الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية

المقررات الجامعية

www.aiacademy.info | care@aiacademy.info

الإخــراج الصحفي
Edit 3309

إعداد:

د. طلعت عبد الحميد عيسى
المدرس في قسم الصحافة والإعلام

٢٠١٠م

مقدمـــة:

الإخراج الصحفي (Layout, Design, Makeup) هو الجانب المتمم للعملية التحريرية (**Editing**)، فهو تحويل مضمون المادة التحريرية إلى شكل تتوافر فيه مجموعة من الشروط أهمها: الوضوح والصدق في التعبير والشكل الفني الجميل.

ويعتبر الإخراج الصحفي بمفهومه الحديث جزءا مكملا للفن الصحفي التحريري وهو فن تطبيقي يحقق أغراض الصحافة الناجحة من حيث الوضوح والدقة والصدق في التعبير وجاذبية الصحيفة للقراء.

وكغيره من الفنون الصحفية والإنسانية بشكل عام، اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم دقيق لفن الإخراج الصحفي، حيث يشير د. محمود علم الدين إلى أن الإخراج الصحفي هو "خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني متضمناً مجموعة عمليات فنية؛ تبدأ بعد انتهاء عمليات التحرير الصحفي وتحرير الإعلان وهو فن عملي بالدرجة الأولى يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتقييم الأخبار وبيان أهميتها النسبية وإن كان هذا لا يتنافى القيم الجمالية المنشودة فيه".

فيما يقول طلعت همام إن الإخراج الصحفي هو "توزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصفحة واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفقاً لخطة معينة".

ويقول د. صلاح قبضايا إن الإخراج الصحفي هو "تحويل المادة المكتوبة إلى مادة مقروءة وهو عملية تخطيط وتنفيذ صفحات الجريدة وأبوابها وتوزيع المادة التحريرية على الصفحات".

وجاء أيضاً في تعريفاته أنه تعبير بصري عن تقييم الأخبار ودلالتها من وجهة نظر الصحيفة.

وجاء أيضاً أنه تحويل المخططات والمحررات والمصورات إلى أشكال قابلة للطبع، تتوفر لها عوامل الجذب والانتباه وتيسير القراءة.

ويقول د. سامي ذبيان " إن الإخراج الصحفي هو وضع تصميم عام لنشر الموضوع الصحفي في الجريدة أو المجلة ، في المكان المحدد له، وتنفيذ هذا التصميم " ويقول أيضاً أن الإخراج الصحفي هو وضع المادة الصحفية في مكانها المناسب بحيث يساعد موقعها الفني في قراءتها والانجذاب إليها".

ويبدأ عمل المخرج الصحفي بعد انتهاء العملية التحريرية بقراءة المواد الصحفية وتحديد أهميتها وتوزيعها على الصفحات ومكانها على الصفحة والعنصر التيبوغرافية اللازمة لها، ثم يرسم ماكيت لكل صفحة، حيث يقوم المنفذ على الحاسوب بتنفيذ الماكيت، ثم يراجع المخرج الصفحة بعد التنفيذ ويعيدها للتعديل ويرافق الصفحات حتى خروج النسخة الأولى من الصحيفة من المطبعة.

ومن المعروف أن الإخراج الصحفي يقوم على أسس منها: الصحفية: كعناصر الخبر والسياسة التحريرية، والأسس النفسية مثل السن والجنس والتعليم والثقافة والعادات القرائية، والأسس الفسيولوجية كطول السطر وعرض العمود وحجم الخط ونوعه والفراغ الأبيض وعدم الإسراف في الألوان والأرضيات السوداء، والأسس الفنية مثل التوازن والتباين والإيقاع.

وفي أثناء عملية الإخراج الصحفي هناك عدة مراحل لابد من التفريق بينها:

١. **التصميم الأساس(**Basic Design**):** هو وضع الهيكل الأساسي للصحيفة قبل صدورها بما يضمن شخصية ثابتة لها.
٢. **التصميم (التوضيب):** هو العمل اليومي في الصحيفة من توضيب المواد وتوزيعها وتنسيقها على الصفحات وتوزيع العناصر التيبوغرافية والجرافيكية عليها.
٣. **الإخراج الصحفي (**Layout, Design, Makeup**):** هو العملية التي تبدأ بنهاية العملية التحريرية وتنتهي بخروج الصحيفة بشكلها النهائي إلى القراء، وتشمل التصميم الأساس والتصميم والعمليات الفنية والتقنية الأخرى.

المبحث الأول
التصميم الأساس للصحيفة

التصميم الأساسي للصحيفة (Basic Design):

يعد التصميم الأساسي الجانب الرئيسي في عملية الإخراج الصحفي وهو يعنى ضرورة وضع هيكل أساسي للصحيفة قبل ظهورها، وهو تلك العملية الفنية المكونة للجانب العملي من الإخراج الصحفي والتي يتم من خلالها الوصول إلى الملامح الرئيسية والتفصيلية العامة المميزة للجريدة والتي تكون شخصيتها المستقلة التي تميزها عن باقي الجرائد.

"كما أنه يعتبر بمثابة الماكيت (Layout Sheets, Layout Blanks, Maquette) المحدد للجريدة ويحدد في كل صفحة زواياها وأركانها الثابتة ومن أمثلة التصميم الثابت في الصفحة الأولى اسم المطبوعة والأذنين والشعار".

والتصميم الأساسي لأي صحيفة هو بمثابة حجر الأساس الذي يقام فوقه بنائها، ولذا فهو العمود الفقري لكل العمليات الإخراجية المختلفة، وهو الهيكل العام والثابت لكل صحيفة وهو جزء لا يتجزأ من شخصية الصحيفة ومكانتها في نفوس القراء.

ويعني التصميم الأساس بتكوين شكل مرئي للصحيفة يميزها عن غيرها ويبرزها كصحيفة، ويتسم بالثبات النسبي لفترة زمنية طويلة.

والمخرج الصحفي (Layout Assistant, Layout Editor, Designer) هو المسئول عن اختيار تصميم معين لكل عنصر تيبوغرافي بغية تحديد البنية الأساسية للصحيفة، والمشاركة في وضع الهيكل العام للصفحات، مما يعطي الصحيفة شخصية ثابتة متميزة عن باقي الصحف.

أهمية التصميم الأساسي:

للتصميم الأساسي للصحيفة أهمية كبيرة فهو العمود الفقري للعمليات الإخراجية المختلفة، الذي بدونه ينهار كيان الصحيفة من الناحية الشكلية وتفتقد التماسك العضوي بين أجزائها المختلفة وبين صفحاتها، وهو جزا لا يتجزأ من شخصية ومكانة الصحيفة لدى القراء.

وهو كذلك مهم لتوزيع الصحيفة خصوصا في الدول التي تعتمد في توزيع صحفها على الأكشاك، لأنه يعطى الصحيفة هوية معينة ذات بعدين:

الأول: جعلها متميزة ينظر لها القارئ كصديق، الثاني: كونها مرنة لا تجعل القارئ يصاب بالملل، والتصميم الأساسي ثابت نسبياً رغم وجود إمكانيات للتجديد لذا تنشأ عند المخرج الصحفي معادلة صعبة وهو: كيف يكون التصميم جذابا دون ملل ومميزا دون رتابة ومبرزاً دون صراخ.

والتصميم الأساسي عملية فنية صحفية يتم من خلالها الوصول للملامح الرئيسية والتفصيلية العامة المميزة للجريدة، وتكون لها شخصيتها المستقلة عن باقي الجرائد، ويتسم التصميم الأساسي بالثبات النسبي ولا يكون عرضة للتغيير إلا في حالات نقص عدد القراء، أو تدني مستوى الصحيفة، أو إيجاد سوق جديدة للصحيفة.

مكونات التصميم الأساس:

يعتبر تحديد مكونات التصميم الأساسي من أهم القرارات التي يتخذها القائمون على إصدار صحيفة جديدة وهو يعني تحديد نوع الورق المستخدم، وشكل الصحيفة من حيث الحجم، ومساحة الصفحة، وتحديد العناصر المكونة لرأس الصفحة الأولى وطريقة إخراجها ووضعها على الصفحة، وتحديد الثوابت الداخلية كأرقام الصفحات والعناوين الثابتة للأبواب والصفحات.

ومكونات التصميم الأساسي عبارة عن قرارات تتعلق باختيار أنسب البدائل الفنية المتاحة أمام المخرج الصحفي، وتنبع أهميتها من أنها ترشد القارئ إلى المضمون.

وتتسم مكونات التصميم الأساسي بالثبات من عدد لآخر للمحافظة على شخصية الصحيفة الثابتة، كما أن التغييرات التي يمكن أن تفكر فيه الصحيفة في تصميمها الأساسي يجب أن تكون في حدود ضيقة جداً حتى لا يشعر القارئ أنه أمام صحيفة جديدة تماماً.

وهذه المكونات هي:

١- القطع العام للصحيفة
٢- عدد الصفحات
٣- نوع الورق
٤- التبويب
٥- الإعلانات
٦- بناء الصحيفة
٧- عدد الأعمدة واتساعها
٨- العناصر التيبوغرافية
٩- فلسفة التصميم

أولاً: القطع العام للصحيفة(Paper Size):

ويقصد به تحديد حجم الصحيفة وحجم ملاحقها التي تصدر عنها بانتظام، وقد تطور هذا القطع، حيث كانت مساحة الصحيفة صغيرة ثم وصلت إلى مساحة كبيرة جداً، حيث وصل طول صحيفة الأهرام في سنة ١٨٩٧م إلى ٧٠سم وعرضها ٥٢سم.

ومن المعروف أن قطع الصحيفة تطور من القطع الصغير الذي كان يسمى كتب الأخبار إلى الصحيفة النصفية ثم الصحيفة العادية، وهناك نوعان أساسيان لقطع الجريدة، الأول هو قطع الصحف العادية الحجم (الستاندرد) (Standard) وتتراوح أبعاده بين (٤٣-٤١ سم و٥٣-٥٦ سم)، والثاني هو قطع الصحف النصفية (التابلويد) (Tabloid) وتتراوح أبعاده بين (٢٩-٢٧ سم و٤١-٤٣ سم) ، حيث أنه من المعروف أن طول الصحيفة النصفية هو نفس عرض الصحيفة العادية، في حين أن عرض الصحيفة النصفية مساوٍ لنصف طول الصحيفة العادية.

"وهناك حجم ثالث يعرف بحجم الوسط اشتهرت به صحيفة اللوموند الفرنسية".

ويرتبط اختيار القطع بعدة عوامل منها: شخصية الصحيفة، وسياستها، وهدفها من الصدور، وطبيعة جمهورها، ونلاحظ أن معظم الصحف الأكثر رواجاً في البلدان الغربية هي صحف نصفية نظراً، لسهولة قراءتها في وسائل النقل المختلفة، وسرعة طيها وفتحها.

وعلى ذلك يمكن تحديد الصحف التي تميل إلى استخدام الحجم النصفي بصحف الإثارة والجريمة والخفيفة، والصحف الحزبية، والصحف المحلية والإقليمية، والصحف الأسبوعية، والصحف المتخصصة، وصحف العلاقات العامة.

أما الصحف التي تميل لاستخدام القطع العادي فهي الصحف الجادة، والصحف الرسمية، وصحف النخبة، والصحف القومية، والصحف اليومية، والصحف العامة، والصحف الربحية.

ولا يقتصر القرار في قطع الصحيفة على جسمها فقط، بل يمتد إلى تحديد قطع ملاحقها الدائمة والمؤقتة والهدايا التي تصدرها، ولا يشترط في قطع الملحق أن يكون مماثلاً لقطع الصحيفة الأساسية.

ثانياً: عدد الصفحات:

ويتخذ القرار بتحديد عدد صفحات الصحيفة في الأيام العادية وعددها في الأيام الاستثنائية مثل العطلات والملاحق وغيرها، ويتوقف على طبيعة مضمون الجريدة وإمكانياتها المادية وعدد صفحات الصحف المنافسة، كما يتم تحديد عدد صفحات الجريدة، وعدد صفحات ملاحقها.

ويلاحظ بشكل عام قلة عدد صفحات الصحف العربية مقارنة بالأجنبية ويكتسي هذا القرار أهمية نتيجة التكلفة الكبيرة لطباعة الصحيفة من الورق وتزايد أسعار الورق العالمية.

ثالثاً: التبويب:

التبويب مصطلح مأخوذ من تبويب موضوعات الكتاب وهو ترتيبها بحيث يسهل الرجوع إليها، ويقصد به توزيع فئات المضمون الصحفي على صفحات الجريدة بشكل ثابت وجذاب ومنسق مع الصفحات الأخرى وكذلك الأمر بالنسبة للملاحق.

تعددت تعريفات التبويب إلا أنها كلها أجمعت على الصفات الأساسية له، وأهدافه، حيث يقول أحد التعريفات أن "التبويب هو توزيع الموضوعات المتجانسة على صفحات الصحيفة بشكل ثابت وجذاب"، ويقول تعريف آخر إن التبويب "هو الأسلوب الذي يجري به توزيع الأبواب المختلفة على صفحات الجريدة على أن يكون ثابتاً لإسباغ نوع من الوحدة على المطبوع ككل".

والتبويب هو ترتيب موضوعات الصحيفة المتجانسة وتنسيقها معاً في صفحة أو صفحات متجاورة، كما أن التبويب هو "مفتاح الجريدة الذي نعطيه للقارئ ليعرف أين يقرأ الخبر الذي يريده، ولهذا فهو حلقة التعارف بين القارئ والجورنال".

أ- أهمية التبويب:

للتبويب أهمية كبيرة في عالم الصحافة اليوم والذي يعتمد على التخصيص بشكل دقيق ويحاول تلبية احتياجات القارئ الذي يعيش في عصر السرعة، ولا يستطيع أن يبحث طويلاً عما يريد إذا لم يجده بسهولة وسرعة ولذا فإن أهمية التبويب تكمن في:

١- مساعدة القارئ على الوصول إلى المادة التحريرية التي يريدها.
٢- تيسير مهمة المخرج، وتحقيق ارتياح القارئ ومتعته.
٣- تنشأ عند القارئ عادة حيث يتعرف على الصفحات المتخصصة وبذا تتكون بينه وبين الصحيفة علاقة ألفة وصداقة فيرفض التخلي عنها.
٤- يشكل التبويب هدفاً أساسياً لعملية الإخراج لأنه يساعد القارئ على تصفح ما يهمه من المادة الصحفية والعثور على الأبواب التي يرغب بقراءتها.
٥- يعتبر التبويب عن شخصية الصحيفة وطابعها العام تعبيراً صادقاً.
٦- يساعد التبويب على اقتسام وتوزيع صفحات الجريدة بين أفراد الأسرة مما يسهل قراءتها مرة واحدة.

ب- أشكال التبويب: يتم التبويب بثلاثة أشكال هي:

١- التبويب وفقاً للموضوع:

حيث توضع الموضوعات ذات الاهتمام الجماهيري في الجزء الأول من الصحيفة فيما توضع الموضوعات المتخصصة في الجزء الثاني منها.

٢- التبويب وفقاً للأشكال الصحفية:

ويتم وفقاً له وضع الأشكال الإخبارية الحالية في الجزء الأول من الصحيفة، في حين توضع الأشكال والموضوعات التفسيرية في الجزء الثاني.

٣- المزج بين النوعين السابقين:

بحيث يحتوي النصف الأول من الصحيفة على موضوعات ذات اهتمام جماهيري وفي نفس الوقت تكون ذات أشكال إخبارية حالية، فيما يحتوي نصف الصحيفة الثاني على موضوعات متخصصة والأشكال والموضوعات التفسيرية.

ج- دورية التبويب: ويقصد بها تقسيمات التبويب بالنسبة لقضية الثبات في الدورية، وتنقسم إلى:

١- **تبويب يومي ثابت:** حيث يتم في إطاره تبويب الموضوعات والأبواب والأركان والأعمدة الثابتة التي تنشر يومياً في نفس الصفحة والموقع وبنفس الشكل، فعلى سبيل المثال فإن تبويب الصفحات المتخصصة يجب أن يراعى الثبات التام في دورية الصدور، وعدد الصفحات، وأرقامها، والزوايا والأركان الثابتة فيها، والعناصر التيبوغرافية الثابتة.
٢- **تبويب دوري ثابت:** ويتم من خلاله تبويب الموضوعات والأركان والأعمدة بشكل دوري إما أسبوعي أو شهري أو نصف شهري وهكذا.

رابعاً: الورق (Paper):

هناك ثلاثة عناصر رئيسية مكونة لعملية طباعة الصحيفة هي السطح الطابع والحبر والورق، والأخير من أهم العناصر، وهو مشكلة المشاكل في الصحافة الحديثة بسبب ارتفاع أسعاره بشكل متزايد؛ الأمر الذي حدا

ببعض الصحف العالمية الكبرى إلى شراء غابات في أمريكا اللاتينية لتسد حاجاتها من إنتاج الورق، وتحميها من تقلبات أسواق الورق، كما أقامت بعض الدول صندوقاً لدعم سعر الورق مثل فرنسا ومصر، واعتبرت الحكومة الفرنسية الورق في أهمية الخبر.

وتتزايد أهمية الورق حينما نعرف أن الورق يمثل الجزء الأكبر من تكلفة إنتاج أي مطبوع سواء كان دورياً أم لا، حيث تصل من ٤٠-٥٠٪ من تكلفة الإنتاج الكلية وهو ما يستدعي التفرقة بين أنواع الورق وخصائص كل نوع وأوزانها وأسعارها وكل ما يتعلق بها.

يصنع الورق من ألياف السليلوز المستخلصة من الأشجار، بإحدى ثلاث طرق هي الآلية وهي الأسهل والأقل تكلفة والأكثر اختصاراً للوقت وينتج عنها ورق خشن رخيص الثمن، والكيماوية التي تنتج ورقاً مرتفع السعر بجودة عالية، والطريقة نصف الكيماوية التي ينتج عنها ورق متوسط الجودة والتكلفة، كما يتم إنتاج الورق من الورق القديم أو الخرق البالية التي يدخل فيها السليلوز.

وبعد إنتاج الورق بإحدى الطرق السابقة تمر العجينة بمراحل إنتاجية مختلفة تؤثر على خصائصه، ومنها التنقية والتكرير والضرب وينتج عنها اختلاف الورق في درجة المتانة واللمعان والبياض والنعومة والوزن، والأنواع المعروفة للورق خمسة هي: ورق الجرائد وورق الكتاب و و و و :

أ- ورق الجرائد: وهو ورق رخيص الثمن يصنع بالطريقة الآلية، خشن الملمس به شوائب تجعل لونه يميل للاصفرار، وتستخدمه معظم الصحف والمجلات الهزلية والمنشورات.

ب- ورق الكتاب: وهو أجود قليلاً، ويختلف حسب أوزانه وتشطيباته ويستخدم في طباعة الكتب والمجلات والنشرات والأدلة, وهو أنواع منه:

١- الورق المشطب آلياً: يتم تنعيمه بالتمرير بين أسطوانتين للتنشيف فيصبح ناعماً من جهة واحدة فقط، ويصلح للصور الخطية أكثر من الظلية وسعره معتدل.

٢- الورق البالغ الصقل: يتم تمريره بين أسطوانتين شديدتي الحرارة فيصبح مصقولاً من الجهتين ويصلح للطباعة الفاخرة.

٣- ورق الكوشيه: يتم كسوة أحد وجهيه أو كليهما بمادة خزفية، ثم يمر بمراحل التجفيف والضغط والصقل فيصبح شديد اللمعان وهو غالي الثمن ويصلح للمطبوعات المصورة.

٤- ورق السيملي كوشيه: له نفس استخدامات وصفات الكوشيه، إلا أنه أرخص قليلاً لأن المواد الخزفية تضاف إلى العجينة الورقية نفسها.

٥- الورق المصقول المخصوص: وهو أملس وثقيل ويتميز بالسطح الجيد، ويستخدم في المطبوعات الفاخرة التي تهدف لإحداث تأثير بصري.

٦- الورق المصقول الناعم: ويتميز بأنه يشبه الورق البالغ الصقل إلا أن وزنه قليل نسبياً ويتميز بالنعومة والخفة.

٧- ورق الأوفست: وهو مقاوم للماء ليلاءم الطباعة من السطح الأملس غير المباشر.

ج- أنواع أخرى: مثل ورق الكتابة والورق المقوى والورق المصمغ وغيرها.

ويتوقف استخدام نوع الورق المستخدم في طباعة الجريدة على مجموعة من الاعتبارات، من أهمها: طريقة الطباعة، والشكل التيبوغرافي للمطبوع، وإمكانيات الصحيفة الاقتصادية.

وهناك بعض الصحف تميل إلى استخدام ورق ملون في بعض صفحاتها أو كل الصفحات أو الملاحق، مثل صحيفة اللواء الإسلامي والبيان الإماراتية والشرق الأوسط السعودية والفايننشال تايمز اللندنية ويو أس إيه توداي الأمريكية.

أسباب استخدام الصحف للورق الملون:

١- جذب الانتباه: فالورق الملون مختلف عن الورق الأبيض مما يؤدي إلى جذب انتباه القارئ.

٢- استغلال التأثيرات النفسية للألوان: فقد اكتشف العلماء تأثيرات نفسية متنوعة للألوان، حيث أن لكل لون تأثيرات إيجابية وسلبية، تخلق جواً مواتياً وتساعد على التذكر والاستدعاء.

٣- استغلال التنوع بين الورق الملون والطباعة بالحبر الملون: حيث تحدث تنويعات لطيفة.

٤- تسهيل عملية القراءة: حيث يقول الخبراء أن قلة التباين في حالة استخدام ورق ملون تريح القارئ أكثر من الورق الأبيض، إلا أن كثير من العلماء يخالفون هذا الرأي، حيث أن التباين التام بين لون الورق ولون النص هو الأفضل للقارئ.

خامساً: الإعلانات (Advertisements):

وهو مصدر رئيس للدخل في معظم صحف العالم، وعصب الصحيفة الاقتصادي ولذا يراعى في إخراج الإعلانات ضرورة إبرازها، ومن المهم اتخاذ عدة قرارات فيما يتعلق بكون الإعلانات من مكونات التصميم الأساس، **ومنها:**

١- **نسبة الإعلانات في الصحيفة:** حيث يتم تحديد نسبة المواد الإعلانية إلى المادة التحريرية، ومن المتعارف عليه ألا تزيد نسبة الإعلانات في الصحيفة عن ٤٠ % من مساحتها، حتى لا تؤثر على حق القارئ في المادة التحريرية.

٢- **نسبة الإعلانات في صفحات معينة في الصحيفة:** حيث تحدد بعض الصحف نسبة الإعلانات في بعض الصفحات المهمة مثل الصفحة الأولى والصفحة الدينية كما في الأهرام المصرية التي تحدد وجود إعلانين صغيرين في أسفل جانبي الصفحة الأولى.

٣- **تبويب الإعلانات:** وهو اتجاه حديث تتخذه بعض الصحف حيث تقوم بوضع الإعلانات المتخصصة سواء في الجمهور أو الموضوع بجوار المواد التحريرية القريبة منها، فالإعلانات الرياضية في الصفحة الرياضية وهكذا.

٤- **موقع نشر الإعلانات:** وهناك خياران أمام الصحيفة، الأول أن تضع الإعلانات بجوار المواد التحريرية والثاني أن تخصص للإعلانات صفحات أو ملاحق مستقلة، والرأي الأرجح هو الأول لأن الإعلان يستمد قيمته من المادة التحريرية المجاورة له، والدليل هو ارتفاع قيمة الإعلانات في الصفحة الأولى نتيجة أهمية الموضوعات فيها.

٥- **أساليب إخراج الإعلانات في كل صفحة:** وبالذات عند زيادة عدد الإعلانات، وهناك عدة أساليب لإخراج الإعلانات، إلا أن أشهرها هي: نصف الهرم، ونصفا الهرم، ونصف الهرم والمستطيل، والمستطيلان، والجزر، والأسلوب العشوائي.

سادساً: بناء الجريدة:

والمقصود به الجانب المعماري الأساسي للجريدة، وهو ثلاثة أنواع:

أ- الرأسي (Vertical): وتنشر فيه عناوين قليلة على أكثر من عمودين، وتستخدمه بعض الصحف المحافظة مثل وول ستريت جورنال، ويتميز بسرعة الجمع.

ب- الأفقي (Horizontal): الذي تنشر فيه عناوين كثيرة ممتدة وعريضة وهو أكثر اتساعاً ويسمح بمرونة عمل المخرج.

ج- المزج بين النوعين السابقين (Mixed): وهو ما يحقق عناصر التباين والمرونة والبعد عن الملل والرتابة.

سابعاً: عدد الأعمدة واتساعها (Columns Number):

والمقصود بها تحديد عدد الأعمدة واتساع كل عمود داخل الصفحة، ويسميها البعض بالقطع الأساسي للجريدة، وهي أنواع، منها: القطع المتسع وقطع الثمانية أعمدة وقطع الستة أعمدة وقطع التسعة أعمدة.

وبدأت الاتجاهات الإخراجية الحديثة في العقدين الأخيرين من القرن العشرين في تقسم صفحات الجريدة إلى ستة أعمدة كصحيفة وول ستريت جورنال الأمريكية Wall Street Journal، وذلك بهدف زيادة المساحات البيضاء بين السطور.

"ويصل عدد أعمدة الصحيفة العادية إلى ثمانية أعمدة بينما يصل عدد أعمدة الصحف النصفية إلى خمسة أعمدة".

ثامناً: العناصر التيبوغرافية (Typographic Elements):

والتيبوغرافيا (**Typography**)هي علم وفن الهيئات المطبوعة، وهي الهيئات غير البيضاء على الصفحة، مثل: الحروف والخطوط والجداول والفواصل والعلامات والصور.

وتنقسم العناصر التيبوغرافية إلى نوعين رئيسيين:
أ- **عناصر تيبوغرافية ثابتة:** ومنها المختصة بالصفحة الأولى كرأس الصفحة والفهارس، ومنها المختصة بالصفحات الداخلية كالرسوم التوضيحية والفهارس والأبواب والأركان الثابتة.
ب- **عناصر تيبوغرافية متحركة:** يتغير حجمها وموقعها من موضوع لآخر وفق حروف العناوين والمتن ووسائل الفصل من جداول وفواصل وإطارات وأرضيات وألوان وصور ورسوم.

كما أن التيبوغرافيا نوعان، التيبوغرافيا الجمالية التي تهدف لإحداث تأثيرات نفسية وجمالية، والتيبوغرافيا الوظيفية التي يؤدي فيها كل عنصر وظيفة نافعة وضرورية.

تاسعاً: الاستقرار على فلسفة تصميمية معينة:

رغم كثرة ما كتب في الإخراج الصحفي؛ إلا أن المدارس الفكرية اختلفت في مذاهب الإخراج الصحفي، إلا أنه يمكن حصر فلسفات الإخراج الصحفي في ثلاث هي:
أ- فلسفة التباين مع التوازن: يقوم فيها المصمم بموازنة قمة الصفحة وقاعها بالأثقال التيبوغرافية المتباينة، وكل الجرائد تقريباً تستخدم هذه الفلسفة الآن لأنها تعطي الجريدة مرونة في التصميم.
ب- فلسفة التوازن الشكلي: استعملت أواخر القرن الثامن عشر ، ويتم فيها موازنة جانبي الصفحة بنفس الأثقال التيبوغرافية، وهي فلسفة غير عملية تعلو بقيمة الشكل على المضمون.
ج- فلسفة الإخراج المختلط: وتعتمد على العناوين الضخمة والأشكال الزخرفية والصور الضخمة، مما يثير وجدان القراء ؛ لكنه لا يرضي جميعهم.

المبحث الثاني
إخراج الصفحة الأولى

تعد الصفحة الأولى (Front Page) الأهم في صفحات الصحيفة فهي واجهة الصحيفة التي تعرض فيها أهم الموضوعات، وهي الباب الذي ينفذ منه القراء للصحيفة ليسمح للقراء بالإطلاع على كافة محتويات الصحيفة فهي بمثابة إعلان مهم عن الصحيفة نفسها، كما أنها تعكس جوانب الصحيفة المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياستها التحريرية والتي يتحدد على الشكل الأساس للصفحات.

أولاً: قواعد إخراج الصفحة الأولى:

١- أن يعكس إخراجها اهتمام المحررين برغبات القراء بالعمل على إبراز الموضوعات التي تلبي احتياجاتهم، وجعل الصفحة الأولى سهلة القراءة بالتخلص من الوحدات والعناصر الطباعية التي تعيق القراءة.
٢- أن تكتسب الصفحة الأولى شكلاً إخراجياً حديثاً أكثر من الصفحات الداخلية لأن عليها الدور الأكبر في تحقيق أهداف الصحيفة، مع إضفاء لمسات جمالية تجعلها مشوقة وجذابة.
٣- العناية بالتصميم الأساس للصفحة، حيث أنها تحتوي على عدد كبير من الوحدات والعناصر الثابتة، بالإضافة إلى استخدام الوحدة الرئيسية كنقطة انطلاق لتصميم الصفحة وتوجيه أعين القراء نحو بقية الوحدات الأخرى.
٤- العمل على بناء شخصية متميزة للصحيفة تعمل على إيجاد علاقة متميزة تربط القراء بالصحيفة مع استخدام عناصر مفضلة للقراء، كما أن العناصر يمكن أن تمد الصحيفة بشخصيته المتميزة من خلال ثبات الشكل الأساس لها.

ثانياً: الوحدات والعناصر الثابتة في الصفحة الأولى:

تنقسم الصفحة الأولى في كلا صحف بشكل عام إلى ثلاثة أجزاء هي رأس الصفحة والعنق والجسم، ومعظم العناصر والوحدات الثابتة تكون في رأس الصفحة والعنق وتمثل هذه الوحدات مكونات التصميم الأساس للصفحة الأولى والتي يرتبط ثباتها بسعي الصحيفة للمحافظة على شخصية متميزة تعبر عن اتجاهاتها ومواقفها، وهذه الوحدات الثابتة هي:

١- رأس الصفحة (h): وهو شريط ضيق أعلى الصفحة يحتل حوالي ١٥٪ من مساحة الصفحة، وتؤيد الدراسات الحديثة تضييقه بحيث لا يحتل عرض الصفحة بالكامل الأمر الذي يوفر مساحة إضافية، كما أن التزام الرأس بالمدى العرضي كله للصفحة يصيبها بالجمود، كما يرتبط هذا الإجراء بتحريك رأس الصفحة عن مكانه المعتاد في أعلى الصفحة ليبدو في موقع أسفل قليلاً من ذلك بحيث تستغل أعلى الصفحة لنشر وحدات أخرى مثل العناوين السماوية، كما قد تحتل اللافتة يمين أو يسار رأس الصفحة بدلاً من الوسط.

ويتكون رأس الصفحة من مجموعة من العناصر الثابتة هي:

أ- اللافتة: وهي اسم الصحيفة أو عنوانها، وتختاره الصحيفة ليعبر عن اتجاهاتها أو مضمونها أو قيمة وطنية أو دينية معروفة واللافتة قد تتكون من الاسم فقط، وقد يضاف إليه الشعار وهو عبارة أو قول مأثور أو آية قرآنية أو حديث شريف أو بيت شعر تعبر عن مضمون الصحيفة أو هدفها، والرمز وهو رسم أو صورة أو أرضية تدعم مضمون الاسم، وهذه العناصر المكونة للافتة تعبر عن اسم الصحيفة بما يعكس شخصيتها.

ويراعى في اختيار نوع خط الاسم أن يكون متميزاً ومختلفاً ويفضل الاستعانة بخطاط أو مصمم محترف للخطوط على الحاسوب كما يراعى أن يتناسب نوع الخط المستخدم مع مضمون الصحيفة وقرائها.

وغالباً ما تكون اللافتة ملونة لتحقق التميز في الشكل بالإضافة على التعبير عن مسميات بعض الصحف ويستخدم عنصر اللون مع السعار أو الرمز أيضاً.

ومهما كانت طريقة ترتيب العناصر المكونة للافتة أو ألوانها أو خطوطها أو مكانها؛ فالمهم هو الثبات على هذا الترتيب والألوان والخطوط بحيث تمنح الصحيفة شخصية متميزة ثابتة.

ب- الأذنان: وهما حيزان يقعان على يمين ويسار اللافتة في حالة وضعها في وسط رأس الصفحة أو حيز واحد يقع على يمين أو يسار اللافتة في حالة وضعها على أحد الجانبين، وغالباً ما يوضع حول الأذن إطار، ويتم تخصيص الأذن لنشر إما بيانات الصحيفة كاسم الناشر وهيئة التحرير والمراسلات والموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني، أو تنشر فيه الإعلانات لأهمية هذا الموقع، أو تنشر فيه وحدات إخبارية قصية مثل آخر خبر، أو ينشر فيه إشارات لبعض الوحدات المنشورة المهمة داخل العد، وتتجه بعض الصحف خصوصاً النصفية إلى إلغاء الأذنان للاستفادة من مساحتهما في نشر وحدات هامة.

٢- العنق: وهو شريط ضيق جداً يقع أسفل رأس الصفحة ويفصل بينه وبين جسم الصفحة، ويوضع غالباً في إطار وتحته أرضية ملونة متميزة، مع الحرص على تكبير حجم الحروف وزيادة التباين بينها وبين لون الأرضية، ويحتوي العنق عادة على بيانات العدد بلغة واحدة أو أكثر مثل تاريخ العدد بعدة تقاويم ورقمه.

٣- جسم الصفحة: وهو المكان الذي تخصصه الصحف لأهم الأخبار والموضوعات في الصفحة الأولى إلا أنه قد يحتوي على بعض الوحدات الثابتة ومنها:

أ- الإشارات والفهارس: وهو إشارات إلى بعض الموضوعات الهامة المنشورة داخل العدد من خلال نشر عناوين أو مختصرات هذه الموضوعات ومعها أحياناً صور معبرة، وتتخذ أسماء ثابتة مثل اقرأ في هذا العدد كما قد تتخذ عدة أشكال ثابتة وفي أماكن ثابتة وعناصر تيبوغرافية ثابتة مثل لون الأرضية والإطار وشكلهما وربما المساحة أيضاً.

ويهدف هذا الإجراء إلى استدلال القراء على أهم الموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية، وإبراز الموضوعات الهامة، وجذب القراء إلى أغلب صفحات الصحيفة.

ب- المقالات الثابتة: وهي المقالات العمودية والافتتاحية رغم أن الكثير من الصحف تضعها في صفحات داخلية إلا أن بعضها تضع المقال الافتتاحي أو العمودي لكاتب مشهور في الصفحة الأولى، وهذا يستلزم المحافظة على ثبات هذه المقالات من حيث دورية الصدور، والموقع على الصفحة والعناصر التيبوغرافية المرافقة مثل اللون والأرضية والإطار والمساحة وعدد الأعمدة والعنوان الثابت.

ثالثاً: مدارس الإخراج الصحفي:

رغم أن الإخراج الصحفي علم حديث النشأة، إلا أن الآراء والاتجاهات والمدارس تعددت في داخله وارتبطت بعناصر متعددة جعلت من الإخراج الصحفي يتطور بسرعة كبيرة من حين لآخر حتى تعددت مدارسه ومذاهبه التي يمكن تلخيصها حسب مراحل الإخراج الصحفي التاريخية كالتالي:

١- المدرسة التقليدية:

وهي أقدم المدارس التي واكبت ظهور الصحافة، مترافقة مع قلة الوعي المهني للعاملين فيها، وتعتبر فيه الصفحة وحدة واحدة، ويؤمن أنصارها بالتوازن الشكلي الدقيق حول محور ارتكاز متوسط بالصفحة، **وهي أسلوبين:**

أ- أسلوب التوازن الشكلي الدقيق: وتنقسم فيه الصفحة لنصفين متماثلين وهو أسلوب يندر استخدامه لرتابته وجموده وتقييده لحرية المخرج الصحفي، وتنافيه مع القيمة الإخبارية وإمكانية التمييز بين موضوع وآخر حسب الأهمية، بالإضافة إلى أنه يفسد الإخراج بترحيل البواقي ويقضي على القيمة النسبية للموضوعات المتقابلة من خلال تماثلها إما بالحذف أو الإطالة، كما أنه غير مناسب للوحدات القصيرة.

ب- أسلوب التوازن الشكلي التقريبي: ويقوم على توازن تقريبي غير تام بتوزيع الأثقال مما يتيح للمخرج أن يعبر عن أهمية الموضوع ويمتاز بشكل فني جميل جذاب، "ويقوم على تحقيق التوازن عبر عدة أساليب، منها: التوازن بالتعويض، والتوازن في قسم من الصفحة"، ومن مميزاته: إعطاء الأهمية النسبية لكل مادة، وامتداد العنوان على أكثر من نصف عرض الصفحة، وعدم الحاجة إلى تقصير أو تطويل الموضوع، وشكله فني جميل وجذاب وسهل القراءة.

٢- المدرسة المعتدلة:

وتقوم على قاعدة التحرر من التوازن الشكلي الذي تحسه النفس دون أن تنتبه له العين، ومن أهم أساليب هذه المدرسة ما يلي:

أ- أسلوب التوازن اللا شكلي: الذي يعتمد على نظرية أرخميدس في توازن الرافعة، حيث يمكن أن يتوازن عنصران على الصفحة مع اختلافهما في الحجم إذا كان أكبرهما أقرب إلى نقطة الارتكاز بينهما،وهو أسلوب

يسهل مهمة المخرج في تحقيق التوازن الرأسي أو الأفقي بين أجزاء الصفحة، كما يتيح المزيد من الحركة والتجديد الأمر الذي جعله يسمى أسلوب التوازن مع التباين، بالإضافة إلى أنه يتيح للمخرج الحرية والتجديد.

ب- أسلوب التربيع: ويقوم على تقسيم الصفحة إلى أربعة أقسام متساوية، ويبرز المخرج كل ربع بعنصر تيبوغرافي ثقيل ويتميز هذا الأسلوب أنه يشيع الحركة في جوانب الصفحة وييسر قراءتها مطوية، إلا أنه يستلزم دمجه مع غيره من المذاهب للقضاء على القيود الشكلية الخاصة به ومن أهمها اضطرار المخرج لاستخدام العناصر التيبوغرافية الثقيلة في المواقع المتقابلة لتثبيت أركان الصفحة.

ج- الأسلوب التركيزي: وتستأثر فيه وحدة طباعية ذات أهمية نسبية باهتمام المخرج، ومن ثم تحتل أعلى اليمين في الصحف العربية، ويراعى فيه الحرص على عدم إضعاف الوحدات الأخرى مع محاولة إحياء الجزء السفلي بمزجه مع غيره من الأساليب لتحقيق التوازن الحسي.

٣- المدرسة المحدثة:

وهي مدرسة حاولت أن تنفك من القيود الطباعية في مجالي البناء والتصميم بالإخراج الصحفي، ونشأت نتيجة تزايد الوعي بأهمية الإخراج الصحفي ودوره في الصحافة، ومن أساليب هذه المدرسة:

أ- أسلوب التجديد الوظيفي: وهو أسلوب يحاول تحقيق الدور الوظيفي للإخراج الصحفي عكس الدور الجمالي سابقاً، ووفقاً له يجب أن يعمل الإخراج الصحفي على تقديم الموضوعات مرتبة وفقاً لأهميتها النسبية من خلال نشر الوحدة الرئيسية أعلى الصفحة في الجزء الذي اعتادت العين أن تبدأ القراءة منه مع إمكانية أن تنشر بعرض الصفحة كلها، ويتم فيه استخدام الصورة بحجم كبير وإحياء النصف السفلي من الصفحة بنشر وحدات مصورة أو ذات عناوين ممتدة، ويحقق هذا الأسلوب المزاوجة بين العرض الأفقي والرأسي للوحدات المنشورة والتقليل من الأخطاء الطباعية، ويقتضي العمل به إضفاء بعض اللمسات الجمالية.

مميزات هذا الأسلوب:

أ/١ المرونة الكبيرة وسهولة الجمع والتوضيب خاصة مع الأخبار المتأخرة.
أ/٢ إضفاء حيوية كبيرة على الصفحة من خلال الصور الكبيرة والعناوين الممتدة.
أ/٣ المزج بين البنائين الأفقي والرأسي في بناء وحدات الصفحة.
أ/٤ التقليل من الأخطاء الإخراجية الطباعية كتجاور العناوين وكثرة المساحات الرمادية الناتجة عن طول المتن.
أ/٥ وضع الموضوعات المتجانسة تحت عنوان واحد مما ييسر القراءة ويسمح بعرض وجهات النظر المختلفة حول نفس الموضوع في نفس المكان.

ب- أسلوب الإخراج الأفقي: ويراعي المسرى الطبيعي لحركة العين أفقياً، ولذا يقوم على العناوين العريضة والممتدة والصور ذات القطاعات الأفقية، مع بعض التباين باستخدام وحدات رأسية قليلة، ويستخدم هذا الأسلوب صف أسطر الموضوع على أكثر من عمود مع دمجها معاً، كما يراعي ضرورة البناء المتداخل للوحدات حتى لا تتحول الصفحة إلى قطاعات مفككة.

مميزات هذا الأسلوب:

ب/١ مراعاة المسرى الطبيعي لحركة العين.
ب/٢ إمكانية قراءة الصحيفة مطوية.
ب/٣ إغراء القراء بمواصلة القراءة حيث تبدو الوحدات الأفقية أقصر من الرأسية التي تساويها في المساحة.
ب/٤ دمج الأعمدة يسهم في زيادة المساحة المتاحة وبالتالي تقليل ترحيل البواقي، ويضفي شكلاً جذاباً.

ج- أسلوب الإخراج المختلط: وهو أكثر أساليب هذه المدرسة تحرراً، ولذا ينظر المخرج إلى كل وحدة طباعية بصفتها جزءاً مستقلاً يتم إبرازه، ويستخدم هذا الأسلوب العناصر الطباعية الثقيلة مثل عناوين العريضة والممتدة والألوان، وهو أسلوب عرف قديماً في الصحافة الصفراء في نهاية القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية مرتبطاً بالطابع المثير، إلا أنه ظهر حديثاً وفقاً لأسس مهنية معينة تستهدف القضاء على القيود الطباعية.

وينتشر هذا الأسلوب في الصحافة الشعبية والصفراء، وقد سمي بأسلوب السيرك لأنه يستخدم وسائل إبراز متعددة وألوان تخاطب الغريزة، ولذا أخذ عليه البعض تسببه بتشتت ذهن القارئ بين مجموعة العناوين المتساوية وإحساس القارئ بالحيرة والإرهاق وهو يحاول التعرف على مضمون الصحيفة والتمييز بين محتوياتها.

مميزات هذا الأسلوب في نظر مؤيديه:

- إضفاء الحيوية على الصفحة وإغراء القارئ بالإطلاع على كل الوحدات المنشورة.

- تحرره من القيود الشكلية أو الطباعية.
- تقديم أكبر قدر ممكن من الأخبار في الصفحة الأولى.
- تحقيق التوازن باستخدام الوحدات الثقيلة، والتباين نتيجة تنوع الأثقال الطباعية في أرجاء الصفحة.

سلبيات هذا الأسلوب في نظر منتقديه:

- أنه صارخ مثير يبعد الوقار والهدوء عن الصفحة الأولى.
- لا يوجد اهتمام بالقيمة النسبية للموضوعات.
- تنازع الوحدات المنشورة على الاستئثار باهتمام القارئ.
- الوحدات الثقيلة كثيرة وتزحم الصفحة وتتطلب ترحيل البواقي للصفحات الداخلية.
- يرفض هذا الأسلوب بشكل تام الأسس الفنية الخاصة بقواعد الإخراج الصحفي.

رابعاً: الاتجاهات التجديدية الحديثة في إخراج الصفحة الأولى:

شهد إخراج الصفحة الأولى العديد من التطورات لتجديد إخراجها وإضفاء الجاذبية والتجديد عليها، ومن هذه الاتجاهات:

١ـ استحداث صفحة أولى بديلة:

حيث تكون للصحيفة صفحتان أوليتان، رئيسية وبديلة، ومن حالات هذا الاتجاه:

أ- تخصيص الصفحة الأولى لوحدة طباعية هامة جداً ومميزة:

وتتناول هذه الوحدة موضوعاً له أهمية خاصة، كتقرير إخباري حول قرارات سيادية تهم قطاعات كبيرة من الجمهور، أو خطاب ملكي أو رئاسي مهم جداً، أو حدث خطير أو مصيري في حياة الجمهور، حيث تفرد الصفحة الأولى بالكامل لهذا الوحدة الطباعية ويستكمل الموضوع في صفحات داخلية إن لم تكف الصفحة الأولى له، وبالتالي يصبح من الضروري أن تخصص صفحة داخلية كصفحة أولى بديلة للموضوعات المهمة الأخرى، وقد يكون ذلك مؤقتاً غالباً، وتحتوي الصفحة البديلة التي غالباً ما تكون الثالثة لأنها الأهم بعد الأولى والأخيرة على العناصر الطباعية الثابتة في الصفحة الأولى مثل رأس الصفحة أو اللافتة سواءً بشكل كامل أو مصغر.

ب- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار العالمية الهامة:

ويتم في هذه الحالة تخصيص الصفحة الأولى للأخبار العالمية الهامة إضافة إلى أهم الأخبار المحلية، على أن تفرد الصفحة البديلة وهي غالباً الثالثة لأهم الأخبار المحلية، وتكون الصفحة البديلة كالأولى من حيث العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة سواءً بشكل كامل أو مصغر، وهذه الحالة دائمة.

ج- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار الجادة المهمة:

وفي هذه الحالة تخصص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية مع نشر بعض الموضوعات غير الجادة في حالات قليلة تبعاً لأهميتها، على أن تنشر الأخبار الطريفة والخفيفة وأخبار الاكتشافات في الصفحة الأولى البديلة والتي غالباً ما تكون الأخيرة، وفي هذه الحالة أيضاً يتم تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة.

د- تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة:

ويكثر هذا الاتجاه في الصحف الأسبوعية والصحف النصفية والملاحق والأعداد الأسبوعية من الصحف اليومية كما في صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية المصرية، ولا يستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الصحف اليومية لصعوبته وعدم تناسبه مع العمل اليومي في الصحافة اليومية، حيث تصمم الصفحة الأولى الرئيسية بشكل مشابه لأغلفة المجلات من خلال تركيز أهم الموضوعات السياسية والاقتصادية والرياضية والمحلية في وحدات إخبارية قصيرة ونشر التفاصيل داخل العدد، ونشر وحدات إشارة لأهم الموضوعات داخل العدد، مع إيثار موضوع معين بأهمية خاصة من خلال الصور الكبيرة والعناوين والألوان والتأثيرات والمعالجات الطباعية الخاصة.

وفي هذه الحالة تخصص الصفحة الثالثة غالباً كصفحة بديلة، ويتم أيضاً تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة أو مؤقتة حسب الصحيفة.

٢ـ العمل بنظام المركز البصري لجذب القراء للوحدة الرئيسية:

من المعروف أن التصاميم التقليدية القديمة تقوم على أساس أن أهم مكان في الصفحة هو أعلى اليمين في حالة اللغة العربية ويجب أن توضع فيه الوحدة الرئيسية مع وضع الوحدة الأقل أهمية في الركن الآخر وهكذا حتى الانتهاء من توزيع بقية الوحدات، إلا أن الدراسات الحديثة أكدت أنه يجب العمل على إيجاد مركز بصري قادر على جذب القراء ووضع الوحدة الرئيسية فيه، بدلاً من وضعها في الموقع المعتاد الذي يبدو ثابتاً بما يكسب الصفحة طابعاً رتيباً مملاً، وأشارت الدراسات إلى أن هذا المركز سيقود سلوك القراء البصري نحو الوحدات الأقل أهمية بالإضافة إلى جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالوحدة الرئيسية.

وتشير الدراسات الحديثة التي أجريت على دور العين في توجيه مسار القراء إلى أن القراء لا يتجهون مباشرة للوحدات المنشورة في الجزء العلوي من الصفحة وإنما يتحدد اتجاه بصرهم للوحدات على ضوء قدرتها على جذب انتباههم دون الارتباط بمواقعها، ويتم جذب انتباههم بالصور والحروف والمساحة المتاحة للوحدة الطباعية، والتأثيرات الطباعية المختلفة.

ويجب التنبه إلى ضرورة أن يتم إبراز مركز بصري واحد في الصفحة، لأن وجود أكثر من مركز يؤدي إلى تنازع هذه المراكز على اهتمام القارئ مما يربكه ويشتت انتباهه، كما يجب أن يكون هناك نوع من التباين بين العناصر الطباعية المكونة لوحدة المركز البصري، مع محاولة تجنب فصل هذه الوحدة عن غيرها من الوحدات خوفاً من أن يؤدي ذلك إلى تعامل القراء معه على أساس أنه وحدة مستقلة غير ذات صلة ببقية الوحدات مما يقلل من دوره في قيادة القراء إلى بقية الموضوعات.

٣ـ البناء الأفقي للوحدات المنشورة والبناء الرأسي للوحدات القصيرة:

وذلك لقدرة هذا البناء على إبراز الوحدات المنشورة والتماشي مع مجرى حركة العين وتقليل الوقت المطلوب لقراءة الوحدة المنشورة، وقد بدأ هذا الاتجاه مع الصحافة الصفراء واستخدام العناوين العريضة والممتدة والسماوية، ويتم ذلك بامتداد العنوان على أكثر من عمود وحركة الوحدات الطباعية بالاتجاه الأفقي ودمج الأعمدة أفقياً.

وبالإضافة إلى ذلك يمكن نشر بعض الوحدات رأسياً خصوصاً الوحدات القصيرة والتي يتناسب معها هذا البناء، بالإضافة إلى الإشارات الخاصة بمحتويات العدد والعروض الموجزة للمباريات.

ومن أهم مميزات هذا الاتجاه:

أ- تحقيق التباين بين الوحدات الأفقية والرأسية القصيرة، وبينها وبين شكل الصفحة الرأسي.

ب- إحياء النصف السفلي من الصفحة باستخدام العناوين الممتدة.

ج- إتاحة قراءة الصحيفة مطوية، والابتعاد عن ترحيل البواقي.

د- مراعاة المسرى الطبيعي لحركة العين، وبالتالي تيسير عملية القراءة.

هـ- توفير قدر مناسب من المساحات البيضاء المطلوبة لإنارة الصفحة عبر إزالة الجداول الطولية داخل الوحدات الأفقية.

٤ـ الاعتماد على الإرشادات والفهارس والإشارات بدلاً من ترحيل البقايا:

اعتادت الصحف قديماً على نظام استكمال تتمة الأخبار المنشورة في الصفحة الأولى في صفحات داخلية وذلك رغبة منها في نشر أكبر قدر ممكن من الأخبار الهامة في هذه الصفحة، إلا أن الدراسات الحديثة تشير إلى أن ما بين ٦٠-٩٠٪ من القراء لا يواصلون قراءة بقايا الوحدات المنشورة في الصفحات الداخلية إلا إذا كانت في غاية الأهمية بالنسبة لهم، وإن قرؤوها فقد لا يعودون للصفحة الأولى لأن بعض الوحدات قد تجذب انتباههم، بالإضافة إلى صعوبة التنقل بين الصفحة الأولى وصفحة التتمات عدة مرات.

ولذا فالاتجاهات الحديثة توصي بإلغاء نظام التتمات والاستعاضة عنها بالإشارات والفهارس التي ترشد القارئ للموضوعات المهمة المنشورة في الصفحات الداخلية، وهذه الإشارات والفهارس قد تكون دائمة أو حسب المناسبة، وهي عدة أنواع منها:

أ- القائمة البسيطة: التي تقوم على أساس تقديم عناوين بعض الموضوعات مع أرقام صفحاتها.

ب- الملخص القصير: ويتم فيه تقديم عرض مختصر عن أهم الموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية مع أرقام صفحاتها.
ج- العناوين السماوية: وهي عناوين تعلو اللافتة وتنشر بعرض الصفحة الأولي مع رقم الصفحة ولا تتجاوز ٥ عناوين.
د- القائمة المصورة: وهي قائمة لعدد من أهم الموضوعات داخل العدد مرفقة بصورة تعبر عن الموضوع ورقم الصفحة.

٥- التقليل من الإعلانات التجارية:

وهو اتجاه يحاول الفصل بين الإعلان والمادة التحريرية، حيث يؤثر الإعلان على مساحة كبيرة من الصفحة الأولى، ورغم أهمية الإعلانات للصحيفة من حيث الدخل المادي، إلا أن الانتقادات الموجهة له كثيرة جداً، ومنها أنه يتعارض مع رغبة القراء في مطالعة المواد التحريرية لأنه يجذب انتباههم عنها، والصحافة تهدف للإعلام لا الإعلان، كما تؤثر الإعلانات الجاهزة والمساحة التي تشغلها على حرية المخرج في التصميم وتحد من إبداعه.
وتبعاً لذلك يرى الاتجاه الحديث أهمية التقليل من الإعلانات التجارية وخصوصاً في الصفحة الأولى، كما تفعل ذلك صحيفة التايمز **Times** اللندنية وصحيفة الأهرام المصرية اللتان تنشران إعلانات قليلة جداً وصغيرة الحجم في الصفحة الأولى.
ولضمان عدم تأثير هذا القرار على مدخولات الصحيفة من الإعلانات خصوصاً أن أعلى الإعلانات سعراً هي في الصفحة الأولى، يمكن للصحيفة زيادة أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أو استحداث صفحة أولى بديلة، ومن الضروري أن تزيد الصحيفة من الصفحات التي تلقى رواجاً إعلانياً حتى لا يؤثر من الإعلانات المنشورة على المادة الصحفية المنشورة.

٦- بناء الوحدات وفقاً لنظام الكتل المتماسكة أو الوحدات المتعامدة:

والمقصود هو بناء الوحدة بشكل هندسي منتظم ومستقل عن غيره من الوحدات في محاولة للتخلص من الزوايا التي تحدث في البناء التقليدي المتداخل للوحدات، والقضاء على الأطر الزخرفية التي تستخدم للفصل بين الوحدات، حيث أثبتت الدراسات تفضيل القارئ لهذه الطريقة ولاسيما في الصحف ذات الستة أعمدة.
ومن مميزات هذا الاتجاه في بناء وحدات الصفحة:
أ- تسهيل حركة أعين القراء عبر الصفحة تبعاً لمعرفتهم ببداية ونهاية الوحدة المنشورة.
ب- البعد عن تداخل الوحدات مع بعضها البعض وهو ما كان يؤدي لتشتت القارئ.
ج- حفظ وقت القارئ وتسريع عمليات التصميم على الحاسب الآلي وخصوصاً في حالة استبدال وحدة منشورة.
د- إيجاد نوع من التوازن عبر الصفحة وكسر حدة الرمادية الناتجة عن البناء الرأسي للوحدات.
هـ- إيجاد قدر من التباين بين الوحدات المختلفة من خلال التنويع في العناصر الطباعية ووسائل الإبراز.

رابعاً: الإخراج الصحفي الحديث:

يتجه فن الإخراج الصحفي إلى اعتبار الصفحة لوحة بيضاء غير محددة الأعمدة حيث يستطيع المخرج أن يعرض العناصر الطباعية المختلفة بنفس الطريقة التي يعرض بها الفنان رسومه أو صوره، "وعلى هذا الأساس أصبح التصميم الصحفي مبنياً على أسس مشابهة للتصميم الفني، وينظر المخرج الصحفي إلى الصحيفة على أنها وحدة متكاملة من حيث الشكل العام والإخراج الفني"
وجاء ذلك بعد تحرر فن الإخراج لصحفي من قيود الأعمدة وأغلال الخطوط الرأسية حيث أصبحت عمليات الإخراج من العملية الفنية التي تعتمد على دراسات متنوعة من الفنون التشكيلية وعلم النفس وعلم وظائف الأعضاء، وقد أصبحت الصفحة الخالية بذلك كلوحة الفنان التي تتطلب دراية ومراناً وذوقاً لكي توزع عليها المواد توزيعاً فنياً جذاباً.
ويقوم الإخراج الصحفي الحديث على مجموعة من القواعد والأسس يتعلق بعضها بدراسة الجمهور والبعض الآخر بفنون الطباعة والنواحي الفنية مع الاستفادة من مميزات الأساليب الكلاسيكية والانطلاقية.

١ـ الأسس التي يقوم عليها الإخراج الصحفي الحديث:

أـ أسس متعلقة بالجمهور:

- أثبتت الدراسات أن مجال رؤية العين عبارة عن هرم مقلوب قاعدته في أعلى الصفحة لذا تعتبر مساحة هذا الهرم هي أهم مساحة في الصفحة وتتحدد أهمية بقية أجزاء الصفحة بناءً على قربها من ضلع الهرم، وبناءً على ذلك تعتبر الأركان اليمنى واليسرى والسفلى هي أقل الأماكن أهمية وخصصت الصحف هذه المساحات للإعلانات تاركة لمصمم الإعلانات الحرية في استخدام الصور والألوان وعناصر الإبراز التيبوغرافية الأخرى.
- أثبتت الدراسات أن القارئ كسول بطبعه ولذا يقوم الإخراج الصحفي الحديث على عدم ترحيل بقايا الموضوعات إلى صفحات أخرى إلا إذا كانت لها اهتمامات جماهيرية.
- يجب أن يراعي الإخراج الصحفي الحديث ظروف قراءة الصحيفة، بحيث يحصر الموضوع الواحد في مربع من الصفحة ليسهل طي وقراءة الصحيفة، ما عدا المقالات والتحقيقات الطويلة.
- الاهتمام بالعنوان والمقدمة من حيث التعبير والإيجاز والشمول.

بـ أسس متعلقة بالنواحي الفنية:

فالإخراج الصحفي الحديث يعتمد على عناصر الإبراز الخاصة والتي تستخدم كأداة للتأثير والتوجيه، التي تحدد أهمية الموضوع، فالمساحة الكبيرة في العنوان والمتن تزيد من أهمية الموضوع، وتوضع الأثقال عند قاعدة الهرم المقلوب.

٢ـ وجهات النظر وفي مضمون الصفحة الأولى:

هناك وجهتي نظر في إخراج الصفحة هي:

أـ التمثيل النسبي: باعتبار الصفحة الأولى بمثابة الواجهة التي يجب أن تحتوي على نبذة عن كل الموضوعات الموجودة في الصفحات الداخلية.

بـ الأهمية: وفيها يتم عرض الموضوعات المهمة بغض النظر عن تمثيلها النسبي لكل ما موجود في الصفحات الداخلية.

٢ـ قواعد الإخراج الصحفي الحديث:

يقوم الإخراج الصحفي الحديث على ثلاثة قواعد أساسية تشكل العمود الفقري له، وكل ما يحقق هذه القواعد من إجراءات وضوابط يدخل ضمن هذه القواعد، وهي:

أـ التوازن الحسي:

بـ الأهمية النسبية:

جـ تيسير عملية القراءة:

المبحث الثالث
إخراج الصفحات الداخلية

رغم الأهمية الكبيرة للصفحة الأولى في الصحيفة إلا أن ذلك لا يعني إغفال أهمية الصفحات الداخلية التي تعد بمثابة المتجر نفسه إذا اعتبرنا أن الصفحة الأولى هي واجهة المتجر، ولا يعني الاهتمام بالواجهة إهمال المتجر نفسه، ولذا فالمخرج مطالب بالاهتمام بالصفحات الداخلية بشكل مناسب، وتنبع أهميتها من الأسباب التالية:

١- تمثل الصفحات الداخلية المساحة الأكبر المتاحة أما الصحيفة لتلبية اهتمامات القراء المتنوعة.

٢- تمثل هذه الصفحات المساحة الأكبر لنشر الإعلانات التي تعد المورد الرئيس لدخل الصحف المعاصرة وخاصة في ظل الاتجاهات الحديثة التي تقلل من الإعلانات في الصفحة الأولى.

ومن المعروف أن عدد الصفحات الداخلية بدأ يتزايد تدريجياً فبعد أن كان عدد صفحات الصحيفة أربع صفحات قديماً وكانت الصفحة الأولى تخصص للمقالات والأخيرة للإعلانات وصفحتي الوسط للأخبار، تزايدت أعددا الصفحات في الصحف تدريجياً حتى وصلت إلى عشرين صفحة، وبعد الحرب العالمية الثانية تزايدت بشكل مطرد وبدأت الملاحق والصفحات المتخصصة في الظهور إلى أن وصل الأمر بعدد الصفحات في صحف بريطانية وأمريكية إلى المئات في أيام العطل الأسبوعية، وهذا الأمر يستدعي الاهتمام بإخراج الصفحات الداخلية وإتباع أساليب جديدة في إخراجها.

أولاً: مراحل إخراج الصفحات الداخلية:

١- إخراج الإعلانات وتوزيعها:

وهو أول عمل ينفذه المخرج في الصفحات الداخلية، حيث يقوم بتوزيع الإعلانات على الصفحات الداخلية بحسب مناسبتها للصفحة وحسب السياسة الإعلانية المتبعة، والإعلانات هي المورد الرئيس للدخل في الصحف المعاصرة المستقلة، وهو الضمان لاستقلالها عن الضغوط والتمويل الخارجي، ولذا فالصحيفة تباع مرتان: مرة بالتوزيع، ومرة بالمساحة الإعلانية، ومن هنا اهتمت الصحف بإخراج الإعلانات وتنسيقها بشكل فني وجذاب.

ومن المعروف أن الإعلان يستمد قيمته من المادة التحريرية المجاورة، ولذا نجد أسعار الإعلانات مختلفة من صفحة لأخرى تبعاً لأهميتها، ولذا تعمل الصحيفة على الاهتمام بالمادة التحريرية والإعلان بما يحقق المساواة بينهما في قوة العرض والتطبيق أكبر قدر من أسس التصميم لتحقيق الانسجام بينهما.

ومن الخطأ فصل الإعلان عن المادة التحريرية، حيث تقوم بعض الصحف بوضع الإعلانات في صفحة مستقلة ولهذا الإجراء بعض الايجابيات مثل استقلالية المواد التحريرية عن الإعلان وبذا نرضي القراء الذين يشترون الصحيفة لقراءة ما فيها من مواد تحريرية، ويتيح أيضاً للمخرج تقديم رؤية إخراجية مميزة بإعطاء الأهمية النسبية لكل مادة تحريرية دون صعوبة، كما يسهم في طباعة الصفحات أو ملاحق إعلانية، إلا أن نظرية تجاور الوحدات التحريرية والإعلانية هي السائدة انطلاقاً من قناعة المعلن بأهمية تجاورهما.

ويبدأ عمل المخرج في الصفحات الداخلية بتوزيع الإعلانات على الصفحات بحسب طبيعتها، حيث تنشر الإعلانات الموجهة لفئات معينة في الصفحات المتخصصة لهذه الفئات، ويلتزم برغبات المعلنين في وضعها على صفحت أو مواقع معينة ويدفع المعلن مقابل هذه الرغبة مبالغ إضافية عن ثمن الإعلان، ويراعي المخرج عند تصميم الصفحة الاطلاع على الإعلان والعناصر المكونة له، وأن يخطط الأسلوب الذي يتم به إخراج الصفحة ليتناسب مع أسلوب إخراج الإعلانات، وأن يختار ما يناسب كليهما لإحداث التوازن والتباين والانسجام.

أساليب إخراج الإعلانات في الصفحات الداخلية:

أ- أسلوب نصف الهرم:

وتوزع الإعلانات بموجبه على أحد جانبي الصفحة لتشكل نصف هرم معتدل قاعدته في الأسفل، ويشترط أن تكون أحجام الإعلانات متفاوتة، وهو من أكثر الأساليب شيوعاً، **ومن مميزاته:**

أ/١ يتم إبراز جميع الوحدات الإعلانية من خلال ملامستها جميعاً للمادة التحريرية.

أ/٢ يوفر وقت المخرج ويسمح بكتابة عناوين ممتدة وعريضة لأنه لا يصل لرؤوس الأعمدة.

أ/٣ يرضي المعلن حيث أن الإعلان الصغير يكون في الأعلى وبذلك تم إبرازه.

ب- أسلوب نصفي الهرم:
وهو أفضل من السابق، حيث توزع الإعلانات على جانبي الصفحة لتأخذ شكل نصفي هرم معتدلين قاعدتهما في الأسفل، وما بينهما من فراغ يترك للمواد التحريرية، **ومن مميزاته:**
أ/١ إبراز أكبر عدد من الإعلانات وملامستها للمواد التحريرية.
أ/٢ الإعلانات تقع خارج مركز الصفحة الذي يكون على هيئة هرم مقلوب.

ج- أسلوب المستطيل:
وفيه تصف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها البعض على أحد جانبي الصفحة، ومن عيوبه دفن الإعلانات أسفل المستطيل.

د- أسلوب المستطيلان:
وفيه تصف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها البعض على جانبي الصفحة، وله نفس العيب في أسلوب المستطيل.

هـ- أسلوب نصف الهرم والمستطيل:
ويلجأ له المخرج عند وجود إعلانات بعضها متساوي وبعضها متفاوت الحجم، فتنشر الإعلانات المتساوية فوق بعضها البعض على أحد جانبي الصفحة، فيما تنشر المتباينة على شكل نصف هرم على الجانب الآخر من الصفحة، والفراغ بينهما يخصص للمواد التحريرية، ومن عيبه أن الإعلانات أسفل المستطيل تكون مدفونة.

و- الأسلوب العشوائي (الارتجالي):
وتوزع فيه الوحدات الإعلانية دون ترتيب معين فتختلط بالمواد التحريرية، وهو أقل الأساليب استخداماً لأن له عيوب كثيرة منها:
و/١ تداخل الوحدات التحريرية مع الإعلانية مما يربك القارئ ويشتت انتباهه.
و/٢ تنافر الوحدات التحريرية والإعلانات من ناحية الطباعة تبعاً لتباين الأثقال مما يجعل الصفحة تبدو مفككة وغير متجانسة.

٢- إخراج الوحدات الثابتة:
بعد انتهاء المخرج من توزيع وإخراج الإعلانات، يقوم بإخراج الأبواب والزوايا والأركان الثابتة، وبالذات في الصفحات المتخصصة، حيث أن التبويب هو سمة العصر، ولذا فقد أخذت الصحافة الحديثة بالتخصص، ومن المهم أن يشعر القارئ بثبات هذه الوحدات واستمرارية صدورها بنفس الطريقة حتى يتعود عليها ويألفها، وهذه الوحدات الثابتة هي:

أ- الأركان والزوايا والأبواب الثابتة:
والأركان الثابتة من معالم المطبوعات الصحفية التي تخصص جزءاً من مساحتها لأبواب ثابتة يخصص لها موضع ثابت ومساحة ثابتة أغلب الأحيان.
ويمكن تعريفها بأنها "ركن ثابت ذا موقع ثابت من الصفحة التي ينشر فيها، من حيث المكان والعنوان، والعناصر التيبوغرافية المستخدمة طبقاً لنوعية التبويب هل هو يومي أو أسبوعي"
ويولي مخرجو الصحف اليومية اهتماماً كبيراً لإخراج الزوايا والأعمدة الثابتة "التي يظهر بعضها موقعاً بأسماء الكتاب المعروفين الذين قد يكتبون في هذه الأعمدة الصحفية لسنوات كبيرة دون توقف، وتمتاز بتنوع المادة التي تتناولها بالتعليق والمناقشة"

وأول ما يقوم به المخرج هو إخراج الإعلانات والأركان والأعمدة الثابتة في الصفحة "ويراعى في إخراج الأركان والزوايا والأعمدة الثابتة إخراجها بطريقة مختلفة عن باقي الصفحات ومراعاة ثبات التبويب من حيث رقم الصفحة والموقع ودورية الصور سواء كان يومي أو أسبوعي أو شهري".

وتوضع الأركان الثابتة في إطار يبرزها عن المواد التحريرية المجاورة، وتحرص الصحف على استخدام أرضية للركن الثابت.

ويشترط في الأركان الثابتة المحافظة على استخدام موقع ثابت من الصفحة التي تنشر فيها، بالإضافة إلى ثبات العنوان الذي قد يكون مكوناً من الحروف فقط، أو يصاحبه رسم ثابت يضفي عليه حيوية وحركة.

ب- الأعمدة والافتتاحيات الثابتة:

المقال الافتتاحي هو مقال " يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع"

وقد تراجع مكان المقال الافتتاحي من الصفحة الأولى إلى الصفحات الداخلية، ويقوم على كتابته رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الجريدة.

أما العمود الصحفي فهو "مساحة محدودة من الصحيفة تضعه تحت تصرف أحد كبار الكتاب، يعبر من خلاله عما يراه من آراء أو أفكار فيما يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل وبالأسلوب الذي يرتضيه"

وتخصص الصحف جزءاً من مساحتها لأعمدة ثابتة، يكتبها بعض مشاهير الكتاب والمحررين، ويخصص لها موضع ثابت ومساحة ثابتة أغلب الأحيان، ويراعى في تصميم عناوينها الثبات من حيث الحجم وشكل الحروف مما يزيد من طابع الوحدة على المطبوع كله.

وتبويب العمود الصحفي يمتاز بالدقة والثبات، حيث يحتل العمود غالباً مكاناً ثابتاً لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة ، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت، قد يكون كل يوم أو كل أسبوع.

ويكتب العمود أحياناً في الصفحة الممتازة الأخيرة أو الثالثة أو الخامسة، حسب ما يعتاد عليه القراء، ويميز بالبنط الأسود بنفس حجم حروف باقى الصفحة.

ومن المهم في المقالات العمودية والافتتاحية الثابتة أن تحافظ على دورية صدورها، وثبات الصفحة التي تنشر بها والموضع من الصفحة والعناصر التيبوغرافية المرافقة لها مثل الإطارات والأرضيات والألوان والرسوم المرافقة للعنوان الثابت ونوع الخط وحجمه في العنوان الثابت وعدد الأعمدة التي يحتلها المقال.

ج- الصفحات المتخصصة:

يأتي حرص الصحف اليومية على نشر الأبواب والصفحات المتخصصة لتلبية احتياجات القراء على اختلاف أمزجتهم واهتماماتهم، بهدف زيادة التوزيع وتلبية أكبر قدر من احتياجات واهتمامات القراء.

وتختلف درجة اهتمام كل صحيفة عن الأخرى بالنسبة للصفحات المتخصصة، فموضوعات الاقتصاد والمالي تأتي في مقدمة أولويات صحف الخليج، أما الصحف المصرية فتبرز صفحات متخصصة في أخبار الجريمة والحوادث والرياضة، ولا تنفرد الصحف العربية وحدها بالاهتمام الصفحات المتخصصة، فصحيفة (هيرالد تريبيون) تقسم صفحاتها على أنواع مختلفة من الصحافة المتخصصة، فتخصص صفحات للمجتمع وصفحات للاقتصاد والمال وملحقاً للفنون والمسرح، فيما كانت صحيفة (لوموند) الفرنسية تخصص عدداً خاصاً للأدب كل يوم أحد، وكان هذا العدد يعتبر مصدراً هاماً للثقافة ومتابعة أخبار الحركة الفكرية والأدبية في فرنسا، وبعد توقف هذا العدد عن الصدور اكتفت الصحيفة بأخبار الأدب في الصفحات الداخلية التي تخصصها.

كما تهتم كبرى المجلات في العالم بتخصيص صفحات معينة منها لنوعيات معينة من المواضيع أسوة بأساليب الصحف في التبويب، فمجلة (تايم) تفرد صفحات متنوعة لقضايا خاصة في السينما والقضاء ورجال الأعمال والعلوم والطب، وتتنوع هذه الاهتمامات بين عدد وآخر لتشمل كافة الاهتمامات والموضوعات المتخصصة وتحذو في ذلك حذوها مجلة (نيوزويك) الأمريكية التي تقدم موضوعات متنوعة في الطب والتعليم والاقتصاد والكتب والموسيقى والفنون التشكيلية وقد أخذت المجلات الأسبوعية العالمية والعربية هذا الأسلوب فقي تبويب الموضوعات التي تنشرها المجلة تحت عناوين تشير إلى نوع التخصص.

ومن المعروف أنه لا يمكن حصر الصفحات المتخصصة، نتيجة ارتباطها بالتخصصات المختلفة لأنها كثيرة ومتشعبة، إلا أننا يمكن أن نستعرض إخراج وتبويب أهمها:

ج/١ تبويب الصفحة الرياضية:

تعتبر الصفحة الرياضية من أهم الصفحات المتخصصة في الصحافة اليومية، فقد ظهرت استجابة لتزايد الاهتمام بالرياضة في المجتمع ورغم ذلك فقد تأخرت الصحف العالمية في تخصيص صفحة رياضية، حيث ظهرت أول صفحة رياضية في الصحف الأمريكية عام ١٩١٠م رغم تاريخ الرياضة الطويل وتاريخ الصحافة ككل، وكانت صحيفة الأهرام أو صحيفة عربية تخصص زاوية ثابتة للرياضة عام ١٩٢٢م.

ويتميز إخراج الصفحة الرياضية بقدر من الحركة والحيوية والجاذبية، حيث يجد المخرج المادة التحريرية القصيرة والصور المتنوعة، مما يوفر للمخرج فرصة نادرة لإخراج صفحة متماسكة ومتقنة وجذابة، ولذا يبذل المخرج جهداً إبداعيا فيها يتناسب مع الهدف المرجو منها، وهو جذب الأنظار إليها وجعل قراءتها سهلة وممتعة وتناسق المواد وانسجامهما معاً.

ويعتبر الوضوح والبساطة من السمات الأساسية في تيبوغرافية الصفحات الرياضية وإخراجها حيث تمتاز بالعناوين والمانشيتات الجذابة والعبارات المسجوعة والحروف الواضحة الكبيرة والصور المليئة بالحركة ، والتي يتفنن المصورون في التقاطها أثناء المباريات لتظهر الصفحة الرياضية في النهاية وحدة فنية متكاملة ترضي أذواق واهتمامات جمهورها الرياضي.

ج/٢ تبويب صفحة المرأة:

ظهر الاهتمام بتخصيص صفحات للمرأة نتيجة تزايد الدور الذي تلعبه في الحياة المعاصرة، واتضح ذلك منذ بداية القرن الماضي، حيث ظهرت الصفحات المتخصصة للمرأة والأسرة، وظهرت المجلات المتخصصة التي دخل بعضها مرحلة تخصص التخصص، فقد وجدت مجلات نسائية في مجال الموضة أو المطبخ أو الماكياج.

ولابد أن يهتم مخرج صفحة المرأة باستعمال البياض في العناوين واستخدام أسماء وخطوط خاصة تميز هذه الصفحة، وأن يهتم بتكبير أخبار المطبخ والغذاء والإعلانات عنه، كما تعتمد هذه الصفحة على الصورة والعناوين الكبيرة والرسوم، وتوزيع الحرف الأسود والأبيض في الموضوع، كما يعتني المخرج الصحفي لدى إخراجه صفحة المرأة بالصور الجمالية واستخدام الألوان الجذابة.

ج/٣ تبويب صفحة الجريمة (الحوادث):

رغم أن نشر الجرائم وتفاصيلها عليه خلاف شديد بين المؤيدين والمعارضين، إلا أن الصحف الشعبية توسعت في نشر أخبار الجريمة والحوادث، وحتى الصحف الجادة نشرت هذه الأخبار ولكن في أضيق نطاق، كما ظهرت الصحف والمجلات المتخصصة في هذا المجال مثل "أخبار الحوادث".

وتعد صفحات الحوادث أكثر الصفحات قراءة، ورغم ذلك لم يأت إخراجها بالغرض المطلوب نتيجة دواعي نشر الجريمة كاملة وبالصورة، ثم حدود النشر، والتزامات المجتمع والقانون، ويفضل فيها استخدام العنوان الناصح بأن الجريمة لا تفيد، والصورة المعبرة عن ذلك، ولا يفضل استخدام الرسوم.

ج/٤ تبويب الصفحة الاقتصادية:

والصفحة الاقتصادية الآن من أهم الصفحات المتخصصة في الصحف العامة نظراً لما يلعبه الاقتصاد من دور مركزي في حياتنا، ولذا وجدنا أن كثيراً من الصحف أصبحت تفرد لشئون الاقتصاد والمال عدة صفحات يومية.

ويجب أن يكون إخراج الصفحة الاقتصادية شاملاً لكل الفنون الصحفية بما فيها العمود الصحفي الذي لا يقل إخراجه أهمية عن أي باب آخر، ناهيك عن العناوين الكبيرة الواضحة والرسوم البيانية والجداول الإحصائية التي تخدم المادة الصحفية، كما يجب أن تكون الصفحة الاقتصادية مميزة إخراجياً، بسيطة وسهلة، ومتنوعة العناوين.

ج/٥ تبويب الصفحة الدينية:

كان لصحيفة الأهرام المصرية السبق في تخصيص مساحة ثابتة للإعلام الديني وذلك في خلال شهر رمضان ١٩٤٧م، ثم أفردت صفحة أسبوعية منذ عام ١٩٧٥م.

وتحتاج الصفحة الدينية " إلى أداء تعبيري مباشر وأن يكون كل شيء فيها واضح ومباشر وأن يستعرض الخط العربي نفسه بجمال"، ومن الضروري العناية بوضع جداول بين موضوعات المادة حتى لا تختلط ببعضها، والاهتمام بوضع رسوم توضيحية عن مضمون المادة التحريرية وأن تكون العناصر التيبوغرافية في الصفحة موزعة حسب توازنها معه، مع مراعاة التباين في توزيع الموضوعات، لكي تصبح الصفحة حية أمام القارئ وتشيع فيها الحركة.

وتعاني الصفحات الدينية في الصحف العربية من إخراج رتيب وممل خال من العناصر التيبوغرافية الثقيلة كالصور والرسوم، اعتقاداً من القائمين على إخراجها أن هذه الصفحة يجب أن تكون خالية من العناصر السابقة.

وهناك صفحات أخرى أقل أهمية بالنسبة للصحف، حيث تفضل الصحف أن تفرد لها صفحة أسبوعية، مثل صفحة الشباب التي يجب أن يراعي المخرج فيها الاهتمام بالمراسلات بين القراء والاهتمام بصور الشباب وقصص كفاحهم، أما الصفحة العلمية فتحتاج دائماً إلى تبويب ثابت، والاعتماد على الصورة وتعليقها، كما أن صفحة الطفل يجب التركيز فيها على الصور الواضحة والعناوين الكبيرة.

ثانياً: إخراج المقالات:

تبدأ عملية إخراج المقالات بعد الانتهاء من توزيع الإعلانات والأركان الثابتة، وتتوقف طريقة إخراج المقالات على أنواعها كالتالي:

١– المقال العمودي والمقال الافتتاحي:

يتم إخراجه على أحد جانبي الصفحة، غالباً على عمود واحد، ويمكن أن يكون على عمودين يتم دمجهما معاً، مع الحرص على وضعه في إطار أو أرضية وتجمع حروفه ببنط أكبر قليلاً أو أسود، مع الحرص على ثبات تبويبه من حيث دورية الصدور والصفحة والموقع والعناصر التيبوغرافية.

٢– المقال الطويل الذي لا يصل لصفحة كاملة:

مثل المقال النقدي والتحليلي واليوميات، ويتم إخراجه على أحد جانبي الصفحة، مع وجود فراغ أبيض بين الأعمدة وعناوين الفقرات وعنوان ممتد يشمل المقال، مع تمييز نوع الخط أو تكبيره.

٣– المقال الطويل الذي يحتل صفحة كاملة:

مثل المقال النقدي والتحليلي واليوميات، يتم إخراجه بخط أكبر مع استخدام العناوين الثانوية والإشارية وعناوين الفقرات والصور والرسوم، وتترك فراغات بيضاء بين الأعمدة، ويتم إبراز فقرات كاملة بالبنط الأسود.

ثالثاً: إخراج الصور:

تعد الصور من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة للقراء.

١- أنواع الصور الصحفية:

أ- الصور الظلية (الفوتوغرافية):

وهي الصور التي يتم إنتاجها بطريقة آلية باستخدام آلات التصوير والتحميض وتتسم بتدرجاتها الظلية الطبيعية، وقد مر استخدام الصورة الظلية في الصحافة بتطورات متلاحقة منذ طريقة الحفر المعدني مروراً بطريقة التدرج الظلي ثم الطباعة الملونة للصور عبر فرز الألوان وانتهاءً بالتصوير الرقمي ونقل الصور بالإنترنت والبريد الإلكتروني، ومن أنواعها:

أ/١ الصور الإخبارية المستقلة: والصورة الخبرية تقدم خدمات خبرية كاملة مع اعتمادها البسيط على الكلمات، والمستقلة منها تستمد قيمتها من تعبيرها عن الحدث نفسه، ولا يرافقها عادةً محتوى لفظي، بل تعتمد على تعليق بسيط يوضح بعض الجوانب التي لا تستطيع الصور شرحها، كالأسماء والمناسبات والأماكن والتواريخ، وتنشر غالباً في الصفحة الأولى أو الصفحات الإخبارية، وتفرد لها مساحة كبيرة، وتخصص لها بعض الصحف صفحات كاملة تصور أحداثاً هامة.

أ/٢ الصور الإخبارية التابعة: وهي صور خبرية مرافقة لمحتوى لفظي كالخبر أو التقرير الإخباري وذلك بهدف دعمه وتنشر مع هذا المحتوى وليس منفصلاً عنه.

أ/٣ الصور الشخصية: وهي صور الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية وتتميز عادة بصغر حجمها مقارنة مع غيرها حيث تنشر غالباً على عمود واحد، وبما تنشر على نصف عمود وتسمى الصورة الإبهامية وهي صور لشخصيات غير هامة، وتحتوي الصور الشخصية عادة على مقطع الجسم من منتصف الصدر وحتى أعلى الرأس، ويفضل التقليل من استخدامها بكثرة لأنها تكون خالية من أي انفعال أو حركة مما يجعلها تبدو عبارة عن صور تذكارية التقطت في استوديوهات التصوير مما يضعف تأثيرها، ويجب الابتعاد عن استخدام نفس الصور الشخصية لنفس الشخصيات مراراً، لأن استخدام اللقطة نفسها للشخص نفسه وفي أعداد متقاربة يضعف تأثيرها إلى حد كبير لأن عين القارئ تكون قد تعودت عليها.

أ/٤ الصور الموضوعية: هي صور تهدف إلى نقل تفاصيل عن أحداث أقل سرعة للنشاط الإنساني مثل الصور المصاحبة للتحقيقات الصحفية، وتعد أحد العناصر الطباعية لبناء وحدة طباعية معينة كالمقال التحليلي والتحقيق، وذلك بهدف التعبير عن هذه الوحدة وانعكاساتها.

أ/٥ الصور الجمالية: وتعتمد على براعة الصور وجمالها ويستخدمها المخرج لتجميل الصفحة لأنها لا تحمل أي قيمة خبرية.
ب- الرسوم والصور الخطية: وهي الصور التي تشمل في الغالب على الخطوط وتتوافر على تدرجات ظلية خفيفة، وهي مهمة في صحافة اليوم وخصوصاً في التفسير والإرشاد والتبسيط والتوضيح، بالإضافة إلى تسلية القراء والتعبير عن الأحاسيس الإنسانية، ولذا نجد أن ٤٠٪ من الصحف الأمريكية مازالت تنشر الرسوم الكرتونية، ومن أنواعها:
ب/١ الرسوم الساخرة: رسوم تقدم الوقائع بطريقة ساخرة تتسم بالمبالغة في محاولة لإثارة انطباع القراء وحشدهم لاتخاذ قرار معين، كما تستهدف التنفيس عن القراء بالسخرية من بعض الأوضاع في المجتمع، ومن أهم أنواعها الرسوم الكارتونية التي تعبر عن مواقف وأفكار وشخصيات رمزية وحقيقية بهدف التأثير في القراء، ورسوم الكاريكاتور وهي رسوم لشخصيات معروفة مع تشويه ملامحها بشكل مبالغ فيه ومن خلال التعليقات، ويعتمد نجاح الرسوم الساخرة على العناية بالدرجات اللونية والإطارات وتوافر البياض اللازم لإضاءتها والتعليقات المصاحبة لها.
ب/٢ الرسوم الشخصية اليدوية: رسوم لشخصيات لها علاقة بالمواد التحريرية المنشورة وتستخدم في حالة عدم توفر صور ظلية كالشخصيات التاريخية أو التغلب على الملل والرتابة وإحداث نوع من التغيير لصورة شخصية شهيرة مل القارئ من رؤية صورها، وهي تساعد على كسر الروتين الذي اعتاد عليه القارئ، وجذب انتباهه وإضفاء قدر أكبر من البياض حول الصورة.
.ب/٣ الرسوم التوضيحية: تساعد على إيضاح المعلومات الصحفية مثل الخرائط الجغرافية والرسوم البيانية، كما يمكن إدخال نوع من التأثير على الصورة الظلية بواسطة الرسوم التوضيحية مثل إشارة سهم إلى موقع معين في صورة ظلية أو كتابة معلومات على الصورة.
ب/٤ الرسوم التعبيرية: ترافق غالباً المواد الأدبية كالمقالات والقصص بهدف إحداث تأثيرات إيجابية نفسية من خلال محاولة التعبير عن معاني الأعمال الأدبية بواسطة الرسم الذي يشبه اللوحة الفنية، وتدخل في بناء العناوين الثابتة للأبواب والزوايا من خلال تكاملها مع الحروف، وقد أتاحت أجهزة الحاسوب عمل مختلف أنواع الرسوم بدقة متناهية من خلال البرامج المتنوعة من حيث الوظيفة والعمل والقدرات الفنية.

٢- خطوات إخراج الصور:

أ- اختيار الصورة الصالحة للنشر: على أن يراعى في ذلك أن يكون لها قيمة خبرية أو تفسيرية وارتباط بالموضوع وأن تكون جذابة ومثيرة دون خروج عن المألوف، وأن تتوافر فيها القيمة الجمالية والصلاحية للنشر من حيث الإضاءة والوضوح.
ب- تحديد قطع الصور: ويقصد به الشكل الهندسي الذي تظهر فيه الصورة بعد طبعها، وهناك عدة أنواع لقطع الصورة، هي:
ب/١ القطع المستطيل: والشكل المستطيل للصورة سواء الأفقي أم الرأسي هو أكثر الأشكال المستخدمة في الصحافة لأنه أقرب الأشكال الهندسية لتحقيق النسبة الذهبية وهي أكثرها راحة للعين وأبعاده قربة من نسبة ٣:٥ ومضاعفاتها، كما أن الشكل المستطيل يساعد على توصيل مضمون الصورة ببساطة ويتيح حرية مطلقة للمصمم في استخدام المساحة طولياً أو عرضياً.
ب/٢ القطع المربع: ويتساوى فيه الطول والعرض، وهو شكل لا يفضل استخدامه بكثرة، لأنه يوحي بالجمود والركود نظراً لتساوي أضلاعه الأربعة مما يؤدي إلى نوع من السكون وعدم الحركة.
ب/٣ القطع الدائري والبيضاوي: ومن مشاكل القطع الدائري أنه يصعب قطع أحد أطراف الصورة، وبالتالي يجب أن يتم القطع من جميع حواف الصورة التي من الممكن أن تكون مهمة، أما القطع البيضاوي المشتق من الدائري فيتمتع بميزة المستطيل حيث يمكن أن يتخذ أحد الوضعين: الرأسي والأفقي، كما أنه مريح للعين لخروجه عن الانتظام الهندسي المألوف.
ب/٤ القطع المفرغ (الديكوبيه): وهو من أكثر الأشكال لفتاً للنظر حيث يتم قص الحواف حول موضوع الصورة وحذف الخلفية المحيطة به لتظهر بيضاء عند الطباعة ويتميز بإبرازه لعنصر الحركة وإضفاء عنصر التباين مع الأشكال المنتظمة للصور وتوفير قدر مريح من البياض.
ب/٥ قطع غير عادي: مثل المثلث والمعين والأشكال غير المنتظمة.

ج- تحديد مساحة الصورة: ويتم ذلك وفقاً لعدة اعتبارات منها: قيمة الصورة، ومساحة الموضوع، ومساحة الموضوعات الأخرى على الصفحة، ومساحة العناصر التيبوغرافية الأخرى في نفس الموضوع مثل الصور والعناوين والمقدمة، وسياسة التحرير التي تتبعها الصحيفة حيث أن هناك صحف تميل إلى الصور الكثيرة والحجم الكبير للصور.

د- تحديد موقع الصورة من الموضوع: وهناك أربعة مواضع يمكن وضع الصورة بها نسبةً إلى الموضوع، وهي:

د/١ الصورة أعلى العنوان: وهو موضع مهم لأنه يراعي الطريقة التي يقترب بها القارئ من القصة الخبرية، إذ تجذبه الصورة أولاً ثم يقرأ العنوان الذي يشده إلى القصة، وتستخدم هذه الطريقة بالأساس مع الأخبار والتقارير الإخبارية.

د/٢ الصورة أسفل العنوان: بشرط ألا تفصل العنوان عن الموضوع، أو توضع الصورة داخل الموضوع نفسه شرط ألا تفصله بالكامل عن بعضه البعض.

د/٣ الصورة في جانب الموضوع: مع مراعاة أن يشملها عنوان الموضوع.

د/٤ الصورة أسفل الموضوع: في حالة كان عدد الصور المرافقة للموضوع كبيراً وإذا كان الموضوع طويلاً أو يحتل صفحة كاملة ، ويدخل في هذا الإجراء وضع الصورة أسفل الصفحة وهو إجراء مهم لإحياء النصف السفلي من الصفحة، ولتجنب اختلال التوازن بين نصفي الصفحة.

هـ- تكبير أو تصغير الصورة: وذلك في حالة الحاجة إلى حجم مختلف للصورة عن حجمها الأصلي، وفي هذه الحالة نلجأ لتغيير مقاساتها إما بالطريقة الرياضية، أو الطريقة الهندسية وهي طرق قديمة، أو بالطريقة الآلية من خلال استخدام أحد البرامج المتخصصة في الصورة في الحاسوب، مثل برنامج الفوتوشوب وغيره.

٣- كلام الصورة:

تحتاج كل صورة إلى تعليق بسيط يسهل فهمها ويوضح الغامض فيها، فالصورة لا تستطيع القيام بوظيفتها الاتصالية على الوجه الأكمل دون مساعدة الكلمات، ولا يمكن أن تنشر الصورة دون كلام يصاحبها ويفسرها ويعرّف بالأماكن والأشخاص ويفسر العلاقات ويحدد زمان الحدث والتفاصيل الدقيقة له والمعاني المتعددة لها.

ولا يمكن للصورة أن تؤدي وحدها الغرض منها، كما لا يمكن للألفاظ وحدها أن تنجح في أداء مهمتها الإعلامية، وإنما يحدث ذلك بتوافق الصور والألفاظ توافقاً فنياً تاماً.

وهناك عدة مواضع لكلام الصورة ، منها أسفل الصورة، وهو من أفضل الأماكن، حيث تنزلق العين إلى أسفل بمجرد الانتهاء من النظر للصورة فتقع مباشرة على كلامها، بالإضافة إلى أحد الجانبين أو أعلى الصورة، أو وضع الكلام على الصورة نفسها، وهو أسلوب جميل ويساعد على التنوع واستغلال المساحات البيضاء في الصورة، مع مراعاة التباين بين لون الكلام وأرضية الصورة، وإن كان لا يحبذ استخدام هذا الأسلوب كثيراً بسبب اختلاف التدرجات الظلية في الصورة مما يؤدي لاختلاف درجة التباين بين كلام الصورة والأرضية من جزء لآخر في الصورة وبالتالي صعوبة القراءة.

ويراعى في موضع كلام الصورة أن تكون الصورة وكلامها وحدة بصرية واحدة غير منفصلة، وهو ما يتطلب أن يكون الكلام قريباً من الصورة وأن يوضع في اتجاه الحركة فيها.

٤- الصفحة المصورة:

وهي صفحة مهمة للصحيفة يكثر استخدامها في الصحف الحزبية والمتخصصة، وانتشرت كثيراً في القرن الماضي، والصفحة المصورة تعطي المخرج فرصة نشر صور فوتوغرافية رائعة لا تنشر في الصفحات الأخرى، بالإضافة إلى نشر مجموعة من الصور حول موضوع واحد، كما أن اختيار مجموعة صور وعرضها وتنسيقها بشكل جذاب يضاعف تأثير الصفحة خصوصاً إذا كانت مصممة بشكل جيد.

وهناك بعض الصحف تحافظ على صدور صفحة مصورة بشكل دوري ثابت، فيما البعض الآخر يفضل توزيع الصور على الصفحات المختلفة للصحيفة، ومن أسس إخراج الصفحة المصورة:

أ- اختيار عدد قليل من الصور حتى تظهر تفاصيل كل صورة بوضوح.

ب- اختيار صورة مهيمنة على الصفحة تكون معبرة عن جوهر الموضوع.

ج- ترك مساحة معقولة من البياض في الصفحة لإراحة القارئ أثناء المطالعة.

د- توفير مساحة كافية لكلام الصورة، مع تجنب قرب كلام الصور من بعضه البعض وربط كل صورة بالتعليق المصاحب لها بشكل دقيق حتى لا يختلط الأمر على القارئ.
ه- وضع عنوان للقصة الخبرية أو الموضوع بحيث يستلهم جوهر الموضوع.
و- التنويع بين أحجام الصور وقطعها وطريقة عرضها والدرجة الظلية، بحيث تتداخل في تركيب فني ولا تبدو كمجموعة مبعثرة من الصور بشكل يفتت وحدة الصفحة.
ز- الابتعاد عن تجاور الصور مع الإعلانات حتى لا تفقد الصورة تأثيرها، خاصة إذا كانت الإعلانات تحتوي على عناصر تيبوغرافية ثقيلة.
ح- يمكن استخدام صفحتي الوسط كصفحة مصورة واحدة مع احتوائها على صورة مسيطرة ووضع عنوان عريض يمتد بعرض الصفحتين المتقابلتين مع مقدمة في أعلى الصفحة تلخص الموضوع.
ط- تلجأ بعض الصحف إلى تخصيص مساحات ثابتة للصور يمكن أن نطلق عليها (الأبواب المصورة)، وهي مجموعة من الصور تحتل مساحة معينة بشكل دوري ثابت مع التعليق عليها ويراعى في هذه الأبواب أسس إخراج الصفحة المصورة.

رابعاً: إخراج العناوين:

العنوان هو السطر أو مجموعة الأسطر التي تسبق الموضوع وتدل على محتواه، والعنوان عنصر مهم في بناء الصفحات وتحديد هيكلها العام، كما أنه يسهم في تكوين صفحة تعمل على جذب عين القارئ.

١- أساليب إخراج العناوين (طرز العناوين):

ويقصد بطرز العناوين الأشكال التي تظهر بها العناوين من حيث إنفراد سطورها أو تعددها، والطريقة التي ترتب بها السطور في حالة التعدد، وعلاقة اتساعها بالحيز الذي تشغله بين الأعمدة المخصصة لها على الصفحة، وتنقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

أ- العنوان الذي يملأ الاتساع المحدد له: وهو العنوان الذي يشغل الاتساع الكامل للعمود أو الأعمدة التي يجمع فيها، سواء كان العنوان سطر واحد أو عدة أسطر، إلا أن عيوبه كثيرة ومنها أنه لا يترك بياضاً كافياً على جانبيه، ويؤدي إلى تصادم العناوين المتجاورة، وشكل العنوان به غير مناسب بسبب الإسراف في مط الحروف.

ب- العنوان الموضوع وسط الاتساع المحدد له: حيث يتوسط العنوان الاتساع المحدد له بحيث يترك قدراً متساوياً من البياض من الجانبين، وهذا العنوان يسهم في إثارة انتباه القارئ لأن البياض على جانبيه يبرزه ويساعد على وضوحه، ويمنع تصادم العناوين عند تجاورها، كما يوفر بياضاً مريحاً على الجانبين بما يسهم في إبراز العنوان ووضوحه على الصفحة.

ج- المنطلق: ويبدأ هذا العنوان من بداية العمود وتترك نهايته حرة بحيث لا يصل بالضرورة لنهاية الاتساع المخصص له، ويتميز بالبساطة التي تشعر القارئ أنه يتحدث إليه حديثاً طبيعياً دون تكلف، كما أنه يلائم مسرى حركة العين أثناء القراءة، ويعد هذا الطراز جزءاً من اتجاه تجديدي عام يرمي إلى تحرير الإخراج الصحفي والتيبوغرافيا من القيود التقليدية القديمة.

د- المتدلي إلى الجانب: وهو عنوان يوضع إلى جانب الموضوع بحيث يشغل العمود الأول أو أكثر ويجب أن تتحاذى قمة العنوان مع قمة متن القصة التابعة له.

هـ- الذي لا يغطي كل أعمدة المتن: وينشر هذا العنوان على اتساع الموضوع لكنه لا يبلغ العمود الأخير بحيث تلتف بعض أعمدة المتن حول العنوان وتشكل منطقة عازلة تفصله عن عنوان الموضوع المجاور.

و- الممتد كالمظلة: يكون العنوان الممتد عند قمة الصفحة، بينما يتم بناء بقية القصص الخبرية حوله، بحيث تحتوي الصفحة على موضوع واحد مسيطر بالإضافة إلى قصص خبرية مرتبطة به.

ز- الهرمي: ويتكون هذا العنوان من عدد من السطور يضيق اتساعها كلما اتجهنا إلى أسفل، وتأخذ شكل الهرم المقلوب، وهذا الطراز يتميز بالبياض المتروك على جانبي العنوان، بالإضافة إلى أنه يقود العين إلى داخل الصفحة وإلى الموضوع المنشور أسفل العنوان، ويعيب هذا الطراز إذا كان الهرم معتدلاً أن البياض حول العنوان يختلط ببياض الهامش العلوي للصفحة، وانه يمكن استخدامه فقط في حالة عدم وجود عناصر أخرى أعلى العنوان.

ح- **الدمج بين أكثر من نوع من الأنواع السابقة:** وهو إجراء مقبول يتم على أساس المزج بين اثنين أو أكثر من الطرز المعروفة.

٢- اتساع العناوين:

وهي الحيز الأفقي المخصص للعنوان على الصفحة، أو عدد الأعمدة التي يحتلها العنوان، وتنقسم إلى:

أ- العنوان العريض: وهو الذي يمتد على عرض الصفحة بالكامل ويسمى على الصفحة الأولى مانشيت.
ب- العنوان الممتد: ويحتل أكثر من عمود وأقل من عرض الصفحة بعمود.
ج- العنوان العمودي: هو الذي يحتل عرض عمود واحد فقط.

٣- وظيفة العناوين:

وتنقسم العناوين من حيث الوظيفة إلى:

أ- **الرئيسي:** وهو الذي يعبر عن المحتوى الرئيسي للموضوع، ويتميز من ناحية إخراجية بعناصر إبراز أكثر من العناوين الأخرى مثل الحجم، الألوان، نوع الخط، والامتداد على عرض الموضوع.
ب- **الثانوي:** ويساند العنوان الرئيسي، ويوضحه، ويدعم مضمونه، ويعبر عن وجهات النظر المختلفة في الموضوع، وقد يحتوي على عدة أسطر، ويأتي عادةً بعد العنوان الرئيس في الموقع، وقد يتم إخراجه في داخل الموضوع، ويلي العنوان الرئيسي في الأهمية، وعناصر الإبراز المستخدمة معه.
ت- **التمهيدي:** ويسمى الإشاري أيضاً، ويسبق الرئيسي عادةً، ويمهد له.
ث- **البقايا:** وهي عناوين تشير إلى مكان تتمة وبقايا الموضوعات المنشورة في صفحات أخرى غالباً ما تكون الأولى، وتتكون من كلمات قليلة جداً.
ج- **العناوين الفرعية:** وتسمى أيضاً عناوين الفقرات، وعنوان الفقرة هو عنوان يسبق كل فقرة في الموضوع خصوصاً إذا كان طويلاً، ويعبر عن محتوى الفقرة ويلخصا في عدد محدود من الكلمات يتراوح بين كلمة وأربع كلمات على أكثر تقدير، ويؤدي وظيفة إخراجية هي أن يكون بمثابة استراحة للقارئ يتوقف عندها، ويتميز عن الفقرة التي تليه بحجم مختلف، أو سمك أكبر لخطه.

٤- مضمون العناوين:

وتنقسم إلى:

أ- إنشائي:
ب- وصفي:

٥- وسائل إبراز العناوين:

وتنقسم إلى:

أ- استخدام أرضيات تحت العنوان: هو استخدام الأرضية الجريزيه التي يقل فيها التباين بين العنوان والأرضية وتتشوه حروف العنوان نظراً لتداخل خطوط الأرضية مع الحروف.
ب- التنويع في حجم وشكل العنوان: لأن قدرة العنوان على جذب القراء للمادة الصحفية تستلزم مراعاة التباين بين أحجام الحروف المستخدمة في صف عناوين الوحدة الواحدة والتدرج بين العناوين الرئيسية والفرعية.
ت- إطارات حول العنوان.
ث- أرضيات.
ج- ألوان.
ح- خط تحت العنوان.

خامساً: وسائل الفصل:

يعد الفصل بين المواد التحريرية المختلفة مهماً حتى لا تختلط على القارئ هذه المواد فيواصل العبور من موضوع إلى آخر دون أن يدري أن كليهما له استقلاليته مما ينفره من القراءة.

١ ـ الوسائل التقليدية: وتنقسم إلى:

أ- جداول: هي خطوط بسيطة رأسية أو أفقية تفصل بين المواد التحريرية مع بعضها، وبينها وبين الإعلان، أو بين الإعلانات مع بعضها البعض.

ب- فواصل: هي خطوط أفقية تتخذ أشكالاً زخرفية غالباً ولا تتصل أطرافها بالجداول الرأسية.

ج- إطارات: الإطار هو سياج بأربعة أضلاع يحيط بمادة مطبوعة، وقد يقع على عمود أو يمتد على عدة أعمدة، وهو شكل ناتج عن تلاقي أربعة جداول مع بعضها البعض.

د- زوايا: وتنتج عن التقاء أحد جانبي جدول عرضي أو فاصل بالطرف النهائي العلوي لأحد الجداول، وتستخدم الزوايا في الفصل بين الأخبار والموضوعات وخصوصاً في الصفحات الإخبارية والصفحات المتخصصة.

هـ- الأرضيات: هي تلك الظلال الرمادية الواقعة بين الأسود والأبيض، وهي طريقة حديثة وناجحة للفصل بين موضوع وآخر دون اللجوء إلى الإطارات، وتساعد المحرر على إبراز خبر أو موضوع ما.

٢ ـ الوسائل الحديثة: وتنقسم إلى:

أ- البياض: هو ترك مساحة معينة من الورق فارغة دون طبع شيء عليها لأن ذلك يريح عين القارئ، ومن المعروف أن البياض الذي يترك بين الوحدات المستقلة تتيح قدراً من الفصل يتناسب مع وظيفته فهو يتوافق مع المسرى الطبيعي لحركة العين، ويؤدي إلى إضاءة الصفحة بما يكسب محتوياتها درجة عالية من الوضوح، كما يعمل البياض على تحقيق البساطة والهدوء في مظهر الصفحات، لكن استخدام البياض يجب أن يتم بحذر، بحيث لا يقل حتى لا تتداخل الوحدات ولا يزيد بحيث لا يبدو الانفصال ظاهراً وحدات الصفحة، مع ضرورة تقنين توزيع المساحات البيضاء لتشمل كل أجزاء الصفحة.

ب- الصور والعناوين: وهي وسائل حديثة والقارئ ليس متعوداً عليها لذا يجب استخدامها بحذر شديد، خاصة في ظل عدم قدرتها على الاستقلال بنفسها فهي تحتاج إلى بعض الإشارات أو العلامات التي تسهم في الفصل، وكون هذا الأمر يستدعي تغيير السياسة الإخراجية التي تعد جزءاً من شخصية الصحيفة من خلال العمل وفقاً لأساليب الكتل أو الوحدات المتعامدة، بالإضافة إلى عدم تعود القراء عليها.

المبحث الرابع
إخراج الصحف النصفية

تعد الصحف النصفية أو صحافة التابلويد هي الأسبق في الظهور من الصحف العادية حيث مرت أحجام الصحف بمراحل منذ كتب الأخبار مروراً بالصحف النصفية ووصولاً للصحف العادية، وكانت الديلي مرور التي صدرت في العام ١٩٠٣م أول صحيفة في العالم تصدر بالحجم النصفي، وقد ظهرت متغيرات كثيرة خلال النصف الأول من القرن الماضي ساهمت في انتشار الصحف النصفية ومنها:

١- انتشار قراءة الصحف في وسائل المواصلات العامة.
٢- ارتباطها بالطابع المثير الذي تزامن مع الحربين العالمتين الأولى والثانية.
٣- الأزمة الاقتصادية التي شهدها العالم خصوصاً في الحرب العالمية الثانية والتي أثرت على إنتاج وأسعار الورق.
٤- تعود ملايين الجنود على الحجم النصفي والتي كانت تصدر به ملاحق خاصة بهم.

وقد اقترنت الصحف النصفية بالطابع المثير وأصبح مصطلح تابلويد يدل على صحافة الإثارة، لكن تزايد الوعي المهني بأهمية هذا الحجم ودوره في تحقيق متطلبات القارئ ساهم في انفصال مصطلحي الصحف النصفية وصحف الإثارة، حتى أن عدداً من الصحف الجادة والمحافظة تصدر بهذا الحجم، وأدركت الصحف أن الحجم النصفي ما هو إلا حجم مصغر من الصحيفة العادية، ولذا حاولت تقسيم الصفحة لستة أعمدة لتبدو الصفحة أكثر استطالة واستفادت من مذاهب الإخراج الصحفي التي اتبعتها الصحافة العادية وبالذات الاتجاهات التجديدية في إخراج الصفحة الأولى.

ومن المعروف أن حجم الصحيفة العادية يتراوح فيه الطول بين ٥٢ – ٥٦ سم فيما يتراوح العرض بين ٤١ - ٤٣ سم وهو نفسه طول الصحيفة النصفية أم عرضها فيتراوح ما بين ٢٧-٢٩ سم، ولذلك نجد أن الصحف الحزبية وصحف الإثارة والخفيفة وصحف الجريمة والصحف المتخصصة وصحافة الأقاليم تقبل على هذا الحجم من الصحف.

أولاً: إخراج الصفحة الأولى في الصحف النصفية:

تعتبر الصفحة الأولى هي الواجهة التي تجذب القراء للصحيفة، ويشكل حجم الصحيفة النصفي عائقاً أمام حرية عمل المخرج كون المسافة المتاحة في الصفحة الأولى قليلة وبخاصة أن رأي الصفحة الأولى يحتل ما بين ١٥-٢٠٪ من مساحة الصفحة، ويحتوي رأس الصفحة الأولى على اللافتة والأذنان والعنق، أما أساليب إخراج الصفحة الأولى في الصحف المحلية فهي نفسها التي تستخدم في الصحف العادية، مع مراعاة أنه ليس هناك ما يلزم المصمم بالالتزام بالأسلوب، بل يمكن التغيير والتطوير والمحافظة على التوازن الحسي في الصفحة ومراعاة الأهمية النسبية لكل مادة، مع العمل ببعض الاتجاهات التجديدية الخاصة بالصفحة الأولى ومن هذه التجديدات:

١- استغلال الأذنين بمواد إعلانية أو تحريرية أو ارتفاع عمود أو أكثر بدلا من أحد الأذنين لتحيل فيهم أهم خبر أو مادة تحريرية مهمة.
٢- وضع محتويات العدد في رأس الصفحة والاستعانة بالفهارس والإرشادات والملخصات.
٣- وضع عناوين سماوية فوق اللافتة.
٤- ترحيل بيانات التحرير للداخل والاكتفاء بعناوين الموضوعات والصور.

ثانياً: إخراج الصفحات الداخلية في الصحف النصفية:

يعتمد إخراج الصفحات الداخلية على نوعية وشكل الموضوعات فيها وعددها أيضاً، وهذا يستلزم من المخرج معرفة جيدة بالتبويب الصحفي وأنواعه، ويجب عليه أن يفصل في الإخراج بين الصفحات الإخبارية التي تحتوي على عدد كبير من الأخبار والموضوعات والتي يلزمه فيها أن يتعرف على هذه الأخبار وقيمتها الإخبارية وأهميتها ليقوم بتوزيعها بما يتفق مع قيمتها، وبين الصفحات التي تخصص للموضوعات التفسيرية وتحتوي فيها الصفحة على عدد قليل من الموضوعات.

ويبدأ إخراج الصفحات الداخلية بإخراج الإعلانات وفقاً للأساليب الستة المعروفة ثم توزيع بقية الموضوعات على الصفحة، بحيث تعامل الأركان والزوايا الثابتة نفس معاملة الإعلانات، وفي حالة أن يحتل موضوع واحد الصفحة كاملة كتحقيق مثلا تسمى هذه الصفحة (الصفحة المستقلة) وهي التي تحتوي على موضوع واحد فقط، يجب علينا هنا أن نهتم بتحقيق التوازن بين عناصر الصفحة المختلفة بالإضافة لتحقيق التباين بين عناصرها، وأن تتناسب مساحات العناصر التيبوغرافية مع بعضها، وإحياء منطقة المركز البصري مع الاهتمام بالركن الأيسر الأعلى الذي ينتهي عنده اتجاه القراءة وإحياء الجزء الأسفل من الصفحة بصورة أو عنوان ثانوي أو إعلان.

أما في حالة وضع أكثر من موضوع على الصفحة فيفضل وضعها مرة واحدة حتى لا تتقابل الموضوعات أو عناصرها مع بعضها البعض ويفضل فصلها عن بعضها بعناصر فصل مختلفة.

وبالنسبة لإخراج صفحتي الوسط، فإذا احتوتا على موضوع واحد يجب التأكيد على وحدة هاتين الصفحتين **ومن عوامل تحقيق هذه الوحدة:**

١- العناوين الممتدة الرئيسية والثانوية والتمهيدية.
٢- استخدام الصور بمساحات كبيرة تصل بين الصفحتين.
٣- ترويسة مشتركة.
٤- إطار واحد يجمع الصفحتين، أو أرضية واحدة مشتركة.
٥- استغلال الهامش بين الصفحتين في إضافة عمود بينهما.
٦- قلب اتجاه الصفحة ليأخذ الشكل الرأسي أي مماثل للصحيفة العادية.

وفي حالة وجود موضوعين على الصفحتين بحيث يمتد احدهما من صفحة لأخرى يتم التأكيد على عناصر الوحدة داخل الموضوع الواحد، مع فصل الموضوعين عن بعضهما البعض، وفي حالة اختلاف محتوى الصفحتين يتم التأكيد على عناصر الفصل وهي عكس عوامل الوحدة السابقة.

أما إخراج الصفحات المتخصصة، فإنه يرتبط بنوعية موضوعاتها المتخصصة من حيث كونها جادة أو خفيفة مما يؤثر على اختيار قطع الصور وأنماط حروف العناوين والإطارات وعناصر الإبراز المختلفة، ويبدأ إخراج الصفحات المتخصصة بإخراج الإعلانات ثم إخراج الأبواب والأركان والأعمدة الثابتة، ثم تحديد مساحة الوحدات المتغيرة وتحديد مواقعها وفقاً لقيمتها الإخبارية وأهميتها النسبية، بحيث يتصدر الموضوع الرئيس الصفحة ثم توزيع باقي الوحدات مع الحرص على تحقيق التوازن والتجانس والتناسق وعدم إغفال الجزء الأسفل من الصفحة وإحياؤه ببريد القراء أو صورة أو إعلان.

ويجب هنا التأكيد على أهمية الفصل بين الموضوعات المختلفة خصوصاً وأنها مشتركة في التخصص مما يسبب تداخلاً بين وحدات الصفحة في حالة عدم التأكيد على عناصر الفصل كالإطارات والخطوط والجداول والأرضيات.

ثالثاً: إخراج الصفحة الأخيرة في الصحف النصفية:

تعد الصفحة الأخيرة بمثابة غلاف ثاني للصحيفة النصفية وقد تعرض عليها، وتوضح شخصيتها وتميزها الأمر الذي حدا بالصحف للاهتمام بها ووضع اللافتة عليها بحيث تظهر وكأنها صفحة أولى ثانية، وتقوم السياسة التحريرية في الصفحة الأخيرة على استكمال الدور الذي تقوم به الصفحة الأولى في إثارة اهتمام القارئ وجذبه.

ومن المعروف أن كثيراً من الصحف تستخدم الصفحة الأخيرة كصفحة أولى بديلة في حالة تخصيص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية، على أن تنشر الموضوعات غير الجادة كالطرائف والمفارقات ومقالات الرأي في الصفحة الأخيرة، وفي هذه الحالة تحمل الصفحة البديلة الوحدات والعناصر التيبوغرافية المميزة للصفحة الأولى مثل اللافتة والعنق والأذنان.

والصفحة الأخيرة في الصحف النصفية بالذات تعتبر غلاف ثاني لها يسهم مع غيره من العناصر في تحديد شخصية الصحيفة وتمييزها، خاصة أن الصحيفة النصفية يمكن أن تعرض على صفحتها الأخيرة وهو ما يدعم الاتجاه إلى تكرار وضع اللافتة عليها.

ويتسم مضمون الصفحة الأخيرة بالأخبار الخفيفة والمصورة والأخبار الفكاهية والكاريكاتير وأخبار المزادات والاكتشافات والأعمدة الصحفية المشهورة، ولذا نجد كثيراً من القراء يقرأ منها قبل الصفحة الأولى أحياناً.

ويحتل العمود الصحفي يحتل مكاناً ثابتاً لا يتغير على صفحات الجريدة، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت، وبنفس العناصر الطباعية.
ومن المعروف أن رسوم الكاريكاتور تلقى إنقرائية كبيرة من كافة القراء من ذوي الأعمار المختلفة، فهي بمثابة مقال قصير يحمل في طياته فكرة معينة، ولذا تحافظ الصحف وخاصة الحزبية على احتلال هذه الرسوم مواقع بارزة في الصحيفة وخصوصاً في الصفحة الأولى والأخيرة.

ونتيجة للمضمون المتميز للصفحة الأخيرة، وفي محاولة لجذب انتباه القارئ تكرر الصفحة اللافتة وأحياناً رأس الصفحة الأولى بالكامل، ويستخدم المخرج فيها القطع غير المألوف للصورة، واستخدام الخط الحر في كتابة عناوينها، لتوظيف التنوع على الصفحة وإعطائها طابعاً متميزاً عن الصفحات الداخلية، كما تستخدم الإطارات بوصفها أداة للفصل والتمييز والجذب لبعض الموضوعات ذات الطابع الخاص التي يرى المصمم ضرورة إبرازها، مع التحرر من قيود الأعمدة والتأكيد على عناصر المختلفة كالإطارات والأرضيات والجداول واستغلال عنصر اللون في الصور والأرضيات والعناوين.

المبحث الخامس
إخراج المجلات

اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم دقيق للمجلة، ويرى البعض أنها مشتقة لغوياً من جلا أو جلاء بمعني ظهر ووضح، والمجلة تعني استجلاء الحقيقة، وترجع كلمة (**Magazine**) الانجليزية لأصل فرنسي مأخوذ عن الكلمة العربية مخزن بمعنى المحتوى المتنوع.

وظهر مصطلح المجلة حديثاً عام ١٧٣١م ليصف المطبوع الذي يتخذ شكل الصحيفة لكن محتواه متنوع، كما يطلق عليها بالإنجليزية لفظ (**Review**) ومعناها الحرفي إعادة النظر فيما طبع من أخبار وأحداث في الصحف، أي إبداء وجهة نظر في الأحداث ومراجعتها، وتأخذ المجلة من الكتاب عمقه ومن الصحيفة مجاراتها لجوانب الحياة وسرعة حدوثها.

ويمكن أن نقول أن المجلة هي مطبوع دوري يحتوي على مادة مقروءة متنوعة، وتختلف المجلة بذلك عن الصحيفة في عدة نواحي، وأهم ما يميز المجلة:

١- صدورها في غلاف يعبر عن محتواها ويحفظها لفترة طويلة من الزمن.

٢- وحدة النشر فيها الموضوع بعض النظر عن المساحة التي تحتلها، في حين أن وحدة النشر في الصحيفة العمود.

٣- دوريتها طويلة تبدأ من أسبوع مروراً بالشهر، ثم الفصل ثم نصف السنة ثم السنة.

أولاً: أهم الاختلافات بين الصحيفة والمجلة:

وجه الاختلاف	الصحيفة	المجلة
الغلاف	لا يوجد بها غلاف	بها غلاف من ورق أسمك وأكثر جودة
إمكانية الاحتفاظ بها	لا توجد إمكانية للاحتفاظ بها ولا داعي لذلك بسبب طبيعة مضمونها	توجد إمكانية للاحتفاظ بها بسبب نوع الورق وتحتاج إلى ذلك لطبيعة المضمون
وحدة النشر	العمود	الموضوع والصفحة
الدورية	قصيرة أسبوع فأقل	طويلة أسبوع فأكثر
استخدام الصور	المادة الغالبة هي المتن	تحتل الصور مساحات كبيرة
نوع الورق	أقل جودة غالباً ورق الجرائد	أكثر جودة غالباً ورق الكتاب
استخدام الألوان	تستخدم الألوان باعتدال في بعض الصفحات	تستخدم الألوان بإسراف في معظم أو كل الصفحات
نوعية المضمون	يميل إلى الجانب الخبري	يميل إلى الجانب التفسيري
عدد الصفحات	متوسط في حدود ٤٠ صفحة	كبير يصل إلى المئات
الفهارس	لا يوجد فهرس	بها فهرس كامل أو شبه كامل
الحجم (القطع)	إما نصفي أو عادي	إما كبير أو مسطح أو عادي أو صغير
التخصص	تميل إلى المضمون العام	تميل إلى المضمون المتخصص
التنوع	مادتها أقل تنوعاً	مادتها أكثر تنوعاً
التماسك	لا يوجد بها تماسك عضوي أو معنوي	يوجد بها تماسك عضوي ومعنوي
التبويب	تبويب برقم الصفحة والموضع على الصفحة	تبويب بترتيب الموضوعات والأبواب الدائمة
الثمن	قليل	مرتفع

ثانياً: مكونات التصميم الأساس في المجلة:

١- الحجم (القطع): هناك أربعة أنواع معروفة لقطع المجلة، وهي:
أ- القطع الكبير: وهو قريب من القطع النصفي في الصحف ومن قطع **A3** في الورق، ويساوي تقريباً ٢٨×٤٠ سم، ويمكن تقسيم الصفحة فيه إلى أربعة أعمدة، ويندر استخدامه الآن بسبب تفضيل القراء للحجم الصغير، ومن أمثلته مجلتي المصور وآخر ساعة قديماً.
ب- القطع المسطح: ويساوي تقريباً ٢٥×٣٥ سم، ويمكن تقسيم الصفحة فيه إلى ثلاثة أعمدة، ومن أمثلة المجلات التي تستخدمه آخر ساعة حالياً.
ج- القطع العادي: وهو يساوي نصف القطع النصفي في الصحف وقريب من قطع **A4** في الورق، ويساوي تقريباً ٢٠×٢٨ سم، ويمكن تقسيم الصفحة فيه إلى عمودين، ومن أمثلة المجلات التي تستخدمه المشاهد السياسي.
د- القطع الصغير: ويسمى قطع الجيب، وهو يساوي تقريباً ١٤×٢٠ سم، ويمكن تقسيم الصفحة فيه إلى عمودين، ومن أمثلة المجلات التي تستخدمه الهلال المصرية و **Readers Digest** الأمريكية.

٢- دورية الصدور: تمتاز دورية الصدور بالمجلة عموماً بالطول، تبدأ من الأسبوعية وتنتهي كل خمس سنوات، وهي: أسبوعية مثل المشاهد السياسي، ونصف شهرية، وشهرية مثل البيادر السياسي، وفصلية (كل ثلاثة أشهر)، وربع سنوية (كل أربعة أشهر)، ونصف سنوية (كل ستة أشهر)، وسنوية.
وتميل المجلات السياسية والعامة إلى الدورية القصيرة، فيما تفضل المجلات الأدبية والثقافية والمتخصصة الدورية الطويلة، أما المجلات البحثية والعلمية المحكمة فتفضل الدورية الطويلة.

٣- نوع الورق: تستخدم المجلة عدة أنواع من الورق كلها في الغالب من الأنواع الجيدة من ورق الكتاب، ففي الغلاف تستخدم المجلة ورق فاخر سميك للحفاظ عليها من عوامل التلف، وفي الصفحات الداخلية تستخدم المجلة أحد أنواع ورق الكتاب حسب إمكانياتها الاقتصادية، وقد تميز المجلة بعض الصفحات بورق خاص، كما يمكن أن تستخدم المجلة ورق فاخر سميك إذا أصدرت هدية بوستر أو كوبونات اشتراكات وغيرها.

٤- غلاف المجلة: حيث أن الغلاف به مجموعة كبيرة من العناصر والوحدات الثابتة.

ثالثاً: غلاف المجلة:

غلاف المجلة هو أهم ما يميزها عن الصحيفة لمجموعة من الاعتبارات، ويبدأ تصميمه بعد الانتهاء من إخراج المجلة.

١- وظائف غلاف المجلة:
أ- التعبير عن محتوى موضوعات المجلة، واختيار أقوى الموضوعات ووضعها على الغلاف.
ب- المحافظة على شخصية المجلة، وصورتها الذهنية لدى الجمهور.
ج- إضفاء الجاذبية على المجلة وإثارة اهتمام القارئ بمحتوياتها.
د- حماية المجلة وحفظها من التلف فترة زمنية طويلة.

٢- مكونات غلاف المجلة:
ويتكون الغلاف في المجلة من أربع صفحات اثنتان خارجيتان تسمى الأولى صدر والثانية ظهر، واثنتان داخليتان تسمى كل منهما بالبطن، ولكل منها مهمته التحريرية والإخراجية، وهي:
أ- بطن الغلاف الأمامي: وله أهمية كبيرة في جذب القارئ لأنه يقابل الصفحة التحريرية الأولى في المجلة، ويمكن استغلاله للكاريكاتير أو الإعلان أو صورة تعبيرية أو أخبار خفيفة.
ب- بطن الغلاف الأخير: ويستمد قيمته من المادة التحريرية المقابلة له في أخر صفحات جسم المجلة، ويحتوي عادة على مقال خفيف كالعمودي أو اليوميات أو يوضع إعلان عليه.

ج- ظهر الغلاف الأخير: ليس له قيمة تحريرية كبيرة مع أن بعض المجلات تستخدمه كغلاف تحريري ثاني، مع مراعاة تحقيق الوحدة بين الغلافين الأول والأخير خصوصاً في وحدة الأرضية خوفاً من حدوث تضارب، وتستغله معظم المجلات كمساحة إعلانية أو في وضع صورة جمالية أو تعبيرية.
د- صدر الغلاف الأمامي: وهي أهم صفحة في صفحات الغلاف.

٣- صدر الغلاف الأمامي في غلاف المجلة:

وهي أهم صفحة، وتتميز بوجود مجموعة من العناصر والوحدات الثابتة، ومن أهمها:

أ- اسم المجلة وشعارها:

ويفضل في اسم المجلة اختيار نمط الحروف اعتماداً على الخط اليدوي لتحقيق التفرد والتميز والجاذبية وسهولة التعرف عليه وحفظه وتذكره، ويتم وضعه في مكان واضح عادة في الجزء العلوي من الغلاف ويرتبط اتساعه باتجاه التصميم، فالبعض يضعه على عرض الصفحة والبعض أقل من ذلك في أحد الركنين أو في الوسط، كما يراعي في اختيار لون الاسم والشعار تباينه مع لون أرضية الغلاف أو الصورة.

ويعد اسم المجلة عنصر غير مقروء تفصيلاً وإنما يميز المجلة عن غيره، ولذا يجب مراعاة أسس الوحدة فيه، ومن بينها الحجم الذي يجب أن يكون ثابتاً، ونوع الخط، فيما يسمح بالتنوع في اسم المجلة من خلال الموضع الذي يمكن تغييره من عدد لآخر ويتوقف ذلك على طبيعة الفكرة التصميمية واتجاه الحركة في صورة الغلاف، وعدد الصور المنشورة، كما يمكن تغيير اللون من عدد لآخر تبعاً لتغير لون الأرضية التي يطبع عليها الاسم سواءً كانت صورة فوتوغرافية أو أرضية ملونة.

وتعمد كثير من المجلات إلى إخفاء جزء من اسم المجلة، عن طريق صورة مثلاً ونلاحظ أن عين القارئ تكمل الحروف المختفية وفق نظرية الإغلاق، ويرجع السبب في ذلك إلى إضفاء مزيد من التنوع حيث يختلف الجزء المخفي من عدد لآخر، ولأن اسم المجلة غير مقروء لذاته، ولإضفاء نوع من الجاذبية والجمال على شكل الاسم.ويراعى ألا يؤثر الإخفاء على جزء كبير من الاسم، ومن الممكن أن يختلف الجزء الذي يتم إخفاؤه من عدد لآخر.

ب- البيانات الخاصة بالعدد:

مثل التاريخ ورقم العدد والسعر، وتوضع أسفل الاسم أو رأسياً في الجانب الأيمن للمجلة.

٣- الإشارة الركنية:

وتوضع عادة أعلى يسار صدر الغلاف وتتخذ شكل المثلث أو الشريط ويمكن أن تخفي جزءاً من اسم المجلة، وتبدو واضحة رغم صغر حجم حروفها بسبب أهمية موضعها وتميزها بعنصر اللون، وتخصص هذه الإشارة لنوع معين من الموضوعات مثل الملف وهو مجموعة من الموضوعات حول قضية معينة داخل العدد، أو لأهم تحقيق أو حملة صحفية داخل العدد.

٤- تقسيمات الغلاف الأمامي في غلاف المجلة:

أ- تحريرياً: ينقسم إلى:

أ/١ الغلاف الإخباري: وهو غلاف يقول شيئاً للقارئ من خلال إشارته للأخبار المهمة في العدد.
أ/٢ الغلاف الموضوعي.
أ/٣ الغلاف الإيضاحي.
أ/٤ الغلاف الجمالي: ويهتم بإحداث تأثيرات نفسية للقارئ باستخدام الصور والرسوم الجمالية.
أ/٥ الغلاف الساخر.

ب- إخراجياً من حيث الشكل: وينقسم إلى:

ب/١ الغلاف المصور: الذي يعتمد على الصور لإبراز الموضوعات والشخصيات داخل العدد.
ب/٢ غلاف الرسوم: التعبيرية أو الساخرة بالاعتماد على ريشة الفنان.
ب/٣ غلاف النقوش أو الزخارف: كالمؤسسات الدينية.
ب/٤ الغلاف يجمع بين عنصرين أو أكثر من العناصر السابقة.

٥- اعتبارات مهمة في إخراج غلاف المجلة:
أ- السهولة والبساطة في الغلاف ليسهل فهم معناه.
ب- جاذبية العناوين وتنوعها.
ج- مراعاة عنصر الجمال والجاذبية في تصميم الغلاف مما يدفع القارئ للاحتفاظ بالمجلة.
د- الاهتمام بعنصر اللون، خصوصاً علاقة لون الاسم بالأرضية، وألوان الصور والعناوين وتدرج الألوان وتعددها.

رابعاً: تبويب وترتيب موضوعات المجلة:

ويبدأ إخراج وتصميم المجلة بتبويبها وتوزيع الموضوعات داخلها مع التمييز بين الموضوعات المصورة وغير المصورة، والموضوعات الملونة وغير الملونة ثم تحديد عدد الصفحات التي تمثل مساحة الموضوع حسب أهميته وعناصره المختلفة.
والتبويب هو توزيع الموضوعات على صفحات المجلة بشكل ثابت وجذاب، ويخالف عنه في الصحيفة ففي الصحيفة توضع الموضوعات الخبرية والعامة في الجزء الأول، في حين توضع الموضوعات التفسيرية والمتخصصة في الجزء الثاني، ويكون التبويب دقيقاً برقم الصفحة والموضع على الصفحة، أما في المجلة فتقسم صفحاتها إلى أبواب وراء بعضها البعض.
والتبويب أول خطوة يقوم بها المصمم، حيث يحدد موقع ومساحة كل موضوع مراعياً أهمية ومساحة النص، والصور المرفقة، وتوزيع الألوان، ويعد المصمم قائمة توزيع الصفحات التي تسمي أيضاً خريطة المجلة وتحتوى على أرقام الصفحات وموضوعاتها وألوانها.
وخريطة العدد هي قائمة لتوزيع الموضوعات يتم فيها توضيح أرقام الصفحات بشكل تصاعدي من اليمين، وتنازلي على اليسار بحيث تتقابل الصفحات المتقابلة أثناء الطباعة، وتوضح فيها الصفحات الملونة بألوان منفصلة أو مركبة.
ويبدأ جسم المجلة عادةً بصفحة تحتوي على فهرس لموضوعاتها يسمى قائمة المحتويات ويشير هذا الفهرس للأبواب والزوايا في المجلة ويرشد القارئ لها، ويتم ترتيبها إما بترتيب أرقام الصفحات، أو بترتيب الموضوعات المتجانسة بغض النظر عن رقم الصفحة، أو الترتيب حسب أهمية الموضوعات بغض النظر عن رقم الصفحة.
وتضم هذه الصفحة عادة بيانات خارجية مثل الاسم والشعار وجهة الإصدار والمسئولين والعناوين، والموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني، وأسعار البيع والاشتراك، ويمكن أن تكون قائمة المحتويات في صفحة أو اثنتين وقد تحتوي على كلمة افتتاحية للمجلة، ويجب المحافظة على ثبات مساحتها وموقعها والعناصر التيبوغرافية المرافقة لها.

رابعاً: تصميم صفحات المجلة:

في حين تكون وحدة التصميم في الصحيفة العمود أو الصفحة، فإن وحدة التصميم في المجلة هي الموضوع بغض النظر عن المساحة التي يحتلها سواء كان صفحة أو أكثر مع مراعاة الأسس الفنية في بناء العناصر التيبوغرافية وعلاقتها ببعضها البعض.
وفي حالة احتلال الموضوع صفحة واحدة وعادة ما يكون مقالاً، يصاحبه عنوان وصورة واحدة تكون في الغالب صورة كاتب المقال، ويراعي وضع العنوان أعلى الصفحة، وتحدد حروفه وفقاً للمتن ومساحته، وأصبح مقبولاً عدم نشر صورة كاتب المقال لأنه يقرأ على اسم كاتبه وليس على صورته، وقد يوضع العنوان رأسياً على الجانب الأيمن بحيث يحتل مساحة عمود أو جزء منها، ونضع المقال داخل إطار أو فوق أرضية معينة لإبرازه، وتقسيمه لعدد من الأعمدة، مع مراعاة التوازن بين العناصر المختلفة المكونة للموضوع وإحداث نوع من التباين بينها.
وفي حالة الموضوعات المتفرقة يراعي عنصر الفصل بينها.

رابعاً: تصميم الصفحات المتتابعة في المجلة:

غالبية الصفحات في المجلة تمتد لأكثر من صفحة وتصل إلى أربع صفحات أو أكثر، وهذا يعني أن الموضوع سيمتد على صفحات متتابعة، مما يترتب عليه وجود صفحات متقابلة لنفس الموضوع، وقبل أن يبدأ المخرج في تصميم الصفحات المتتابعة يجب عليه أن يعرف:

- ❖ المساحة الكلية المتاحة للموضوع.
- ❖ أهمية العناصر التيبوغرافية المستخدمة وعلاقتها ببعضها البعض، ودورها في ربط الصفحات.
- ❖ توزيع العناصر الرئيسية والثانوية على الصفحات وعدم تكديسها في صفحة واحدة.
- ❖ التمييز بين الصور وفق أهميتها وتوزيعها على الصفحات.

١- طرق إخراج الصور في الصفحات المتقابلة في المجلة:

أ- أن تشكل الصور حول النص إطاراً مفتوحاً.
ب- أن تتقاطع الصور مع النص فتقسمه لنصفين.
ج- أن تحتوي الصور النص سواء كان من جهة بداية أو نهاية النص.
د- أن تشكل الصورة أرضية فاتحة للصور للنص أو أرضية معتمة بحيث يكون النص بلون فاتح.

٢- اعتبارات إخراج الصفحات المتتابعة:

أ- يفضل إخراج أول صفحة من الموضوع على اليسار بشكل غلاف داخلي للموضوع تحتل الصورة والعناوين الجزء الأكبر منه.
ب-التنويع في إخراج الصفحات المتتابعة وربطها من خلال الصور والعناوين والأرضيات والألوان والإطارات.
د- طبيعة الموضوع تؤثر في تحديد مساحة الصور وتوزيعها والقطع المستخدم، ومن الضروري ألا يشعر القارئ بالقطع الواضح بين الصور والنص.
د-استخدام إشارات النقل لصفحات تالية في حالة زيادة عدد الصفحات، مثل العناوين المصغرة أو شكل الغلاف المصور للموضوع، ومراعاة إشارات الترحيل رغم أن الترحيل عادة غير متبعة في المجلات.
هـ- الإعلانات التي تشغل صفحة كاملة يفضل وضعها على الصفحة اليمنى لتحقيق التباين مع المادة التحريرية، والإعلانات التي تقل عن صفحة تعامل معاملة الصور.
و- بالنسبة للصور والرسوم نراعي الآتي:
و/١ توزيع الصور بين صفحات الموضوع بشكل متوازن.
و/٢ التنويع في القطع المستخدم للصورة، واستخدام القطع غير المألوف.
و/٣ يمكن وضع الصورة في جوانب وأركان الصفحة للاستفادة من الهامش الأبيض للصفحة.
و/٤ تخفيف إعتام الصورة عند استخدامها كأرضية مع جمع النص بحروف واضحة كبيرة أو سوداء.
و/٥ معاملة الرسوم بنفس الطريقة مع مراعاة العلاقات الظلية بينها وبين الصور والعناوين.

المبحث الرابع
التطورات التقنية في مجال طباعة وإخراج الصحف

أولاً: الصور الفوتوغرافية الالكترونية (الرقمية):

ظل الفلم الحساس فترة طويلة هو أساس عملية التصوير الفوتوغرافي، ولما كانت الصحافة تتطلب سرعة فائقة في نقل الخبر والصورة وهو ما يتعارض مع مراحل التحميض وإظهار الصورة ومسحها ضوئياً، فقد فكرت بعض الصحف في الاستعانة بالكاميرات الالكترونية التي تحول الصورة إلى بيانات رقمية يتعامل معها الحاسب (الآلي) وهذه الكاميرات استغنت عن الفيلم الخام، وظهرت لأول مرة عام ١٩٨٦م.

وكانت أول صورة الكترونية تنشر في الصحافة هي الصورة التي ظهرت على الصفحة الأولى لصحيفة **USA Today** في ١٩ أكتوبر ١٩٨٧م، ثم توالت الصحف الأمريكية التي تعتمد هذا النظام، وتطورت الكاميرات الرقمية حتى أصبحت في متناول الهواة وتطورت إمكانياتها ونقاوة الصورة فيها فأصبحت تضاهي الصور الفوتوغرافية في دقتها، وتطورت سعة التخزين فيها فأصبحت تتسع لعشرات الصور ذات الجودة العالية.

مزايا أنظمة التصوير الالكتروني:

١- استقبال صور وكالات الأنباء ورؤيتها على الشاشة قبل تحميضها.
٢- تكوين أرشيف إلكتروني للصور أسهل في الاسترجاع وأقل في المساحة ويمكن حفظه فترة زمنية أطول.
٣- تسريع وقت الحصول على الصورة بفضل اختصار مراحل متعددة مثل التحميض والمسح الضوئي.
٤- توفير الوقت والجهد والتكاليف.

وقد تطورت طرق إرسال الصورة الكترونياً، وأصبحت ترسل على التليفون أو الأقمار الصناعية، وحديثاً عن كريق شبكة الإنترنت العالمية.

ثانياً: الطبعات الدولية والأقمار الصناعية:

ظلت الصحف حتى وقت قريب تطبع في مكان واحد وتنقل النسخ المطلوب توزيعها بوسائل النقل العادية، ورغم تطور وسائل النقل وزيادة سرعتها إلا أن الحاجة زادت إلى وسيلة أخرى لطباعة الصحف في نفس الوقت في عدة أماكن واختصار الوقت الذي تستغرقه في الوصول إلى أماكن أخرى في نفي البلد، أو بلدان أخرى حيث كانت الصحف الدولية ترسل نسخها بالطائرات.

وفي البداية كان أسلوب نقل الأخبار متفرقة يعتمد على آلة التيكرز التي تستخدمها وكالات الأنباء بالإضافة إلى التيلكس، وفكرت بعض الصحف في نقل الصفحة كاملة باستخدام الفاكسيملي إلا أن تكاليفه كانت باهظة ودقته محدودة وسرعة النقل بطيئة حيث كانت الصفحة الواحدة تستغرق ٣٠ دقيقة عام ١٩٥٩م، ثم تطورت إلى ٥ دقائق عام ١٩٦٥م، وبعد هذا التطور انتشر هذا النظام وكانت أول صحيفة تستخدمه هي صحيفة (أساهي شيمبون) اليابانية لطباعة نسخ متعددة في الجزر اليابانية.

وفي عام ١٩٧٨م ظهر أول نظام لاستخدام الأقمار الصناعية في بث الصور وصفحات الجريدة الكاملة، وتميز بدرجة وضوح عالية وسرعة كبيرة في نقل الصحيفة وصلت إلى ثلاثين ثانية للصفحة الواحدة، ثم تطورت هذه الأنظمة وتضاعفت قدراتها وانتشر استخدامها في كثير من الصحف العالية، وشجعت كثير من الصحف على إصدار طبعات دولية حتى وصل عدد المؤسسات التي ترسل صفحاتها عبر الأقمار الصناعية إلى ١٠٠ مؤسسة بحلول العام ١٩٨٧م.

وهناك طريقتين لإرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية: هما المسح الضوئي، وطريقة النقل عبر الملفات من كمبيوتر إلى آخر وهي طريقة تسمح للمستقبل بإدخال تعديلات مطلوبة.

وكانت صحيفة المجاهد الجزائرية هي الصحيفة العربية الأولى التي تنقل الصفحات بالفاكسملي عام ١٩٧٤م، أما الأهرام الدولي فقد صدرت في لندن عام ١٩٨٤م ثم ظهرت طبعة نيويورك عام ١٩٨٧م ثم فرانكفورت، وبعدها انتشرت في عدة أماكن بالعالم، وتطبع الأهرام الدولي في ٢٢ صفحة بعد أن يتم تعديلها في القاهرة لملائمة القارئ المغترب المصري والعربي، كما يتم تبويبها بشكل مختلف لترسل جاهزة للطبع إلى الأماكن التي ستطبع فيها.

أما صحيفة القدس الفلسطينية فبدأت في إصدار طبعة دولية في لندن سرعان ما انفصلت عنها، وتكونت صحيفة مستقلة سميت القدس العربي.

وتطورت طرق النقل بالأقمار الصناعية، ودخل إلى هذا المجال الانترنت والبريد الإلكتروني فسهل من عملية نقل الصفحات على هيئة ملفات كمبيوتر وأصبحت بذلك عملية الطبع في عدة أماكن غاية في السهولة.

ثالثاً: الصحف الإلكترونية وصحف الإنترنت:

تعددت محاولات الصحف الغربية للخروج من قوقعة الورق التي لازمت الصحافة منذ بدايتها، وظهرت محاولات متنوعة لتغيير الشكل الذي تتخذه الصحيفة مثل الفيديوتكست والتليتكست وغيرها، وبدأت محاولات جادة في هذا الإطار خصوصاً بعد أزمات الورق.

وظهر مفهوم الجريد الإلكترونية مع محاولة صحف أميركية كبرى توزيع أخبارها عبر البث الشبكي للأجهزة التلفزيونية في منازل المشتركين، وهي محاولات إما أحادية الاتجاه مثل التليتكست وإما الفيديوتكست يطلب فيها المشترك ما يشاء.

١ـ ظهور الصحف الإلكترونية على الإنترنت:

إلا أن النقلة النوعية للجريدة الإلكترونية كانت بحق مع انتشار الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، وخصوصاً مع النمو الهائل لأجهزة الحاسب الشخصي ودخولها كثير من البيوت في الغرب وحتى في الدول النامية.

ومنذ بداية عقد التسعينيات من القرن العشرين بدأت أعداد مستخدمي الإنترنت تتزايد باطراد، ففي عام ١٩٩٢م كان عدد المستخدمين خمسة ملايين، وفي نهاية عام ١٩٩٧م وصل عددهم إلى مائة مليون، وفي عام ٢٠٠٠م بلغوا مائتي مليون مستخدم نصفهم في الولايات المتحدة الأمريكية، في حين أن عدد المستخدمين العرب وقتها لم يتجاوز المليونين.

وتؤكد هذه الأرقام حجم التسارع الذي تتميز به الشبكة العنكبوتية الهائلة وسرعة انتشارها وتضاعف أعداد مستخدميها، والإمكانيات التي تتيحها، الأمر الذي حدا بالصحف للتفكير جدياً في استخدامها لإيصال نسخها الإلكترونية للقراء في الوطن والخارج.

وكانت صحيفة (هيلزنبورج إجبلاد) السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت عام ١٩٩٣م، ثم أعقبتها معظم الصحف الأمريكية والغربية تباعاً، حيث أن ٩٧٪ من الصحف الأمريكية لها طبعات إلكترونية على الإنترنت، وفي عام ١٩٩٦م وصل عدد الصحف الإلكترونية على الإنترنت إلى ٢٢٠٠ صحيفة.

٢ـ الصحف العربية على الإنترنت:

وعلى مستوى الصحف العربية كانت صحيفة الشرق الأوسط السعودية الأولى في هذا المجال بإصدارها طبعة إلكترونية عام ١٩٩٥م، تلتها صحيفة النهار اللبنانية عام ١٩٩٦م، وفي نفس العام أيضاً صحيفة الحياة اللندنية، وتقدر أعداد الصحف العربية على الإنترنت حالياً ببضع مئات.

ولم يقتصر استغلال الإنترنت كوسيلة إعلامية على الصحف فقط، بل نشأت صحف إلكترونية بالكامل دون أن يكون لها نسخة ورقية، كما انضمت الإذاعة والتلفزيون والمجلات إلى هذا المضمار، ووفقاً لإحصائيات عام ١٩٩٧م هناك على الإنترنت ٢٥٧٧ مجلة، و٩١٨ محطة تلفزيون، و١٣٨٩ محطة إذاعة.

وعلى الصعيد المحلي، توجد للصحف اليومية الثلاثة وهي القدس والأيام والحياة الجديدة نسخ إلكترونية يومية بالإضافة إلى الصحف الأسبوعية مثل الاستقلال والرسالة والكرامة، وعدد من المجلات الفلسطينية.

٣ـ أنماط إصدار الصحف الإلكترونية على الإنترنت:

على الرغم من تشابه الصحيفة الورقية والصحيفة الإلكترونية فيما تقدمانه من موضوعات، إلا أن الإمكانيات الهائلة التي يتيحها الإنترنت تستلزم من الصحيفة الإلكترونية تغيير نمط إصدارها عن طبعتها الورقية، ويمكن أن تستخدم الصحيفة أحد الأنماط الآتية في عرض نسختها الالكترونية على شبكة الإنترنت:

أ- الصفحات المصورة (GIF): ويتم فيها عرض الصفحات على شكل صور بامتداد GIF وهو ما لا يسمح بتخزين النص أو تحريره أو التعامل معه وهي تقنية ضعيفة.

ب- الصفحات المصورة (PDF): وهي تقنية تسمح بعرض الصفحة كاملة بما فيها من نصوص وصور على شكل صورة متكاملة نقية وقابلة للفرز والطباعة، ومع ذلك فإن هذه الصفحة يمكن أخذ النصوص منها وتحريرها.

ج- النصوص والوسائط الفائقة: وهي تقنية الإنترنت نفسه، حيث يتم تصميم موقع الصحيفة على شكل صفحة رئيسية تمتد منها صفحات فرعية حسب الموضوعات المختلفة وتستغل فيها عنصر الربط والوسائط المتعددة مثل وصلات الفيديو والصوت، وتنقسم إلى:

ج/١ النص الفائق: وهو نص الموضوع