وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
شعبة علوم الاعلام والاتصال

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص : اتصال و صحافة مكتوبة
الموسومة بـ:

الإخراج الصحفي للصفحة الأولى للجريدة و أثره على القارئ

دراسة وصفية تحليلية لجريدتي الشروق اليومي و النهار الجديد نموذجا

من إعداد الطلبين :

- حليمة سالم عبد القادر
- صابري سفيان

إشراف الأستاذ:

* د. لعماري بوجمعة

السنة الجامعية: 2015 – 2016

خطة الدراسة

الشكر

الإهداء

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

تحديد الإشكالية

تساؤلات الدراسة

أهمية الموضوع وأسباب اختياره

أهداف الدراسة

الدراسات السابقة

منهج الدراسة

أدوات الدراسة

مجتمع البحث عينة الدراسة

تحديد المصطلحات

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : الإخراج الصحفي مذاهبه و أسسه

المبحث الأول : مفهوم الإخراج الصحفي

المبحث الثاني : مذاهب الإخراج الصحفي

المبحث الثالث : أسس الإخراج الصحفي

الفصل الثاني : الإخراج الصحفي للصفحة الأولى للجريدة وأهميته

المبحث الأول : عناصر الصفحة الأولى وأهميتها في الجريدة

المبحث الثاني : العناصر التبوغرافية للصفحة الأولى

المبحث الثالث : الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الأولى

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول : تحليل شكل جريدتي" الشروق اليومي " و "النهار الجديد"

المبحث الأول : تحليل عينة جريدة "الشروق اليومي "

المبحث الثاني : تحليل عينة جريدة "النهار الجديد "

المبحث الثالث : نتائج التحليل والفروق الإخراجية بين الجريدتين

الفصل الثاني : عرض وتحليل الدراسة الميدانية

المبحث الأول : القارئ والشكل العام للجريدة

المبحث الثاني : العناصر التبوغرافية للصفحة وأثرها على القارئ

المبحث الثالث : الاستنتاجات العامة للدراسة الميدانية

خاتمة

شـــكـــــر وعـــرفـــان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين.

نشكر الله على نعمه التي لا تقدر ولا تحصى ومنها توفيقه تعالى على إتمام هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان وخالص العرفان والتقدير إلى الأستاذ المؤطر "لعماري بوجمعة" الذي شرفنا بقبوله الإشراف على هذه المذكرة وعلى دعمه وتوجيهاته القيمة فجزاه الله خير الجزاء.

كما يسرنا أن نوجه أسمى آيات التقدير و العرفان إلى أساتذتنا الكرام الذين درسونا ولم يبخلوا علينا طيلة سنوات الدراسة والى كل أساتذة شعبة علوم الإعلام والاتصال.

كما نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

وقبل وبعد فالشكر لله ولله الحمد في الأولى و الأخير

إهـــداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار..إلى من علمني العطاء بدون انتظار..إلى من أحمل اسمه بكل افتخار..أرجو من الله أن يمد في عمرك وستبقى كلماتك نجوما اهتدي بها اليوم وفي الغد والى الأبد..والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة..إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني..إلى بسمة الحياة ..وسر الوجود

إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الأحبة ..

أمي الحبيبة

إلى كل إخوتي وأفراد عائلتي ..

إلى كل الأصدقاء و رفقاء الدرب وكل من ساعدنا في انجاز هذا العمل

عبد القادر

إهـــداء

إلى والدي الكريمين إلى أمي منبع الحنان ونور أضاء في قلبي حل العلم

وتقديسه، إلى أبي الذي طالما حلم معي بإتمام هذا العمل بشغف.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة و النفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي

إلى كل الأصدقاء و الزملاء في الدراسة والى كل رفقاء الدرب وأخص بالذكر

سفيان وسمير

إلى كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل

إلى كل أساتذتي خلال مشواري الدراسي الذين كانوا سببا في وصولي إلى هذه

المرحلة

فضيل

مقـــدمـــــة

إن تطور الصحافة المكتوبة عبر القرون الماضية وبروز دورها وأهميتها في المجتمعات الحديثة يرجع إلى عدة أمور مرتبطة بإعداد الصحيفة وإنتاجها انطلاقا من جمع المادة الصحفية وتحريرها لتكون صالحة للنشر وانتهاء بعملية الإخراج التي تعتبر أخر حلقة في تكوين الجريدة، فالإخراج الصحفي يجعل من الجريدة شكلا جذابا يحاول من ورائه المخرج جلب انتباه القراء كما يعتبر عنصرا مشكلا لهويتها فهو يضع لها شخصية بين الجرائد الأخرى.

إن الإخراج الصحفي يجمع بين الفن والعلم فهو يميل إلى الفن كونه يعتمد على مهارات المخرج في تشكيل الجريدة فالجريدة مثل اللوحة الزيتية والمخرج يكونها كيفما يشاء، وهو علم لقيامه على نظريات تؤطره وتعطيه وزنه العلمي وله اتجاهاته العلمية بحيث نجد أن لكل جريدة نمط في إخراج صفحاتها فكل واحدة تختلف عن الأخرى وذلك لاعتمادها على اتجاه معين في تشكيل صفحاتها ومن الصفحات الأكثر اهتمام من طرف الجرائد والأكثر قربا إلى القارئ فهي بمثابة واجهة المحل وهي أول ما تقع عليه عين القارئ فإما ينجذب أو ينفر وهدف كل جريدة جذب أكثر عدد من القراء كون القارئ يعتبر رقما وبالتالي زيادة في الإشهار.

إن الصفحة الأولى في الجريدة هي الباب الذي ينفذ منه القراء نظرا لذلك نجد الجريدة تعطي اهتماما كبيرا لعملية إخراجها، ويتجسد الدور الوظيفي لإخراج الصفحة الأولى في تقديم المضامين الصحفية التي تشبع حاجات القراء الاتصالية بطرق فنية سهلة جذابة ومشوقة، ولقد أسهمت العديد من العوامل في التطورات التي أفضت إلى الأدوار الوظيفية المستحدثة لإخراج الصفحة الأولى ومنها التقنيات الحديثة في مجال إعداد الصفحات، وكذا تطور أجهزة الطباعة وارتقاء أذواق القراء بفعل المتغيرات الحديثة التي أصبحت تحيط بهم وما أدت إليه من ظهور حاجات اتصالية جديدة ضف إلى ذلك كله المنافسة الشديدة من طرف الصحافة الالكترونية .

إن المتتبع للصحافة الجزائري يجد أن لكل منها شكلها الخاص الذي يعود إلى إتباع كل جريدة لمواصفات إخراجية تختلف عن نظيراتها وهذا بغية خلق هوية لنفسها بين الجرائد الأخرى والتأثير على القارئ الجزائري وتحقيق اكبر نسبة قراء وكون أن القارئ الجزائري له ميولات متعددة وتختلف عن ميولات القراء في البلدان الأخرى بحكم ظروفه وبحكم المجتمع الجزائري وتأثيره على الفرد، حيث نجد كم هائل من الصحف التي تصدر في الجزائر ومنها ما تصدر بالعربية والفرنسية ولكل منها سياستها الإخراجية وكل جريدة لها قاعدة من القراء الأوفياء تسعى الجريدة للحفاظ عليهم وهناك قراء تسعى الجريدة لجذبهم فهي تعتمد على في ذلك على المضمون وعلى الإخراج وخصوصا إخراج الصفحة الأولى التي تعتبر عنصر حساس في التأثير على القارئ.

الإشكالية :

يعتبر الإخراج الصحفي أحد أهم الركائز التي تقوم عليها الجريدة عبر مراحل إعدادها ويعتبر الإخراج الصحفي أخر مرحلة في عملية إعداد الجريدة حيث يمثل مرحلة تقديم المنتوج الإعلامي في أبهى حلة لجلب انتباه القارئ ويعطي الجريدة هوية مميزة بين الجرائد الأخرى ويعتبر إخراج الصفحة الأولى وتصميمها مرحلة جوهرية في عملية الإخراج كون أن هذه الصفحة تمثل أول عنصر يواجه القاري ويترك لديه أثرا ما أما بالسلب أو الإيجاب نظرا لما تحتويه من عناصر تبوغرافية مصممة بشكل خاص لكل جريدة مما يدفعه للقيام بفعل الشراء وقراءة الجريدة أو النفور منها حسب الطبيعة الإخراجية للجريدة وقوة تأثيرها، التأثير على القارئ من خلال سياستها الإخراجية .

إن الصحف في الجزائر تختلف في إخراج الصفحة الأولى فلكل منها نموذجها الخاص والذي يختلف وفق سياسة إخراجية خاصة بكل صحيفة منها من تحافظ على الأساليب التقليدية ومنها من تميل إلى التجديد الدوري بغية التأثير على القارئ ومواكبة احتياجاته التي تتغير بتغير الزمن وذلك لرفع نسبة مقروئيتها في ظل المنافسة الإعلامية بين الجرائد .

سنحاول في دراستنا هذه توضيح مدى تأثير الإخراج الصحفي للصفحة الأولى للجريدة على القارئ.

وسنجيب من خلالها على السؤال : **ما مدى تأثير إخراج الصفحة الأولى للجريدة على القارئ ؟**

التساؤلات :

- هل يؤثر شكل الجريدة على القارئ ؟
- كيف يؤثر إخراج الصفحة الأولى على القارئ؟
- ما هي السياسة الإخراجية المتبعة في إخراج الصفحة الأولى لجريدتي «الشروق اليومي "و " النهار الجديد " ؟
- ما مدى تأثير العناصر التبوغرافية للصفحة الأولى على القارئ؟

أهمية الموضوع و أسباب اختياره :

1- أهمية الموضوع : تكمن أهمية دراستنا هذه في أنها تتناول إحدى خطوات إعداد الجريدة وهي عملية الإخراج الصحفي وبالخصوص الصفحة الأولى والتي تمثل نقطة الاتصال الأولى بين القارئ والجريدة والذي يتميز بخصائص معينة، كما تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على عنصر هام وهو قراء الصحف المكتوبة والتعرف على ميولهم وعاداتهم القرائية وكذا تحديد دور الإخراج للصفحة الأولى في التأثير على القراء فالإخراج الصحفي للصفحة الأولى هو عامل أساسي لإبراز هوية الجريدة بهدف جذب القراء وعقد صلة تعارف معهم والمحافظة عليهم .

2- أسباب اختيار الموضوع : إن أسباب اختيارنا لموضوع "الإخراج الصحفي للصفحة الأولى و تأثيره على القارئ" ترجع إلى دوافع موضوعية وذاتي يمكن حصرها في :

- قلة الأبحاث المتعلقة بالإخراج الصحفي في الجزائر .
- محاولة إجراء مسح لجريدتي الشروق اليومي " و"النهار الجديد "وتحليل إخراجها لصفحتها الأولى.
- التعرف على مدى تأثير إخراج الصفحة الأولى للجريدة على القراء.
- معرفة مدى تطبيق الصحف الجزائري للقواعد المتبعة في إخراج الصفحة الأولى وكشف انعكاس ذلك على القراء.

- الاهتمام بموضوع الإخراج الصحفي بصفة عامة وإخراج الصفحة الأولى للجرائد بصفة خاصة .

أهداف الدراسة :

- البحث في علاقة إخراج الصفحة الأولى بقراء الجريدة .
- التعرف على القواعد المعتمدة من طرف الجرائد في إخراج الصفحة الأولى للجريدة وتأثير ذلك على القارئ.
- التعرف على القواعد العلمية والأطر النظرية للإخراج الصحفي بصفة عامة وإخراج الصفحة الأولى بصفة خاصة .
- التعرف على واقع إخراج الصفحة الأولى في الجرائد الجزائرية.
- إبراز التطبيقات المستعملة في الجرائد لإخراج الصفحة الأولى .
- تحديد الفروق الإخراجية للصفحة الأولى بين جريدتي "الشروق اليومي"

و" النهار الجديد ".

الدراسات السابقة :

1- دراسة سعيدات الحاج بعنوان الانقرائية الإعلامية للجرائد دراسة تحليلية أسلوبية للأخبار الداخلية خلال فترة سبتمبر 2006 سبتمبر 2007 :

موضوع هذه الدراسة يندرج ضمن بحوث قياس الانقرائية الخبرية اللغوية للخبر الصحفي أي هي دراسة تحليلية وتطبيقية للمكونات الداخلية للمادة الخبرية التي يتم تحريرها، ومشكلة الدراسة هي التعرف على مجموعة العوامل التي تؤثر على مستوى الصحف اليومية، سواء كانت تلك العوامل المتعلقة بالمضمون الذي تقدمه، أو بالقارئ الذي تتوجه إليه، أو بالقائم بالاتصال والإطار اللغوي والفني الذي يتصوره.

واختبرت الدراسة ثلاث مجموعات من العوامل المؤثرة في انقرائية الصحف اليومية محل الدراسة، وهي مجموعة العوامل المتعلقة بالقائمين بالاتصال في تلك

الصحف،مجموعة العوامل الكامنة في المضمون الصحفي من حيث المبنى الأسلوبي التي يطرحها و أولويات الوظائف التي يؤديها، والفنون الصحفية التي يقدم من خلالها المضمون، وكذا مجموعة العوامل المتعلقة بالقارئ الذي تتوجه إليه الصحف والكشف عن التأثير المتبادل بين تلك العناصر الثلاثة وعلاقته بإنتاج الصحف.

توصل الباحث من خلال دراسته إلى عدم تأكد ملامح علاقة إحصائية دالة بين جنس القراء ودرجة السهولة التي يلقاها من عدمها، ولم تثبت الفرضيات المطروحة وجود ميول قرائية لافتة للنظر للعينة المدروسة حيال الأنواع الصحفية التي وضعها الباحث قيد الدراسة وكذا ظهر حجم نسبي من الارتباط بين وجود الحد الأدنى من التراكيب الطويلة والكلمات المتخصصة أو الفئة ضمن الاختيار الإحصائي ووجود ميول للمضامين الخيالية لدى فئة من القراء المدروسين.

منهج الدراسة :

يعتبر هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع المراد دراسته، وكذا تصنيف هذه الحقائق وتحليلها لاستخلاص دلالات وتحديدها بالصورة التي هي عليها كميا وكيفيا بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميقها[1] ، وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعد واحدا من أهم البحوث الوصفية وهذا لتسليط الضوء على الظاهرة المدروسة، فهو التوسع لجمع البيانات عن الظاهرة في حاضرها[2] ، ويهدف الرصد من اجل الفهم إلى تقويم أوضاع قائمة لأغراض عملية مباشرة كما يوظف لدراسة موقف أو مشكلة اجتماعية أو جمهور ما وهذا ما تهدف إليه دراستنا .

أدوات الدراسة :

بما أن دراستنا هي دراسة وصفية تحليلية و منهجها مسحي، فقد اعتمدنا أدوات معينة تستخدم في مثل هذه الدراسات، بغرض الحصول على البيانات وهي أداة تحليل المضمون و أداة الاستبيان.

لقد استعنا في هذه الدراسة بأداتي تحليل المضمون والاستبيان ذلك بالنظر إلى أهداف الدراسة والمنهج الموظف.

فتحليل المحتوى هو إحدى الأدوات المستخدمة على نطاق واسع في تحليل الصحف والرسائل الإعلامية لمعرفة الأفكار والمعتقدات والإيديولوجيات والصور المعرفية[3]،

[1]- محمد شفيق، **البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص 105

[2]- محمد أزهر سعيد السماك، **طرق البحث العلمي أسس و تطبيقات**، دار البازوري العلمية، الأردن، د ط، 2008، ص63.

[3]- عامر مصباح، **منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام**، سلسلة الكتب في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط،2008، ص47.

وبتطبيق هذه الأداة أصبح من الممكن الوصول إلى الكثير من التعميمات في مجالات إعلامية وسياسية مختلفة[1]

أما الاستبيان فهو طريقة علمية في جمع البيانات حول الظواهر الاجتماعية وذلك بسبب سهولتها وتكاليفها المنخفضة وإمكانيات استخدام التحليل الإحصائي، وكذلك الاستخدامات المتعددة للبيانات المتحصل عليها، الاستبيان عبارة عن مجموعة أسئلة تسجل على صحيفة وتترجم أهداف البحث وعن طريقها نتمكن من جمع المعلومات والبيانات التي تفيدنا في التعرف على اتجاهات الأشخاص ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكهم، كما تفيدنا في الحصول على إحصائيات تصور الواقع الحالي وترشدنا إلى وضع خطة للمستقبل .

عينة الدراسة :

إن عملية اختيار العينة عملية أساسية في البحث العلمي، وفي دراستنا هذه ارتأينا استخدام العينة العشوائية المنتظمة وهي نوع من العينة العشوائية البسيطة، و تتطلب أن يكون أفراد المجتمع الأصلي متخذة شروط انتظام منسق وفي هذا النوع اختيار المفردات يكون اختيار عشوائي. لغرض تحقيق أهداف البحث تم تحديد عينة متكونة من عشرون عددا من صحيفتي "الشروق اليومي " و "النهار الجديد". وتم إعداد الأداة التحليلية المناسبة لها وهي تحليل المضمون لشكل الصفحة الأولى للجريدتين واعتمدنا على الأسلوب المقارن للتحصل على الفروق الإخراجية للصفحة الأولى في الجريدتين .

وساعدنا هذا التحليل في صياغة استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث ، التي وزعت على عينة قوامها 80 مبحوثا ممثلة في قراء جريدتي " الشروق اليومي " " النهار الجديد" من طلبة جامعة مستغانم شعبة علوم الإعلام والاتصال، وقد تم تطبيق الإجراءات والسبل الكفيلة للتحقق من صدق ومطابقة هاته الاستمارة وثباتها ومن ثم

[1]- بسام مشابقة، **مناهج البحث الإعلامي و تحليل الخطاب**، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، 2010، ص84.

توزيعها على عينة البحث، وقد تم تحليل استمارة الاستبيان بموجب جداول بلغ عددها(64) جدولا وبموجبها تم استخلاص نتائج البحث.

الجداول الموالية تبين عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة :

جدول رقم (01) : تقسيم العينة حسب متغير الجنس

العينة / الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	30	% 37.50
إناث	50	% 62.50
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين تقسيم عينة الدراسة حسب متغير الجنس أن نسبة المبحوثين الذكور قدر ب 37.50 % في حين أن نسبة المبحوثين الإناث قدرت ب 62.50 %

جدول رقم (02) : تقسيم العينة حسب متغير التخصص

العينة / الجنس	التكرار	النسبة
صحافة مكتوبة	22	% 27.50
صحافة علمية	15	% 18.75
وسائل الإعلام و المجتمع	25	% 31.25
سمعي بصري	18	% 22.50
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح تقسيم العينة حسب متغير التخصص أن تخصص صحافة مكتوبة قدرت نسبته ب 27.50 % أما تخصص صحافة علمية فقدرت نسبته ب 18.75 % وكانت نسبة تخصص وسائل الإعلام والمجتمع 31.25 % وسمعي بصري كانت 22.50 % .

جدول رقم (03) : تقسيم العينة حسب متغير الجريدة

العينة / الجنس	التكرار	النسبة
الشروق اليومي	45	% 56.25
النهار الجديد	35	% 43.75
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين تقسيم العينة حسب متغير الجريدة أن 56.25% من المبحوثين يفضلون قراءة جريدة الشروق اليومي، أما 43.75 % فيفضلون قراءة جريدة "النهار الجديد".

جدول رقم (04) : يمثل عينة الجرائد

العينة المحللة من جريدة الشروق اليومي	
رقم العينة	تاريخ صدورها
1	2016/04/19
2	2016/04/20
3	2016/04/21
4	2016/04/22
5	2016/04/23
6	2016/04/24
7	2016/04/25
8	2016/04/26
9	2016/04/27
10	2016/04/28
11	2016/04/29
12	2016/04/30
13	2016/05/01
14	2016/05/02
15	2016/05/03
16	2016/05/04
17	2016/05/05
18	2016/05/06
19	2016/05/07
20	2016/05/08

العينة المحللة من جريدة النهار الجديد	
رقم العينة	تاريخ صدورها
1	2016/04/17
2	2016/04/18
3	2016/04/19
4	2016/04/20
5	2016/04/21
6	2016/04/23
7	2016/04/24
8	2016/04/25
9	2016/04/26
10	2016/04/27
11	2016/04/28
12	2016/04/30
13	2016/05/02
14	2016/05/03
15	2016/05/04
16	2016/05/05
17	2016/05/07
18	2016/05/08
19	2016/05/09
20	2016/05/10

تحديد المصطلحات :

تعريف الإخراج الصحفي :

1- اصطلاحا : هو تلك العملية التي يتم من خلالها عرض المضمون الصحفي الذي تحمله المادة التحريرية والإعلانية، بعد كتابتها وتحريرها وتقديمه في شكل مناسب يروق لقارئ الصحيفة، فهو الفن المتصل بالورق والحبر والطباعة والصور والألوان وتنسيق الصفحات، وكتابة العناوين صغيرها وكبيرها .

الفن الذي يحاول به مخرج الصفحة أن يجعل منها تحفة فنية جميلة يتسابق القراء إلى اقتنائها والاقتناع بها.

2 – إجرائيا : هو عملية يقوم بها المخرج الصحفي، مستعينا بمختلف العناصر التبوغرافية و الغرافيكية في توزيع المادة الإعلامية والإعلانية على صفحات الجريدة وفق سياسة محددة تبرز من خلالها شخصية الجريدة .

تعريف القارئ :

إن القارئ هو ذلك الشخص أو الطرف الذي تحاول الصحيفة استمالته واسترضاءه وتلبية مطالبه، ومن دونه لا يصبح لأي مطبوع قيمة ما، ومقياس أهمية أي مطبوع يقاس بعدد قرائه فهو ليس رقم بيع فقط بل يعني الإشهار فالمعلن يفضل الجريدة التي لها أكبر نسبة من القراء ولذلك تسعى الصحف جاهدة من أجل استمالته[1].

[1]- محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة و المشرق الثقافي، عمان، د ط، 2010 ص 353.

تمـــهيـــد

تعد عملية الإخراج الصحفي من العمليات الأساسية داخل الصحيفة و ذلك لان جميع العمليات و الوظائف المتعلقة بالإخراج الصحفي تساعد على جعله ركيزة من ركائز الصحيفة ، و باعتبار الإخراج الصحفي خطوة من خطوات إصدار الصحيفة و باعتباره عملية فنية تتعلق بالمظهر الخارجي و الشكل الفني للصحيفة فانه يرتكز على نظريات محددة له و التي تم صياغتها خلال تاريخ الصحافة كانعكاس لواقع الصحافة خلال فترات معينة فهي نتيجة لظروف معينة هذه النظريات احتوت على مذاهب، كما يرتكز الإخراج الصحفي على أسس مؤثرة عليه انطلاقا من محددات تتعلق بالقارئ بالجريدة لإحداث التأثير على القراء .

و قد تطرقنا في هذا الفصل إلى التعريف بالإخراج الصحفي و أهم النظريات المحددة له، كما تطرقنا إلى أهم الأسس المحددة لعملية الإخراج الصحفي.

المبحث الأول : مفهوم الإخراج الصحفي

"الإخراج الصحفي هو علم وفن وهو يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة كما يختص الإخراج بتوزيع الوحدات الطباعة typographic units (الحروف،العناوين والنصوص و الأشكال والصور والخرائط) وترتيبها في حيز الصفحة واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها ويلفت انتباهه إلى ما فيها ويكون انتقاء الوحدات الطباعية وترتيبها وتوزيعها في عملية محددة لتحقيق غاية معينة فالإخراج على هذا النحو يشتمل على ناحيتين أساسيتين أولاهما عملية إبداعية تستند إلى مبادئ نفسية وجمالية هدفها إعطاء الصحيفة مظهرها الخارجي المناسب وثانيتها توافر المعارف و المهارات و الوسائل و التقنيات الضرورية لبناء ذلك المظهر وإلباسه الصورة المناسبة "[1].

يوجد خلاف حول تسمية الإخراج كعملية فنية و صحفية فهناك من يسميه تصميم الصفحة "newspaper design" وهناك من يسميه توضيب الصفحة "newspaper layout" ويقصد به ترتيب المواد الطباعية وهناك من يسميه تركيب الصفحة "composition" في الغرب يركزون على بناء الصحيفة ويستخدمون كلمة تصميم [2].

يهتم التصميم و الإخراج الصحفي بجانبين مهمين هما وضع التصميم الأساس الذي يعبر عن المنظر العام للصحيفة وتوزيع المواد الصحفية و الاشهارية و التحكم في موقعها ومساحتها لإبرازها في الصحيفة [3].

تعتبر "الديلي ميرور" أول صحيفة تطبق الإخراج الصحفي بحق سنة 1904 وضلت كذلك حتى سنة 1933 ،اعتبر "ارنر كريستيانسن" وهو رئيس تحرير "ديلي اكسبريس "

[1]- سمير محمود، الإخراج الصحفي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2008، ص17
[2]- انتصار رسمي موسى، تصميم و إخراج الصحف و المجلات والإعلانات الالكترونية، مكتبة الذاكرة، بغداد، ط1، 2004، ص10
[3]- نور الدين النادي، فن الإخراج الصحفي، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، الأردن، ط2، 2006، ص33

إن" ديلي ميرور"مقيدة بنظام الأعمدة و اعتبر أن الصفحة لوحة بيضاء تعرض عليها المواد الصحفية دون التقيد بالأعمدة ومن هنا أصبح إخراج الصحيفة بصورة جذابة تغري القارئ ومن هنا تطور أسلوب الإخراج الصحفي من العمودي إلى الأفقي.

أهداف الإخراج الصحفي :

- تسهيل عملية القراءة للقارئ و اختصار الوقت عليه
- عرض المادة الصحفية حسب أهميتها وذلك من خلال إبراز المواضيع الأهم .
- جعل الصحف جذابة تريح العين والعقل بفعل تناغم الألوان و العناصر الإخراجية
- إقامة صلة تعارف و ألفة بين الصحيفة و القارئ حيث ينجذب إليها من خلال صورتها في ذهنه[1] .

*هناك أغراض أخرى وظيفية وجمالية ترتبط بالقارئ تتمثل في :

1- جذب انتباه القارئ لقراءة الصحيفة أو تفضيلها على أخرى.

2- إثارة اهتمام القارئ بعد جذبه لقراءة الصحيفة أي تسهل عملية القراءة عليه .

3- استثارة رغبة القارئ في قراءة موضوع أو خبر معين من خلال إبرازه أي توجيهه لقراءة خبر معين.

4- تحقيق التنويع و المظهر الجمالي الفني الجذاب للجريدة حتى لا تصبح مملة بالنسبة للقارئ مما يتسبب في نفوره منها .

5- إعطاء هوية للصحيفة بين نظيراتها من الصحف الأخرى أي إكسابها شخصية مميزة بين الصحف الأخرى[2] .

[1]- طلعت همام، مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، دار الفرقان، عمان ط1، 1984، ص13

[2]- محمود علم الدين، الإخراج الصحفي، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، د ط، 1989، ص15

وهنا ينبغي أن نشير إلى إخراج الصفحة الأولى ودورها في منح الصحيفة شخصيتها من خلال الترويسة و اللافتة و الشعار و الأذنان فهي النافذة للقراء ولذلك فان الاتجاه الإخراجي للصفحة الأولى يبدو أكثر أهمية في ظل البيئة الإعلامية وما تشهده من حرب تنافسية يغذيها التطور التكنولوجي الرهيب و الذي ساهم في تطور عملية الإخراج وقد شهد إخراج الصفحة الأولى تطورات كبيرة بفعل التطور التكنولوجي [1].

المبحث الثاني : مذاهب الإخراج الصحفي

لقد أصبح الإخراج الصحفي علم له مناهجه ونظرياته فللإخراج الصحفي نظريات تحتوي على مذاهب متعددة تقوم على أساسها عملية الإخراج، هذه النظريات ليست مسلمات و إنما هي انعكاس للتطورات على جميع المستويات[2].

حيث يوجد هناك ثلاث نظريات وهي :

أولا النظرية التقليدية : تقوم هذه النظرية على تحقيق التوازن بين العناصر التبوغرافية في الصفحة ، كثرة القصص الإخبارية وترتيبها على شكل راسي ، تقسيم الصحة إلى ثمانية أعمدة ، الاهتمام بالنصف العلوي للصفحة ،استخدام الزخارف ،قلة الصور ،تتسم بالهدوء و الرتابة والبعد عن الأساليب الصارخة ومن المذاهب التي تندرج ضمن هذه النظرية :

1/ مذهب التوازن الدقيق : perfect balance يحقق هذا المذهب تماثلا تاما بين شقي الصفحة و يخضع موضوعات الصفحة لتخطيط هندسي يساوي بين الشقين في طريقة العرض فتبدو الصفحة جامدة، تبدو الصفحة كأنها شكل هندسي حيث تختفي الموضوعات المهمة على حساب عملية الإخراج.

2/ مذهب التوازن الشكلي التقريبي : خرج هذا المذهب عن قيود التماثل التام وأعطى للمخرج حرية تحقيق التوازن بشكل تقريبي من خلال :

[1]- سمير محمود، مرجع سابق، ص267

[2]- انتصار رسمي موسى، المرجع نفسه، ص10

- **التوازن بالتعويض :** من خلاله يستطيع المخرج مقابلة العنصر التبوغرافي بما يشبهه في الثقل دون التقيد بما يماثله في النوع مما يمكنه من التركيز على موضوع معين.

- **التوازن في قسم من الصفحة :** يبعد المخرج من خلاله عمود أو عمودين من قيود التوازن ويحقق التوازن الدقيق في باقي الصفحة فيتحرك محور الارتكاز عن موضعه الأصلي في منتصف الصفحة مما يساعد على توزيع بعض المواد المتفرقة .

- **التوازن في اعلي الصفحة و في أسفلها :**يتحقق التماثل بين عناصر نصفي الصفحة في الصدر و القاعدة أما وسط الصفحة فيطلق دون قيد.

- **التوازن في أعلى الصفحة فقط :** تحقيق التوازن في صدر الصفحة فقط وينسق البقية كما يشاء ، يناسب ذلك الصحف التي تتوسط صدر صفحتها الأولى صورة.

-**التوازن خلال الصفحة :** يتمثل ذلك في إيجاد أكثر من محور ارتكاز متوسط على الصفحة وتحرير المصمم من قيد المحور الواحد ثم استخدام فكرة التعويض عند موازنة العناصر المتقاربة[1].

ثانيا النظرية المعتدلة : إن هذه النظرية تقترب من النظرية التقليدية من حيث السمات حيث تطور إخراج الصفحات وتم التحرر من فكرة التوازن الشكلي المفتعل وتخلص الصفحة من الجمود و الرتابة ومن المذاهب التي تندرج ضمن هذه النظرية :

1- مذهب التوازن اللاشكلي : informal balance يبتعد هذا المذهب عن قيود التوازن الشكلي المتماثل و يحقق على الصفحة توازنا غير ملحوظ و يستند إلى نظرية فيزيائية في توازن الروافع و بذلك يمكن أن يتوازن عنصران على الصفحة مع اختلافهما في الحجم و النوع يتسم هذا المذهب بجانب من المرونة يقدم صفحة متحركة و غير جامدة وعدم استخدام العناصر التبوغرافية أو طرق الإبراز وبذلك يتحرر المخرج من القيود الشكلية و يقدم الموضوعات حسب أهميتها و يحقق توازنا للقارئ .

[1]- البطل هاني إبراهيم، الإخراج الصحفي فن و علم، عالم الكتب، القاهرة،د ط، 2001، ص25

2- المذهب التربيعي : تقسم الصفحة من خلال هذا المذهب إلى أربعة أقسام متساوية كل ربع على حده ، فيبرزه بعنصر تبوغرافي ثقيل وتعتمد الصفحة على وجود بؤر بصرية في كل ربع من أرباع الصفحة مما يلفت انتباه القارئ إليها و يحقق توازنا عاما ويثبت أركان الصفحة.

3- المذهب التركيزي : يجمع هذا المذهب بين القديم و الحديث و لا يزال يستعمل من طرف عدة صحف تعتمده في إخراج صفحتها الأولى، يركز هذا المذهب على الموضوع الرئيس فقط من خلال اعتبار ركن معين البؤرة البصرية الأولى على الصفحة و يبرزه على حساب بقية أجزائها يستخدم لإظهار وإبراز موضوع فوق بقية الموضوعات ومن الصحف التي تتبع هذا المذهب صحيفة الأهرام المصرية[1] .

ثالثا النظرية الحديثة : نظرا للقصور الذي ميز النظريات القديمة و الذي تمثل في كونها تقدم صفحة تستخدم قالبا تصميميا جاهزا مسبقا دون مراعاة طبيعة المادة التحريرية تعتبر هذه النظرية امتدادا لحركة التجديد التي تناولت التيبوغرافيا بعد الحرب العالمية الثانية وتأثرت بها معظم الصحف الغربية بشكل متفاوت .

تميزت بمجموعة من السمات والتي تمثلت فيما يلي :

1- عدم المبالغة في تأكيد التماثل و التوازن.
2- تغيير موقع اللافتة أو اسم الصحيفة حسب السياسة التحريرية و طبيعة الأخبار.
3- التحرر من القيود التبوغرافية.
4- استخدام الخطوط و التحرر من الأعمدة .
5- الاهتمام بالعناوين و توظيفها بشكل جذاب .
6- إعداد فهرس للأخبار لتيسير قراءتها.
7- استخدام الصور الكبيرة الحجم و الألوان.

[1]- صالح محمد أشرف، الاخراج الصحفي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، د ط، 2002، ص56

أهم مذاهب النظرية الحديثة :

1- مذهب التجديد الوظيفي : يوجه هذا المذهب الاهتمام الأول للوظيفة function ويوظف الشكل "form " و البناء" structure " للصفحة بما يخدم الوظيفة.

2- مذهب الإخراج الأفقي : يعتبر من الاتجاهات الحديثة في عملية الإخراج يعتمد على إن مستوى العين الطبيعي على الصفحة أثناء القراءة أفقي ثم راسي و لذلك ينبغي أن تتكون الصفحة من وحدات عرضية توفر للعين مسراها الأفقي و تتباين وشكل الصفحة الطولي .

3- مذهب الإخراج المختلط : يتحرر هذا المذهب من كل قيد تيبوغرافي يعتمد على استخدام الصور و الألوان بشكل كبير و خاصة الأحمر و أحجام العناوين الضخمة ويطلق عليه إخراج السيرك بغية جلب انتباه القارئ لكن هذه الإستراتيجية تؤدي إلى تشتت الصفحة من خلال عرض مواد مواد صحفية غير مهمة .

رابعا النظرية المحدثة : تعتبر هذه النظرية امتدادا للنظرية الحديثة إلا أنها تختلف عنها من حيث مدى تحررها من القيود الشكلية و التقاليد التبوغرافية ومن مذاهب هذه النظرية :

- **مذهب التجديد الوظيفي :** ينظر في بناء الصفحة إلى اعتبارات أبعد و أعمق من حدود الشكل.
- **مذهب الإخراج الأفقي :** يركز على أسلوب واحد باعتباره الاتجاه التحرري.
- **مذهب الإخراج المختلط :** يمضي في التحرر إلى حد القضاء على كل القيود والقيم[1].

[1]- فكري زكريا، الإخراج الصحفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2006، ص95

المبحث الثالث : أسس الإخراج الصحفي

إن الإخراج الصحفي يؤثر على القارئ من خلال مجموعة من الأسس منها حسية ترتبط بالإدراك وأخرى نفسية مرتبطة بميول القارئ و اتجاه و أخرى صحفية و فنية مرتبطة بالمادة الصحفية .

أولا الأسس النفسية : ترتبط الأسس النفسية بالتكوين النفسي للفرد القارئ ودرجة النضج و التي تتعلق بالسن و الجنس و درجة التعليم و لذلك ينبغي الاطلاع على سمات و أنواع شخصيات القراء من خلال دراسة الجمهور و معرفة اهتمامات الجمهور القارئ و نوعية المضامين الإعلامية القريبة إليه لتقديم كل مادة إعلامية معينة لجمهورها الخاص بها حسب ميولات هذا الجمهور النفسية و اهتماماته الثقافية و يصنف الباحثون الجمهور القارئ إلى ثلاث فئات :

1- فئة أهل الفكر : و تمثل هذه الفئة مجموعة قليلة و نسبة ضئيلة من القراء تهتم هذه الفئة بالمقالات عامة تتمتع بحس عال تتميز اهتماماتها بالمضمون على حساب الشكل لا تحتاج إلى توجيه.

2- فئة العلميين : تهتم هذه الفئة بالمقالات ذات الجانب العلمي قصد الاستفادة أما الموضوعات الأخرى فيتجاهلونها يمتازون بضيق الوقت و سرعة القراءة للمواضيع التي تثير فضولهم و بالتالي ينبغي تسهيل وصول هذه الفئة إلى مواضيعها من خلال توضيح و تبسيط ذلك.

3- فئة اللافكريين أو الجمهور العام : تشمل اكبر فئة من الجمهور القارئ لها عدة رغبات و احتياجات و تصنف إلى ثلاثة أنماط :

أ- الأفراد الذين فشل لديهم حافز النشاط البسيط فيلجئون إلى قراءة المضامين المتعلقة بذلك النشاط من اجل تعويض الشعور بالنقص .

ب- الأفراد الذين فشل لديهم حافز اللهو يهتمون بالكتابات الساخرة و الهزلية.

ج- الأفراد الذين فشل لديهم حافز التفوق يهتمون بقراءة مضامين حول أفراد نجحوا لتعويض لذة النجاح و الشعور بها.

إن جمهور هذه الفئة يحتاج إلى جذب الاهتمام مما يستوجب إبراز ذلك في عملية الإخراج من خلال العناوين والصور و الألوان الصارخة ، كما يساهم النضج العقلي في تكوين اتجاهات القراء من خلال الجنس و السن و العادات ، فالجمهور يتكون من عدة فئات عمرية و فيهم الذكور و الإناث و هناك المتعلم و الأمي و المتوسط و لكل فئة من هذه الفئات اهتمام معين و لذلك ينبغي مراعاة اهتمامات كل فئة أثناء عملية الإخراج الصحفي[1] .

ثانيا الأسس الفيزيولوجية : إن من أهداف الإخراج الصحفي تيسير القراءة فأثناء ذلك تقوم العين بعملية فيزيائية عبر مجموعة من المراحل لإيصال الصورة إلى العقل كمضمون و بالتالي فان أي إرهاق الأعصاب العين يؤدي إلى التشويش و الملل و يمنع من مواصلة القراءة ومن بين العوامل المؤدية إلى التشويش سوء الطباعة و صغر الحجم و استخدام الأرضيات غير البيضاء و زيادة طول السطر و استخدام الألوان بكثرة ولذلك ينبغي استعمال اللون الأسود و استعمال الورق الناصع البياض و عدم حشر الصفحة بالعناصر التبوغرافية و عدم الإسراف في استخدام الإطارات و الفواصل .

ثالثا الأسس الصحفية : تتعلق الأسس الصحفية بالخبر وميول القراء فهناك مجموعة من العناصر التي يجب إن تتوافر في الخبر و تساهم في عملية الإخراج ، و أهمية الخبر ترتبط بعدد الأشخاص الذين يمس حياتهم و يقترب من اهتماماتهم ، كما يجب أن يتفق الخبر مع سياسة الصحيفة ، كما تظهر سياسة الصحيفة في اللغة المستعملة و طريقة

[1]- أشرف فهمي خوجة، المدخل إلى الإخراج الصحفي و الطباعة، الأطر النظرية و النماذج التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2008، ص 28.

عرض الأخبار على الصفحات و العناوين و هذه الأمور من اختصاص المخرج و هي تساهم في إثارة اهتمام القارئ و زيادة الرغبة في القراءة [1].

رابعا الأسس الفنية : إن الصحيفة هي وحدة متكاملة و هو ما يكسبها شخصية بين نظيراتها و لذلك ينبغي التركيز على توزيع المادة الصحفية على الصفحات مع مراعاة التناسق من حيث الصور و العناوين و الحروف مما يضفي جمالية على الصحيفة و هو ما يجذب القارئ و يسهل عليه عملية القراءة.

التكوين الفني للصفحة يتميز بمجموعة خصائص و هي :

- **التوازن :** تتكون الصفحة من مجموعة من العناصر التبوغرافية المتمثلة في الصور و العناوين و الحروف تكون على شكل عناصر سوداء على صفحة بيضاء تتفاوت بينها من حيث درجة اللون و المساحة التي تحتلها على الصفحة .
- **الإيقاع :** يقصد بالإيقاع أن يكون شكل الصفحة مفعما بالحيوية و الحياة و على المخرج الصحفي تحقيق الإيقاع الشكلي على الصفحة من خلال استخدام درجة اللون الأسود أو الألوان الأخرى في تكوين الصفحة و من خلال التكرار المنظم لعناصر الصفحة.
- **التناسب :** إن المساحة التي يشغلها كل عنوان أو صورة تتوقف على أهمية كل منها و لذلك على المخرج أن يستغل ذلك و أن ينوع في شكل الحروف بما يحقق الانسجام بين العناصر التبوغرافية للصفحة و مراعاة التناسق بين هذه العناصر [2] .

[1]- سعيد غريب النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2001، ص 63
[2]- أشرف فهمي خوجة، مرجع سابق ص35

خلاصة الفصل :

إن الإخراج الصحفي فن قديم ضارب في الصحافة، حيث كان مع البدايات الأولى للصحافة و قد اختلف العلماء حول تحديد مفهوم واضح له خصوصا أن كل منطقة لها نظرة لعملية الإخراج، وقد ظهرت عدة اتجاهات محددة لعملية إخراج الجريدة عبر تاريخ الصحافة، هذه الاتجاهات و النظريات وضعت أطرا معينة لعملية الإخراج ترتكز عليها اغلب الجرائد في العالم هذه الاتجاهات ارتبطت بظروف الصحافة المكتوبة في كل وقت من الأوقات كما ارتبطت بمجموع من الأسس التي تتحكم في عملية الإخراج كونها مرتبطة باهتمامات القراء، تتمثل في أسس نفسية و فيزيولوجية و فنية هذه الأسس يعتمد عليها المخرج الصحفي بغية تحقيق أقوى تأثير على القراء .

تمهيد

تكتسي الصفحة الأولى في الجريدة مكانة كبيرة، فهي واجهتها التي تحمل أهم الأخبار والمواضيع، فهي بمثابة البوابة التي يدخل منها القارئ لتصفح مضمون الجريدة فالجريدة تؤثر في نفسية القراء من خلال شكلها الجذاب فالصفحة الأولى مبنية على عدة عناصر منها الركائز المتمثلة في عناصر رأس الصفحة وهناك عناصر متعلقة بالعنوان كالمانشيت كما أن هناك عناصر تبوغرافي تتكون منها الصفحة المتمثلة في الحروف والصور والألوان هذه العناصر التي يهتم المخرج الصحفي في توضيبها في أحسن صورة بغية التأثير على القارئ وتحقيق الألفة بينه و بين الجريدة.

حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى عناصر الصفحة الأولى وأهميتها في الجريدة وأهم العناصر التبوغرافي المكونة للصفحة الأولى من الجريدة كما تطرقنا إلى أهم الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الأولى خصوصا مع استعمال الحاسب الآلي والتكنولوجيات الحديثة في الإخراج.

المبحث الأول : عناصر الصفحة الأولى و أهميتها في الجريدة

1- أهمية الصفحة الأولى في الجريدة :

إن الصفحة الأولى في الجريدة ذات أهمية كبيرة سواء كانت الصحيفة نصفية أو عادية فهي بمثابة واجهة المحل تكمن أهميتها في جذب انتباه القارئ وإخراجها يتعلق بصفحات الجريدة ككل ويعتمد ذلك على حجم وكمية الأخبار المراد نشرها وتنوعها وتؤثر الجريدة على القارئ من خلال صفحتها الأولى فهو يتعرف من خلالها على أهم الأخبار ولذلك يهتم التبوغرافيين بإخراج الصفحة الأولى كونها واجهة الجريدة وتساهم في ترسيخ شخصية الجريدة لدى القارئ[1].

المكونات الثابتة للصفحة الأولى :

أ- اللافتة : إن أهم ما يميز الصفحة الأولى في الجريدة هو رأس الصفحة الذي يتضمن اسم الصحيفة ويسمى "اللافتة " " Name plate " وتحمل اللافتة معها شكلا أو رسما يعكس اسم الجريدة ويتعلق بسياستها التحريرية ويساعد في تحديد شخصيتها، أما مكان اللافتة فهو يختلف من جريدة لأخرى بين اليمين والشمال والمنتصف، كما يختلف حجمها ومساحتها واللون ويعكس اسم الجريدة قيمة ما وأن يكون ذو دلالة إعلامية .

ب- الشعار : هو جملة توضع بجانب اللافتة يكون لها مدلول ما في البلد الذي تصدر فيه ، كما أنها تعكس السياسة التحريرية للصحيفة و تحدث أثرا لدى القارئ وترسخ في ذهنه وتتمثل في بيت أو حكمة لها دلالة معينة.

ج- الأذنان : هما عنصران ووحدتان تيبوغرافيتان على يمين وشمال اللافتة ويختلف مضمونهما حسب كل جريدة، فهناك من تستعمله للإشهار ومنها لنشر الأخبار.

[1]- الحسن عيسى محمود، إخراج الصحف و المجلات، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2013، ص81

د- العنق **:** هو مستطيل دقيق يوجد تحت اللافتة يخصص للمعلومات المتعلقة بالجريدة كالسعر، العدد، السنة.... وهناك من الجرائد من تستخدمه لوضع شعارها[1].

ه- الفهارس : وهي قائمة محتويات العدد وأرقام صفحاتها بغية إرشاد القارئ.

هناك من الجرائد من تنشر مقالاتها الافتتاحية في الصفحة الأولى إضافة للعناصر الثابتة السابقة في الصفحة الأولى[2].

[1]- درويش اللبان شريف، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة، ط 1، 2001، ص43

[2]- انتصار رسمي موسى، مرجع سابق، ص48

المبحث الثاني : العناصر التبوغرافية للصفحة الأولى :

1- **مفهوم التبوغرافيا :** هي علم توزيع الأشكال الطباعية بطريقة صحفية جذابة ومقبولة إلى حد كبير على صفحات الصحيفة على اعتبار أن الصحيفة بناء يتكون من أعمدة مرئية أو غير مرئية[1] .

إن العناصر التبوغرافية هي تلك العناصر التي يمكن من خلالها تجسيد الرؤية الإخراجية وذلك بالاعتماد على أشكالها وأحجامها وطرق توظيفها حيث تشترك العناصر الطباعية في بناء الوحدات الطباعية .

ولقد مرت العناصر الطباعية فيما يتعلق بطرق إنتاجها واستخدامها بمراحل عديدة ذات ارتباط وثيق بالتطورات المهنية والتقنية التي شهدتها عملية إنتاج الصحف، إضافة إلى التغيرات التي طرأت على اتجاهات واهتمامات القراء وعاداتهم القرائية تبعا لما أثبتته الدراسات الحديثة في هذا المجال[2].

2- العناصر التبوغرافية للصفحة الأولى :

أولا مساحة الصفحة : وتختلف هذه المساحة من حيث الطول والعرض بين الصحف العادية ذات الحجم الكبير والصحف النصفية حيث يتراوح طول الصحيفة العادية بين 53 سم و56 سم وعرضها بين 41 و 43 سنتيمترا وهناك صحف لها حجم الصحف العادية والنصفية[3].

ثانيا الحروف : تعتبر الحروف أهم العناصر الطباعية فهي المادة الأساسية للإخراج فهي الوحدة الأساسية للمتن ولقد شهدت صناعة الحروف العربية تطورات كبيرة خلال

[1]- أشرف فهمي خوجة، الإخراج الصحفي و الصحافة الالكترونية، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع، بيروت، 2011، ص 35

[2]- فداء حسن أبو دبسة، خلود بدر الدين غيث، تكنولوجيا الطباعة و الاخراج، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزي، ط1، 2010، ص107

[3]- غسان عبد الوهاب،ايدولوجيا الإخراج الصحفي دار أسامة للنشر و التوزيع، 2012، الأردن، ط1، ص96

السنوات الماضية إلى أن وصلت إلى الحروف المعاصرة، خصوصا مع استعمال الحاسب الآلي وبرامج الصف الالكتروني وإنتاج الصفحات.

و لكي تؤدي الحروف وظيفتها يجب أن تكون واضحة ومفهومة من طرف القارئ كما يجب أن تتمتع بالجاذبية دون الإسراف في ذلك مما يفرغ المتن من محتواه وهناك اعتبارات مهنية تتعلق بدور الحروف في تسهيل القراءة وهي :

1- شكل الحرف : يؤثر شكل الحرف في يسر القراءة أو صعوبتها عند اتصالها بالحروف الأخرى ويكون دورها في تكوين الكلمات و العناوين كما تتأثر أشكال الحروف بنوع الورق المطبوعة عليه والطباعة ونوعية الحبر، بالإضافة إلى الأرضيات، كما يؤثر ثقل الحرف في عملية القراءة فاستخدام الحروف السوداء بكثرة يجهد القارئ لذلك ينبغي استخدامها في العناوين والجمع بين الحروف السوداء والبيضاء لتحقيق التوازن وجعل القارئ ينتقل بين الحروف المستخدمة تبعا لثقلها .

2- حجم الحرف : يؤثر حجم الحرف في تحقيق يسر القراءة من عدمه من خلال مدى تحديد الجريدة للأحجام المناسبة لحجم الحروف، فالحروف الكبيرة تسهل عملية القراءة على العكس من الحروف الصغيرة فهي تجهد عين القارئ .

3- اتساع السطر : يسهم هذا العامل في تيسير القراءة من خلال دور اتساع السطور في إراحة القارئ.

4- البياض بين الكلمات : يساعد البياض على إيضاح الحرف للقارئ مما يساهم في تأدية الحرف لدوره فالمساحة البيضاء توفر كمية من الضوء لإنارة الصفحة في ضل القتامة الناشئة عن استخدام العناصر الطباعية المختلفة كما تساهم المساحات البيضاء الواقعة بين الكلمات والأسطر في تحقيق سهولة القراءة، كون أن العين تنتقل بين الكلمات في قفزات سريعة تتطلب وقفات بعد كل عدد من الكلمات كما تسهم في عدم اختلاط أحرف الكلمات، ويساعد العين على تمييز الكلمات ويساهم في صحة الوقفات أثناء القراءة وينبغي أن تكون المساحات ذات حجم معقول لإراحة القارئ، وهناك مساحات

بين الأسطر لتسهيل عملية القراءة وينبغي عدم التكلف في البياضات حتى لا يكون عسر في عملية القراءة .

5- لون الأرضية : لإبراز بعض الوحدات الطباعية ، تستخدم أرضيات غير بيضاء تطبع عليها الحروف أو تفرغ منها بغية إبرازها من خلال تباينها مع غيرها من الأرضيات الخاصة بالوحدات الطباعية الأخرى مما يساعد على سهولة القراءة [1].

6- أنواع الحروف : تنقسم حروف الطباعة إلى قسمين رئيسيين

أ- حرف المتن : وهي الحروف التي تجمع بها صلب المادة الصحفية

ب- حروف العرض : وهي الحروف التي تستخدم في تشكيل العناوين ونحوها تعد حروف العناوين احد العناصر التبوغرافية المهمة و الأساسية في بناء صفحات الجريدة و تحديد هيكلها العام، وتتفاوت أهمية حروف العناوين بين الصفحة الأولى والصفحات الداخلية وقد تطورت العناوين بسبب عدة أسباب منها :

- عامل وظيفي : مرتبط بوظيفة العنوا من خلال تلخيص الأنباء والموضوعات وتنظيم عملية القراءة وجذب القراء للقيام بعملية الشراء.
- عامل إخراجي : يتعلق بتطور تصميم الصفحة .
- عامل طباعي يرجع إلى تطور طباعة الصحف وتعدد أشكال العناوين فهناك العنوان العريض و الممتد والعمودي و يميز الصفحة الأولى العنوان العريض[2].

1- تعريف العنوان العريض : ويسمى بالانجليزية « banner head » وفي الفرنسية « manchette » ويستخدم لإعطاء خبر ما اكبر درجة من الإبراز لجلب انتباه القارئ وإثارة اهتمامه، بعض الصحف تضع العنوان العريض في أعلى الصفحة فوق رأس الصحيفة وهناك من تضعه تحت رأس الصحيفة .

[1]- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثة، مكتبة العبيكان، 1419 ه، الرياض، ط1، ص25

[2]- سمير محمود، الحاسب الآلي و تكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط2،2001، ص 52

2- شكل العناوين : وهي الطريقة التي تظهر بها حروف العناوين فهناك العناوين المجموعة أليا ولها عدة أنواع وهناك العناوين الخطية مثل الكوفي و الأندلسي ..

3- حجم العنوان : تتميز حروف العرض أو العناوين بالتدرج في أحجامها والتنوع في أشكالها مما يتيح اختيار الحروف المناسبة للعناوين فكلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبه لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه، ومن العوامل المتحكمة في تحديد العنوان :

- مساحة الصفحة : كلما زادت مساحة الصفحة زاد حجم العنوان.
- العناصر الثقيلة كالصور: زيادة حجم العنوان حتى يحدث التوازن.
- مساحة البياض : كلما زادت مساحة البياض قل حجم العنوان.
- اتساع العنوان : كلما زاد اتساع العنوان كلما استوجب زيادة حجم الحرف لإحداث التوازن[1].

4- وظائف العنوان :

- تقييم الأخبار والتعريف بمحتواها وشرح حقائقها بشكل مختصر .
- تحديد وتوضيح شخصية الصحيفة التي تعرف بها عند القراء .
- المهمة التسويقية : حيث يعلن العنوان عن وجود قصة إخبارية هامة للقارئ ويدعوه إلى قراءتها.
- زيادة جاذبية الصفحة والمساهمة في إخراجها الفني بما يرضي ميول القراء.

5- تحرير العناوين : لتحرير العناوين ينبغي استخدام الكلمات البسيطة القريبة من الهام القراء والابتعاد عن الكلمات غير المألوفة لديهم حيث تضعف الكلمات الطويلة تأثير العنوان لدى القراء وتتسبب في نفورهم منها، فالكلمات القصيرة أقوى تأثيرا من الكلمات الطويلة، وهذا ما يتطلب إبداعا و لغة راقية كما ينبغي تجنب العناوين المبهمة والغامضة والتي تخلق صعوبة في القراءة وقد أثبتت البحوث أن العناوين التي تكون من

[1]- مصطفى فريد، تكنولوجيا الفن الصحفي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2000، ص71

ثلاث كلمات في السطر تحدث انطباعا لدى القارئ و كذا العنوان الذي يحتوي على فكرة واحدة والذي يساعد القارئ على التركيز[1].

الصور الفوتوغرافية و الخطية :

1- الصور الفوتوغرافية : تلعب الصور الفوتوغرافية دورا في نقل الرسالة الإعلامية وتكوين شخصية الصحيفة وفي ضل التطور التكنولوجي الرهيب ومنافسة التلفزيون والانترنيت إلا أن الصورة الصحفية تنفرد في عزل وتجميد لحظات من الزمن، كما ساعد التصوير الرقمي في زيادة فعالية الصورة، و للصورة الصحفية عدة وظائف في الصحيفة يمكن حصرها في ثلاث وظائف :

أ- وظيفة بصرية إدراكية : هناك مقولة في علم النفس تقول "السلوك الإنساني يبدآ بالمؤثرات والمنبهات التي يستجيب لها الناس" وتعتبر الصورة اللافتة للنظر أفضل الوسائل لجذب عين القارئ إلى الصحيفة بشكل أسرع والاستخدام الناتج للصور والكلمات بشكل متتابع على الصفحة يكسب الصحيفة قوة كبيرة كوسيلة بصرية .

ب- وظيفة تبوغرافية : تعتبر الصورة احد العناصر التيبوغرافية فهي تشارك في بناء الجسم المادي للصفحة وتعتبر من العناصر التبوغرافية الثقيلة التي تستخدم لتحقيق التوازن .

ج- وظيفة اتصالية : تلعب الصورة وظيفة اتصالية أقوى من الكلمات فالصورة ابلغ من ألف كلمة وتساهم في إشباع فضول القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء، ولذلك ينبغي اختيار الصورة الصحفية وفق عدة اعتبارات :

- الحيوية : أن تكون مفعمة بالحياة و الحركة
- التلقائية : وهي الصور الفجائية فهي تضفي حيوية على الصفحة.

[1]- صقر أياد، تصميم الصحافة المطبوعة و إخراجها، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص 26

- الصلة الوثيقة بالموضوع : أن تكون ذات صلة بالموضوع وتضيف معنى للموضوع.
- المعنى : أن تكون ذات معنى معين للقارئ أي ذات دلالة.
- الجانب الإنساني : الاهتمام الإنساني بالصورة يقوي دلالتها فهو يستثير عطف القارئ و يغريه بالقراءة والاطلاع .
- الجانب الفني : إن تكون دقيقة المعالم واضحة التفاصيل و متقنة .

المعالجة الإخراجية للصور : هناك عدة قواعد مهنية و فنية لاختيار الصور وهي :

- مساحة الصورة : تتأثر مساحة الصورة بوضوح القراءة والتأثير الذي يفرض حد ادني لحجم الصورة، فالتأثير يزداد بزيادة حجم الصورة.
- قطع أو قص الصورة : يتم قطع الصورة لتركيز انتباه القارئ على الجزء المهم في الصورة والذي يحمل المعنى الماد إيصاله للقارئ.
- شكل الصورة : ويقصد به الحواف أو الإطار الخارجي للصورة فهو يلعب دور في زيادة قدرتها على جذب انتباه القارئ.
- كلام الصورة : بمعنى إن القارئ يحتاج في اغلب الأحيان إلى تعليق بسيط على أساس أن كلام الصورة له قيمة في الصحيفة و يكتب بالأسود لجذب بصر القارئ.

2- الصور الخطية : يتم رسمها بخط اليد و تعد من أقدم العناصر الطباعية، تستخدم في حالة عدم الحصول على الصور الفوتوغرافية أو عندما تعجز هذه الأخيرة عن التعبير و تنقسم إلى :

- الرسوم الساخرة : اوالكاريكاتورية و ينبغي العناية بالألوان والإطارات و البياض اللازم لإضاءة هذه الرسوم .
- الرسوم الشخصية : وهي رسوم لصور شخصيات تستخدم في حالة عدم وجود صور فوتوغرافية لشخصيات كما تدعم مواقف الصحف من خلال طريقة الرسم .

- الصور التوضيحية : هي رسوم توضح معلومات ما مثل الخرائط والرسوم البيانية.

- الرسوم التعبيرية : ترافق غالبا المواد الصحفية الأدبية توضع من اجل إحداث اثر لدى القارئ حول الأعمال الأدبية[1].

المبحث الثالث : الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الأولى

عرف إخراج الصفحة الأولى في الصحافة المعاصرة عدة تطورات بسبب تطور عوامل الإخراج والاستفادة من الدراسات العلمية مما أدى إلى بروز أشكال وتصاميم جديدة للصفحات وفق ما يلي :

أولا في مجال الأشكال الأساس للصفحات : تعددت الاتجاهات الخاصة بالأشكال الأساس للصفحات للصفحات الأولى في الصحف المعاصرة تبعا لعدة اعتبارات مهنية تحريرية وفنية حيث ارتبط وضع الأشكال الأساس لهذه الصفحات بنوع المضامين المقدمة فيها حيث تفترض العلاقة بين الشكل و المضمون مساير الشكل للمضمون تبعا لطبيعة وأهمية الأحداث و نطاقاتها وعلاقتها بالأحداث المنشورة، وعلى هذا يمكن تقسيم الاتجاهات الحديثة تبعا لعلاقة المضامين المقدمة في الصفحات الأولى بالأشكال الأساس لها إلى :

1- ارتباط الأشكال الأساس للصفحات بأهمية الأحداث التي تتناولها :

هذا الاتجاه ظهر في الصحافة الحديثة تمثل في تخصيص الصفحة الأولى بأكملها لوحدة طباعية متميزة تتناول موضوعا ذا أهمية خاصة، وذلك تبعا لما تتسم به المواد الصحفية المقدمة مع تفاوت نسبي في أهميتها لدى القراء بالاعتماد على درجات الإشباع التي تحققها فالموضوع المهم تخصص له صفحة كاملة، حيث تعرض محتويات الوحدة

[1]- سلمان عبد الباسط، سحر التصوير فن وإعلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط 1، 2003، ص 36

الطباعية بهذه الصفحة، حيث تلجا الصحف لشغل الصفحة الأولى ببعض العناوين والصور الخاصة بهذه الوحدة التي أفردت لها صفحة.

2- ارتباط الأشكال الأساس للصفحات بنطاقات الأحداث المتناولة :

حيث يتم التركيز على الصفحة الأولى لنشر الوحدات المتعلقة بأهم الأحداث الدولية ذات الارتباط باهتمامات القراء والأحداث المحلية، لنشر بقية الأحداث المهمة في الصفحة الثالثة التي تعتبر الصفحة الأولى الثانية.

3- ارتباط الأشكال الأساس للصفحات بطبيعة الأحداث المتناولة :

حيث يركز هذا الاتجاه على الصفحة الأولى لنشر الوحدات الأكثر تأثيرا في القراء حسب طبيعة الاهتمامات الخاصة بهم، وتنشر الموضوعات الأساسية الباقية في الصفحة الأولى البديلة والتي قد تكون الأخيرة.

تتجه الصحافة المعاصرة إلى تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة ويساعد هذا الاتجاه في الصحف الأسبوعية نظرا لتشابه مضامينها مع المجلات بينما يجد صعوبة في الصحف اليومية[1].

ثانيا : في مجال التصميم الأساس

ظهرت عدة اتجاهات في إخراج الصفحة الأولى وهي :

1- العمل بنظام المركز البصري لجذب القراء للوحدة الرئيسية :

بعدما ركزت التصاميم التقليدية للصفحات على وضع الوحدة الرئيسية في الركن العلوي للصفحة، أحدثت الدراسات الحديثة تحولا جديدا حيث اعتبرت ضرورة إيجاد مركز بصري قادر على جذب انتباه القراء واستثمار ذلك في إبراز الوحدة الرئيسية.

[1]- نجادات علي، الإخراج الصحفي واتجاهاته ومبادئه و العوامل المؤثرة فيه و عناصره، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية و النشر و التوزيع، الأردن، ط 1، 2002، ص 79

إن أهمية المركز البصري يعد أهم نقطة في الصفحة الأولى، لا تتركز في جذب انتباه القراء و إثارة اهتمامهم بسرعة للوحدة الرئيسية فقط، و إنما يمكن أن يعمل على قيادة سلوك القراء البصري نحو الوحدات الرئيسية بل يعمل أيضا على قيادة سلوك القراء البصري نحو الوحدات الأقل أهمية، حيث أشارت الدراسات أن القراء لا يتجهون لقراءة الجزء العلوي للصفحة فقط بل يتجهون بأبصارهم نحو الوحدات الأكثر جاذبية، ولذلك ينبغي التركيز على أهم وحدة في الصفحة وجعلها بمثابة مركز بصري لجذب القارئ للصفحة و استكمال القراءة، كما ينبغي لضرورة إبراز مركز بصري واحد في الصفحة، فالإكثار منها يؤدي إلى تشتت القراء وإرباك القراءة وعدم فصل المركز البصري عن بقية الوحدات حتى لا يظهر بأنه وحدة مستقلة تجعل القارئ يكتفي بقراءته فقط .

2- البناء الأفقي : هذا الاتجاه تركز عليه الاستخدامات الوظيفية الحديثة للتصاميم الأساس للصفحة الأولى، حيث يتوافق مع نظريات مجرى حركة العين لان العرض الأفقي للوحدات يقلل من وقت القراءة هذه الاتجاهات لم تكن حديثة الظهور ولكنها شاعت في الصحافة الحديثة ،من مزايا العرض الأفقي للوحدات المنشورة في الصفحة الأولى تحقيق التباين بين الوحدات الأفقية وبين شكل الصفحة الراسي وزيادة فاعلية العناوين و إحياء نصف الصفحة السفلي وقراءة الصفحة الأولى مطوية ونشر كامل الموضوعات وتوفير قدر مناسب من المساحات البيضاء لإنارة الصفحة.

3- بناء الوحدات وفقا لنظام الكتل المتماسكة و الوحدات المتعامدة :

يقوم هذا الاتجاه على أساس بناء الوحدات وفق أشكال هندسية منتظمة ومستقلة، تشتمل الوحدة الواحدة على أربعة أضلاع وذلك للقضاء على الزوايا تستخدم هذه الطريقة في اغلب الصحف التي تستخدم الإخراج الآلي باستخدام الحاسوب.

حيث تخلصت من قيود الأعمدة و الزوايا و التخلص من الأطر الزخرفة السميكة وذلك لتسهيل عملية القراءة.

ومن ايجابيات هذا الاتجاه الحديث و الذي انعكس على التقييم الأساس للصفحة الأولى، تسهيل حركة العين عبر الصفحة و ذلك من خلال معرفة القارئ المسبقة لاماكن بداية ونهاية الوحدة التي يرغبون في الاطلاع عليها، كما يتيح ذلك اقتصاد الوقت للقارئ، وتساهم في عملية تسريع عملية الإنتاج من خلال سرعة بناء الوحدات وسرعة الاستبدال ، كما تؤدي طرق الكتل المتماسكة من خلال ارتباط العناصر الطباعية المكونة للوحدة إلى إحداث قوى مرئية تجذب انتباه القارئ.

4- البناء الراسي للوحدات القصيرة : رغم أن هذا الاتجاه كان أول الاتجاهات في الإخراج إلا انه اختفى بسبب مجموعة من الانتقادات والتي تمثلت في عدم قدرته على جذب انتباه القراء بسبب الجمود الذي يميزه وبعد ذلك تداركت الصحف هذه الانتقادات وأصبح مستعملا في الجرائد حيث أكدت الدراسات الحديثة أن الاتجاه الراسي للوحدات يتناسب مع بعض الوحدات الخاصة بمحتويات الأعداد .

إن الصحافة المعاصرة اليوم تزاوج بين الاتجاهات الراسية والأفقية في بناء الوحدات.

5- استخدام أسلوب القطاعات في عرض الوحدات : يبنى هذا الاتجاه على اقتطاع جزء من الصفحة باختلاف مواقعها وتخصيصه لنشر وحدات معينة ذات طبيعة معينة من جال إبراز هذه الوحدات من خلال إيجاد علاقة مباشرة بينها بالاعتماد على وقوعها بجوار بعضها وتسهيل انتقال القراءة عبر الصفحة من خلال تكونها من أجزاء رأسية أو أفقية متتالية، إلا انه لا يجب تخصيص مواقع يوميا لعدم إحداث الملل لدى القارئ[1].

[1]- معلى محمد، التحرير و الإخراج الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،ط1 ،2003، ص 85

خلاصة الفصل :

تؤثر الجريدة على القارئ من خلال صفحتها الأولى فهو يتعرف من خلالها على أهم الأخبار كما تؤثر عليه من خلال العناصر المكونة وطريقة ترتيبها، هذه العناصر المتمثلة في اللافتة والأذنين والعناوين والصور والمانشيت تكون وحدة بصري تؤثر على القارئ، كما أن العناصر الطباعية المتمثلة في الحروف وأحجامها والبياضات والألوان كلها عناصر مكونة للصفة مؤثرة في القارئ .

لقد ظهرت اتجاهات حديثة في ميدان الإخراج الصحفي خصوا مع التطور التكنولوجي الذي مس قطاع الصحافة ومختلف التقنيات في مجال الإخراج وكذا سعي الصحافة المكتوبة تحقيق مكانة لها في ظل التنافس الشديد من طرف السمعي البصري ووسائط الاتصال الحديثة وسعيها منها لذلك ظهرت اتجاهات جديدة أثرت على إخراج الصفحة الأولى تواكب قارئ اليوم.

الفصل الأول : تحليل شكل جريدتي" الشروق اليومي " و "النهار الجديد"

1- عينة الدراسة :

تمثلت العينة في اختيار 40 عددا من جريدتي "الشروق اليومي" و"النهار الجديد"حيث تم اختيار 20 يوما (من 2016/04/17 إلى 2016/05/10).

حيث تم دراسة أعداد الصحيفتين الصادرة خلال الفترة من 2016/04/17 إلى 2016/05/10 وهي 40 عددا وتعتبر هذه الأعداد الأربعين عينة من الجريدتين اللتين اخترتا على أساس العينة القصدية غير الاحتمالية .

المبحث الأول : تحليل عينة جريدة "الشروق اليومي " :

بطاقة فنية عن جريدة " الشروق اليومي " :

تأسست الجريدة في "11ماي 1991" وكان عنوانها "الشروق العربي" ، أسسها الإخوة فضيل، سنة 1993 تفرع عنها الشروق الثقافي، ثم الشروق الحضاري سنة 1994، أما الشروق اليومي الحالية فقد اعتمدت سنة 1995 برئاسة علي فضيل، عرفت هذه الجريدة نجاحا كبيرا في السنوات الأخيرة.

أقسام الجريدة :

- قسم التحرير : و يتفرع إلى القسم الوطني، المحلي، الاقتصادي، الثقافي، الدولي، الرياضي، قسم المجتمع.
- الإدارة المالية : تهتم بالتسيير المالي لها عدة مهام :

. الإشهار : وهو الممول الرئيسي للجريدة وهو نوعان لديها الإشهار الخاص بنسبة 95% والإعلانات الخاصة بالمواطنين القراء.

. التوثيق ويقوم بتوثيق وحفظ الجرائد والوثائق بالطريقة التقليدية والحفظ الالكتروني.

- قسم التصنيف التصحيح و التركيب : مهمته جمع الأخبار وتصنيفها عن طريق الكمبيوتر.

العنوان : دار الصحافة القبة، الجزائر.

العنوان الالكتروني : www.echoroukonline.com

تحليل البيانات الخاصة بالصفحة الأولى للعينة :

جدول رقم (5) : ثبات مكان اللافتة

	اللافتة		المجموع
	ثابتة	متغيرة	
التكرار	17	03	20
النسبة	85	15	100

يتضح من خلال دراسة عينة البحث و المتكونة من 20 عددا أن مكان اللافتة كان ثابتا في أغلب الأعداد بتكرار 17 بنسبة 85% .

حيث جاءت اللافتة في وسط الجريدة في الأعلى ببنط عريض ولون اسود، وكلمة اليومي باللون الأحمر الداكن وببنط صغير أما تحت كلمة الشروق فنجد جملة إخبارية وطنية ببنط صغير ولون اسود.

جدول رقم (6) : مكان الأذنين

	الأذنين		المجموع
	بجانب واحد	بجانبي اللافتة	
التكرار	03	17	20
النسبة	15	85	100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن مكان الأذنين كان بجانبي اللافتة في معظم العينة المحللة و ذلك بتكرار 17 ما نسبته 85 %.

ويرجع ذلك إلى ثبات مكان اللافتة في وسط الصفحة في الجهة العلوية وجاءت الأذنان بجانبي اللافتة لتحقيق التوازن البصري.

جدول رقم (7) : لون عنوان المانشيت

	لون عنوان المانشيت		المجموع
	لون داكن	لون فاتح	
التكرار	20	00	20
النسبة	100	00	100

نلاحظ من خلال الجدول أن عنوان المانشيت كان بلون داكن في كل العينة بتكرار 20 و المقدر بنسبة 100 %.

وتعود هذه النسبة العالية إلى حتمية إبراز عنوان المانشيت نظرا لما يتميز به من أهمية وهذا ما تحققه الألوان الداكنة لما تتمتع به من قوة جذب للبصر وبالتالي جذب القارئ بالتوازي مع البنط العريض الذي تكتب به المانشيت.

جدول رقم (8) : خلفية عنوان المانشيت

	خلفية عنوان المانشيت			المجموع
	خلفية صورة	خلفية ملونة	خلفية غير ملونة	
التكرار	01	00	19	20
النسبة	05	00	95	100

نلاحظ من خلال الجدول أن لون خلفية المانشيت كان بخلفية غير ملونة بأكبر تكرار بلغ 19 تكرار بنسبة 95% أما خلفية الصورة فقد بلغت 05%.

ويرجع ذلك إلى أن عنوان المانشيت كان بلون داكن ولذلك لا حاجة لوضع خلفية ملونة فدور الخلفية هو إبراز الحروف الفاتحة أما المانشيت التي كانت على خلفية الصورة فهي بحكم طبيعة الموضوع حيث كانت صور شخصية وجاءت اصغر من بنط المانشيت لتجنب طغيان الصورة على العنوان .

جدول رقم (9) : طبيعة صورة الموضوع الرئيسي من حيث الحركة و المضمون

	طبيعة الصورة من حيث الحركة		طبيعة الصورة من حيث المضمون	
	صورة حية	صورة ميتة	موضوعاتية	شخصية
التكرار	11	9	13	07
النسبة	55	45	65	35
المجموع	20	100	20	100

يتضح من خلال هذا الجدول أن طبيعة الصور من حيث الحركة كانت بأكبر تكرار الصور الحية ب 11 تكرار ما نسبته 55 % في حين كانت الصور الميتة بنسبة 45% حيث جاءت متقاربة، وبالنسبة لطبيعة الصور من حيث المضمون فكانت الصور الموضوعاتية ب 13 تكرار ما نسبته 65 % .

لقد غلبت الصور الحية على حساب الصور الميتة كون أن الصور الحية تضفي الحيوية والحركة على الصورة وعلى الجريدة ولذلك تستعملها الجريدة بكثرة، وبالنسبة للصور من حيث المضمون فهي تتحدد حسب طبيعة الموضوع الرئيسي.

جدول رقم (10) : نوع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى

	نوع الألوان		المجموع
	داكنة	فاتحة	
التكرار	80	60	140
النسبة	57.14	42.86	100

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بنوع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى أن الألوان الداكنة كانت ب 80 تكرارا بنسبة 57.14 % والألوان الفاتحة ب 60 تكرارا بنسبة 42.86 % .

وقد استخدمت الجريدة الألوان الداكنة في إبراز العناوين أما الألوان الفاتحة فكانت كخلفيات لهذه العناوين مما يساعد في إبرازها.

جدول رقم (11) : عدد الإعلانات الموجودة في الصفحة الأولى

	عدد الإعلانات			المجموع
	بدون إعلان	إعلان واحد	إعلانين	
التكرار	07	10	03	20
النسبة	35	50	15	100

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بعدد الإعلانات الموجودة في الصفحة الأولى أنها جاءت بإعلان واحد كأكبر تكرار ب 10تكرارات بنسبة 50% وتليها عدم وجود إعلانات بنسبة 35% ثم وجود إعلانين بسبة 15%.

يختلف عدد الإعلانات في الصفحة الأولى من عدد لأخر، وغلب عليها إعلان واحد ويرجع ذلك إلى قيمة الإعلان في الصفحة الأولى نظرا لارتفاع ثمنه وذلك لقوة تأثيره وتتموقع الإعلانات في الصفحة الأولى في الأذنين أو في أسفل الصفحة بمساحة أقل من نصف صفحة .

جدول رقم (12) : ثبات شكل فهرس المواضيع

	فهرس المواضيع		المجموع
	ثابت	متغير	
التكرار	08	12	20
النسبة	40	60	100

نلاحظ من خلال جدول ثبات فهرس المواضيع أن النسبة كانت متقاربة وبنسبة أكبر جاءت متغيرة ب 12 تكرار بنسبة 60%.

وقد اثر على ثبات وتغيير فهرس المواضيع بالجريدة عامل الإشهار حيث تم حذف إطار العناوين السفلي وتعويضه بالإشهار في أغلب حالات التغيير أما فيما غير ذلك فقد كانت ثابتة، حيث تتميز الجريدة بتصميم موحد لفهرس العناوين حيث يتموقع الموضوع الرئيسي في الوسط على الجهة اليسرى وأعلاه عنوانين وبجانبه الأيمن وأسفله المواضيع الثانوية ويكون التغيير عند وجود الإشهار بالجهة السفلى فتعوض العناوين الثانوية السفلى بالإشهار.

جدول رقم (13) : ثبات شكل الصفحة الأولى

	شكل الصفحة الأولى		المجموع
	ثابت	متغير	
التكرار	15	05	20
النسبة	75	25	100

نلاحظ من خلال الجدول أن ثبات الصفحة الأولى كان ثابتا ب 15 تكرار بنسبة 75% في حين أن تغير الشكل كان بنسبة ضئيلة قدرت ب 15 % .

وترجع هذه النسب إلى محاولة الجريدة الحفاظ على شكل صفحتها الأولى لتحقيق الألفة لدى القارئ، أما بالنسبة لحالات التغيير فترجع إلى وجود الإعلان في الصفحة وتغيير فهرس العناوين.

المبحث الثاني : تحليل عينة جريدة "النهار الجديد"

بطاقة فنية عن جريدة النهار الجديد :

تأسست الجريدة في "2007" ، أسسها مجموعة من الصحفيين الجدد في ميدان الصحافة مع آخرين عملوا بالميدان، تصدر عن شركة الأثير للصحافة ش ذ م م مدير تحريرها أنيس رحماني الذي قدم من جريدة "الشروق اليومي"، مسؤولة النشر بالجريدة سعاد عزوز التي قدمت من جريدة "الخبر"عرفت هذه الجريدة نجاحا كبيرا في السنوات الأخيرة.

أقسام الجريدة :

- الإدارة : تقوم بالتسيير و التكفل بالجوانب المالية.
- قسم التحرير : يتضمن الميدان الصحفي بالجريدة ويحتوي على القسم الوطني، المحلي الاقتصادي، الثقافي، الدولي، الرياضي.
- قسم الإشهار : مهمته التواصل مع المعلنين وتسيير الإشهار بالجريدة.

العنوان : 13، شارع ارزقي عبري حيدرة الجزائر.

العنوان الالكتروني www.ennaharonline.com:

السحب : 400 ألف نسخة.

تحليل البيانات الخاصة بالصفحة الأولى للعينة :

جدول رقم (14) : ثبات مكان اللافتة

	اللافتة		المجموع
	ثابتة	متغيرة	
التكرار	20	00	20
النسبة	100	00	100

يتضح من خلال دراسة عينة البحث و المتكونة من 20عددا، إن تكرار ثبات اللافتة كان ثابتا ب20 تكرارا وبنسبة 100%.

حيث تموقعت اللافتة في أعلى الصفحة على الجهة اليمنى تكونت من كلمة النهار باللغة العربية بلون اسود وبنط عريض وباللغة الفرنسية تحتها ببنط صغير ولون أزرق وكلمة الجديد فوقها بلون أزرق واللوقو أيضا باللون الأزرق وجملة "يومية إخبارية

وطنية" بلون أحمر وبنط صغير تحت اسم الجريدة حيث نلمس الإكثار من الألوان بغية جلب بصر القارئ.

جدول رقم (15) : مكان الأذنين

	الأذنين		المجموع
	بجانب واحد	بجانبي اللافتة	
التكرار	20	00	20
النسبة	100	00	100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن مكان الإذنين كان بجانب واحد ب20 تكرارا وبنسبة 100 % .

ويعود ذلك نظرا لوضع اللافتة في الجهة اليمنى وهذا ما يتطلب وضع أذن واحدة فقط في الجهة اليسرى. كما أن كل عناوين موضوعاتها كان باللون الأحمر وبخلفية صفراء مما يرسخ ذلك في ذهن القارئ.

جدول رقم (16) : لون عنوان المانشيت

	عنوان المانشيت		المجموع
	لون داكن	لون فاتح	
التكرار	05	15	20
النسبة	25	75	100

نلاحظ من خلال الجدول أن لون المانشيت جاء بلون فاتح في اغلب العينة ب 15 تكرارا وبنسبة 75 % وبلون داكن بنسبة 25 %.

كانت اغلب ألوان المانشيت بلون أبيض وعود ذلك إلى وضع الجريدة لخلفية سوداء داكنة مما يساعد على انعكاس اللون الأبيض أما الألوان الداكنة فاقترنت بخلفية الصورة فوضعت بالأسود بغية إبرازها.

جدول رقم (17) : خلفية عنوان المانشيت

	خلفية عنوان المانشيت			المجموع
	خلفية صورة	خلفية ملونة	خلفية غير ملونة	
التكرار	05	15	00	20
النسبة	25	75	00	100

نلاحظ من خلال الجدول جاءت بخلفية ملونة ب15 تكرار بنسبة 75% تليها الخلفية بالصورة بنسبة 25% .

ويرجع ذلك إلى وضع المانشيت بالون الفاتح بأغلب العينة ولذلك ينبغي وضع خلفي ملونة لإبراز المانشيت وقد جاءت الخلفية بلون اسود في كل معظم العينة والتي تعكس اللون الأبيض في الصفحة.

جدول رقم (18) : طبيعة صورة الموضوع الرئيسي من حيث الحركة و المضمون

	طبيعة الصورة من حيث الحركة		طبيعة الصورة من حيث المضمون	
	صورة حية	صورة ميتة	موضوعاتية	شخصية
التكرار	07	13	16	04
النسبة	35	65	80	20
المجموع	20	100	20	100

يتضح من خلال هذا الجدول أن طبيعة الصور من حيث الحركة كانت بأكبر تكرار الصور الميتة ب 13 تكرار ما نسبته 65 % في حين كانت الصور الحية بنسبة 35% حيث جاءت متقاربة، وبالنسبة لطبيعة الصور من حيث المضمون فكانت الصور الموضوعاتية ب 16 تكرار ما نسبته 80 % .

لقد غلبت الصور الميتة على حساب الصور الحية وهذا نظرا لإمكانيات الصحيفة في توفير الصور الحية فعوضتها بالصور الميتة، وبالنسبة للصور من حيث المضمون فهي تتحدد حسب طبيعة الموضوع الرئيسي.

جدول رقم (19) : نوع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى

	نوع الألوان		المجموع
	داكنة	فاتحة	
التكرار	100	70	170
النسبة	58.82	41.18	100

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بنوع الألوان المستخدمة في الصفحة الأولى أن الألوان الداكنة كانت ب 100 تكرارا بنسبة 58.82 % والألوان الفاتحة ب 70 تكرارا بنسبة 41.18 %.

وقد استخدمت الجريدة الألوان الداكنة في إبراز العناوين أما الألوان الفاتحة فكانت كخلفيات لهذه العناوين مما يساعد في إبرازها، كما استعملت الألوان الداكنة أيضا لخلفيات العناوين المكتوبة بلون فاتح.

جدول رقم (20) : عدد الإعلانات الموجودة في الصفحة الأولى

	عدد الإعلانات			المجموع
	بدون إعلان	إعلان واحد	إعلانين	
التكرار	10	07	03	20
النسبة	50	35	15	100

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بعدد الإعلانات الموجودة في الصفحة الأولى أنها جاءت بعدم وجود إعلانات كأكبر تكرار ب 10 تكرارات بنسبة 50% وتليها بإعلان واحدب 07 تكرارات بنسبة 35 % ثم وجود إعلانين بسبة 15%.

يختلف عدد الإعلانات في الصفحة الأولى من عدد لأخر، وأغلب أعداد العينة جاء بدون ويرجع ذلك إلى قيمة الإعلان في الصفحة الأولى نظرا لارتفاع ثمنه وذلك لقوة تأثيره وتتموقع الإعلانات في الصفحة الأولى في الأذنين أو في أسفل الصفحة بمساحة أقل من نصف صفحة .

جدول رقم (21) : ثبات شكل فهرس المواضيع

	فهرس المواضيع		المجموع
	ثابت	متغير	
التكرار	15	05	20
النسبة	75	25	100

نلاحظ من خلال جدول ثبات فهرس المواضيع أن النسبة كانت متقاربة و بنسبة أكبر جاءت ثابتة ب 15 تكرار بنسبة 75% .

وقد اثر على ثبات وتغيير فهرس المواضيع بالجريدة عامل الإشهار حيث تم حذف إطار العناوين السفلي وتعويضه بالإشهار في اغلب حالات التغيير أما فيما غير ذلك فقد كانت ثابتة ،حيث تتميز الجريدة بتصميم موحد لفهرس العناوين حيث يتموقع الموضوع الرئيسي في الوسط من يمين الصفحة إلى يسارها وأعلاه عنوان في الأذن اليسرى وعنوانين في الأعلى مكان "الستريمر" وأسفل الموضوع الرئيسي العناوين الثانوية ويكون التغيير عند وجود الإشهار بالجهة السفلى فتعوض العناوين الثانوية السفلى بالإشهار .

جدول رقم (22) : ثبات شكل الصفحة الأولى

	شكل الصفحة الأولى		المجموع
	ثابت	متغير	
التكرار	20	00	20
النسبة	100	00	100

نلاحظ من خلال الجدول أن ثبات الصفحة الأولى كان ثابتا ب 20 تكرارا بنسبة 100%.

يرجع ذلك إلى محاولة الجريدة الحفاظ على شكل صفحتها الأولى لتحقيق الألفة لدى القارئ، كما أن الجريدة استعملت نفس الألوان في اغلب أعداد العينة وفي نفس الأماكن وهذا لتحقيق ترسيخ صفحتها الأولى لدى القراء.

المبحث الثالث : نتائج التحليل والفروق الإخراجية بين الجريدتين

من خلال تحليلنا لشكل الصفحة الأولى العينة المدروسة توصلنا إلى النتائج والفروق الإخراجية التالية :

1- استنتجنا من خلال العينة أن جريدتي "الشروق اليومي " و "النهار الجديد تحافظان على مكان ثابت للافتة، في وسط الصفحة في الأعلى بالنسبة لجريدة الشروق وفي أعلى الصفحة على الجهة اليمنى بالنسبة لجريدة النهار وهذا بنسبة 100 % للنهار و 85 % بالنسبة لجريدة الشروق. ويفسر هذا بسعي كلتا الجريدتان للحفاظ على هوية الجريدة و سماتها التي ألفها القارئ، وتميز كل جريدة عن الأخرى من حيث اللافتة.

2- استنتجنا أن كلتا الجريدتين تحافظان على مكان الأذنين، حيث لاحظنا أن جريدة الشروق اليومي تضع الأذنين بجانبي اللافتة بنسبة 85 % وجريدة النهار تعتمد على أذن واحدة بالجهة اليسرى، ونفسر هذا بمحافظة الجريدتان على مكان الأذنين وكل جريدة لها مكان خاص بها و تستعمل لعناوين الأخبار ومرات أخرى للإشهار .

3- استنتجنا أن جريدة الشروق اليومي اعتمدت اللون الداكن في إخراج المانشيت بنسبة 100 % أما جريدة النهار فاعتمدت اللون الفاتح بنسبة 75% .

ونفسر هذه النتائج بأن جريدة الشروق اليومي اعتمدت على اللون الداكن الذي له القدرة في إبراز هاما جريدة النهار فقد اعتمدت على اللون الفاتح ولكن بخلفية داكنة وهذا لإبرازه أكثر وإعطاء خصوصية لمانشيتها .

4- استنتجنا أن جريدة الشروق تعتمد على خلفية غير ملونة للمانشيت بنسبة 95% في حين أن جريدة النهار تعتمد على خلفية ملونة بنسبة 75 % ويرجع ذلك إلى أن جريدة الشروق اليومي اعتمدت على اللون الداكن للمانشيت مما يستوجب وضع خلفية غير ملونة لإبرازه أما جريدة النهار فاعتمدت اللون الفاتح نظرا لكون المانشيت كان بلون فاتح أبيض و الخلفية بلون اسود وهذا لإبراز المانشيت في الصفحة .

5- استنتجنا من حيث صورة الموضوع الرئيسي أن جريدة الشروق تعتمد على الصور الحية بنسبة 55% أما جريدة النهار فقد اعتمدت على الصور الميتة بنسبة 65% ونفسر ذلك كون أن كلتا الجريدتين تسعى لتوظيف الصور الحية لأنها ذات قيمة إلا أنهما يتفاوتان في توظيف الصور حيث أن جريدة الشروق اعتمدت عليها أكثر نظرا لإمكانياتها و تجربتها في ميدان الإعلام على عكس جريدة النهار، وقد اعتمدت كلتا الجريدتين على الصور الموضوعاتية و ذلك لتوضيح الحدث أكثر

6- استنتجنا أن كلتا الجريدتين تستخدمان الألوان الداكنة في إخراج صفحتها الأولى حيث اعتمدت جريدة الشروق اليومي على الألوان الداكنة بنسبة 57.14% أما جريدة النهار فاعتمدت عليها بنسبة 58.82% ، ونفسر هذه النتائج بان كلتا الجريدتين تعتمد على الألوان الداكنة مما لها من قدرة في جلب البصر والتأثير على القارئ.

7- استنتجنا أن جريدة الشروق تعتمد على الإشهار في الصفحة الأولى بإعلان واحد بأكبر نسبة وهي 50 % أما جريدة النهار فان اغلب أعداد العينة جاءت من دون إشهار في الصفحة الأولى بنسبة 50% ، ويرجع ذلك إلى إستراتيجية كل جريدة في ميدان الإشهار كون أن الإشهار بالصفحة الأولى له أهمية كبيرة وقد تراوح بين إشهار إلى اشهارين كما يؤثر على شكل الصفحة الأولى للجريدة ويوضع في الغالب في أسفل الصفحة أو مكان الأذنين.

8- استنتجنا من خلال فهرس المواضيع أن النسبة كانت متقاربة في جريدة الشروق حيث تغير الفهرس بنسبة 60 % أما فهرس جريدة النهار الجديد فكان ثابتا في اغلب العينة بنسبة 75% ، ويرجع ذلك إلى اعتماد جريدة الشروق على الإعلان مما يؤثر

على الفهرس أما جريدة النهار الجديد فلم تعتمد كثيرا على الإشهار مما جعل الفهرس ثابتا أما حالات التغير فكانت بسبب الإشهار أما فيما غير ذلك فكانت ثابتة .

9- استنتجنا أن شكل الصفحة الأولى لجريدة الشروق كان متغيرا بنسبة 60% أما شكل الصفحة الأولى لجريدة النهار الجديد فكان ثابتا بنسبة 100% ، و يرجع ذلك إلى أن الإشهار في جريدة الشروق اليومي أثر على ثبات شكل الصفحة الأولى حيث تم تغيير مكان اللافتة، أما جريدة النهار فقد حافظت على عناصر الصفحة الأولى والتعامل مع الإشهار دون التغيير في شكل الصفحة .

الفصل الثاني : عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

سنتطرق في هذا الفصل إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية، وذلك بالاستناد إلى استمارة البحث إلي وزعت على عينة قوامها 80 مبحوثا من قراء جريدتي "الشروق اليومي " و" النهار الجديد " طلبة جامعة مستغانم شعبة علوم الإعلام والاتصال مستوى الماستر، من خلال تبويب إجابات هؤلاء المبحوثين في شكل جداول والتعليق عليها للوصول إلى استنتاجات عامة التي تجيب عن تساؤلات الدراسة. وقد قسم هذا الفصل إلى مبحثين يعالج كل مبحث محورا من محاور الدراسة الميدانية :

المبحث الأول : القارئ والشكل العام للجريدة

يهدف هذا المبحث إلى الخروج بنتائج عبر تحليل الجداول البسيطة والمركبة حول نظرة المبحوثين للشكل العام للجريدة، حتى نتعرف على أرائهم فيما يخص شكل الجريدة ونلمس نسبة التوافق والاختلاف بينهم .

1- القارئ والشكل العام للجريدة حسب المعطيات العامة

سنقوم بتحليل نتائج الدراسة الميدانية المتوصل إليها في إطار العينة العامة دون توظيف متغيرات الدراسة. وذلك في جداول بسيطة وكان التحليل كالأتي :

جدول رقم (23) : كيفية تعرف المبحوث على جريدته

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
من خلال قراءة عنوان الجريدة	20	% 25
من خلال شكل الصفحة الأولى	60	% 75
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المبحوثين الذين يتعرفون على جريدتهم من خلال شكل الصفحة الأولى بلغ 75 % في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يتعرفون على جريدتهم من خلال قراءة عنوان الجريدة 25 % .

ويعود ذلك إلى تأثير الصفحة الأولى على القراء وتحقيق انسجام بين القارئ والجريدة.

جدول رقم (24) : جاذبية الجريدة في نظر المبحوثين

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	60	% 75
أحيانا	20	% 25
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن جريدتهم جذابة دائما كانت 75 % وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين يرون أن جريدتهم جذابة أحيانا التي بلغت 25 %

وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين يرون أن جريدتهم جذابة وهذا راجع إلى عملية الإخراج للصفحة الأولى والذي يظهر الجريدة في أحسن حلة تجذب القارئ.

جدول رقم (25) : نظرة المبحوثين لانعكاس مضمون الجريدة في الصفحة الأولى

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	70	% 87.50
أحيانا	06	% 07.50
لا تعكس	04	% 05
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نظرة المبحوثين لانعكاس مضمون الجريدة في الصفحة الأولى دائما بلغ نسبة 87.50 % وهي نسبة كبيرة وقدرت نسبة أحيانا ب 07.50 % أما لا فقد بلغت 05 % .

وهذا ما يؤكد أن المبحوثين يأخذون حوصلة عن مضمون الجريدة من خلال الصفحة الأولى للجريدة.

جدول رقم (26) : شكل الجريدة في نظر المبحوثين

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
ثابت	62	% 77.50
متغير	18	% 22.50
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن شكل الجريدة ثابت بلغت 77.50 % في حين أن نسبة المبحوثين الذين يرونها متغيرة فقد بلغ 22.50 % .

نفسر ذلك بأن المبحوثين لا يتأثرون بتلك التغييرات الطفيفة ويعتبرون أن شكل الصفحة الأولى ثابت بفعل ثبات أغلب عناصر الصفحة على مدى طويل.

جدول رقم (27) : تأثير اسم الجريدة على المبحوثين

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	75	%93.75
لا	05	%06.25
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يتأثرون باسم الجريدة بلغ 93.75% وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين لا يتأثرون باسم الجريدة التي بلغت 06.25 % .

نفسر تأثر أغلبية المبحوثين باسم الجريدة إلى الدور الذي يلعبه هذا العنصر في الجريدة فهو يلعب دورا ترويجيا في الجريدة مثل الماركة في أي منتوج.

جدول رقم (28) : رضى المبحوثين عن إخراج الصفحة الأولى

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	55	% 68.75
أحيانا	20	% 25
غير راض	05	% 06.25
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الراضين عن إخراج الصفحة الأولى في الجريدة دائما 68.75 % و الراضون أحيانا نسبة 25% أما نسبة غير الراضون فكانت ضئيلة بلغت 06.25 % .

يرجع رضا أغلبية المبحوثين عن الجريدة إلى محاولة الجريدة تحقيق أذواق واحتياجات قرائها واحترامها لوفائهم.

القارئ و الشكل العام للجريدة حسب متغير الجنس

جدول رقم (29) : تقسيم العينة حسب متغير الجنس

العينة / الجنس	التكرار	النسبة
مذكر	30	% 37.50
مؤنث	50	% 62.50
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الإناث بلغت 62.50 % في حين بلغت نسبة المبحوثين الذكور 37.50 %.

جدول رقم (30) : كيفية تعرف المبحوث على جريدته حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من خلال قراءة عنوان الجريدة	09	% 30	11	% 22
من خلال شكل الصفحة الأولى	21	% 70	39	% 78
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذكور الذين يتعرفون على الجريدة من خلال شكل الصفحة الأولى 70 % أما نسبة الإناث فقد بلغت 78 %.

يرجع ذلك إلى أن كل من الذكور والإناث يتعرفون على الجريدة من خلال شكل الصفحة الأولى.

جدول رقم (31) : جاذبية الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	20	% 66.67	40	% 80
أحيانا	10	% 33.33	10	% 20
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين يرون أن الجريدة جذابة من حيث الشكل دائما 66.67 % في حين بلغت نسبة الإناث 80 % أما أحيانا فبلغت نسبة 33.33 % للذكور 20% للإناث.

يبين ذلك أن الذكور والإناث يرون أن شكل الجريدة جذاب والإناث بنسبة أكثر نظرا لتكوين الأنثى التي تتأثر بالشكل.

جدول رقم (32) : نظرة المبحوثين لانعكاس مضمون الجريدة في الصفحة الأولى حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	25	% 83.33	45	% 90
أحيانا	02	% 06.67	04	% 08
لا تعكس	03	% 10	01	% 02
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذكور الذين يرون أن الصفحة الأولى تعكس مضمون الجريدة دائما بلغت 83.33 % أما نسبة الإناث فقد بلغت 90% .

هناك توافق بين الذكور والإناث في كون أن الصفحة الأولى تعكس مضمون الجريدة وهذا لما تحتويه من عناوين للمضامين.

جدول رقم (33) : شكل الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ثابت	18	% 60	44	% 88
متغير	12	% 40	06	% 12
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين يرون أن شكل الجريدة ثابت بلغت 60 % في حين بلغت نسبة الإناث 88 % كما بلغت نسبة الذكور الذين يرون أن شكل الجريدة متغير 40 % .

حيث يشير ذلك إلى التقارب في نظرة كلا الجنسين إلى ثبات شكل الجريدة إلا أن نسبة معتبرة من الذكور ترى بأن شكل الجريدة متغير وذلك لشدة التركيز لدى الذكور ودقة الملاحظة.

جدول رقم (34) : تأثير اسم الجريدة على المبحوثين حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	26	% 86.67	49	% 98
لا	04	% 13.33	01	% 02
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين يتأثرون باسم الجريدة 86.67 % في حين بلغت نسبة الإناث الذين يتأثرون باسم الجريدة 98 %.

تؤكد النتائج أن لاسم الجريدة تأثير كبير سواء على الذكور أو الإناث وهذا نظرا لدوره الترويجي وترسخه في ذهن القراء.

جدول رقم (35) : رضى المبحوثين عن إخراج الصفحة الأولى حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	18	% 60	37	% 74
أحيانا	10	% 33.33	10	% 20
غير راض	02	% 06.67	03	% 06
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الراضون عن إخراج الصفحة الأولى دائما بلغت 60 % كما بلغت نسبة الإناث 74 % في حين بلغت نسبة الذكور الراضون أحيانا عن إخراج الصفحة الأولى 33.33 % ونسبة الإناث 20 %.

كلا الجنسين راض عن إخراج الصفحة الأولى إلا أن نسبة كبيرة من الذكور غير راضية دائما ويرجع ذلك إلى البنية النفسية لهم.

القارئ و الشكل العام للجريدة حسب متغير التخصص

جدول رقم (36) : تقسيم العينة حسب متغير التخصص

العينة / التخصص	التكرار	النسبة
صحافة مكتوبة	22	% 27.50
صحافة علمية	15	% 18.75
وسائل الإعلام والمجتمع	25	% 31.25
سمعي بصري	18	% 22.50
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة بلغت 27.50%

ونسبة الصحافة العلمية 18.75 %، وسائل الإعلام والمجتمع 31.25 % سمعي بصري 22.50 % .

جدول رقم (37) : كيفية تعرف المبحوث على جريدته حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من خلال قراءة عنوان الجريدة	06	27.27	05	33.33	04	16	05	27.78
من خلال شكل الصفحة الأولى	16	72.73	10	66.67	21	84	13	72.22
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يتعرفون على الجريدة من خلال شكل الصفحة الأولى تخصص صحافة مكتوبة بلغت 72.73 % وتخصص صحافة علمية بلغت 66.67 % أما وسائل الإعلام والمجتمع فبلغت 84 % وتخصص سمعي بصري بلغت 72.22.

المبحوثين في جميع التخصصات يتعرفون على الجريدة من خلال الصفحة الأولى وهذا راجع لقوة الصلة بين الصفحة الأولى للجريدة والقراء.

جدول رقم (38) : جاذبية الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	15	68.18	11	73.33	20	80	14	77.78
أحيانا	07	31.82	04	26.67	05	20	04	22.22
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن جريدتهم جذابة دائما تخصص صحافة مكتوبة بلغت 68.18 % وصحافة بلغت 26.67 % في حين بلغت نسبة وسائل الإعلام والمجتمع 80 % والسمعي بصري 77.78 % .

كل التخصصات تعتبر أن شكل الجريدة جذاب دائما وهذا نظرا لسعي الجريدة لوضع أحسن تصميم لنسختها.

جدول رقم (39) : نظرة المبحوثين لانعكاس مضمون الجريدة في الصفحة الأولى حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	20	90.91	13	86.66	22	88	15	83.33
أحيانا	02	09.09	01	06.67	02	08	01	05.56
لا تعكس	00	00	01	06.67	01	04	02	11.11
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن الصفحة الأولى تعكس مضمون الجريدة دائما تخصص صحافة مكتوبة كانت 90.91 % أما صحافة علمية فبلغت 86.66 وكانت نسبة وسائل الإعلام والمجتمع 88 % أما تخصص سمعي بصري فبلغت 83.33 %.

ويعود هذا إلى حصول القراء على أهم الأخبار من خلال الصفحة الأولى .

جدول رقم (40) : شكل الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير التخصص

العينة / الاجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ثابت	20	90.91	13	86.67	18	72	11	61.11
متغير	02	09.09	02	13.33	07	28	07	38.89
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن شكل الجريدة ثابت تخصص صحافة مكتوبة كانت اكبر نسبة بلغت 90.91 % تليها صحافة علمية ب 86.67 % ثم وسائل الإعلام والمجتمع ب 72 % ثم سمعي بصري بنسبة 61.11 % .

تخصص الصحافة المكتوبة بلغ اكبر نسبة نظرا لقرب التخصص من تقنيات الإخراج.

جدول رقم (41) : تأثير اسم الجريدة على المبحوثين حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	90.91	14	93.33	24	96	17	94.44
لا	02	09.09	01	06.67	01	04	01	05.56
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين يتأثرون باسم الجريدة حيث بلغت نسبة تخصص صحافة مكتوبة 90.91 % ونسبة صحافة علمية 93.33 % وتخصص وسائل الإعلام والمجتمع 96 % أما سمعي بصري فبلغت 94.44 % وهي نسب متقاربة وعلية مقارنة بعدم تأثير الاسم وهذا راجع لقوة تأثير اسم الجريدة على القراء.

جدول رقم (42) : رضى المبحوثين عن إخراج الصفحة الأولى حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	15	68.18	10	66.67	18	72	12	66.67
أحيانا	05	22.73	04	26.67	06	24	05	27.78
غير راض	02	09.09	01	06.66	01	04	01	05.55
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الراضون عن إخراج الصفحة الأولى دائما تخصص صحافة مكتوبة بلغت 68.18 % وبلغت نسبة تخصص صحافة علمية 66.67 % أما نسبة وسائل الإعلام والمجتمع فكانت 72 % و سمعي بصري 66.6 % ثم تليها نسب الراضون أحيانا وفي الأخير غير الراضون بنسب ضئيلة جدا وهذا يدل على رضى المبحوثين عن إخراج الصفحة الأولى للجريدة.

القارئ و الشكل العام للجريدة حسب متغير الجريدة

جدول رقم (43) : كيفية تعرف المبحوث على جريدته حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من خلال قراءة عنوان الجريدة	09	20	11	31.43
من خلال شكل الصفحة الأولى	36	80	24	68.57
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين من قراء جريدتي النهار الجديد والشروق يتعرفون على الجريدة من خلال شكل الصفحة الأولى حيث بلغت نسبة المبحوثين لقراء الشروق اليومي 80 % وقراء جريدة النهار الجديد 68.57 % وهذا ما يؤكد تأثير الصفحة الأولى للجريدتين على القراء.

جدول رقم (44) : جاذبية الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	39	86.67	21	60
أحيانا	06	13.33	14	40
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من قراء الجريدتين يرون أن الجريدة جذابة دائما بنسبة 86.67 % لقراء جريدة الشروق و 60 % لقراء جريدة النهار كما كانت نسبة الجاذبية أحيانا بالنسبة لجريدة النهار الجديد 40 % وهي نسبة معتبرة .

ويؤكد ذلك جاذبية جريدة الشروق في نظر قرائها وكذا جريدة النهار إلا أن هناك نسبة غير راضية عن جاذبية الجريدة .

جدول رقم (45) : نظرة المبحوثين لانعكاس مضمون الجريدة في الصفحة الأولى حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	43	95.56	27	77.14
أحيانا	01	02.22	05	14.29
لا تعكس	01	02.22	03	08.57
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين قراء الجريدتين يرون أن الصفحة الأولى تعكس مضمون الجريدة دائما بنسبة 95.56 % لقراء جريدة الشروق و 77.14 % لقراء جريدة النهار الجديد وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة القراء الذين يرون أن الانعكاس أحيانا والذين يرون أنها لا تعكس المضمون وهذا ما يؤكد حرص الجريدتين على تقديم اغلب مواضيع الأحداث في الصفحة الأولى .

جدول رقم (46) : شكل الجريدة في نظر المبحوثين حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ثابت	40	88.89	22	62.86
متغير	05	11.11	13	37.14
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين قراء الجريدتين يرون أن شكل الجريدة ثابت بنسبة 88.89 % لقراء جريدتي الشروق اليومي و 62.86 % لقراء جريدة النهار الجديد وهذا ما يؤكد أن الاختلاف طفيف في الصفحة الأولى بالنسبة للجريدتين وغير محسوس بالنسبة للقارئ.

جدول رقم (47) : تأثير اسم الجريدة على المبحوثين حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	42	93.33	33	94.29
لا	03	06.67	02	05.71
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن اسم الجريدة يؤثر على أغلبية المبحوثين قراء الجريدتين بنسبة 93.33 % لقراء جريدة الشروق اليومي و 94.29 % لقراء جريدة النهار الجديد وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة غير المتأثرين باسم الجريدة.

وهذا ما يبين الدور الكبير الذي يلعبه في ترسيخ الصورة النمطية عن الجريدة في كلتا الجريدتين.

جدول رقم (48) : رضى المبحوثين عن إخراج الصفحة الأولى حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	32	71.11	23	65.71
أحيانا	11	24.45	09	25.72
غير راض	02	04.44	03	08.57
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الراضين عن إخراج الصفحة الأولى دائما كانت بنسبة 71.11 % لقراء جريدة الشروق اليومي ونسبة 65.71 % لقراء جريدة النهار الجديد، وتليها نسبة القراء الراضين أحيانا ب 24.45 % و 25.72 % على التوالي. وهذا ما يبين رضى قراء الجريدتين عن إخراج الصفحة الأولى رغم وجود نسبة معتبرة غير راضية دائما لكلتا الجريدتين.

المبحث الثاني : العناصر التبوغرافية للصفحة وأثرها على القارئ

العناصر التبوغرافية وأثرها على القارئ حسب المعطيات العامة

جدول رقم (49) : العناصر التي تؤثر في المبحوثين في الصفحة الأولى

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
الصور	30	37.50
العناوين	20	25
الألوان	30	37.50
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن العناصر التي تؤثر في المبحوثين كانت الصور بنسبة 37.50 % و الألوان بنسبة 37.50 % أما العناوين فكانت نسبتها 25 % وهذا ما يبين الدور الكبير للصور والألوان في الصفحة الأولى.

جدول رقم (50) : نوع الصور التي تجذب المبحوثين في الصفحة الأولى

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
الفوتوغرافية	55	68.75
الكاريكاتورية	25	31.25
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن الصور الفوتوغرافية تؤثر على المبحوثين بنسبة 68.75 % أما الكاريكاتورية بنسبة 31.25 % وهذا يوضح الدور الكبير الذي تلعبه الصور الفوتوغرافية في التأثير على القارئ .

جدول رقم (51) : نظرة المبحوثين لوضوح الصور الموظفة في الصفحة الأولى

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	40	50
أحيانا	21	26.25
ليست واضحة	19	23.75
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن الصور الموظفة في الصفحة الأولى واضحة دائما بلغت 50 % في حين بلغت نسبة الواضحة أحيانا 26 % ورأت 23.75 % أن الصور غير واضحة حيث نلمس أن نصف المبحوثين يرون أن الصور غير واضحة أو واضحة أحيانا وهذا ما يرجع إلى ظروف الجريدة في توظيف الصور.

جدول رقم (52) : مناسبة حجم الحرف في الصفحة الأولى للقراءة

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	50	62.50
أحيانا	20	25
غير مناسب	10	12.50
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين التي رأت أن حجم الحرف في الصفحة الأولى مناسب دائما 62.50 % وباغت نسبة مناسب أحيانا 25 % وبلغت نسبة غير مناسب 12.50 حيث رأى اغلب المبحوثين أن حجم الحرف مناسب دائما وهذا ما يؤكد مناسبة حجم الحرف لعملية القراءة .

جدول رقم (53) : نظرة المبحوثين لوضوح مانشيت الجريدة

العينة / الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	52	65
أحيانا	22	27.50
غير واضحة	06	07.50
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين يرون أن مانشيت الجريدة واضح دائما بنسبة 65 % أما نسبة واضح أحيانا فقد بلغت 27.50 % في حين نسبة غير واضح 07.50 % وهذا ما يؤكد وضوح المانشيت بالنسبة للمبحوثين .

العناصر التبوغرافية و أثرها على القارئ حسب متغير الجنس

جدول رقم (54) : العناصر التي تؤثر في المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصور	10	33.33	20	40
العناوين	15	50	05	10
الألوان	05	16.67	25	50
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين الذكور يتأثرون بالعناوين بنسبة 50 % والصور بنسبة 33.33 % في حين أن الإناث يتأثرون بالألوان بنسبة 50 % والصور بنسبة 40 % وهذا ما يوضح أن الذكور ينجذبون إلى العناوين أما الإناث فينجذبون إلى الألوان و الصور.

جدول رقم (55) : نوع الصور التي تجذب المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الفوتوغرافية	20	66.67	35	70
الكاريكاتورية	10	33.33	15	30
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خال الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين ينجذبون إلى الصور الفوتوغرافية في الصفحة الأولى بنسبة 66.67 % للذكور و 70 % بالنسبة للإناث وهذا يبين ميل المبحوثين إلى الصور الفوتوغرافية على حساب الصور الكاريكاتورية.

جدول رقم (56) : نظرة المبحوثين لوضوح الصور الموظفة في الصفحة الأولى حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	15	50	25	50
أحيانا	10	33.33	12	24
ليست واضحة	05	16.67	13	26
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين يرون أن الصور الموظفة في الصفحة الأولى واضحة دائما وذلك بنسبة 50 % للذكور و 50 % للإناث أما نسبة أحيانا فكانت ب 33.33 % للذكور و 24% للإناث وهذا ما يبين أن الصور واضحة نسبيا إلا أنها تختلف على حسب أعداد الجريدة وعلى حسب الجنس فالإناث يميلون إلى الصور ذات الجودة العالية أما الذكور فالعكس.

جدول رقم (57) : مناسبة حجم الحرف في الصفحة الأولى للقراءة حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	14	46.67	36	72
أحيانا	10	33.33	10	20
غير مناسب	06	20	04	08
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذكور الذين يرون أن حجم الحرف في الصفحة الأولى مناسب للقراءة دائما بلغت 46.67 % أما نسبة الإناث فكانت 72 % في حين اعتبر 33.33 % من الذكور أن حجم الحرف مناسب أحيانا وهذا ما يبين أن نسبة معتبرة من الذكور لاترى أن حجم الحرف مناسب دائما للقراءة على عكس الإناث .

جدول رقم (58) : نظرة المبحوثين لوضوح مانشيت الجريدة حسب متغير الجنس

العينة / الإجابة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	20	66.67	32	64
أحيانا	07	23.33	15	30
غير واضحة	03	10	03	06
المجموع	30	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن كلا الجنسين يرون أن مانشيت الجريدة واضح دائما بنسبة 66.67 % و 64 % للإناث وهذا يوضح أن كلا الجنسين يرى أن مانشيت الجريد واضح للقارئ .

العناصر التبوغرافية و أثرها على القارئ حسب متغير التخصص

جدول رقم (59) : العناصر التي تؤثر في المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير التخصص

العينة / الاجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصور	09	40.91	05	33.33	06	24	10	55.56
العناوين	10	45.45	02	13.34	06	24	02	11.11
الألوان	03	13.64	08	53.33	13	52	06	33.33
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من تخصصي الصحافة العلمية ووسائل الإعلام والمجتمع يتأثرون بالألوان بنسبة 53.33 % للصحافة العلمية و 52 % لوسائل الإعلام في حين نجد مبحوثي تخصص صحافة مكتوبة يتأثرون بالعناوين بنسبة 45.45 % أما تخصص سمعي بصري فيتأثرون بالصور بنسبة 55.56 % وهذا ما يبين أن هناك تفاوت بين التخصصات من حيث العناصر المؤثرة في الصفحة الأولى حيث يتأثر كل تخصص بعنصر معين .

جدول رقم (60) : نوع الصور التي تجذب المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الفوتوغرافية	10	45.45	12	80	18	72	15	83.33
الكاريكاتورية	12	54.55	03	20	07	28	03	16.67
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن 54.55 % من المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة ينجذبون إلى الصور الكاريكاتورية في الصفحة الأولى و 45.45 منهم ينجذبون إلى الصور الفوتوغرافية في حين نجد جميع التخصصات الأخرى تنجذب إلى الصور الفوتوغرافية حيث نجد نسبة الصحافة العلمية 80 % ووسائل الإعلام والمجتمع 72 % أما سمعي بصري فكانت 83.33 %، نستنتج أن أغلبية التخصصات تميل إلى الصور

الفوتوغرافية ماعدا تخصص صحافة مكتوبة فهي تتفاوت بين الفوتوغرافية والكاريكاتورية.

جدول رقم (61) : نظرة المبحوثين لوضوح الصور الموظفة في الصفحة الأولى حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	09	40.91	05	33.33	16	64	10	55.55
أحيانا	08	36.36	06	40	06	24	01	05.56
ليست واضحة	05	22.73	04	26.67	03	12	07	38.89
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة الذين يرون أن الصور الموظفة في الصفحة الأولى واضحة دائما بلغت 40.91 % أما تخصص وسائل العلام والمجتمع فكانت 64 % وسمعي بصري 55.55 % في حين نجد 40 % من مبحوثي تخصص صحافة علمية يرون أن الصور جذابة أحيانا ويرجع هذا التفاوت بين التخصصات إلى تفاعل كل تخصص مع الجريدة و درجة تأثره .

جدول رقم (62) : مناسبة حجم الحرف في الصفحة الأولى للقراءة حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	13	59.09	10	66.67	16	64	11	61.11
أحيانا	05	22.73	04	26.67	08	32	03	16.67
غير مناسب	04	18.18	01	06.66	01	04	04	22.22
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين من جميع التخصصات يرون أن حجم الحرف في الصفحة الأولى مناسب للقراءة بنسبة 59.09 % لتخصص صحافة مكتوبة و 66.67 %تخصص صحافة علمية أما وسائل الإعلام والمجتمع فكانت 64 % في حين تخصص سمعي بصري فبلغت 61.11 % وهذا ما يبين أن جميع التخصصات يرون أن حجم الحرف مناسب في الصفحة الأولى للقراءة.

جدول رقم (63) : نظرة المبحوثين لوضوح مانشيت الجريدة حسب متغير التخصص

العينة / الإجابة	صحافة مكتوبة		صحافة علمية		وسائل الإعلام و المجتمع		سمعي بصري	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	12	54.54	11	73.34	15	60	14	77.78
أحيانا	09	40.91	02	13.33	08	32	03	16.67
غير واضحة	01	04.54	02	13.33	02	08	01	05.55
المجموع	22	%100	15	%100	25	%100	18	%100

نلاحظ من خلال الصفحة الأولى أن نسبة المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة الذين يرون أن مانشيت الجريدة واضح بلغت 54.54 % وبلغت نسبة 73.34 % وبلغت نسبة تخصص وسائل الإعلام والمجتمع 60 % أما سمعي بصري فكانت 77.78 % كم نجد أن 40 % وهذا ما يبين أن اغلب المبحوثين يرون أن أغلب المبحوثين يرون أن مانشيت الجريدة واضح ووجود نسبة كبيرة من تخصص صحافة مكتوبة يرون أن المانشيت واضحة أحيانا .

العناصر التبوغرافية و أثرها على القارئ حسب متغير الجريدة

جدول رقم (64) : العناصر التي تؤثر في المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصور	18	40	12	34.28
العناوين	12	26.67	08	22.86
الألوان	15	33.33	15	42.86
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 40 % من المبحوثين من قراء جريدة الشروق اليومي يتأثرون بالصور و 33.33 % منهم يتأثرون بالألوان في حين نجد أن 34.28 % من قراء جريدة النهار يتأثرون بالصور و 42.86 % يتأثرون بالألوان وهذا ما يبين بان أغلبية المبحوثين لكلتا الجريدتين يتأثرون بالصور والألوان.

جدول رقم (65) : نوع الصور التي تجذب المبحوثين في الصفحة الأولى حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الفوتوغرافية	25	55.56	30	85.71
الكاريكاتورية	20	44.44	05	14.29
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن 55.56 % من المبحوثين من قراء جريدة الشروق ينجذبون إلى الصور الفوتوغرافية و 44.44 % منهم ينجذبون إلى الصور الكاريكاتورية في حين نجد أن 85.71 % من قراء جريدة النهار يميلون إلى الصور الفوتوغرافية ،نستنتج أن اغلب المبحوثين من قراء الجريدتين ينجذبون إلى الصور الفوتوغرافية وان هناك تفاوت بين قراء جريدة الشروق بين الصور الكاريكاتورية والفوتوغرافية.

جدول رقم (66) : نظرة المبحوثين لوضوح الصور الموظفة في الصفحة الأولى حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	25	55.56	15	42.86
أحيانا	11	24.44	10	28.57
ليست واضحة	09	20	10	28.57
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن الصور الموظفة في جريدة الشروق واضحة دائما بلغت 55.56 % في حين نجد نسبة 42.86 من قراء جريدة النهار الجديد يرون أنها واضحا دائما، نستنتج أن اغلب القراء يؤون أن الصور الموظفة واضحة دائما وبنسبة أكثر جريدة الشروق وهذا نظرا لإمكانيات الجريدتين.

جدول رقم (67) : مناسبة حجم الحرف في الصفحة الأولى للقراءة حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	30	66.67	20	57.15
أحيانا	11	24.44	09	25.71
غير مناسب	04	08.89	06	17.14
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من كلتا الجريدتين يرون أن حجم الحرف في الصفحة الأولى مناسب للقراءة وهذا بنسبة 66.67 % لقراء جريدة الشروق اليومي و 57.15 % لقراء جريدة "النهار الجديد" وهذا ما يبين مناسبة حجم الحرف للقراءة دائما في كلتا الجريدتين وذلك لسعيها لجلب القراء.

جدول رقم (68) : نظرة المبحوثين لوضوح مانشيت الجريدة حسب متغير الجريدة

العينة / الإجابة	الشروق اليومي		النهار الجديد	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	32	71.11	20	57.14
أحيانا	12	26.67	10	28.57
غير واضحة	01	02.22	05	14.29
المجموع	45	%100	35	%100

نلاحظ من الجدول أن نسبة المبحوثين من قراء جريدة الشروق اليومي الذين يرون أن مانشيت الجريدة واضح دائما بلغت 71.11 % وبلغت نسبة المبحوثين من قراء جريدة النهار الجديد بلغت 57.14 % وهذا ما يوضح أن اغب المبحوثين من قراء الجريدتين راضون دائما عن وضوح مانشيت الجريدة.

المبحث الثالث : الاستنتاجات العامة للدراسة الميدانية

1- القارئ و الشكل العام للدراسة :

- تعرف المبحوثون على الجريدة كان من خلال شكل الصفحة الأولى بنسبة 75 % حيث تبين هذه النتيجة أن كلتا الجريدتين تمكنت من التأثير على القارئ وترسخها في ذهنه من خلال إخراج صفحتها الأولى وهذا ما تسعى إليه كلتا الجريدتين.

- يرى اغلب المبحوثين أن طريقة إخراج الصفحة الأولى في جريدتهم جذابة دائما من حيث الشكل وهذا بنسبة 75 % ، وهذا ما يؤكد أن كلتا الجريدتين تمكنتا من تحقيق الجاذبية على شكل الصفحة الأولى والذي حقق رضى لدى القراء والذي يعتبر هدف الجريدتين.

- يرى أغلب المبحوثين أن الصفحة الأولى للجريدة تعكس دائما مضمون الجريدة وهذا بنسبة 87.50 % ويتجسد ذلك من خلال العناوين وتغطيتها لمضمون الجريد وهذا ما يؤكد أن كلتا الجريدتين تقدم أهم الأخبار في الصفحة الأولى مما يحفز القارئ وهذا ما تسعى إليه كلتا الجريدتين.

- يجد أغلب المبحوثين أن شكل الصفحة الأولى لجريدتهم ثابت وهذا بنسبة 77.50% ، وهذا ما يؤكد أن المبحوثين لا يلاحظون بعض التغييرات الطفيفة وأنهم يعتبر أن شكل الجريدة ثابت وهذا بفعل ترسخها في الذهن وهذا ما يساعد في كسب القارئ من طرف الجريدتين.

- يتأثر أغلب قراء الجريدتين باسم الجريدة و هذا بنسبة 93.75 % وهذا ما يبين أن اسم كلا الجريدتين يؤثر على قراء الجريدة وهذا نظرا لترسخه في الذهن فهو بمثابة الماركة التجارية للجريدة فهو عنصر تسويقي للجريدة حيث تسعى كلتا الجريدتين إلى ترسيخ اسمها في ذهن القارئ.

- وجدنا أن اغلب المبحوثين راضون دائما عن شكل الصفحة الأولى لكلتا الجريدتين وهذا بنسبة 68.75 % وهذا ما يؤكد الرضى التام لقراء الجريدتين عن شكل

الصفحة الأولى وطريقة إخراجها وهذا ما تسعى إليه الجريدة من خلال عملية الإخراج الصحفي .

2- العناصر التبوغرافية للصفحة وأثرها على القارئ :

- استنتجنا أن العناصر التي تجذب المبحوثين في الصفحة الأولى تمثلت في الصور بنسبة 37.50% والألوان بنسبة 37.50 % وهذا ما يؤكد أن قراء الجريدتين يميلون إلى الصور والألوان على حساب العناوين وذلك نظرا لخصوصيات القراء وميولاتهم وهذا ما يدفع الجريدة إلى انتقاء الصور والألوان الجذابة.

- يرى أغلب القراء لكلتا الجريدتين أن الصور التي تجذبهم في الجريدة هي الصور الفوتوغرافية بنسبة 68.75 % وهذا ما يبين مدى تأثير الصور الفوتوغرافية على حساب الصور الكاريكاتورية كونها سهلة الفهم للقارئ وهذا ما وجدناه في تحليل الجريدتين وهو اعتمادهما على الصور الفوتوغرافية بنسبة كثيرة.

- استنتجنا أن أغلب المبحوثين يرون أن الصور الموظفة واضحة دائما بنسبة 50 % و 26.25 % منهم يرون أنها واضحة أحيانا وهذا ما يؤكد وضوح الصور في كلتا الجريدتين أما عدم الوضوح في بعض الأحيان فيرجع إلى إمكانيات الجريدة والذي تسعى هذه الأخيرة إلى تداركه.

- يرى أغلب المبحوثين أن حجم الحرف في الصفحة الأولى مناسب دائما للقراءة وهذا بنسبة 62.50 %، وهذا ما يبين أن قراء كلتا الجريدتين راضون عن حجم الحرف في الصفحة الأولى وذلك ما يساهم في تسهيل تصفح الجريدة وهو ما تسعى إليه كلتا الجريدتين.

- يرى اغلب المبحوثين أن مانشيت الجريدة واضح دائما وذلك بنسبة 65 % وهو ما يبين أن قراء الجريدتين راضون عن وضوح المانشيت والذي يعتبر أهم العناصر في الصفحة الأولى وتسعى الجريدتين لإخراجه وإيضاحه للقارئ.

خـاتـمـة

توصلنا في نهاية دراستنا أن الإخراج الصحفي للصفحة الأولى وباعتباره يرتبط بالمظهر الخارجي للجريدة وهو الذي يجعل من الجريدة ذات جاذبية لدى القراء.

لقد تطرقنا في دراستنا إلى مدى تأثير الإخراج الصحفي للصفحة الأولى على القارئ ونظرة القراء للصفحة الأولى من الجريدة والتعرف على السياسة الإخراجية المعتمدة في جريدتي "الشروق اليومي" و"النهار الجديد" باعتبارهما يمثلان جريدتان بارزتان لدى القراء الجزائريين .

توصلنا من خلال دراستنا ومن خلال تحليل شكل الجريدتين أن كلتاهما تتبع نموذجا في إخراج صفحتها الأولى يختلف عن الأخرى والذي يعكس هويتها لدى القراء، إلا أن هناك تقارب بين الجريدتين في إخراج الصفحة الأولى، حيث وجدنا أن جريدة "النهار الجديد" تحافظ على ثبات شكل صفحتها الأولى فيما نجد شكل صفحة جريدة الشروق غير ثابت نظرا لعامل الإشهار الذي يؤثر على شكل صفحتها الأولى إلا أن هذا التغيير لا يؤثر على القارئ.

وفيما يخص الألوان فان كلتا الجريدتين تعتمد على الألوان الداكنة التي لها قوة تأثير على البصر، إلا أن هناك اختلاف بين الجريدتين في طريقة توظيفها.

كما توصلنا من خلال دراستنا أن قراء كلتا الجريدتين يتعرفون على جريدتهم من خلال شكل الصفحة الأولى وهذا ما يبين الدور الكبير الذي تلعبه الصفحة الأولى للجريدة في تكوين هوية للجريدة لدى القراء وتشكيل صلة تعارف بين القارئ والجريدة من خلالها.

توصلنا أن قراء كلتا الجريدتين يرون أن الصفحة الأولى لجريدتهم ثابتة وجذابة وعلى الرغم من التغييرات الموجودة في إخراج جريدة "الشروق اليومي" إلا أن القراء يعتبرون أن شكلها ثابت.

توصلنا إلى أن أكثر العناصر جذبا للقراء هي الصور والألوان، وأكثر الصور جذبا للقراء هي الفوتوغرافية وهذا نظرا لكونها تسهل على القارئ فهم الموضوع ووجدنا أن كلتا الجريدتين تعتمد على الصور الفوتوغرافي في صفحتها الأولى.

كما توصلنا إلى أن اغلب القراء راضون عن حجم الحرف في الصفحة الأولى كون أن الحرف يساهم إلى حد كبير في عملية القراءة، ووجدنا أن القراء راضون مانشيت الجريدة فالمانشيت هو أهم عنوان في الصفحة الأولى ووجدنا أن كلتا الجريدتين تسعى إلى إبرازه من خلال اللون والخلفية.

وفي ختام دراستنا يمكننا القول أن الإخراج الصحفي للصفحة الأولى اثر كبير على القارئ لما له من عناصر ببصرية ونفسية تؤثر على القارئ .

ولذلك ينبغي على الجريدة أن تكون لها سياسة استراتيجية وعلمية في عملية إخراج صفحتها الأولى كون أن القارئ وأن يقوم عليها أعوان متخصصين في الإخراج، كون أن القارئ يحافظ على وفائه لجريدته على حسب محافظة هذه الأخيرة على شكلها ومضمونها واهتمامها المستمر بتقديم أحسن مضمون في أحسن شكل.

قائـــمـــة الـمـراجـــع :

1- اشرف فهمي خوجة، **المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة الأطر النظرية والنماذج التطبيقية**، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2008.

2- أشرف فهمي خوخة، الإخراج **الصحفي والصحافة الالكترونية**، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر و التوزيع، بيروت، 2011.

3- انتصار رسمي موسى، **تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الالكترونية**، مكتبة الذاكرة، بغداد، ط1، 2004.

4- البطل هاني إبراهيم، **الإخراج الصحفي فن وعلم**، عالم الكتب، القاهرة، د ط، 2001.

5- درويش اللبان شريف، **تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2001.

6- سعيد غريب النجار، **مدخل إلى الإخراج الصحفي**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2001.

7- سلمان عبد الباسط، **سحر التصوير فن وإعلام**، الدار الثقافية للنشر، ط 1، القاهرة، 2003.

8- سمير محمود، **الإخراج الصحفي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008.

9- سمير محمود، **الحاسب الآلي و تكنولوجيا صناعة الصحف**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2001.

10- صالح محمد أشرف، **الإخراج الصحفي**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، د ط، 2002.

11- صقر أياد، **تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.

12- طلعت همام، **مائة سؤال عن الإخراج الصحفي**، دار الفرقان، عمان، ط 1، 1984.

13- عامر مصباح، **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، سلسلة الكتب في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، 2008.

14- عيسى محمود الحسن، **إخراج الصحف والمجلات**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013

15- غسان عبد الوهاب الحسن، **إيديولوجيا الإخراج الصحفي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.

16- فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث، **تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.

17- فكري زكريا، **الإخراج الصحفي**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2006.

18- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، **الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 1998 .

قائمة المراجع

19- محمد أزهر سعيد السماك، **طرق البحث أسس وتطبيقات**، دار البازوري العلمية، الأردن، د ط، 2008.

20- محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة والمشرق الثقافي، عمان، د ط، 2010.

21- محمد شفيق، **البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، د ط، 2006.

22- محمود علم الدين، **الإخراج الصحفي**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط 1989.

23- مصطفى فريد، **تكنولوجيا الفن الصحفي، دار أسامة للنشر والتوزيع**، الأردن، ط1، 2000.

24- معلى محمد، **التحرير والإخراج الصحفي**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2003.

25- نجادات علي، **الإخراج الصحفي واتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره**، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2002.

26- نور الدين النادي، **فن الإخراج الصحفي**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 2006.

استمارة استبيان

هذه الوثيقة عبارة عن استمارة بحث علمي أكاديمي لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة، من إعداد الطالبين حليمة سالم عبد القادر وصابري سفيان بعنوان "إخراج الصفحة الأولى و أثره على القارئ "

الرجاء الإجابة على هذه الأسئلة التي تتضمنها بإعطاء البيانات والمعلومات اللازمة بشكل موضوعي وذلك بوضع علامة (X) في المربع المناسب، ونتعهد لكم بعدم استغلال إجابتكم خارج نطاق البحث.

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

التخصص : صحافة مكتوبة ☐

سمعي بصري ☐

وسائل الإعلام والمجتمع ☐

صحافة علمية ☐

ماهي جريدتك المفضلة : الشروق اليومي ☐ النهار الجديد ☐

المحور الأول : القارئ و الشكل العام للجريدة:

1- كيف تتعرف على جريدتك ؟

- من خلال قراءة عنوان جريدتك ☐
- من خلال شكل الصفحة الأولى ☐

2- هل ترى أن جريدتك جذابة من حيث الشكل ؟

دائما ☐ أحيانا ☐

3- هل ترى أن الصفحة الأولى تعكس مضمون الجريدة ؟

- دائما ☐
- أحيانا ☐
- لا تعكس ☐

4- هل ترى بان شكل جريدتك ؟

ثابت ☐ متغير ☐

5- ماهو اثر ذلك عليك ؟

.....

6- هل يؤثر فيك اسم الجريدة؟

نعم ☐ لا ☐

7- هل أنت راض عن إخراج الصفحة الأولى للجريدة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ غير راض ☐

المحور الثاني : العناصر التبوغرافية وتأثيرها على القارئ

8- ما هي العناصر التي تؤثر فيك في الصفحة الأولى للجريدة ؟

الصور ☐ العناوين ☐ الألوان ☐

9- ماهي الصور التي تجذبك للجريدة أكثر ؟

الفوتوغرافية ☐ الكاريكاتورية ☐

10- هل ترى بأن الصور الموظفة تتميز بالوضوح؟

دائما ☐ أحيانا ☐ ليست واضحة ☐

11- هل ترى بان حجم الحروف في الصفحة الأولى مناسب؟

دائما ☐ أحيانا ☐ غير مناسب ☐

12- هل ترى بان مانشيت جريدتك ؟

واضح ☐ غير واضح ☐