوعات العلوية عن الموضوعات التي تقع تحتها ولاسيما إذا امتد المتن على أكثر من عمود.

وتلجأ بعض الصحف لأشكال أخرى كالجمع في شكل مثلث أو مسدس أو غيره من الأشكال الهندسية المنتظمة لكنها أقل شيوعا ويندر استخدامها في كثير من الصحف.

ثانياً– التصميم على هيئة وحدات غير منتظمة:

يأخذ المتن في هذه الحالة أشكالاً عديدة يصعب حصرها ، وأبرز هذه الأشكال:

١- **المتن الملتف أو المحيطي:** إذا تم الجمع ضمن أو على محيط دائرة أو شكل مفلطح أو مثلث حيث تبدأ اتساعات الجمع بالزيادة حتى تصل لنهاياتها العظمى ثم تعود للنقصان حتى تصل لنهاياتها الدنيا... وقد يتم تصميم المتن في شكل يلتف أو يحيط بمادة مصورة أو كلمات أو حروف استهلالية أو عنوان أو اقتباس وهو ما يطلق عليه في حالة انتظام حافة الشكل الملتف حوله (المتن الملتف Runaround Wraparound). ويقتضي هذا الأسلوب تغيير اتساع السطر بما يسمح بجمع حروف المتن حول شكل ما كصورة مثلا ، وهذا الأسلوب بدأ ينتشر ويعتمد عليه بعض الصحف اعتمادا أساسيا بعد دخول الحاسبات الآلية لصالات الإخراج الصحفي. وهذا الأسلوب يلائم القصص الخبرية حيث يلتف المتن حول الصورة بانتظام ، ويحظى هذا الأسلوب بقبول على الصفحات الخفيفة ولاسيما الاجتماعية والثقافية. ويختلف التفاف المتن حول الشكل ويمكن التفريق بين نوعين من أنواع التفاف المتن ، **أولهما:** إذا أحاط المتن بالشكل إحاطة دقيقة بحيث تلتصق نهايات سطور المتن يسارا وبدايات سطوره يمينا بالشكل سمي الجمع المحيطي المحكم (أو الملتف المحكم) **وثانيهما:** إذا زاد البياض بينهما عن ذلك ولم يتمكن المصمم من ضبط نهايات وبدايات السطور بدقة سمي الجمع المحيطي (أو الملتف) الفضفاض. وأسلوب التفاف المتن حول الشكل يمنح تصميم القصة الخبرية مجموعة مزايا منها:

١- يحافظ على انسياب متن الموضوع المنشور.

٢- يخلق هذا التصميم ارتباطا بصريا وموضوعيا بين الشكل والمتن الملتف حوله.

٣- يمنح الصورة المنشورة داخل المتن قوة تأثيرية مضافة ولاسيما الصور الديكوبية أو متلاشية الحواف فتبدو كأنها مندفعة من النص الصحفي ومتقدمة إلى الأمام.

ثالثاً – تغيير اتساعات الجمع:

جرت العادة أن تتساوى اتساعات الجمع وكان ذلك أحد تأثيرات الجمع الساخن وقدرات آلات الطباعة التي تحول دون تغيير هذه الاتساعات. ويلجأ المصمم لتقسيم الموضوع إلى فقرات قد لا تكون متساوية في طولها يجمع بعضها بالاتساع التقليدي لطول السطر ، وبعضها الآخر تجمع باتساع أقل من الاتساع السابق بقليل ، وقد يكون البياض المتروك على يمين الفقرة أو يغير موقعه بجعله على يسار الفقرة ، لكن ليست كل الموضوعات صالحة لتنفيذ هذا الإجراء وثمة إرشادات يمكن الاستئناس بها أهمها:

١- أن تكون فقرات الموضوع قابلة للتقسيم لوحدات صغيرة.

٢- يحسن أن تكون الفقرة التالية (المجموعة على اتساع أقل) نتيجة للفقرة السابقة ورأيا نهائيا وقاطعا لها.

٣- يفضل اتباع هذا التصميم في التحقيقات والأحاديث الصحفية.

٤- يفضل اتباع هذا التصميم في الصفحات الخفيفة.

٥- يفضل عدم اللجوء لهذا التصميم في الموضوعات الطويلة جدا.

رابعاً – المتن ذو الأعمدة الملتوية:

وهو أحد الأشكال غير المنتظمة في تصميم متون الموضوعات التي أتاحتها تطورات ما قبل الطباعة وتطور طباعة الأوفست ، يتخذ المتن فيه أحد أشكال الحروف أو الأرقام ومنها شكل رقم ٦ ، أو شكل مسدس أو بندقية تتجه فوهتها إلى اليمين أو اليسار أو قد يلتف المتن حول صورة أو عنوان من ثلاثة جوانب فقط بحيث يأخذ شكل حرف U أو يكون مقلوبا بحيث يأخذ هيئة حرف N أو (ن) العربية أو شكل حرف H أو شكل حرف (ل) المعدولة أو المقلوبة وشكل حرف C معدولة أو مقلوبة ، وأشكال أخرى تتعدد بحيث يصعب حصرها. ونكتفي بتناول هذه الأشكال نظرا لتميزها

وعمومية انتشارها ولاسيما في الصحف التي تمتلك تكنولوجيا طباعية كبيرة وعناصر بشرية على درجة كبيرة من الكفاءة.

*- **المتن الملتف على شكل رقم ٢ أو ٦:** وهما من الأشكال التي تناسب الموضوعات الخبرية المنشورة في أعلى الصفحات الداخلية ، كما يلائم الموضوعات التي تحتوي على صورة واحدة وغالبا ما تكون شخصية.

*- **المتن الملتف على شكل حرفي N أو U أو ن:** يقتضي استخدام هذا الأسلوب في تصميم المتن وضع القصة الخبرية في أعلى الصفحة أو استخدام الجداول السميكة لفصل المتون عن بعضها للحيلولة دون اختلاط المتن العلوي مع المتن الذي يقع أسفله ، وتلائم الموضوعات التي تحتوي على صورة أو أكثر قابلة للنشر متقاربة.

*- **المتن على شكل بندقية أو مسدس:** تلائم الموضوعات التي تحتوي على مضمون خطر أو الإعراب عن سياسة الصحيفة أو وجهة نظر المحرر فيما كتب حول مسائل لا تحتمل التأجيل وقد تزهق بها أرواح أو خسائر مالية كبيرة ، كأن تكون الصورة لشخصية على مرمى سبطانة البندقية أو المسدس لبيان أنها في خطر.

*- المتن على شكل حرف H: يلائم هذا التصميم الموضوعات الكبيرة (التحقيقات) التي تحتوي على عدد كبير من وجهات النظر المتباينة ، والموضوعات المصورة ، بعض الصور موضوعية والأخرى شخصية ، أو بعض الصور كتلة منها تمثل تيارا فكريا والأخرى تمثل تياراً آخرَ ، أو صور تمثل الأولى سبب والأخرى نتيجة أو العكس ، تودع الصور في تجاويف حرف H.

*- المتن على شكل حرف C المعدولة أو المقلوبة يلائم الموضوعات القصيرة التي تنشر يمين ويسار الصفحة والتي تحتوي على صورة غالبا ما تكون شخصية تودع في تجويف الحرف.

ويحقق تصميم المتون بالأشكال السابقة مجموعة من المزايا أبرزها:

١- إمكانية وضع عنوان عمودي أو ممتد أعلى المتن، وتحقيق درجة عالية من الارتباط بين المتن والعنوان في وحدة بصرية واحدة.

٢- تسهل هذه التصاميم وضع الصور أو الرسوم أو الأشكال الغرافيكية في الحيز المتبقي فارغا بما يعزز من الوحدة التيبوغرافية بين المتن والصور.

٣- تسهل هذه التصاميم استعمال مقدمة للموضوعات يمكن جمعها على اتساع أكبر من اتساع العمود التقليدي وبالتالي تغيير حجم حروف المقدمة وكثافتها.

٤- تمكن هذه التصاميم ولاسيما الذي يأخذ هيئة حرف ٦ و ٢ و H من إلحاق موضوع آخر في الحيز الفارغ ، إذا أحسن المصمم اختيار الموضوع الآخر بحيث يكون له علاقة موضوعية مع الموضوع الأول ، وبما يحقق حزمة إخبارية متماسكة مضمونا وشكلا.

٥- تساعد التصاميم السابقة على استثمار البياض والعناوين كأدوات للفصل بين المواد.

ولا تخلو الأشكال السابقة من بعض العيوب التي تتركز أساسا في عدم مقدرة المصمم تقدير المساحة التي يمكن أن يأخذها المتن والتي قد تزيد أو تنقص ، مع إمكانية ترحيل أو إضافة الأجزاء الزائدة إلى الأعمدة المكونة لكل من الجزء العلوي أو الأيمن والأيسر ، وإذا أحسن المصمم اختيار الجمع بدقة فسيظهر العمود الأيسر أكبر من الأيمن في تصميم المتن على هيئة حرف N والعكس في تصميم حرف U وينبغي أن يكون جوهر الموضوع في هذه الزيادة ، فإذا لم يقرأ المصمم الموضوع مسبقاً فلن يتمكن من الوفاء بمتطلبات الشكل.

٣-٢- تصميم متون بقايا الموضوعات:

تكاد تكون الصفحة الأولى واجهة عرض الصحيفة ، ينبغي نشر الموضوعات التي تحقق زيادة في نسبة المبيعات (رفع أرقام التوزيع) لذلك يلجأ المصمم لترحيل جزء من الموضوع لصفحة داخلية. وفي حال اتباع سياسة ترحيل بقايا الموضوعات لصفحات داخلية ينبغي مراعاة ما يلي:

١- أفضل وسيلة لمعالجة بواقي الموضوعات إلغائها.

٢- الموضوعات الطويلة ليست مجال الصحافة اليومية وقارئ الصحيفة قارئ عجول يود الإحاطة بكل شيء في ظروف الإيقاع المتسارع للحياة اليومية الراهنة.

٣- ضرورة اتباع أسلوب ثابت في نشر المواد المرحلة على أساس الموضوعات لا الشكل ، كأن تنشر تتمات الموضوعات المتعلقة بالشؤون المحلية في صفحة المحليات.

٤- ضرورة تسهيل وصول القراء للبقية لذلك يجب أن تعالج بعناية.

٣ – ٣– أساليب تساعد على كسر حدة رمادية المتن:

ثمة بعض المعالجات التيبوغرافية التي تساعد أيضا على منح متون الموضوعات جانبا من الجمالية والوظيفية على السواء من أبرزها:

١– **العناوين الفرعية والأرضيات:** بما يغير من رتابة انسياب المتن وتسهم في ترتيب الفقرات.

٢– **الحروف والكلمات أو الأشكال الاستهلالية:** التي يمكن استخدامها كوسيلة من وسائل تثبيت كتل المتن ، ومن أشكال الحروف أو الكلمات أو الأشكال الاستهلالية:

أ – **الاستهلالية الساقطة** Dropped Initial وهو الشكل الشائع حيث يتم إسقاط الشكل في بداية السطور الثلاث أو الأربعة الأولى من المتن.

ب– **الاستهلالية المرتفعة** Raised letter وهنا يستقر أعلى بداية السطر الأول من المتن (٧٤).

٣– **العلامات الزخرفية:** (**Dingbats**): وهي الوحدات التيبوغرافية التي تظهر مع بعض المتون سواء في سطور المتن أو بين فقرات النص الصحفي أو في بداية الفقرات أو نهاياتها أو إلى جوار اسم المحرر أو المصور وتتنوع بتنوع الامكانات التقنية المتاحة أمام المصمم الصحفي.

٤– **الأقوال المقتبسة Lift out Quote**: (٧٥) تثير هذه الطريقة فضول القارئ لمتابعة قراءة الموضوع المنشور ، وتكسر حدة رمادية المتن في الوقت نفسه ، وتعتمد على وضع اقتباس قد يكون حكمة أو طرفة أو تتخذ شكل حوار داخل عمود المتن أو بيتا من الشعر أو غير ذلك ، قد يجمع بالكثافة السوداء أو بحجم حروف أكبر قليلا من حروف المتن. عند استخدام الأقوال المقتبسة أهمها:

١ – ينبغي أن يكون القول المقتبس مقتبسا بالفعل.

٢– لابد أن ينسب القول المقتبس لشخص محدد.

٣ – يحسن أن يجمع القول المقتبس بحجم حروف أكبر قليلا أو بالكثافة السوداء هذا الإجراء يجعل الاقتباس يبرز من الصفحة ويتميز أمام عين القارئ.

٤– يحسن أن يكون الاقتباس مختصرا حتى يسهل متابعة القراءة.

٥– الألوان: استخدام الألوان يساعد على كسر حدة رمادية المتن والصفحة على السواء ، فالصفحة التي تحتوي عنصرا ملونا ، تبدو أقل رمادية من الصفحة التي تخلو من الألوان.

٦– علامات الترقيم: وأهم علامات الترقيم: [٧٦]

١– الفاصلة (،): الغرض منها التوقف لحظات قليلة ، لتمييز بعض أجزاء الكلام عن أجزائه الأخرى ، وتوضع في الأماكن التالية:

*– بين الجمل التي يتركب من مجموعها كلام تام الفائدة بمعنى أنها تأتي بين الجمل المكتملة المعنى والمرتبطة بجمل تأتي بعدها.

*– بين الكلمات المفردة المتصلة بكلمات أخرى بجعلها شبيهة بالجملة في طولها.

*– بين أنواع الشيء وأقسامه.

*– بعد لفظة المنادى.

٢–الفاصلة المنقوطة (؛): الغرض منها توقف القارئ وقفة متوسطة ، أطول بقليل من وقفته عند الفاصلة ، ويغلب استخدامها في موضعين هما:

*– بين الجمل الطويلة التي يتركب من مجموعها كلام مفيد ، وذلك لإتاحة التنفس بين الجمل عند قراءتها ، ومنع خلط بعضها بالبعض نتيجة تباعدها.

*– بين جملتين تكون الثانية سببا للأولى أو مفسرة لها.

٣– النقطة (.): توضع في نهاية الجمل تامة المعنى ، المستوفاة كل مكملاتها اللفظية.

٤– النقطتان (:): تستعملان لتوضيح ما بعدهما وتمييزه عما قبله ،ويغلب استخدامها في المواضع التالية:

*– بعد القول وقبل الكلام المقول.

*– بين الشيء وأقسامه وأنواعه.

*– قبل الأمثلة التي توضح قاعدة ، وقبل الكلام الذي يوضح ما قبله.

٥– علامة الاستفهام (؟): وتستخدم في نهاية الجملة المستفهم بها عن شيء ، أي في نهاية السؤال.

٦– علامة التعجب (!): وتستخدم في نهاية الجمل التي يعبر بها عن فرح أو حزن أو تعجب أو استغاثة أو دعاء.

٧– القوسان (( )): توضعان في وسط الكلام ، مكتوب بينهما الجمل المقتبسة أو الجمل المعترضة أو ألفاظ الاحتراس والتفسير والدعاء.

٨- القوسان المستطيلان ([ ]): تستعملان لحصر جملة بأقواس داخلها أقواس أخرى أيضا ، أو ما يضيفه الكاتب من عنده.

٩- علامة التنصيص (" "): وهي إما على شكل تنوين الضمة معدولا أو مقلوبا أو تنوين الفتحة ، ويوضع بينها جمل منقول بنصها وحروفها ومعناها.

١٠- الشرطتان (.....): توضع بينهما الجمل المعترضة.

١١- الشرطة (-): توضع بين ركني الجملة إذا طال الركن الأول ، لتسهيل فهمها ، وبين العدد والمعدود كأولاً- وثانياً- ، وفي بداية الفقرات....

١٢- علامات الحذف: أي عدد من النقاط (...) توضع مكان الكلام المحذوف للاقتصار على المهم منه أو لصعوبة ذكر بعضه لأسباب معينة.

تصميم العناوين

٣٦- مقدمة.
٣٧- عوامل تطور عناوين الصحف.
٣٨- أنواع العناوين.
٣٩- وضوح العناوين.
٤٠- تصميم العناوين.

٤١- موقع واتجاه العنوان.

١- مقدمة:

العناوين من أهم العناصر التيبوغرافية في الصحيفة، وتدفع هذه الأهمية الجرائد للعناية الفائقة بها وتنال من المصممين عنايتهم واهتمامهم، ويمكن إجمال وظائف العناوين بالنقاط التالية:

١- **إغراء القراء على شراء الصحيفة** وتختص بتحقيق هذا الغرض عناوين الصفحة الأولى والأخيرة عامةً، وعناوين النصف الأعلى من الصفحة الأولى خاصةً.

٢- إغراء القراء على قراءة أكبر عدد ممكن من الموضوعات.

٣- **جذب انتباه القراء** بما تحمل رسالة مختصرة تجعل القارئ يتوقف لقراءة العنوان والإلمام بأهم الأحداث للقراء ممن لا يتاح لهم وقت للاطلاع على كل موضوعات الجريدة.

٤- تشترك العناوين مع العناصر التيبوغرافية الأخرى ولاسيما رأس الصفحة الأولى والورق والقطع في **تعزيز صلة التعارف والألفة بين القارئ وصحيفته.**

٥- **تسهم العناوين في بناء الصحيفة تيبوغرافيا.**

٦- **تشترك العناوين في تقويم الأخبار وتلخيصها.**

٧- **تسهم العناوين في تثبيت الصفحة** وإحياء بعض أجزائها وتحسين مظهر الصفحة وتوجيه بصر القارئ لبقية الموضوعات ولاسيما التي تقع في أسفل الصفحات.

٨- **تسهم العناوين في نقل الجو العام للموضوع** من خلال تطبيق بعض المعالجات التيبوغرافية المتميزة.

٢- عوامل تطور عناوين الصحف:

ثمة عوامل أسهمت في تطور العناوين منها:

٢-١- عوامل وظيفية: ترتبط بالوظائف المتنوعة التي يمكن أن تؤديها العناوين كعنصر تيبوغرافي ثقيل، وتحظى بأهمية مثلى في بناء الصفحات.

٢-٢- عوامل إخراجية: ترتبط بأسلوب تصميم الصحيفة وأسلوب بناء الصفحة بشكل خاص، وتطور مفاهيم الإخراج الصحفي بشكل عام، وتطور البحث العلمي وما طرحه من نتائج عديدة تعود بالفائدة على أسلوب تصميم الصفحات.

٢-٣- عوامل تنافسية: ترتبط هذه العامل بظهور الصحافة الشعبية التي اهتمت بالعناوين والصور اهتماما كبيرا رغبة في زيادة أرقام التوزيع.

٢-٤- عوامل طباعية: ترتبط هذه العوامل بتطور تجهيزات ما قبل الطباعة وتطور الطباعة نفسها.

٣- أنواع العناوين:

تتنوع عناوين الصحف تنوعا كبيرا ويمكن تصنيفها في ثلاثة معايير أساسية إما باختلاف أسلوب إنتاجها أو طريقة استخدامها أو من حيث اتساعها.

أولا- من حيث الإنتاج:

يمكن التمييز بين نوعين من العناوين طبقا لهذا المعيار:

١- العناوين المخطوطة: وهي العناوين التي يضعها الخطاطون في الصحيفة.

٢- العناوين المجموعة: وهي العناوين التي يتم إنتاجها بواسطة وسائل جمع العناوين المتنوعة أيا كانت هذه الوسائل. ولجأت الصحف لجمع العناوين بوسائل متعددة تختلف من صحيفة إلى أخرى وفقا لإمكانية كل صحيفة، منها:

ا. آلة جمع العناوين بالسبائك [٧٧].

ب- آلات جمع العناوين بالتصوير.

جـ- أطقم الحروف الجاهزة.

د- أفرخ العناوين.

هـ- مسطرة الحروف.

و- الحاسبات الآلية.

ثانيا- من حيث الوظيفة:

تنقسم العناوين طبقا للأغراض التي يؤديها كل منها وهي:

١- العنوان الرئيسي Main Headline: وهو العنوان الأساسي للموضوع، يعبر عن أهم عنصر فيه، ويجمع عادة بحجم حروف كبيرة نسبيا، ويتوقف حجمه على أهمية الموضوع ومساحته وعدد الموضوعات الأخرى على الصفحة نفسها [٧٨] ويحتوي العنوان الرئيسي على عنصر خبري واحد ضمن تركيب لفظي واحد، وفي حالة توزيع العنوان على أكثر من سطر يجب مراعاة التقسيم المنطقي للجملة على السطور [٧٩] ويرى بعض التيبوغرافيين أنه كلما كان حجم العنوان الرئيسي كبيرا وملائما للموضوع والاتساع المتاح كان ذلك أفضل، ويحسن ألا يزيد العنوان الرئيسي على سطرين، حتى لا تتفتت الجملة الواحدة بين عدد من السطور مما يؤثر على سرعة رؤية وفهم القارئ للمضمون ؛ ويضاعف هذا التأثير زيادة اتساع العنوان وبالتالي زيادة عدد كلماته، ويمكن تمييز العنوان الرئيسي أيضا باتساع جمعه، لذلك يتفاوت الاتساع بين عنوان طبقا لأهمية الموضوع، فقد يمتد العنوان الرئيسي على عرض الصفحة كلها كما هو الحال في العنوان العريض، وقد يكون عنوانا عموديا، وقد ينشر ممتدا على أكثر من عمود [٨٠].

٢- العنوان الثانوي: إذا تكوَّن العنوان من وحدتين لغويتين أو أكثر، جمعتا بحجم حروف غير متساوٍ أو بنوع خط مغاير، كل وحدة منهما تسمى فقرة عنوانية Deck، وكل سطر من الفقرة العنوانية يعد جزءا فرعيا bankيشار عادة للفقرة الأولى بأنها العنوان الرئيسي في حين تسمى الثانية فقرة عنوانية

أو عنوانا ثانويا، والعنوان الثانوي إحدى الوسائل التي تزيد فعالية العنوان الرئيسي وخاصة في حالة القصص الإخبارية المهمة ؛ التي تحتوي على تفاصيل عديدة.

يتكون العنوان الثانوي من سطر أو بضعة سطور، تحتوي على تفاصيل أخرى للقصة الإخبارية أو تسلط الضوء على نقاط أخرى في الموضوع لم يبرزها العنوان الرئيسي، وقد يتبع العنوان الرئيسي عنوانا ثانويا أو أكثر [٨١].

يقول فريق من الباحثين إن للعنوان الثانوي أهمية كبيرة، نظرا للوظائف التي يقوم بها ويحقق مجموعة وظائف تيبوغرافية هي: ([٨٢])

*- **وسيلة انتقال مريح لعين القارئ** بين العناوين الرئيسية بأحجامها الكبيرة والمقدمة بأحجام حروفها الأصغر.

*- **توجه الفقرة العنوانية العين** نحو البداية الصحيحة للقصة الخبرية فإذا وضعت في الموضع المناسب تقود العين للمكان السليم الذي يبدأ منه القراءة.

*- قد يلجأ المصمم الصحفي للفقرات العنوانية في بعض الأحيان لملء الفراغ الناشئ عندما لا تلائم القصة الخبرية المساحة المخصصة لها.

*- **توفر الفقرات العنوانية وزناً بصرياً أكبر** نوعاً ما في مساحة صغيرة مما توفره العناصر التيبوغرافية الأخرى كالمقدمة والمتن.

ويتوقف استخدامه على أهمية الموضوع والتفاصيل التي يحتويها الموضوع وسياسة الصحيفة التي تضع القصة الخبرية بموقع الأهمية المثلى التي تستحقها.

٣- العنوان الفرعي:Subheading هو العنوان الذي يوضع داخل متن الموضوع فوق بعض فقراته، لإبراز أهميتها أو تقسيم الموضوع لأفكار، ويستخدم هذا النوع من العناوين عادة مع الموضوعات الطويلة [٨٣] لتساعد على ترتيب الأفكار وتسهل من القراءة وتريح عين القارئ عند النظر للحروف في صورة فقرات منفصلة لا كتلة واحدة متماسكة سوداء (رمادية) [٨٤] لذلك ينظر لهذه العناوين على أنها فواصل بين أجزاء الموضوع الواحد، للتغلب على الملل الذي يتسرب لنفس القارئ، كما تنظر إليها الصحف على أنها معالم على طرق القراءة تجذب إليها بصر القارئ لتقنعه أن

الموضوع الذي يقرؤه لم يطل عرضه في الصحيفة إلا لفائدة جديرة بالحصول عليها [٨٥]، فضلا عن كونها محطات يستريح عندها القارئ أثناء استمراره في عملية القراءة.

لذلك ينبغي أن تتسم العناوين الفرعية بالاختصار وألا تزيد على أربع كلمات تستخدم لغرض تنظيم المتن، وينبغي جمع العنوان الفرعي بحروف أكبر قليلا من حروف المتن وبالكثافة السوداء، وأن يتوسط الاتساع المحدد له بين فقرات الموضوع، ويلجأ بعض المصممين لمعالجته تيبوغرافيا لإضفاء مزيد من التأثير كوضعه على أرضية شبكية أو إفراغه من أرضية مصمطة أو جمعه بنوع خط مختلف وغيرها من الإجراءات.

وينصح الخبراء وضعه بعد كل مجموعة من السطور تزيد على ٣٠ سطرا تحتوي معنى مكتملا (نحو ١٥٠ كلمة).

٤– العنوان الثابت: Constants العناوين الثابتة هي التي تظهر بصورة مستمرة في الصحيفة فوق الأبواب والأعمدة والأركان الثابتة، ونظرا لتكرارها في الصحيفة لذلك توليها عنايتها الخاصة سواء باختيار موقعها أو طرز حروفها (المكتوب . المجموع) أو أحجام حرفها، وقد يضاف لها بعض التأثيرات البصرية الغرافيكية مثل الرسوم أو الشعارات أو الأرضيات.

٥– العنوان التمهيدي Kicker Headline:• هو العنوان الذي ينشر أعلى أو يمين العنوان الرئيسي ولكن بحجم أقل وباتساع أصغر من العنوان الرئيسي، بهدف تقديم العنوان الرئيسي والتمهيد له، يتألف من كلمة أو بضع كلمات قليلة تعلو الفقرات الرئيسية من العنوان، لتوجيه عين القارئ للعنوان الرئيسي.

ينبغي أن يقل اتساع العنوان التمهيدي عن اتساع العنوان الرئيسي حتى لا يفقد شكله المميز ويتحول لسطر عادي من سطور العنوان، والاتساع الأمثل له ينبغي ألا يتعدى ثلث اتساع العنوان الرئيسي [٨٦]، وغالبا ما يجمع العنوان التمهيدي (أو يكتب) بحجم حروف تساوي نصف حجم حروف العنوان الرئيسي [٨٧] وفي حاله جمعه بحجم حروف أقل بكثير يفضل أن يعالج معالجة

• - ويعرف في بعض الأحيان بالعنوان الجانبي ؛ يطلق عليه في الصحف الأمريكية Astonisher وذلك لأهميته في جذب انتباه القراء.

تيبوغرافية خاصة كأن يوضع أسفل العنوان جدول سميك أو طبعه على أرضية أو غيرها من الإجراءات التيبوغرافية.

٦- عناوين بقية الموضوعات Jump Headline: تستخدم لتمييز التتمات والموضوعات المرحلة لصفحات داخلية لضرورات المساحة المحدودة، وينبغي أن يؤدي عنوان البقية الوظائف التي تؤديها بقية العناوين ومن بينها التعبير عن أهمية الموضوعات، وإرشاد القارئ للموضوع الذي يود مطالعته، وجذب اهتمام القراء لمتابعة المنشور على الصفحة الأولى وأن الموضوع لم ينته بعد ولا يزال يحتوي تفاصيل مهمة، وعنوان البقية أكثر فعالية إذا ما اقترن بعناصر أو علامات مرئية تميزه عن غيره باعتباره عنوان بقية الأمر الذي يتطلب أن يكون العنوان واضحا في صياغته وأسلوب نشره بحيث يرتبط موضوعيا وبصريا بالعنوان المنشور على الصفحة الأولى. وهناك عدة معالجات لعناوين بواقي الموضوعات أهمها: (٨٨)

*- أن ينشر عنوان خبري كالمعتاد.

*- استخدام كلمة أو عبارة مفتاحية فقط بهدف جذب عين القارئ.

*- تعالج الكلمة أو العبارة المفتاحية كما لو كانت مقدمة صغيرة تقود لبقية العنوان كأن تنشر بكثافة سوداء وينشر العنوان بالكثافة البيضاء.

٧- عناوين شروح الصور: في بعض الأحيان ينشر لشرح بعض الصور عناوين تتميز بمعالجة تيبوغرافية خاصة (سنعود لشرحها في فصل الصور).

٨- العنوان السماوي: وهو العنوان الذي يوضع فوق لافتة الصحيفة، حيث تلجأ بعض الصحف في بعض الأحيان لإنزال لافتة الصحيفة إلى الأسفل قليلا لتنشر مكانها عنوان على اتساع قطع الصحيفة يسمى العنوان السماوي، ووجود هذا العنوان فوق اللافتة يلفت النظر، وما يؤخذ على هذا الإجراء عدم اتصاله المباشر بموضوعه مما يضطر الصحيفة لنشر عنوان آخر أو فقرات عنوانية فوق متن الموضوع المشار إليه بالعنوان السماوي، وقد يربك تنفيذ هذا الإجراء المصممين والطابعين في تغيير تصميم العناصر الثابتة في رأس الصفحة الأولى لذلك لا تلجأ إليه الصحف إلا نادرا.

ثالثا- من حيث الاتساع:

تنقسم العناوين طبقا لاتساعها إلى ثلاثة أقسام هي:

١ – العنوان العريض: هو العنوان الذي يمتد على عرض الصفحة ويشغل الاتساع الكامل لقطعها، وله أسماء مختلفة بالإنكليزية منها Screamer The line, Banner line, Streamer،، ويشيع تعريبه باللغة العربية بالمانشت وهي كلمة فرنسية Manchete تعني سوار القميص الذي يلتف حول معصم اليد، أو رباط العنق.

ولما كان الغرض من العنوان العريض إبراز الموضوع الرئيسي في الصحيفة فمكانه الطبيعي الصفحة الأولى، وذلك لا يمنع استخدامه أحيانا في الصفحات الداخلية إذا احتوت على موضوعات لها أهمية كبيرة تقتضي نشر عنوان على اتساع الصفحة، ويغلب نشر العنوان العريض أسفل لافتة الجريدة.

يجمع العنوان العريض بحجم حروف تزيد على حجم حروف أي عنوان آخر على الصفحة، وقد يتكون من أكثر من سطر، وفي هذه الحالة ينصح بعض الخبراء بضرورة إبراز السطر الأول بحيث يشتمل على أهم ما في الحدث وتأتي السطور التالية لتكون فقرات عنوانية تحتوي تفاصيل أخرى مهمة ولكنها لا ترقى لمضمون العنوان الأول، أو تغيير نوع الخط كأحد الأساليب التيبوغرافية في مغايرة خطوط العناوين الثانوية عن العنوان الرئيسي. كما ينصح الخبراء أن تكون كلمات العنوان قليلة مركزة متعددة المعاني ما أمكن وقد تكون عدد كلمات العنوان أربع كلمات أو ثماني كحد أقصى وأحيانا نادرة كلمة واحدة.

٢ – العنوان الممتد Spread On Multicolumn Head:وهو كل عنوان ينشر على اتساع يزيد على عمود ويقل عن اتساع الصفحة ليمتد على أكثر من عمود، وانتشر استخدام هذا النوع من العناوين مع تحول الصحف إلى الإخراج الأفقي.

ويذهب بعض التيبوغرافيين للقول: إن عنواناً ممتداً على أقل من ثمانية أعمدة قد يجذب انتباه القارئ أكثر من العنوان العريض [٨٩]. ويغلب نشر العنوان الممتد في الصحف بحجم حروف أقل من حجم حروف العنوان العريض.

٣ – العنوان العمودي Single Column Headline: وهو العنوان الذي يمتد على اتساع عمود صحيفة واحد، ويعد العنوان العمودي سمة من سمات الأسلوب الرأسي في الإخراج. تلجأ لاستخدامه

معظم الصحف لنشر أكبر قدر ممكن من القصص الخبرية، فكلمات العنوان العمودي قليلة وقصيرة، بل ينبغي تجنب استخدام الكلمات الطويلة أو المتعددة المقاطع فالاتساع الضيق للعمود يفرض استخدام عدد محدود من الكلمات [٩٠].

ولا يزيد ارتفاع العنوان العمودي على بضعة سنتيمترات، وينبغي ألا يزيد عدد سطوره على ثلاثة سطور، ومن الطبيعي أن يجمع العنوان العمودي بحجم حروف أقل من العنوان الممتد.

٤- وضوح العناوين:

ينبغي توفير أقصى درجات الوضوح للعناوين تحقيقا لوظائفها العديدة وأدوارها المتعددة. ويمكن تحقيق وضوح العناوين بواحد أو أكثر من عدة إجراءات منها:

١- شكل حروف العناوين.

٢- اتساع جمع العناوين.

٣ - حجم حروف العناوين.

٤- بياض العناوين: البياض بين الكلمات وتقدر الدراسات حيز البياض المفترض تركه بين كلمات العناوين المجموعة بأحرف لاتينية بنصف حجم الحرف المستخدم في الجمع، وتسمى بالإنكليزية بـ EN. **والبياض بين السطور والبياض حول العناوين حيث** ينصح التيبوغرافيون ترك بياض مقداره ٦ بنط قبل العنوان العمودي و١٣ بنط تقريبا تسبق العنوان الممتد، وعامةً ينبغي ترك بياض أعلى العنوان يعادل البياض أسفله بمرة ونصف، حتى يبدو أن العنوان يتبع القصة التي يعلوها [٩١].

٥- أرضية ولون العنوان: استخدام أي لون في الصفحة الخالية من الألوان يجذب الانتباه ووضوح العنوان يرتبط باللون المستخدم ومدى تباينه مع أرضيته. وتلجأ بعض الصحف لاستخدام أرضيات مع العناوين، والعناوين بأحجام حروفها الكبير ليست بحاجة لمثل هذه الإجراءات التي يمكن استثمارها مع بعض المتون التي تحتاج لذلك.

٥- تصميم العناوين:

قبل دراسة الأشكال التي تأخذها العناوين في الصحف لابد من الإشارة لملاحظتين جديرتين بالعناية:

١ – تستخدم بعض الدراسات تعبير طرز العناوين[٩٢]، ويستخدم بعضها الآخر تعبير إخراج العناوين، ويرى بعض التيبوغرافيين أن تعبير أساليب إخراج العناوين أشمل من ذلك [٩٣] وبرأينا تعبير تصميم العناوين أكثر دقة.

٢– لابد من الإشارة إلى أنه يصعب حصر تصاميم العناوين في الصحف ولاسيما حين الدمج بين أكثر من تصميم. وأبرز التصاميم التي تظهر في المطبوعات:

١ . العنوان الذي يملأ الاتساع المحدد له Full Head Line: وهو العنوان الذي يمتد على كامل الاتساع المخصص له، لذلك يسمى الممتلئ سواء تكون هذا العنوان من سطر واحد أو أكثر، أو امتد على اتساع عمود أو عدة أعمدة، ويتميز هذا العنوان بأنه:

- – يصلح مع القصص التي تقع في رأس الصفحة (الصفحات).
- – يغطي المتن المصاحب له لذلك يرشد القارئ إلى أن ما يرد تحت هذا العنوان تابع له وليس قصة أخرى، (يحقق العلاقة السليمة بين المتن والعنوان).
- – يقوم بدور الفصل بين المواد بدلا من استخدام الجداول الأفقية، فمجرد أن يصل القارئ لهذا العنوان يدرك أنه يطالع قصة أخرى.

ومن أبرز عيوب هذا الطراز من العناوين:

- – يفتقد جزئيا لوسائل الإبراز المتمثلة بالبياض حول العنوان " على جانبية " مما يقلل من وضوحه (فالوضوح يرتبط بالبياض حول العناوين).
- – يؤدي لتصادم العناوين التي تجاوره من جهة اليمين أو اليسار Tomb stoning إذا جمعت متجاورة، ويمكن تلافي هذه الظاهرة بعدد من الإجراءات التيبوغرافية الأخرى كتغيير شكل الحرف أو حجمه أو طريقة تصميم العناوين المجاورة.
- – لا يلائم العناوين المكونة من عدد محدود من الكلمات أو عدد كبير منها لا تستطيع تغطية الاتساع المخصص لها أو تزيد على هذه المساحة، مما يضطر عامل الجمع لمد أو ضغط الحروف

باستخدام الكشائد أو ضغط أو استخدام الأحرف المختصرة مما يشوه جمالية الخط ويجعل القراءة صعبة ؛ أو ينشر العنوان على أكثر من سطر.

- يفقد الصفحة تباينها إذا صممت كل عناوينها بهذا الأسلوب ويضفي عليها نوعا من الرتابة الشكلية.

٢- **العنوان الذي يتوسط الاتساع المحدد له Centered Head Line**: حتى لا تتشابه تصاميم العناوين على الصفحة فتظهر متماثلة أمام عين القارئ، يلجأ المصممون للعناوين التي تتوسط الاتساع المخصص لها ؛ سواء كانت على سطر أو مجموعة سطور ؛ بحيث يترك قدرا متساويا من البياض يمينه ويساره، ويعتبر هذا التصميم أكثر لفتا للنظر من سابقه، لأنه يوفر بياضا كافيا حوله مما يؤمن لحروفه قدرا من الوضوح وسهولة القراءة، ويتيح التنوع الشكلي للعناوين نتيجة تباين أطوال السطور، ويجنب المخرج الصحفي من مشكلة تصادم العناوين المتجاورة، لذلك يصلح مع العناوين الممتدة والعمودية، ولا يمنع ذلك من استخدامه مع العناوين العريضة، ويعفي المخرج من مشكلة مد أو ضغط الحروف ليلائم العنوان المساحة المحددة له، وما يعيب هذا التصميم أن القارئ قد يرى أن العنوان لم يوضع بدقة وسط الاتساع المحدد وأن البياض على جانبيه غير متماثل.

٣- **العنوان المنطلق من اليمين Flush Right Head Line**: العنوان المنطلق هو تنفيذ لواحد من المفاهيم الأولية للتيبوغرافيا الوظيفية، ويؤكد أن العين القارئة تكون مستريحة أكثر عندما يكون لها محور توجه Axis Of Orientation [٩٤] لذلك يبنى العنوان المنطلق على نمط خاص تتحرك من خلاله العين، فعندما تصل لنهاية السطر نجدها تعود إلى الوراء لتبدأ قراءة السطر التالي بسرعة وفي هذه العودة تعود لعلامة الاهتداء أو محور التوجه لهذه المجموعة من الحروف [٩٥].

والسمة المميزة للعنوان المنطلق أن تتساوى نهايات السطور (العربية) وتترك بداياتها حرة. وتصميم العنوان المنطلق يمينا من التصاميم غير الملائمة للمطبوعات العربية الصادرة بالعربية لذلك يندر استخدامها في الصحف العربية، لأنه يربك القارئ في البحث عن بداية كل سطر بعد الانتهاء من قراءة السطر الذي يسبقه، ويفقد القارئ محور التوجه لقراءة السطر التالي إلا إذا جمع بأحرف كبيرة نسبيا.

٤- **العنوان المنطلق من اليسار Flush Lift Head Line**: يبدأ العنوان في هذا التصميم مع بداية العمود وتترك نهايته حرة لا تصل لنهاية الحيز المخصص للعنوان، سواء تألف من سطر

واحد أو عدة سطور، وليس لهذه الطريقة ترتيب معين يحكم أطوال السطور وبالتالي يمكن الحصول على أشكال مختلفة تتكون أثناء الجمع. ويحقق العنوان المنطلق يسارا مجموعة مزايا أهمها:

- يبدو كأنه يتحدث عن نفسه للقارئ بدون تكلف فكلماته على قدر المطلوب ([٩٦]) تحقق البساطة في النشر.
- يحرر جامع الحروف من قيود ملائمة العنوان للمساحة المخصصة له.
- يسهم في تجنب تصادم العناوين التي تقع إلى يساره، وهذا التصميم مناسب أكثر للمتون التي تقع في يمين الصفحات في الصحف العربية.
- يساعد القارئ على سرعة القراءة من خلال التقاط عين القارئ لبداية السطر التالي عند الانتهاء من قراءة السطر السابق، فهو يحافظ على محور توجيه عين القارئ.
- يساعد البياض غير المنتظم يسار العنوان نتيجة عدم تساوي اتساعات جمع العنوان في تيسير القراءة.
- يحافظ على جمالية الحروف العربية، ويعفي المخرج من وضع الكشائد أو ضغط الحروف.
- ثبت بالبحث أن هذا التصميم أيسر قراءة من التصاميم الأخرى نظرا لاتفاقه والمسرى الطبيعي لحركة العين مما يجعله أكثر راحة أثناء القراءة [٩٧].

وما يؤخذ على هذا العنوان أنه يوحي للقارئ بعدم توازن أثقال القصة الخبرية، وزيادة البياض المتروك يساره – ولاسيما إذا جمع المتن على أكثر من ثلاثة أعمدة – وسيبدو البياض المتروك يساره بلا هدف أو مسوغ وظيفي لابد من تجنبه بمد العنوان لتقليل كمية البياض نسبيا.

٥- **العنوان المتدلي أو الجانبي Side Saddle Headline**:[٩٨] عندما يتعامل المخرج الصحفي مع الصفحة على أنها لوحة بيضاء ؛ يبدو ذلك في ظاهره سهلاً والحقيقة غير ذلك في بعض الأحيان، لعدم ملاءمة بعض الموضوعات للمساحة المقرر نشره فيها، وأسلوب بناء الصفحة رأسيا أم أفقيا أم مزيجا بين الاثنين، فالمساحة المتبقية قد لا تمنح المصمم المزيد من حرية التصرف، أو وجود أخبار قصيرة يمكن جمعها تحت عنوان واحد، لذلك يلجأ المصمم لوضع العنوان إلى جانب القصة الخبرية وهو تصميم جيد إذا أحسن استخدامه، بحيث يترك العمود الأول أو العمودين الأوليين من القصة الخبرية (إذا كانت طويلة) للعنوان الذي يتكون في العادة من عدة أسطر تتحاذى قمة العنوان مع قمة المتن المصاحب له **والتحاذي عنصر أساسي في هذا التصميم**.

٦- **العنوان ثلاثي الأجزاء Tripods Headline**: يتكون هذا التصميم من ثلاثة أجزاء تنشر على ثلاثة أسطر، وينبغي تساوي اتساع جزءَيْه العلوي مع السفلي ويقل اتساع جزئه الثالث الممتد بين الجزأين السابقين، بحيث تشكل بداية ونهاية الجزأين العلوي والسفلي هيئة مستطيل. قد تكون أحجام حروف وحداته الثلاث متساوية وقد يلجأ المصمم لتغيير أحجامها، والاتجاهات السائدة في أغلب الصحف التي تستخدم هذا التصميم نشر الحروف بأحجام متماثلة.

من مزايا التصميم ثلاثي الأجزاء أنه يتيح للمصمم تقديم فكرة معينة تعبر عن المضمون كأن تكون الوحدات الأولى سبباً والوحدات التالية نتيجة، أو يضمن العنوان جانياً وضحية لا ينبغي أن يجمعا على نفس السطر لعدم تماثلهما، ويناسب هذا الإجراء القصص الإخبارية التي تستأثر باهتمام القراء ويزيد من تأثيره مرافقته لصورة صحفية تنشر مع المتن، ويسهم البياض المتروك يمين ويسار وحدته الوسطى في إضفاء مزيد من الإبراز لحروفه ويوفر لعين القارئ منفذين تستريح عندهما، ويصلح أن يكون عنوانا فرعيا، ومن عيوبه عدم ملاءمته للمتون المنشورة على أكثر من عمودين (أربعة أو خمسة أعمدة)، وجمعه بأحجام حروف كبيرة مع نصوص لا تستحق كل هذا الإبراز.

٧- **العنوان السلمي Stepped Headline**: يأخذ فيه العنوان شكل درج منتظم سواء تكون من سطرين أو ثلاثة أسطر، يسميه البعض العنوان المتدرج وفيه يكون السطر الأول منطلقا من اليمين (اليسار) والسطر الثالث منطلقا من اليسار (اليمين) بينما يتوسط السطر الثاني الحيز المخصص له على الصفحة ([٩٩]) ويحتاج هذا التصميم لعناية خاصة من المصمم، فليس الغرض منه الاهتمام بالشكل دون التعبير عن المضمون الأمر الذي يبعده عن دوره الوظيفي، فالغرض من التدرج التعبير عن التقادم الزماني أو المكاني أو الموضوعي والتعبير عن مستقبل ما يطرحه المضمون التحريري: هل هو متصاعد أم متنازل طبقا لاتجاه تدرج العنوان.

٨- **العنوان الهرمي**: ويأخذ في الصحف أحد شكلين:

- **– الهرم المعدول " معتدل "**: ترتب سطور العنوان بحيث تكون معا هيئة هرم سطره الأخير هو الأطول وتتدرج السطور الأخرى في الاتساع والسطر الأول أقصرها. يتميز

العنوان المصمم بهذه الطريقة بأنه يتدرج بالقارئ من فكرة لفكرة أعمق ومن مشكلة لأخرى يحتويها الموضوع الصحفي ويخلف مساحة بياض يمين ويسار كتلته.

- **– الهرم المقلوب:** يأخذ التصميم السابق ولكنه مقلوبا حيث يكون السطر الأول هو أطول السطور، وكل سطر أقصر من الذي يليه، وبذلك يكون السطر الخير هو أقصر السطور. يوحي للقارئ أن العنوان يتدرج بالقارئ من الأكثر أهمية للأقل أهمية ويقود العين لمضمون القصة الخبرية لذلك يحسن استخدامه داخل المتن لا فوقه أو جانبه لاستغلال المساحة على الصفحة.

٩ – العنوان الذي لا يغطي كل أعمدة المتن Dutch Warp Headline: يمتد العنوان المصمم بهذه الطريقة فوق جزء من المتن وليس كل المتن المصاحب له، وقد يلتف جزء من المتن حول العنوان يمينه أو يساره. يمتاز هذا التصميم بتوحده مع المتن المصاحب له في وحدة بصرية واحدة. وتشكل أجزاء المتن الملتفة حول العنوان وسيلة فصل بين العنوان والعنوان الذي يقع يمينه أو يساره مما يحول دون تصادم العناوين، ويناسب هذا التصميم القصص الخبرية المنشورة أعلى الصفحة، وفي حال نشر العنوان مع القصة الخبرية في منتصف الصفحة أو أسفلها لابد من استخدام الجداول لفصل القصص العليا عن السفلى ويعد مناسبا للقصص الخالية من الصور.

١٠ – العنوان الذي يمتد حوله المتن على شكل حرفU (Shape Warp) : يغوص العنوان في هذا التصميم في المتن الذي يلتف حوله على شكل حرف U سواء كان امتداد المتن حوله على اتساع عمود أو أكثر. يتميز هذا التصميم بأنه يوحي للقارئ باندفاعه من المتن وبارتباطه الموضوعي والشكلي به، ويسهم في كسر حدة رماديته في ظل غياب العناصر الغرافيكية كالصور أو الرسوم.

ويقتضي استعمال هذا الأسلوب وضع القصة الخبرية أعلى الصفحة أو فصلها عن القصص الأخرى التي تعلوها بجداول تحول دون اختلاط أعمدة المتن التي لا يمتد فوقها العنوان مع أعمدة متن القصة الخبرية الواقعة فوقها؛ أو استخدام أدوات فصل ملائمة.

١١– العنوان الضارب كالمطرقة Hammer Headline: [١٠٠] يسمى كذلك لمقدار ما يبث تأثير نفسي يماثل في ذلك تأثير الضربة العنيفة للمطرقة (ويسمى أيضا العنوان الجانبي

المعكوسThe Reverse kicker) لأنه يتخذ نفس شكل العنوان التمهيدي باستثناء زيادة حجم حروفه بالقياس للفقرة العنوانية التابعة بمقدار الضعف ويسمى أيضا العنوان المنادي أو الجاذب لأنه تعبير تيبوغرافي عن النداء، ويجذب الانتباه لاستخدام أحجام حروف كبيرة في جمعه. ويتكون من كلمة أو عبارة ؛ وينبغي ألا يزيد اتساعه على نصف الفقرة العنوانية التابعة له، وفي بعض الأحيان يوضع تحته جدول رفيع كالعنوان التمهيدي لزيادة إبرازه وتأكيده.

ويختلف موقع العنوان المنادي وفقا للفقرة العنوانية المرافقة ولعدد كلماته فقد يقع يمين أو يسار أو فوق الفقرة العنوانية وقد ينشر لجوارها. ويلائم هذا التصميم المتون المنشورة على ثلاثة أو أربعة أعمدة، ويمتاز بالمساحة البيضاء التي يتركها على الصفحة فهي تمثل متنفساً ونافذة لإراحة عين القارئ خاصة عندما تكون محاطة بكتل متن رمادية، وتقل فاعلية مساحة البياض عندما يتصل مع بياض هوامش الصفحة، لذلك لا ينصح بوضع هذا التصميم مع القصص المنشورة على يمين ويسار الصفحات، ومع زيادة اتساع المتن بمعنى نشره على خمسة أعمدة أو أكثر يصبح البياض زائدا على حده مما يفقده تأثيره في جذب الانتباه، ويشيع الملل في نفس القارئ.

١٢ – العنوان المدوي Slammer Headline: [١٠١] يتكون من جزأين يقعان على خط أفقي واحد، الجزء الأول عبارة عن كلمة أو عبارة تجمع بالكثافة السوداء، والجزء الثاني يمثل العنوان الرئيسي المجموع بكثافة بيضاء ولكن يبقى حجم الحروف في الجزأين واحد (يمكن تغيير طراز الحروف بين الجزئين) ويستخدم هذا الأسلوب على نطاق ضيق، تدخره بعض الجرائد لتصميم عناوين الصفحات الخفيفة Feature pages لكنه يلائم العناوين المكونة من فقرتين الأولى سبب والثانية نتيجة ؛ أو تشكل الأولى مدخلا للثانية.

١٣ – العنوان الممتد كالمظلة Umbrella Headline: قد تحتوي بعض صفحات الصحف على مجموعة من الأخبار المتجانسة مضمونا يمكن أن يجمعها عنوان واحد ينشر فوقها جميعا كالمظلة لذلك سمي بهذا الاسم، وقد تأتي العناوين الأخرى أسفله على شكل عناوين مستقلة، يصلح العنوان الممتد كالمظلة مع الموضوعات الكبيرة المتعددة وينشر في رأس الصفحة ويختلف تصميمه من جريدة لأخرى إلا أن أبرز ما يميزه أنه يغطي كل الموضوعات المتعلقة به.

١٤ – **المزج بين أكثر من تصميم:** قد لا يسمح الحيز المخصص لنشر العنوان اتباع أحد الأساليب السابقة، وقد يحلو لمصمم إضافة لمسة جمالية على العنوان تسهم في التعبير عن مضمونه، لذلك يلجأ للمزج بين أكثر من تصميم من التصميمات السابقة فيحصل على تصميم جديد له مزايا العناوين السابقة وقد يزيد أو يقلل من عيوبها، ويتوقف ذلك على مهارة المصمم وذوقه الفني ومعرفته بالأصول التي يتعين عليه مراعاتها من الناحية الوظيفية والجمالية، ويستطيع المصمم أن يتحرك في محاور عديدة للمزج بين التصاميم السابقة منها:

- . المخالفة في اتساع الجمع.
- . المخالفة في أحجام الحروف.
- . المخالفة في الانطلاق.
- . المخالفة في عدد سطور العنوان.
- . إضافة بعض الأشكال الزخرفية.

٦- موقع واتجاه العنوان:

يحدد موضع ومساحة العنوان على الصفحة اتجاهه، وتتخذ العناوين أماكن متعددة على الصفحة تتحدد تبعا لأهمية الموضوع الذي يرافقه العنوان، ويعتبر رأس الصفحة أهم المواقع، لذلك يعد العنوان الذي يأخذ هذا المكان هو العنوان الأكثر أهمية، وهناك أماكن يفضل الابتعاد عنها قدر المستطاع منها هوامش الصفحات، وفي حال اشتراك الصورة (شخصية أو موضوعية) مع العنوان يفضل أن تنشر الصورة سابقة للعنوان، حتى لا تفرق الصورة بين العنوان وبين المتن أسفله أو جانبه [١٠٢] وتعد المواقع التي تقترب من المركز البصري ذات أهمية مثلى.

أما بالنسبة للصفحات فتعتبر الصفحات الفردية أكثر أهمية لنشر بعض الموضوعات المتميزة من الصفحات الزوجية، وتعد صفحتا وسط الصحيفة إذا أخرجتا معا من الصفحات المهمة ؛ حيث تتحرك العين على مسطح كبير إلى حد ما.

ويقصد الوضع الذي يأخذه العنوان على الصفحة، وتتخذ العناوين اتجاهات مختلفة منها الأفقي والرأسي والمائل والمتموج المقوس وقد يتم المزج بين شكلين أو أكثر من الأشكال السابقة.

الفصل الثامن:

تصميم الصور

٤٢- مقدمة.

٤٣- الصور في الصحافة.

٤٤- وظائف الصورة في الصحافة.

٤٥- الصور الصالحة للنشر.

٤٦- أنواع الصور.

٤٧- التقنيـــة وأخلاقيـــات التصـــوير الصحفي.

٤٨- تصميم الصور.

١– مقدمة:

تعتبر الصور من أقدم أشكال الاتصال والتعبير، فقد استخدمها الإنسان القديم لتسجيل يومياته وأحداثه – أو ربما لتسجيل انطباعاته أو لأغراض التسلية والترفيه – على جدران الكهوف والمغاور التي أوى إليها، وفي رحلة انتقاله للغة استعان بالصور لإبداع اللغات القديمة قبل اكتشاف الأبجدية ؛ كانت تقوم على قاعدة تصويرية لعل أبرزها اللغة الهيروغليفية.

٢– الصور في الصحافة:

في عام ١٩٢٨م بدأت ملامح ميلاد تغطية الأخبار المصورة بظهور التصوير الصحفي وثبوت جدواه وتجاوزه حدود المكان، بعد نجاح تجارب إدوارد بلان على كيفية نقل الصور عبر مسافات بعيدة بالطرق السلكية، بنفس طريقة نقل الكلمات عبر الهاتف، وتلاها إرسال الصور باللاسلكي ثم عبر الأقمار الصناعية. وتطور فن التصوير الفوتوغرافي في مستويي معدات التصوير (التقنيات) وتطور أساليب التصوير التقاط الصور لمزيد من التعبير، أي الانتقال من طور الهواية لمرحلة الاحتراف.

٣– وظائف الصورة في الصحافة:

لابد أن يكون لكل صورة سبب وجيه لنشرها، وللصورة في الصحافة مجموعة وظائف لابد أن تحقق كل صورة واحدة أو أكثر منها وإلا تفقد أهليتها للنشر:

أولاً – وظيفة إخبارية وتنشر الصور لأداء الوظيفة الإخبارية في أحد شكلين:

١– ١– صورة حدث وقع بالفعل.

١–٢ – صورة حدث متوقع.

والصورة الإخبارية تتضمن قيمة مستمدة من موضوعها في حالات منها إذا كان الموضوع المصور مشهوراً، أو كانت قيمة الحدث كبيرة جداً، أو كانت النتيجة غير متوقعة كأن تكون مأساوية مثلاً.

ويختلف التقاط الصور الإخبارية عن غيرها من الصور من حيث سيطرة الحدث على المصور الصحفي، ففي الأخبار تسيطر الأحداث على المصور ويندفع للعمل لدى وصوله للموقع بناءً على تعليمات واضحة من المحرر (كتغطية تحطم طائرة أو قطار) يبدأ بتسجيل المأساة دون تدخل شخصي فلا يرتب الأجسام والحطام للحصول على زاوية فنية. لذلك على المصور أن يقدم إنتاجاً صادقاً وكاملاً [١٠٣].

ثانياً– وظيفة اتصالية: للصورة وظيفة اتصالية بصرية، وهي واحدة من الوظائف التي تقوم بها الأشكال لتوصيل المعلومات أو ما يسمى بالاتصال الغرافيكي وهو موضوع فرع جديد من علوم الاتصال.

ثالثاً – وظيفة تيبوغرافية: تمثل الصورة أهم العناصر التيبوغرافية الأساسية التي تشترك مع حروف المتن والعناوين في بناء الجسم المادي للصفحة أياً كان شكلها وطريقة إخراجها، فالصورة هي النواة تصميم صفحة جذابة بما تمتلك من ظلال داكنة.

رابعاً – وظيفة جمالية: تعد الصفحات الخالية من الصور بنظر القارئ رمادية باهتة تبعث على الملل.

خامساً– وظيفة تعليمية: كثير من الأشياء نعرفها بصورها بطريقة أفضل من التعرف عليها بالكلمات.

سادساً – وظيفة سيكولوجية: غالباً ما ندرك الأشياء ونتذكرها كصور، فنعرف الملح بصورته التي عرفناها على موائد الطعام.

سابعاً – وظيفة إقناعية: كثير منا لا يقنع بالكلمات (الوصف) لكنه يميل لتصديق ما يحدث عندما يرى.

ثامناً – وظيفة توثيقية: ربما تكتب مقالاً غير قابل للتصديق ؛ ولكنك إذا قدمتها مصورة ستقطع الشك باليقين ؛ فليس هناك مجال للتخمين فيما تقول.

٤– الصور الصالحة للنشر:

لابد أن تتوافر في الصورة مجموعة من الشروط تؤهلها للنشر في الصحف (جرائد ومجلات) أبرزها:

أولاً – شروط فنية:

١–١– درجة الوضوح العالي للتفاصيل الدقيقة في الأصل المصور.

١–٢– أن يمتاز سطح الصورة باللمعان ليعكس أكبر قدر من الضوء.

١–٣– التباين بين الظلال أي تدرج الظلال تدرجاً دقيقاً.

١–٤– تطابق خيال الأصل المصور مع الجسم المصور أي خلو الصورة من الأخيلة.

١–٥– خلو الصورة من العيوب كالخدش أو الطي أو التآكل أو الكتابة عليها.

ثانياً – شروط صحفية:

٢–١ – توافر صفة الحالية أو الآنية في الصورة إن كانت ترافق حدثاً آنياً.

٢–٢– يجب أن يكون لكل صورة موضوعٌ تنشر لجواره.

٢–٣– أن ترتبط الصورة بموضوعها مضمونا وشكلا وموقعا.

٢–٤– أن تلائم الصور المنشورة القراء من حيث السن والتعليم والاهتمامات.

٢-٥- أن تكون الصورة حيوية وهي أفضل من الصور الجامدة.

٢-٦- عدم التكلف في التصوير ؛ أو إجراء عمليات القطع غير الملائم.

٢-٧- التلقائية وعدم إشعار القارئ بأن الصورة معدة سلفاً.

٢-٨- التوافق مع سياسة الصحيفة.

٢-٩- مراعاة الذوق العام.

٢-١٠- أن تحتوي الصورة اللمسة الإنسانية ولاسيما إن كانت تصور بشراً.

٢-١١- مراعاة الجوانب القانونية ومحذورات النشر.

٥- أنواع الصور:

تختلف الصور وفقا للمعيار الذي نعمله في التفريق بين صورة وأخرى ووفق إجماع التيبوغرافيين يمكن تصنيف الصور وفقا لأربعة معايير هي:

أولا – بالنسبة للمضمون: تنقسم الصور وفقا لهذا المعيار إلى:

أ- الصور الشخصية: هي اللقطات التي تظهر الوجه Portrait Mug shotمحور الموضوع ، وعادة تنشر الصورة الشخصية على اتساع عمود وبعض الصحف يبالغ في مساحة نشرها لتحتل أكثر من عمود ولاسيما في الموضوعات الرئيسية على الصفحة الأولى والتحقيقات والأحاديث الصحفية ، وقد تحتل الصورة الشخصية مساحة أقل فتنشر على اتساع نصف عمود (إهامية) وفي حال نشر أكثر من صورة شخصية في موضوع يرتب المخرج هذه الصور بشكل رأسي أو أفقي ، بما يحقق أسس التصميم وأسسه.

ب- الصور الموضوعية: وهي اللقطات التي تجسد موضوعا ما وتعبر عنه وقت حدوثه أو بعده ، سواء كان حدثا أو موقفا أو أماكن ، ويعتبر هذا النوع من الصور هو السائد في أغلب الصحف ، ويختلف محتوى الصور الموضوعية مضامينها والأحداث التي تجسدها فقد تكون: علمية . تاريخية . فولكلورية . سياحية . وصف مدن ومواقع جغرافية . وصف أشخاص في حدث . الحوادث والمناسبات المختلفة (السياسية ، اقتصادية ، اجتماعية ، فنية ،...) . حربية . ورياضية وغيرها من الموضوعات.

ثانيا – بالنسبة للشكل الفني: ([١٠٤]) وتنقسم الصور وفقا لهذا المعيار إلى:

أ– الصور المفردة Single: وهي الصور التي تنشر منفردة: بورتريه portrait أو صورة مكان أو حيوان أو شيء... المهم أنها صورة واحدة تضم موضوعا واحدا تنشر بمفردها وتؤدي وظيفتها بكثرة في الجرائد خاصة مع الأخبار.

ب– سلسة الصور A Series: وهي مجموعة من الصور عن موضوع واحد من أكثر من وجهة نظر يتم التقاطها خلال فترة زمنية طويلة ،كنشر مجموعة من الصور لإحدى نجمات السينما كيف كانت قبل دخولها العمل الفني وكيف بدأت في عملها ، وكيف أصبحت نجمة ولاشك أن مثل هذا النوع من الصور يلبي فضول القراء في معرفة خبايا وأسرار الماضي – ليس للمشاهير فقط – وإنما لجميع الأحداث ، وإذا كانت الأحداث ترصد النتائج والتجليات فإن سلسلة الصور تلقي الضوء على الموقف التي ترصد البدايات والمعطيات التي أسهمت في صياغة تلك النتائج.

ج– المشهد المتعاقب A Sequence: وهو عبارة عن مجموعة من اللقطات لموضوع واحد من وجهة نظر واحدة خلال فترة زمنية قصيرة ، ويمتاز بأنه يرصد حدثاً زمنه قصير كحفل تأبين مثلا أو نتائج مباراة رياضية أو انطلاق صاروخ يحمل قمرا صناعيا وغيرها من الأحداث التي يمكن تغطيتها بمجموعة قليلة من الصور.

وفي كلا الحالتين فإنه سلسلة الصور أو المشهد المتعاقب لابد من وضع صورة كبيرة مسيطرة وهي الأساسية في الحدث ؛ يتبعها صور أخرى ويختلف موقع الصورة الكبيرة على الصفحة باختلاف أسلوب بناء الصفحة، لكن وضعها بالقرب من المركز البصري أو في نقطة البدء لتسهم في تحديد نقطة التحرك الأولية التي تبدأ منها عين القارئ مسح الصفحة.

ثالثا– بالنسبة لارتباطها بموضوعها: وتنقسم الصور وفقا لهذا المعيار إلى نوعين:

أ– الصور القائمة بذاتها (Stand Alone photo): ينشر هذا النوع من الصور مستقلا عن موضوع لذلك تسمى بالطليقة ، بل تشكل موضوعا مستقلا، ومن هذا النوع من الصور الرسوم الكاريكاتورية والصور السياحية والجمالية التي لا ترافق أي موضوع.

ب– الصور المرتبطة بموضوعها: الشكل السائد في الصحف أن تنشر الصورة مرافقة لموضوعها ولا يفصلها عنه فاصل ، وترتبط الصورة وموضوعها بموقع معين على الصفحة يشير هذا الارتباط لأهمية الموضوع بكامله ولأسلوب تصميم الصفحة.

رابعا– بالنسبة لطريقة إنتاجها: وتنقسم الصور وفقا لهذا المعيار إلى:

أ– الصور الفوتوغرافية (Photo Pictures): وهي الصور التي تستخدم الكاميرات المختلفة لالتقاطها ، قد تكون ملونة أو غير ملونة ، وبأحجام متعددة.

ب– الصور الخطية (Line Picture): تمثيل حر بالخطوط لفكرة أو لإحساس أو موقف أو فكرة ، دون التقيد بكل التفاصيل الموجودة في الأشياء التي تمثلها ، إذ تركز على الخطوط الأساسية وتظهر بنسبها العادية كما في الرسوم التوضيحية أو مبالغا فيها بقصد التعبير عن معنى معين كما هو الحال في رسوم الساخرة ، وللرسوم الخطية قدرة على توضيح الحقائق والأفكار المجردة بشكل مرئي لأنها تعرض العلاقات القائمة بين العناصر بوضوح لذلك فهي تستخدم بكثرة في التعليم لتوضيح حقائق العلوم [١٠٥] وتختلف قيمة الرسم اليدوي من صحيفة لأخرى باختلاف رساميها وسياستها في التحرير والإخراج ، واختلاف المعالجة الإخراجية للرسم نفسه. وتستخدم الصحف الرسوم لأسباب عديدة أبرزها: [١٠٦]

١) – جذب انتباه القراء نظرا لتعودهم على رؤية الصور الفوتوغرافية واستخدام الرسوم يجعلها لافتة للنظر.

٢) – تقديم تصور مبالغ فيه للشخص المرسوم ، فهي بذلك تجذب الانتباه أيضا وتخلق جوا مواتيا وتعبر عن وجه نظرها فيما يطرح من مسائل.

٣) – تترك الرسوم قدرا من البياض حولها مما يخلص الصفحة من رماديتها.

٤) – إذا تعذر الحصول على صور فوتوغرافية خاصة في الأماكن التي يمنع فيها التصوير ، أو لشخصيات لا تتوافر لها صور في الصحيفة كالشخصيات التاريخية مثلا ، في هذه الحالة يصبح نشر رسم يدوي فاعلا.

٥) – تقدم معلومات بصرية توضح الحقائق ولاسيما الخرائط والجداول...

٦) – تضفي بعض المرح وتقدم موضوعا قد تعجز الكلمات عنه.

وتتعدد الرسوم اليدوية في الصحف ومن أبرزها:

ً **١ – الرسوم الشخصية** (**line Shot**): وهي الرسوم التي تصور شخصاً وتعتبر من أقدم أنواع الفنون الخطية انتشارا في الصحف قبل انتشار التصوير الفوتوغرافي ، ولا تزال مستخدمة نظرا لتباينها مع الصور الفوتوغرافية، وإمكانية إبراز التعبيرات المختلفة المعبرة.

ً **٢ – الرسوم الجمالية والتعبيرية:** تحمل قيما جمالية وتعبيرية يوحي بها مضمون النص الصحفي ، وتختلف أساليب معالجتها من صحيفة لأخرى ومن فنان لآخر وأغلب الصحف تنشرها في الصفحات الخفيفة (الموضوعات الاجتماعية والثقافية...) ، والهدف الأساسي من هذه الرسوم تجميل الصفحة والتعبير عن المحتوى التحريري.

ً **٣ – الرسوم التوضيحية:** وهي الأشكال التي توضح العلاقات الموضوعية في المواقف ومن أبرز أنواعها:

٣– ١– الرسوم الهندسية.

٣–٢– الرسوم العلمية.

٣–٣– الرسوم البيانية.

٣–٤– الخرائط.

🕮– هناك نوع من المصورات يسمى بكتوغراف pictograph يمزج الصورة بالرسم باستغلال التقنيات ولاسيما الفوتومونتاج Photomontage في تركيب صورة على أخرى أو تقنية Trucage في تركيب صورة على رسم والعكس. وأيضا ثمة شكل جديد من الرسوم اليدوية يطلق عليه Info graphic اختصاراً لـ Informational graphic أو المعلومات البصرية أو الرسوم التي تلخص معلومات يمزج المخرج بين رسم يدوي مع كلمات أو جمل توضيحية يتم من خلالها تصوير تفاصيل حدث أو واقعة بشكل مركز وهو أسلوب أخذ ينتشر في الصحافة الغربية نتيجة التطور التقني.

ً **٤– الرسوم الساخرة:** وهي رسوم تتميز بالطرافة وتحمل فكرة معينة يجسدها الفنان بأسلوب ساخر ، فهو يعبر عن رأيه كما يعبر كاتب المقال عن رأيه بالكلمات وتتميز الرسوم الساخرة بالتبسيط والإيجاز والتركيز على فكرة معينة حتى يتمكن القارئ العادي من فهمها بسهولة، فضلا عن تسلية القارئ وإمتاعه وتعد الرسوم الساخرة مكوناً أساسياً من مكونات صفحات الرأي ، وتختلف الصحف في نشرها وفقا لسياستها التحريرية، وتختلف في مكان النشر فبعضها ينشرها على الصفحة الأولى وبعضها الآخر يفضَّل نشرها على الصفحة الأخيرة بينما تفضل صحف أخرى نشرها على الصفحات الداخلية ، كما يختلف موقعها من الصفحة فقد يكون الرسم

الساخر في النصف الأعلى من الصفحة وبعضها الآخر في نصف الصفحة الأسفل ، ويتنوع نشر الصور الساخرة مساحة وعددا فقد تكتفي صحيفة بنشر رسم واحد وصحيفة أخرى تنشر أكثر من رسم ، وقد تحتل مساحة كبيرة مبالغ فيها وقد لا تحظى بمثل هذه الأهمية في صحف أخرى. ومن أشكال الرسوم الساخرة:

أ- الكاريكاتير (Caricature): هو إصلاح فني في الرسم والضحك الساخر يتنوع موضوعه بتنوع الشخصيات والأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، وهو اصطلاح من أصل إيطالي (كاريكاتورا) ومعناه الصورة التي ترسم شخصيات مبالغاً في تصويرها [١٠٧] حيث يبرز الكاريكاتير ما يمتاز به الأشخاص من صفات ، معتمدا على الطرافة والمبالغة والتهويل في بعض الأحيان ، ولذلك يميل الناس لتصديقه والاستجابة له ، لأنه أسرع في مخاطبة القارئ عن المادة المكتوبة ، لذلك لم يعد دوره مجرد تحريف وتحوير للخطوط بل وراءه رسالة سياسية واجتماعية.

ب- الكرتون (Carton): يرى بعض الباحثين أن الكرتون وهو شكل من أشكال الرسوم اليدوية تطور عن الكاريكاتير وهو لا يصور الأشخاص لذواتهم وإنما للتعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف [١٠٨].

ج- الشرائط الهزلية (Comic Strips): سواء كانت كرتون أو كاريكاتيراً فما هي إلا مجموعة من الرسوم الساخرة التي ترصد تنامي ظاهرة أو موقف وما آلت إليه الأحداث ، فهو لا يرصد لقطة واحدة بل يرصد مقدمة الحدث ونتيجته بعدة رسوم.

٦- التقنية وأخلاقيات التصوير ومصداقيته:

تقوم فكرة التصوير على تسجل موضوعي للحقيقة، وصور الأخبار سجلات محايدة للموضوعات المصورة، لذلك ينبغي أن يعمل المصورون الصحفيون في بيئة من المبادئ والقيم والرموز الاحترافية الأخلاقية لترجمة الحياة الواقعية بتعقيداتها بصريا سهل الفهم ؛ والتواصل مع القصة المنشورة، ولعقود طويلة استمرت مقولة حكيم الصين كونفوشيوس: (الصورة تعبر عما تعبر عنه ألف كلمة)، نظراً لما تستطيع الصور التعبير عنه ؛ فضلاً عن لغتها عالمية النطاق، وما تحمله الصور من عناصر إمتاع وإقناع وتوثيق. لكن هذه المقولة يعتريها الشك الآن إذا أسيء استخدام الصور ؛ أو عولجت الصور

بسوء نية. وتزييف الصور محاولة لتغيير محتوى الصورة جزئياً أو كلياً بما يقلل من أهمية الحقيقة أو صعوبة الاستدلال عليها أو توجيه نظر القارئ لحقيقة مجتزأة. وتزييف الصورة قد يتم خلال التقاطها ؛ أو من خلال التلاعب بمضمونها عند الإظهار، أو بعد الحصول على الصورة وخلال معالجتها رقمياً. من فمن الممكن تغيير خلفية الصورة لإلغاء البعد الجغرافي أو البيئي للصورة، أو زيادة أو إنقاص عدد الأشخاص في الصورة بغرض حذف حقيقة ما يمكن أن يعبر عنها الشخص الذي تم حذف أو إضافة صورته، أو تغيير رؤوس بعض الأشخاص في الصورة وتركيب صور وجوه أخرى محلها، وغيرها من الإجراءات التي تتم بغرض التشويه لا التوضيح ؛ تجعلنا ننظر لمقولة كونفوشيوس بشيء من الحذر.

٧- تصميم الصور:

تصميم الصورة هو تحديد الشكل الذي تظهر به على الصفحة وموقعها ، ويبدأ تصميم الصور من اختيار الصالح منها للنشر وانتهاءً باختيار موقعها على الصفحة أخذاً بالاعتبار أنها وسيلة من وسائل الإعلام تشترك مع العناوين والمتن في إيصال رسالة محددة هادفة. ويمكن تناول إجراءات تصميم الصورة بالنقاط التالية:

أولا- شكل الصورة Picture Shaping: ويقصد به الشكل الهندسي الذي تتخذه الصورة بعد طباعتها وأبرز أشكال الصور في الصحف هي:

١-١- المستطيل: وهو السائد في المطبوعات مع أن بعض الخبراء يرون أن الأشكال الهندسية الرباعية هي من أكثر الأشكال جمودا ورتابة في نظر خبراء الفنون التشكيلية البصرية [١٠٩] إلا أن شكل المستطيل يحقق حيوية الصفحة ، ويتخذ شكل المستطيل في الصور الصحفية أحد الأوضاع الرأسي أو الأفقي أو المائل ، والأصل في الصورة الفوتوغرافية أن تكون مستطيلة . رأسيا أو أفقيا . فهذا الشكل صنعت منه الأوراق الحساسة التي تطبع عليها الصور.

١-٢- المربع: ينصح التيبوغرافيون بالابتعاد عن هذا الشكل قدر المستطاع نظرا لتساوي أضلاعه بما يوحي بالجمود [١١٠] وبعض المصممين ينصحون بتجنب استخدام الأشكال الرباعية على إطلاقها.

١-٣- الدائري: ثمة خلاف بين الخبراء حول نشر الصورة بهذا الشكل، منهم من يرى أن الشكل الدائري مريح للعين أكثر من الأشكال فأعيننا تجري على إطارها الخارجي دون توقف ، ودون تمييز لبداية أو نهاية [١١١] فمحيط الدائرة لا يملك أي قيمة استقرارية فيعطي بشكل دائم شعورا بالحركة وهو ما يوفر للشكل الدائري قوة جذب أكبر من الأشكال المربعة كالمستطيل والمربع. ومنهم من يرى أن التكوين الهندسي للدائرة فقير نسبيا لذلك ينصح بجعل جزء منها يختبئ خلف شكل آخر لكسر قسوة فقرها الشكلي ، ويمكن تحقيق ذلك بتركيب عنصر آخر كصورة أو عنوان أو مقدمة الموضوع على جزء من الصورة الدائرية مما يجعلها تبدو أجمل مما لو ظهرت بشكلها الدائري كاملا [١١٢] والشكل الدائري من الأشكال التي لا ينصح باستخدامها على الصفحات الإخبارية، رغم ما يتميز به من حيوية وحركة نظرا لما يتطلبه إنتاجه وإخراجه من عناية ووقت، قد يتعارض مع السرعة التي تستلزمها الصفحات الإخبارية ، ومع ذلك فإنه قد يكون موحيا في بعض الموضوعات وبعض الصفحات، فهو يوحي بالقدم لأن الصورة القديمة كانت دائرية، ويعد هذا الشكل ملائما في عرض العملات المعدنية مثلا وغيرها من الموضوعات.

١-٤- البيضاوي: وهو من الأشكال المريحة لخروجه عن الانتظام الهندسي المألوف ويشترك مع الشكل الدائري في أن العين تجري على محيطه الخارجي دون توقف ويعطي شعورا بالحركة الدائمة ، ويتيح قدرا أكبر في التحكم بقطع الصورة أكثر مما يتيحه الشكل الدائري ويمكن رأسيا أو أفقيا. والشكل البيضاوي كالدائري لا يصلح استخدامه في الصفحات الإخبارية ويقتصر استخدامه على الصور الشخصية التي يراد إكسابها انطباعا أصيلا، وإن كان ذلك لا يمنع استخدامه في بعض الأحيان في بعض الأماكن ذات الطابع التاريخي. وتستخدم الصور البيضاوية للربط بين صورتين مستطيلتين ، بما يزيد اهتمام القراء بها أكثر مما لو استخدمت بشكل منفصل.

١-٥- أشكال هندسية أخرى: هناك بعض الأشكال الهندسية الأخرى التي يمكن أن تظهر بها الصورة كشبه المنحرف والمثلث ومتوازي الأضلاع والمعين والمسدس ، لكنها نادرة الاستخدام لأنها تستهلك مساحة كبيرة من الصفحة ، ويجدر بالمصمم الابتعاد عنها وفي حالة استخدامها ينبغي أن يكون فقط في الصفحات الخفيفة.

١-٦- الأشكال غير الهندسية: لا تتخذ الصور دائما شكلا هندسيا ، ويمكن ذكر الأشكال التالية في هذا السياق:

١-٦-١- الصور متلاشية الحواف Vignette: وهي الصور التي تتلاشى حوافها حتى تذوب في بياض الورق ، وتتخذ الصورة في هذه الحالة شكلا غير منتظم ، وإن كان هذا لا يمنع أن تأخذ شكلا بيضاويا أو دائريا في حالات نادرة ، ويحقق التخفيف التدريجي لحواف الصورة هدفا جماليا ويعطي انطباعا بالقدم ، وينتج عن طريق إزالة النمط النقطي تدرجيا من حواف الصورة ويتولى القيام بهذه العملية فنان متخصص على درجة عالية من المهارة [١١٣].

١-٦-٢- الصورة ممزقة الحواف: يلجأ المصمم في بعض الحالات وفي الصفحات الخفيفة تحديدا لتمزيق أضلاع الصورة ليدلك على الضياع والتمزق والاضطراب أو الإدمان والجريمة والسقوط والمستقبل المجهول والرذيلة. وقد يكون التمزيق لضلع واحد من أضلاع الصورة أو لأكثر من ضلع، بهدف إحداث أثر نفسي لدى المتلقي وليس فقط لعرض صورة ممزقة ، ولذلك فإن مضمون الصورة وموضوعها المرافق محددات أولية لتمزيقها ، وموضع الصورة من الصفحة ومن الموضوع تحدد أي الأضلاع يمكن تمزيقه.

١-٦-٣- الأشكال المبتكرة: يتفنن مصممو الجرائد في ابتداع أشكال مبتكرة للصور ،كنشر صورة لنصف الوجه فقط أو عينين فقط أو عين واحدة سواء تراكبت هذه الأشكال مع صور أخرى أم نشرت مستقلة بذاتها ، وينبغي لهذه الأشكال أن تخدم الأسلوب الإخراجي للصفحة التي تنشر بها أو الفكرة التي يتناولها مضمون الموضوع الذي ترافقه الصورة.

١-٦-٤- الصور محذوفة الخلفية Out line Silhouette (Decoupe): وتعد من أكثر أساليب التصميم استخداما في الصفحات الخفيفة ولاسيما في المجلات ، تحذف منها الخلفية بحيث يصبح بياض الورق خلفية للصورة. ويعد هذا الأسلوب من أكثر أشكال الصور لفتا للنظر، ولابد من توخي الحذر مع هذا التصميم فليست كل الصور صالحة لجعلها ديكوبية ، ويصلح هذا الإجراء فقط مع الصور ذات الحواف الداكنة ، وهدف التفريغ تركيز الانتباه على جزء من الصورة أو على الصورة بكاملها لذلك فبعض الصور تحتوي خلفيتها بعض التفاصيل

المهمة التي تخدم الحدث، لذلك يحسن عدم الاستغناء عنها ، ولكن هذا التصميم يضفي الحركة والتباين على الصفحة ويجذب اهتمام القراء ، ويوفر بياضا حولها يريح عين القارئ ويجمل الصفحة، ويسهم في تغيير اتساعات الجمع الأمر مما يغري العين على مطالعة المضمون.

ثانيا – مساحة الصورة Picture Sizing: يقصد بها تحديد الأبعاد التي تظهر عليها الصورة بعد الطباعة على صفحة الجريدة، ويقاس بعرض الصورة بالعمود وارتفاع الصورة بالسنتيمتر. **وتتحدد مساحة الصورة بمجموعة العوامل أبرزها:**

٢-١- أهمية الصورة.

٢-٢- مساحة الموضوع وقيمته.

٢-٣- نوع الصورة [١١٤].

٢-٤- موضوع الصورة.

٢-٥- تفاصيل الصورة [١١٥].

٢-٦- تأثير الصورة.

٢-٧- الأسلوب الإخراجي.

٢-٨- مساحة الصفحة.

ثالثا – قطع الصورة Cropping: القطع ليس حذف أجزاء معينة من الصورة الأصلية بغرض الحذف بل لتركيز الاهتمام على العناصر المكونة للصورة التي تسهم في نقل الرسالة الإعلامية ، فهو بنظر التيبوغرافيين إضافة وإبرازٌ للمضمون [١١٦].

وهناك مجموعة عوامل تساعد على تحقيق القطع الوظيفي:

٣-١- إيجاد النقطة البؤرية للصورة والعمل على تعزيزها. لذلك ينقسم القطع لنوعين **قطع روتيني وقطع خلاق** [١١٧] ويركز الأخير انتباه القراء على الجزء المهم من الصورة الذي يحمل ما ينبغي على المصمم إيصاله للقراء ، ويمثل الهدف الأساسي وراء نشر الصورة على الصفحة [١١٨].

٣-٢- تخليص الصورة من العناصر المشتتة للانتباه التي تظهر في خلفية الصورة.

٣-٣- ضرورة قطع الصور الشخصية بحذر ومن الأفضل تصغيرها.

٣-٤- يفضل في الصور الجانبية أن يكون القطع من خلف الصورة (من خلف الرأس) وأعلى الصورة وعدم المساس بمقدمة الوجه حتى لا تبدو الصورة مشوهة [١١٩].

٣-٥- يستطيع المخرج الماهر أن يقطع الصورة بطريقة تحقق وظائف أخرى كأن يقطع حواف الصورة بغير انتظام ليضع عنوانا... في موضع غير مألوف يضفي على الصورة وكلامها حركة وحياة [١٢٠].

٣-٦- يفضل بعض التيبوغرافيين أن يكون قطع الصور الموضوعية طوليا وأن يتم قطع الصور الشخصية عرضيا.

٣-٧- ينصح العديد من التيبوغرافيين بتجنب القطع الذي يسعى لملاءمة الصورة للحيز المتاح.

ولقطع الصور ثلاثة أنواع هي: ([١٢١])

- **– القطع المحكم** (**Tight Cropping**): ويؤدي لزيادة قوة الصورة وتأثيرها ويقلل لحد بعيد إحداث أي تشويه في الصورة ، ويسهم في إبراز موضوعها.
- **– القطع المعتدل الإحكام** (**Moderately Tight Cropping**): يتميز بأنه يقلل من العناصر المشتتة للانتباه في خلفية الصورة ويتم التركيز على الشخص وليس على بيئته ، على الحدث وليس على ما يحيط به.
- **– القطع الفضفاض** (**Loose Cropping**): وينتج صورة ضعيفة فاترة حيث يبقى على عناصر غير مهمة من الصورة من شأنها التشويش على العناصر الأخرى.

رابعا– إطار الصورة: وهو إحاطة الصورة بإطار يحدد حوافها ، وقد يلتصق بالصورة بشكل محكم وقد يكون فضفاضا يترك بين الإطار وبين الصورة فراغ أبيض ، ويتحدد إطار الصورة وفقا لشكلها. فقد كانت الصور في بداية القرن العشرين تحاط بإطارات زخرفية مرسومة يدويا ويظهر إطار النمط المعدني في الطباعة البارزة فصار تقليدا إخراجيا ، وهو بلا شك إجراء غير وظيفي ، لأن الإطار إذا كان نحيفا لا يكون مرئيا بعد الطباعة ، أما إذا كان سميكا فينافس الصورة في اجتذاب عين القارئ ومن الأفضل أن يكون إطار الصورة الفراغات البيضاء حولها.

خامسا – مكان الصورة: ويقصد به الموقع الذي تحتله، ويمكن رصد موقع الصورة بالنسبة للموضوع الذي تصاحبه وموقعها من الصفحة وترتيبها بين الصور المنشورة:

٥–١– موقع الصورة من الموضوع: القاعدة العامة التي تحظى باستحسان التيبوغرافيين أن تنشر الصورة وموضوعها على صفحة واحدة ، ويتحدد موقع الصورة من الموضوع وفقا لأسلوب تصميم

الصفحة واتجاه الحركة داخل الصورة. ووضع الصورة عند بداية متن الموضوع لا عند نهايته لجذب بصر القارئ وتوجه العين للمتن [١٢٢] بينما يرى آخرون وضعها أسفل الموضوع ، فوضعها أعلى الموضوع إذا كانت الصورة أساس الموضوع وتمثل أبرز عوامل جذب القراء ربما بدرجة أكبر من العنوان نفسه، ويتوقف وضع الصورة يمين أو يسار موضوعها على اتجاه الحركة داخل الصورة، والترتيب الرأسي للصور أكثر راحة للقارئ من الترتيب الأفقي لأنه يقلل المسافة التي تقطعها العين أثناء القراءة كما يقلل من حركتها الترددية أثناء مطالعتها الصور.

٥-٢- موقع الصورة من الصفحة: يفضل بعض التيبوغرافيين وضع الصورة في المركز البصري للصفحة لإعطائها مزيدا من الجاذبية وهو ما يصلح في حال قلة عدد الصور على الصفحة وخاصة إن كانت صورة واحدة، وهناك مجموعة إرشادات يمكن الاستئناس بها لاختيار موقع الصورة بالنسبة للصفحة:

١. تفضل بعض الصحف تجنب نشر الصور في الأعمدة التي تقع لجوار هوامش الصفحة ، ومن المستحسن أن تكون داخل الصفحة.

٢. لا ينبغي نشر صورة في النصف الأسفل من الصفحة ما لم يقابلها صورة في النصف الأعلى [١٢٣].

٣. ينبغي مراعاة أماكن الإعلانات، فيجب تجنب وضع صورة مجاورة لإعلان مصور حتى لا يضعف ذلك من تأثير الصورة [١٢٤].

٤. إذا تعددت الصور في الصفحة ينبغي مراعاة ألا تطغى الصورة الكبيرة على الصغيرة ولابد من ترتيبها ترتيبا يظهر الصور الصغيرة والكبيرة معا.

٥. ينبغي ترتيب الصور على الصفحة وفقا لحركة عين القارئ إذا كانت الموضوعات متقاربة في مضمونها (مجموعة إخبارية متجانسة) بما يعزز بصريا من الأهمية الإخبارية للأخبار المتجانسة والمتقاربة في مضمونها.

٥-٣ . صفحة الصور Picture Page: تتجه بعض الصحف لتخصيص صفحة أو أكثر كاملة للصور، وصفحة الصور عادة لا تضم إلا قدرا ضئيلا من المتن **وهناك مجموعة من الإرشادات ينصح بها المصممون عند تصميم صفحة الصور أبرزها:**

١. يفضل في الصفحة أو الصفحات المصورة أن تكون كل الصور حول موضوع واحد أو فكرة واحدة أو حدث واحد أو شخصية واحدة.

٢. تحتاج صفحات الصور لعناية خاصة تتبدى في ضرورة مخالفة مساحات الصور المستخدمة ، وشكلها ، وطريقة عرضها بحيث تتداخل في تركيب فني يحافظ على تماسك وحدة الصفحة [١٢٥] وأن يكون لها بداية ونهاية ؛ وقد تكون الصور متتابعة أو مرتبة زمنيا كما ينبغي أن تتخذ اتجاها واحدا [١٢٦].

٣. يتعين وجود صورة مسيطرة على الصفحة تزيد مساحتها على ما عداها من صور ولها أهمية خاصة ، يجب وضعها أولا في التصميم ثم ترتيب بقية الصور حولها والصورة المسيطرة تقع في النصف الأعلى من الصفحة.

٤. ضرورة مراعاة أصول التكوين الفني في صفحة الصور من توازن وتباين وتناغم...

٥. في حالة عرض صورتين لشخصين لا ينظران إلى الأمام يفضل أن ينظر كل منهما للآخر.

٦. ضرورة ترك مساحة بيضاء كافية بين كل صورة وأخرى لخلق فاصل بصري واستراحة لعين القارئ ومتنفس للصفحة.

٧. تجنب نشر صور إبهامية أو صغيرة جدا لجوار الصورة المسيطرة حتى لا تخطف الصورة الكبيرة اهتمام القراء وتصرفهم عن الصورة الصغيرة ، بل يجب التدرج في مساحة الصور المتجاورة.

سادسا – تداخل الصور: قد تظهر الصور على الصفحة مستقلة بذاتها من الناحية البصرية ،كما يمكن أن تدمج مع العناوين كأن تكون الصورة أرضية لعنوان أو أرضية للمتن أو تتداخل مع مقدمة الموضوع أو بغيرها من صور ويسمى هذا الإجراء تداخل الصور أو تراكب الصور Mortise حيث يلجأ المصمم لهذا الأسلوب لإبراز العلاقة الموضوعية بين صورتين أو أكثر، ويلجأ المصمم في تداخل الصور لقطع جزء من صورة كبيرة يراه غير ذي أهمية ويضع بدلا عنه صورة صغيرة تتداخل مع الكبيرة ، وقد يكون سبب هذا الإجراء إخفاء بعض العيوب الفنية في الصورة الكبيرة أو لإعادة تشكيل موضوع جديد في صورة فوتوغرافية واحدة بمعاونة قسم التصوير في الصحيفة عن طريق الطباعة المضاعفة Double Printing **وللتداخل نوعان هما:**

أ– التداخل الجزئي: وهو تداخل بين صورتين أو أكثر بحيث تتراكب بشكل بسيطٍ.

ب–التداخل الكلي: تتداخل فيه الصور كليا بمعنى أن تكون الصورة الكبيرة أرضية للصورة الصغيرة أو تحيط بها.

وثمة ضوابط لابد للمصمم الصحفي من مراعاتها لتحقيق التداخل الجيد:

١. لابد أن يتم التداخل بين صور مختلفة الأبعاد ، والصور الصغيرة هي التي تتداخل مع الصور الكبيرة.

٢. ينبغي أن تمثل الصور المتداخلة حلقة أو سلسلة أحداث واحدة متعاقبة.

٣. يجب أن يكون التداخل موضوعيا بمعنى أن تكون الصورة الكبيرة مقدمة والصورة الصغيرة نتيجة للحدث المصور أو العكس.

٤. ينبغي مراعاة الحركة داخل الصورة بما يخدم اتجاه التداخل، ومسار حركة عين القارئ على الصفحة ، وتوجيه بصر القارئ لجوهر الحدث الأساسي.

٥. يتعين مراعاة التقادم الزمني أو أبراز عنصر الزمن في التداخل كأن تكون الصور الأحدث في المقدمة (الأصغر) والصور الأقدم هي الأكبر أو خلفية للصور الصغرى.

٦. الحذر من حذف جزء أو أجزاء مهمة من الصور تخدم محور الحدث.

٧. المحافظة على مركز الانتباه في الصورة الكبيرة وإجراء التداخل بما يخدم هذا المركز وإذا رأى المصمم أن تداخل الصور قد يشتت انتباه القراء ينبغي تجنبه.

٨. المحافظة على أسس التصميم الفني والصحفي عند إجراء التداخل بما لا يخل بموضوعية الصورة ويحافظ على الهدف الأساسي من نشرها.

سابعا – تحرير الصور Picture Editing: لا تستطيع الصور تأدية وظائفها على الوجه الأكمل ما لم يوضع لها تعليق ، فظهر في العديد من الصحف وظيفة محرر الصورة وهو حلقة الاتصال بين التحرير والتصوير، يتولى اختيار الصور الصالحة للنشر وكتابة شرحها تحديد المساحة التي تنشر بها ويستبعد الأجزاء غير الواضحة منها.

ومن إجراءات تحرير الصورة كتابة تعليق يصاحبها ويوضح محتواها Cut line ووضع عنوان للصورة أو عنوان لشرح الصورة Caption ، واختيار موقع اسم المصور من الناحية التيبوغرافية:

٧-١- شرح الصورة:

٧-١-١- صياغة شرح الصورة: لا تزال الصور التي لا يصاحبها شرح استثناءً وسوف تظل كذلك، والصورة بدون كلمات تشرحها غير قادرة على مجاراة القوة البيانية للكلمات المستخدمة بمفردها ، وشرح الصور يعرف بالأشخاص والأماكن ويفسر العلاقات ويحدد وقت وقوع الحدث الذي تتضمنه الصورة ، ويخبر القارئ بما يحدث[١٢٧]، من الأخطاء الشائعة في صياغة شرح الصور استخدام الفعل الماضي، والصورة التي تحتوي على مجموعة أشخاص إذا كان بينهم شخص مميز يمكن البدء به ثم يُعرَّف الأشخاص المجاورون له باستعمال كلمتي (يمينه . يساره) ويبدأ في كل حالة بتعريف الشخص الأقرب إليه ثم الذي يليه وهكذا [١٢٨]. فإذا كانت الصورة تضم شخصا واحدا يصاحبها هنا أبسط أنواع الشرح ، سطر واحد يبين اسم هذا الشخص وقد يضاف عمله ، وإذا كانت الصورة تضم شخصين من جنسين مختلفين ينبغي ذكر اسميهما بشكل واضح لنقول للقارئ من هما ؟. وعندما تحتوي الصورة رجلين أو فتاتين يجب أن يعرف أحدهما بأنه من اليسار والقراء سيعلمون الشخص الآخر في اليمين وهذا يلغي كلمة غير ضرورية " اليمين " ، بينما إذا كانت الصورة تضم ثلاثة أشخاص حدد أحدهم إنه في اليمين والآخر في الوسط ويترك للقارئ أن يدرك أن الشخص الأخير في اليسار ، وإذا كانت الصورة تضم أكثر من شخص نعرفهم من اليسار لليمين مع ذكر أسمائهم أو العكس ، ويمكن البدء بكلمة بالأمام أو الوسط أو الخلف وعادة ما نبدأ بالصف الأمامي، وإذا كان الأشخاص يقفون بشكل دائري ينبغي التعريف بهم من اليمين لليسار. وإذا نشرت مجموعة صور يصلح شرح الصورة للربط بين الصور [١٢٩].

وينصح بتجنب استخدام عبارات " الصورة تبين " أو " في الصورة " أو " يظهر أمامنا " وينصح شرح التفاصيل المهمة التي تتضمنها الصورة لزيادة تركيز ولفت نظر القراء ولاسيما الكلمات التي تظهر في الصورة كالشعارات واللافتات وغيرها مما يتوقع المصمم عدم وضوحه. أو إذا كانت مكتوبة بلغات غير لغة بلد إصدار الصحيفة.

٧-١-٢- موقع شرح الصورة: ليس هناك موقع مفضل لشرح الصورة، فقد يوضع أعلى الصورة أو أسفلها أو على أحد جوانبها أو يفرغ على جزء منها أو يطبع على الصورة ، الخيار متاح أمام

المصمم أو محرر الصور في اختيار هذا الموقع بما يجعل من الصورة وشرحها وحدة بصرية واحدة ، على أن يراعي الحركة داخل الصورة وأسلوب بناء الصفحة والمساحة المتاحة لوضع الشرح بما يسهل على القارئ الاستدلال عليه وفهمه.

٧-١-٣- حجم حروف شرح الصورة وكثافتها: يجمع كلام الصور عادة بطراز حروف المتن مع استخدام حجم أكبر أو أصغر قليلا لخلق تنوع وفصل بينهما، وإذا كان شرح الصورة من سطرين فيفضل أن يجمع السطر الأول بالكثافة السوداء والسطر الثاني بالكثافة البيضاء ، أو جمع السطر الأول بحجم حروف أكبر قليلا من السطر الثاني. وقد يجمع السطر الأول بكثافة بيضاء أو بحجم حروف أقل قليلا إذا كان السطر التالي يحتوي معلومات أكثر أهمية مما يحمله السطر الأول ، بينما إذا احتوى كلا السطرين معلومات ذات أهمية فيحسن أن يجمعا بنفس الحجم وبنفس الكثافة.

٧-١-٤- اتساع جمع شرح الصورة: يقصد به أقصى اتساع يمكن أن يصل له شرح الصورة، إذا زاد اتساع الصورة فيحسن أن يقسم شرحها لنهرين يترك بينهما فراغ أبيض [١٣٠]. وتلجأ بعض الصحف لاستخدام حليات على شكل نجوم أو مربعات أو دوائر في بداية شرح الصور أو بدايته ونهايته وهو إجراء يمكن أن يفيد في خلق تباين مع المتن فضلا عما يسببه من لفت النظر للشرح خاصة إذا كانت الكثافة بيضاء.

٧-١-٥ - البياض بين الصورة وشرحها: يحدد الفراغ المتروك بين الصورة الرابطة بينهما ، المبالغة به يؤدي لانفصال الشرح عن الصورة وتقليله يجعل الشرح يلتصق بالصورة ، والبياض المناسب لتحقيق هذا الغرض يجب ألا يقل عن ٠.٢٥ سم ويحسن ألا يتجاوز ٠.٤ سم [١٣١]، ويجب أن يكون البياض تحت شرح الصورة أكبر من البياض بينه وبين الصورة ويفضل ألا يقل البياض أسفل شرح الصورة عن ٠.٨ سم.

٧-٢- عنوان شرح الصورة: في حالة نشر الصور القائمة بذاتها التي يصاحبها عدة سطور تشرح مضمونها من الأفضل أن يصحب الصور عنوان خاص بها، وقد أظهرت الأبحاث أن استخدام عنوان يشرح الصور يمكن أن يزيد قراءتها بنسبة ٢٥ %[١٣٢] ويتكون عنوان الصورة من كلمات

معدودة تلائم الغرض منها، بحيث يكمل العنوان الصورة وتكون الصورة مع عنوانها وشرحها وحدة تأثير. وعادة ما يجمع عنوان الصورة بأحجام حروف أكبر من حجم شرح الصورة وبالكثافة السوداء.

٧-٣- اسم المصور: تشير الصحف لاسم المصور أو المصدر الذي حصلت منه على الصورة (وكالات الأنباء...)، وقد ينشر اسم المصور بنفس حجم الحروف المستخدمة في شرح الصورة أو ينشر بحجم حروف أكبر ،كذلك قد ينشر بكثافة سوداء إذا كان شرح الصورة مجموعا بحروف ذات كثافة بيضاء أو ينشر بالكثافة البيضاء إذا كان الشرح مجموعا بحروف بالكثافة السوداء.

وقد ينشر اسم المصور في السطر الأخير من شرح الصورة أو لجوار شرح الصورة دون أن يؤدي لزيادة اتساع هذا السطر، وتضيف بعض الصحف علامات زخرفية قبل أو بعد اسم المصور لزيادة إبرازه، وفي هذه الحالة قد يبتعد اسم المصور عن الصورة وشرحها وينشر مستقلا بذاته في نهاية الموضوع أو لجوار اسم المحرر ، ولكن إذا اكتفت الصحيفة بنشر اسم المصور دون الإشارة للمحرر فيفضل إلحاقه بعنوان وشرح الصورة وجعل هذه العناصر كلها تبدو وحدة بصرية واحدة.

وفي حالة التقاط مصور واحد كل صور الصفحة أو حصلت الصحيفة على كل الصور من مصدر واحد يفضل عدم تكراره ويكتفى بنشره مرة واحدة.

الفصل التاسع:

وسائل الفصل بين المواد

٤٩- مقدمة.
٥٠- وسائل الفصل التقليدية.
٥١- وسائل الفصل الحديثة.

١- مقدمة:

يلجأ المصمم لوسائل الفصل بين مواد الصفحة الواحدة لتيسير متابعة القارئ قراءة الموضوعات المنشورة على الصفحة، للفصل بين أعمدة الموضوع الواحد وفقراته وبين موضوع وآخر وبين المواد التحريرية والمواد الإعلانية ، وتختلف وسائل الفصل من صحيفة لأخرى ومن مصمم لآخر ، ويمكن تقسيمها لنوعين هما وسائل الفصل المتبعة في معظم الصحف على مدى تاريخها الماضي، ووسائل الفصل التي تم استحداثها لضرورات وظيفية تتزامن مع تطورات تقنية.

٢- وسائل الفصل التقليدية: من الوسائل التقليدية للفصل بين المواد:

٢-١- الجداول (Rules): هي الخطوط التي تفصل بين مواد الصفحة فصلا كاملا وقد تكون خطوطا طولية أو عرضية ([١٣٣]) والجداول كأي عنصر تيبوغرافي على الصفحة ينبغي أن يكون لها غرض محدد على الصفحة، إذ يؤدي الإسراف في استخدامها عكس ما هو مطلوب منها، بينما استخدامها باعتدال وفي المواضع المناسبة يضاعف من تأثيرها.

٢-١-١- الجداول الطولية (Column Rules).

٢-١-٢- الجداول العرضية (Cut off Rules).

٢-١-٣- تصميم الجداول: تقاس الجداول بالبنط أو بالميليمتر ومنها الجداول الرفيعة كالشعرة hair line هو أرفع هذه الخطوط يليه الجدول نصف بنط ثم ١ بنط و٢ بنط و٣ بنط و٤ بنط و٦ بنط و١٢ بنطاً و١٨ بنطاً و٢٤ بنطاً و٣٠ بنطاً و٣٦ بنطاً ، وينصح التيبوغرافيون باستخدام الجداول المستقيمة البسيطة لأنها تقوم بوظيفتها دون أن تلفت نظر القارئ إليها بذاتها ؛ وتتيح بياضا أكبر على جانبيها يسهم في توضيح العناصر المجاورة وتضيء الصفحة ككل ، أما الجداول السميكة والمزخرفة فقد تؤدي إلى لفت نظر القارئ إليها بنفسها مما يخرجها عن وظيفتها كأداة فصل بين المواد وأبرز أشكالها: *- الجداول الشرطية (Dashed Rules) *- الجداول المتموجة (Wave Rules) *- الجداول التي تتخذ شكل حد قطعة النقود (Coin-Edge Rules) *- قد تأخذ الجداول أشكالاً عديدة أخرى كأن تكون على شكل غصن أشجار أو تتابع أوراق أشجار أو مجموعة من النقاط أو خطين أو أكثر غير متساويين في السماكة أو زخرفة وغيرها من أشكال مبتكرة.

٢-٢- الفواصل (Borders): وهي خطوط عرضية ذات أطوال مختلفة لا تتصل أطرافها بجداول الأعمدة الطولية وتستخدم للفصل بين الموضوعات المنفصلة بين أجزاء الموضوع الواحد ([١٣٤]) ، **ويمكن تمييز نوعين من الفواصل:**

٢-٢-١- الفواصل الفرعية.

٢-٢-٢- الفواصل النهائية، ويعد الفاصل النهائي من الناحية التيبوغرافية جزءا من الموضوع الذي يعلوه أكثر مما يعد جزءا من الموضوع الذي يليه، لذلك من الأفضل ترك مسافة فوق الفاصل

أقل من المسافة تحته كما أن اتساع المسافة بين الفاصل وعنوان الموضوع الذي يليه يؤدي لإبراز العنوان وتوضيحه، ويرى بعض التيبوغرافيين أن الفواصل النهائية غير ضرورية في كل الأحوال [١٣٥].

٢-٣- الإطارات (Boxes): وهي أشكال هندسية مربعة أو مستطيلة تحيط بالمادة التحريرية أو الإعلانية لأغراض الإبراز أو التأكيد أو الفصل بين المواد وقد يقع الإطار على عمود واحد أو ممتد على عدة أعمدة. وتمنح الإطارات الصفحة لونا تيبوغرافيا للمتن بهدف بعث الحيوية في مساحة رمادية. وأثبتت الدراسات أن مادة الإطارات تلقى اهتمام القراء ؛ يفوق ما تلقاه الموضوعات الرئيسية المهمة التي تتفنن الصحف في عرضها، لأن المواد المسيجة بإطارات ارتبطت في ذهن القارئ بالموضوعات الجماهيرية ، وتنقسم الإطارات ل نوعين هما:

٢-٣-١- الإطار الكامل Full box.: ويتكون من أربع أضلاع تكون مستطيلا رأسيا أو أفقيا [١٣٦].

٢-٣-٢- الإطار الناقص.

أشكال الإطارات: من أبرز الأشكال التي تأخذها الإطارات في الصحف:

*- الإطار ذو الأركان القائمة *- الإطار المنكسر *- الإطار ذو الأركان المقوسة....وثمة عيوب قد تظهر في الإطارات لابد للمصمم أن يوجه عنايته لها وأبرزها عيوب الاستخدام، فالإسراف في استخدام الإطارات على الصفحة أو جزء منها يمثل ثقلا تيبوغرافيا لهذا الجزء أكثر من بقية الأجزاء الأخرى ويفقد الإطارات أهميتها ، كما إن استخدام الإطار للتعويض عن تصادم العناوين أو الصور المنشورة بشكل سيء يعد من الإجراءات التي لها محاذيرها، فهو لا يشوه الإطار فقط بل يؤثر على عناصر الجذب التي تتيحها الصور ويقلل من أهميتها. ومعاملة الإطار كجزء من صفحة كبيرة قد يسيء لمادة الإطار.

ومن أخطاء استخدام الإطارات ، وضع مادة تحريرية ضمن إطار تنشر لجوار مادة إعلانية مسيجة بإطار ، الأمر الذي يوحي للقارئ أن المادة التحريرية ما هي إلا إعلان مما يقلل من أهمية هذه المادة ويفقد الإطار قيمته كوسيلة للإبراز والفصل بين المواد.

٢-٤- الشطائر (Sandwiches): [١٣٧] وهو إجراء يماثل تصميم الإطارات الناقصة التي تمتاز بصغر حجمها لا يزيد ارتفاعها عن سطرين أو ثلاثة أسطر ويتراوح اتساعها بين عمود أو عمودين. وتلجأ الصحف لاستخدام الشطائر في حالات عديدة فإذا كانت الصحيفة لا تنشر مختار أخبار أو فهرساً للمحتويات أو إشارات إحالة ثابتة. تجمع مادة الإطار في الغالب بالكثافة السوداء أو بنفس كثافة وحجم الحرف المستخدم في المتن، ويتنوع تصميم متن الشطيرة فقد تكون أسطرها موحدة البداية والنهاية أو موحدة البداية، أو توضع في وسط الشطيرة ، وغالبا ما يوضع بياض مقداره ٦ أبناط أعلى وأسفل الشطيرة.

وتأخذ الشطيرة مواقع متعددة على الصفحة، ويفضل بعدها عن العناصر الثقيلة كالعناوين والصور والإطارات الأخرى ، كما يفضل أن تكون أقرب للمركز البصري.

٢-٥- الزوايا (Corners): تنتج الزوايا من التقاء الطرف العلوي لأحد جداول الأعمدة بفاصل أفقي قصير عادة ما يكون من نفس شكل جدول العمود ([١٣٨]) وتستخدم لاقتطاع جزء من الامتداد الرأسي لعمود أو أكثر ، والزوايا سمة من سمات الإخراج الرأسي، وتتخذ أحد شكلين: زاوية يمنى وتكون على شكل حرف٦، وزاوية يسرى وتكون على هيئة حرف ٢ أو٦ مقلوبة.

ويغلب على الزوايا الشكل التقليدي المكون من ضلعين يشكلان زاوية قائمة بالإضافة ؛ وقد تكون الزاوية نتيجة التقاء أكثر من خطين وهو ما يسمى الزاوية المركبة. ويرى بعض التيبوغرافيين ضرورة استخدام الزاوية المركبة بوظيفية كأن تستخدم لفصل موضوع عن آخر، أو لمنع اختلاط عناوين ومتون مواد متجاورة أو لربط مادتين أو أكثر بينهما صلة. ويعد استخدام الزاوية المركبة لمجرد الزخرف والتنويع الشكلي من الإجراءات غير الوظيفية.

وأحيانا تصنع الزاوية الواحدة من جدولين مختلفي السمك أو الشكل مما يسيء لشكل الزاوية. ومن الاستخدامات غير المستحبة للزوايا في الصحف وضع أكثر من زاوية أسفل الموضوع الواحد... يؤدي هذا الإجراء لتكسر أجناب الموضوع العلوي، ويؤدي تجاور أكثر من زاوية في نفس الاتجاه تحت موضوع واحد إلى مظهر سيئ لهذا الجزء من الصفحة. لذلك يحسن الاكتفاء بزاوية واحدة فقط للمحافظة على الشكل العام للموضوع أو استخدام إجراءات تيبوغرافية أخرى

غير الزوايا. وفي حال استخدام زاويتين أسفل الموضع الواحد ينصح أن يكونا باتجاهين متعاكسين، وذلك لسببين:

أ- أن الاتجاهات المتعاكسة للزوايا تحقق نقطة بداية موحدة لكل من عناصر الخبرين كالعنوان والمقدمة والجسم وبخاصة في حالة فتح الزاوية الكبرى العليا لليمين.

ب- فتح الزاويتين في الاتجاه نفسه يخرج بصر القارئ لهذا الاتجاه بعيدا عن كلا الموضوعين ، أما الاتجاهات المتعاكسة فتعيد للبصر وضعه المطلوب داخل الصفحة.

٣- وسائل الفصل الحديثة: منها:

٣-١- البياض: تتجه الصحف الحديثة للتخلص من الوسائل التقليدية للفصل بين المواد.. ونمت فكرة التخلص منها على مرحلتين في كثير من الصحف:

أ- إلغاء استخدام الزوايا نهائيا والإبقاء على الجداول الطولية والعرضية.

ب-إلغاء الجداول الطولية دون العرضية والاستعاضة عنها بوسائل أخرى تؤدي مهمة الفصل الطولي بين الموضوعات المتجاورة [١٣٩]. وتكمن قيمة البياض في إضاءة الصفحة وإضفاء الهدوء والوضوح والإشراق على كل عناصرها [١٤٠].

البياض المناسب عامل مهم في التصميم الجيد لأية صحيفة، بما يحقق لفت نظر القارئ لعناصرها التيبوغرافية وييسر قراءتها، وتزداد أهمية البياض إذا ازداد استخدام العناصر التيبوغرافية الثقيلة كالعناوين والصور، وينصح ألا يقل عن نصف كور بين أنهر الموضوع الواحد ؛ وعن ٢ كور بين أنهر الموضوعات المختلفة ، وثمة ضوابط لابد من مراعاتها في استخدام البياض كوسيلة من وسائل الفصل بين المواد: [١٤١]

- أن يكون كافيا بحيث لا تختلط الموضوعات المختلفة المنفصلة.
- توزيع البياض بحيث لا يزداد زيادة مفرطة مما يجعل الصفحة بيضاء وينبغي استخدامه باعتدال للمحافظة على قيمته الوظيفية.

- توزيع البياض على أجزاء الصفحة وفق قواعد مقننة، بمعنى تحديد كمية معينة في كل موضع لا تتغير على مدى صفحات كل عدد وعلى مدى كل الأعداد بحيث يصبح البياض لغة مشتركة ومفهومة بين الصحيفة والقارئ ، ويشترك مع العناصر الأخرى في تكوين هوية الصحيفة.
- توزيع البياض على الصفحة الواحدة بما يسهم في تحقيق أسس التصميم الفني.

٣-٢- العناوين: تستطيع العناوين القيام بمهمة الفصل بين المواد بدلا من وسائل الفصل التقليدية ولاسيما في الإخراج الأفقي ، وثمة إجراءات يمكن الاسترشاد بها عند استخدام العناوين وسائل فصل:

- استخدام العناوين الممتدة بما يفصل القصة الخبرية التي تقع فوقه عن القصة الخبرية التي تقع تحته.
- استخدام العنوان العمودي في الفصل بين الموضوعات المنشورة على اتساع عمود واحد.
- المخالفة في أحجام حروف العناوين الممتدة إلى جوار بعضها أفقيا،كأن يجمع الأول بحجم حرف ١٨ بنطاً والآخر بحجم حرف ٢٤ بنطاً ، الأمر الذي يوحي للقارئ أنهما عنوانان مستقلان وبالتالي لموضوعين منفصلين.
- -المخالفة في كثافة حروف العناوين كأن يجمع أحدهما بالكثافة البيضاء والسوداء.
- استخدام الألوان " المنفصلة " يعد وسيلة فعالة لتمييز العناوين عن بعض وبالتالي إدراك القارئ أن هذا العنوان يرتبط بهذا الموضوع وذاك العنوان لذلك الموضوع.
- المخالفة في نشر العناوين على أرضيات متنوعة توحي للقارئ بانفصال العناوين وبالتالي انفصال موضوعاتها.
- طباعة المتن والعنوان على أرضية شبكية ، يقطع الشك باليقين أن هذا الموضوع منفصل تماما عن الموضوعات الأخرى المجاورة.
- تجنب نشر العناوين في مستوى أفقي ، ونشرها للأعلى قليلا أو أسفل قليلا بحيث تحاذي المتن المجاور، وهذه الطريقة تسهم بارتباط العنوان بموضوعه.

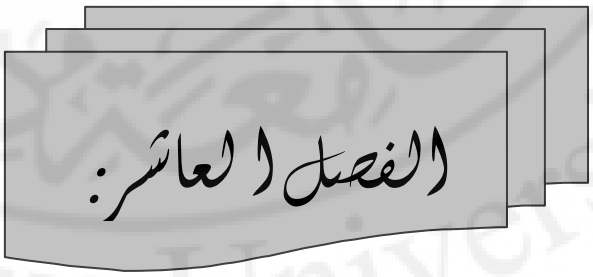
٣-٣- الصور: من الشروط التي ينبغي توافرها في الصورة حتى يمكن استثمارها كوسيلة من وسائل الفصل بين المواد أن ترافق موضوعها وتنشر أسفل أو إلى جوار الموضوع ، وأن يكون اتجاه الحركة داخل الصورة نحو موضوعها المصاحب ، فإذا استطاع المصمم وضع الصورة على الصفحة ووجه حركتها الداخلية نحو الموضوع المصاحب ، ووفر لها قدرا مناسبا من البياض بينها وبين الموضوع الآخر استطاعت أداء وظيفة الفصل بين المواد بيسر وسهولة.

٣-٤- اتساع الجمع: ويقصد بهذا الأسلوب في الفصل بين المواد المخالفة في اتساع جمع الأعمدة ، ويعتبر نموذجا للفصل بين المواد المنشورة رأسيا على عمودين أو أكثر ، فإذا نشر الموضوع الأول على اتساع عمود جريدة ، وتم دمج مادة الموضوع التالي معا على اتساع عمودين أتاح ذلك إمكانية تعرف القارئ على أن الموضوع الأول منفصل عن الموضوع التالي.

واستخدام مقدمات لبعض الموضوعات يسهم في فصل بعض الموضوعات ليس فقط بتغيير اتساع الجمع بل نتيجة تغيير حجم الحروف وكثافتها، فالتحول من حجم حروف لحجم آخر يمنح القارئ إحساسا بالانتقال من موضوع لآخر منفصل عن سابقه.

فقد كشف نتائج إحدى الدراسات (للمؤلف) عن:

- يفضل ٣٧.٧٦ % من القراء الخطوط (الجداول والفواصل) للفصل بين المواد.
- يفضل ١٩.٥٨ % من القراء البياض كوسيلة للفصل بين المواد.
- يفضل ١٥.٣٩ % من القراء الصور كوسائل للفصل بين المواد.
- يفضل ٩.٠٩ % من القراء العناوين كوسائل للفصل بين المواد.
- ويرى ١٣.٩٩ % من القراء أن الأمر ليس بهذه الأهمية ، وباستبعاد هذه النتيجة الأخيرة نلاحظ أن ٤٤.٠٨ % من القراء يفضلون استخدام وسائل الفصل الحديثة بين المواد بينما ٣٧.٧٦ % من المبحوثين يفضلون الوسائل التقليدية للفصل بين المواد.



تصميم الصحف (الجرائد)

٥٢- مقدمة.

٥٣- عناصر التصميم الأساسي.

٥٤- تصميم الصفحة الأولى.

٥٥- أساليب تصميم الصفحات الداخلية.

١- مقدمة:

تبحث الصحف - عند بدء صدورها - أول ما تبحث عن العناصر التي توفر لمظهرها الثبات والاستقرار والتفرد، وذلك بعد دراسة متأنية ومستفيضة للعناصر المستخدمة في الصحف الأخرى [١٤٢]، لذلك تعد عناصر التصميم الأساسي Basic Design المكون الأهم من مكونات الصحيفة، وتسهم إلى حد بعيد في تحديد هويتها وتفردها في السوق الصحفية، وتسهم في تعرف القراء عليها.

٢- عناصر التصميم الأساسي:

٢-١- قطع الجريدة وعدد الأعمدة: يحدد قطع الجريدة وعدد أعمدتها مظهرها العام ويمنحها هوية مميزة، ويحدد عدد أعمدة كل صفحة، ويقصد به مساحة الجريدة التي تحدد بعديها (الطول والعرض)، والتي تصدر به بصورة منتظمة، فقد بدأت الصحف المطبوعة في جميع دول العالم [١٤٣] بالصدور بقطع صغير لا يتجاوز /١٨ × ٢٨ /سم وذلك لتلبية مشكلات الطباعة البدائية، ثم صدت مجموعة من صحف العالم بقطع كبير جداً أبعاده /٥٥ × ٧٥/سم إلا أنه انقرض تدريجياً في صحافة القرن العشرين، ليحل محله القطع العادي المعروف بالقياسي Standard طوله /٥٣ - ٥٦/ سم وعرضه /٤١ - ٤٣/سم،، وتحولت بعض الصحف لتصدر بالقطع النصفي المعروف بالتابلويد Tabloid Size ويساوي طول الصفحة في هذا القطع؛ عرض الصفحة في القطع القياسي، وعرضه يساوي نصف عرض القطع السابق، **وكان وراء هذا التحول مجموعة من العوامل أهمها:**

- - ضعف الإمكانيات الطباعية ولاسيما صحف القرن التاسع عشر.
- - ندرة المواد التحريرية والإعلانية.
- - عدم انتشار الصور في الصحافة.
- - تطورات الطباعة والإخراج التي تعتمد على العنوان المثير الملون والصورة الكبيرة شجعت الصحف على الصدور بهذا القطع.
- - سهولة الإمساك بالصحف التي تصدر بهذا القطع وتقليب صفحاتها الصغيرة.
- - إقبال القراء على صحف هذا القطع واعتيادهم عليها.

وصدرت بعض الصحف بقطع متوسط يقع بين القطعتين القياسي والنصفي، تبلغ أبعاده ٣٥×٥٠سم ومن أوائل الصحف التي صدرت به صحيفة لوموند Lemonde الفرنسية، ويو إس إي توداي U.S.A Today الأمريكية.

وفي العقدين الأخيرين من القرن العشرين ونتيجة لارتفاع أسعار الورق عدلت بعض الصحف القطع القياسي بإنقاص مساحة الصفحة ما مقداره /٤- ٥/سم من العرض دون إنقاص الطول لتصبح الأبعاد الجديدة /٣٨×٥٨/سم تقريباً الذي يعرف بالقطع القياسي المعدل وتصدر به معظم صحف العالم.

٢. **عدد الأعمدة:** يعتبر عرض الصفحة محدداً من محددات عدد أعمدتها، فإذا كان عرض الصفحة ٢٥سم /٥٥/ كور تقريباً، يمكن تقسيم الصفحة لخمسة أعمدة اتساع كل منها ١١ كور [١٤٤]. **وأبرز قطوع الصحف المرتبطة بعدد الأعمدة:**

١- **قطع أربعة الأعمدة:** وهو غير مناسب إذا احتوت الصفحة أربع أو خمس قصص موضوعات غير متساوية الطول؛ إذ لا توجد وسيلة جذابة لوضع قصة طولها ٥سم وإذا فعلنا ذلك ستنشر على أربعة أسطر ولاسيما إذا امتدت لتملأ كامل اتساع العمود [١٤٥].

٢- **قطع خمسة الأعمدة:** بعد أن تبنت الجرائد قطع الصفحات المعدل تبين أن الاتساع الأمثل للسطر يتراوح بين ١٢ كوراً وبنطين إلى ١٢ كوراً وثلاثة أبناط، مما مكن توزيع متون الموضوعات على أربعة أعمدة أو ستة أعمدة.

٣- **قطع ستة الأعمدة:** ويتم نشر متون الموضوعات على ستة أعمدة، ويطلق عليه أيضاً القطع المثالي، لأن اتساع الجمع يقترب من قاعدة الاتساع المثالي للسطر.

٤- **قطع سبعة أعمدة ونصف (٧ ١/٢ عمود):** ويطلق عليه القطع المتسع W.Format , وفيه تنقسم الصفحة لعدد من الأعمدة مع ترك عمود متسع أقصى

٥- **قطع ثمانية الأعمدة The 8 Column Format:** وهو قطع بدأ يقل نتيجة ارتفاع أسعار الورق وتحول الصحف للقطوع النصفية أو المعدلة.

٦- **قطع تسعة الأعمدة The 9 Column Format:** تتجه بعض الصحف نحو زيادة عدد الأعمدة لتسعة بدلاً من ثمانية للتوفير في الورق.

٧- **قطع ستة الأعمدة في تسعة أعمدة The 6 on 9 Column:** يتم فيه تقسيم الصفحة لتسعة أعمدة للإعلانية وستة أعمدة لموا التحرير، وذلك رغبة من الصحف لملاءمة الإعلانات مع المواد التحريرية ونشر أكبر قدر ممكن من الإعلانات.

٢-٢- نوع الورق:*

لا بد أن يمتاز ورق الصحف بمقاومته للتمزق والتلف والشد الناجم عن آلات الطباعة، ولإكساب الورق بعض هذه الخصائص التي تزيد من كفاءة استخدامه في الطباعة مثل مادة الطفل

* - مرت صناعة الورق بتاريخ طويل يبدأ من عام ١٠٥ ميلادية عندما اخترع الصيني تساي لون Tsai lun الشكل البدائي للورق، إلا أن التطور الفعلي في صناعة الورق آلياً يعود لعام ١٧٩٨م حين اخترع الفرنسي نيكولاس لويس روبرت Nicholos Louis Roburt آلة لصنع الورق تنتج أنواعاً منه يمكن التحكم بخواصه وأدخل على هذه الآلة الإنكليزي جون ديكنسون John Dickinson عام ١٨٠٩م تعديلاً تمثل بإدخال السلندر لها، وتمكن الألماني فريدريش كيلر عام ١٨٤٠م من استخراج عجينة الورق من الخشب وفي عام ١٨٥١م صنعت أول عجينة خشبية كيميائياً بمعالجتها بالصودا الكاوي وكان ذلك على يد هوبرجس Hugh Bergas وتشارليزوات Charles watt وفي عام ١٨٥٢م استطاع ميليه أن يكتشف الورق المصنوع من السيليوز الخالص، وجاء فيما بعد المخترع بنجامين يثليمان الذي استخلص سيليلوز الخشب باستخدام محلول ثاني كبريتيد الكالسيوم.

وكربونات الكالسيوم التي تزيد من عتامة الورق وتقلل من نفاذ الضوء عبره، ويصنف الورق في فئات مختلفة وفقاً لمواصفاته الفنية والبصرية وطبيعية صناعته واستعماله أهمها:

١- **الفئة الأولى**: ورق الجرائد Newspaper وتطبع عليه أغلب الصحف اليومية والأسبوعية في العالم، ويتميز ببياض أقل نصوعا، وبملبس خشن محبب بعض الشيء [١٤٦].

٢- **الفئة الثانية**: ورق الكتب Book paper ويأتي في عدة أوزان وتشطيبات ويتألف من أفرخ ناعمة تنفذ منها السوائل ويستخدم في طباعة الكتب والمجلات والنشرات والأدلة، ويضم ورق الكتب عدة أنواع منها: [٢] الورق المشطب آلياً - - الورق المصقول- الورق المرتب بحسب حجمه والمصقول- الورق المصقول اللامع - ورق الأوفست- الورق العتيق.

٣- **الفئة الثالثة**: ورق الكتابة Writing Paper يستعمل هذا النوع في الكتابة وصنع ليتلقى حبر الأقلام وحبر الطباعة.

٤- **الفئة الرابعة**: الورق المقوى.

٥- **الفئة الخامسة**: هناك أنواع من الورق يندرج تحتها أنواع أخرى كالورق المصمغ المصقول على وجه واحد، والورق الخفيف الرفيع الذي يستعمل في صنع الخطابات وورق النشاف....

وهناك مجموعة عوامل تؤثر في اختيار نوع الورق أهمها:

- **- الدور الوظيفي الذي تؤديه المطبوعة والهدف النهائي من إنتاج المطبوع.**
- **- عدد الصفحات والكميات المطلوبة.**
- - تقنيات الطباعة المستخدمة.
- - نوعية الأحبار ولاسيما الملونة منها..
- - المادة المطبوعة إن كانت ملونة أم لا، وهل تحتوي على صورة أم لا.
- - الجمهور المستهدف يحدد نوع الورق الملائم.
- - أسلوب التوزيع المتبع الذي يختلف من مطبوعة لأخرى.
- - دورية الصدور للمطبوعة فالصحف اليومية تتخذ ورق صحف يختلف عن ورق الصحف نصف الشهرية أو الشهرية أو الدوريات الأخرى كالمجلات والكتب، فالورق من رتبة أدنى يميل لونه للاصفرار بعد فترة من الزمن.
- - الرغبة في التفرد والتميز فإذا أحسن اختيار الورق واستخدامه سيعطي الصحيفة مظهراً إخراجياً مختلفاً عن صحيفة أخرى [١٤٧].

---

[٢] راجع بالتفصيل، علم الدين، محمود: المجلة التخطيط لإصدارها مراحل إنتاجها، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٨) ص ٨٤.

٢-٣- عناصر رأس الصفحة الأولى والعناصر الثابتة: تختلف الصحف بمكونات رأس الصفحة الأولى نظراً لاحتواء هذه العناصر على اسم الجريدة الذي يختلف لفظياً من جريدة لأخرى وتتكون العناصر التيبوغرافية الثابتة في رأس الصفحة الأولى من:

١- اللافتة Name plate: * وهي اسم الجريدة الذي يظهر على الصفحة الأولى (١٤٨). وتعتبر اللافتة البصمة المميزة لكل صحيفة، وتعبر عن هوية الجريدة وسياستها في التحرير والإخراج.

١-١- وظائف اللافتة: تحقق اللافتة الوظائف التالية:

١- تحقق اللافتة وحدة تيبوغرافية للجريدة وذلك لأنها متكررة في كل أعداد الجريدة(١٤٩).

٢- اللافتة عنصر جاذب للصفحة وتسهم في إضافة مسحة جمالية على عناصرها.

٣- توفر اللافتة عنصر البساطة وسهولة القراءة وعدم الازدحام (١٥٠).

٥- تنقل اللافتة الهوية القومية أو الطابع المحلي (١٥١).

٦- تمثل بصمة الجريدة وأحد أبرز معالمها.

١-٢- مكونات اللافتة:

١-٢-١- اسم الجريدةName: وهو المنطوق اللفظي لاسم الصحيفة، وعادة ما يتكون اسم الجريدة من كلمة أو كلمتين ويعزى ذلك لسهولة حفظها وتذكرها وسهولة المناداة عليها في الطرقات.

١-٢-٢- الشارةInsignia: وهي الرسم المصاحب لاسم الجريدة والمعبر عنه، وتساعد في تأسيس هوية الجريدة وتميزها عن غيرها، وكانت الوسيلة لتحقيق ذلك استخدام الحليات والأشكال الزخرفية ثم تحولت هذه الرسوم لشعارات تسهم في تمييز الصحيفة عن غيرها من الصحف وتعبر عن مضمون اسمها، وإذا كان ارتباط الشارة باسم الصحيفة ارتباطاً موضوعياً فلا شك سينعكس بشكل رئيسي على ارتباطهما المكاني بحيث تظهر الشارة والاسم كمكون تيبوغرافي واحد، وغالباً ما توضع الشارة فوق الاسم وفي أحيان قليلة توضع أسفل الأسفل.

١-٢-٣- سطر الشعار Slogan Line: تضمن بعض الجرائد لافتتها جملة قصيرة قد تكون تعبيراً كجريدة مستقلة أو حكمة مقتبسة أو بيت شعر أو غير ذلك تتخذها شعاراً لها أو دعاية عن نفسها أو تعريفاً بها، وعادة ما ينشر هذا السطر أسفل اسم الجريدة مباشرة (١٥٢).

١-٣- موقع اللافتة: اصطلح على تسمية للافتة الطافية Floating Flog على اللافتات التي تنشر في رأس الصفحة الأولى. وبعض الصحف الأخرى تفضل أن يغوص هذا العنصر للأسفل

* ويطلق على لافتة الجريدة بالإنكليزية Newspaper Flog.

(لافتة غائصة) لتضع فوقه بعض عناوينها (السماوي Skyline) و تلجأ صحف أخرى لضغط اتساع اللافتة فلا يمتد على عرض الصفحة بأكمله، لتتيح المجال واسعا لعرض موادها، ومعظم الصحف تفضل أن يشغل هذا العنصر مكانه الطبيعي في أعلى الصفحة حتى لا تعلوه بعض العناوين فتطغى عليه.

٢- الأذنان Ears: كتلتان تيبوغرافيتان تقعان على جانبي قمة الصفحة الأولى للجريدة في نفس مستوى اللافتة تماماً [١٥٣]. وكل أذن مكونة من إطار وبعض الصحف حررت أذنيها من قيود الإطارات أو حتى الاستغناء عن الأذنين كلياً، أو الاستغناء عن إحدى الأذنين بحيث ترتفع صورة كبيرة لتمتد من رأس الصفحة مكان الأذن المحذوفة للأسفل.

٣- العنق: ويسمي سطر التاريخDate Line أو سطر الصحيفة Folio، ومهمته التمييز بين: **سطر أرقام الصفحة الأولى** الذي يستخدم حتى لا يلتصق رأس الصفحة الأولى ببقية عناصر جسم الصفحة، ولعزل اسم الجريدة عن العناوين أسفله.

٤- الترويسة Masthead: وهي الحيز الذي يخصص لنشر اسم الجريدة بحجم مصغر وتضم الترويسة اسم الناشر، ورئيس التحرير ومعاونه أو معاونيه وأسماء شاغلي المناصب الإدارية والتحريرية العليا في الصحيفة، وقد تحتوي على أرقام هواتف الجريدة أو فروعها ومكاتبها وعناونيها البريدية والبرقية وبريدها الإلكتروني وأرقام الفاكس وأساليب تقديم الخدمة للقراء وطرق الاتصال بالجريدة لنشر المادة الإعلانية وموقعها الإلكتروني وغيرها من الموضوعات. وتضع بعض الصحف ترويستها على الصفحة الأولى، بعضها الآخر تنشرها على الصفحة الثانية على عمود واحد يمين أو يسار الصفحة، وصحف أخرى تضعها على الصفحة الأخيرة.

٥- مختار الأخبار News Digest: ويشمل بعض الأخبار القصيرة على مدار اليوم يتم تجميعها لتنشر في كتلة إخبارية واحدة، في مكان واحد منتظم بحيث يمكن للقارئ أن يحيط علماً بموجز لأهم الأنباء [١٥٤]. وقد يكون مختار الأخبار لأهم الأنباء السياسية أو الاقتصادية أو الرياضة أو الثقافية أو غيرها.

٦- الفهرس Index: [*] هو الحيز الذي تنشر فيه الصحيفة على الصفحة الأولى بشكل يومي عناوين الأخبار والموضوعات المنشورة على الصفحات الداخلية. حيث تهتم الصحف الحديثة بإعداد فهرس إجمالي لأهم محتويات العدد لتيسير القراءة (يؤدي وظيفة الوحدات الترويجية)، يعين القارئ على الوصول بسهولة لما يريد قراءته، ويعطيه فكرة عن تنوع الموضوعات المنشورة.

وتختلف المعالجات التحريرية والإخراجية للفهرس من صحيفة لأخرى، فتكتفي بعض الصحف بنشر عناوين أهم الموضوعات، بحيث تكون بمثابة وحدات ترويجية وتلجأ صحف أخرى لتكثيف بعض الموضوعات وتعالج بقاياها على الصفحات الداخلية وهنا يقترب مفهوم الفهرس من إشارات الإحالة، وتلجأ صحف أخرى ولاسيما التي تصدر بصفحات كثيرة لنشر عناوين رؤوس الموضوعات وأرقام صفحاتها ليقترب من مفهوم التبويب. وأيا كان أسلوب نشر الفهرس في الصحيفة فهو يحقق مجموعة من الوظائف أبرزها:

- - يقدم ملخصاً لأهم وأبرز الموضوعات التي تعالجها الصحيفة.
- - يقوم بدور المرشد للقارئ ويسهل عليه البحث عن المادة التي يود قراءتها.
- - يتيح اطلاع القراء على محتويات الصحيفة وبالتالي يعفي بائعي الصحف من عرض الصفحات الداخلية في واجهات أكشاكهم.
- - يعد بمثابة الوحدة الترويجية للصحيفة وللموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية.
- - يعزز الصحفيين الذين يكتبون في صفحات داخلية فهذا الإجراء يمنح الصحفي شعوراً بأن موضوعه أكثر أهمية ومشار إليه على الصفحة الأولى.
- - يجلب الفهرس إذا احتوي عناوين مثيرة وأسماء جماهيرية قراء جدداً للصحيفة ربما لا يغريهم شراء الصحيفة دون رؤية هذه العناوين وتلك الأسماء على الصفحة الأولى.
- - يعطي المخرج الصحفي إمكانية تغيير "اللون" التيبوغرافي من الناحية الغرافيكية فيمكنه تعديل عدد القصص المنشورة على الصفحة الأولى، ويحقق أسس التصميم الفني على الصفحة الأولى.

٧- إشارات الإحالة Refers: هي الأسطر أو الإطارات التي تضم عدة كلمات مصحوبة أو غير مصحوبة بصور، تستخدمها الجرائد لإحالة القارئ للصفحة التي تنشر بها بقية القصة أو القصة كاملة. وبعض إشارات الإحالة بسيط يتكون من سطر أو سطرين، وبعضها الآخر مركب ولاسيما عند استخدام الصور، وأهم ما يميز البناء اللفظي لإشارات الإحالة:

[*] الفهرس: كلمة معربة عن الفارسية فهرست.

- تضم رقم الصفحة التي ينشر بها الموضوع المشار له بإشارة الإحالة.
- ينبغي أن تكتب باختصار لتؤدي دورها بكفاءة.
- ينبغي أن تفهرس إشارة الإحالة الموضوعات المرتبطة معاً.
- لا يحسن أن تنشر القصة كاملة ويحال القارئ لصورة أو مجموعة صور في الصفحات الداخلية.
- ينبغي أن تحرر إشارات الإحالة بأسلوب جذاب يعبر عن مضمون جماهيري. أما من الناحية التيبوغرافية فينبغي أن تكون إشارات الإحالة بارزة بالمقارنة مع المتن المحيط بها وتستخدم لهذا الغرض مجموعة من الإجراءات منها:
  - استخدام علامات زخرفية وجداول وكرات سوداء صغيرة في بداية كلام إشارة الإحالة.
  - جمع عناوين إشارات الإحالة بأحرف كبيرة نسبياً.
  - نشر إشارات الإحالة على أرضيات داكنة أو باهتة أو ملونة.
  - استخدام اللون المنفصل في طباعة عناوين إشارات الإحالة.

ومن حيث الموقع المناسب لإشارات الإحالة ينبغي اتباع سياسة ثابتة في النشر، وثمة مواقع لها أفضلية لنشر إشارات الإحالة يمكن الاسترشاد بها أهمها:

- أسفل سطر الأرقام " العنق " وعلى اتساع الصفحة.
- جمع إشارات الإحالة في رأس الصفحة الأولى وفي موقع أحدى الأذنين، حيث يعتاد القراء الاطلاع على أهم ما في الصحيفة من خلال هذا الموقع.
- جمع إشارات الإحالة في إطار ووضعه في أي مكان على الصفحة الأولى، ولابد أن يتميز هذا الموقع بالثبات النسبي.
- اجتزاء حيز من العمود الأيمن للصفحة الأولى أو الأيسر، وإحاطته بإطار وحين تداوم الصحيفة على هذا النشر يعتاد عليها القراء.

وعموما نشر إشارات الإحالة على الصفحة الأولى من الإجراءات الوظيفية [١٥٥].

٨- الوحدات الترويجية Teasers: الوحدات الترويجية أحد مرتكزات جذب القراء وزيادة أعدادهم والإفصاح عن المضامين المنشورة في الصفحات الداخلية، إنها بمثابة الإعلان عن المواد المنشورة، تغري القراء على شراء الجريدة، ووفق هذا الفهم هناك عناصر عديدة تؤدي هذا الدور كالعناوين والفهرس وإشارات الإحالة، وتلجأ بعض الصحف لنشر وحدات مستقلة تتميز ببنائها المقروء والغرافيكي المستقل عن غيرها من العناصر، تتكون من عبارة عنوانية تجذب العين وتعريف

قصير بالمادة التي تروج لها blurbورقم الصفحة التي تتضمن القصة كاملة، فهي تحمل رسالة واضحة ومفهومة، ويتعين تجنب حشد مفردات كثيرة جداً في الحيز المتاح وينبغي إبقاء الوحدات الترويجية بسيطة لأنها أقرب لأن تكون لوحة إعلانات [١٥٦].وإذا أريد لها أن تكون أكثر فعالية يجب الاستعانة بالمواد المصورة لأن الصورة الجيدة أسرع وسيلة لجذب عين القارئ [١٥٧]. وتتميز الوحدات الترويجية من الناحية التيبوغرافية بالوضوح، ويفضل أن تكون الحروف المستخدمة من نوع مختلف (طرازا وحجما وكثافة) عن الحروف المستخدمة في الصفحة. وإن كانت كل الجرائد تتفق على نشرها على الصفحة الأولى، ويمكن القول إن اختيار موقعها يعتمد على الطريقة التي تحاول بها الجريدة أن تسوق بها نفسها، والمؤثرات البصرية الغرافيكية في الوحدات الترويجية، وغالباً ما تنشر عند قمة الصفحة الأولى و في الجانب الأيمن أو الأيسر من الصفحة أو تنشر أسفل الصفحة جرياً على عادة الجرائد النصفية، وأيا كان الموقع الذي تنشر به ينبغي أن لا يخل ببناء الصفحة عموماً أو سياسة الصحيفة الإخراجية ولا يقف حائلاً دون تطبيق أسس التصميم.

٩- عناصر ثابتة أخرى: هناك عناصر ثابتة أخرى كالزوايا والأعمدة التي تظهر بصورة دائمة في الصحيفة، وهذه الزوايا والأعمدة تختلف في مساحتها وموقعها من صفحة لأخرى ومن صحيفة لأخرى، فإذا كانت الزاوية أو العمود الثابت متخصص يجب نشرة في الباب أو الصفحة التي تتناول النوع نفسه من المضامين.

٢-٤- التبويب والإعلان: يقصد بالتبويب توزيع فئات المضمون الصحفي المتنوعة على صفحات الجريدة بشكل متميز وجذاب ومتفرد، ويحدد التبويب المساحة التي ينبغي أن ننشر بها موضوعات السياسية الخارجية وموضوعات السياسية الداخلية وموضوعات الرياضية وقصص الأدب والفن والاقتصاد وغيرها.. وأين هو الموقع المناسب للمادة الإعلانية وما هي المساحة التي يمكن الاستغناء عنها للنشر الإعلاني، والوقوف على المعيار الذي سوف توزع على أساسه هذه الصفحات.

وللتبويب اتجاهات عديدة منها التقليدي حيث تقسيم صفحات كل عدد لقسمين متساويين، أولهما للموضوعات الجادة " السياسية "، والثاني للموضوعات الخفيفة[١٥٨]. وبعضها الآخر يخصص النصف الأول من الصحيفة لنشر المواد الصحفية العامة ذات الاهتمام الجماهيري،

والنصف الثاني لنشر الموضوعات التي تهم قطاعات معينة. وبعض أشكال التبويب مقتبس من المجلات تقسم الجريدة لنصفين أولهما إخباري وثانيهما غير إخباري، وهناك اتجاه آخر يمزج بين الاتجاهين السابقين. ويساعد التبويب القراء على متابعة القراءة وتسهيل الوصول للمواد التي يودون مطالعتها والمساهمة في تصنيف الأخبار. ويتأثر التبويب بحجم الإعلانات فإذا طغت الإعلانات ستأتي بنتائج عكسية. وتعد الإعلانات من مصادر الإيرادات الأساسية للصحف، وإذا كان نعمة على الصحف قد يكون عكس ذلك إذا رضخت الصحيفة لرأي المعلنين، لأن ذلك ربما يؤثر على موضوعية الأخبار وأمانتها وعلى توجهات الصحيفة بشكل عام، لذلك ترفض بعض الصحف قبول نشر الإعلانات، وبعضها الآخر يرفض نشر الإعلانات في بعض الصفحات كالصفحة الأولى والأخيرة مثلاً، كما لا تسمح صحف أخرى أن تزيد المساحة الإعلانية على ٣٠% من مساحتها الإجمالية.

وثمة مواقع متميزة في الصحف يقبل عليها المعلنون ويفضلونها عن غيرها ويتقاضى عنها الناشرون سعرا أعلى، ومن المواقع التي يفضلها المعلنون في الصحف:

١-الصفحة الأولى: إذا كانت سياسة الناشر تسمح بنشر الإعلانات فيها، والاتجاهات العامة تتجه لإبعاد الإعلانات عن هذه الصفحة لعدة أسباب أهمها:

*- تطويع هذه الصفحة لتطبيق أساليب الإخراج.

*- تأدية الصحيفة دورها الأمثل إذ تهتم كل صحيفة في المقام الأول بالإعلام ويأتي في المرتبة الثانية الإعلان.

*- تكسب الصفحة الأولى الصحيفة شخصية مميزة تنفرد بها عن سائر الصفحات.

*- مجاراة القراء في تفضل الصفحة الأولى الخالية من المواد الإعلانية.

٢- الصفحة الأخيرة لكن نشر إعلانات على جزء كبير منها يفسدها.

٣- تتميز الصفحتان المتقابلتان في وسط الصحيفة بموقع ملائم لنشر الإعلانات ولاسيما الإعلانات الممتدة على صفحتين معا بتطبيق أسلوب نشر الإعلانات على صفحتين متقابلتين معاً.

٤- الموقع المجاور للموضوعات الجماهيرية يقبل القراء على مطالعتها.

٥- الصفحات الفردية أثرى من الناحية البصرية من الصفحات الزوجية.

٦- رأس الصفحة أغنى من قاعها لكن تفضل الصحف ترها لمواد التحرير.

وغالبا ما تأخذ الإعلانات على الصفحة أحد التصميمات التالية: [١٥٩]

١- **أسلوب المستطيل**: ويستخدم في حالة وجود إعلان واحد مستطيل الشكل أو عدة إعلانات تجمع بحيث تكون في مجموعها مستطيلاً.

٢- **أسلوب المستطيلين**: توزع الإعلانات فيه على كل من جانبي الصفحة بحيث تكون مستطيلين يحصران بينهما عدداً من الأعمدة يختلف طبقا لاتساع المستطيلين.

٣- **أسلوب نصف الهرم**: ترتب الإعلانات في جانب واحد من الجانبين السلفيين في الصفحة، حيث توضع في القاع الإعلانات الكبيرة ثم الأصغر فالأصغر كلما اتجهنا لأعلى.

٤- **أسلوب نصف الهرم والمستطيل**: ينتج عن مزج الأسلوبين السابقين ويمكن اتباعه عند وجود إعلانات متساوية العرض لا تقبل التدرج بالإضافة لوجود إعلانات أخرى متفاوتة العرض تقبل التدرج.

٥- **أسلوب نصفي الهرم**: تعرض الإعلانات في أسفل الصفحة وفي كلا الجانبين في وقت واحد.

٦- **الأسلوب المختلط Circus**: يجمع هذا الأسلوب بين عدة أساليب إخراجية في صفحة واحدة نظراً لوجود عناصر ومكونات إعلانية عديدة.

٧- **ثمة أشكال أخرى تأخذها الإعلانات في الصحف**: منها الوحدات المستقلة حين يكون الإعلان وحيدا أو أخذ موقعا فريدا، والإعلانات على شكل حرف L أو L، وشكل حرف U، وإعلانات نصف الصفحة أو صفحتين متقابلتين، ويظل مجال التجديد والابتكار مفتوح أمام المصممين ضمن قيود النشر في كل مطبوعة.

٣- تصميم الصفحة الأولى:

تمثل الصفحة الأولى في المطبوعات واجهة المتجر تماما، والمعلم الأساسي الذي يعبر عن سياسة الصحيفة في التحرير والإخراج، ويعول عليها رفع أرقام التوزيع (البعد الاقتصادي) ومواجهة المنافسين (صحف ومجلات) وشد انتباه القراء من خلال تفرد الصحيفة في السوق، لذلك يبرز اهتمام الصحف بتصميم صفحاتها الأولى لتحقيق ما هو معول عليها، فنرى معظم الصحف تستخدم الألوان (في الصفحتين الأولى والأخيرة) وتعتمد على الصور السائدة والعناوين الممتدة أو العريضة. وثمة عشر خطوات ينصح بها لتصميم الصفحة الأولى بأسلوب جذاب: [١٦٠]

٣-١- اجعل الصفحة نظيفة خالية قدر الإمكان من الشعارات، والجمع بحروف عادية غير مضغوطة أو ممدودة.

٣-٢- نظم الموضوعات المنشورة لتكون جديرة بالاهتمام؛ مع اختيار الصور المميزة ذات الصلة بالموضوع وطباعتها بالألوان.

٣-٣- استخدام صورة مهيمنة تعبر عن أهم العناصر الموجودة في الصفحة تمتاز بالجاذبية.

٣-٤- جمع العنوان الرئيسي بحجم حروف كبيرة واضحة.

٣-٥- تصمم العناوين المكونة من أكثر من سطر بشكل هرمي؛ فذلك يساعد على الانتقال من الأهم فالمهم أي الإسهام في تصنيف الأخبار.

٣-٦- تجنب الإغراء والتشويق الزائد بعرض قصص مختلفة مما يؤدي لإرباك القراء ويجعلهم يقرؤون بسرعات مختلفة.

٣-٧- ينبغي ترك فراغ أبيض للصفحة لجعلها تتنفس.

٣-٨- يجب وضع الإطارات (إن وجدت) يمين ويسار أو قاع الصفحة.

٣-٩- يجب استخدام فهرس واحد لمساعدة القراء للإعراب عن المحتويات المهمة في الصفحات الداخلية.

٣-١٠- مراعاة عدم وضع عناصر مقروءة ثقيلة (عناوين) أو صور في منتصف الصفحة (خط الطي)، لأنها لن تكون مقروءة ومعرضة للمحي مع بالاستخدام.

٤- أساليب تصميم الصفحات الداخلية:

يمكن التمييز بين ثلاثة أشكال رئيسية لبناء الصفحات الداخلية: التصميم الرأسي: الذي يلائم الموضوعات القصيرة ويمتاز بزيادة عدد الأعمدة، والتصميم الأفقي: الذي يلائم الموضوعات الطويلة بنشرها أفقيا، والتصميم المختلط الذي يجمع بين التصميمين السابقين في صفحة واحدة أو عدة صفحات، ولكل من هذه التصاميم معالمه التيبوغرافية وعناصره المميزة. وثمة اتجاهات رئيسية في تصميم أجسام الصفحات الداخلية أبرزها: (١٦١)

٤-١- الاتجاهات التقليدية في تصميم الصفحات الداخلية:

١- **التوازن الشكلي Formal Balance**: تقسم الصفحة في هذا التصميم بشكل رأسي بمحور وهمي يمر من منتصفها، وتوزع العناصر التيبوغرافية حول هذا المحور فإن وزعت بالتماثل حجما وشكلا وكثافة ومساحة سُمِّي التوازن دقيقا؛ وإلا سُمِّي توازنا مرنا.

٢- **تصميم ربع الدائرة Quadrant Design**: يتم تقسيم الصفحة في هذا التصميم لأربعة قطاعات يتخللها عنصر مهيمن يجذب بصر القراء، وتوضع صورة أو عنوان رئيسي في كل

ربع، حتى تتوازن الأرباع الأربعة القطرية بعضها مع البعض الآخر، وتوضع القصة الأهم في الربع العلوي الأيمن أو الأيسر وتستخدم كموجه قرائي للصفحة.

٣- **تصميم المركز أو البؤرة Focus (Brace) Design**: توضع العناوين الرئيسية الممتدة والصور في هذا التصميم لتشكل خطاً قطرياً من الزاوية اليمنى العليا إلى الركن الأيسر السفلي (في المطبوعات الصادرة بالعربية) وتوضع العناصر التيبوغرافية الأخرى الأقل ثقلا في الركن السفلي الأيمن والعلوي الأيسر، حيث توضع القصة الأهم في الركن العلوي الأيمن. ويسمى هذا التصميم بالعلامة المئوية (%) وقد تكون معدولة أو مقلوبة.

٤- **تصميم السيرك Circus (Razzle – Dazzle) Design**: لا يوجد تركيز واضح في هذا التصميم على جزء من الصفحة، بل توزع عناصرها اللافتة للانتباه بطريقة توحي بالهدوء أو الصخب، ومن الممكن استخدام الدائرة المفتوحة بسهولة لإنجاز تصميم صفحة بهذه الطريقة. حيث توضع القصة الرئيسية في الزاوية العليا اليسرى لتكون بمثابة نقطة نهائية للصفحة العليا. ويتميز هذا التصميم بأحجام حروف العناوين الكبيرة حيث ترتب بأشكال وطرز غير تقليدية، ويمكن استعمال الألوان والبياض بسخاء بهذا التصميم، واستخدام الصور في مواقع أقل أهمية من الناحية التيبوغرافية.

٤-٢- الاتجاهات الحديثة في تصميم الصفحات الداخلية:

١- **التصميم الوظيفي Functional Design**: توضب الصفحة في هذا التصميم طبقا لنموذج محدد يستند في المقام الأول إلى تقديم الأخبار الحديثة وبأسلوب عرض مناسب للقراء، وبنفس الوقت يعتمد على وجود خط وهمي قطري أو أفقي أو دائري على الصفحة بحيث توضع القصة الأكثر أهمية في الركن العلوي الأيمن (في الصحف العربية)، لتحدد بداية القراءة ومجال الخط الوهمي. ويسمح هذا التصميم بظهور الأخبار المهمة، وببروز عدد محدود من العناوين المهمة جدا بالقرب من اللافتة، لذلك يلائم الصحف التي تستخدم اللافتات الصغيرة غير المزدحمة والطافية؛ بحيث يعقبها بضع عناوين الرئيسية وقليل من الصور.

٢- **التصميم الأفقي Horizontal Design**: تعرض في هذا التصميم أغلبية العناصر عرضا أفقيا على الصفحة، وبالتالي يسهم في تحديد أولية (أهمية) القصص المنشورة، فالقصة المتقدمة (التي تنشر في أعلى الصفحة – الأهم) والأقل أهمية في قاعها، وتنشر موضوعاته أفقيا وبعض الموضوعات تنشر رأسيا لتحقيق التباين في الصفحة، لذلك فهو واحد من أبرز معالمه العناوين

الممتدة Multicolumn الكبيرة؛ ونشر الصور بطريقة أفقية (المستطيل الأفقي) مع وفرة في البياض حول العناصر التيبوغرافية المكونة للصفحة.

٣-**التصميم القياسي Modular Design**: هذا التصميم أحد أبرز تطبيقات أفكار موندريان في الرسم، حيث يتكون من مجموعة مستطيلات أفقية ورأسية، ويتجنب هذا التصميم عرض الموضوعات بخلاف القاعدة العامة القائمة على الشكل الرباعي، وهي فكرة كلاسيكية في التصميم لكنها أكثر مرونة من التوازن الشكلي التام، ومن ملامحه المميزة ترك عمود أو عمود ونصف أو عمودين يمين أو يسار الصفحة ينشر بها عمود ثابت أو مختار أخبار أو بعض الصور يطلق عليها (المدخنة) لأنها تمتد بجوار الصفحة وقد ترتفع مجاورة اللافتة لقمة الصفحة، ويمنح هذا التصميم العديد منى صيغ التأثير البصري.

٤- **التصميم الكلي لموضوع واحد Total / Single Theme Design**: في هذا التصميم تأكيد على إصدار معين أو مضمون معين؛ على الرغم من بساطة مكوناته لكنه يحمل تأكيدا بصريا قويا يمثل صدمة بصرية للقراء، يصلح هذا التصميم لتصميم الصفحة الكلي عندما يكون العنصر التيبوغرافي الذي يستأثر بمعظم المساحة صورة فوتوغرافية، أو قصة وحيدة أو لوحة إعلانات (صورة فوتوغرافيّة سائدة للمحتوى الإعلاني). وتصميم صفحة الموضوع المنفرد تمثل أساسيات الرسم أو التصميم البدائي، وتستعمل هذه الاستراتيجية عند وجود موضوع يمر بمراحل متنامية وللموضوع بقية في صفحات لاحقة وله أهمية نسبية للقراء. وقد يستخدم في حالة نشر عدة موضوعات عن قضية واحدة من وجهات نظر متعددة تأخذ عدة صفحات في الصحيفة، يعتمد هذا التصميم على العناصر التيبوغرافية المهيمنة ولاسيما الصور الفوتوغرافية.

٥- **تصميم الشبكة Grid Design**: يتكون تصميم الشبكة من تجميع وحدات الصفحة بأحجام وأشكال متباينة، وذلك بمحاكاة خطوط الشبكة المعدنيّة المكونة لها والتي تترك فراغات بين الأعمدة تمثل أدوات فصل بين المواد. وهذا التصميم يقوم على فكرة تقاطع الخطوط الرأسية والأفقية المكونة للشبكة بما يعطي مجموعة من الأشكال الرباعية المتباينة الأشكال والمساحات والأثقال، ويقدم منفعة يمكن تثمينها لتحقيق مبادئ التصميم الفني المعاصر المترافقة مع سهولة التطبيق نظرا لمرونة تعديل المجالات البصرية التي تكونها الشبكة، ويكثر تطبيقه في المطبوعات صغيرة الحجم. ويصلح هذا التصميم لنشر الموضوعات على

عمودين مع أربعة أعمدة أو عمود مع خمسة أعمدة لكنه لا يصلح لنشر الموضوعات على ثلاثة أعمدة مع ثلاثة أعمدة (في صحف المكونة من ستة أعمدة).

[1] - Websters , Third Edition New International Dichonary 1995 .

[٢] - روبرت جيلام سكوت : أسس التصميم ، ترجمة : عبد الباقي إبراهيم ومحمد يوسف ، ط ٢ ، (القاهرة : دار النهضة مصر ، ١٩٨٠) ، ص٥ .

[3] - Bevlin , Marjoire : Design Through Discovery , 4th ed ,(New York :Holt ,Rinehart And Winston , pub 1984 , p.9 .

[4] - Grillo , Paul : Function and Design , 2ed . ed , (New York : Dover Publication , INC 1985) , P.28 .
[5] - Janes , Christopher : Design Methods , (London : Willy Intercience, pub , 1979) , p. 11.
[6] - Ibid , p ,11 .
[٧] - أشرف صالح : تصميم المطبوعات الإعلامية ،الجزء الأول ، (القاهرة : الطباعي العربي للنشر و التوزيع ،١٩٨٦) ، ص ج .
[٨] - روبرت جيلام سكوت :أسس التصميم ، مرجع سابق ، ص٧ .
[9] - Marjoire , Bevlin : Design Through Descovery , op.cit , p.13 .
[١٠] - محمد خليل الرفاعي : مقدمة في التصميم الفني والصحفي ، محاضرات ألقيت لطلبة السنة الرابعة ، قسم الإعلام – جامعة دمشق ، الفصل الثاني ، ١٩٩٣ م .
[11] - Arnold , Edmond : Functional Newspaper Design , (New York : Harper & Row , Pub 1956) , P 4 .
[12] - Evans , Harold: Editing & Design, Book Five Newspaper Design , Second Printing , (London, Heinemann, 1978) , P.78.
[13] - Hutt , Alloen : Newspaper Design , (London : Oxford University Press , pub 1971) , p . p 218-219 .
[١٤] - شريف درويش اللبان : فن الإخراج الصحفي ،(القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ،١٩٩٥) ، ص ٣٧ .
[١٥] - أشرف صالح : تصميم المطبوعات الإعلامية ، القاهرة : الطباعي العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٨٦) ، ص ٥٦ .
[١٦] - محمد خليل الرفاعي : محاضرات في الإخراج الصحفي ، ألقيت على طلبة السنة الرابعة ، قسم الإعلام ، العام الجامعي ٢٠٠٣ / ٢٠٠٤ .
[17]- Billmeyer , Fred and Saaltizman , Max :Principles of Color Technology , 2nd ed , (New York : John Witty & Sons , Ine , 1981), p 122 .
[18]- Agoston ,George :Color Theory and its Application in Art and Design , (New Work : Springer Virology , 1979) , p.10 .
[19] - Arnheim , Rudolf : Art and Visual Perception , Psychology of the Creative Eye , (Loc Angeles : University of California Press ,1974) , p.369 .
[20] - Arnold , Edmond : INK on the Paper , Hand Book of the Graphic Arts , 2nd .ed ,(New York : Harper &Row , pub 1972) , p.242 .
[21] - Ibid , p.192 .
[٢٢] - إبراهيم إمام : فن الإخراج الصحفي ، ط٢ ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ،١٩٧٧) ، ص ٢٦٧ .
[23] - Mathaei , Rupprecht : Goethe's Color Theory , (London : Studio Vista , L.T.D,1971) , p.168 .
[24] - Garcia , Mario . p & Bohlc , Robert : Pointer Research Findings , study published , (Color in American Newspapers Report), p.36 .
[25] - Ibid , p 36 .
[26] - Littlified , James . E & Kirk , patrick : Advertising : Mass Communication in Marketing ,(Indian Print : Houghton Mifflin Company , pub 1970) , p.69 .
[٢٧] - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة ، مرجع سابق ، ص٥٨ .
[٢٨] - شريف درويش اللبان : الألوان في الصحافة المصرية ومشكلات إنتاجها ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، (جامعة القاهرة :كلية الإعلام ،١٩٩٤) ، ص٧٨ وما بعدها.
- Craig ,James :Production for the Graphic Designer ,3rd printing , (New York : Watson – Group till , pub 1976) , p.100 .
[٢٩] - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة ، مرجع سابق ، ص٦٠ .
[30] - Malthaei , Rupprecht :Goethe's Color Theory , op.cit , p.169 .
[31] - Ibid , p.170 .
[٣٢] - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة ، مرجع سابق ، ص٦٥ .
[٣٣] - المرجع السابق ، ص٦٦ .
[34]- Craig , James : Production for the Graphic Designer , 3rd printing , (New York : Watson – Group till , pub 1976), p.100 .
[٣٥] - فتح الباب عبد الحليم ، أحمد حافظ رشدان : مقدمة التصميم في الفن التشكيلي ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤) ، ص ٧٤ .
[36] - Brandt, Merman : Psychology of Seeing , (New York : Philadelphia Library ,1945) , p .191 .
[٣٧] - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة ،مرجع سابق ، ص ١٧٣ .
- Garcia , Mario : The 3 Color Samba - A Study Published in " color " in American Newspaper Report - P.P – 12 .
[38] - Evans, Harold: Newspaper Design , 2nd , ed ,(London : Heinemann L.T.D , 1978) ,P.78 .
[٣٩] - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة ، مرجع سابق ، ص .ص١٧٢ -١٧٣.
[٤٠] - أشرف صالح : تصميم المطبوعات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص ١١٠ نقلاً عن روبرت سكوت ، مرجع سابق ، ص ٣٣ .
[٤١] - أشرف صالح : تصميم المطبوعات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص ١٠٠ .
[٤٢] - روبرت جيلام سكوت : أسس التصميم ، مرجع سابق ، ص ٤٦ .
[٤٣] - أحمد محمد محمود : تصميم الصفحات المتخصصة بالصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص٢٧.
[٤٤] - المعجم الوسيط ، مرجع سابق ، (الجزء الأول) ، ص ٨٢ .
[٤٥] - فتح الباب عبد الحليم ، وأحمد رشوان : التصميم في الفن التشكيلي ، مرجع سابق ، ص ٨٦ .

[٤٦] - المرجع السابق ، ص ١١٩.
[٤٧] - حسن سليمان ، سيكولوجية الخطوط ، ص ٩٩ نقلاً عن David Lauer ، ص ١٤١ .
[٤٨] - فتح الباب عبد الحليم ، وحافظ رشوان : التصميم في الفن التشكي ، مرجع سابق ، ص ٨٢ .
[٤٩] - أشرف صالح : تصميم المطبوعات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص ١٢٩.

[٥١] - محمد خليل الرفاعي : العوامل المؤثرة على إخراج الصحف السورية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٦) ، ص ٤٠ وما بعدها .

[52]- Garcia, Mario: R : Contemporary Newspaper Design : A Structured Approach, 2nd ,ed (New Jersey : Englewood , Clefs Prentice- Hall, Inc 1987) , P.126 .

[٥٣] - محمد خليل الرفاعي : استخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٢) ، ص ١١٢ وما بعدها .

[54]- - Mathew , Roy : Technology Advance In Journalism . paper presented , special correspondent , at the national seminar on emerging trends in science and technology . Available : http://www.vsnl.com/journalist/advance.html.

- Chagnon , Bevi : Publishing Software . Available : http://www.press.umich.edu/jep.

- محمود علم الدين : تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها على الصحافة المصرية ، ورقة بحثية قدمت في أعمال الدورة التدريبية للإعلاميات المصريات ، القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠١ .

- شريف درويش اللبان : تكنولوجيا النشر الصحفي ؛ الاتجاهات الحديثة ، ط ١ ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠١) .

[55]- Turnbull , Arthur & Russell Baind: The Graphic of Communication 4th ed , (New York: Reinhart Of Winston pub , 1980) , p. 67.

[٥٦] - أشرف صالح: الطباعة وتيبوغرافية الصحف ، مرجع سابق ، ص١٥٣.

[57] - Marrsion , Sale & Robinson (1978): Readability , in Magazine And Journal Production , (London: Heinemann , L.T. D , 1989), p. 145.

[58] - Bartz (1969): Readability , in Magazine And Journal production , (London: Heinemann , L.T. D , 1989), p. 146.

[٥٩] - المنظمة الدولية للمقاييس (1974) ، الكتاب السنوي.

[60] - Keatz (1970): Readability , in Magazine And Journal production , (London: Heinemann , L.T. D , 1989), p. 147.

[61]- Rabinson (1969): Readability , in Magazine And Journal production , (London: Heinemann , L.T. D , 1989), p. 147.

[٦٢] - مكرم أنور مراد الشيخ ، قولبة الحرف العربي ليلائم استخدام المايكروفيلم ، (مجلة التوثيق الإعلامي ، مجلد ٨ ،ع٢ ، ١٩٨٩) ، ص٦١.

[٦٣] - فؤاد سليم: مذكرات في الإخراج الصحفي ، (جامعة القاهرة:كلية الإعلام ، ١٩٨٩) ،ص ٢٦,٢٥.

[64] - Turnbull , Arthur & Russell Baind , N: The Graphic of Communication , (New York: Reinhart , pub , 1975) , p. 62.

[٦٥] - فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، (رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة كلية الإعلام ، ١٩٨١) ، ص ١٩ ،٢٠.

[66] - Gelfand , Louis. I. and Harry. E. Heath: Modern Sports Writing , (Ames: The Iowa State University Press , pub , 1969) , p.547.

[٦٧] - فؤاد سليم:مذكرات في الإخراج الصحفي ، مرجع سابق ، ص٢٧.

[٦٨] - سمير نمر: الخط العربي في الطباعة ، (مجلة رسالة الطباعة ، القاهرة: الهيئة العامة لشئون الطباعة الأميرية ،ع٢، ١٩٧٢) ، ص٣٠.

[٦٩] - أشرف صالح: الطباعة وتيبوغرافية الصحف ، مرجع سابق ، ص١٦٠.

[٧٠] - المرجع السابق ، ص١٦٥.

[٧١] - سعيد الغريب النجار: إخراج الصحف الحزبية في مصر ، (رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،١٩٩١) ،ص٥٧.

[72]- Arnold , Edmond: Modern Newspaper Design , (New York , Harper & Row , Pub , 1969) , p.267.

[73]- Daryl , Moin: Newspaper Layout and Design , op.cit , p.155.

[٧٤] - المرجع السابق ، ص ١٧٨.

[٧٤] - عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ، ص ٧٧.

[٧٥] - المرجع السابق ، ص ٧٨.

[٧٦] - إبراهيم إمام: فن الإخراج الصحفي ، مرجع سابق ، ص٩٧.

[٧٧] – أشرف صالح: الطباعة وتيبوغرافية الصحف ، مرجع سابق ، ص١٨٨.

[٧٧] – المرجع السابق ، ص١٩٠ وما بعدها.

[٧٨] – أشرف صالح: إخراج الصحف النصفية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ١٩٧٩) ، ص ١٠٦.

[٧٩] – إبراهيم إمام: فن الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص ١٦٣.

[٨٠] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية، مرجع سابق ، ص ١٤٣.

[٨١] – شريف درويش اللبان: إخراج الصحف الأسبوعية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ١٩٩٠) ، ص ٢٥٥.

[٨٢] – أشرف صالح: إخراج الصحف النصفية الرياضية ، مرجع سابق ، ص ١١٣.

[٨٣] – فؤاد سليم: جريدة الأهرام دراسة فنية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، م١٩٧٥) ص ٣٨.

[٨٤] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية،مرجع سابق، ص ١٤٣.

[٨٥] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١١٩.

[٨٦] – شريف درويش اللبان: إخراج الصحف الأسبوعية ، مرجع سابق ، ص٢٦٢.

[87]– Arnold , Edmond: Modern Newspaper Design , (New York , Harper & Row , pub 1969) , p.104.

[88]- Ibid ,p.105.

[89]- Evans , Allen: Newspaper Design , 2nd.ed , (London: Heinemann L.T.D, 1978) , p.11.

[90] - Hutt , Alien: The Newspaper Design , 2nd.ed (London: Oxford University Press , 1971) , p.148.

[٩١] – شريف درويش اللبان: إخراج الصحف الأسبوعية ، مرجع سابق ، ص٢٨١.

[92]- Baskette , Floyd and others: The Art of Editing , op.cit , p.103.

[93]- Ibid , p.263.

[94]- Hutt , Alen: The Newspaper Design ,Op. cit , p p.218-219.

[٩٥] – أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٧)، ص ١١٣.

[٩٦] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية، مرجع سابق ، ص١٥٨.

[97]- Arnold , Edmond: Designing the Total Newspaper , (New York: Harper & Row Pub m INC , 1981) , p.55.

[98]-–Ibid , p.55.

[99]– Ibid , p. 69.

[100] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١٣٠.

[101]- Arnold , Edmond: Modern Newspaper Design ,op.cit , p. 55.

[102] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية، مرجع سابق ، ص١٦٩.

– Arnold , Edmond: Modern Newspaper Design ,op.cit,p.69.

-– عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ، ص١٦٩.

– رائد محمد إبراهيم: أساليب إخراج الصفحة الأخيرة في الصحف المصرية اليومية ، مرجع سابق ، ص١٣٦.

[103] – محمود علم الدين: الصورة الصحفية ، دراسة فنية ، مرجع سابق ، ص٢٦.

[104] – فتح الباب سيد وعبد الحميد حفظ الله وإبراهيم ميخائيل: وسائل التعليم والإعلام، (القاهرة: عالم الكتب ،١٩٧٦) ، ص.ص ١٤٨– ١٥١.

[105] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص٢٤٣.

[106] – عمرو عبد السميع: الكاريكاتير السياسي المصري في السبعينيات ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،١٩٨٣) ، ص٢٧.

[107]– Lester , Paul Martin: Faking Images in Photojournalism , published in Media Development 1/2004 , pp. Available: http://www.photojournalism.com.

[108]– Is Seeing Believing ? How Can You Tell What's Real ?. Available: www.med.sc.ed:1081/isb.htm.

[109] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١٦٥.

[110] – المرجع السابق ، ص١٧٠.

– سعيد الغريب النجار: إخراج الصحف الحزبية في مصر، مرجع سابق ، ص٢٩٣.

[111] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ،مرجع سابق ، ص١٦٥.

[112] – المرجع السابق، ص ٢٩٨.

[113]– Arnold , Edmond: Functional Newspaper Design , op.cit , p. 136.

[114] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ،ص٢١٢.

[115] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ،ص٢١٣.

[١١٦] – أشرف صالح: إخراج الصحف النصفية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ١٩٧٩) ، ص١٣٣.

[117]– Turnbull , Arthur & Russell Baind: The Graphic of Communication , 4th ed , (New York: Reinhart Of Winston , pub 1980) , p. 201.

[118]– Evans, Harold: Pictures on a page ,(London: Heinemann L.T.D, 1978) , p.185.

[١١٩] – أشرف صالح: إخراج الصحف النصفية الرياضية ، مرجع سابق ، ص١٣٤.

[١٢٠] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ،ص١٩٩.

– سعيد الغريب النجار: إخراج الصحف الحزبية في مصر، مرجع سابق ، ص٢٧٢.

[121]– Arnold , Edmond: Designing the Total Newspaper , op.cit , p.82.

[١٢٢] – أشرف صالح: إخراج الصحف العمانية ، دراسة مقارنة ، مرجع سابق ، ص١٥١.

[١٢٣] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١٥٠.

[١٢٤] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ،ص٢٢٤.

[١٢٥] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق، ص٢٢٥.

[١٢٦] – شريف درويش اللبان: إخراج الصحف الأسبوعية ، مرجع سابق ، ص٤٣٣.

[١٢٧] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١٨٩.

[١٢٨] – محمود علم الدين: الصورة الصحفية ، دراسة فنية ، مرجع سابق ، ص٧٥.

[١٢٩] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص١٩٦.

[١٣٠] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ،مرجع سابق ، ص٢٢٨.

[١٣١] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية، مرجع سابق ، ص٣٢٢.

[١٣٢] – أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها ، مرجع سابق ، ص١٧٩.

[١٣٣] – أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها ، مرجع سابق ، ص١١٩.

[١٣٤] – أشرف صالح: الطباعة وتيبوغرافية الصحف ، مرجع سابق ، ص٢٣٢.

[١٣٥] – فؤاد سليم: العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية ، مرجع سابق ، ص٢٦٥.

[136] – Arnold , Edmond: Designing the Total Newspaper , op.cit , p.39.

[١٣٧] – عصام عبد الهادي: العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية ، مرجع سابق ، ص٣٨٧.

[١٣٨] – فؤاد سليم: جريدة الأهرام ، دراسة فنية ، مرجع سابق ، ص١٥٢.

[١٣٩] – أشرف صالح: الإبداع في الإخراج الصحفي ، (القاهرة، ب ن ،١٩٩١) ، ص٤٩١.

[١٤٠] – المرجع السابق ، ص١٩١.

[١٤١] – أشرف صالح: الطباعة وتيبوغرافية الصحف ، مرجع سابق ، ص٢٤٠.

[١٤٢] – أشرف صالح: إخراج الصحف العمانية، دراسة مقارنة، (القاهرة: مطابع دار الوزان للطباعة والنشر، ١٩٩٠، ص ٤١.

[١٤٣] – أشرف صالح: إخراج القطع المعدل لصحيفة (الأهرام)، دراسة نقدية، (مجلة بحوث الاتصال، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع ٧ – ١٩٧٢)، ص ١١٩.

[144] – Garcia , Mario R: Contemporary Newspaper Design , Op.Cit , P.126

- Evan , Harold; Ibid , P.69

– Huriburt, Allen: Loy out , The Design and Printed Page, (New York: Watson - Guptill, 1977) , P.30.

[145]– Evans, Harold: Editing and Deign, op. cit , P 69.

[146] – Arnold, Edmond: Designing the Total Newspaper, (New York Harper & Row, pub, Inc, 1981), p.74.

[147]– Ibid , P.74.

[148] – Garcia, Mario: Contemporary Newspaper Design op.cit , p. 85.

[149]– Ibid , P.86.

[150]– Arnold , Edmond: Designing the Total Newspaper. cit,p.74.

[151] – Arnold , Edmond: Functional Newspaper Design ,op. cit , p.114.

[152] - Garcia, Mario, R: Contemporary Newspaper Design , op.cit, P, 861.

[١٥٣] – أشرف صالح: دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء وأثر الطباعة الملساء على عملية الإخراج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٣م)، ص ٦٩٦.

[١٥٤] – إبراهيم إمام: فن الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص ٣١٤.

[155]– Moen, Daryl. R: Newspaper Lay Out and Design , (Iowa: The Iowa State University Press, 1985), p.p.214 215.

[156]– Ibid , P. 215.

[157]– Barnhart , Thomas: Weekly Newspaper Design , (Minnesota University press , pub 1949) , P.194.

[١٥٨] – محمد الوفائي: الإعلان، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٩)، ص١٥.

[159]– Baker, Stephen: Advertising Lay out & Art Direction , (New York: Me Grow - Hill Book Company, INC, 1959) , p. 114.

[160]– Online Guidebook: Newspaper Basics 10 Tips for Page 1 Design. Available: www.

[161]– Ibid. Available: www.

- Integrated Publishing. Available: http://www.tpub.com.