

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

توظيف العناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحة الأولى للجريدة وعلاقتها بفعل القراءة

دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين بالجرائد اليومية

الشروق اليومي _ الخبر _ النهار الجديد _

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال

إشراف الدكتور:

غاليم عبد الوهاب

من إعداد:

محفوظ يمينة

لجنة المناقشة

جامعة مستغانم

جامعة مستغانم

جامعة مستغانم

جامعة وهران

جامعة المسيلة 1

رئيسا

مشرفا

مناقشا

مناقشا

مناقشا

الدكتور: بوعمامة العربي

الدكتور: غاليم عبد الوهاب

الدكتور: بلوفة بالحضري

الدكتور: غمشي بن عمر

الدكتور: غزالي عبد الرزاق

2017/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَقُلْ رَبِّيَّ زِدْنِي عِلْمًا"

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

الآية (114) من سورة طه

كلمة شكر

الصبي لا يطيبج الليل إلا بشكرك ولا يطيبج النهار إلا بطاعتك والجنة إلا برويتك .
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة إلى نبي الرحمة نور العالمين سيدنا محمد عليه صلوات
الله وسلامه.

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، وصدق الحق
بقوله "ولا تنسوا الفضل بينكم إن الله بما تعملون بصير"

(من سورة البقرة : الآية 237)

نشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور غالم
عبد الوهاب فله الشكر الجزيل على توجيهاته القيمة .

كما نوجه شكر خاص إلى كل من رؤساء التحرير بالجراند اليومية الجزائرية وأخص
بالذكر السيد شعشوع حسان من جريدة الخبر على شرح تفاصيل عمله

كذلك نتوجه بالشكر إلى كل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بالمساعدة و الإرشادات
الطيبة و لو حتى بنصيحة و على رأسهم الدكتور أحمد إبراهيم و الدكتور عباس
جيلالي ، الدكتور بلحزري بلوفة ، الدكتور بغداد باي ، الدكتور مالفى عبد القادر
و الأستاذة بوخاري حفيظة

كما لا ننسى كل من زملاء الدرب جناد ابراهيم و بوخبزة محمد على نصائحهما و
مساعدهما في إنجاز بحثي

نسأل الله العلي القدير أن ينفعنا بما علمنا و يبارك لنا فيما أعطانا و صلى الله على
نبينا محمد وعلى آله أجمعين و الحمد لله رب العالمين .

إهداء

الى من كان دماغها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي امي الحبيبة.
الى من كلفه الله بالمهبة والوقار الى من علمني العطاء بدون انتظار الى من احمل اسمه
بكل افتخار ابي العزيز.

إلى من كان سندي في الحياة و رافقي في إنجاز البعث زوجي مراد مامون حفظه الله
إلى فلذة كبدي من أثار حياتنا و نثر البسمة في الوجود إبني معاذ أطال الله في عمره
الى من حملنا رحم واحد وتقاسمنا معصم الأيام بخلوها ومرما وجعلهم الله لي السند المعين
الى اخوتي : الطبيب ، علي ، محمد وابنه عبد الرحمان ، سومية ، الزهراء ، فوزية دون أن
أنسى اخواتي في الله : سهام بن صفية ، نصرين بلخضر ، منال بوزينة ، مسعودة بوعزة ، معاذ
لنجل

إلى توأمتي نعيمة حازي وكل عائلتها خاصة الزوج الحريم المداح الشاريف
كما لا أنسى عائلتي الثانية : عائلة مامون حفظها الله
الى كل من أشعل شمعة دروبنا والى من وقف على المنابر وأعطى من
حصيلة فكره لبنير دربنا الى أساتذتنا الكرام .

يظل الإنسان في هذه الحياة مثل قلم

الرصاص ... تبريه العشرات ليكتب بخط أجمل ..

وهكذا حتى يفنى القلم فلا يبقى له إلا جميل ما

كتب !

فهرس الدراسة :

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية 17
- 2- فرضيات الدراسة 18
- 3- أهمية الدراسة 19
- 4- أهداف الدراسة 20
- 5- مجتمع البحث و عينة الدراسة..... 20
- 6- منهج الدراسة وأدواتها..... 25
- 7- أسباب اختيار الموضوع 29
- 8- الدراسات السابقة 30
- 9- مفاهيم الدراسة 38

الفصل الثاني : دراسة في مفاهيم الصحافة المكتوبة ووظائفها

المبحث الأول : مفهوم الصحافة المكتوبة

- أولاً: الاصطلاح اللغوي 41
- ثانياً: المفهوم الإصطلاحي 44
- المبحث الثاني : أهمية الصحافة المكتوبة 49
- المبحث الثالث : وظائف الصحافة المكتوبة..... 50

المبحث الرابع : أنواع الصحافة المكتوبة وسماتها.....	61
المبحث الخامس: نشأة الصحافة المكتوبة في الجزائر	70
المبحث السادس : التوجهات الجديدة للصحافة المكتوبة في ظل التطور الإلكتروني	81
الفصل الثالث : أهمية الصفحة الأولى للجريدة وتطور إخراجها	
المبحث الأول : ماهية الإخراج الصحفي	91
المبحث الثاني : الأسس العامة للإخراج الصحفي	101
المبحث الثالث : المراحل التاريخية لتطور إخراج الصفحة الأولى.....	108
المبحث الرابع : ثقافة المخرج الصحفي وإعداد الصحيفة	118
المبحث الخامس : إخراج الصفحة الأولى بين الوظيفة والجمال....	120
المبحث السادس: إخراج الصفحة الأولى والتكنولوجيا الصحفية الجديدة.....	125
الفصل الرابع : العناصر التيبوغرافية وعلاقتها بإنقرانية الصحف	
المبحث الأول : مساحة الصحف وأعمدتها	131
المبحث الثاني : الصورة كعنصر في إخراج الصحيفة.....	139
المبحث الثالث : الجداول والفواصل والإطارات	148
المبحث الرابع :. استخدام الناجح للعناوين.....	150
المبحث الخامس: اللون طريقة إبداعية في الصحافة اليومية	154
المبحث السادس: الإعلانات في الصحف اليومية	159

المبحث السابع :علاقة الجمهور الجزائري بالصحافة المكتوبة ..163

الفصل الخامس :الإطار التطبيقي للدراسة الميدانية

التحليل الكمي و الكيفي لنتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول :النتائج المتعلقة بالمخرجين الصحفيين

المطلب الأول : دورة حياة الإخراج الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية

المطلب الثاني : توظيف الصحفيين العناصر التيبوغرافية في الصفحة

الأولى و ربط ذلك بالجمهور القراء.

المبحث الثاني :النتائج المتعلقة بالجمهور القراء

المطلب الأول : طريقة تصميم الصفحة الأولى للجريدة وعلاقتها

بالجمهور القارئ حسب (متغير الجنس ،السن ،المستوى التعليمي)

المطلب الثاني : علاقة الصفحة الأولى بمطالعة الجريدة اليومية

الاستنتاجات العامة للدراسة

توصيات الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص

إنّ ما يحتاج إليه مشاهد التلفاز أو مستمع الراديو أو قارئ الجريدة لا يرتبط فقط بما تقدمه هذه الوسائل الإعلامية من مضامين بل يتعدى ذلك إلى اهتمام المتلقي بالشكل الذي تعرض به الوسائط الجماهيرية محتوياتها ويظهر ذلك جليا من خلال إعجاب الفرد بشخصية مذيع أو بنبذة صوته أو بالطريقة التي تعرض بها الصحيفة موادها الإعلامية وعليه فالصحافة المكتوبة كمادة إعلامية تعتمد بشكل كبير على القارئ ، باعتباره مستهلك لهذه المادة الصحفية وأحد محددات نجاح الصحيفة وكونه قناة اتصال فعالة في استمرارها و تطورها، و لذلك من البديهي البحث في العلاقة التي تجمع الصحيفة بالقارئ ، و مدى قدرتها على بناء علاقة طبيعية معه، تتمثل هذه العلاقة في أهمية العناصر التيبوغرافية في كونها قادرة على جذب انتباهه نحوها .

انطلاقا من الأهمية التي تمثلها الصفحة الأولى كواجهة للصحيفة تعبر عن شخصيتها وتعرف بها عند جمهور قراءها تظهر أهمية دراستنا حيث نسعى في ذلك لمعرفة دور العناصر الطباعية في الصفحة الأولى في لفت نظر القارئ ، وذلك من خلال اجراء دراسة ميدانية على مجموعة من المخرجين الصحفيين بالمؤسسات الإعلامية (الخبر _ الشروق اليومي _ النهار الجديد) وذلك لمعرفة أسرار الإخراج الصحفي ومراحله وأهم أسسه وعناصره...من جهة أخرى تسعى هذه الدراسة أيضا لمعرفة مقروئية الجرائد السالفة الذكر من قبل الجمهور القراء ومدى أهمية العناصر الطباعية و دورها في إحداث التفاعل بينها و بين قارئها...

وقد أظهرت الدراسة أنّ : الإخراج الصحفي يخلق الألفة بين الصحيفة والقارئ ، والإخراج في وسائل الإعلام بصفة عامة والصحف بصفة خاصة أظهر أنه من الضروري الاهتمام بالطريقة التي يتم وفقها إخراج شكل الجريدة النهائي ليتلاءم

مع ما يريده الجمهور ، لأن القارئ عادة يخصص وقتاً لقراءة الصحيفة إما في اليوم أو الأسبوع وهو فعلاً في حاجة إلى من يرشده إلى قراءة الأهم فالمهم ، وحتى لا يضيع وقته في أخبار ليست في دائرة اهتمامه فالصفحة الأولى تقول له ماذا بداخل الجريدة ، ويحقق بالتالي ما تطمح إليه الجريدة أي أن تكون الأكثر جماهيرية والأكثر انتشاراً بمعنى الأكثر مقروئية ومن خلال دراستنا تبين أن للشكل دوراً بارزاً من خلال عناصر معينة في جذب انتباه القارئ إلى جريدة معينة كوسيلة إعلامية مفضلة لدى القارئ عن نظيراتها ، وبالتالي استخلصنا في الأخير أن هناك علاقة بين إخراج الصفحة الأولى وإقبال الجمهور على اقتناء الجريدة.

Résumé

le téléspectateur , l'auditeur ou le lecteur de journal est non seulement lié au contenu de ce qui est présenté par ces médias , mais aussi il s'intéresse à la présentation , le public est impressionné par un animateur ou attiré par sa voix ou par la manière de la présentation des documents , l'information dans les journaux et la presse est lancée en tant que média comptent beaucoup sur le lecteur en tant que consommateur de ce matériau de la presse et les déterminants de la réussite du journal et d'être un canal de communication efficace dans son développement, il est donc la recherche axiomatique dans la relation que le papier combine le lecteur et leur capacité à construire une relation normale avec lui est cette relation dans l'importance des éléments topographique ayant le pouvoir d'attirer son attention .

Partant de l'importance que représente la une , première page ,du journal reflète et informe le lectorat ,c'est la base de notre étude nous cherchons le rôle des éléments d'impression la une pour attirer l'attention du lecteur et, à travers une étude sur terrain pour un groupe d'éditeurs , journalistes, organisations de médias (El Khabar – le quotidien Chourouk – Elnahar El djadid) , afin de connaître les secrets de l'édition , cette étude cherche également à déterminer la lisibilité des journaux précités par les lecteurs et le public et l'importance des éléments d'impression et de leur rôle dans la réalisation de l'interaction entre eux et le lecteur .

L'étude montre : la création de la relation entre le lecteur et le l'édition du journal général, et les medias en particulier, il est nécessaire de se concentrer sur la forme finale du journal pour s'adapter avec ce que le public demande .

lecteur choisi le moment de lire le journal, que ce soit au cours de la journée ou de la semaine et il est vraiment nécessaire de le guider à choisir de lire le plus important, pour ne pas perdre son temps dans les nouvelles qui ne l'intéresse pas , par la lecture de la une il s'informe du contenu du journal .et par la atteindre l'objectif du journal qui être public , plus répandu et le plus lu , au cours de notre étude nous avons constaté que la forme de la une

joue un rôle important pour l'attention du lecteur du journal en dernier nous résumons qu'il existe une relation entre la une et l'édition et à attirer le public pour le choix du journal.

Abstract

What is needed scenes of the TV or listener to radio or newspaper reader is not only related to what provided by these media outlets of the contents, but goes beyond that to the recipient interesting form in which it suffered its multimedia public contents and this is evident through the individual's impressive character announcer or the tone of his voice or the way that feature the newspaper information materials and the press is started as a media rely heavily on the reader as a consumer of this press material and a determinants of the success of the newspaper and being a channel of communication effective in its continuation and development, and so it is axiomatic research in the relationship that the paper combines the reader and their ability to build a normal relationship with him being able to waterless his attention towards it

Proceeding from the importance which represented the first page as a front to the newspaper reflect the character and know them the content . the importance of our study is to know the role of the print elements of the first page to draw the reader's attention , for this purpose we studied on a group of journalists, media organizations ((El Khabar – le quotidien Chourouk – Elnahar El djadid)And so to see the journalist and the most important stages and founded the elements of the relationship

On the other hand, this study also seeks to determine the readability of the aforementioned newspapers by readers and the public the importance of printing elements and their role in bringing about the interaction between them and the reader

The study demonstrate that the journalist output creates an intimacy between the reader and the newspaper and output in general and newspapers in particular, the purest, it is necessary to focus on the way they are accordingly directed the final form of the newspaper in line with what the public wants.

Because the reader is usually set aside time to read the newspaper, either in the day or week and is really a need to guide him to read more importantly, what is important, and so as not to waste his time in the news is not in the circle of interest , tell him

what inside the newspaper, and thus achieve its ambitions , the newspaper becomes the most public , the most prevalent , the most readable , our study show that the shape of a prominent role by certain elements in the reader's attention to a particular newspaper as a media tool of choice among readers for its counterpart, and therefore we have drawn in the latter that there is a relationship between the output page first and the attraction of public for the choice of the newspaper .

مقدمة

نحن اليوم - بلا شك - نعيش عصرا مختلفا عن كل العصور التي عاشها أسلافنا ، وما من عصر شهد متغيرات متلاحقة في فترة زمنية قصيرة وعلى مستويات عديدة كعصرنا هذا ، ولعلّ أهم أسباب هذه المتغيرات هو هذا التطور الهائل في أنظمة الاتصال و التواصل ، فغدا الإعلام أكثر أهمية من أي وقت مضى وأضحى لدى البعض غاية أكثر منه وسيلة...

و أخذت الصحافة حول العالم تتخذ منحى جديد في وسائل انتشارها لتواكب التطور الجاري ومتطلبات سرعة العصر، ومن تلك الوسائل التي تُعنى برأي القارئ على صناعة الأخبار ورؤساء تحرير الصحف ذات الانتشار الأوسع والأسرع في نفس الوقت . وقد أوجب تطور الصحافة أن يكون للإخراج الصحفي أسس علمية تعتمد مبادئ نظرية تتعلق بشكل الصحيفة و مكوناتها ، إلا أن البحوث النظرية في هذا المجال مازالت في بداياتها ، وقد فرضت على كاهل الإخراج الصحفي مهام متعددة أبرزها إسباغ شخصية متميزة على الصحيفة و التعبير عنها و المحافظة عليها و الإسهام في تحقيق سياسة الصحيفة و إبراز توجهاتها و تقييمها للأحداث و الموضوعات ، و يكون ذلك بتبني هيكل طباعي متماسك و الاستفادة من المساحة المتاحة في الصحيفة أقصى درجة ممكنة .

واليوم تحرص الصحافة ، باستخدام أدوات البحث العلمي الإحصائي والمنهجي على التعرف على آراء القراء ومعرفة ميولهم القرائية وعاداتهم في التعامل مع وسائل الإعلام المكتوبة ، فهذه المعرفة تمكّن الصحيفة من تعديل سياستها وطرق تبويبها وأساليب تحريرها وكذا معالجتها الفنية والصحفية وكذا طرق إخراجها من خلال إدخال بعض التعديلات في استخدام الصور و الرسوم و الخطوط... وسائل

العناصر الطباعية الأخرى التي تمثل المظهر الجمالي العام للصحيفة وبالتالي يتناسب مع محتواها وذلك من أجل نجاح الصحيفة .

ولئن كانت الصحافة معنية بتقديم المعلومات والأفكار في قالب شيق وجذاب وواضح للجمهور فالإخراج الصحفي هو الذي يمنح هذه المطبوعة شكلها المميز والجذاب والمقبول وصياغته في قالب مناسب للقراء من ناحية وللمحتوى من ناحية أخرى. كما يعمل الإخراج الصحفي على توفير وقت القارئ حيث يساعد الإخراج الجيد للصحيفة على أن يركز القارئ على الموضوعات التي تهمة فقط وينصرف إليها دون إهدار وقت في النظر إلى موضوعات لا تقع في بؤرة اهتمامه.

و يُعنى الإخراج الصحفي بمعرفة عادات الناس القرائية ، فهناك فريق يكتفي بالمرور السريع على العناوين عامة ثم ينتقي منها ما يهمه ليقرأه بإمعان ، وهناك فريق آخر يطلع على المقدمات ويكتفي بها دون صلب الأخبار، وهناك فريق ثالث يهتم بالنواحي الأدبية أو السياسية أو التجارية أو الفنية ...فعلى قسم الأبحاث في الصحيفة أن يوالي عادات القراء وتسجيل أي تغيير يطرأ عليها حتى يتمكن المخرج أو الصحفي من تعديل خطته ،مع العلم بأن المحافظة على البناء العام للصحيفة أمر جوهري للغاية لأنه يكون شخصيتها المألوفة لدى القراء. ولعل ذلك يؤكد أن وظيفة الإخراج الصحفي تتمثل في توجيه القارئ للموضوعات التي يعتقد أنها تستحق اهتمامه بصفة رئيسية ، الأمر الذي يفرض على الصحيفة أن تكون دائما على علم بالمسائل و القضايا ذات القيمة بالنسبة للقارئ وماذا نضع له في الصفحة الأولى؟

حيث تعتبر الصفحة الأولى من الجريدة في غاية الأهمية ، ويعتمد إخراجها على حجم وكمية الأخبار المراد نشرها في الصفحة وتنوع الموضوعات و الأحداث ، ولا ننكر أنه توجد إمكانية كبيرة للصفحة الأولى من التأثير على القارئ ، لهذا يبدي التيبوغرافيون اهتماما كبيرا بالصفحة ويولونها رعاية خاصة في الإخراج ،

بصفتها واجهة الصحيفة التي تحمل اسمها وتؤكد على شخصيتها العامة التي تعرف بها عند القراء.

كما تهتم بحوث الصحافة بمعرفة ماذا يلتفت نظر القارئ عندما ينظر لصحيفته لأول وهلة وكيف يحدث الاتصال بينه وبين الموضوعات وهل تؤدي قراءة العنوان إلى قراءة النص ومتابعته ؟

انطلاقاً من الأهمية التي تمثلها الصفحة الأولى كواجهة للصحيفة تعبر عن شخصيتها وتعرف بها عند جمهور قراءها تظهر أهمية دراستنا حيث نسعى في ذلك لمعرفة دور العناصر الطباعية في الصفحة الأولى في لفت نظر القارئ ، وذلك من خلال اجراء دراسة ميدانية على مجموعة من المخرجين الصحفيين بالمؤسسات الإعلامية (الخبر _ الشروق اليومي _ النهار الجديد) وذلك لمعرفة أسرار الإخراج الصحفي ومراحل وأهم أسسه وعناصره...من جهة أخرى تسعى هذه الدراسة أيضا لمعرفة مقروئية الجرائد السالفة الذكر من قبل الجمهور القراء ومدى أهمية العناصر الطباعية و دورها في إحداث التفاعل بينها و بين قارئها...

الجانب المنهجي

للدراسة

1/ تحديد الإشكالية :

تتحدد مشكلة الدراسة في تحديد معالم العلاقة بين شكل الصحيفة وجمهورها القراء باعتبار هذه العلاقة أحد أهم المشكلات التي يمكن أن تسقط الصحيفة إذا فقدت ثقة جمهورها بها ، كما أن الصحافة المكتوبة كمادة إعلامية تعتمد بشكل كبير على القارئ ، باعتباره مستهلك لهذه المادة ، وأحد محددات نجاح الصحيفة وكونه قناة اتصال فعالة في استمرارها و تطورها. ذلك أنه إذا كانت المادة التحريرية تمثل النكهة التي تتميز بها صحيفة عن أخرى، فإن مظهر الصحيفة أو تيبوغرافيتها هي أبسط وأسرع وسيلة يستطيع جمهور القراء عن طريقها التعرف على المنتج الذي يرغبون في شراؤه ، ويكون بذلك للتأثير بصري دور فعال لتسويق المادة المطبوعة ، فإن هذه المادة تهدف إلى دفع القارئ للنظر إليها أولاً ثم قراءتها ثانياً. و لذلك كان لزاماً علينا البحث في العلاقة التي تجمع الصحيفة بالمستهلك (القارئ) ، ومدى قدرتها على بناء علاقة طبيعية معه، وذلك من خلال إمكانية تأثير الصحيفة على القارئ بما تقدمه في صفحاتها الأولى .

وللصحيفة شخصية " تحدد سياساتها التحريرية من جهة .. وجمهور القراء الذي تخاطبه من جهة ثانية .. وأسلوب إخراجها الفني من جهة ثالثة...". ولقد أضحت العملية الإخراجية للجراند تواجبه تحدياً كبيراً في كيفية الاستحواذ على انتباه المتلقي في ظل ثورة التكنولوجيا والتدفق الهائل للمعلومات المحيطة به. لذلك فإن توظيف الجانب الفني من مثيرات بصرية باعثة لجذب وإثارة مدارك المتلقي أضحي مطلباً ضرورياً لتسخير العناصر التيبوغرافية .

ونظراً لأهمية العناصر التيبوغرافية ، فإن موضوع البحث يتحدد في نطاق الاجابة عن الإشكالية الآتية :

مامدى أهمية العناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحة الأولى للجريدة

في استمالة الجمهور القراء؟

2/ تساؤلات الدراسة :

للتعامل مع هذه الإشكالية العريضة ، قسمنا المشكل الرئيسي إلى عدة عناصر صيغت في شكل تساؤلات فرعية ، فتحليل السؤال الرئيسي إلى مجموعة من المتغيرات في شكل أسئلة جزئية تساعد الباحث على ربط مسار البحث في الطريق الصحيح ، هذه الأسئلة مستمدة أساسا من الإشكالية والمفاهيم العامة المتعلقة بالبحث ، والتي نصل من خلالها إلى صياغة مجموعة من الفرضيات للوصول في الأخير إلى الهدف الرئيسي للبحث.

- 1- كيف يتم توزيع المضامين الإعلامية على حيز الصفحة ؟
- 2- ما هي العوامل المؤثرة في إخراج الصفحة الأولى للجريدة ؟
- 3- كيف تؤثر التكنولوجيات الحديثة على عملية الإخراج الصحفي؟
- 4- هل تتطابق العناصر التيبوغرافية الإخراجية للصفحة الأولى مع ذوق الجمهور القراء ؟

3/ الفرضيات:

إن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية التي تشكل العلاقات القائمة بين متغيرات البحث ، تقبل مجموعة من الإجابات المحتملة التي نسعى من خلال هذا البحث إلى إثباتها ، فلكي نصل إلى بعض النتائج المقنعة حيال هذه التساؤلات التي طرحناها ، لابد من المرور بافتراضات تقربنا إلى ذلك. و نوجزها فيما يلي :

الفرضية الرئيسية

- هناك علاقة بين إخراج الصفحة الأولى وإقبال الجمهور على اقتناء الجريدة.

الفرضيات الجزئية

1. الصفحة الأولى للجريدة أهم من باقي الصفحات لأنها أول ما يثير انتباه القارئ.
2. العناصر التيبوغرافية الموظفة في الصفحة الأولى لها علاقة بسمات الجمهور.
3. هناك علاقة بين استخدامات التكنولوجيات الحديثة وبين جلب اهتمام القراء بالصفحة الأولى.

4. العناصر التيبوغرافية الموظفة في إخراج الصفحة الأولى تساهم في ترويج الجريدة لدى الجمهور .

4/ أهمية الدراسة :

من خلال الدراسة تظهر محاولة إيجاد طرح جديد: فالإخراج بالنسبة للجريدة غير منفصل عن مضمون المادة المنشورة بها بل على العكس فهو شديد الارتباط بهذه الأخيرة بحيث يمكن للأشكال المختلفة أن تعطي لنفس المضمون إحياءات متباينة بالنسبة للقارئ ، إلا أن هذا البحث لن يهتم بالطريقة التي يعبر بها الشكل عن المضمون بقدر ما سيهتم بنظرة القارئ إلى الجانب الشكلي (التبوغرافي) من الجريدة وتقييمه لهذا الأخير دون اعتبار لرأيه فيما يتعلق بالمضامين المنشورة بها وهي الغاية الرئيسية التي ينشدها البحث وتحدهه ، و تأتي أهمية الدراسة انعكاسا لأهمية الموضوع ، نوجزها في النقاط التالية :

❖ تسليط الضوء على جزء من العملية الصحفية و يؤثر بشكل رئيسي في العلاقة البصرية بين القارئ والصحيفة.

❖ وتسليط الضوء أيضا على هكذا موضوعات قد تخدم الباحثين والعاملين في التصميم والإخراج الصحفي خاصة في ظل المنافسة العالمية .

❖ تقديم مقترحات و حلول تطبيقية على أساس علمي عملي للمطبوعات المحلية.

❖ إن معالجة هذا الموضوع جهد متواضع للوقوف على جملة من المبادئ والأسس و الأفكار التي تساهم في رفع مستوى الصحيفة في إطار متطور من القيم والمرجعيات الثقافية والاجتماعية في مجتمعنا .

5/ أهداف الدراسة :

هذه الدراسة سوف لن تعالج الإخراج الصحفي بشكل تجريدي فقط ، بل تسعى إلى معرفة العوامل والأسباب المؤثرة فيه ، سواء تعلّق الأمر بالمؤسسة الصحفية أو الصحفي أو الوسط الثقافي ، وعليه فقد تم تحديد مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة إلى تحقيقها وهي :

➤ التعرف على دور نمط الوحدات التّبوغرافية في التأثير على مقروئية الجرائد بالارتكاز على وظائفها فيما يخص جذب الانتباه ووضوح القراءة.

➤ معرفة احتياجات الجمهور ونوعيته ومدى تأثير ذلك على شكل و مضمون الصحيفة.

➤ تسليط الضوء على تأثير التقدم التكنولوجي الطباعي في عملية الإخراج الصحفي.

➤ عقد صلة تعارف بين الصحيفة والقارئ، بحيث يستطيع تمييزها عن غيرها ببسر ويسعى إليها في رغبة.

➤ إيجاد حلول مناسبة بهدف خلق توافق أفضل بين الشكل والمضمون في الصفحة الواحدة.

6/ مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر ، ومجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته ، فيتم التركيز على المجتمع الممكن الوصول إليه ويمثل مجتمع البحث الذي سنقوم بدراسته ، فئة قراء الصحف المكتوبة الجزائرية اليومية في ولاية البليدة ، للحصول منهم على أجوبة للأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات التي نفيدها في موضوع دراستنا، المتعلق بالعناصر التّبوغرافية في الصفحة الأولى من الصحف اليومية الجزائرية وعلاقتها بالجمهور القراء، لهذا استلزم القيام بتحديد عينة عشوائية من القراء في ولاية البليدة.

ويشمل مجتمع بحثنا أيضا المخرجين الصحفيين العاملين بقطاع الصحافة المكتوبة بالجزائر : (الخبر / الشروق اليومي / النهار الجديد) واعتدنا العينة القصدية في اختيار هذه الصحف .

و يعود أسباب اختيار الصحف اليومية المطبوعة إلى تميزها بالآتي:

- 1 / تنوع موضوعاتها وتنوع هدفها ووظيفتها .
- 2 / استخدام أحدث التقنيات في الواجهة الأولى للصحيفة.
- 3 / قوة البناء التصميمي للفكرة المقدمة.

بطاقة تعريفية للجزائر محل دراستنا

1/ الشروق اليومي

الشروق
إخبارية وطنية

رأينا صواب يحتمل الخطأ و رأيكم خطأ يحتمل الصواب.

الشروق جريدة يومية تصدر باللغة العربية وهي مؤسسة إعلامية إخبارية وطنية ناطقة بالعربية ، تأسست في الفاتح من نوفمبر من سنة 2000 مدير تحريرها: علي فضيل ، وتدرجيا بدأت تتوسع بخلق مكاتب جهوية على مستوى الشرق والغرب والجنوب ، وبعد أشهر قليلة من صدورها صارت تحتل المرتبة الثانية في الجزائر بسحب تجاوز آنذاك 300 ألف نسخة وفي عام 2005 كانت انطلاقة جديدة للشروق اليومي عن طريق تجديد الطاقم الصحفي والإداري بالكامل وفي ظرف 5 سنوات استطاعت أن تجد لها مكانا وسط العناوين الصحفية الصادرة بالجزائر سواء الناطقة بالفرنسية أو بالعربية. هذه الإستراتيجية أثمرت نتائجها حيث مع عام 2007 صارت تحتل المرتبة الأولى وطنيا ومغاربيا في تطور مستمر إلى أن تجاوزت مليون نسخة يوميا و هو رقم غير مسبوق على المستوى الوطني و الشروق توزع عبر كل التراب الوطني ولديها

مراسلين عبر كل الولايات وحتى خارج الوطن . وتصدر الجريدة عن دار الاستقلال. ويقع مقر الجريدة في : 2 شارع فريد زويوش القبة : الجزائر.



2/ جريدة الخبر : هي جريدة يومية جزائرية. صدر أول عدد لها عام 1990، و بعد مرور عشر سنوات من تأسيس الجريدة، صارت "الخبر" تمثل أول سحب في الجزائر بمعدل نصف مليون نسخة يوميا ولها نسختين إضافيتين في موقعها الإلكتروني بالإنجليزية والفرنسية. ويكمن سر نجاحها في قربها من المواطن الجزائري، حيث احتضنت كل همومه وانشغالاته، حتى أصبحت الناطق باسمه تجاه السلطات العمومية.

مدير تحريرها: كمال جوزي، توظف مؤسسة الخبر 72 صحفيا دائما و 03 مصورين وكاريكاتوريين. وتملك 48 مكتبا عبر التراب الوطني و 07 مكاتب في بلدان عربية أجنبية وحوالي مائة مراسل متعاون عبر الوطن.

كما تمك الخبر مكتبين جهويين أحدهما في شرق البلاد بولاية قسنطينة والثاني في غرب البلاد بولاية وهران، بالإضافة إلى مكاتب ولائية عبر كامل التراب الوطني. انتقلت إلى مقرها الجديد بحيدرة عام 2008 حيث كانت في السابق تتخذ من دار الصحافة مقراً لها. يضم المبنى الجديد التابع لها الإدارة العامة، مديرية المحاسبة والمالية، المديرية التجارية، التحرير بمختلف أقسامه، مديرية العلاقات العامة والتسويق، قسم المنازعات، بالإضافة إلى مركز الدراسات الدولية. وقد زودت مختلف الأقسام بأحدث ما أبدعته التكنولوجيا مما يحفز العمال على العطاء ويذل المزيد من الجهد.

3) جريدة النهار الجديد:



النهار الجديد جريدة يومية عامة تصدر باللغة العربية، تأسست سنة 2007 ، عدد نسخها 276000 نسخة يوميا. مدير تحرير الجريدة: أنيس رحمانى.
عنوان الجريدة: 13 شارع أرزقي عبري حيدرة_ الجزائر

تمكنت صحيفة "النهار الجديد" من تحقيق أرقام قياسية في ظرف وجيز من حيث السحب الذي قارب الـ100 مليون نسخة في السنة حسب تأكيدات إحدى المنظمات العالمية ويتعلق الأمر بجمعية "OJD" الفرنسية المختصة في مراقبة توزيع الصحف التي تنشط في المجال منذ عام 1923 وتحمل شعار "حقيقة الأرقام".

كشفت جمعية "OJD" في التقرير الذي أعنته حول توزيع جريدة "النهار الجديد"، بأن هذه الصحيفة اقتحمت الساحة الإعلامية يوم الفاتح من شهر نوفمبر 2007 والحاملة لشعار "النهار ثورة في عالم الإعلام" تحقق حجم مبيعات يومي يقارب الـ300 ألف نسخة في اليوم الواحد من أصل 323 ألف نسخة يتم سحبها.

_ ونظرا لاستحالة الوصول إلى جميع الوحدات لضخامة مجتمع البحث ، كان لازما علينا العمل على تحديد عينة تمثيلية من الصحف والمخرجين الصحفيين العاملين بالصحافة المكتوبة ، وبصفة قصدية ، " والعينة هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين ، كما أنها طريقة خاصة بالقياس يستهدف تحويل المعطيات النوعية إلى كمية ، لاسيما في العلوم الاجتماعية التي تعتبر كمؤشر كبير على درجة موضوعية النتائج المتوصل إليها ، ولكي يتجنب الباحث التحيز في اختيار مفردات العينة ، عليه اللجوء إلى الطرق العلمية في اختيار العينة وتحليل المعطيات الأولية المتوفرة لديه (1)

¹ أنجريس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - الجزائر ، دار القصب لل نشر ، 2004 ، ص 20 .

7/ مجالات الدراسة :

وتنقسم إلى :

المجال الموضوعي : دور العناصر التيبوغرافية في تحقيق الجذب لدى الصحف، وتحديد الصفحة الأولى و التي تعد الهوية التعريفية والشعار الإشعاري لها.

المجال الجغرافي : الجرائد اليومية المنشورة في الجزائر كونها احد أهم الجرائد رواجاً في الوطن، ثم إن عينة مجتمع البحث متواجدة بالعاصمة، فجريدة الشروق متواجدة بدار الصحافة عبد القادر سفير بالقبة، ومقر جريدة الخبر بأعالي حيدرة ، أما جريدة النهار فمقرها أيضا بشارع أرزقي عبري بحيدرة. أما فيما يخص الجمهور القراء فارتأينا أن يكون قراء مدينة البليدة و بالتحديد بلديات : بوفاريك / بن حمدان / الشبلي .

المجال الزمني : تم التركيز على جمع المادة النظرية واختيارها وتصنيفها وتبويبها ، ثم تحريرها وانتقلنا بعد ذلك إلى العمل الميداني لتنفيذ خطة العمل من خلال المقابلات و الملاحظة وكان ذلك يوم 28_29_30 -31 ديسمبر 2015 .

و توزيع الإستمارة بعد عرضها على بعض الأساتذة لتحكيمها * ، خلال الأسبوع الأول من شهر جانفي 2016 واسترجاع الإستمارات بعد فرزها نهاية جانفي 2016 ، وفي الأخير جمع وتحليل النتائج ثم التحرير النهائي للدراسة ديسمبر 2016 .

8/ مناهج الدراسة :

صحيح أن أصعب الأمور بداياتها ، وعلى كل باحث أن يختار المنهج أو الأسلوب المعين لتحليل مشكلته والتي هو بصدد دراستها ، وكلما تمكن الباحث من التحكم في المنهج ، كان باستطاعته التحكم أكثر في دراسته. فلقيام بأية دراسة علمية " و هي النقصي المنظم باتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بقصد التأكد من صحتها أو تعديلها أو إضافة الجديد لها " (2) ، لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية ، هادفة، لبلوغ النتيجة ، وذلك باتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها ، حيث تتطلب الدراسة الشاملة لأهمية العناصر التيبوغرافية في عملية الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، ونخص بالذكر كل من الخبر و الشروق اليومي و النهار الجديد ، بعاصمة الجزائر ، وبما أنها (الدراسة) تنتمي إلى الدراسات الوصفية ، فالمنهج الوصفي التحليلي ، وهو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منتظم ، من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية . ويعتبر أيضاً طريقة لوصف الظاهرة المدروسة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. (3) بهدف الانتهاء إلى وصف عملي ودقيق ومتكامل للعملية الإخراجية والعناصر التي تقوم عليها ، وبما أن هذه الدراسة تتدرج وفق الدراسات الوصفية التحليلية ، فإنها

² أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية:الجزائر، ط 2009، ص 20.

* الأساتذة الجامعيين المحكمين لاستمارة الدراسة هم :

- الدكتور عباس جيلالي من جامعة وهران.
- الدكتور بلحزري بونوفة من جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
- الدكتور بغداد باي عبد القادر المركز الجامعي غليزان
- الدكتور مالفى عبد القادر من جامعة مستغانم

³ عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات، للساحة المركزية، ط 3 ، ص 39، 40.

ستحتاج إلى بعض المناهج المساعدة على الوصول إلى نتائج مقبولة بما تقتضيه الحقيقة العلمية. ناهيك عن بعض الأدوات و التقنيات الخاصة بجمع المعلومات.

منهج البحث : هو الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها في بحثه، حيث يتقيد باتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث، ويسترشد بها الباحث في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث.(4) كما يعرفه عبد الرحمن بدوي: « على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة (5). على أن الوصول إلى الحقيقة ليس هينا في كل الأحوال ، فقد يحيد المرء عن الطريق فيضل الفكر ، ويتعذر عليه إدراكها ، ولهذا كانت الحاجة ماسة إلى إضفاء الروح العلمية على التفكير العقلي من خلال منهج واضح المعالم ومحدد القسامات.(6)

ويعرف محمد زيان عمر المنهج : بأنه الدراسة العلمية المنظمة لظاهرة معينة باستخدام المنهج العلمي للوصول إلى الحقائق وتفصيلها والإستفادة منها ، والتحقق من صحتها (7)

وموضوع الدراسة هو الذي يحدد لنا نوع المنهج المتبع، لذا اعتمدنا في هذه الدراسة على **المنهج المسحي** : وهو الطريقة العلمية، التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة.(8)

⁴ عبد الفتاح خضر، أزمة البحث العلمي في العالم العربي سلسلة دراسات تصدر عن مكتب صلاح الحجيلان للمحاماة والاستشارات القانونية، السعودية، ط3، 1992، ص17.

⁵ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 282، 283.

⁶ عائشة حسين فريد، منهج البحث البلاغي، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص15.

⁷ محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية :الجزائر، 1969، ص 09.

⁸ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 286 ، 287.

ويبدو إستعمال المنهج المسحي التحليلي ضروري، حيث يستعمل هذا المنهج باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات أو بيانات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث ، ذلك أن هذا المنهج يسجل و يفسر الظاهرة في وضعها الراهن.⁽⁹⁾ هذا المنهج يساعد على مسح الظاهرة في إطار واقعها الطبيعي باستخدام العديد من الأدوات البحثية مثل الإستبيان و المقابلة و الملاحظة وهو أيضاً يقترن بعملية سبر الآراء أو دراسة الجمهور من خلال تقصي البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة ، ودراستنا هذه قياساً لكونها مسحاً لقراء الصحف المكتوبة ، اعتمدنا على المنهج المسحي كونه يتلاءم لمثل هذه الدراسات وذات الطبيعة الميدانية .

9 / أدوات جمع المعلومات :

تتحدد أدوات الدراسة حسب نوع المنهج المتبع وبما أننا اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح ، وقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن تساؤلاتها.⁽¹⁰⁾ ومن أهم الأدوات المناسبة لجمع البيانات نجد المقابلة والإستبيان ..

أما الأداة فقد تم تصميم إستبيان للمبحوثين (مفردات العينة من قراء) وهو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص بالبريد أو يجرى تسليمها باليد، تمهيداً للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها.⁽¹¹⁾ ، وهو من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية ،حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث

⁹ هشام أحمد محمد، مناهج البحث العلمي في علم النفس ،مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع:المعمورة-ط1، 2008،ص 31

¹⁰ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق،ط1؛ عمان : دار الصفاء للنشر،2000،ص81.

¹¹ فوزي عبد الرحمن العكش ، البحث العلمي : المناهج والإجراءات .: مطبعة العين الحديث: الإمارات العربية المتحدة ، 1986، ص210.

ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث ، والاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة ، التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات ، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث. (12) وذلك من أجل جمع البيانات لأغراض الدراسة والتي تهدف إلى معرفة دور العناصر التيبوغرافية في جذب القراء ومدى تأثير ذلك على شكل الصحيفة ، وقد عمدنا إلى دمج أسئلة الإستبيان مفتوحة مع الأسئلة المغلقة وهذا كي نقدم فرصة للمستجوب أن يدلي برأيه في الموضوع ، وحتى لا نقع في طائفة الإجابات الفسفاضة والتي يصعب علينا تحليلها فيما بعد ، لذلك عمدنا إلى ترك سطر أو سطرين للمبحوث للتعبير عن رأيه بحرية.

فيما يخص تصميم الإستبيان الموجه للجمهور القراء فقد تكون من أربع محاور ، في كل محور مجموعة من الأسئلة :

المحور الأول : خصص هذا المحور للسمات العامة للجمهور القراء من : جنس ، سن ، مكان الإقامة ، المستوى التعليمي ، ووظيفة القارئ .

المحور الثاني : يتناول هذا المحور عادات القراءة ، من مطالعة الجرائد اليومية ، وأهم هذه الجرائد ، ووقت ومكان القراءة .

المحور الثالث : تحت عنوان علاقة القارئ بالصحيفة اليومية : وارتأينا فيها معرفة أهمية الجريدة بالنسبة لقارئها وتم وضع (08) ثمانية أسئلة أهمها ، أهم المواضيع التي يطالعا القارئ وأهمية صفحات الجريدة بالنسبة له .

المحور الرابع : وهو صلب الدراسة ويهتم بتصميم الصفحة الأولى من الجريدة وأهمية العناصر التيبوغرافية : وفيه تم تناول كل العناصر التيبوغرافية كل على حدى (العنوان وأشكاله ، الصور وأشكالها ، الإطارات ...) في الأخير تم وضع سؤالين منفصلين يخص قراءة الصحيفة وهدفنا من ذلك محاولة معرفة أهمية هذه العناصر في جعل القارئ يذهب إلى مواضيع يقرأها داخل الجريدة.

¹² أحمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، مرجع سبق ذكره ، ص 220.

أما السؤال الأخير رقم 32 فتعمدنا أن نضعه سؤالاً مفتوحاً للقارئ من أجل ترك له حرية في الإدلاء برأيه ومعرفة وجهات نظره ، وكان السؤال حول مستقبل الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل التطور الهائل الذي تشهده الوسائل الإعلامية الأخرى.

كما تم الاعتماد أيضا على المقابلة وهذا لجمع المعلومات من العاملين في المؤسسة الإعلامية ونخص بالذكر المخرجين الصحفيين المنتمين إلى الجرائد السابقة الذكر محل الدراسة ، فالمقابلة أداة بحث مباشرة تستخدم في مسائلة الأشخاص المبحوثين فرديا وجماعيا ، قصد الحصول على معلومات كيفية ذات علاقة باستكشاف العلل العميقة لدى الأفراد ، أو ذات العلاقة بالتعرف على الأسباب المشتركة على مستوى سلوك المبحوثين.(13)

وفي هذا السياق، اعتمدت دراستنا على المقابلة غير مقننة أو الحرة، وهي نوع من أنواع المقابلة المختلفة، و التي لا تحدد فيها الأسئلة مسبقا من قبل الباحث، حتى إذا وجهت فيها أسئلة سابقة التحديد والتخطيط، فيستطيع الباحث تعديلها بحيث تتناسب أفراد العينة والموقف، ففي هذا النوع من المقابلات غير مقننة (يكون سريان المقابلة غير محددًا بأسئلة موضوعية مسبقًا، إذ يطرح الباحث سؤالاً عاماً حول فكرة البحث أو الظاهرة، ومن خلال إجابة المبحوث يتسلسل في طرح الأسئلة التالية. (14)

10/ أسباب إختيار الموضوع:

بات من المؤكد والمسلم به أن كل بحث لابد أن يسبقه قلق علمي يختم على ذهنية الباحث وإلا أصبح بحثه عبارة عن خواطر تكون أقرب إلى الهذيان ،ولذلك وجدنا أنفسنا مجبرين على القيام بمثل هذه الدراسة لمحاولة معرفة مدى أهمية العناصر التيبوغرافية لدى الجريدة ، وأسس إخراجها الصحفي وكذا ذوق الجمهور المتلقي للرسالة .

¹³ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 214.

¹⁴ محمد عبيدات وأخران، منهجية البحث العلمي ..القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2 ، عمان بنار وائل للنشر، (1999 ، ص56 .

أ/ الأسباب الذاتية :

- الرغبة الشديدة منا أن نعيش جميع جوانب هذا الفن التطبيقي الحديث ذا الصلة الوثيقة بالتعبير الصحفي والاتصال الجماهيري.
- إيجاد حلول وطرق مستحدثة لتطوير هذا الفن الصحفي بما يتوافق مع أذواق الجمهور في ظل هذه التطورات العاصفة بميدان الإعلام.
- إهتمامنا الشخصي بمعرفة ما إذا كانت هنالك علاقة وطيدة تجمع القراء بالصحف، و مدى اهتمامهم بها كوسيلة إعلامية.

ب/ الأسباب الموضوعية:

- تجسيد دور العناصر التيبوغرافية في تسيير قراءة المادة الصحفية .
- تسليط الضوء على أهم الموضوعات التي تتصدر الصفحات الأولى للصحف.
- محاولة الوصول إلى معرفة البيئة المعاشة من قبل المخرج الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية .
- معرفة متطلبات ممارسة هذا الفن ومحاولة النقل من العراقيل من جهة، وتصنيف إحتياجات الجمهور القراء من جهة أخرى للرسو بهذا الفن.

11/ الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة :

على الباحث أن يقوم بقراءة و تقديم الدراسات التي لها علاقة مباشرة بما يبحثه، وهذا للاستفادة منها ، فمن غير المعقول أن ينطلق الباحث في بحثه من عدم، ومن هذا المنطلق سوف نعرض عدد من الدراسات التي تخدم بشكل أو بآخر صلب دراستنا.

الدراسة الأولى : 'عصام الدين سيد عبد الهادي'.العناصر التيبوغرافية في الجريدة المسائية مع دراسة مقارنة لأساليب إخراجها في مصر والولايات المتحدة "رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة, 1993).

تتكون الرسالة من 6 فصول هي:

حروف المتن, العناوين, الصور, الجداول والفواصل.

أجرى الباحث دراسة وصفية مقارنة على عينة عشوائية طبقية من الأعداد الصادرة من جريدة المساء المصرية وجريدة إيفننج ستار تليجرام الأمريكية وذلك خلال الفترة من أول يناير حتى آخر ديسمبر عام 1990.

وتوصل إلى عدد من النتائج أهمها:

- الجريدة المصرية تقدم المتن في شكل أعمدة منتظمة الحافتين في حين أن الجريدة الأمريكية تقدمه في شكل أعمدة منتظمة أو غير منتظمة الحافتين.
- إن أساليب إخراج العناوين في الجريدة الأمريكية أكثر تنوعا من الجريدة المصرية مع مراعاة الناحية العملية والبساطة في الوقت نفسه.
- وجود بعض الإتفاق بين الصورة في كل من الجريدتين فقد إتخذت في كل منهما أشكالا هندسية وغير هندسية.
- تنوعت أشكال الجداول الزخرفية بالجريدة المصرية مقارنة بنظيرتها الأمريكية.
- يتساوى طول الصفحة في الجريدتين المصرية والأمريكية لكنهما تختلفان في عرض الصفحة.
- استخدمت الجريدة الأمريكية اللون المنفصل مع تعدد كنهه بالإضافة للون المركب في حين استخدمت الجريدة المصرية اللون المنفصل فقط (الأحمر).

الدراسة الثانية :

- فؤاد أحمد فؤاد سليم ، 'العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية " ،دراسة مقارنة بين الصحف اليومية للصحف ،رسالة الدكتوراه ،قسم الصحافة والنشر ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،1981

تتكون الرسالة من 6 فصول هي :

حروف المتن ،العناوين ،الصور ،الجداول ،الفواصل ،الألوان .
أجرى الباحث دراسة مسحية على عينة منتظمة من ثلاث صحف هي
:الأهرام ،الأخبار ،الجمهورية، وبلغت نسبة العينة 12.56% من إجمالي
الأعداد التي صدرت منها في الفترة من 1 يناير 1977 وحتى ديسمبر
1977.

وتوصل الباحث إلى عدد من التوصيات أهمها :

1. أن تقوم المؤسسات الصحفية بإنشاء مراكز للبحوث الصحفية لدراسة ميول
القراء وعاداتهم القرائية لما لذلك من تأثير على استخدام العناصر
التيوغرافية.
- 2- القيام بأبحاث متعلقة ببسر ووضوح القراءة.
- 3- تعميم استخدام آلات الجمع التصويري في مطابع الصحف المصرية.

الدراسة الثالثة:

عبد الصادق حسن عبد الصادق، ' أثر التكنولوجيا الحديثة في تطوير إخراج
العناصر الجرافيكية في الإعلان الصحفي : دراسة مقارنة بين الصحف الصباحية
في الفترة من 1990_2004، رسالة دكتوراه (قسم الصحافة والنشر، القاهرة
،2006.

تتكون الرسالة من خمسة فصول هي :

تكنولوجيا إخراج الصورة في الإعلان الصحفي،تكنولوجيا إخراج الرسوم في الإعلان
الصحفي،تكنولوجيا إخراج الإطارات في الإعلان الصحفي، تكنولوجيا إخراج الألوان
في الإعلان الصحفي.

أجرى الباحث دراسة وصفية تحليلية مقارنة على عينة من صحيفتي الأهرام و أخبار اليوم الصباحية بأسلوب الشهر الصناعي وذلك في الفترة من 1990_2004، وتم إجراء التحليل على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 400 إعلان ملون بتلك الصحف.

وتوصل الباحث إلى نتائج أهمها :

- ظهرت العديد من الصور في صحيفتي الدراسة تعاني من عدم الثقة في إجراء القطع .
- وجود نقلة نوعية في استخدام الرسوم في فترة إعتقاد الصحفيين على التقنيات الحديثة.
- ساعد التطور في استخدام تقنيات الإنتاج الطباعي على زيادة نشر الإعلانات الملونة .

الدراسة الرابعة:

محمود سليمان محمد الحسيني علم الدين. 'مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية: دراسة تطبيقية على الصحافة اليومية المصرية ومتطلبات التحول إلى مرحلة تكنولوجية جديدة تستفيد من النموذج الراهن للجريدة اليومية في الولايات المتحدة الأمريكية' رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1984).

تتكون الرسالة من 6 فصول وهي:

تكنولوجيا الإتصال وتطبيقاتها في المجال الصحفي، القائم بالإتصال في الجريدة اليومية، فنية الكتابة الصحفية والتحرير، فنية الإخراج الصحفي والبحوث والتطوير، تكنولوجيا الإتصال في مجال الصحافة اليومية المصرية

أجرى الباحث دراسة تطبيقية وصفية على عينة عشوائية منتظمة مكونة من 23 عددا من كل من صحيفتي الأهرام والجمهورية و 19 عددا من صحيفة الأخبار. وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

- إن خطط التحديث التكنولوجي قد تأخرت في الصحافة المصرية حتى نهاية السبعينات.

- تستعين الصحف الثلاث بالوسائل والتقنيات التقليدية للحصول على المادة الصحفية وتوصيلها للجريدة.

- لاتستند المفاهيم اليومية لفنية الإخراج الصحفي في الجرائد الثلاث إلى المفاهيم العلمية المستندة إلى البحوث.

- تستفيد الجرائد الثلاث من نتائج البحوث لكنها تختلف في نوعية هذه البحوث والإنتظام في إجرائها.

الدراسة الخامسة:

- دراسات تناولت تأثير الإطارات التي تقدم بها الأخبار الصحفية على فهم القراء: ومن هذه الدراسات دراسة باتي إم فالكبرج وزملائه حول تأثير الإطارات التي تقدم بها الأخبار على فهم القراء واسترجاعهم، أجريت الدراسة على (187) قارئ بطريقة عشوائية واستخدمت إطارات: الصراع - الإهتمامات الإنسانية - والنتائج الإقتصادية - الإسهامات المسؤولية .

وتوصلت إلى أن الإطارات تلعب دورا كبيرا في فهم القراء واستجاباتهم ، وأنها تحدد الطرق التي يقدم بها القراء المعلومات عن الموضوعات أو الاهتمامات الإنسانية ربما تكون لها نتائج سلبية على التذكر .

الدراسة السادسة:

أشرف محمود حسن صالح.دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والمنساء وأثر الطباعة المنساء في تطوير الإخراج الصحفي: دراسة تطبيقية لصحف دار التعاون" رسالة دكتوراه.(القاهرة:قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1983)796 صفحة.

تتكون هذه الرسالة من 10 فصول هي:

- السطح الطابع، الورق، الحبر، ميكانيكا الطبع، المتن، العناوين، الصور، وسائل الفصل بين المواد، الألوان، أسس الإخراج الصحفي وإتجاهاته
- أجرى الباحث دراسة وصفية بأسلوب الحصر الشامل على أعداد صحف دار التعاون (الرياضي-السياسي-الطلبة) وذلك خلال الفترة من 1963-1982 وتوصل إلى عدد من النتائج أهمها:
- إن الطريقة البارزة في الطباعة كانت هي الأساس الذي قامت عليه سائر الفنون الطباعية الأخرى.
 - يقتصر استخدام الطريقة الملساء في الطبع على الصحف الصغيرة والملاحق المتخصصة.
 - إن طريقة الطباعة لا تؤثر في تيبوغرافية الصحيفة بدرجة كبيرة إنما العامل المؤثر هو عناصر الإنتاج ذاتها.
 - إن الطريقة الملساء لم تؤد إلى تطوير الإخراج الصحفي في صحف الدراسة. كانت الصحافة ولا تزال وراء تطوير طرق الطباعة وفنونها.

الدراسة السابعة :

هاني إبراهيم أحمد البطل ، ' تأثير تكنولوجيا الإخراج الحديثه علي انقرائية المراهقين التيبوغرافية والجرافيكية للصحف اليوميه في مصر، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، عين شمس ، (دكتوراه سنة 2004) .

:

تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على السؤال التالي:
ما تأثير استخدام تكنولوجيا الإخراج الحديثه على انقرائية المراهقين التيبوغرافية والجرافيكية للصحف اليومية في مصر؟

وفى سبيل الإجابة على هذا السؤال تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على تأثير استخدام الصحف اليومية المصرية لتكنولوجيا الإخراج الحديثة على انقراءة المراهقين التيبوغرافية والجغرافية وذلك عن طريق اختبار العلاقة بين المتغيرات التيبوغرافية والجغرافية وانقراءة المراهقين لها.

2- الكشف عن العلاقة بين نوع المراهق (ذكر - أنثى) والانقراءة التيبوغرافية والجغرافية للصحف اليومية.

3- الكشف عن العلاقة بين انقراءة المراهقين التيبوغرافية والجغرافية للصحف اليومية والمستوى الاجتماعى والاقتصادى لهم ..

4- الكشف عن العلاقة بين انقراءة المراهقين التيبوغرافية والجغرافية للصحف ذاتيومية ودرجة تعليمهم .

5- رصد تأثير استخدام الصحف اليومية فى مصر لتكنولوجيا الإخراج الحديثة على مظهرها وشكلها الخارجى. وذلك من خلال المقارنة بين صحف الدراسة قبل وبعد استخدام تكنولوجيا الإخراج الصحفى .

عينة الدراسة:

أ) عينة المراهقين : طبقت الدراسة على عينة متعددة المراحل من المراهقين بفترة المراهقة المتأخرة من سن (17-21) بمعدل 400 مفردة.

ب) عينة الصحف : طبقت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة وفقاً لنظام الأسبوع الصناعى من صحيفتين يوميتين هما الوفد، الأخبار .

- استخدم الباحث أداتين من أدوات جمع البيانات وهما

استمارة تحليل الشكل : لرصد مظاهر تكنولوجيا الإخراج الحديثة لصحف الدراسة وتأثير ذلك على الاستخدامات التيبوغرافية والجغرافية المختلفة من خلال تحليل شكل عينة من صحف الدراسة قبل وبعد استخدامها تكنولوجيا الإخراج الحديثة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

توصلت الدراسة التحليلية إلى عدد من مؤشرات الفروق الإخراجية في كلاً من جريدتى الوفد والأخبار قبل وبعد استخدامهما تكنولوجيا الإخراج الحديثة. جاءت مع عدد منها زيادة في انقراطية المراهقين التيبوغرافية سواء لأشكال حروف المتن، جمع حروف المتن على أرضيات مختلفة، انسيابية حروف المتن حول كتلة، أشكال حروف العناوين، طرز العناوين وجمع حروف العناوين على أرضيات مختلفة، بينما حدث هناك زيادة في انقراطية المراهقين التيبوغرافية لعدد من الاستخدامات قبل تكنولوجيا الإخراج الحديثة وهي حروف المتن ذات المسافات المختلفة بين الكلمات والأعمدة، بينما لم تتأثر الانقراطية التيبوغرافية لأحجام حروف المتن، كثافة حروف المتن سواء قبل أو بعد استخدام صحيفتى البحث لتكنولوجيا الإخراج الحديثة في حين جاءت انقراطية المراهقين الجرافيكية مرتفعة بعد استخدام الصور والرسوم، قطع الصور والرسوم، وضوح الصور والرسوم. وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية من وجود فروق في الاستخدامات الجرافيكية قبل وبعد استخدام تكنولوجيا الإخراج الحديثة، هذه الفروق ناتجة عن الإمكانيات الهائلة لبرامج معالجة الصور. للصحف اليومية قبل وبعد استخدامها تكنولوجيا الإخراج الحديثة. كما ثبت صحة الفرض الثانى، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الانقراطية التيبوغرافية والجرافيكية للمراهقين للذكور والإناث..

أثبتت الدراسة أن متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى ليس متغيراً ذو تأثير على الانقراطية التيبوغرافية والجرافيكية للمراهقين، وبناء على ذلك فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الانقراطية التيبوغرافية والجرافيكية للمراهقين الأعلى والأقل فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (15)

15 منتدى المعهد العالى للتكنولوجيا بينها:

21:24 2015/11/14 <http://www.mediafire.com/?a5cxuc8az5qxn1p>

إذا كانت الدراسات السابقة قد تحدثت عن الإخراج الصحفي، فما الذي تحاول الباحثة إضافته عبر صفحات بحثها ؟
سنحاول من خلال دراستنا " توظيف العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى وعلاقتها بفعل القراءة ":

- 1- توضيح موقع عملية الإخراج الصحفي بين العمليات الأخرى داخل المؤسسة الصحفية ومعرفة العوامل المؤثرة عليه.
- 2- تشخيص المشاكل الإخراجية الجمالية بالصحف.
- 3- تقديم حلول لمعالجة مشاكل المطبوعات المحلية بشكل علمي.
- 4- التعرف للمكون الأساسي في عملية الإخراج الصحفي، وهو المخرج الصحفي، وما يجب أن تتوفر فيه من شروط ليكون مخرجا ناجحا.
- 5- محاولة رصد واقع الإخراج الصحفي على أرضية علمية.
- 6- ونحاول بالنهاية تشخيص مكامن الضعف في الإخراج الصحفي ، بقصد النقد البناء.

12/ تحديد المفاهيم :

- التيبوغرافية :

التيبوغرافية الصحفية هي المفردات أو الأدوات التي توظف للتعبير عن لغة الشكل في الصحيفة التي تتقل مضمونا معيناً مرتباً حسب الأهمية النسبية للمواضيع في أسلوب جذاب يراعي الموازنة بين الوظيفة والجمال، وتشمل العناصر التيبوغرافية العناوين، الصور والرسوم، الألوان، والإطارات، الحروف...

وهي جزء أساسي متماسك يعبر عن هوية الجريدة وسياستها، وتمتاز بخصوصيته بحيث هي المدخل إلى صفحاتها والمعبر عن شخصيتها ومجذب القارئ إليها ومحققا لانتشارها، وموضوعاً مستقلاً بذاته .

و تشير كلمة تيبوغرافيا في اللغة الفرنسية إلى *Typographie* والتي تعني:

Typographie : « Composition (d'un texte) à l'aide de caractères mobiles en plomb (types) la typographie cède la place à la photocomposition ... Aspect d'un texte composé que l'on ait utilisé ou non des caractères mobiles la typographie de cet ouvrage est particulièrement lisible. »⁽¹⁶⁾

الإخراج الصحفي :

هو توزيع الوحدات التيبوغرافية وتحريكها على صفحات الورق .
الصفحة الأولى للجريدة (شكل الجريدة) : هي الواجهة الرئيسية للصحيفة والتي تخضع لتوجيهات مالك الجريدة أو تمثل سياسة الدولة التي تنتمي إليها أو الحزب القائم على دعمها ماديا وفكريا .

إنقرائية الصحف :هي الدرجة التي تجد عندها مجموعة من القراء المادة المقروءة جذابة بالنسبة لهم . والجاذبية هنا تتحقق من خلال توافق المادة المقروءة مع إهتمامات القارئ .

القارئ :

يعتبر الركيزة الأساسية التي تستند عليها أي صحيفة في طرحها، وتتطلق منها آفاق التطور والتجديد، فهو بمثابة المرآة العاكسة لما تقوم به الصحيفة وما يجب أن تقوم به اتجاه القراء .

¹⁶ Mireille Maurin, *Hachette le dictionnaire du français*, Algérie, édition Algérienne – ENAG– 1992 page 1690.

الفصل الأول

دراسة في مفاهيم الصحافة المكتوبة ووظائفها

المبحث الأول : مفهوم الصحافة المكتوبة

أولاً: الاصطلاح اللغوي .

ثانياً: المفهوم الإصطلاحي .

المبحث الثاني : نشأة الصحافة المكتوبة في الجزائر

❖ قبل الإستقلال

❖ بعد الإستقلال

المبحث الثالث : أهمية الصحافة المكتوبة

المبحث الرابع : أنواع الصحافة المكتوبة وسماتها

المبحث الخامس: وظائف الصحافة المكتوبة

المبحث السادس : التوجهات الجديدة للصحافة المكتوبة في ظل التطور

الإلكتروني

المبحث الأول : تعريف الصحافة المكتوبة :

تعريف الصحافة المكتوبة: تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الإتصال الجماهيري التي لا يمكن الاستغناء عنها خاصة في المجتمعات الحديثة، فوسائل الإعلام المطبوعة كانت ولا زالت أكبر مؤثر من حيث قدرتها على التغيير ونقل الأفكار على نطاق واسع، حيث تبقى دائما منيرا مهما للرأي العام وأحيانا هي تعتبر أداة في يد السلطة توجهها حسب اهتماماتها ، لهذا فإن مفهوم الصحافة المكتوبة قد أخذ أبعادا مع تطور الممارسة الصحفية (1) ، ومنه تعددت تعاريفها ومفاهيمها من باحث لآخر لغويا وإصطلاحا.

الإصطلاح اللغوي :

الصحافة بكسر الصاد هي صحيفة وجمعها صحائف أو صحف ،والصحيفة هي الصفحة وصحيفة الوجه أو صفحة الوجه هي بشرة جلده والصحف أو الصحائف هي الكتاب بمعنى الرسالة، يقول الله سبحانه وتعالى " إن هذا لفي الصحف الأولى (18) صحفه إبراهيم وموسى (19)". سورة الأملئ الآية (18- 19) والصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة ، والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان،أي صفحتان ،فسميت صحيفة ومنها جاءت كلمة صحافة ،والمزاول لها يسمى صحفيا أو صحفيا (2) وتعرف الصحافة بكسر الصاد ،بأنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء ،وينشرها في صحيفة أو مجلة والصحيفة هي مجموعة صفحات تصدر يوميا ،أو في مواعيد منتظمة ،وتتضمن أخبار السياسة والاقتصاد ،والاجتماع ،والثقافة ،وما يتصل بها.(3)

¹ زهير إحدان، مدخل لغوي للإعلام والإتصال، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية : الجزائر ،2002، ص 55.

² محمد الحفناوي، بدايات الفنى الصحفي ، ط1 دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع بمصر ،2014 ، ص18.

³ محمود علم الدين ، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ، ط2 بدون دار نشر :القاهرة ،2009، ص 15.

في قاموس (محيط المحيط) تأليف المعلم " بطرس البستاني " (المطبوع في بيروت سنة 1867) يذكر صحف بتشديد الحاء مع فتحها ،ويقول صحف الكلمة تصحيفا :أخطأ في قراءتها وروايتها في الصحيفة أو حرفها عند وضعها ،والصحفي من يخطئ في قراءة الصحيفة ومن يأخذ العلم من الصحيفة (لا من أستاذ) ،والصحيفة قرطاس مكتوب وجمعها صحائف وصحف (4) كما أنها تعد إضمامة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وجمعها صحف وصحائف ،والصحفي من يأتي العلم في الصحيفة لا عن إستاذ. (5)

أما الجريدة لغويا : فهي جمع جرائد وهي جماعة لا يحال فيها،وقد جردنا عن سواها لوجه (6) أو هي كل مطبوع يصدر باسم واحد بصفة دورية في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة ، ويعرفها الباحث الألماني " أوتوجروت " عام 1938 من خلال خمسة معايير أساسية تميزها عن غيرها من وسائل الإتصال وهي : (7)

- 1- أن تنشر بشكل دوري ،لا يتجاوز أسبوعا .
- 2- أن تطبع بالآلات الطباعة.
- 3- أن أي شخص يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة، ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها،أي أنها متاحة لكل شخص،وليست فقط لنخبة مختارة ،أو مؤسسة،أو منظمة ما .
- 4- أن محتواها ينبغي أن يتنوع ، ويشمل كل ما يهم الجماهير ، بكافة طوائفها.
- 5- أن تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها ،مع شيء من الإستمرارية.

⁴ فؤاد شعبان ،عبدة صبطي،تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياته الحديثة،ب ط دار الخلدونية للنشر

والتوزيع:الجزائر،2012،ص 41.

⁵ خليل صبايات ،الصحافة رسالة واستعداد وعلم،دار المعارف:بمصر،1967،ص14.

⁶ المنجد في اللغة والإعلام ، منشورات دار المشرق : بيروت ، ط 1 ، 1991، ص 86.

⁷ كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام - التطور_الخصائص_النظريات ، دارالمسيرة للنشر والتوزيع

:الأردن،2011، ط1،ص 192.

" والجريدة هي أشيع الألفاظ الدالة على الصحيفة في اللغة العربية ، وهي تعادل غازته في اللغة التركية ، وروزنامه في الفارسية. (8)

وفي قاموس أوكسفورد تستخدم كلمة صحافة بمعنى **press** وهي شيء مرتبط بالطبع و الطباعة ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا **journal** ويقصد بها الصحيفة **journalisme** بمعنى الصحافة و **journaliste** بمعنى صحفي. (9)

ولعل أول صحيفة يومية حقيقية في العالم صدرت في 1702م بإنجلترا تحت اسم " ديلي كرننت " **The Daily Current** ، وقد واصلت صدورها حتى عام 1735م. (10)

وأول من استعمل لفظة الصحافة بمعناها الحديث هو الشيخ نجيب مراد منشئ جريدة " لسان العرب " في الإسكندرية و يعرف الصحافة بأنها صناعة الصحف، والصحف جمع الصحيفة والصحفي القدم الذين ينتسبون إليها ويعملون فيها. (11) وهي أيضا مجموعة أوراق أو قطع من الجلد أو قرطاس يكتب فيه. (12) وهذه التعريفات يختلف بعضها عن بعض وفقا للظروف التاريخية والمراحل التطورية التي مرت بها الصحافة ، ووفقا للبيئة والتقدم العلمي والثقافي والسياسي الذي ينتمي إليه الباحثون الإعلاميون أنفسهم. وعندما أنشأ خليل الخوري عام 1858 جريدة " حديقة الأخبار " في بيروت أطلق عليها اللفظ الفرنسي " جورنال " ، وكان الكونت

8 - هارتمان وآخرون، الجريدة أو الصحافة عند المسلمين، إبراهيم خورشيد وآخرون، دار الكتاب اللبناني: لبنان، ط1، 1984، ص 15.

9 - فاروق أبو زيد، منخل إلى علم الصحافة، عالم الكتاب: القاهرة، ط2، 1991، ص 86.

10 **Albert.P, .F.Terrou, Histoire de la presse, Presses Universitaires de France Paris :1979, p.16.**

11 - خليل صابات، مرجع سبق ذكره، ص 37.

12- عيد اللطيف صلاح، الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية : مصر، ط1، 2002، ص 49.

"رشيد الدحداح اللبناني" ،صاحب جريدة "برجيس باريس" ، الباريسية هو أول من اختار لفظ "صحيفة" ، وجرى مجراه أكثر أرباب الصحف ،في ذلك العهد ، وبعده كان "أحمد فارس الشدياق" اللبناني صاحب "الجوائب" في القسطنطينية وهو ناظر رشيد الدحداح في بعض المسائل اللغوية ،وقد عزم على استعمال لفظ "جريدة" (وهي الصحف المكتوبة كما وردت في معاجم اللغة) ومن ذلك الوقت شاع لفظ الجريدة ، لدى جميع الصحفيين بمعناها العصري.(13)

المفهوم الاصطلاحي :

تتعدد تعريفات الصحافة كوسيلة للإعلام ، حيث تستخدم كلمة الصحافة بدرجات متفاوتة من الشمول ،فهي تعني أحيانا الجرائد الإخبارية ،كما قد تعني جميع المطبوعات والدوريات وقد تعني أحيانا أخرى جميع وسائل الإعلام الجماهيري، (14) وتعرف أيضا بأنها تلك الدوريات المطبوعة والتي تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة ومقاربة أو متباعدة ،تستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وتمتد الصحافة الرأي العام بأكثر الأحداث الحالية وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة.

هي نشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية،كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع بين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام، بل هي بحق مؤسسة فعلية تقوم بدور المراقبة إلى جانب المؤسسات الدستورية الرسمية،وهي مجموعة وسائل سمعية بصرية ومكتوبة تقوم بمهام نقل الأخبار الجارية في العالم،لكن هذا لا يعني أنها مرآة العالم لأنها قد لا تقوم بنقل حقيقة ما يجري فيه، فقد تنقل الصحافة أخبارا تقوم هي

13- إبراهيم شيل ،الصحافة بين الفن والسياسة ،هبة النيل العربية للنشر والتوزيع:الجزيرة ب ط،2009، ص 30.

14 محمد الطنطاوي، مرجع سبق ذكره ،ص 26.

بصنعها من أجل خدمة قضية معينة أو أغراض مجموعة حزب أو السلطة
القائمة. (15)

ويعرف محمود عزمي ، أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين ،
الصحافة بقوله إنها وظيفة إجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام ، عن طريق نشر
المعلومات ، والأفكار الجيدة الناضجة ، مفعمة ومنسابة إلى مشاعر القراء ، خلال
صحف دورية. (16)

ويندرج تحت مصطلح الصحافة مجموعة من الأعمال المكتوبة المطبوعة
الشفهية أو المصورة ، ومجهزة عادة في تشكيلات متباعدة بطريقة وثائقية تصور
الواقع الإجتماعي الراهن خاصة ذا الأهمية العالمية الذي يؤثر بنشره الموسع من
خلال وسائل الإعلام المختلفة _ تأثيرا جماهيريا واسعا على قطاعات الرأي العام
المتمايزة. (17)

ويرى أديب خضور أنها ذلك الإعلام المكتوب من مجلات ونشريات التي تقدم
إعلاما جماهيريا من أجل توجيه الجمهور وإرشاده بصدد الظواهر والتطورات والقوانين
الموضوعية للحياة الإجتماعية ، والتأثير في قناعات ووجهات نظر وتطلعات هذه
الجماهير. (18)

الصحافة المكتوبة :

تعد الصحافة واحدة من أهم وسائل التعبير عن الرأي في المجتمع المعاصر ، لما
فيها من قدرة في التأثير على الحياة اليومية للأفراد ، وأهميتها تكمن أكثر في درجة
الحرية التي تملكها في نقد الأخطاء والتعبير عن مشاكل المجتمع ، فلهذا تعتبر
الصحافة من الأسس والأعمدة الهامة لأي بلد ديمقراطي يسعى إلى الإزدهار

15 - عباسه الجبلاني ، سلطة الإعلام في الجزائر ، مؤسسة الجزائر للطباعة والنشر والتسويق : الجزائر ، ب ت ن ، ص 21.

16 إبراهيم شبل ، الصحافة بين الفن والسياسة ، مرجع سبق ذكره ، ص 38.

17 - عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، دار الفجر للنشر والتوزيع : القاهرة ، 2005 ، ص 13.

18 - أديب خضور ، أدبيات الصحافة ، مطبعة مجدلاوي : دمشق ، ب ط ، 1986 ، ص 14.

والفتح، وإذا تحدثنا عن الصحف باعتبارها وسيلة إعلامية من وسائل الإتصال الجماهيري، فهي تتميز عن غيرها من وسائل الإعلام بقدرتها على نشر المساحات الواسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث الآنية واليومية، ويمكن قراءة الصحف شأن بقية المواد المطبوعة بالسرعة التي تناسب القارئ، كما يمكن إعادة قراءتها أكثر من مرة، و الإحتفاظ بها والرجوع إليها في أي وقت وفي أي مكان. (19)

" تعرف الصحافة المكتوبة " على أنها مطبوع دوري يصدر بصفة منتظمة وتحت عنوان ثابت وينشر الأخبار والموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية والإقتصادية ويشرحها ويعلق عليها، وهي تختلف بالتالي عن الدورية الصحفية، فالدورية الصحفية كما عرفت منظمة " اليونسكو "، هي كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة، ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها، ويشترط في تحريرها العديد من الكتاب والمحربين الصحفيين، ويقصد بها أن تصدر إلى مالا نهاية، وقد قسمت منظمة " اليونسكو " الدوريات الصحفية إلى فئتين هما: (20)

- 1/ الصحف : **News Paper** : وهي الجرائد ومنها الصحف اليومية، والصحف غير يومية، أو الصحف الأسبوعية، أو النصف شهرية.
- 2/ المجلات **Magazines** : وتنقسم إلى مجلات عامة تهم المتنقف العام وتتناول كل مجالات الحياة المختلفة، وأخرى متخصصة في علم من العلوم المختلفة كالطب، الرياضة، الأدب، الفن، السينما، الإقتصاد، المرأة، الطفل، الشباب... أما الدوريات العامة فهي تلك الصحف والمجلات التي تصدر في

19- حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، ب طمركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح: القاهرة، 2000، ص 47.

20- لوي خليل، الإعلام الصحفي، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن ب ط، 2009، ص 9- 10.

مواعيد منتظمة تحت عنوان واحد سواء كانت يومية أو أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية .

أما الصحافة المتخصصة فهي على عكس صحافة الأخبار العامة تكون دورية وتتناول مواضيع لها علاقة بمجالات تخصصها ، وأكثر الصحافة نجاحا في هذا الميدان هي : الصحف الدينية العقائدية ، العالمية ، المالية ، والصحف النسائية ، وهذه الأخيرة لها دور كبير لارتباطها بالجانب الشهري للمرأة. (21)

كما يوضح الدكتور " سليمان صالح " _ أستاذ الصحافة والإعلام الدولي بكلية الإعلام جامعة القاهرة ، أن الوظيفة الأساسية للصحافة هي حراسة مصالح المجتمع وهو ما جعل الغرب يطلق عليها إسم " كلب حراسة " watch dog ، وتتمثل هذه الوظيفة في حماية المجتمع من الانحرافات والفساد ، وتحاول تقديم حلول لمشكلات المجتمع . (22)

والصفحة المطبوعة أفضل وسيلة إتصال بالجمهور المنتبه فهي لا تحاول أن تشد الإنتباه أو تجتذب ، فالجمهور هو الذي يبحث عن الكلمة . (23) ، ومع ذلك فإن محتويات الصحيفة لا تبلى ولا يعفو عليها الزمان أبدا ، إنها تاريخ مستمر للجنس البشري فالمكتبات تحتفظ بمجموعات كاملة للعديد من الصحف حتى تكون باستمرار في متناول الجمهور . وأنت تستطيع أن تطالع معظم الأحداث التاريخية في كتب

21- طاهر بن خرف الله ، الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج3، دار هومة للنشر والتوزيع: الجزائر، 2003، ص20

22- عيسى محمود الحسن، الصحافة الإستقصائية 'مهنة المتاعب والأخطار' دار زهران للنشر والتوزيع:الأردن ص ب ط 2012، ص 20.

23- محمد الصالح خرفي ، تجربة الصحافة الأدبية في الجزائر 'مجلة آمال نموذجاً' ، دار النشر دحلب : الجزائر ، 2007.

التاريخ ،ولكن إذا كنت تريد كيف كانت الحياة خلال الأحداث ،فإن أفضل طريقة لذلك هي قراءة الصحف التي صدرت في حينها . (24)

الصحافة علم وفن :

قد يتبادر إلى الأذهان ، أن هنالك تناقضا في هذا العنوان ،إذ كيف يمكن أن تكون الصحافة علما وفنا ،وفي وقت واحد ،فالعلم يتناول موضوعات خاصة بقوانين علمية محددة ،بينما الفن لا يخضع لقوانين محددة ،بل يخضع للإبداع الفردي ، أو بمعنى آخر ،إن العلم موضوعي والفن ذاتي . (25)

فالبعض يرى أن الصحافة فن والراغب في العمل فيها لا بد أن يكون موهوبا ،وأن الصحفي يولد وفي يده القلم ،وفي رأسه الفكرة ،على حد تعبير بعضهم ، بينما يؤكد آخرون أن الصحافة مهنة كسائر المهن ، في المجتمع تحتاج إلى إستعداد طبيعي و لكنها ، ولكنها كأبي مهنة لها مكونات ثلاثة هي : المعارف والمهارات ،والقيم ،التي يمكن إكتسابها وتطويرها ،تعلما وتدريبيا . فالذين يقولون الصحافة فن يرون أن ولما كان ينظر إلى الصحافة على أنها السلطة الرابعة في الدولة ،حرصت مختلف التشريعات على تنظيم مهنة الصحافة لكي لا تستعمل هذه الأخيرة كوسيلة للتقليل من شرف واعتبار الأشخاص أو الدعوى لارتكاب الجرائم ،بحيث جرّمت تلك التشريعات كل ما من شأنه أن يؤدي إلى ذلك ،وبالتالي أصبحت الصحافة غير مطلقة ومقيدة بواجب إحترام حقوق الغير والمبادئ الأخلاقية والأمن الجماعي والمصلحة العامة للمجتمع . (26)

24- دران براداي ،نثر محمود محمد سامية ،الجريدة ومكائنها في المجتمع الديمقراطي،ب طمكتبة النهضة

المصرية:القاهرة،1965،ص11.

25- لوي خليل ،الإعلام الصحفي ،مرجع سبق ذكره، ص 13.

26 لعلاوي خالد، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري _ دراسة قانونية بنظرة إعلامية _ ، دار بلقيس للنشر

والتوزيع:الجزائر، ط1،2011، ص 7.

يستخدم مفهوم الصحافة كسلطة رابعة لمقارنة الصحافة بفروع مونتييسكيو الثلاثة للحكومة وهي : التشريعية ، التنفيذية والقضائية.

المبحث الثاني : أهمية الصحافة المكتوبة

للصحافة أهمية قصوى في غاياتها وأهدافها ومكانتها في المجتمع، وبالتالي فهي أداة لتتوير وإصلاح المجتمع عن طريق ما تقدمه من وظائف، فلقد عرفت المجتمعات الإنسانية في القرون السابقة الصحافة المكتوبة كأولى وسائل الإعلام في كافة مجالات الحياة، فالصحافة تقوم على جمع الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها، وأهمية الصحافة تكمن من أنها إتصال يومي مباشر بالجمهور، هدفه الأساسي نقل الخبر والمعلومات والرأي والتحليل والصورة.. إلى القارئ عبر الجريدة اليومية أو المجلة الدورية، أسبوعية، شهرية... " وقد يكون هناك شيء مشترك يجمع بين الصحفي يقول هريت سترنر (1988) " ومن يصيب شخصا برصاصة، وهو لم يكن يعلم أن البندقية محشوة بالرصاص، فحكايات الأخبار أحيانا تأخذ إتجاها غير متوقع، أو تنتج عنها عواقب مفاجئة للمراسل نفسه تصدمه، أو تألمه أو تحزنه." (27)

وتظهر أهمية الصحافة كذلك من خلال اتساعها في العديد من الأحيان في تناول بعض القضايا و المواضيع التي تعترضها فتقوم بتناولها من زوايا مختلفة و بأنواع صحفية متعددة. (28) وفي ضوء هذا الواقع فإنه من السهل على المستهلك المرتاب أن يفترض أن المؤسسة الصحفية سوف تميل بالأخبار لتلبية رغبات المعلنين، وقد حدث هذا، ولكن الصحفيين متحمسون ضد مثل هذه الحوادث أو يهبون غاضبين عليها إذا وقعت مرارا وتكرارا، وقد رفضت وكالات الأنباء ضغط المعلنين مقابل

²⁷ كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام_التطور _ الخصائص _ النظريات _، مرجع سبق ذكره، ص193.

²⁸ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام و الاتصال : الوظائف _ الهياكل _ الأورار، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص

- مبالغ مالية كبيرة ، الأمر الذي يؤثر على أخلاقيات الصحافة.⁽²⁹⁾ تتبع أهمية الصحافة المكتوبة من الوظيفة التي تؤديها ، يمكننا تلخيصها فيما يلي :
- 1- تحقيق الإتصال : من خلال الدوريات ونشر الوثائق وتتابع الأحداث السياسية والإقتصادية والإجتماعية ،وبذلك يتم ربط الفرد بالعالم الخارجي .
 - 2- التعليم والتثقيف : تقوم الصحافة بدور نقل ونشر مقالات علمية وثقافية ومعلومات تخص المجتمع وما يدور فيه من قضايا ، فتقوم بتوعية الجماهير ، وهي كوسيلة إعلامية تنقل للجمهور المعلومات والأخبار والحقائق .
 - 3- الإعلام : أي إعلام الناس بما يهمهم ويتعلق بحياتهم الخاصة والعامة سواء في مجتمعهم الداخلي أو البيئة الخارجية .
 - 4- المساهمة في ملئ الفراغ : وذلك بتقديم ألوان مختلفة من الفنون كنشر القصص والكلمات المتقاطعة والمسابقات والنكت...
- وبالتالي يتبين أن الصحافة المكتوبة هي تلك النشرات والمطبوعات المختلفة التي يتكرر صدورها بصفة منتظمة من أجل إخبار الرأي العام بمختلف المواضيع التي تتمحور حول إنشغالاته الإجتماعية منها و السياسية والثقافية.

المبحث الثالث : وظائف الصحافة المكتوبة

ومع صعوبة تحديد وظائف الصحافة ، نتيجة تعددها وتشابكها وتوسعها ، لأنها بمثابة " كرسى إعراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة " للجماهير كي ترى وضعها الإجتماعي فيه، أيا كان هذا الوضع إيجابيا أم سلبيا ، إلا أنه ليس هناك ما يمنع من

29 جين فوريمان، تر محمد صفوت حسن، أخلاقيات الصحافة ، دار الفجر للنشر والتوزيع:القاهرة،ط1، 2012، ص107.

تحديد الوظائف العامة للصحافة التي تؤدي دورها أثناء قيامها بجمع المعلومات وإعادة تشكيلها ونشرها. (30)

وقد تجاوزت الصحافة ، كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية ، في أيامنا هذه _ بما أتت لها من إمكانيات تقنية متطورة ، وبما اكتسبته من أهمية في حياة الناس _ ما تعارف عليه باحثو الإتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل _ فقد حدد " لاسويل " ، في أواخر الأربعينيات ، من القرن العشرين ثلاث وظائف للإعلام هي : مراقبة البيئة المحيطة ، والعمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحدته في مواجهة البيئة ، والإهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة . (31) توالى على تلك الوظائف اللاحقة ، التي أسهم بها باحثو آخرون ، مثل " رايت " الذي أضاف وظيفة التسلية ، أو الترفيه ، ومثل " ديفيتو " الذي أورد وظائف أخرى ، كالدعم والمساندة والتعليم ، ومثل " شرام " الذي رأى أن الوسيلة الإعلامية ، يمكن إعتبارها مروجاً للسلع والخدمات التجارية بيننا كأفراد ، مشيراً بذلك ، إلى الوظيفة الإعلانية . كما كان لها دور كبير في التوعية ، والتثقيف الجماهير ورفع مستواهم. (32)

الصحافة ووظيفة الإستطلاع ، أو مراقبة البيئة :

هي من أهم وظائف وسائل الإعلام ، و الصحافة ، بما تملكه من شبكات واسعة ، في جميع أنحاء العالم ، من مراسلي الصحف والتلفزيون والإذاعة . ويقسم البعض وظيفة الإستطلاع ، أو مراقبة البيئة ، إلى نوعين رئيسيين هما :

الأول : الإستطلاع التحذيري ، ويتمثل في اضطلاع وسائل الإعلام بالإبلاغ عن المخاطر المقبلة ، مثل الهجوم العسكري ، والكساد الإقتصادي ، وزيادة التضخم .

³⁰ عبد الرزاق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع:الأردن ط1، 2012ص 248.

³¹ إبراهيم شبل ، الصحافة بين الفن والسياسة ،مرجع سبق ذكره ، ص 55 .

³² فضيل نليو،الاتصال _مفاهيمه_نظرياته_وسائله_دار الفجر للنشر والتوزيع:الجزائر،2003،ص75.

والثاني : هو الإستطلاع الأدائي أو الخدمي ، أي نقل المعلومات ، التي يستفيد منها الأفراد في حياتهم اليومية .

وجدير بالذكر أن سرعة نقل المعلومة ، قد صاحبها بعض السلبيات مثل عدم الثقة أو تشويه الحدث ، أو محاولة توجيه الرأي العام ...

الوظيفة الإخبارية للصحافة

ينتج عن عملية الإستطلاع ، ومراقبة البيئة ، التي تقوم بها وسائل الإعلام ، وعلى رأسها الصحافة ، تحقيق الوظيفة الإخبارية ، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار التي يشترط أن تكون إخبارية صرفة ، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير ، وذلك يستلزم إحترام قدسية الخبر ، أما في حالة التعليق على الأخبار ، فيمكن للصحيفة معالجتها بطرق مختلفة ، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الصحيفة ، ومهمة التعليق الأولى هي توضيح نقاط الخبر الغامضة .

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاث عناصر :

أ التكامل :

أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته ، والبحث عن العناصر المكمل له ، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

ب الموضوعية :

من أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديمقراطية ، إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية ، لا يمكن تحقيقها ، ومهما حاول الصحفي الوصول إليها ، فسوف تظهر بعض العناصر و الإتجاهات الفردية ، وعلى الرغم من ذلك فإن الإلتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي .

ج الوضوح :

المقصود هو الوضوح في العرض ، الذي يؤدي إلى فهم المحتوى ، من جانب المختصين ، و عامة الشعب على السواء ، مع تجنب خطر التبسيط الذي قد يؤدي

إلى التحريف ، ومن ثم عدم فهم المشكلة كما ينبغي ، والحذر من المبالغة في التبسيط ، لأن ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالإستهانة بذكائهم .

الصحافة ومهمة الخدمات العامة :

من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن ، مهمة الخدمات العامة ، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية ، وموضوعات تخدمه في حياته ، ويحصل على فائدة مباشرة منها ، ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة إعلان مواعيد شركات الطيران الوطنية ، وأخبار السينما والمسرح ، والنشرة الجوية ، وإعلانات الوظائف ، والإعلانات التجارية ، وأخبار الأسواق ، المحلية والعالمية ..إلى غير ذلك ، ومن ثم توفر على المواطن كثيرا من العناء ، في عملية البحث عن حاجياته اليومية ، وتقل له أخبارها داخل منزله .⁽³³⁾

الصحافة توثيق للأحداث ومصدر للتاريخ

نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة ، وهي الإعلام أو الأخبار ، وظيفة جديدة هي التوثيق ، فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الموسوعية ، أو المواضيع التي تعالجها الكتب حقائق قديمة ، ومن ثم تضطلع الصحافة المعاصرة ، بمهمة تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها ، بفضل دوريتها التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور ، أكثر مما يقوم به الكتاب ، الذي لا يعاد طبعه بسرعة دورية الصحيفة ، فضلا عن أن عدد قراء الكتاب ، أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة .

ومع ثورة المعلومات ، لم يعد في قدرة الكتاب المطبوع ، بشكله المعروف ، أن يلبي حاجة المؤرخين ، إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ، أو متابعتها ، بينما نجحت الصحافة في ذلك ، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ ، وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية ، والصحفي يعد مصدرا رئيسيا للمؤرخ ، حين يتعلق الأمر بتسجيل

³³ إبراهيم شبل ، الصحافة بين الفن والسياسة ، مرجع سبق ذكره ، ص 61.

وقائع الحياة اليومية ، أو حين يتعلق الأمر برصد الإتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد ، أو بدراسة تاريخ الصحافة نفسها .

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين :

أولهما : رصد الوقائع ، وتسجيلها ووصفها ، والإحتفاظ بها للأجيال المقبلة .
ثانيهما: قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة ، إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة .

الصحافة ومهمة الشرح والتفسير والتحليل

لا تكفي الصحافة بسرد الأحداث ، وإنما تتولى تحليل هذه الأحداث وتفسيرها ،
فالكثير من الأحداث لا يمكن فهمها ، من دون معرفة خلفية هذه الأحداث وتطورها
التاريخي ، وتلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة ، لأداء مهمة تحليل
وتفسير الأحداث والتعليق عليها ، مثل (34)

التحليلات الإخبارية

المقالات الإفتتاحية

أساليب التغطية التفسيرية

التفسيرات والملخصات الأسبوعية للأحداث

الرسوم الكاريكاتورية الساخرة

الحملات الصحفية

الأعمدة الصحفية

مقالات التعليق

رسائل القراء

³⁴ إبراهيم شبل ، مرجع سبق ذكره ، ص 63 .

وعلى هذا الأساس تقوم الصحافة المكتوبة بتفسيرات وتوضيحات للأحداث وأسبابها وما سوف ينعكس عليها من تأثيرات على حياة الفرد ، ومن هنا تسعى الصحف إلى الشرح والتفسير والتعليق على الأحداث ، وقد نشأت هذه الوظيفة تزامنا مع تعقد المجتمع وازدادت تخصصاته ، وأصبح معظم ما يجري فيه (المجتمع) غير مفهوم للإنسان العادي مما يتطلب من الإعلام شرحا لمغزاه وتفسيرا لطبيعته ، وبمقتضى هذا التفسير يستطيع الصحفي أن يوقظ القارئ ويثير انتباهه ويحثه على متابعة القراءة ، وقد يتطلب ذلك أن يفاجئه ويسليه. (35)

الصحافة وتكوين الرأي العام

الرأي العام هو الفكرة السائدة ، بين جمهور من الناس ، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف ، أو مسألة من المسائل العامة ، التي تثير اهتمامهم ، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة ، ويقصد بالرأي العام الرأي الغالب . أما الرأي العام المتصل إتصالا وثيقا بالمراث الثقافي ، فيطلق عليه الإتجاه العام ، وهو مجموعة العادات والتقاليد ، التي تمثل إتجاها ثابتا يتصف بالدوام ، بعكس الرأي العام الذي يتصف بالحركة والتغيير. (36)

وهناك عوامل مختلفة تتفاعل وتؤدي في النهاية ، إلى تكوين الرأي العام ، هي :

- . الثقافة أو التراث الثقافي .
- . عملية التنشئة الإجتماعية .
- . القادة .
- . الحوادث .
- . الأحزاب .
- . وسائل الإعلام والإتصال .

³⁵ عبد الرحمان عزي ، عالم الإتصال ، ب ط ، ديوان المطبوعات الجامعية :الجزائر ،1992،ص 44.

³⁶ محمد الحفلاوي : بدايات الفن الصحفي ، مرجع سبق ذكره ،ص 69.

- . الشائعات .
- . الجماعات .
- أنماط الجماعات ، أو الصور النمطية عن الجماعات .
- . الشعارات .
- . المصالح المباشرة للجماهير .

ويصف البعض الصحافة بأنها تحتل المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير على الرأي العام ، ويرجع ذلك لعدة أسباب من بينها : أن الصحافة تهتم بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب ، وعرض وجهات نظر مختلفة ، وخلفيات الأنباء وتفاصيلها ، حيث أثبتت الصحافة في هذا العصر أنها قادرة تماما على تشكيل الرأي العام والقيام بدور قيادي مؤثر في تكوين اتجاهاته. (37)

وظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع وكشف الفساد

من الوظائف التي يجب أن تقوم بها الصحافة الحرة _ نيابة عن المواطنين _ حراسة المجتمع ، من إساءة استخدام السلطة ، إنطلاقا من أن الحكومات ، حتى وإن وصلت إلى الحكم عبر الطريق الديمقراطي ، قد تميل إلى الإنفراد بصنع القرارات ، وإلى حماية نفسها وأشخاصها ، ومن ثم إلى إساءة استخدام السلطة ، والصحافة تكمل دور البرلمان ، في حماية المجتمع من ذلك .

وبمساعدها على القيام بهذا الدور ، الحرية الواسعة التي تتمتع بها الصحف ، في هذه المجتمعات الليبرالية ، من ناحية ، ثم الحماية التي يكفلها القانون للصحف التي تتعرض لقضايا الإنحرافات ، من بطش السلطة الحاكمة ، من ناحية ثانية . من

³⁷ محمد الحقلوي ، المرجع نفسه ، ص 70.

ناحية ثالثة فإن القانون في هذه المجتمعات يعطي للصحفي حق عدم إفشاء أسماء المصادر ، التي تغذيه بالمعلومات . (38)

كما أن الصحافة تستطيع أن تجعل المجتمع كله هو صاحب القرار ، أو يجبر الحكومة على القيام بعمل معين لصالحه .والصحافة الحرة المتعددة والمتنوعة هي التي تستطيع حراسة المجتمع وحمايته من الكثير من المشاكل التي تحدث . (39)

وظيفة توحيد الأمة وتحقيق تماسكها في مواجهة الأخطار

تقوم الصحافة بدور حاسم في تعميق الإنتماء ، والإحساس بالهوية والتميز الحضاري والثقافي للأمة ، من خلال التوعية الدائمة للشعب بالجوانب التاريخية والوطنية ، والإسهامات التي قدمها أسلافه في الحضارة الإنسانية ، إضافة إلى نقل التراث الثقافي إلى الأجيال الجديدة ، بما يسهم في تحقيق الارتباط الثقافي بالوطن . كما تقوم الصحافة بالتوعية الدائمة بقيم الأمة ، والدفاع عنها ، ودعوة المجتمع إلى التمسك بها وحمايتها ، وهو ما يسهم في النهاية إلى توحيد إطار الخبرة المشتركة للشعب ، ويزيد من إمكانية التفاهم بين أفرادها ، ولا شك أن الصحافة هي أقدر وسائل الإعلام على القيام بهذا الدور .

مساندة خطط التنمية وحملاتها

يمكن أن يتحقق الدور التنموي للصحافة ، من أكثر من مستوى :

المستوى الأول :

تركيز الانتباه على قضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة ، حيث يزداد ، الآن ، اعتماد المجتمع العصري الحديث على وسائل الإتصال الجماهيرية ، نظراً لأنها تتحكم في نوع المعلومات ، التي يمكن أن تبتثها إلى الجماهير ، وقيمتها ،

³⁸ إبراهيم شبل ، الصحافة بين الفن والسياسة ، مرجع سبق ذكره ، ص 72 .

³⁹ محمد الحفناوي مرجع سابق ، ص 73 .

ومضمونها ، ومن ثم تتحكم ، إلى حد كبير فيما يمكن أن يعرفه الناس ، وما يتحدثون فيه من قضايا .

وهكذا فإن الصحافة يمكن أن تركز الإنتباه ، على موضوعات ، أو جوانب معينة في مجال التنمية مما يجعل لهذه الموضوعات ، تأثيرا أكبر في آراء الناس ، في مجالات التنمية المختلفة ، كما يمكن الإحتفاظ باهتمام الجمهور لفترة طويلة مركزا على التنمية عن طريق توجيهه من حين إلى آخر إلى عادة جديدة ، أو سلوك جديد ، أو فكرة مستحدثة ، يتطلبها التغيير أو تفرضها عملية التنمية .

المستوى الثاني :

المساهمة في خلق المناخ الصالح للتنمية ، عن طريق السمو بالتطلعات ، وبعث الطموحات لدى الأفراد نحو حياة أو مستقبل أفضل ، كما يمكن أن تسهم في تقديم المواد التي تساعد الجماهير ، على تغيير واقعهم الإجتماعي والثقافي والفكري والإقتصادي ، إلى واقع أرقى ، بما يعني الإسهام الإيجابي في تطوير بلادهم ، وقد أثبتت دراسات بعض الخبراء أن وسائل الإتصال الجماهيري ذات تأثير فاعل ، في السمو بالتطلعات ، وأكدت أن التوجه نحو المستقبل يعتمد اعتمادا أساسيا ، على المعلومات المتوفرة التي تتيح إمكانية التخطيط . كما يذهب كل من "ماكليلاند" و" ليرنر " ، إلى أن وسائل الإتصال الجماهيرية تستطيع السمو بتطلعات الشعوب ، واستثارة مطامحها ، شريطة أن تدرك الحكومات مخاطر هذه الإستثارة ، وأن تكون قادرة على إشباع التطلعات ، حتى لا يحدث إحباط لدى فئات الجماهير ، بين ما تتطلع إليه ، وما يمكنها أن تحصل عليه فعلا .

المستوى الثالث :

المساهمة في تنفيذ الحملات التنموية : حيث أظهرت التجارب الإفريقية في استخدام الصحافة المحلية ، على سبيل المثال الإمكانيات الهائلة للصحافة في مساندة حملات محو الأمية ، وفي الترويج لأفكار التنمية . ووفرت تلك الصحف كذلك ، مادة مقروءة ساعدت المواطنين على عدم فقدان المهارات التعليمية ، التي

اكتسبها ، إذ توفر الصحف المحلية الفرصة ، والدافع للقراءة . وتدعم الدروس ، التي تم تعلمها في الفصل الدراسي ، وتطور عادة القراءة . وإضافة إلى ذلك ، قد توفر الصحافة الريفية معلومات تنموية ، إضافة إلى الأخبار ، وبهذا تساعد على نجاح حملات تطوير الزراعة وتنظيم الأسرة والإرشاد الصحي ... إلخ ، ففي كوبا خصصت الصحف اليومية صفحة كاملة كل يوم للقراء الجدد ، الذين مُحيت أميتهم ، تشتمل على أهم الأنباء مختصرة ، ومختصرة ، ومطبوعة ببنط كبير .

دور الدبلوماسية المعلنة وغير الرسمية بين الدول

كثيرا ما تلعب الصحافة ، بل سائر وسائل الإعلام الجماهيرية ، دور الدبلوماسية غير الرسمية والمعلنة ، بين الدول ، وبخاصة في أوقات الأزمات حين يشارك مراسلو الصحف ووكالات الأنباء ، في المؤتمرات الصحفية ، مع الزعماء والقادة السياسيين ، لكي يطرحوا رأي القادة ووجهة نظرهم ، في الموقف أو الأزمة فيتلقاها الطرف الآخر ، ويرد عليها في مؤتمر صحفي .

مثال ذلك ماحدث في يناير 1986 أثناء الأزمة الليبية الأمريكية ، وفي العلاقات المصرية الإسرائيلية ، قبيل مبادرة السادات للسلام في نوفمبر 1977 .

الوظيفة التسويقية

تؤدي الصحافة وظيفة تسويقية للسلع ، والمنتجات والخدمات وأحيانا الأفكار والأشخاص ، خلال الحملات الانتخابية .

ويعد الإعلان أحد صور الإتصال ، التي تسعى إلى التأثير في النشاط التسويقي، وتحقيق أهداف تجارية ، ويطلق على النشاط الإعلاني (النشاط الإتصالي التجاري) ، والذي يركز على استخدام مدخل الإتصال الإقناعي لتحقيق التأثير التسويقي ، على جمهور المستهلكين .

ويمكن القول إن الإعلان هو كافة الجهود الإتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة التي تقوم بها منظمات الأعمال ، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح ،

والأفراد والتي تنتشر أو تعرض أو تذاع ، باستخدام كافة الوسائل الإعلانية ، وتظهر من خلالها شخصية المعلن ، بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة ، وحثه على القيام بسلوك معين .

فالقارئ : يحصل من الإعلان ، على معلومات جديدة ، عن سلعة أو خدمة أو فكرة جديدة ، تعاونه في إتخاذ قرار الشراء .

والمعلن : يزيد من الطلب على سلعه أو خدماته ، أو الإقتناع بأفكاره مما يؤدي في النهاية ، إلى زيادة دخله وارتفاع معدلات ربحه.

والصحيفة : تحصل على عائد نظير نشر الإعلان ، يشكل في العادة أكثر من 50% من دخلها إضافة إلى التوزيع وبعض عمليات تجارية قد تقوم بها المؤسسة. ومن ذلك تظهر أهمية الإعلان الصحفي ، رغم اتهامه بأنه يشجع الأفراد على الإستهلاك ، وينمي قيم الإسراف والنزعة للشراء ، حتى لو كان الشخص لا يحتاج إلى السلعة ، أو الخدمة المعلن عنها .

الوظيفة الترفيهية

على الرغم من أن الترفيه ، أو اللهو أو التسلية ، يعد من الحاجات الأساسية للإنسان ، إلا أن إهتمام غالبية الصحف به ، عادة ما يكون محدودا ، وتزداد نسبته في الصحف الشعبية ، من خلال أشكال ، مثل الألغاز ، والكلمات المتقاطعة ، والألعاب ، والكاريكاتور ، والرسوم الهزلية الساخرة ، وبعض المضامين التي التي يمكن بها للصحافة أن تسهم في تحقيق عملية الترفيه للقارئ ، بأشكالها المختلفة . فمن خلال المضمون المتنوع بشكل مستمر ، والأحداث المتغيرة تستطيع الصحافة التغلب على الشعور بالضجر . ويرى علماء النفس أن اللهو والترفيه وغير ذلك ، من صور تخفف من ضغوط الحياة ، من الأشياء الإيجابية ، في الحفاظ على النشاط الفكري .

وأشارت التجارب السيكلوجية إلى أن البشر يتعرضون لتأثير سلبي من جراء حالة، تعرف باسم " الإفراط الحسي " **Sensory Overload** ، وهي مرحلة تتسبب فيها البيئة بقدر أكثر من اللازم من المعلومات وعوامل التنشيط ، فيواجه الأفراد بالإفراط الحسي ، ومن ثم ينزعون إلى الراحة ، والتفريغ أو الإسترخاء ، ووسائل الإعلام والصحافة من بينها ، هي أحد مصادر هذه الراحة .

كما قد تستخدم وسائل الإعلام من أجل " التفريغ العاطفي " **Emotional Release** أو التطهير أو التنفيس عن عاطفة أو طاقة ، وهو المظهر الأخير لوظيفة الترفيه أو اللهو أو التسلية .
من خلال ما سبق يمكن القول :

تتحقق مصلحة المجتمع بقيام وسائل الصحافة بدورها عبر ثلاث أسس رئيسية هي⁽⁴⁰⁾:

- 1/ بيئة تشريعية تضمن الحريات الإعلامية (يعرف فيها الصحفي حقوقه وواجباته ، والمباح و المعاقب عليه .)
- 2/ مهنية جيدة للإعلاميين .
- 3/ الإلتزام بأخلاقيات المهنة .

المبحث الرابع : الصحافة المكتوبة : الأنواع و السمات

أ _ أنواع الصحف :

يقسم محمود علم الدين⁽⁴¹⁾، الصحف إلى عدة أنواع ، تميز كل صحيفة سواء كانت جريدة أو مجلة _ وفقا لعدد من المعايير هي : معيار دورية الصدور ، معيار مدى التغطية الجغرافية ، معيار المضمون وطبيعة الجمهور ، معيار الإتجاه السياسي للصحيفة ، معيار حجم التوزيع ، معيار الشكل الفني للصحيفة ، ثم معيار

⁴⁰ عيسى محمود الحسن، الصحافة الإستقصائية "مهنة المتاعب والأخطار، مرجع سابق، ص67.

⁴¹ - محمود علم الدين ، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق ، ص 54.

الوسيط المادي الذي تنشر عليه الصحيفة ، وهو معيار جديد نتج عن تطورات مستحدثة في تكنولوجيات الصحافة .

أولاً : معيار دورية الصدور :

وهذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور ، أي الوقت بين صدور عدد والعدد التالي له ، وعلى أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى : الصحف اليومية : وهي التي تصدر بصفة دورية يومية ، وبعض هذه الصحف تصدر صباحية ، وبعضها مسائية ، أكثر أخبارها تنتمي إلى أخبار المتابعة ، حيث تتابع وتستكمل ما سبق أن نشر بالصحف الصباحية ، أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها ، الصحف الأسبوعية ، الصحف نصف الشهرية ، والصحف الشهرية ، الصحف ربع السنوية ، أو الفصلية ، وتصدر كل ثلاث شهور ، وهي غالباً تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات. ويتناول عبد الجواد سعيد تقسيم الصحف حسب دورية الصدور أي الوقت بين صدور كل عدد ، والعدد التالي له ، على أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى: (42)

صحف يومية : (صباحية _ مسائية) :

والصحف اليومية هي الجرائد التي تداول الصدور يومية ، ومعظمها صباحية ، مثل الأهرام ، الجمهورية ، الأخبار ، وبعضها مسائية مثل الأهرام المسائي ، وتعتبر الجريدة الصباحية بمثابة الوجبة الأساسية للقارئ والتي تعود عليها ، حيث تمده كل نهار بالأخبار والأحداث المتنوعة والجديدة ، ويقدر من التفصيل والتوسع . أما الجريدة اليومية المسائية فهي تعنى أساساً بمتابعة واستكمال ما سبق نشره من الأخبار الصباحية ، وما يذكر أن الجرائد المسائية قد تتفرد في أحيان كثيرة بنشر أخبار عديدة محققة السبق الصحفي ، وذلك في الحالات التي لا تكون فيها الجرائد

⁴² محمد الحفناوي ، مبادئ الفني الصحفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 84.

الصباحية قد تمكنت من ملاحقة الخبر ولم يسعفها الوقت للحصول عليه في زمن صدورها .

صحف أسبوعية: (جرائد _ مجلات) :

وهي التي تصدر بصفة أسبوعية حيث تتاح لها إمكانية تجميع الأخبار والأحداث والربط بينهما ، وتقديم رؤية تحليلية أعمق لأبعادها وخلفياتها ، وأهم دلالتها وهو ما يفسر في جانب منه تفوقها في مضمون مادتها ، واستخدام فنون الحديث والتحقيق الصحفي والرسم يوفروا على نحو أكثر من الصحف اليومية .

ومن أبرز المجلات الأسبوعية مثل : أكتوبر ، آخر ساعة ، زهرة الخليج ، سيدتي ، والأعداد الأسبوعية من الجرائد : أهرام الجمعة ، وأخبار اليوم كل سبت ، وجمهورية الخميس ، وعدد السبت لجريدة المساء ، وعدد الأحد للأهرام المسائي .

الصحف نصف شهرية :

أي الصحف التي تصدر مرتين شهريا ، وهي بصفة عامة غير شائعة ، وعادة ما تجمع بين الخبر والرأي بأبعاده المختلفة ، وقد تعاني من ضعف توزيعها لقلة إقبال الجمهور عليها أو بسبب محدودية نطاقها بالأحرى ، مثل بعض الصحف المحلية الإقليمية .

الصحف الشهرية :

وهي التي تصدر كل شهر ، حيث أنها غالبا ما توجه إهتمامها وجمهورها نحو بعض الموضوعات والمضامين الرئيسية ، وتميل مثل هذه النوعية من الصحف إلى التخصص وتغطية موضوعات نوعية . وهي إن كانت أقل في مادتها عادة ولكنها تكون بمزيد من العمق والإضافة ، ومثالها صحيفة المنوفية التي تصدر عن محافظة المنوفية ، ومجلة الشباب التي تصدر عن مؤسسة الأهرام ، ومجلة الهلال التي تصدر عن دار الهلال .

الصحف ربع السنوية أو الفصلية : وتصدر على مدار كل ثلاثة شهور ، ونظرا لمرور هذه المدة بين صدور عددها والعدد التالي له ، فإنها غالبا ما تصدر عن

وجهات أو مراكز عملية وأكاديمية ، ومعظمها مجلات تركز على البحوث والدراسات ، ومن ثم فتوزيعها أقل .ولكن مستوى مادتها أرقى ، إذ تخاطب نوعية من القراء المتخصصين عادة ، وأكثر تعليما وثقافة من قراء معظم نوعيات الصحف الأخرى ، ومن نماذجها : المجلة المصرية لبحوث الإعلام التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة القاهرة .

ثانيا : معيار التغطية الجغرافية :

ويقصد بها مدى وصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع ليضمحل عدة دول وعلى هذا تنقسم الصحف إلى : الصحف المحلية " Regional " وهي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة ، والصحف القومية " National " وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون إنتماء لإقليم معين ، وتهتم بالأخبار التي تحدث في الدولة ككل ، كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية .

الصحف الدولية :

هناك بعض الصحف التي تتضمن الجرائد والمجلات التي يطلق عليها صحافة دولية بمعنى أنها تعبر حدود وطنها ويتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها .وقد يصمم بعضها من الأساس لكي يتم قراءته خارج البلاد : مثل الطبعات الدولية من مجلة نيويورك ، ومن أبرز الصحف الدولية الآن الصحف التالية :

جريدة " يو إس إيه توداي " USA Today : وتعتبر من الجرائد الحديثة في العالم إذ صدرت عام 1982 م تجاوز توزيعها المليون نسخة ، ويصفها الخبراء بأنها صحافة عصر التلفزيون ، وتملكها شركة جانبية وتطبع في سويسرا ، سنغافورة ، هونج كونج ، معظم قراءها مواطنون أمريكيون يسافرون خارج البلاد وهي متاحة الآن في روسيا .

جريدة **World Timesm** " ورلد تايمز " تنشر بواسطة شركة ورلد تايمز بالولايات المتحدة ، وتوزع كملحق مع الجرائد وبشكل أساسي في أمريكا اللاتينية ، آسيا ، والشرق الأوسط ، ويتم طباعتها في عشرين بلد مختلف ويصل توزيعها إلى 800 ألف نسخة .

جريدة **Financial Times** " وتصدر في لندن ، وتتخصص في الشؤون الاقتصادية ، وتوزيعها حوالي 300 ألف نسخة .

ثالثا : معيار المضمون وطبيعة الجمهور :

ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة (سياسي ، إقتصادي ، المرأة ، الطفل ، الأدب ، الفن ، رياضي ...) ومدى مخاطبة الصحيفة لقطاع معين من الجمهور وتركيزها على اهتماماته ، وما إذا كان هذا الجمهور عام ومتنوع ومتباين وغير متجانس أو مخاطبتها والتركيز في الإهتمام على فئات معينة ومحددة وخاصة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو النساء أو المهندسين أو الأطباء أو مضامين معينة ، وعلى هذا تنقسم الصحف إلى: **صحف عامة :** وهي تجمع بين المضمون العام والمتنوع مابين السياسة والإقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك ، وبين توجهها إلى جمهور عام وغير متجانس ، **وصحف عامة متخصصة :** وهي صحف جمهورها عام وغير متجانس من خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته ، ولكنها تركز على مضمون معين تعالجه بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال المتخصصة فيه المجلة مثل المجالات الفنية العامة ، أو المجالات الرياضية العامة ، وغير ذلك وهي تستخدم الأشكال الصحفية كالأخبار والأحاديث والتحقيقات ، وتستخدم اللغة الصحفية البسيطة وتبعد عن التراكيب والمصطلحات العلمية الدقيقة التي قد لا يفهمها غير المتخصصين في مجال تخصص المجلة .

رابعاً : معيار الإتجاه السياسي للصحيفة حيث تنقسم إلى : الصحف المستقلة أو شبه المستقلة أي التي لا تعبر عن رأي إتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية بعينها أو تعبر عن حزب سياسي معين وإنها تفتح صفحاتها لكل الآراء والإتجاهات السياسية والإجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم ، والصحف الحزبية وهي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة أو معارضة) ، لتكون لسان حال هذا الحزب تعبر عن فكره أو اتجاهه ، وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا .

صحف حزبية : وهي التي تصدر عن حزب معين سواء الحزب الحاكم مثل صحيفة " مايو " التي تصدر عن الحزب الوطني الديمقراطي ، أو أحزاب المعارضة مثل صحيفة " الأهالي " التي تصدر عن حزب التجمع التقدمي الوحدوي ، وذلك للتعبير عن رأيه وأفكاره السياسية والإجتماعية واتجاهاته العامة تجاه مختلف الأحداث والقضايا والمشكلات المثارة في المجتمع .

خامساً : معيار الشكل الفني للصحيفة :

إذ تنقسم الصحف إلى : الجرائد والمجلات ، وتتفق كل من الجريدة والمجلة في أنهما يصدران دورياً أو في مواعيد منتظمة ، إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث :

الشكل والحجم الذي تصدر به الجريدة وتصدر به المجلة ، فالجريدة عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف ، تأخذ إما الحجم الكبير ، أو الحجم النصفى ، وهناك حجم وسط غير شائع الإستخدام مثل صحيفة " Lemonde " الفرنسية ، نجد أن المجلة تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات ، وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط ، أو الحجم الصغير ، وقد ظل قطع الصحف لفترة طويلة يتراوح ما بين القطع التقليدي والقطع النصفى .

دورية الصدور ، فالجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع ، أما المجلة فلا
تقل دورية صدورها عن أسبوع .

سادسا : معيار الوسيط الإتصالي الذي تحمله الصحيفة :

حيث لم تعد الصحافة تعتمد فقط على الورق المطبوع التقليدي في نقل محتوياتها
إلى القراء ، وعلى ذلك نجد أكثر من تصنيف :

فهناك الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية .

الصحافة التي تعد طبعات خاصة معدة من الصحف الورقية حسب
اهتمامات الشخص المستقبل .

وهناك الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية
تعتمد أساسا على الحاسبات الإلكترونية ، في عملية الإرسال والإستقبال .
وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات
الإلكترونية .

سابعا : من حيث النموذج الإقتصادي :

- صحف مدفوعة Paid Newspapers ، تباع للقارئ ، ويعتمد في تمويلها
على الإعلان الذي يعرض الفارق بين سعر التكلفة وسعر البيع.
- صحف مجانية Free Newspapers وتوزع مجانا ، معتمدة على تغطية
الإعلانات لتكاليف عملية الإنتاج والطباعة والنشر وتحقق عائد .

ب - سمات الصحافة المكتوبة :

تتميز الصحيفة عن غيرها من الوسائل بما يلي :

- ✓ تسمح الصحيفة للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض إليها ، وفي الوقت
الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه.

- ✓ بفضل استخدامها أكثر للوصول إلى الجماهير المتخصصة مثل جماهير الفلاحين والعمال والمتعلمين والجماهير الصغيرة الحجم ، لأن استخدام وسائل الإعلام الأخرى في الوصول إلى تلك الجماهير باهضة التكاليف.
- ✓ تتيح الفرصة للقارئ قراءة الرسالة أكثر من مرة.
- ✓ يؤمن بعض الباحثين بأن المطبوع يحتاج إلى مساهمة من جانب القارئ أكبر من تلك التي تتطلبها الوسائل الأخرى من جمهورها ، لأن الرسالة المطبوعة، وتكوينها أقل اكتمالا ، ولا تواجه القارئ بمتحدث يسمعه كما يفعل الراديو والتلفزيون ،ولهذا يسمح المطبوع بحرية أكبر في التخيل وإيجاد التفسيرات ، فالقارئ لا يحس بأنه شخصا جزء من عملية الإتصال كما يحس مستمع الراديو أو مشاهد التلفزيون ، لأنه لا يشعر بأن الحديث موجه إليه شخصيا ولكنه في الوقت نفسه جزء من العملية أو مشترك فيها أكثر لأنه مضطر إلى أن يساهم بشكل كبير في نوع من أنواع الاتصال غير شخصي ويفترض بعض الباحثين أن مثل هذه المساهمة الخلاقة لها مزايا إقناعية.
- ✓ تتميز بألفاظها وعباراتها المغرية ، بحيث تتوافر لديها القدرة على قيادة القارئ، وتقديم العنصر الإعلامي بحيث أنها لا تثير التشكيك في نوايا المطبوع كما تتميز بوضوح في المقاصد والأهداف ،لأن الغموض والإضطراب في مجال الهدف يترك أثرا سلبيا في القارئ خاصة المحدود الثقافة. (43)

ويمكن القول أيضا أن الصحيفة تتميز بـ :

- ✓ عناوينها البارزة والفرعية تعطي القارئ فرصة انتقاء المعلومات التي يجد فيها متعة وفائدة .

- ✓ امتلاكها لجمهور كبير رغم التكنولوجيا الحديثة في وسائل الإعلام.

⁴³ محمد علي القوزي، نشأة وسائل الإتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، ص 114.

- ✓ تعتمد على حاسة واحدة وهي حاسة البصر .
 - ✓ سهولة حفظها ونقلها وإعطاء فرصة للقارئ في أن يختار المقال الذي يعجبه.
 - ✓ كشف الأخبار والإطلاع عليها دون الارتباط بعامل الوقت.
 - ✓ تتميز ببقاء الكلمة المكتوبة وسهولة الرجوع إليها .
 - ✓ قوة الصحافة المكتوبة لكونها تتيح للقارئ فرصة الاحتفاظ بالمعلومات والتعمق في تناول موضوعاتها.(44)
 - ✓ محافظتها على مكانتها رغم ظهور الوسائل الإعلامية الأخرى المنافسة (الراديو ،التلفزيون ، الأنترنت ،الصحافة الإلكترونية..
- وفي تقرير أصدرته الجمعية الدولية للصحف World Association of Newspaper في أبريل 2006 حددت فيه ستة اتجاهات مستقبلية للصحافة من بينها⁴⁵ :

- اتساع الصحافة المشاركة Participatory Journalism والمحتوى الذي ينتجه المجتمع والجمهور .
- زيادة بحوث الجمهور التي تقوم بها المؤسسات الاعلامية، لدراسة طرق استخدام الجمهور لوسائل الاعلام.
- غلبة سمة الطابع الشخصي على الاخبار التي تقدمها شبكة الانترنت، واجهزة الاتصال المتنقلة.

⁴⁴ صالح خليل الجماهيري ،الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة دار مجدلاوين للنشر والتوزيع،2006،ص 74.

⁴⁵ جاسم محمد الشيخ جابر ، الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية و المهنية _ دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية _ كلية العلوم التطبيقية ، صحار ، سلطنة عمان ، 2009/2008 ص392.

المبحث الخامس : الصحافة المكتوبة في الجزائر

مراحل تطور الصحافة المكتوبة (قبل وبعد) الإستقلال :

الحديث عن الصحافة المكتوبة في الجزائر يبدأ مع المرحلة الإستعمارية ، حيث ما فتئ الإحتلال يضع قواته على أرض الجزائر حتى بدأ في إصدار نشرياته الموجهة إلى عموم الشعب لأجل توجيهه نحو أهدافه الإستعمارية باسم الحماية والحضارة والرقي ومحاربة " الشيطنة " ودعاة التمرد .⁽⁴⁶⁾

وتزداد هذه الوسيلة إلتصاقا بالواقع السياسي الجزائري فور اندلاع الثورة الجزائرية سنة 1954 ، حيث صارت الصحافة جزءا أساسيا من العمل السياسي الثوري .⁽⁴⁷⁾

إن تاريخ نشأة الصحافة بالجزائر يرتبط بمرحلة الاستعمار الفرنسي أي أنه يعود إلى سنة 1830 التي تزامنت والحملة العسكرية المستهدفة لبسط السيطرة وتحقيق التواجد الفرنسي على التراب الجزائري من خلال الإحتلال ، إلا أن فرنسا الاستعمارية لم تقتصر في وضع قائمة من سيتوجهون إلى الجزائر لتحقيق هذه المساعي على أسماء الجنود والضباط والمهندسين العسكريين فقط بل اهتمت أيضا باستقطاب رجال الثقافة والإعلام ف:

Belford de Bergson و روسو الابن Rosso fils المتخصص في فن الطباعة الحجرية و August و Bayard و baillon de St martin و Jean meale

تعبر كلها عن أسماء لعلماء وتقنيين وفنيين ساهمت من جهة في أن تتعرف الجزائر على مجال الصحافة المكتوبة وأسست من جهة أخرى لما يسمى ب "الصحافة الاستعمارية"⁽⁴⁸⁾

⁴⁶ مساعد مساعد ، التطبيق الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع : الجزائر ، ط1 ، 2009 ، ص 3.

⁴⁷ أحمد حمدي ، دراسات في الصحافة الجزائرية ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع :الجزائر، 2000،ص6.

⁴⁸ الزبير سيف الدين ، تاريخ الصحافة في الجزائر (الجزء الرابع) ، المؤسسة الوطنية للكتاب :الجزائر، 1985،ص 5.

ويقول زهير إحدادن معلقا على ذلك أنه "عندما تجهز الجيش الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه من بين ما حمل، مطبعة وهيئة تحرير تشرف على إصدار جريدة هي صلة ربط داخل الجيش، وبالفعل بدأت هذه الجريدة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي فوق التراب الجزائري فكانت هذه الجريدة أول صحيفة تصدر في الجزائر وتحمل إسم **ليستيفيت دي سيدي فرج**" إلا أن هذا النوع من الصحافة ممثلا في جريدة "ليستيفيت دي سيدي فرج" لم يعمر طويلا وسرعان ما عوضت بصحف أخرى ذات الطابع الحكومي⁽⁴⁹⁾.

لقد مرت الجزائر على مجموعة من المراحل فيما يخص تطورها الإعلامي ، بحيث بعض الأحداث والظواهر السياسية على تحديد وتفسير المسار العام لتطور الصحافة المكتوبة في الجزائر .

أ . الصحافة الجزائرية قبل الإستقلال : (مرحلة الإستعمار) :

تعتبر الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب ، ولقد كان لنشاط الصحافة الأوروبية لسان حال المعمرين في الجزائر أثر ولا شك في توجيه الجزائريين إلى الميدان الصحفي .⁽⁵⁰⁾

إحتلت فرنسا الجزائر عام 1830، وأول خطوة قامت بها عند نزول الحملة العسكرية على أرض الجزائر ، هو إصدار صحيفة في اللغة الفرنسية ، كانت تحمل إسم "**L'estafette de Sidi Ferruch**" ، مهمتها تقديم معلومات عن الحملة الفرنسية في الجزائر ، لفئة محدودة من الفرنسيين ، وكان يشرف عليها ضابط من الحملة .

⁴⁹ زهير إحدادن ، الصحافة المكتوبة في الجزائر: مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁵⁰ فزاد شعبان ، عبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياه الحديثة، مرجع سبق ذكره ، ص 70.

لكن هذه الصحيفة لم تكن احترافية ولم تكن كذلك ذات طابع جماهيري، حيث تلاشت بسرعة ، وجاءت بعدها صحف انتشرت بشكل واسع منها صحيفة "الأخبار" التي بدأت تصدر في الجزائر عام 1839 واستمرت حتى عام 1898. (51)

كما عرفت الصحافة الجزائرية إزدهارا وتنوعا نسبيا حيث بلغ في هذه الفترة ما يفوق 150 صحيفة ، كما يمكن تصنيفها من حيث المضمون والأهداف التي تصبو إليها إلى أربعة أصناف رئيسية : (52)

1- الصحافة الحكومية .

2- صحافة أحباب الأهالي .

3- الصحافة الأهلية .

4- الصحافة الوطنية .

1- الصحافة الحكومية *la presse gouvernementale* :

هي صحافة كانت تشرف عليها حكومة الاحتلال الفرنسي بشكل مباشر (53)، وقد تزامن ظهورها مع بدايات الاحتلال حيث كانت موجهة فقط إلى بعثات الجنود والمعمرين الفرنسيين الوافدة إلى الجزائر، إلا أن الإحساس بضرورة تعريف "الأهالي" الجزائريين بقرارات الحكومة الفرنسية ساعد في الانطلاق نحو توسيع دائرة قراء هذا النوع من الصحف لتشمل هذه الفئة، وقد تولى هذه المهمة فرنسيون إلى جانب الاستعانة بمترجمين من "الأهالي" يقومون بنقل المقالات المكتوبة باللغة الفرنسية إلى

51 - محمد اللمداني، الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، منشورات الحبر:الجزائر، 2005، ص15.

52 - تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع :عمان ،ط1، 2000، ص37.

53 - محمد اللمداني، الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، مرجع سابق، ص15.

العربية حتى يتمكن عامة "الأهالي" من الجزائريين من قراءتها. هذا ما ساهم في ميلاد الجريدة الرسمية: "المبشر" (Le Mobacher (Le messenger) (54)، كانت الصحافة الحكومية تعمل تحت إشراف الوالي العام للحكومة الفرنسية ، وهذا يكون إما مباشر أو غير مباشر ، لكنها لم تعرف تقدما كبيرا نظرا للقوانين الفرنسية التي لاتسمح بامتلاك الأفراد للصحف ، لكنها كانت تقدم بعض الإعانات المالية لبعض الصحف التي كانت تخدم مصلحتها العامة . ويقول زهير إحدادن - أستاذ بمعهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر - أن ما يميز الصحافة الحكومية هي الخصائص التالية: (55)

- أنها رسمية وتطرح وجهة نظر الحكومة.
- أنه يتم تحريرها من قبل فرنسيين بمساعدة الأهالي.
- أنها تهتم أكثر بفئة الأهالي (تستهدف مواضيعها هذه الفئة).
- المبشر كجريدة رسمية لنشر القوانين والمراسيم ، تاركة الدور الثقافي لصحف أخرى أنشأتها الحكومة الإستعمارية .

ويشير الدكتور زهير إحدادن إلى أن الصحافة الحكومية ساهمت في تكوين محررين من "الأهالي" rédacteurs indigènes ساعدوا فيما بعد في تطوير نوع آخر من الصحافة الجزائرية عرف باسم "الصحافة الأهلية" ("la presse indigène" (56) كل هذه العوامل ، ساعدت ولاشك على نشأة الصحافة في الجزائر ، ولكنها لم تجد الطريق ذلولا ، ولا المسيرة سهلة ، بل أن جهاد الصحافة الوطنية الجزائرية في هذا المضمار طبع تاريخ حياتها ، ورسم واقعها بطابع المقاومة المستمرة ، لكنها اصطدمت منذ البداية بعدو استعماري لدود ، غير أنها إستطاعت أن تقاوم في دأب مما جعل تاريخها حافلا بالصراع و المقاومة ، زاخرا بآيات الصبر والتحدي .

⁵⁴ - IHADDADEN ZAHIR : *histoire de la presse indigène en Algérie*, Alger, Algérie-ENAL 1983, P13

⁵⁵ IHADDADEN ZAHIR : *histoire de la presse indigène en Algérie*, opcit, Page 13

⁵⁶ IHADDADEN ZAHIR : *histoire de la presse indigène en Algérie*, IBID , p14

2- صحافة أحباب الأهالي : la presse indigénophile :

أصدرها الفرنسيين الذين يرغبون بجسر الهوة بين المحتلين الفرنسيين وأصحاب الوطن الأصلي ، وقد سُمي هؤلاء باسم " أحباب الأهالي " ، وقد أصدروا صحيفتهم الأولى تحت إسم " المنتخب " عام 1882 من مدينة قسنطينة . ولكنها لم تستمر أكثر من عام حيث لاهت مضايقات كبيرة من الإدارة الاستعمارية. لكن هذا النوع من الصحف انتشر فيها بعد حيث ظهرت صحيفة "الجزائر الجمهورية" عام 1937، التابعة للحزب الاشتراكي والذي تحول إلى الحزب الشيوعي الفرنسي وكانت هذه الصحف يومية ولها رواج كبير بسبب أنها تنقل جميع الأخبار وتنتقد الحكومة الاستعمارية.(57)

3- الصحافة الأهلية 'La presse indigène'

هي الصحافة التي كان يقوم بها ويمارسها السكان الأصليون للجزائر ويشرفون عليها ماليا وإداريا. وقد مر هذا النوع من الصحافة بثلاثة مراحل كانت مرتبطة بالأحداث العالمية التي كانت تجري آنذاك. و أول ظهور للصحافة الأهلية كان عام 1893 عندما تأسست جريدة "الحق" في عناية وتلتها مجموعة من الصحف تحمل مختلف التوجهات الفكرية من اليسار إلى اليمين. وقد حظيت هذا الصحافة في أول الأمر برعاية من جانب السلطات الاستعمارية ثم تعرضت للقمع والضغط من خلال المضايقات التي تعرضت لها من الجانب الاستعماري وأخيرا مرت بمرحلة النضج وتلاشت عام 1956 ، مع السنة الثانية لاندلاع ثورة التحرير ، وتعددت العناوين الصادرة في هذه الفترة ، منها : " الاقدام " ، " الأمة " والمنقد " التي أصدرها الشيخ عبد الحميد بن باديس ، ثم جريدة " الشهاب " .

57 محمد المدالي، الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، مرجع سابق، ص 17/16.

4 - الصحافة الوطنية " Le presse nationalist "

بظهور نخبة جزائرية تؤمن بضرورة استقلال الجزائر تتشط داخل حركة " نجم شمال إفريقيا " ، وبسبب فشل محاولات الأمير خالد ، وكذلك اهتمام الحزب الشيوعي الذي كان يرى ضرورة منح الإستقلال للمستعمرات ، ومن هنا كان من الضروري إصدار صحف تعبر عن هذا الإتجاه بكل وضوح ، فبين 1926 / 1927 ، ظهرت " الإقدام " ، و " الإقدام الإفريقي " ، واستمرار هذا الصراع بين الحركة الوطنية والسلطة . إن هذا التصنيف للصحافة الجزائرية أثناء الحقبة الاستعمارية لا ينفي وجود نوع آخر من الصحف يعرفها زهير إحدادن بالصحافة الوطنية " Le presse nationaliste " والتي يمكن إدراجها ضمن الصحافة الأهلية إلا أن زهير إحدادن يرى بأن عام 1930 يمثل مولد الصحافة الوطنية التي تنبذ الاحتلال الفرنسي وتشيد بالاستقلال.

« La presse nationale a une signification précise elle existé en Algérie prés 1930. sa revendication essentielle est l'affirmation de l'existence de la nation Algérienne distincte de la nation française et pouvant exister en dehors d'elle sous la forme d'un état libre et indépendant ».⁵⁸

⁵⁸ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID , Page 18-

و بعد الاندلاع الثورة الجزائرية ازداد الاهتمام بالجانب الإعلامي بصفة عامة حيث كثرت في هذه الأثناء عدد المنشورات التي توزع من قبل أعضاء الحركة الوطنية لكن الملاحظ في هذه المرحلة الجديدة من تاريخ الجزائر هو تمركز العمل الاعلامي و الصحفي بصفة عامة بيد الحركة الوطنية (حركة جبهة التحرير الوطني) التي عمل رجالها على إنشاء جرائد ناطقة باسم الحزب و ذلك بالاعتماد على الكفاءات التي تكونت من قبل " و رأي رجال جبهة التحرير الوطني أن يصدروا في سنة 1956 جريدة المجاهد في طبعتين أحدهما بالعربية و أخرى بالفرنسية " هذه الجريدة التي كانت تطبع بإمكانات جد متواضعة كان لها دور و تأثير كبيرين على الصعيدين الوطني و الدولي حيث كانت تستعمل في توعية المواطنين و تجنيدهم للكفاح المسلح كما حملت مع وسائل الإعلام التي كانت تستعملها الثورة الجزائرية آنذاك لإشعار الرأي العام الدولي بعدالة وحقبة الثورة الجزائرية المجيدة .

ب : الصحافة الجزائرية ما بعد الاستقلال:

بعد نيل الجزائر إستقلالها عرف قطاع الصحافة المكتوبة بعض المساعي إلى إخراج قطاع الصحافة من نفق خدمة الحزب والسلطة . ولكن هذا لم يكن ...، فالدولة كانت فتية والأمية تضرب أطنابها والصراع حول السلطة لا يزال يحوم في الأفق . ولقد أدت هذه السياسة المنتهجة لنوع من التهميش والإقصاء للرأي الآخر وكان من نتائجها حرمان فئات واسعة من الشعب الجزائري من أبسط الحقوق التي كفلتها القوانين والأحكام والشرائع الدولية كحرية التعبير ، والمشاركة السياسية ، وحق تشكيل أحزاب وجمعيات . وإنشاء جرائد خاصة .

هذه الوضعية فتحت المجال لانفجار إجتماعي تمثل في أحداث "أكتوبر 1988، والذي تقاطع مع تردي كبير في المستوى المعيشي بعد مرحلة البذخ في النصف الأول من الثمانينات ، وانهيار حاد في أسعار النفط ..حيث خرجت جموع الشباب في بعض الولايات الكبرى مطالبة بالتغيير، وكان لهذه الأحداث أن غيرت معادلة الساحة السياسية والإعلامية فاتحة المجال للتعددية الإعلامية حيث أضحت

الكثير من الصحف والمجلات والدوريات تأخذ طابعا خاصا في ممارسة مهنة الصحافة ، وهذا مباشرة مع تعديل الدستور 1989 .

- يمكن تقسيم هذه المرحلة من تاريخ الصحافة الجزائرية إلى أربع مراحل: من 1962 إلى 1965، من 1965 إلى 1979، ثم من 1979 إلى 1989 لتصل أخيرا إلى المرحلة الممتدة من 1989 وصولا إلى يومنا هذا (59).

المرحلة الأولى :مرحلة 1962 - 1965:

- عرفت هذه المرحلة رغبة حقيقة من طرف السلطة الجزائرية الناشئة في أن تصنع شخصيتها إلا أن العمل بمرسوم 1881 الذي وضعته سلطات الاحتلال وضع السلطة الجزائرية في موقف محرج، من خلال السماح بإصدار بعض الصحف الاستعمارية التي كانت تروج لأفكار تتناقض وأطروحات الدولة المستقلة لذا فإن هذه الأخيرة قررت إصدار صحف جزائرية تابعة للحكومة وتعتبر عن وجهة نظر الجزائريين الذين نالوا استقلالهم فكانت أول صحيفة تحمل اسم "الشعب" ناطقة باللغة الفرنسية في نسختها التي صدرت في 19 سبتمبر 1962، أما النسخة العربية لهذه الصحيفة فلم تر النور إلا في 11 ديسمبر 1962 بعد مساعدة طلبتها الحكومة من مصر ولبنان وذلك بسبب عدم توفر المطابع الجزائرية على الحرف العربي ونقص الخبرة الجزائرية في مجال الصحافة العربية (60) وفي شهر سبتمبر 1963 صدرت جريدة النصر من مدينة قسنطينة، لتؤسس في 14 أبريل من عام 1964 اليومية المسائية "الجزائر هذا المساء" وكانت تصدر باللغة الفرنسية. وقد بلغ حجم الطباعة لجميع الصحف 60 ألف نسخة يوميا لكن كان حجم المرتجعات كبيرا بسبب منافسة الصحافة الاستعمارية التي لم تستطع الدولة منعها من مزاولة نشاطها بحكم

(59) - محمد المداني، الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، مرجع سابق، ص: 18 .

(60) - المرجع نفسه، ص: 19-20 .

اتفاقيات إيفيان. ويقول محمد رابح في كتاب " La presse algérienne " :
journal d'un défi

« une partie de cette presse coloniale se maintiendra encore quelque temps après l'indépendance avec la dépêche quotidienne la dépêche de Constantine et l'Echo d'Oran pour disparaître définitivement en septembre 1963 »⁽⁶¹⁾

- وفعلا صدر قرار في 18 سبتمبر 1963 بتأميم العناوين الفرنسية الثلاث وهي "لاديبيش دا لجيري"، "لاديبيش دو قسنطين" (وهي يومية ناطقة باللسان الفرنسي سنة 1905 تتكون من 08 صفحات باللونين الأسود و الأبيض)⁽⁶²⁾ وكان التبرير الذي صدر فيه تأميم الصحف الثلاث يشير إلى أنها تذكر الحكومة والشعب الجزائريين بالعهد الاستعماري، وبناءا عليه أصبحت الصحافة المكتوبة وكافة وسائل الإعلام ملكا للدولة الجزائرية الفتية ما جعل الحكومة تتحكم في الرسالة الإعلامية التي كانت توجهها إلى الشعب.

المرحلة الثانية: مرحلة 1965-1979:

جاءت هذه الفترة مصاحبة للتحول الذي طرأ على مستوى المشهد السياسي الجزائري بعد الإطاحة بنظام الرئيس أحمد بن بلة على يد مجموعة من الضباط كان يتزعمهم "هوارى بومدين" وقد أثر هذا التحول في نظام الحكم على الساحة الإعلامية الجزائرية بقطاعيها المكتوب، والسمعي - البصري.

تميزت هذه الفترة أيضا بتطور الصحافة و توسعها من خلال ظهور أول لائحة خاصة بالإعلام بصفة عامة , أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية و قننت تبعيتها للحكومة , كما عرفت هذه الفترة توقف العديد من اليوميات كـيومية "Alger le soir"

⁶¹ M'hamed Rabah ; la presse Algérienne « journal d'un défi » ; Chihab Editions ;Alger ;2002 ;p9 :

⁶²Deradji Soualem :Mémoire de la presse Algérienne _1962/2004 ;Chihab Editions Alger:2006 ;p 8 ,

المرحلة الثالثة :مرحلة 1979 إلى 1988:

تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام وهو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني وأهميته تكمن في كونه ينعقد بعد خمسة عشرة سنة من انعقاد المؤتمر الثالث: وفي كونه يوافق لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام.

ويتعرض زهير إحدان إلى نقطة مفادها أن هذه المرحلة من تاريخ الصحافة الجزائرية قد عرفت تطورا كبيرا من جانب توضيح الوضع القانوني للإعلام من خلال إصدار ثلاثة نصوص إعتبرها القاعدة الأساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر - الموافقة على لائحة خاصة بالإعلام خلال المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني في جانفي 1979.

- إصدار قانون الإعلام 1982.

تخصيص دورة من اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني للسياسة الإعلامية مع الموافقة على تقرير شامل يحدد هذه السياسة. وتعتبر هذه النصوص خطوة نحو الانفتاح، حيث قامت من جهة الصحافة بتحديد حقوق وواجبات الصحفي مثل حقه في الاتصال بمصادر المعلومات والإطلاع عليها تحت رعاية السلطات، وحماية الصحفيين أثناء تأديتهم لمهامهم، وتجنب الصحفي للكذب والغش والتزوير واحترامه لأخلاقيات المهنة بحيث لا يستغلها لتحقيق أغراض شخصية، وركزت من جانب المواطن اهتمامها بحقه في الإعلام من خلال أن تقوم وسائل الإعلام بإشعاره بكل ما يجري في البلاد سواء كان سلبيا أو إيجابيا.

المرحلة الرابعة : الصحافة الجزائرية بعد أحداث 1988:

عرفت هذه المرحلة تحررا للصحافة المكتوبة من سيطرة الدولة وقد ساهم في ذلك إصدار قانون الإعلام 1990 وقبله دستور 1989 المؤكدين على حق المواطن في الإعلام وقد جاءت هذه التحولات عقب مظاهرات الخامس من أكتوبر 1988 والمواجهات التي دارت بين السلطة والشعب والتي انتهت بعد تدخل الجيش، وأدت

إلى سقوط قتلى وجرحى ومعتقلين. حيث بدأ الإعداد بشكل جدي للتحويل الإعلامي والسياسي والاقتصادي مع انتهاء تلك الأحداث وإعلان الرئيس "الشانلي بن جديد" على تغييرات جذرية. كانت البداية من دستور 1989، والذي منح الشعب الجزائري مساحة حرية وتعبير وتغيير في كل شيء، وعلى جميع الأصعدة، كما أن قانون الإعلام الذي صدر في الثالث من أبريل 1990 وضع نهاية لاحتكار وسيطرة الدولة على وسائل الإعلام .

ويرجع الدكتور إبراهيم إبراهيم مسألة التوجيه والإشراف على الصحافة المكتوبة على هذه الفترة قائلا : " في الواقع أن الصحف لم تكن تابعة للحزب أو الحكومة ، وأن الرئيس بن بلة قد ألغى وزارة الإعلام في 1964 ، وعوضها بمديرية الإعلام لدى رئاسة الجمهورية ، إلا أنه لا يعني أن الصحف كانت تحت رقابة الرئيس.(63)

والحق أن الصحافة الوطنية الجزائرية قد أدت رسالتها كاملة غير منقوصة ، واحتضنت راية الكفاح في كل مجالاته ويكفيها فخرا أن تكون لها اليد في تحرير الوطن الجزائري بعد أن كان التحرير فكرة متحمسة في رؤوس الوطنيين وأمنية في أعين البائسين... (64)

⁶³Brahim Brahim, *le pouvoir ,la presse et les intellectuels en Algerie,Histoire et Perspectives méditerranéenne*,Edition l'Harmattan ,Paris,France,1990.p 30 .

⁶⁴ محمد بن صالح ناصر ، الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1954 - ط2 ، ألفانيزاين ، الجزائر ، 2006 ، ص 18 .

المبحث السادس : التوجهات الجديدة للصحافة المكتوبة في ظل التطور الإلكتروني

هل يمكن القول أن الصحافة الورقية قد انتهت ؟ أو ماتت ؟ هذه قضية جدلية ، تناولتها الكثير من الأصوات من داخل المؤسسات المهنية في الصحافة ، أو في وسائل الإعلام الأخرى، كما تناولها بعض المستثمرين في ميدان الإعلام ، على جانب عدد من الدراسات من الحقل الأكاديمي . (65)

وقد يرى البعض أنه لا يتخيل يوماً ما في المستقبل أن تكون هناك صحيفة على طاولة الإفطار الصباحي ، لأنها أصبحت عادة ستستوجب بقاء الصحف وعدم تلاشيها ... وقد نشرت مجلة " الإيكونوميست البريطانية " تقريراً عن الصحافة تحت عنوان " : من قتل الصحافة ؟ " ، ووصلت المجلة إلى نتيجة مؤداها أن وضع الصحافة هو مصدر قلق ، وليس مصدر رعب كما يظن البعض . وقد أشار التقرير إلى أن العقود الماضية قد شهدت انخفاضاً في توزيع الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية ، وأوروبا ، وأستراليا ، ونيوزيلندا ، وقد أسهم الإنترنت في تسريع معدلات الإنخفاض في السنوات الماضية . واستشهدت المجلة بكتاب " نهاية الصحيفة " لفيليب ميري ، والذي تنبأ أن عام 2043 (أي أقل من أربعين عاماً) سيشهد آخر صحيفة ورقية في الولايات المتحدة الأمريكية ، عندما يقذف بها أحد القراء جانبا بعد أن تكون قد أنهكته قراءة هذه الصحيفة .

إستند " فيليب ميري " في تحليله التنبؤ بسقوط الصحيفة ونهايتها على أرقام التوزيع للصحف ، حيث ذكر أن العقود الثلاثة الماضية شهدت تراجعاً في التوزيع ، وبشكل منتظم في نسب التراجع . ويرى المهنيون أن الإنترنت هو السبب وراء هذا التراجع ، ولكن الواقع يشير إلى الإنترنت هو أحد هذه الأسباب ، وليس السبب

⁶⁵ حسين عبد الجبار ، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر ، دار أسامة للنشر والتوزيع : صان ، 2011 ، ص 110 .

الوحيد ،وهكذا أشار إلى أنه في حالة بقاء نسبة الإنخفاض على ماهي عليه ، فمن المتوقع أن تسقط الصحيفة في العام 2043، وعلى الرغم من هذا التوقع التشاؤمي ، إلا أن ميير يرى أن هناك فرصة مواتية أمام الصحف لإنقاذ ذاتها ، إذا اعتمدت النموذج الإقتصادي الذي يقترحه في كتابه ، والذي يعتمد على وظيفة المسؤولية الإجتماعية للصحافة التي يجب أن تكون في المنتج الأساسي للصحافة وليس الأخبار أو المعلومات . أي أن نموذج التأثير أو النفوذ هو الذي يجب أن تسوق له الصحف ، وليس النموذج التجاري ، حيث كشف ميير عن علاقة إيجابية بين التميز الصحافي وبين النجاح التجاري ، وهذا ما قاده إلى بناء نموذجه الذي يحاول أن ينقذ به واقع الصحافة في الولايات المتحدة .

ومع انتشار مفاهيم النشر الإلكتروني بأنواعه المختلفة ،أثير قلق واسع النطاق بشأن الصحافة المطبوعة وأصبح السؤال الآن : ماهو مستقبل الكلمة المكتوبة في مواجهة مجتمع التلفزيون والثورة التكنولوجية ثورة وسائل الإتصال المتعددة وطرق الإعلام السريعة ؟ (66)

وفي دراسة مسحية شاملة على عدد كبير من الصحافيين في دول العالم قام بها منتدى المحررين العالمي World Editort Forum بالتعاون مع معهد زغبي لاستطلاعات الرأي العام ، عبرت الأغلبية الكبيرة من المحررين (85%) عن تفاؤلهم الكبير عن مستقبل الصحافة في العالم ، ولكن نسبة محدودة منهم رأيت أن الصحافة الورقية ستظل هي المصدر الأساسي للأخبار ، على الأقل خلال السنوات العشر القادمة .

تشير عدد من الدراسات إلى أن الصحافيين أنفسهم يعتقدون أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة في السنوات القادمة ، حيث أبان شولتز وفولكس

⁶⁶ سمير محمود ، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف ،دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، ط2، 2001ص

Shultz ,Voakes « paul » 55% من عينة الدراسة من الصحفيين أشارت إلى أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة الأمريكية خلال العشر سنوات القادمة، وقد رأى 4% فقط أن الصحافة ستكون أكثر أهمية من الوضع الحالي ، وقد أوضح تقرير سنوي عن حالة الصحافة الأمريكية للعام 2006 م ، إلى أن جميع المؤشرات عن نمو الصحافة هي مؤشرات سلبية : (67)

1- إنخفضت أرقام التوزيع للصحف اليومية بنسبة حوالي 3% مقارنة بالعام الذي سبقه.

2- إنخفاض في الدخل الإعلاني للصحف ، دون بروز أي إيجابيات تشير إلى إمكانية التحرك إلى تنمية مثل هذا الدخل الأساسي للصحف.

3- إنخفاض في أسعار أسهم الشركات الإعلامية في سوق المال الأمريكية حيث وصل الإنخفاض إلى حوالي 13% عام 2006 م ، بينما كان الإنخفاض 20% في العام الذي سبقه 2005م .

4- إنعكست الحالة الإقتصادية للصحافة على التحرير ، حيث اتجهت بعض كبرى الصحف الأمريكية إلى ترشيد نشاطاتها التحريرية ، بإغلاق مكاتب لهذه الصحف في بعض دول العالم ، وبدأ التركيز على الأعمال والأنشطة المحلية.

أ/ إشكالية الصحافة الإلكترونية :

السؤال الذي يطرح هنا : هل أن الصحافة الإلكترونية أسهمت بشكل فاعل في رصد القارئ بكل ما يحتاجه من أخبار ومعلومات بأشكالها المختلفة ؟

يبدو أن الإجابة على هذا السؤال يحتاج إلى معرفة طبيعة المستفيدين فمن المعروف أن هناك مجتمعات مختلفة .ولكل مجتمع خصائص قرائية تختلف باختلافها . فلا بد للتعرض إلى موضوع الصحافة الإلكترونية وأشكالها وهل هي الممثلة الشرعية للطبعات الورقية ؟

⁶⁷ حسين عبد الجبار ، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر ، مرجع سابق ، ص112.

يبدو للوهلة الأولى أنه كذلك ولكن لكي يكون هناك تنافس مابين الصحافة والإذاعة والتلفزيون كان لابد للتفكير بالمنافذ التي يمكن من خلالها مواجهة (الصفة الفورية)* للإذاعة والتلفزيون. (68)

وللخروج بنتيجة طبع أعداد غير متماثلة للصحف الورقية في نقل الحدث ولكن ماهو الوسيط الذي يمكن أن يجعل إدارات الصحف أن تكون في الحدث وليس تغطيته فقط؟ الجواب عن ذلك هو استخدام شبكة الإنترنت لكي تكون وسيطا متوافقا لذلك ، ولكن واقع الحال يشير إلى عدد من المعوقات التي أسهمت في تقليص استخدام هذه الشبكة ومنها : (69)

- 1- أن أغلب الصحف العربية اليومية تدير مواقع إلكترونية وتقدم صوراً وأخباراً تم نشرها في الصحيفة المطبوعة وكتبت خصيصاً لها.
 - 2- ضعف فعالية إدارات التحرير العاملة في الطبعة الإلكترونية.
 - 3- لا يتم تحديث الموقع الإلكتروني إلا بعد صدور الجريدة بساعات .
 - 4- ضعف التقنيات المستخدمة في معظم المواقع ومنها استخدام محركات البحث والبرامج الخاصة باسترجاع المعلومات .
 - 5- قلة عدد المستخدمين العرب لشبكة الأنترنت مما قلل من اندفاع الناشرين العرب لزيادة مساهمتهم في النشر الإلكتروني ، فعن نسبة المستخدمين من العرب لشبكة الأنترنت ربما يتجاوز (1%) من مجموع مستخدميها عبر العالم أي بحدود 3,5% مليون ، وهذا يفسر معاناة الصحافة الإلكترونية من ضعف التسويق بالرغم من تواجدها الكبير على الشبكة .
- وأمام هذه الحالة ماذا على الناشرين العرب تقديمه ، أو ماهي الرؤية إزاء هذا الحال ، ويظهر أن هناك توجهين لهذه الإشكالية :

⁷³ عبد الرزاق النديمي :دراسات و بحوث في الإعلام:دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان،ط1،2014،ص284.
*إن الفروقات في طبيعة الإذاعة والتلفزيون وصفتها الفورية كانت عاملا حاسما في سرعة نقل المعلومة من مكان إلى آخر الأمر الذي أضاف بعدا لتشابك وترابط العالم ، وهذا ما عملت الصحافة الإلكترونية على تضيق خفاقه وأثاره.
⁷⁴ المرجع نفسه،ص285.

التوجه الأول : وقد ظهر جليا من خلال إصدار نسخ إلكترونية صماء من الصحف المطبوعة بأقل التكاليف ودون دخل يذكر مع الإشارة إلى أن للصحيفة موقعا على شبكة الأنترنت يقوم بدور التواصل مابين الصحيفة وقراءها أينما كانوا وقد أظهر بحث أجرته جريدة البيان الإماراتية أن 10% من زوار الموقع يهتمون بما تنشره الجريدة بالطبعة الورقية في حين يبحث 90% عن معلومات جديدة.

أما التوجه الثاني : فيتمثل ببناء أشبه مايكون بالبوابات (Portals) الشاملة في العالم العربي بدءا من الشبكة العربية (أرابيا أو لاين) ومرورا ببوابات تطل علينا مثل (بلانيت أرابيا) و (نسيج) و (قوس البوابة) ، فضلا عن عدد من المواقع التي تقدم الخدمات نفسها مثل (مكتوب) للبريد الإلكتروني و(اين) و (أراب فسيتا) وغيرها ، وأن أهم مايميز هذه البوابات الشاملة أن خدماتها لا تنحصر في تقديم آخر الأخبار على مدار الساعة ،بل تقدم معلومات أخرى من خلال عدد من محركات البحث كالنقاشات الساخنة والمنتديات السياسية والإقتصادية والرياضية وتقدم معلومات عن خدمات كثيرة يحتاجها المواطن العربي وأهم ما يميز هذه البوابات الشاملة أنها تقدم لزوارها معظم ما يحتاجونه من معلومات وخدمات من خلال حيز تفاعلي واحد.⁽⁷⁰⁾

⁷⁰ محمد الدليمي، دراسات وبحوث في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 286.

طبيعة علاقة الصحافة الالكترونية بالصحافة المطبوعة:

إن الوقت لا يزال مبكرا لأن نجزم على أن الصحافة الالكترونية ألغت الصحافة المكتوبة، أم تقوم بدور تكميلي لها أم هما في حالة صراع والبقاء للأقوى وفي هذا الشأن انقسمت آراء الإعلاميين والباحثين وأصحاب الاختصاص حول طبيعة هذه العلاقة الى ثلاث اتجاهات.(71)

أولا : الصحافة الالكترونية مكملة للصحافة الورقية:

أصحاب هذا الاتجاه ينطلقون من فكرة أن الصحافة الالكترونية ما هي إلا دعامة الكترونية تعتمد الصحافة الالكترونية عليها لتنمية عملية توزيعها من خلال النشر الالكتروني، ربحا للوقت والجهد والوصول الى أكبر عدد ممكن من القراء. ويتوقع أصحاب هذا الاتجاه أن تسير الصحافة الورقية مع الصحافة الالكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير أو الاتصالات أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة (72).

إن الصحافة الورقية تتمتع بالطابع الملموس الذي له أثر كبير على نفسية القارئ، لذلك فهي لم تفقد نشاطها ولا تخشى من منافسة الصحافة الالكترونية والدليل على أنها غير مهددة بالزوال مايلي:

- لم يقل الطلب على ورق طباعة الصحف بدليل ارتفاع أسعاره لزيادة الطلب عليه.

لو اطلعنا على ما يجري بالمصانع المنتجة لآلات طباعة الصحف لوجدنا استثمارات كبيرة في الأبحاث للوصول الى معدات متطورة ترتفع فيها الإمكانيات والسرعة وجودة الطباعة الملونة.

⁷¹ منال تدواح ، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية _ دراسة ميدانية _ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2008/2007، ص174.
⁷² محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، جامعة حلوان ط1، 1997.

- كما أن الإقبال على الصحيفة الورقية يزداد لارتباطها بعوامل خاصة بكل بلد وكل مجتمع، وعليه فإن الصحافة الإلكترونية لا تعني انقراض الصحافة الورقية بل أنها خيار آخر للمستهلك وليس بدلا عن الصحافة المطبوعة⁽⁷³⁾

ثانيا :الصحافة الالكترونية منافسة للصحافة الورقية:

في إطار الجدل القائم حول العلاقة بين الصحافة الورقية والالكترونية ذهب الكثيرون الى الحديث عن انقراض الصحيفة الورقية الى أن عبر احد علماء المستقبل الأمريكيين بقوله إننا على المدى الطويل سوف نصبح دون ورق بالطريقة نفسها التي أصبحنا فيها دون خيول ويذهب أصحاب هذه النظرة في تبرير أفكارهم الى الحديث عن الامتداد المنطقي للتاريخ الطويل للاتصال فمثلا استعملت جلود الغزلان وأوراق البردي بعد أمد طويل من النقش على الحجر في الكهوف لابد أن تحل بكل تأكيد وسائط أخرى محل الورق هذا الأخير* الذي لم يعد الوسيط الأمثل لحفظ المعلومات....فهو وسيط استاتيكي ساكن لا ينبض بالحياة يقتصر على الكلمات والصور وهذا المزيج من الكلمات والصور في أفضل حالاته ليس سوى بديلا رديء للرسائل السمعية⁽⁷⁴⁾

وفي هذا المجال تساءل الدكتور عزي عبد الرحمان في مقاله "الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: نشأة مستأنفة أم قطيعة ؟" وتوصل إلى حقيقة مفادها أن الصحافة الإلكترونية استطاعت أن تصل إلى القراء الذين لم تصلهم الصحافة المكتوبة (الشباب الذين نقل أعمارهم عن 25 سنة) لذا يرون بأن هذه الصحيفة أسدت خدمة جلية للصحافة المكتوبة من خلال " تشبيب القراء" لكن يجب التنبيه إلى تناقص عدد قراء الصحف الورقية بالنظر إلى موقع شبكة الانترنت، وبدون الأخذ بعين الاعتبار تراجع فعل القراءة في المجتمع، بصفة عامة .

¹ محمد النديم، دراسات وبحوث في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 288.

² محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، ط 1، 2002.

و يؤكد الأستاذ " نعومي بارون " أستاذ اللسانيات في الجامعة الأمريكية بواشنطن، في هذا المجال، أنه طلب من طلابه قبل سنوات أن يقرؤوا كتاب " روبرت بونام " الذي يحمل عنوان (وحيدا ألعب البولينغ) كجزء من المقرر الجامعي الذي يعمق النقاش حول آثار الانترنت على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع الحديث . لكنهم انصرفوا لقراءة ملخص موجز عن الكتاب كان المؤلف قد نشره في شبكة الانترنت. (75)

وأضاف الدكتور لعياضي قائلا : " لقد تحررت الصحافة الإلكترونية من العائق الذي كانت تعاني منه وسائل الإعلام الكلاسيكية : ضيق المساحة التحريرية بالنسبة للصحف اليومية والمجلات الورقية، وضيق الوقت بالنسبة لنشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية . هذا التحرر رشحها لضم عدد غير محدود من المواد الإعلامية . فالقارئ الذي كان يعاني في السابق من ندرة المعلومات والمواد الإعلامية لممارسة السلطة الحكومية أو رأسمال أو الإعلاميين ... وقيام بالحظر أو المنع والحذف، أصبح يعاني من تخمة غير مسبوقة في المعلومات ...

⁷⁵ نصر الدين لعياضي ، الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية : نشأة مستأنفة أم قطيعة ؟ ص09.

بتصرف .

بمعنى أن إصدار الجريدة الورقية أصبح تدريجياً محدوداً في الوقت الذي ازدهرت فيه الجرائد الإلكترونية تمهيداً لظهور صحف جديدة تجسد مبادئ جريدة القراء، أين للقارئ الحرية الشاملة في تحديد محتويات الصحيفة بنفسه ولا يتوقع ازدهار هذا السيناريو إلا في مجتمعات تجاوزت مرحلة مجتمع المعلومات، إلى مجتمع ما بعد المعلومات، أو الافتراضي وهذا ما لم يتحقق في مجتمع كالمجتمع الجزائري.

وتمتاز الصحف الإلكترونية بعدد من المزايا التي تعطيها أهمية خاصة أهمها: (76)

- لقد حققت هذه الأنواع من الصحافة إمكانات أكبر وأفضل من الصحف الورقية التقليدية في النقل الفوري للأخبار والأحداث، ومتابعة تطوراتها وتعديل نصوصها، في أي وقت وساعة من اليوم، من دون انتظار حلول اليوم التالي. ولذلك توجب مراجعة كل قوانين الاتصالات للتماشي مع التنافس الجديد والتقنيات اللازمة للقرن الواحد والعشرين، ولأن الكثير من الأخبار والمعلومات العمومية الأخرى تنقل عبر التلفاز والكوابل وخطوط الهاتف وشبكة الحواسيب من الضروري المحافظة على مسار جودة حرية الصحافة والإعلام بحيث تظل عالية في عالم تتغير فيه المعلومات بسرعة. (77)

في الأخير يمكن القول إن استخدام التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة وإنتاج الصحف أصبح ضرورة وله فوائد من حيث :

- 1- مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام.
- 2- مواجهة عصر المعلومات والاتصالات.
- 3- تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.
- 4- الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق.

⁷⁶ عامر إبراهيم التتليجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، صان، ط1، 2013، ص267.

⁷⁷ عبد الرزاق محمد الدنيمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، صان، ط1، 2012، ص203.

الفصل الثاني

أهمية الصفحة الأولى من الجريدة وتطور إخراجها

المبحث الأول : ماهية الإخراج الصحفي

المبحث الثاني : الأسس العامة للإخراج الصحفي

المبحث الثالث : المراحل التاريخية لتطور إخراج الصفحة الأولى

المبحث الرابع: ثقافة المخرج الصحفي وإعداد الصحيفة

المبحث الخامس: إخراج الصفحة الأولى بين الوظيفة والجمال

المبحث السادس: الإخراج والتكنولوجيا الصحفية الجديدة

المبحث الأول: مفهوم الإخراج الصحفي.

الإخراج الصحفي هو الخطوة المتصلة بالمظهر الخارجي للمطبوعة الصحفية وشكلها الفني بحيث يعنى بجسم الصحيفة وعناصره من حروف وصور وفواصل وغيرها وذلك من خلال توزيعها على مساحة الصفحة بطريقة تحقق وظائف صحفية وجمالية.⁽¹⁾

و الإخراج الصحفي :

"... هو الشكل الذي يتم به تقديم المادة الإعلامية الصحافية، إنه كالصحن الذي تقدم فيه وجبة طعام، إذ مهما كانت تلك الوجبة جيدة وطيبة، فإن الصحن قد يسيء إلى تلك الوجبة." ⁽²⁾

و معنى ذلك أن لموضوع الإخراج الصحفي شقين:

الشق الأول: يتصل بتلك العناصر الطباعة من حيث إنتاجها وتطويرها وتحسينها والطرق المختلفة لاستخدامها وهذا الشق هو الذي نطلق عليه كلمة "التبوغرافيا Typography". ⁽³⁾

الشق الثاني: يتصل بتحريك هذه العناصر وتوزيعها على صفحات الصحيفة لكي تحقق في مجموعها شكلا عاما ورائه فكرة معينة ذلك أن الإخراج الصحفي وإن كان يعنى بالشكل إلا أن له ارتباطا وثيقا بالمضمون فهو لا يكتفى بعرضه فقط بل يعرضه بطريقة معينة تعطي الوزن والقيمة النسبية لكل موضوع أو خبر تنشره

¹ زكريا فكري، الإخراج الصحفي، الأزريطة، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص: 21 .

² الموقع <http://www.ejtemay.com/showthread.php?t=14714> تاريخ التصفح 2015/06/20 13:58

³ محمود علم الدين، الإخراج الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1985، ص:10.

الجريدة عن بقية مضامينها بما يتوافق وسياستها ومواقفها اتجاه الأفكار والأخبار ويقوم الإخراج الصحفي بدوره في إبراز هذه القيمة من خلال عرض الأخبار والمواضيع على مساحات معينة، في صفحات محددة وتحت عناوين مقرر ومقدرة في عدد مناسب من الأعمدة. إن كل هذا يعني أن الإخراج الصحفي هو تعبير بصري عن تقييم الأخبار ودلالاتها من وجهة نظر الصحيفة (4) أو أنه تشكيل من الوحدات التبوغرافية يعرض المضمون ضمن بنية بصرية خاصة تبرز شخصية الصحيفة وهويتها المميزة.

وهو أحد الفنون التطبيقية الحديثة التي تجسد امتزاجا بين الجمالية والموضوعية، لهذا يعد فنا عمليا قبل أن يكون فنا جماليا مجردا كما الفنون التصويرية الأخرى، ولا يمكن الحديث عنه بمعزل عن الأسباب التي جعلته كما نراه اليوم، فتطور تقنيات الطباعة وتقنيات الإخراج مثلا كان بمثابة الوقود الذي أدار محرك العمل الصحفي عموما وأطلق طاقات الإبداع للمخرج (5)

الإخراج الصحفي كجزء من دورة حياة الصحيفة التي يبادل عملياتها مد التأثير وجزر التأثير، مما ينعكس بشكل رئيس على رؤية الإخراج النهائية، المستندة على حس الإبداع الجمالي لديه، والمنتج بظهور المطبوعة الصحفية، كما أنه فن عملي تطبيقي يساعد في إظهار المعلومات عن طريق التحكم بطريقة عرضها (6).

⁴ محمود علم الدين، المرجع نفسه، ص 11.

⁵ إيد الصقر: تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، دار أسامة للنشر و التوزيع، صمان، 2008، ص 115.

⁶ فداء حسين أبو ديسة ، خلود بدر غيث، تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي ،دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، صمان 1 ط 2009، ص 216.

كما يرى الدكتور أشرف صالح " إن الإخراج هو كل العمليات الفنية التي تساعد على ذلك الخروج والتي تشتمل على كل من التيبوغرافيا والتصميم والطباعة.(7)

و يعد الإخراج الصحفي عملية فنية وصحفية لها جانبان : الأول جمالي والثاني وظيفي ، فهو يعد خطوة مهمة من خطوات إصدار الصحف لعرض المضامين التحريرية على الصفحات وبشكل جذاب ومميز ، وأن التطور التكنولوجي الذي أصاب مختلف وسائل الإتصال أثر بشكل كبير على المضمون والشكل الإخراجي للصفحات ، فالإخراج الصحفي هو فن تطبيقي له أغراضه ، فالصحيفة تصدر ليقرأها الناس ، وكلما سهلت عملية القراءة كان ذلك دليلا على نجاح الإخراج الصحفي. (8)

والإخراج الصحفي علم وفن ، وهو يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة ، تؤدي الغاية التي توخاها المخرج ، أو بمعنى آخر يختص الإخراج بتوزيع الوحدات الطباعية Typographic Units (الحروف والعناوين والنصوص والأشكال والصور والخرائط ..) وترتيبها في حيز الصفحة واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها ويلفت انتباهه إلى ما فيها. (9) ويخطئ من يظن أن الإخراج الصحفي يتطلب نماذج محددة وأشكال جامدة وتصميمات معروفة أو معدة

6 أشرف فهمي خوخة: المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة (الأطر النظرية والنماذج التطبيقية) دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص 15.

8 محمد فريد محمود عزت: قاموس المصطلحات الإعلامية ، دار مكتبة هلال ، بيروت، 2008، ص 189.
9 لؤي خليل: الإعلام الصحفي ، مرجع سبق ذكره، ص 168.

مسبقاً، كالنماذج الجاهزة ، تبعاً فيها الأخبار والموضوعات ، أو تغلب كالسلع المحفوظة.⁽¹⁰⁾

كما يشهد الإخراج الصحفي قفزة هائلة في صحافة اليوم ، بسبب حداثة الأجهزة الطباعية ، واستفادت الصحافة من التقدم التكنولوجي الكبير الذي يشهده عصرنا الحاضر والتطور الكبير في علوم الإعلام والاتصال ووسائله، وأصبحت أهم جوانب الإخراج الصحفي تتركز على عنصري التأثير والجمالية ، والعنصر الاقتصادي وعنصر التحديث.⁽¹¹⁾ وتبعاً لأهمية دور الإخراج الصحفي في مجال وصول المواد الصحفية المنشورة إلى القراء ، يعمل الإخراج على تحقيق ما يلي⁽¹²⁾ :

1/ جذب القراء للصحيفة :

تعد وظيفة جذب القراء الوظيفة الأولى للإخراج الصحفي وذلك لكونها بمثابة المدخل للكثير من خطوات الانتشار والتأثير الذي تستهدف الصحف بلوغها ولاسيما في ظل تنافس الصحف فيما بينها ، ثم في ظل ما تلاقيه الصحف من منافسة قوية من الوسائل الإتصالية الأخرى ، ويتأتى الإخراج الصحفي أداء هذه الوظيفة بالإعتماد على عدة متغيرات تسهم في عمليات جذب أنظار القراء، وذلك من خلال:

➤ استخدام العناصر الطباعية المتميزة حيث يمكن لكل صحيفة تأسيس قواعد معينة لتحديد نوعيات العناصر الطباعية المستخدمة فيها ، ويرتبط بذلك إقرار نوع معين من الخطوط في ظل ما أتاحتها تقنيات الحديثة من إمكان استخدام البرامج الحاسوبية في تصميم أنواع متميزة من الخطوط ، ومن ثم استخدامها

¹⁰ حسين شفيق: الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2009، ص 17.

¹¹ عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات ، دار زهران للنشر والتوزيع، صان، ط1. 2013، ص42.

¹² محمد الحفاوي، المرجع نفسه، ص182.

بما يكسب الصحيفة القدرة على التفرد عن الصحف الأخرى ، كما يرتبط بذلك استخدام أحجام معينة من هذه الحروف مع الإلتزام باتساعات محددة غالبا باستخدام حروف العناوين بالذات ، وذلك تبعا لأهمية حروف العناوين الخاصة بالصفحة الأولى ، ودورها في شد انتباه القراء إلى الصحيفة من خلال لفت نظرهم _ أثناء استعراضهم السريع للنصف العلوي من الصحف _ إلى موضوعات محددة ذات إرتباط باهتماماتهم المختلفة.

➤ استغلال المداخل المرئية اللازمة لعملية الجذب وذلك تبعا لقدرتها على شد انتباه القراء من خلال ما يراه **F.W.Hodgson** الذي يركز على أهمية توظيف هذه المداخل في سياق جهود الإخراج الصحفي الهادفة إلى جذب القراء المعتمدين للصحف ويشير إلى أن ذلك يتحقق من خلال تناسق استخدام العناصر الطباعية المختلفة بما يسهم في إكساب الصفحات معالم بارزة بالاستفادة من أحجام ومواقع الوحدات الطباعية المنشورة في الصفحة .

2/ تسهيل القراءة :

وهي الوظيفة الكفيلة باستثمار ناتج العمل فبي مجال جذب القراء للصحيفة ، إذ أن جذب القراء للصحيفة بالرغم من أهميته، يظل أمرا متيسرا الحدوث في ظل الإستخدام الصحيح للمتغيرات التي سبقت الإشارة إليها ولهذا فإن " جذب القارئ للصحيفة سهل الحدوث ، أما الإحتفاظ بالقراء فهو أمر في غاية الصعوبة " ، وهو ما يحاول الإخراج الصحفي أداءه من خلال التقويم النسبي للوحدات المنشورة : وتعمل هذه الوظيفة على تهيئة أفضل الفرص التعرض أمام القراء بما يتناسب مع النظرات السريعة المبنية على ضيق وقت القراء المعاصرين، حيث يتعين أن تؤدي هذه النظرات إلى الإلمام بأهم الوحدات المنشورة في الصفحات بما يسهل وصول

القراء إلى الوحدات التحريرية التي تلبي احتياجاتهم الإتصالية في تناسب تام مع تغير عادات القراءة التي كانت سائدة فيما مضى ، وبخاصة في الفترات الماضية التي لم تكن تصدر فيما سوى أعداد محدودة من الصحف ، إضافة إلى توافر وقت طويل أمام القراء ، بما يمكنهم من المطالعة التامة لكل الصحف التي تقع بين أيديهم.

ويتحقق للإخراج الصحفي أداء وظيفته هذه بالاستفادة من العناصر الطباعية المختلفة وبالذات من العناوين _ التي تعمل في هذا الإطار _ في إرشاد القراء لنوعيات الوحدات المنشورة في الصفحة . بحيث تمكنهم من الإتجاه مباشرة . لما يعنيه من هذه الوحدات أو الإنصراف عن الصفحة إذا لم تكن الوحدات المنشورة فيها ذات أهمية بالنسبة لهم ، كما يمكن استخدام العناصر الطباعية الأخرى في تحقيق الإبراز النسبي للوحدات ، إضافة إلى استخدام المواقف والأحجام التي تنتشر فيها هذه الوحدات المكونة للتصميم الأساسي للصفحات لتحقيق ذلك.

كما يعمل الإخراج الصحفي على تسهيل القراءة من خلال قدرته على تقديم عناصر طباعية تمتاز بالوضوح ، بما يجعلها تبدو ظاهرة أمام القراء ، بحيث يسهل عليهم الإطلاع عليها ، ويتحقق لهذه العناصر درجة عالية من الوضوح من خلال مراعاة الأسس المهنية في تصميمها واستخدامها ، حيث يجب أن تكون الحروف ذات أحجام وأشكال ظاهرة . وذلك بخلاف ما تم من اكتشاف أنواع حديثة من الحروف تتصف بتداخل بعض مكوناتها ، مما يعوق قدرة القراء على التعرف عليها بسهولة ، وهو ما يؤكد أهمية أن تبدو الحروف والحالة كذلك بأحجام أكبر من الأحجام المستخدمة في الغالب مع أهمية النظر إلى طول المتن المقدمة ، بحيث

يمكن أن تختصر المتون المقدمة من خلال إعادة صياغتها بما يسمح باستبعاد الموضوعات المطولة والمواد المكررة.

3/ تيسير تنقل القراء عبر الصفحة :

وفي إطار محاولة إقناع القراء بمواصلة الإطلاع على كامل محتويات الصفحات بعد جذبهم للإقبال على الصحف عبر الإفادة من أساليب الجذب والوضوح السابق الإشارة إليها ، ويعمل الإخراج على تيسير تنقل القراء عبر الصفحات . بما يسهل عليهم هذه المهمة . ويهيئ لهم فرص التعرف السهل على كامل محتوياتها .

ويستهدف الإخراج في سعيه لأداء هذه الوظيفة العمل على تحقيق الإنقرائية الطباعية (التيبوغرافية) للوحدات المنشورة . بحيث تصل المضامين المنشورة فيها إلى القراء ويتصل ذلك بشكل مباشر بالعناية بالعناصر الطباعية المستخدمة في تجسيد هذه المضامين ..وبالذات ما يتعلق بالحروف المستخدمة في صف متون وعناوين الوحدات الطباعية المنشورة ، إذ يتطلب العمل الحديث في مجال تيسير تنقل القراء عبر الصفحة _ بما يضمن إحاطتهم بجميع المضامين المنشورة _ أن تعمل الصحف وفقا للاتجاهات الحديثة في مجال الصياغة الصحفية المعتمدة على الإختصار ، الذي يقوم على سهولة وبساطة التعبير عبر إدراك القائمين على أمور الصياغة في الصحف لأهمية عامل اللفظ لكونه العامل الرئيسي في معادلة الصياغة من خلال دوره في تحديد مساحات الوحدات المعبرة عن المعاني المراد تقديمها ، بما تشتمل عليه هذه الوحدات من متون وعناوين رئيسية وفرعية.

وتبعاً لهذا يستوجب العمل على تيسير تنقل القراء عبر الصفحة ، من الناحية الطباعية ، العناية بتحديد أحجام الحروف المستخدمة وعلاقتها باتساعات الأسطر ، حيث يؤدي الإتساع المناسب للأسطر إلى تيسير انتقال القراء عبر المتون من خلال اتساق المعاني التي تكونها الكلمات دون بتر أو قطع ، إذ أن القطع أو البتر يحدث في حال عدم مناسبة الاتساع لأبعاد الحروف المستخدمة ولاسيما في حال استخدام حروف ذات أنباط كبيرة مع اتساعات قصيرة للأسطر ، كما أن طول الأسطر في حال صغر أنباط الحروف المستخدمة يعوق تنقل القراء من خلال اضطرابهم للبحث المتوالي عن بداية كل سطر. الأمر الذي قد يجعلهم يخطئون ويعيدون قراءة السطر السابق مرة أخرى... وفي هذا الاتجاه أمكن لبعض الباحثين في مجال الإخراج الصحفي تحديد الاتساعات المناسبة للأسطر من خلال علاقتها بأبعاد الحروف المستخدمة في صف المتون ، إذ تشير الدراسات القائمة في هذا المجال إلى أن الاتساع المناسب للسطر يساوي حجم الحرف المستخدم في صف المتن مرة ونصف بمعنى أن المتن الذي سيصف بحرف حجمه عشرة أنباط ، ينبغي أن يكون اتساع أسطره خمسة عشر كورا أوبيكا ⁽¹³⁾ ، مع إمكانية التجاوز في حدود تصل إلى 50% عن هذا الحد سواء بالزيادة أو النقصان مع النظر إلى أن أي إتساع غير هذا سيؤدي إلى صعوبة تنقل القراء بين أسطر المتون ، بالإضافة إلى دور العلاقة المتبادلة بين أحجام الحروف المستخدمة ، واتساعات الأسطر في تسهيل القراءة عبر تهيئة أفضل فرص انتقال القراء بين أسطر المتون ، إذ أنه تبعاً لقلّة بروز الحروف البيضاء نتيجة لعدم تركيز الحبر في حوافها وأسنانها فإنه من المهم أن تكون أحجام الحروف البيضاء المستخدمة أكبر وبالذات مع اتساعات الأسطر

*البنط (Point) وحدة قياس حجم الحرف ، أما الكور (Corps) أو البيكا (Pica) فهي وحدة قياس اتساع السطر .

الطويلة وذلك بشكل يفوق أحجام الحروف السوداء التي تبدو أكثر قدرة على الظهور حتى مع صغر أحجامها نسبيا.

4/ إكساب الصحف شخصيات متميزة:

يعمل الإخراج الصحفي على إكساب كل صحيفة شخصية متميزة ، ولعل أهمية هذه الوظيفة ترتبط بكثرة الصحف المتاحة أمام القراء من جهة ، وبتماثل المضامين المنشورة في هذه الصحف تبعا لاعتماد أغلب الصحف على مصادر متماثلة لاستيفاء المعلومات ، إضافة إلى تماثل اهتمامات أغلب الصحف في ظل سعيها لتلبية حاجات القراء الإتصالية ، من جهة أخرى يضاف إلى ذلك تماثل أغلب متطلبات الإنتاج المتاحة أمام الصحف، وذلك لارتباط استيراد مستلزمات الإنتاج (ورق ، حبر ، وآلات طباعة) من الخارج بالمقاييس العالمية الموحدة ، إذ تكاد تتماثل مساحات صفحات الصحف التي تصدر في الحجم العادي **Standard** كما تكاد تتماثل مساحات صفحات الصحف التي تصدر في الحجم النصفى **Tabloid** من جانبي الأبعاد وعدد الأعمدة . إضافة إلى تماثل نوعيات الورق داخل الرتب المختلفة مع عمل أغلب أجهزة الصف وبرامج الإخراج الآلي الحديثة على توحيد نوعيات الحروف والتأثيرات الطباعية المستخدمة .

وإزاء هذا الوضع يمكن للإخراج الصحفي أن يقوم بدور مهم في مجال التعبير عن الشخصيات المتميزة للصحف. نظرا لما ينطوي عليه من حيوية وحركة بما يمكن للصحف من توطيد علاقاتها بالقراء بحيث يألّفونها من جهة يستطيعون تمييزها من غيرها من الصحف الأخرى ، من جهة أخرى ، كما يسهم في مداومتهم على قراءتها نظرا لارتباطهم الوثيق بها ، وهو نهاية التواصل الذي تسعى الصحف إلى عقده مع قراءها ، ويعمل الإخراج الصحفي على تجسيد الشخصية المتميزة للصحيفة من

خلال المدرسة الفنية أو المذهب المتبع في إخراجها ، الذي يحدد بدوره التصميم الأساسي للصفحات ، إضافة إلى العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات المكونة للتصميم الأساسي ، وكذلك طرق بناء هذه الوحدات والمعالجات الطباعية الخاصة بها . وترتبط قدرة الإخراج الصحفي على تجسيد الشخصية المتميزة للصحيفة بعدة اعتبارات مهمة ذات صلة بالهدف الرئيسي من عملية الصدور، إذ يباشر الإخراج التعبير عن سياسات الصحف وتوجهاتها التي تتجسد في سياساتها التحريرية والإخراجية ، ورغم أهمية المضمون ودوره المباشر في التعبير عن السياسات التحريرية للصحف " إلا أن الإخراج الملائم ... هو الذي يستطيع أن يبرز هذه السياسات ، ويشكل منها هوية واضحة أمام القارئ "

5/ إكساب الصفحات لمسات جمالية :

وهي الوظيفة الهادفة إلى إحداث قدرة من التشويق الجذاب في الجهود المقدمة ، وذلك استجابة للنظريات الحديثة في مجال الفنون التطبيقية القائمة على إضافة القيم الجمالية إلى الوظيفة الأدائية للأشياء ، بحيث تقترب هذه الأشياء إلى الناس بما يدفعهم إلى الإقبال عليها ، وهو الأمر الذي يمكن للصحف من خلاله كسب القراء في سياق المنافسة القائمة بين الصحف في هذا المجال والمعتمدة على اتساع السوق الصحفية وكبر مجالات المنافسة والترويج فيها ، ولعلّ القيمة الجمالية هنا لا تقف منفعتها للإخراج الصحفي عند حد ما تقدمه من لمسات مشوقة فقط ، وإنما تذهب إلى أبعد من ذلك ، حيث يمكن استثمار هذه القيمة في الخروج بتصميمات تعمل على راحة القراء عند استهلاكهم للمواد المنشورة في الصحف بصفاتها منتجات تستهدف الريح، ومع الأهمية المشار إليها للقيم الجمالية المطلوبة في الجهود الإخراجية المقدمة ، إلا أنه من المتعين ألا يتوجه التصميم الأساسي للصفحات

نحو الجانب الجمالي الشكلي من خلال عرض الوحدات الطباعية بأسلوب جميل فقط ، لأن ذلك يجد من المفهوم العام للتصميم القائم على مدى استخدام الوحدات في تقديم جوانب وظيفية في الأشكال المقدمة بما يوحد العلاقة بين هذه الوحدات ويقدمها في شكل جميل يسهل استخدامها ، وذلك انطلاقاً من أن " الهيئة تتبع الوظيفة " ، ويمكن للإخراج الصحفي أن يضيف اللمسات الجمالية على الصفحات من خلال المزوجة بين المضامين الملبية لحاجات القراء الاتصالية والمتجاوبة مع أهداف الصحافة ورسالتها وبين الإخراج المتقن لهذه المضامين ، ويتحقق ذلك بالإستفادة مما ينطوي عليه العناصر الطباعية المستخدمة من جماليات ، بحيث يمكن تسخيرها في ذاتها أو من خلال علاقتها بغيرها من العناصر ، لتحقيق القيم الجمالية المطلوبة لخدمة العمل المقدم ، فالنوعيات الجيدة من الورق تهيئ فرص الإستخدام الأمثل للعناصر المقروءة والمرئية من خلال ما تنتجه من الإضاءة المطلوبة ، لإتارة هذه العناصر ، ومن خلال قدراتها على إتاحة فرص الطباعة الدقيقة للعناصر المرئية تبعاً لتميز هذه النوعيات من الورق بخصائص القدرة على إظهار ما تتوافر عليه العناصر المرئية من تفاصيل دقيقة وتدرجات لونية متعددة ، إضافة إلى دور الأحجام المختلفة من الورق وما تنقسم إليه من أعمدة في تأكيد القيم الجمالية ، وبخاصة مع قدرة المخرجين على الاستغلال الأمثل لهذه الأحجام بما يظهر خاصيتها الجمالية.

المبحث الثاني : الأسس العامة للإخراج الصحفي :

إن الفن الصحفي وحدة متكاملة تتجانس وتتعاون كل عناصره لتبديع لنا عملاً فنياً متكاملًا .. محبباً إلى نفوس القراء ألا وهو الصحيفة أو المجلة ، ولا يمكن أن يتحقق الفن الصحفي بالتحريم وحده ، أو بالصور وحدها ، ولكن تصميم الصفحات

وطريقة عرض الموضوعات وأساليب تنظيم المواد الصحفية جزءاً مكملًا للفن الصحفي ، وتوجد علاقة قوية بين المعنى أو المضمون في التحرير الصحفي (14)

❖ أولاً: الأسس الصحفية لفن الإخراج الصحفي :

تتصل الأسس الصحفية لفن الإخراج بتقويم الأخبار والموضوعات ، ودراسة أساليبها ، وتقدير القيمة النفسية لها ، وفي الصحف الأجنبية خبراء في تذوق الأخبار تلقى على كواهلهم هذه المسؤوليات ، كما يقوم بهذه المهمة سكرتير التحرير المركزي . ولكن المخرج الصحفي لابد أن يكون قديراً هو الآخر في هذا الفن لأن العلاقة بين فن التحرير وفن الإخراج كالعلاقة بين المضمون والشكل في مختلف الفنون.¹⁵ والصحافة الحديثة لاتفرض الأخبار على قرائها فرضاً بل تدرس ميولهم دراسة دقيقة وتنتشر الموضوعات الصحفية التي تدور حول محاور الميول الإنسانية ، ويعد أن كان القارئ يميل إلى قراءة الموضوعات الإقتصادية والسياسية ، نجده اليوم شديد الإهتمام بالأخبار الخارجية والعلاقات الدولية ومعاني الإجراءات الإقتصادية ، على أن بعض الصحف تظن واهمة أن القراء يهتمون بحوادث القتل والجريمة والأخبار النافهة الغربية أكثر من اهتمامهم بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والعلمية وغيرها . ولكن هذا الوهم يتبدد يوماً بعد يوم ، والخبر تزداد أهميته كلما زاد عدد الأشخاص الذين يمس حياتهم ويقترب من اهتمامهم ، وكلما كان الخبر يقع في دائرة اهتمامهم زادت قيمة الخبر بالنسبة لهم ، ولأن الصحافة اليوم أصبحت أداة تأثير وتوجيه بالإضافة إلى كونها أداة إعلام وتنقيف

¹⁴ علي إمبابي :الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية :التحرير..الإخراج ..الإصدارات ..والمسابقات،العلم والإيمان للنشر والتوزيع،دمشق،2008،ص205.

¹⁵ طلعت همام :مائة سؤال عن الإخراج الصحفي ،دار الفرقان للنشر والتوزيع ،عمانط1984،ص13.

وتسلية وإمتاع، فإن القائمين على إصدار الصحف يولون أهمية بالغة لاتفاق الخبر مع سياسة الصحيفة، فقد يكون الخبر مشتملا على كل الشروط الصحفية، ورغم ذلك يضعه المخرج الصحفي على مساحة صغيرة منزوية، لأنه لا يتفق مع سياسة الصحيفة التي يعمل بها والعكس صحيح أيضا. (16)

❖ ثانيا: الأسس النفسية لفن الإخراج الصحفي

إن الفن الصحفي يعتمد على العلاقة الوثيقة بين الصحيفة والقراء، وقد لاحظ الباحثون الصحفيون أن محاور الميول تتطور من عصر إلى آخر، فقد ازداد شغف الناس مثلا بالعلوم والفنون والمخترعات الحديثة (17).

كان من الطبيعي أن تتأثر الصحافة بعلم النفس الحديث وتنتفع بأبحاثه ونتائجه، كما تأثرت به سائر العلوم والفنون الأخرى، وتقوم الصحافة الحديثة في تحريرها على أسس نفسية ودراسات تجريبية هامة، وما دامت الصحيفة وسيلة للتأثير في القارئ فلا بد من دراسة نفسية لهذا القارئ لنجاح عملية التأثير، وأهم العوامل النفسية هي: (18)

أ: السن: فالشباب يميل إلى التجديد في الموضوعات الصحفية والإخراج ولكن الشيوخ لا يطبقون هذا التجديد ويفضلون عادة الإخراج التقليدي المحافظ، وهم لا ينظرون بعين الإحترام إلى "البدع" الإخراجية، ويرون أن الإخراج العمودي الرأسي

¹⁶ أشرف فهمي خوخة، المنغل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سبق ذكره، ص 32.

¹⁷ على امبابي: الإعلام التربوي في المؤسسة لتعليمية، مرجع سبق ذكره، ص 214.

¹⁸ زكريا فكري، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

_ على قدمه_ أكبر دليل على الوقار والأمانة ،وغني عن البيان أن الشباب لهم لونها الخاص في الإخراج الصحفي الذي يعتمد على الصور والألوان اعتمادا كبيرا.

ب: إتجاهات الرأي :ولابد من العناية بدراسة الإتجاهات العامة لقراءة الصحيفة بحيث يتمشى مضمون التحرير وفن الإخراج مع هذه الإتجاهات ، وينبغي أيضا أن تتكرر عملية قياس هذه الاتجاهات وتعديل الخطة الإخراجية بناء عليها.

ج: أذواق القراء: ولا شك أن أذواق القراء تختلف اختلافا كبيرا ، ولابد أن ينعكس ذلك في طرق إخراج .فصحيفة الطبقة العاملة مثلا لابد أن تختلف في مضمونها وشكلها عن صحيفة القضاة أو الأطباء، وقد تستعمل الألوان والعناوين الكبيرة والصور في الصحيفة الأولى أكثر من استعمالها في الصحيفة الثانية.

د:العادات القرائية : ولابد أن يعنى قسم الإخراج الصحفي بدراسة عادات القراء عند الإطلاع على الصحيفة ، فهناك فريق يكتفي بالمرور السريع على العناوين عامة ثم يتخير ما يهمه من الأخبار ليقراها بإمعان كما يفعل رجال الأعمال مثلا ،وهناك فريق آخر من القراء يطلع على مقدمات الأخبار بالإضافة إلى العناوين ،وثمة فريق ثالث يهتم بالنواحي الأدبية والفنية أكثر من النواحي السياسية ...وهكذا فعلى قارئ الأبحاث أن يوالي دراسة عادات القراء حتى يتمكن المخرج الصحفي أن يعدل من خطته وفقا للنتائج التي يصل إليها .مع العلم بأن المحافظة على البناء العام للصحيفة أمر جوهري للغاية لأنه يكون شخصيتها بوجه عام .

و: إستخدام الألوان :واستعمال الألوان في الصحافة من أهم الموضوعات التي تدرس دراسة نفسية فمن الثابت أن الألوان تثير انتباه القراء وتخلق أثرا محببا لأول وهلة ، وعندما تستعمل في الإعلانات تكسيها جمالا وتقوي التعبير الواقعي ، ولكننا نجد من جهة أخرى أن الإسراف في استعمال الألوان يؤدي إلى عكس الغرض

المنشود .وقد أثبت أن ازدحام الألوان يقلل من التباين والإبراز،وبذلك تتعدم قيمة التلوين ،ويمكن القول بأن الإسراف في الألوان يجعل الطباعة السوداء أكثر لفتا للنظر .

وقد وجد أيضا أن استعمال الألوان بكثرة في العناوين المثيرة وغيرها يكون أشبه بالصخب المزعج، والمخرج الصحفي الناجح لا يستعمل الألوان لغرض الإثارة في ذاتها، وإنما للإبراز أو الدلالة.

ويعنى المخرج الصحفي كذلك بالارتباطات النفسية للألوان فهو يعلم مثلا أن الألوان الحمراء والبرتقالية تتم عن معاني الدفء والعاطفة والحرب والخطر وغيرها. أما الألوان الزرقاء فتتم عن الهدوء والسكون والبرودة .فالماء لونه مائل إلى الزرقة وكذلك السحاب ، والألوان الأرجوانية عن الخصوبة والرخاء . ولكن لا ينبغي أن يعتبر المخرج الصحفي هذه الارتباطات قوانين قاطعة بل لابد أن يجرب ويختبر بنفسه.

❖ ثالثا : الأسس الفسيولوجية لفن الإخراج الصحفي :

تستقبل أعيننا المرئيات دائما في مدى زاوية مقدارها 180° درجة تقريبا ومع ذلك فإننا لا نستطيع تحديد الرؤية بدقة إلا في ثلاث درجات فقط وذلك بسبب التكوين التشريحي لشبكية العين.⁽¹⁹⁾

وتحتاج العين إلى الضوء كي نرى الأشياء بوضوح .وتتسع حدقة العين أو تضيق وفقا لكمية الضوء المطلوب دخولها للعين كي نرى الأشياء...كما هو الحال في عدسة الكاميرا تماما ،والتي يمكن التحكم في كمية الضوء المندفع إليها كي تتمكن من التقاط الصور على نحو سليم.

¹⁹ زكريا فكري، الإخراج الصحفي،مرجع سبق ذكره،ص29.

يعد تيسير عملية القراءة من الأهداف الرئيسية للإخراج الصحفي، ذلك لأن الصحيفة عبارة عن وسيلة بصرية لإيصال مضمون الرسالة الإعلامية إلى عقل القارئ لإحداث التأثير المطلوب، والعين البشرية عبارة عن عدسة وشبكة تتكون عليها الصورة ومجموعة من أعصاب العين.²⁰ وبناء على ذلك فإن ما يرهق أعصاب العين، يعتبر من عوامل التشويش التي تؤدي إلى الملل، وتصرف الذهن عن مواصلة عملية القراءة. وبالتالي يصبح عمل المخرج الصحفي في توصيل الرسالة الإعلامية إلى عقل القارئ عديم الجدوى.

إن لا يستطيع الإنسان القراءة إلا في حدود موضع تركيز الرؤية، أي ثلاث درجات فقط كما سبق وأشرنا، إلا أنه من جهة أخرى فإذا كان البنط المجموعة به كلمات كبيرة فإن ذلك يعني أن الدرجات الثلاث لن تستوعب أكثر من كلمة واحدة، أما إذا كان البنط صغيراً، يمكن إذن أن تستوعب هذه الدرجات نفسها عدداً أكبر من الكلمات، إلا أن هذه المسألة لا تؤثر على عملية القراءة كفهم واستيعاب، إذن أن المخ يدرك معاني الألفاظ بالتداعي لفظاً بعد الآخر، ولن يتمكن من إدراك معاني عدة كلمات دفعة واحدة.

وحتى الصورة - أياً كان نوعها - فإن المخ لا يدركها كاملة على علاتها، بل إن العين تسمح منها جزءاً بعد الآخر، في حدود ثلاث درجات أيضاً لكل جزء، ويتحدد ترتيب هذه الأجزاء وفقاً لاتجاه الحركة داخل الصورة

²⁰ محمود علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سبق ذكره ص 35.

، ووفق النقطة التي اعتادت العين على أن تبدأ به مسح أجزاء الصورة ، وكذلك وفق مدى اهتمام القارئ بمشاهدة تفصيلات الصورة من عدمه. (21)

ـ أما الألوان فقد ثبت أن الإسراف في استخدامها يرهق أعصاب العين ، ولكن اللون الأسود يمتص كل الأشعة الساقطة عليه ، وبالتالي لا يعكس على العين إلا لونا واحدا فقط. ولون الورق الذي يستخدم في طباعة الصحف الآن ، فهو الأبيض غير ناصع البياض ، ويجب عدم الإسراف في استخدام الإطارات والفواصل بشكل سيئ إلى الشكل العام للصفحة. (22)

❖ رابعا : الأسس الفنية لعملية الإخراج الصحفي :

فن الإخراج الصحفي الحديث ينظر إلى الصحيفة على أنها وحدة متكاملة من حيث الشكل العام الذي يكسيها شخصية مميزة بين الصحف، والتكوين الفني الجميل للصفحة له خصائص لا بد من توافرها نذكر منها :

التوازن : الشكل العام للصحيفة يتكون من مجموعة عناصر تيبوغرافية هي حروف المتن ، والعناوين ، والصور ، والرسوم والإعلانات ، وهذه تكون عبارة عن أشكال سوداء على صفحة بيضاء. (23)

ومن صفات التكوين الجميل أيضا الإيقاع ، وهو الذي يجعل التصميم نابضا بالحياة فكما نسمع الأنغام الإيقاعية في الموسيقى ونشدها في الحياة .بتتابع الليل والنهار والفصول والحياة والموت فإنه من الممكن أن نلمس الإيقاع في الشكل الفني

²¹ زكريا فكري مرجع سبق ذكره ص 30.

²² أشرف فهمي خوجة:المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة مرجع سبق ذكره ص 32.

²³ أشرف فهمي خوجة نفس المرجع ص 35.

عندما تنتقل عين القارئ من عنوان إلى آخر ومن صورة إلى صورة ،دون تعثر أو ملل .ولاشك أن الإخراج الصحفي الأفقي قد منح الصحفي مجالاً أوسع للتعبير بالإيقاع فأصبح من السهل تكوين العناوين والصور بحرية تامة لا يتمتع بها المخرج النظام العمودي التقليدي .وإذا كانت الخطوط العمودية تتم عن القوة والرسوخ والإستقرار والوقار ،فإن الخطوط الأفقية والمائلة ترتبط بالحرية والحيوية والإيقاع وهي مسمات الفن الإخراج الصحفي الحديث .

والتناسب من أهم خصائص التكوين الجميل ، ويقصد بالتناسب جمال العلاقات بين الأجزاء بعضها ببعض الآخر وكذلك بالنسبة للشكل نفسه.فالهدف الأساسي للإخراج الفني هو الوصول إلى صفحة يسودها التوافق والإنسجام والعناصر الطباعية لا بد أن تتسجم لتكون صفحة متكاملة .

المبحث الثالث : المراحل التاريخية لتطور إخراج الصفحة الأولى

مرّ إخراج الصفحة الأولى في الصحافة بعدة مراحل تاريخية ارتبطت بمسيرة الصحافة عبر تاريخها الطويل،وتأثرت بالاتجاهات الفنية السائدة و بالإمكانيات التقنية المتاحة،وبالوعي المهني و الفني لدى العاملين في هذا المجال،حيث ظهرت تبعاً لهذا المفهوم ثلاث مدارس إخراجية يقع تحتها العديد من المذاهب المميزة لها،والمعبّرة عن الخصائص التي تتفرد بها كل مدرسة (24)

تعطى الصفحة الأولى من الصحيفة المكانة الأولى في الإخراج . فهي الواجهة التي تعبر عن شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها ، ولقد اعتمدت دراسة

²⁴فهد بن عبد العزيز بدر الصكر،الإخراج الصحفي :أهميته واتجاهاته الحديثة ، مكتبة العبيكان : الرياض

أساليب الإخراج الصحفي على الصفحة الأولى للجريدة، باعتبارها تمثل الصدارة وأولى الأشكال التي تواجه القارئ، والتركيز عليها يرفع من درجة الاهتمام بها والميل إليها واقتنائها. (25) ولهذا يبدي التيبوغرافيين اهتماما كبيرا بالصفحة الأولى للصحيفة اليومية، ويولونها رعاية خاصة في الإخراج، بصفتها تحمل اسمها وتؤكد على شخصيتها العامة التي تعرف بها عند القراء.

— لذلك كانت كل المدارس والمذاهب تنصب على تلك الصفحة، وتهتم بشرح مكوناتها وتوزيع محتوياتها توزيعا تيبوغرافيا ملائما لأهمية عناصر الصحافة كالأخبار، و الصور والعناوين والإعلانات، وقبل التطرق لأهم المدارس التي اهتمت بالصفحة الأولى لابد من الإشارة إلى أهم عناصر هذه الصفحة (26):

❖ **اللافتة:** وتحتل أبرز مكان من رأس الصفحة الأولى بحيث تلفت نظر كل قارئ إليها وتتصل باللافتة أو الاسم شعار لتعريف معنى الاسم. وتتفاوت الصحف فيما بينها في المكان الذي تضع فيه اللافتة، فبعضها يضعها منتصف أعلى رأس الصفحة، وبعضها الآخر يقوم بوضعها على اليمين أو الشمال من ذلك الموقع المعتاد، ويعتبر إسم الصحيفة تركيب لفظي أولا و بناء تيبوغرافي ثانيا، لذلك فهو مهم من ناحية توزيع باقي الكتل الاخبارية على الصفحة من حيث أحجام العناوين و المانشيت (أقل شيء 4 أعمدة) بما يتناسب و حجم اسم الجريدة و نوع الخط المكتوب و اللون المستخدم في كتابة الإسم.

²⁵ عبد العزيز سعيد الصويدي: الإخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحاسب، دار الآن للطباعة والنشر، قبرص، ط1، 1998، ص136.

²⁶ إياد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، مرجع سبق ذكره، ص 82.

- ❖ الأذنين : وهي الوحدة التيبوغرافية التي توجد على جانبي الرأس و تكون إما على شكل مربعات أو على شكل مستطيل أو دائرة حسب رغبة الصحيفة وحجم المعلومات المراد كتابتها داخل الأذنين وهناك بعض الصحف لا تستخدم الأذنين و أحيانا تستخدم أذنا واحدة ، و يستطيع القارئ بالمتابعة السريعة للصحف العربية و الأجنبية تحديد محتويات هذه الأذنان.
- ❖ العنق : و يتصل برأس الصفحة بعد العنوان مباشرة و هي عبارة عن حيز ضيق يمتد باتساع الرأس و يتكوّن من جدولين متوازيين يكتب فيه سعر الجريدة و عدد الصفحات و التاريخ بالعربي و الميلادي و تختلف هذه المعلومات من صحيفة إلى أخرى .

وتعكس أهمية الصفحة الأولى بالنسبة للصحيفة اليومية ، أهمية المادة التي تنشر فوقها ، و تلجأ بعض الصحف إلى نشر الأجزاء الرئيسية الأولى من الأخبار بنوعيتها المحلي و الدولي ، و تقوم بترحيل تماماتها إلى صفحاتها الداخلية ، ويرى بعض محررو الصحف أن بإمكانهم دفع القراء لقراءة الصفحات الداخلية عند الإكتفاء بنشر رؤوس مواضيع الأخبار في الصفحة الأولى ، أما تماماتها فإنها ترحل إلى الصفحات الداخلية التي يضطر القراء لتقبلها و قراءتها و يتفق ذلك مع الأسلوب الذي يعتبر الصفحة الأولى بمثابة غلاف للصحيفة ، تجذب الصورة المنشورة عليه القراء بينما تقودهم ملخصات أهم الأحداث الاخبارية إلى أن يفتحوا الصحيفة لقراءة التقارير الاخبارية كاملة ، وسيكون القارئ مستعدا بعد الانتهاء من القصة الاخبارية الكبيرة التي يتابعها إلى قراءة غيرها من الروايات الاخبارية المجاورة لها.(27)

1/ المدرسة التقليدية :

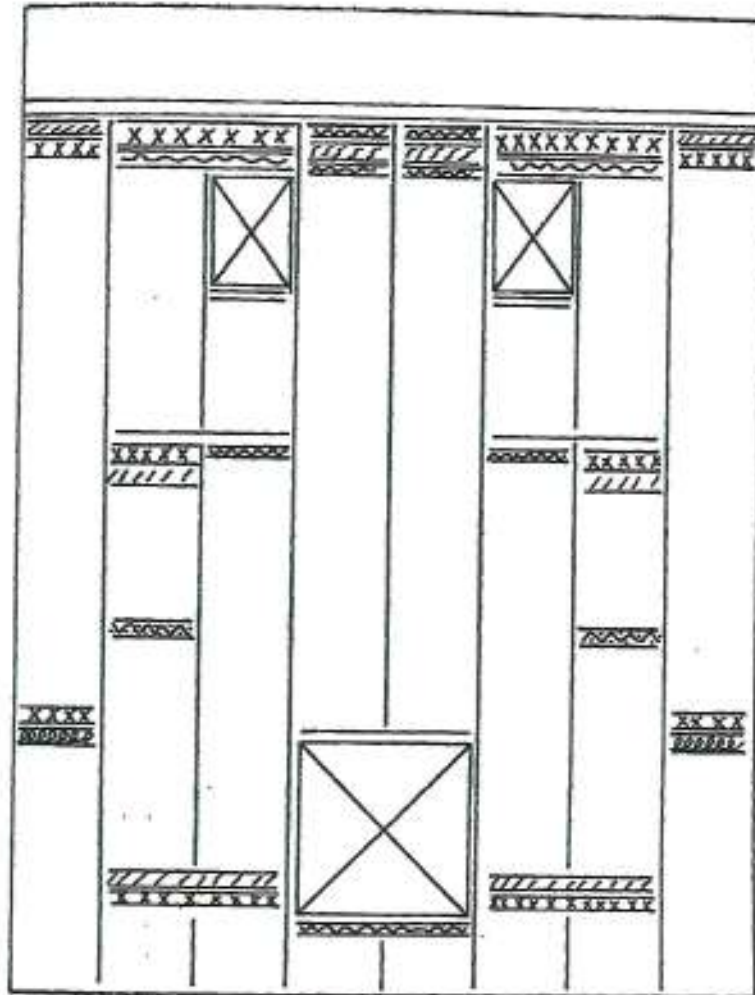
²⁷ عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات ، مرجع سبق ذكره، ص 86.

تعتقد هذه المدرسة فكرة التوازن الشكلي **Formal Balance** حول محور ارتكاز متوسط، ويؤمن أنصارها بأن هذا التوازن عنصر أساسي في الفنون التصويرية لأن الطبيعة نفسها تحققه ، فأعضاء الكائن الحي تتماثل في نصفين متساويين وفروع الشجرة تثبت تماثله على جانبي ساقها. (28)

وإخراج الصفحة الأولى ينبغي أن يعتمد على هذا الأساس الفني ، وعلى ذلك تتوسط اللافتة رأس الصفحة وينقسم جسمها إلى نصفين متساويين يفصلهما خط يمتد من رأس الصفحة إلى قاعدتها ، وتوازن العناصر التيبوغرافية المختلفة في النصف الأيمن بمثلها في النصف الأيسر كما تتوازن الأثقال في كفتي الميزان المعتاد، وتتعدد المذاهب إلا أنها تقف على فكرة التوازن الشكلي بين نصفي الصفحة.

_ فهناك مذهب التوازن الدقيق ، الذي يحقق التماثل التام بين شقي الصفحة المتساويين فمثلا العنوان الممتد بأعلى العمودين السابع والثامن ، يقابله عنوان مماثل بأعلى العمودين الأول والثاني ، من حيث عدد الفقرات ونوع الحروف وحجمها وكذلك الصورة التي تمتد باتساع العمودين السادس والسابع تقابلها على خط التوازي صورة بالمساحة نفسها ، تمتد باتساع العمودين الثاني والثالث ، وطول متن موضوع ما في أحد الشقين يساوي طول متن الموضوع المقابل له في الشق الآخر تماما. (29)

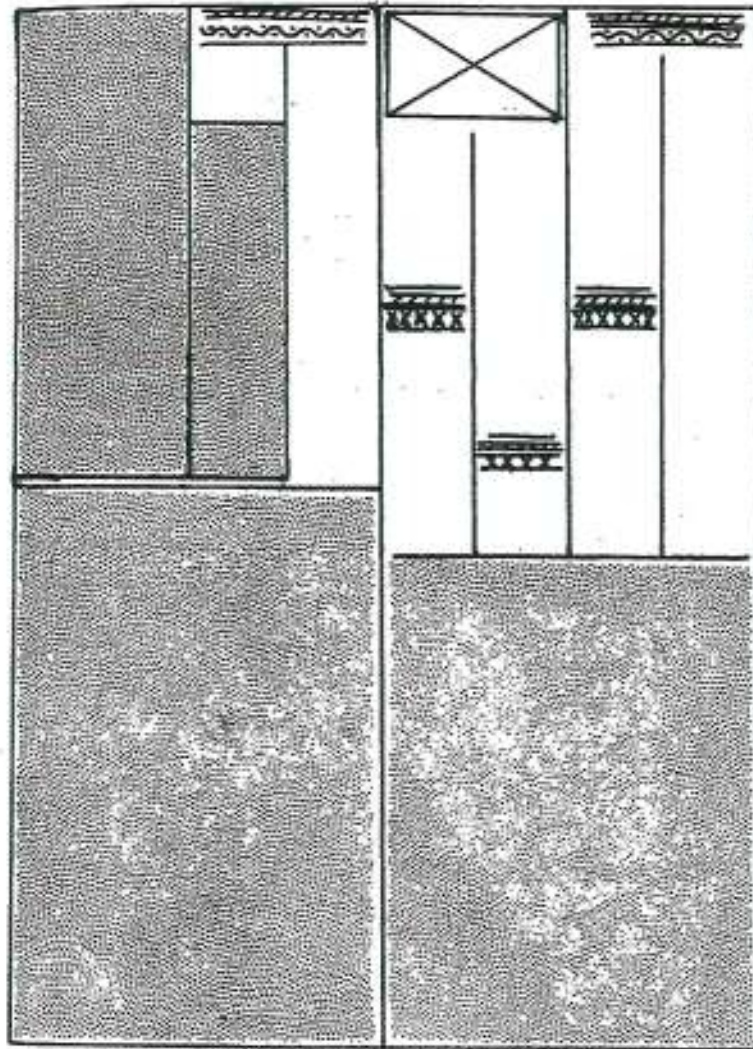
28 طلعت همام مرجع سبق ذكره، ص 105.
29 أنشرف فهمي خوخة: المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سبق ذكره، ص 82.



التوازن الشكلي المتيقن

_ وهناك مذهب التوازن الشكلي التقريبي ، وهذا المذهب تنفذه الصحف بأساليب تقريبية لا تلتزم فيه بدقة التماثل التام ، من حيث أن الخروج من قيد التوازن

الدقيق يفتح المجال أمام المخرج لتطبيق أساليب متنوعة للتوازن التقريبي من أهمها :
التوازن بالتعويض ، فيه تعوض العناصر التيبوغرافية بعضها بعض عند التوازن
فيقابل العنصر بما يشبهه أو يعادله في الثقل دون التقييد بما يماثله في النوع، وهناك
أيضا التوازن في قسم من الصفحة ، والتوازن في أعلى الصفحة وأسفلها والتوازن في
أعلى الصفحة فقط ، والتوازن خلال الصفحة بمعنى إيجاد أكثر من محور ارتكاز
متوسط على الصفحة ، وتحرير المخرج بذلك من قيد المحور الواحد، وهناك
تطبيقات متعددة لهذه الأساليب تقوم على الأسس نفسها وتجمع أحيانا بين بعضها
بعض وهي كلها تهدف إلى التحرر من قيد التوازن الدقيق.



الاسلوب المتوازن

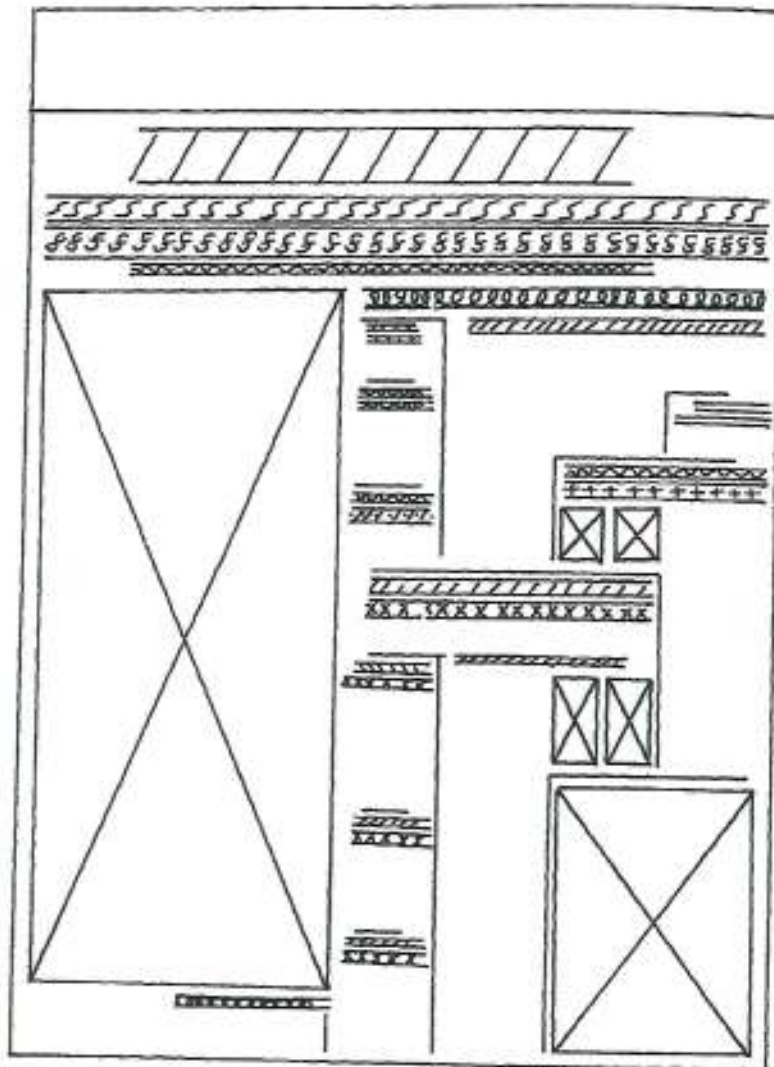
2/ المدرسة المحدثة:

تتميز هذه المدرسة عن سابقتها بأنها متحررة من أي تقليد تيبوغرافي درجت عليه الصحف وأي قيد شكلي تبني عليه تصميم الصفحة ، وبأنها تتحرى أن تجعل من الصفحة تعبيراً حياً طبيعياً ، وإن كانت تختلف فيما بينها في الطريق الذي تسلكه لتحقيق هذا الهدف ، وكذلك تختلف هذه المذاهب في مدى انطلاقها من القيود الشكلية والمواصفات التيبوغرافية والقيم الفنية العامة . فمنها مذهب ينظر في بناء الصفحة إلى اعتبارات أبعده وأعمق من حدود الشكل ويحققها على أسس سليمة ، وتأتي القيم الفنية بعد ذلك أو تبعاً لذلك ، ومنها مذهب ثاني يركز على أسلوب واحد باعتباره الإتجاه التحرري الرئيسي لإخراج الصفحة الأولى ومنها مذهب ثالث ، يمضي في التحرر إلى حد الثورة على كل القيم والقيود وهي على هذا الترتيب ، مذهب التجديد الوظيفي ومذهب الإخراج الأفقي ومذهب الإخراج المختلط.⁽³⁰⁾

أولاً : مذهب التجديد الوظيفي :

ويعتمد هذا المذهب على الوظيفة التي ينبغي أن يوجه لها الإهتمام الأول ، أما العوامل الأخرى كالشكل البناء فيجب أن تعمل لخدمة الهدف الرئيسي وغاية هذا المذهب في الإخراج أن تقدم الصفحة للقارئ أهم الأخبار بطريقة طبيعية دون قيود ، بحيث تجذب انتباهه وتيسر له استيعاب محتوياتها ، وعلى هذا الأساس لا تصمم الصفحة على شكل خاص أو فكرة بنائية معينة ينقيد بها المخرج ، وإنما تعرض كل مادة من مواد الصفحة حسب أهميتها ، ويوفر لها الحيز والمكان والعناصر التيبوغرافية التي تحقق ذلك .

²⁷طلعت همام ، مرجع سبق ذكره ص 127.



مذهب التجديد الوظيفي

ثانيا : مذهب الإخراج الأفقي :

يعتبر هذا المذهب تطبيقا لنظرية المسار الأفقي تطبيقا دقيقا ، إذ يقوم على أساس أن مسرى العين الطبيعي على الصفحة أثناء قراءتها أفقي أولا ، ورأسي ثانيا ، وعلى ذلك تبنى الصفحة من وحدات عرضية توفر العين في المكان الأول مسارها الأفقي ، وتتباين وشكل الصفحة الطولي ، ويتحقق ذلك يجعل معظم عناوين الصفحة من النوع الممتد ، وتوزيع المتن أو معظمه على الأعمدة التي يمتد فوقها العنوان بحيث يكون الموضوع كله مستطيلا أفقيا ، وكذلك استخدام الصور والقطاعات الأفقية وجمع سطور الموضوعات على أكثر من عمود وتجاور العناصر المتصلة بموضوع واحد .

ثالثا : مذهب الإخراج المختلط :

ويستهدف هذا المذهب نشر أكبر عدد ممكن من الموضوعات على الصفحة الأولى مع لفت نظر القارئ إليها جميعا ، ولتحقيق أهداف المذهب يلجأ المخرج إلى الوسائل التالية :

- ✓ الإكثار من العناصر النيبوغرافية الثقيلة المنوعة وتوزيعها في مختلف أجزاء الصفحة .
- ✓ إستخدام العناوين العريضة والصور التي تجذب انتباه القارئ بكبر حجمها .
- ✓ استخدام عناوين مختلفة الاتساع، حسب ما يقتضيه موضوع كل منهما .
- ✓ تفاوت أحجام الحروف في العناوين تفاوتًا كبيرًا ، مع تفضيل الأوجه الثقيلة من كل حجم .

✓ استخدام الألوان ، وبخاصة اللون الأحمر في طبع العناوين وبعض العناصر الأخرى ، وينتج عن ذلك صفحة تختلط فيها العناصر التيبوغرافية الصارخة من كل لون وبكل حجم ، وتجمع بين الموضوعات الطويلة والقصيرة في غير نظام أو ترتيب .

المبحث الرابع : ثقافة المخرج الصحفي :

المخرج الصحفي هو المهندس الذي يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، وهو حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى ، وهو يتوخى في عمله وحدة الأسلوب وتنوع الشكل في كل عدد من أعداد الصحيفة بما يتفق مع سياسة الصحيفة والمواد المعدة للنشر والأبناء المطلوب نشرها (31) ، في وقت أصبحت عملية إخراج الصحيفة من العمليات الشاقة والمعقدة، وأصبح لابد لمخرج الصحيفة حتى يستطيع تحقيق تلك الأغراض أن يجمع بين الثقافتين الصحفية والفنية ، وأن يكون خبيراً بنفسية القارئ ، وأن يكون طويل المران على العمل الصحفي ، عليماً بمختلف المراحل التي يمر بها إنتاج الصحيفة ، وأن يحسن تقويم الأخبار والموضوعات ، ويجيد استخدام الوحدات التيبوغرافية من حروف وعناوين ورسوم وخطوط ، وتوزيع هذه الوحدات في تناسب فوق فراغ الصفحة.(32)

والمخرج الصحفي أقرب ما يكون إلى المصمم الفني ، وهو يجمع بين الفن والصحافة ، ويجب أن تتوفر لديه القدرة على الإبداع في وقت قصير يتناسب مع ظروف عمل الصحافة اليومية .

³¹ لؤي خليل: الإعلام الصحفي ، مرجع سبق ذكره، ص 172 .
³² طلعت همام ، مرجع سبق ذكره، ص 29 .

والمخرج الذي يعمل على أساس سليم يستعين على أداء مهمته بأداتين :

1/ قائمة بأهم موضوعات العدد يقيد فيها إسم الموضوع وعنوانه ، واسم المراجع

Re _ Writer الذي قدمه ، والوقت الذي قدم فيه.

2/ نماذج خالية مصغرة أو بالحجم الحقيقي للصفحات وهذه النماذج مقسمة إلى عدد من الأعمدة يماثل عدد أعمدة الصفحة الحقيقية ، كما أنها مقسمة رأسياً من جانبيها إلى وحدات طولية يمثل البوصات أو السنتيمترات التي ينقسم إليها طول الصفحة ، وهذه الصفحة مرتبة تنازلياً في أحد الجانبين تصاعدياً في الجانب الآخر، حتى يسهل على المخرج تحديد حيز المواد من أعلى الصفحة أو أسفلها على السواء. (33)

وبعد أن ينتهي المخرج من رسم مشروعات الصفحات على نماذجها يرسلها إلى غرفة التوضيب موضحاً على كل نموذج رقم الصفحة ، وتاريخ اليوم. (34)

وإذا كان المخرجون يقولون إن مهمتنا أن نجعل القارئ يقرأ الفقرات الثلاث الأولى من الرواية الإخبارية المنشورة ، وبعد ذلك تبدأ مسؤولية الكاتب في جعل القارئ يواصل قراءته للموضوع ، أي تنتهي مرحلة الجذب الخارجي لتبدأ فاعلية المادة المكتوبة (المطبوعة) ، فإن على المخرج أن يتساءل أمام كل عدد جديد من صحيفته ، كيف نبرز هذا الموضوع ؟ وكيف نجعله يحظى بهذه المكانة لدى القارئ؟ وماهي دلالات استخدام الصور والعناوين ؟؟ هذه الأسئلة تقع في صميم عمل المخرج الفني ، وهي ضرورية أيضاً للمحرر الصحفي الذي يجب أن يعرف

³³ طلعت همام ، مرجع سبق ذكره ص 25.

³⁴ المرجع نفسه، ص 26.

أين يذهب مقاله أو موضوعه عندما يكون أصلا خطيا مكتوبا بيده أو بآلة الكاتبة و ماهي المراحل التي يراه منشورا في صحيفته. (35)

وهكذا يتضح لنا أن المخرج الصحفي لابد أن يملك حاسة قوية لتقويم الأخبار وتقديرها ، وتحديد مكانها وذلك وفقا للسياسة الإخراجية وتحت إشراف رئيس التحرير المسؤول ، كما يمتاز بخبرة واسعة بعملية الإنتاج الصحفي فضلا عن ذوق فني أصيل تعززه دراسة الفنون عامة وفن الإخراج الصحفي خاصة ، وتحقيق أعلى مستوى في يسر القراءة .

المبحث الخامس : الإخراج الصحفي بين الوظيفة والجمال :

" يرى البعض أن العناية بالناحية الوظيفية قبل غيرها قد تؤدي إلى إخراج صفحة تخلو من الجمال والأناقة ..."

أ - الأهمية الوظيفية للإخراج الصحفي :

ترتبط أهمية الإخراج الصحفي وظيفيا بجوانب عدة ذات ارتباط وثيق بوظيفة الصحافة ، ويدور الإخراج في التعبير عن جانب الشكل الذي تقدم به المضامين الصحفية ، فالمضامين الصحفية المقدمة ليست العامل الوحيد لجذب القراء نحو صحف معينة بقدر ما أصبحت طريقة تقديم هذه المضامين بما تشمل عليه من

³⁵ الحاج عيسى سعيدات : " الإقترائية الإعلامية للجراند اليومية الجزائرية " _ دراسة تحليلية أسلوبية للأخبار الداخلية خلال فترة سبتمبر 2006 / سبتمبر 2007 ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2007- 2008 ، ص 144 .

حسن الطباعة وجودة الإخراج الصحفي القائم على حسن اختيار العناصر الطبيعية وجمال توزيع الوحدات التي تتكون منها الصفحات تمثل عاملا مهما يسهم في جذب القراء وزيادة ارتباطهم بالصحف وتبعاً لهذا الإتجاه فقد أثبتت العديد من الدراسات الحديثة أن الصحف العصرية المخرجة إخراجاً جيداً تعد أقوى من غيرها في إيصال المعلومات من خلال قدرتها على جذب انتباه القراء نظراً لما تتمتع به من إمتاع مقارنة بالصحف التقليدية غير الجذابة وغير المشوقة أيضاً ، وهو ما يشير إلى الإرتباط الكبير بين درجات تفضيل القراء وبين التصاميم الجيدة للصحف ، حتى يُعد التصميم الجيد من المتغيرات الرئيسية المؤثرة في درجات تفضيل القراء لهذه الصحف . من هنا فالإخراج الصحفي الجيد يُسهم في ازدياد إقبال القراء على الصحف بصفته جزءاً من العمل في مجال إنتاجها ، وذلك في استجابة تامة للدور الرئيسي للصحافة باعتبار مسؤولياتها الإعلامية الهادفة إلى تقديم خدمة صحفية تستجيب للحاجات الإتصالية لجمهور القراء .⁽³⁶⁾

– ولقد شهدت الساحة الإعلامية في السنوات القليلة الماضية تنافساً كبيراً بين الصحف المطبوعة وبالذات في عقد الستينيات والسبعينيات من جراء تزايد أعداد الصحف المنشأة منها حديثاً من جهة ومن جراء التطورات الهائلة التي شهدتها وسائل الإتصال الإلكترونية والتي تتوافر على مغريات إتصالية عديدة ، من جهة أخرى ، الأمر الذي انعكس على صناعة الصحافة المطبوعة في شكل تهديدات لاقتصادها تبعاً لهبوط مداخل الصحف ، وهي المقوم الأساسي لمدى نجاح الصحافة تبعاً لدورها في إدراج العائدات المالية اللازمة لمواجهة المتطلبات المتعاظمة لهذه الصناعة ، نظراً لقلّة عائدات التوزيع من ناحية ، إضافة إلى تأثير

³⁶ فهد بن عبد العزيز ، الإخراج الصحفي : أهميته واتجاهاته الحديثة ، مرجع سبق ذكره ، ص 89.

انخفاض أرقام التوزيع على عائدات الإعلانات من ناحية أخرى_ نسبة لارتفاع متطلبات التشغيل من الآلات الطابعة ، الورق ، والأحبار ، الأجور...

وتبعاً لهذه التحديات المشار إليها ترتبط الأهمية الوظيفية للإخراج الصحفي في ظل تنافس الصحف فيما بينها ، ويضاف إلى ذلك ضرورة عمل الإخراج الصحفي على نحو وظيفي يقوي قدرة الوسائل المطبوعة على التعايش مع إمكانات التلقي السهلة التي تقدم بها الرسائل الإعلامية من خلال الوسائل الإلكترونية . وتتجسد الأهمية الوظيفية للإخراج الصحفي من خلال دوره في إطار الوظيفة الكلية للصحافة القائمة على ضرورة تقديم مضامين إعلامية متميزة تشبع حاجات القراء الإتصالية ، وذلك بطريقة فنية ومشوقة وجذابة يتم فيها توظيف جوانب الإخراج الصحفي المختلفة وينتهي ذلك للإخراج من خلال مايلي :

أ/ الأهمية الوظيفية الواجب الإعتناء بها لوضع الأشكال الأساس للصحف ، حتى تبدو قادرة على عكس الشخصيات المتميزة لهذه الصحف بشكل دقيق ، ويتحقق ذلك للصحف من خلال حرصها على عكس القيم الجمالية السائدة في المجتمع والمتوافقة مع الخصائص المميزة لهذا المجتمع . ويتمثل ذلك بشكل مباشر في تحديد أنواع الخطوط الملائمة للاستخدام في إنتاج اللافتة وفي إعداد العناوين الثابتة الخاصة بالوحدات الطباعية الثابتة ، إضافة إلى استخدام أكثر أنواع الورق في ظل الظروف الإقتصادية للمجتمع _ إضافة إلى أهمية العناية بوضع سياسات محددة تجاه استخدام العناصر الطباعية المختلفة ، بما يتناسب مع خصائص المجتمع وتصوراتة للقيم الإعلامية ، ويرتبط ذلك بشكل مباشر أيضاً باستخدامات الصور الظلية والخطية إضافة إلى استخدامات الألوان بنوعها المنفصلة والمركبة .

ب / الإهتمام بالأدوار المختلفة للعناصر الطباعية المتعددة ، انطلاقاً من قدرة كل عنصر على أداء دور وظيفي ، يرتبط بالدور الكلي للإخراج الصحفي في إطار صناعة الصحافة _ ذلك أن لكل عنصر طباعي خصائص معينة ترتبط بوظائفه المهنية بجانبها الإعلامي والطباعي ، ويسهم في تقوية قدرته على أداء أدوار رئيسية في عمليات الإخراج .

ويتطلب العمل الوظيفي في مجال استخدام العناصر الطباعية النظر إلى أهمية فاعلية كل عنصر مستخدم في بناء الوحدة بما يحتم عدم استخدام أي عنصر لا يضيف استخدامه أي شيء للمعاني المحددة التي تجسدها المضامين المنشورة ، ويتأتى هذا من خلال استخدام الأنواع من حروف المتن ، والعرض بأشكالها وأحجامها الأكثر مناسبة للأغراض التي تستخدم لها . إضافة إلى أهمية العناية باستخدامات العناصر الأخرى كالصور الظلية والخطية الملونة وغير الملونة ، مع مراعاة النظريات الخاصة بعادات القراءة ومستوياتهم الثقافية والإدراكية والصحية والمتعلقة بإمكاناتهم البصرية ذلك أن ثمة إختلافات تظهر في هذا الجانب بين القراء تبعاً لصغر أو كبر سنهم . (37)

ج/ ولا يقتصر التوظيف الصحيح للتصاميم الأساس للصفحات على أداء وظيفة تقوم الوحدات تبعاً لأهميتها فقط وإنما يتعين أن تسعى هذه التصاميم إلى إحداث أسباب ظاهرية تستهدف جذب انتباه القراء للصحف مع استثمار ذلك في الإحتفاظ باهتمامهم بكل محتويات الصفحات من خلال السعي إلى تسهيل عمليات تنقلهم بين أجزاء الصفحات وذلك لأن القراء لا يقبلون على القراءة دون أسباب محددة شكلاً أو محتوى ، كما أنه من المستحيل إجبارهم على مواصلة القراءة دون تحقق الأسباب

³⁷ فهد بن عبد العزيز، مرجع سبق ذكره ص 92.

الحافزة على ذلك ، ولعل من أهم العوامل المشار إليها ، عمل التصاميم الأساسي على أن تبدو الصفحات جذابة وقادرة على تحقق المقروئية للصحف غير التوزيع المهني الصحيح للوحدات المنشورة ، والقائم على مراعاة الأسس العلمية السائدة في هذا المجال وغير مراعاة إتجاهات الوحدات المنشورة بما يقود حركة أعين القراء في تتقلهم عبر الصفحات بسهولة ويسر. (38)

من خلال ما سبق يمكن القول : أنه لا شك أن مذهب التجديد الوظيفي في إخراج الصفحة الأولى يركز على أسس سليمة ، لكن ينبغي أن يكون المخرج بالغ الحذر حتى تحقق الصفحة الغاية الوظيفية ، وفي نفس الوقت لا يكون مظهرها جاف أو مجردا من الرونق. فالصفحة الأولى بناء فني يتكون من مواد صحفية ، وإخراجها يجب أن يستهدف عدة اعتبارات ، وإذا كان أداء الصفحة لوظيفتها يأتي في مقدمة هذه الاعتبارات فإن حسن مظهرها وما توحيه من شعور جمالي ينبغي أن يوضع هو الآخر موضع الاعتبار وأن للمواقعية والإنطلاق الطبيعي جمالها إذا هذبا وأحسن استخدامهما ، وإلا انحرفا من غايتهما. (39)

وأي إنتاج يقوم على أساس فكرة الوظيفة أو الإنتفاعية في العصر الحديث لا يغفل الناحية الجمالية ، فالسيارات والطائرات الإنسيابية تصمم بحيث تضعف إلى أقصى حد من مقاومة الهواء لها وتحقق أكبر قدر مستطاع من السرعة والراحة ، ولكن مصممها مع ذلك لا ينسون المظهر والأناقة ، إلا أن إمكانيات التنوع الكثيرة في هذا المذهب مع مراعاة القواعد العامة في التيبوغرافيا والإخراج ، تتيح إخراج صفحة تحقق الإنتفاع والاستمتاع جميعا .

³⁸ المرجع نفسه ص 93.
³⁹ طلعت همام ، مرجع سبق ذكره ص 135.

المبحث السادس : إخراج الصفحة الأولى والتكنولوجيا الصحفية الجديدة

شهد إخراج الصفحة الأولى في الصحافة المعاصرة العديد من التطورات تبعاً لتأثير عوامل تطور الإخراج الصحفي، فقط أتاحت التطورات الهائلة في تكنولوجيا الإتصال للمخرجين الصحفيين أحدث التقنيات في مجال النشر الإلكتروني والطباعة ، ففي ظل النمط التقليدي لإنتاج الصحيفة اليومية ، كان تنفيذ العمليات الإخراجية المختلفة يتم عادة بوسائل تقليدية تستغرق جهداً ووقتاً ، فقد كانت العديد من المعالجات الإخراجية يتم تحديدها من قبل سكرتير التحرير الذي يقوم بتنفيذها في غرفة التصوير الميكانيكي أو في مرحلة المونتاج والتوضيب.⁽⁴⁰⁾ وقد تبلورت التطورات في شكل ظهور اتجاهات حديثة في مجال إعداد الأشكال والتصاميم الأساس للصفحات وفقاً لما يلي:

1- استحداث صفحة أولى بديلة:

يتم في هذا الاتجاه العمل على أن تكون للصحيفة صفحتان أوليتان رئيسة وبديلة، ولهذا الاتجاه أربع حالات هي:

أ- تخصيص الصفحة الأولى لوحدة طباعية هامة جداً ومميزة:

تتناول هذه الوحدة موضوعاً له أهمية خاصة، مثل تقرير إخباري حول قرارات مهمة تهم قطاعات كبيرة من الجمهور، أو خطاب ملكي أو رئاسي مهم جداً، أو حدث خطير أو مصيري، حيث تفرد الصفحة الأولى لموضوع معين له أهمية نسبية، بحيث يتكون الشكل الأساس للصفحة إلى جانب الوحدات الثابتة فيها من وحدة طباعية واحدة غير ثابتة، تتناول هذا الموضوع على أن تتكون هذه الوحدة من

⁴⁰ محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، د. د. ن ، 1990، ص 95.

عناصر طباعية مختلفة مع إمكانية الاكتفاء بهذه الصفحة لعرض كامل محتويات هذه الوحدة، أو استحداث صفحة داخلية لنشر متن الوحدة كاملاً، حيث تلجأ بعض الصحف لشغل الصفحة الأولى ببعض العناوين والصور الخاصة بهذه الوحدة التي أفردت لها الصفحة.

ب- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار العالمية الهامة:

يتم في هذه الحالة تخصيص الصفحة الأولى الرئيسة للأخبار العالمية الهامة إضافة إلى أهم الأخبار المحلية، على أن تفرد الصفحة الأولى البديلة، وتستخدم بعض الصحف لهذه الصفحة لنشر الوحدات المتعلقة بالأحداث الدولية والمحلية الأقل أهمية على السواء.

وتكون الصفحة البديلة كالأولى من حيث العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة سواءً بشكل كامل أو مصغر، وهذه الحالة دائمة.

ج- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار الجادة المهمة:

في هذه الحالة تخصص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية مع نشر بعض الموضوعات غير الجادة في حالات قليلة تبعاً لأهميتها، على أن تنشر الأخبار الطريفة والخفيفة وأخبار الاكتشافات ومقالات الرأي في الصفحة الأولى البديلة والتي غالباً ما تكون الأخيرة.

وفي هذه الحالة أيضاً يتم تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة.

د- تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة (أسلوب الملصق):

يكثُر هذا الاتجاه في الصحف الأسبوعية والصحف النصفية والملاحق والأعداد الأسبوعية من الصحف اليومية كما في صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية المصرية.

ولا يستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الصحف اليومية لصعوبته وعدم تناسبه مع العمل اليومي في الصحافة اليومية، حيث تصمم الصفحة الأولى الرئيسية بشكل مشابه لأغلفة المجلات من خلال تركيز أهم الموضوعات السياسية والاقتصادية والرياضية والمحلية في وحدات إخبارية قصيرة ونشر التفاصيل داخل العدد، أو نشر وحدات إشارة لأهم الموضوعات داخل العدد، مع إثارة موضوع معين بأهمية خاصة من خلال الصور الكبيرة والعناوين والألوان والتأثيرات والمعالجات الطباعية الخاصة.

يرى الدكتور علم الدين: " أن ثورة هائلة في أسلوب إنتاج الجريدة أو في

تكنولوجيا الصحافة تمثلت في التطبيق العملي للمستحدثات التالية: ⁴¹

- نظام الجمع التصويري للحروف الذي يستعين بنهايات العرض الضوئي والنهايات الطرفية (VDT) Vidéo Display Terminans في الإرسال المباشر للنص إلى آلة الجمع المرتبطة بالحاسبات الإلكترونية .
- نظام الجمع التصويري الذي يستعين بجهاز التعرف البصري على الحروف **Optical Character Recognition (OCR)** ، الذي يستطيع مسح حروف صفحة مكتوبة على آلة كاتبة وجمعها آلياً في حروف مع إمكانية عرضها على الشاشة وتصحيحها .
- إستقبال نصوص لأخبار وموضوعات من محررين خارج مقر الجريدة على شاشات نهايات العرض الضوئي (النهايات الطرفية) من خلال نهايات عرض ضوئي محمولة مع المحررين في مواقع الأحداث .

⁴¹ محمود علم الدين ، الإخراج الصحفي ،مرجع سبق ذكره ص 97.

- الجمع التصويري للحروف ، والمراجعة والتصحيح ، والإستكمال من قسم المعلومات داخل الجريدة بواسطة نهايات العرض الضوئي على شاشة النهاية أو بنك معلومات خارجي .
 - التنفيذ الكامل لعملية إخراج الجريدة (تصميمًا وتوضيبيًا) على شاشات نهايات العرض الضوئي .
 - تطوير طرق طباعة الأوفست الليثوجرافية واستخدام الألوان.
 - إدخال الحاسبات الإلكترونية لأتمتة عديد من الوظائف الصحفية كالجمع والتوضيب والطباعة وتخزين واسترجاع المادة الصحفية .
 - طباعة الجريدة في أكثر من مكان داخل البلد الواحد وخارجه في أكثر من بلد عبر القارات ، عن طريق توظيف أجهزة الفاكسميل مع التليفون ، وشبكات الميكروويف ، والأقمار الصناعية .
- نتيجة إستخدام التكنولوجيا الحديثة ففي إنتاج النصوص وتصميم الصفحات ، طرقت الصحافة العربية بابًا آخر من أبواب تكنولوجيا المعلومات حققت فيه تقدماً لا بأس به على مستوى النشر الإلكتروني ، وأصبحت الصحف متوافرة على إنترنت بأشكال متعددة ، وتمكنت من تخزين النصوص والصور على وسائط تخزين إلكترونية بما فيه الأقراص المدمجة (CD ROM) مع قابلية البحث و الإسترجاع الآلي الفوري لها⁽⁴²⁾ حيث بدأ عهد جديد في مجال جمع الحروف والإنتاج الطباعي ومعالجة الصور والرسوم وإنتاج العناصر الجرافيكية⁽⁴³⁾

⁴² لؤي خليل ، الإعلام الصحفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 183 .

⁴³ شريف درويش ، تكنولوجيا النشر الصحفي ، الإتجاهات الحديثة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2001، ص

الفصل الثالث

العناصر التيبوغرافية وعلاقتها بإنقرائية الصحف

المبحث الأول : مساحة الصحف وأعمدتها

المبحث الثاني : الصورة كعنصر في إخراج الصحيفة

المبحث الثالث : الجداول والفواصل والإطارات

المبحث الرابع : الإستخدام الناجح للعناوين

المبحث الخامس : اللون طريقة إبداعية في الصحافة اليومية

المبحث السادس : الإعلانات

لقد سبق وأن تمت الإشارة إلى تعريف التيبوغرافيا عند التعرض إلى مفهوم الإخراج الصحفي على أنها تشير إلى طبيعة العناصر الأساسية التي تشترك في بناء الصفحة أو صفحات الجريدة، أي أنها البنية الأساسية للصحيفة أو الشكل المادي للصفحة. (1)

وهي أيضا: فن اختيار العناصر الطباعية المناسبة وتنسيقها للوصول بها إلى تقديم الشخصية العامة أو المظهر العام للمادة المطبوعة ككل ، وتتمثل أيضا بمجموعة المبادئ المستخدمة لطباعة كافة العناصر المحببة فوق الصفحة. والوحدات التيبوغرافية هي كل ما يظهر في الصحيفة من حروف ، صور ، ورسوم وجداول ... (2)

ومن يعمل بهذه الوحدات يطلق عليهم إسم " تيبوغرافيين " ، ومن يوزع هذه الوحدات فوق الصفحات يطلق عليه اسم المخرج الصحفي. أما الإخراج فهو تطبيق كل المبادئ المستخدمة للعناصر التيبوغرافية بكل ما يصاحبها من مشكلات دقيقة من نشر الأخبار والمواد الإعلامية .

وتتعلق مهمة التيبوغرافيا وحدها بالشكل المادي للصفحة من حيث مساحتها أو أعمدتها ونوع الوحدات التيبوغرافية المستخدمة وترتيبها ووضوحها وحفظ التناسق فيما بينها من ناحية ، وبينها وبين الفراغ الأبيض للصفحة من ناحية أخرى. أما مهمة

1 أشرف فهمي خوخة، المنخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سابق، ص42.

2عيسى محمود الحسن، إخراج الصحف والمجلات، مرجع سبق ذكره، ص39.

الإخراج فيرمي إلى أن يحقق التوزيع التيبوغرافي على الصفحة أهدافا معينة باستخدام أساليب معينة. (3)

القاعدة النظرية في الإخراج

يقوم الإخراج نظرياً على أساس العلاقة الجدلية بين الشكل والمضمون، ونتيح مثل هذه العلاقة إبراز ما هو عام وخاص بين الشكل والمضمون ، على أن يكون للمضمون المحل الرئيس والمحدد ، فكل تبدل في المضمون يفرض تبديلاً في الشكل ، إلا أن الشكل لا يتبع المضمون آلياً، لأن للشكل دوره الخاص الذي تقيد به قواعد داخلية تحدد أثره في المضمون كما تحدد تنوعه. (4)

ويرتبط بالتبوغرافيا ما يعرف بالعناصر التيبوغرافية العامة ، وهي : (5)

1. مساحة الصفحة وعدد أعمدتها.
2. حروف الطباعة.
3. الصورة والرسوم.
4. وسائل الفصل بين المواد (الجداول والفواصل والإطارات).

المبحث الأول : مساحة الصفحة وأعمدتها:

تختلف مساحة الصفحة من حيث الطول و العرض بين الصحف العادية " Standard " ذات الحجم الكبير والصحف النصفية "Tabloïd" ، بحيث يتراوح طول الصحيفة العادية بين 35 إلى 56 سنتمرا ، وعرضها بين 41 إلى 43 سنتمرا

³ عيسى محمود الحسن، المرجع نفسه، ص40.

⁴ لوي خليل، الإعلام الصحفي ، مرجع سابق ص 175.

⁵ عيسى محمود الحسن، مرجع سابق ص 50.

و تقسم الصحف العادية صفحاتها في الغالب إلى ثمانية أعمدة والصحف النصفية إلى خمسة أعمدة، أما اتساع العمود فيبقى موحدًا بحوالي أربع سنتمترات (4سم) بالنسبة للنوعين ، وبين كل عمود وآخر هامش عرضه (نصف سنتمتر) فنجد أن المجموع (35.5سم) وهو عرض الصحيفة اليومية العادية ماعدا المساحة البيضاء على جوانب الصفحة. (6) وتساعد عملية توحيد الأبعاد هذه في تسهيل عملية نشر الإشهار الذي يكون معدا مسبقا على صفحات الجريدة (7). أما طول الصفحة أو ارتفاعها فهو في أغلب هذه الصحف (35سم) ، وهناك بعض الصحف تخفف من عرض العمود كأن تجعله (3.8سم بدلا من 4سم) ، أو تخفف من عرض الهامش بين الأعمدة (0.4سم بدلا من 0.5سم) ، بينما يبلغ طول الصحيفة النصفية (التابلويد) حوالي (41 إلى 43) سنتمترًا ، ماعدا تلك الصحف التي ارتأت لنفسها حجما يقع بين الصحف العادية والنصفية كصحيفة (لوموند) الفرنسية ويصل عدد أعمدة الصحف النصفية إلى خمسة أعمدة على الأغلب. (8)

في هذا المجال نجد الأستاذ عبد العالي رزقي يقول بأن صحافة التابلويد وليدة الصحافة الصفراء (9) ، ويضيف قائلا بأنها "صحافة التسلية السريعة التي تسهل قراءتها في الطائرة أو مترو الأنفاق، أو الكازنيو، أو الحديقة، أو في جلسة على مقعد في محطة اوتوبيس أو قطار أو حتى على رصيف في الشارع ومضمونها

⁶ عيسى محمود الحسن، مرجع سبق ذكره ص51.

⁷ أشرف فهمي خوخة ،مرجع سبق ذكره ص43.

⁸ إياد المسقر ، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، مرجع سبق ذكره ص62.

⁹ عبد العالي رزقي، التقارير الإعلامية، دار هومة: الجزائر ط1 ، 2008، ص 17.

لا يحتاج إلى تفكير أو تأمل أو تحليل أو حتى تركيز، وليس أسهل من إلقائها في أول سلة للمهمات بمجرد الانتهاء من قراءتها كلها أو بعضها.

ثانيا : حروف الطباعة

يقولون أن للحروف أسرار ... ويبدو أن هذا صحيح ، فهناك حروف غنية باشتراكها في ملايين الأسماء ، وهناك حروف قوية باشتراكها في أعظم المعاني..⁽¹⁰⁾

تتقسم حروف الطباعة إلى قسمين:⁽¹¹⁾

1. حروف العرض: "Display Type" وتستخدم في جمع العناوين.
2. حروف المتن: "Body Type" وتجمع بها صلب المادة الصحفية.

1- حروف العرض: 'Display Type'.

تعتبر الحروف أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر فوق الصفحة المطبوعة ، هذه الحروف تشكل مادة العناوين والمتون المنشورة من أخبار ومقالات وغيرها ،

وهذه الحروف تأخذ أهميتها من كونها تعتبر الأساس الذي تبنى عليه وتتشكل منه المادة المعدة للنشر والقراءة ، ويتوقف على حسن طباعتها ووضوحها مدى إقبال القراء على قراءتها ، لذلك يحسن باستمرار مراقبتها والإعتناء بها ومراعاة ملائمة أحجام أنباطها لطبيعة المواد المجموعة بها ، نظرا لأهمية ذلك بالنسبة للقراء الذين يتكونون من فئات مختلفة ، ولديهم بالتالي اهتمامات متباينة وأذواق متعددة.⁽¹²⁾

¹⁰ حافظ محمود ، أسرار صحفية ، مؤسسة دار الشعب للنشر والتوزيع : القاهرة ، ط1 ، 1980 ، ص27.

¹¹ أنثرف فهمي خوخة، المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سابق، ص 44 .

¹² عيسى محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص51.

2- حروف المتن: "Body Type"

تعد حروف المتن الأداة الرئيسية في عملية الإتصال من بين العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأخرى التي تشترك في البناء التيبوغرافي للصحيفة ، فالشخص الذي يكتفي بقراءة العناوين ومشاهدة الصور فقط، لا يلم بموضوع الإتصال إماما كاملا ، إذ تتعدد القيود التي تحد من طول العنوان أو عدد الكلمات التي يتضمناها أو عدد سطوره ، مما لا يجعله كافيا لنقل المعنى كاملا ، كما أن الرسالة التي تحملها الصورة الصحفية _ أيا كان نوعها _ قد تفهم من قبل القارئ بشكل خاطئ ، إذا لم يكن هناك تعليق يوضحها.(13)

وحروف المتن هي التي يتكون منها في الأساس جسم الخبر أو الموضوع الصحفي ، لذلك اصطلح على تسميتها في بحوث الإخراج الإنجليزية والأمريكية ب: "Body Type" ، وتستخدم في العادة بكميات كبيرة ، وذات اتساعات ثابتة ، وتوضع في قوالب تقليدية دون تنويعات تذكر ، وهي تختلف بذلك عن حروف العناوين بكل أنواعها التحريرية والإعلانية. ولما كانت حروف المتن هي الأداة الرئيسية في عملية الإتصال ، ويوكل إليها النصيب الأكبر في عملية الإعلام أو الإخبار ، فينبغي على المخرج أن يراعي في معالجتها تحقيق الحد الأقصى من يسر القراءة _ Readability _ والذي يشير إلى إمكانية قراءة كميات كبيرة من الحروف ، تستغرق فترة طويلة من الوقت دون مشقة أو صعوبة تذكر ، كما أنه يشير إلى توفير

¹³ سعيد الغريب النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي ،الدار المصرية اللبنانية :القاهرة ،ط1، 2001، ص17.

الراحة البصرية في أثناء عملية القراءة ، والتي تتعاضد الحاجة إليها لقراءة كميات كبيرة من الحروف ، كما هو الحال في حروف المتن.(14)

كما توجد عدة متغيرات تتحكم بدرجة عالية في يسر قراءة حروف المتن: كالتنوع في شكل الحرف ، حجم الحرف ، كثافة الحرف ، إتساع الجمع ، البياض حول حروف المتن.

أ- شكل الحرف :

يشير شكل الحرف إلى الطريقة التي يظهر بها الحرف على الورق بعد إتمام الطبع ، ويعد شكل الحرف من أهم العوامل التيبوغرافية التي تؤثر في يسر قراءة حروف المتن ، ولعل المطلوب الأساسي في شكل حروف المتن ، هو أن تتسم بالبساطة في التصميم ، وهو ما يعني أن تبدو الحروف طبيعية غير متميزة في شكلها ، دون أن تتمتع بأية سمات من شأنها جذب انتباه القارئ إلى تكوين الحرف في ذاته ، وألا يلحظه القارئ سوى حرف متصل بغيره من الحروف مكونا الكلمات والعبارات ، ويأتي ذلك في إطار الهدف الأساسي من معالم حروف المتن ، وهو تمكين القارئ من مواصلة القراءة فترة طويلة من الوقت دون إرهاق لبصره.(15)

ب - حجم الحرف :

يقاس حجم الحرف بالبنت، ويبدأ القياس من أعلى جزء في الزوائد العلوية إلى أدنى جزء في الزوائد السفلية ، بالإضافة إلى جزء يسير من البياض يترك عند

¹⁴ سعيد الغريب النجار، مرجع نفسه ص18.

¹⁵ المرجع نفسه ص19.

تصميم الحرف في أعلى الزوائد العلوية ، وآخر مماثل في أسفل الزوائد السفلية ، يدخلان في حجم الحرف كي لا تصطدم السطور بعضها ببعض بعد إتمام الجمع ، ويلاحظ أنه ثمة معيار محدد للتمييز بين حجم حروف المتن والحروف المستخدمة في العناوين ،⁽¹⁶⁾ بمعنى أنه لا يمكن القول أن هناك أحجاما معينة لحروف المتن ، وأخرى لحروف العناوين ، والتي تتراوح في العادة ما بين (7 إلى 12 بنط) في حين تشير الأحجام الأكبر من ذلك إلى حروف العناوين ، وتشارك ثلاثة عوامل في تحديد حجم الحروف المستخدمة في جمع المتن⁽¹⁷⁾ :

العامل الأول : هو الرغبة في إراحة عين القارئ بزيادة حجم الحروف .

و العامل الثاني : هو رغبة الصحيفة في زيادة كمية المادة المنشورة على المساحة نفسها والتي تتحقق بتصغير حجم الحرف .

العامل الثالث : فهو ضرورة مراعاة اتساع الأعمدة .

ويرتبط بحجم حروف المتن كثافتها ، أي مدى ثخانة خطوط الحرف وحوافه ، فإذا كانت سميكة أطلق على الحرف مسمى (بنط أسود) وإذا كانت رفيعة أطلق عليها (بنط أبيض) ، وهما الدرجتان الوحيدتان المتاحتان في آلات جمع الحروف العربية ، ووجود كلا الكثافتين في جمع الحروف أمر ضروري تحتمه عدة عوامل تيبوغرافية وإخراجية .⁽¹⁸⁾

ج - كثافة الحرف :

¹⁶ المرجع نفسه ص 27 .

¹⁷ عيسى محمود الحسن مرجع سبق ذكره ص 54 .

¹⁸ لوي خليل ، الإعلام الصحفي ، مرجع سابق ص 178 .

هناك درجتان من الكثافة لحروف المتن العربية ، وهما الحروف السوداء والحروف البيضاء، ويرجع السبب في تلك التسمية إلى اختلاف الدرجة اللونية للحرف بعد إتمام عملية الطبع ، حيث تزداد كثافة الحبر في الحروف السوداء عنها في الحروف البيضاء، مما يجعلها تبدو على الورق أكثر سوادا من الحروف البيضاء المجموعة من الحجم نفسه. ويرجع ذلك إلى حقيقة مؤداها : أن ثخانة حواف الحرف التي تؤخذ عنها المطبوعة في الحروف السوداء أكثر سمكا منها في الحروف البيضاء. (19)

وعادة ما يكون للحروف البيضاء النصيب الأكبر على صفحات الصحف حيث تشترك معظمها في استخدام الحروف البيضاء في جمع الغالبية العظمى من مادتها التحريرية ، وهو من الإجراءات التيبوغرافية المحمودة ، بعد أن ثبت أن البنط الأسود لا يعين على يسر القراءة ، على الرغم من زيادة قدرته على جذب انتباه القارئ بشكل أسرع من البنط الأبيض ، إذ يبدو الحرف الأسود عادة أكبر حجما من الحرف الأبيض المجموع بالحجم نفسه، مما يترتب عليه زيادة الأثر البصري للحروف السوداء.

د - إتساع الجمع :

وهو يشير إلى طول السطر * ويعد من العوامل المؤثرة و المهمة لتحقيق يسر قراءة وإراحة بصر القارئ⁽²⁰⁾ ، والإتساع المعتاد لجمع سطور المتن يبلغ

¹⁹ سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 33.

²⁰ سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(9 كور) ، وهو الإتساع التقليدي للعمود في حالة تقسيم الصفحة إلى ثمانية أعمدة ، كما هو الحال في الصحف العادية " Standard ، والإتساع نفسه في حالة تقسيم الصفحة إلى خمسة أعمدة كما هو الحال في الصحف النصفية " Tabliod" ، هذا الإتساع المعتاد والبالغ (9 كور) هو الحد الأدنى لطول السطر الذي يحقق يسر القراءة ، مع الجمع بالحجم المعتاد البالغ (10كور) .



شكل رقم (1) يمثل اتساع حروف الجمع من جريدة الشروق

كما تلجأ الصحف إلى الخروج عن الإتساع الثابت للعمود في جمع بعض المواد التحريرية على صفحاتها ، يساعدها في ذلك الآن نظم التوضيب الإلكتروني على الشاشة وبرمجياتها المتقدمة في جمع النصوص ومعالجتها إلى جانب الطباعة ، التي يمكن للمخرج في إطارها التحرر من قيود الأعمدة ، والتعامل مع الصفحة كمساحة بيضاء ، يقسمها كيفما يشاء، وجمع بعض الموضوعات _ أو أجزاء منها _

على اتساعات مختلفة دون التمسك بوحدة العمود ،ويأتي ذلك في محاولة من الصحيفة لتأكيد أهمية تلك المواد ،وجعلها أكثر لفتا للنظر. (21)

و- البياض حول حروف المتن :

ويشمل البياض بين الكلمات ، وبين السطور ، وبين الفقرات ، وحول العناوين الفرعية، وأخيرا البياض الأعمدة ، وبصفة عامة يعد ترك قدر معقول ومناسب من البياض في كل هذه المواضع ، من العوامل المهمة التي تؤثر في يسر قراءة حروف المتن ، يضاف إلى ذلك أن ترك كميات كبيرة من البياض حول الحروف ، له أثر كبير في لفت نظر القارئ إلى المادة المنشورة ، * فالبياض الوفير يقدم مزيدا من الإضاءة لأنه يعكس الضوء عليه ، وفقا لدرجة بياض الورق ، وتساعد هذه الإضاءة المتزايدة في جعل العنصر الذي يحيط به البياض من كافة النواحي أكثر لفتا للنظر. (22)

المبحث الثاني : الصورة كعنصر في إخراج الصحيفة

مظلومة هي الصورة في الصحيفة دائما ، إنها في حقيقتها ما يثبت أن الأمي يستطيع أن يقرأها قبل المتقف، (23) ، فالصورة تعيد إنتاج العالم فتغدو حدثا محسوسا مما يقوي من دورها ويفرض وصايتها على المشاهد الذي تبتلعه بهيمنتها ولا تدع له فرصة للتأمل .هي بالطبع وافد يحمل في جعبته من الخبايا ما يحمل ، ولقد ذهب أحد المفكرين الغربيين "إدوار هريو " إلى القول : " الثقافة ما يبقى للإنسان

²¹المرجع نفسه ص39.

²²المرجع نفسه ص48.

²³ سبيل صبحي ،الجورنال _ من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة_ دار المعارف:القاهرة ،1990ص136.

عندما ينسى كل شيء ، فإن الصورة هي التي تبقى في الذاكرة فقد ينسى أحدنا كتابا قرأه قبل فترة ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهدا بصريا ، أو صورة خصوصا لو أنها كانت تمتلك جرعة عالية من الجاذبية والدهشة . (24)

وتشمل الصورة: الصورة الفوتوغرافية، والكاريكاتور والرسوم الإيضاحية (الخرائط والرسوم البيانية) ... إلخ وهي أحد العناصر التيبوغرافية الهامة. فهي عنصر ثقيل (25) يشترك مع حروف الطباعة (المتن والعناوين) والإطارات والفواصل في تشكيل بنيات صفحات الصحيفة (26).

فالصورة تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحفية متكاملة إلى القارئ الذي لم يعد يقنع بمجرد القراءة عن الأحداث ، وإنما يريد معاشتها ، (27) وبخاصة أنه يعيش اليوم عصر الاتصال بالصوت والصورة من خلال الوسائط المتعددة.

وتتخذ الصور المنشورة في كل صفحة من صفحات الجريدة اليومية ، صبغتها من واقع المادة التحريرية التي تتضمنها تلك الصفحة ، ونظرا لأهمية الصورة الصحفية ، فقد أجرى (وانتا وروك) W.Wanta Vraak (1993) (28) ، دراسة حول مدى تأثير الصور الصحفية على استجابات القراء للنصوص المصاحبة لها ، وأجريت الدراسة على 20 صحيفة أمريكية متنوعة وعينة من 204 طالب

²⁴صلاح عبد الحميد ، الإعلام وثقافة الصورة ، مؤسسة طبعة للنشر والتوزيع،القاهرة ،2013،ص156

²⁵إبراهيم عبد الله المسلمي، الطبعات الدولية للصحف العربية، دار العربي والتوزيع:القاهرة،ط1 1993، ص107.

²⁶ أشرف فهمي خوخة، المخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سابق، ص 61 .

²⁷سعيد الغريب النجار،مخل إلى الإخراج الصحفي،مرجع سبق ذكره،ص147.

²⁷ محمد عبد الحميد ، السيد بهنسي،تأثيرات الصورة الصحفية _النظرية والتطبيق_عالم الكتب للنشر والتوزيع :القاهرة

ط1، 2004،ص19.

المدارس الثانوية من أصول عرقية ، ومستويات إجتماعية واقتصادية مختلفة، وأوضحت النتائج أن الصور تمتلك تأثيرا كبيرا على المشاعر ،من خلال الصور المصاحبة للمقالات كما تشير الدراسة إلى أن الصور الصحفية التي لا تكمل القصص الإخبارية بمضمونها المثير الإهتمام تقلل من عملية استيعاب المعلومات ،وأن القصص الإخبارية الفرعية قد لا يستوعبها الفرد إلا إذا كان هناك شيء مصاحب أكثر تذكرًا مثل الصور الصحفية المهمة .

ويخضع اختيار الصورة الصحفية لجملة من المعايير تستهدف تحقيق أهداف محددة بحيث تحدد هذه المعايير الأهداف على النحو التالي: (29)

1- مساحة الصورة:

ويتحكم فيها متغيرا: وضوح تفاصيل الصورة ودورها في جذب انتباه القارئ من حيث إدراجها ضمن الصحيفة من عدمه، فحجم الصورة لا بد أن تكون مناسبة بحيث تكون واضحة المعالم من جهة، وأن يكون مقبولا يحقق جذب الانتباه والذي يتناسب طرذا وازدياد مساحة الصورة مما يعني أن هناك حدا أدنى لحجم الصورة وفقا لهذه المتغيرات.

(29) أشرف فهمي خوخة، المعدل إلى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سابق، ص ص: 65.

2- قطع أو قص الصورة:

ويتم من خلال قطع (تمييز) جزء من الصورة بهدف تركيز انتباه القارئ نحو ذلك الجزء ويسعى المخرج من خلال هذه العملية إلى جعل القارئ يدرك معنى وفحوى الصورة بشكل أوضح وأسرع من خلال توجيهه نحو المعنى الذي تريد الجريدة إيصاله إلى القارئ انطلاقاً من الصورة.



شكل رقم (2) يمثل قطع لصور من جريدة النهار الجديد

3- شكل الصورة:

ويقصد به الحواف الخارجية أو الإطار الخارجي الذي يعطي الصورة شكلا معيناً (outline)، والهدف من استخدام أشكال متباينة للصور هو جذب انتباه القارئ نحوه



شكل رقم (3) يمثل صورة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة مع الوزير الأول

وقد ساهم التقدم التكنولوجي في ترويج الصحافة المصورة وعزز من إمكانية تخطيطها حدود الزمان والمكان، فأصبحت سفيرا ناطقا بلسان مالكيها حتى باتت الصورة لغة خطاب تتميز بخصائص وصفات محددة رسمت لها أهمية مميزة. واليوم تحتل الصورة في المطبوعات مكانا أساسيا في عملية توضيح أفكار الكاتب ومعلوماته ، وتوصيلها إلى القارئ بعد أن كان استخدامها وقتا ما للزخرفة أو للتجميل فحسب ، وبالتالي فقد أصبحت الصور مواد أساسية من مواد الصحيفة الحديثة..

ضوابط استخدام الصورة في الصحافة :

رغم استخدام الصورة _ غالبا _ بصفتها عنصرا طباعيا في ظل توافر الشروط المهنية اللازمة لذلك كالحالية ، والعنصر الإنساني والشهرة والإهتمام الجماهيري ... إلا أنه من المتعين الإلتزام ببعض الضوابط الخاصة بالجانبين المتعلقين بمضمون الصورة وشكلها قبل اتخاذ قرار الصورة في بناء أي وحدة طباعية وذلك وفقا لما يلي: (30)

- ❖ ضرورة اتساق الصورة مع مضمون الوحدة التي يراد استخدامها في بنائها من حيث الطابع والتوقيت والاتجاه.
- ❖ ضرورة أن تضيف الصورة للمضمون التحريري للوحدة المنشورة لا أن تكون تكرارا لما يقدمه هذا المضمون .
- ❖ أن تكون الصورة صالحة للنشر من الناحية الفنية خاصة فيما يتعلق بظهور تفاصيلها ، ووضوح ألوانها ولمعان سطحها ، واحتواءها على قدر عال من التدرج الظلي ، إذ أن نقص هذه المتطلبات يقلل من قدرة الصورة على أداء دورها.
- ❖ أهمية العمل على مراعاة بعض الإعتبارات الخاصة باستخدام الصورة في إخراج الصفحات المصورة ، حيث أنه من المهم التنبيه إلى أن الإستهلاك الوظيفي لهذا العنصر يتأتى من خلال استخدام ثلاث أو أربع صور كبيرة دون الحاجة إلى أعداد كبيرة مع أهمية أن تهيمن صورة واحدة على أهم جزء في الصفحة .

³⁰ فهد بن عبد العزيز بدر المسكر، الإخراج الصحفي: أهميته واتجاهاته الحديثة مرجع سبق ذكره ص49.

❖ ضرورة أن تعمل الصورة على جذب أنظار القراء للإقبال على قراءة الوحدات التي تشترك في بنائها مع أهمية ألا تطغى الصورة بنقلها على بقية العناصر الأخرى ،حتى لا تتأثر باهتمام القراء ، لذاتها دون خدمة الوحدة التي ترتبط بها.

الرسوم الساخرة (الكاريكاتور): وهي الرسوم التي تحاول أن تقدم بعض الوقائع بطريقة ساخرة تتسم بالمبالغة ، وذلك لإثارة القراء تجاه أنماط سائدة من السلوك ،بغية حشد الرأي العام لاتخاذ قرار معين بالرفض أو القبول ، كما تستهدف هذه الرسوم _ في أحيان كثيرة _ التنفيس عن القراء بالسخرية من الأوضاع غير السوية السائدة في المجتمع، ورغم الإشارة في كثير من المراجع إلى انقسام الرسوم الساخرة إلى كاريكاتورية وكارتونية ، إلا أن الفرق بين النوعين في المعالجة الفنية ،باستثناء ما يستهدفانه ،فوفقا لبعض المصادر فإنّ الرسوم الكاريكاتورية تستهدف تسليية القراء من خلال تشويه الخصائص الملامحية للأشخاص المتضمنين فيها ،ومن خلال التعليقات المصاحبة لها ،بينما تستهدف الرسوم الكارتونية التأثير في القراء من خلال التعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف بالاعتماد على الرسوم المشتملة على الشخصيات الرمزية.(31)

ويعتمد نجاح الرسوم الساخرة من الناحية الطباعية ،على مدى العناية بالدرجات اللونية الخاصة بالمستويات الظلية للأرضيات والأشكال ،إضافة إلى مدى العناية بالإطارات الخاصة بها وذلك لقدرة الأطر على دعم المضامين المتجسدة في هذه الرسوم من خلال فصلها التام عن الوحدات الأخرى في الصفحة ،إضافة إلى مدى

³¹المرجع نفسه ص40.

توافر البياض اللازم لإضاءة هذه الرسوم ،مع أهمية العناية بالتعليقات المصاحبة من حيث طريقة إنتاجها وحجمها ، وموقعها من الرسوم.



شكل رقم (4) يمثل رسم كاريكاتوري في الصفحة الأولى من جريدة النهار

المبحث الثالث : وسائل الفصل بين المواد : (الجداول والفواصل والإطارات)

تعد وسائل الفصل بين المواد بمثابة الخطوط الطولية والعرضية ومشتقاتها ،التي تكوّن حدودا فاصلة بين الموضوعات المختلفة ،لكي لا تختلط بعضها ببعض الآخر في عين القارئ ،⁽³²⁾ وتبدو أهمية الجداول والفواصل وغيرها من وسائل الفصل بين المواد بالنظر إلى أن معظم صفحات الصحيفة الحديثة ، عادة ما تحوي الصفحة الواحدة منها أكثر من موضوع ، في الوقت الذي تشترك فيه العناصر التيبوغرافية نفسها _ تقريبا _ في بناء كل الموضوعات المنشورة على الصفحة ، وهو الأمر الذي يستوجب الإستعانة بالجداول والفواصل في سبيل تحقيق الفصل بين كل موضوع بعناصره التيبوغرافية المختلفة، وبقية الموضوعات المنشورة على ذات الصفحة من الصحيفة.

الجداول هي مجموع الخطوط التي تفصل بين مواد الصفحة فصلا كاملا وتتنوع بين الخطوط الطولية التي تفصل بين أعمدة الصفحة ويطلق عليها الجداول الطولية أو جداول الأعمدة "Columnrules" والخطوط أو الجداول العرضية " Cut off rules" والتي تمتد امتدادا كاملا عبر عمود أو عدد من الأعمدة.

أ- الجداول الطولية : وتقوم بالفصل بين أعمدة الصفحة المتجاورة رأسيا ، وثمة تطور شهده استخدام الجداول في الصحف ، حيث كانت تستخدم في بادئ

³² سعيد الغريب النجار ،مدخل إلى الإخراج الصحفي مرجع سبق ذكره،ص239.

الأمر للفصل بين كل أعمدة الصفحة ،حتى بين أعمدة التي يشغلها موضوع واحد ،وتتفنن الصحف في إبداع أشكال خاصة للجداول السمكية والزخرفية ،بحيث تتخذ أشكالا عديدة على صفحاتها ، كأن تتكون من خطوط متموجة أو من وحدات متجاورة تتخذ شكل مربعات حادة الحواف أو مقوسة الأركان،وينصح بعض التيبوغرافيين بضرورة تجنب استخدام تلك الأشكال الزخرفية للجداول ،نظرا لما ينجم عنها من وجود مساحات من البياض غير المنتظم على جانبيها ، الأمر الذي يؤدي إلى إرباك عين القارئ.(33)

ب - الجداول العرضية : وهي تلك الخطوط الأفقية التي تمتد امتدادا كاملا عبر عمود أو عدد من الأعمدة ،وإذا كانت الجداول الطولية تستخدم في الفصل الرأسي أو الطولي بين الموضوعات المتجاورة أفقيا ، فإن الجداول العرضية تستخدم في الصحف عموما من أجل تحقيق الفصل الأفقي أو العرضي بين الموضوعات المتجاورة رأسيا على الصفحة (34) ، يضاف إلى ذلك استخدامها في الفصل بين المواد التحريرية والإعلانية على الصفحة الواحدة ،فضلا عن استخدامها في الفصل بين كل إعلان وآخر داخل المساحة الإعلانية الواحدة على الصفحة .

أما الفواصل فهي خطوط أيضا إلا أنها لا تفصل بين مواد الصحيفة فصلا كاملا. وهناك الإطارات أيضا وهي عبارة عن مساحات رباعية تحيط بمادة مطبوعة معينة وتفصلها عن سائر المواد الأخرى وهي تعتبر من العناصر التيبوغرافية المهمة

³³ سعيد الغريب النجار مرجع سبق ذكره ص 242.

³⁴ المرجع نفسه ص 244.

كونها ترتبط في ذهن القارئ بإبراز بعض المواد المهمة، أو أن ما يكتب داخلها لا بد أن يكون مهماً.

وتشكل الجداول والفواصل والإطارات في مجموعها وسائل الفصل بين المواد المطبوعة على صفحات الجرائد بما يحقق وضوح القراءة⁽³⁵⁾

المبحث الرابع : الإستخدام الناجح للعناوين:

العنوان هو (ملخص الموضوع) ، ولكن العنوان الذكي هو الذي لا يدع القارئ يأخذ منه كل معلوماته⁽³⁶⁾، المفروض في العنوان أن يجذب القارئ ويُقدمه بقراءة الموضوع كله ، لهذا فكتابة العنوان فن وخبرة ودراسة ومعايشة ،وقد خصصت صحف كثيرة لكتابة العناوين فقط. وقد أثبتت الدراسات مؤخراً أن ثلاث كلمات في سطر العنوان تناسب عين القارئ وقدرته على التركيز ، وليس معنى هذا أن تكون العناوين في ثلاث كلمات وإلا أصبحت متكررة ومملة.⁽³⁷⁾ لأن القارئ لا يشتري المطبوعة كي يفك الطلاسم ،وعليه يفترض تجنب الإكثار من الإختصارات، وتكتب الأسماء بكاملها ،والمفضل عدم نشر صفاتها وألقابها في العناوين.⁽³⁸⁾

تعتبر العناوين من أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر في الصفحة ، وتتمثل وظائف العناوين من الناحية التيبوغرافية فيما يلي :⁽³⁹⁾

✓ تقييم الأخبار والتعريف بمحتواها ، وشرح حقائقها بشكل مختصر .

³⁵ أشرف فهمي خوخة، المنخل الى الإخراج الصحفي والطباعة، مرجع سابق، ص68.

³⁶ سمير صبحي ، الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، مرجع سبق ذكره، ص123.

³⁷ المرجع نفسه ص123.

³⁸ نسيم الخوري، الكتابة الإعلامية _ المبادئ والأصول_ دار المنهل اللبناني : بيروت، ط2، 2009، ص110.

³⁹ عيسى محمود الحسن ،مرجع سبق ذكره، ص61.

- ✓ تحديد وتوضيح شخصية الصحيفة التي تعرف بها عند القراء .
- ✓ المهمة التسويقية ، حيث يعلن العنوان عن وجود قصة إخبارية هامة للقارئ ويدعوه إلى عدم التردد في قراءتها .
- ✓ زيادة جاذبية الصفحة والمساهمة في إخراجها الفني بما يرضي ميول القراء.

تحرير العناوين :

ويتطلب تحرير العناوين وصياغتها ،استخدام الكلمات البسيطة القريبة من فهم القراء والإبتعاد عن الكلمات غير المألوفة لديهم ،حيث تؤدي الكلمات الطويلة إلى إضعاف تأثير العنوان لدى القراء مما يدعوهم لتجنبها.

فالكلمات القصيرة أقوى في تأثيرها من الكلمات الطويلة .وهذه المسألة تحتاج بالطبع إلى قدر كبير من الإبداع واللغة الخلاقة ، فالعنوان الناجح يشكل عنصرا أساسيا في نجاح الجريدة ، لذلك ينبغي تجنب العناوين المبهمة والغامضة .(40)

أنواع العناوين : أما أنواع من حيث الإستخدام فهي :

العنوان التمهيدي أو الجانبي : الذي يتكون عادة من جملة صغيرة أو كلمات قليلة، يتبعها جملة أكبر أو عنوان أكبر .ويعتبر هذا العنوان مدخلا للعنوان الذي يليه ويستخدم في جمعه بنط أصغر من بنط العنوان الكبير الذي يتبعه.

⁴⁰ محمد محمود عيسى،مرجع سبق ذكره،ص63.

العنوان الفرعي : الذي يؤدي دورا تفسيريا لمضمون المادة المنشورة في الصحيفة ويتكون من سطر واحد أو سطرين ،ويشتق من محتوى الرواية الإخبارية نفسها ويكتب بخط أو يجمع بحروف تختلف في حجم أنباطها عن المتن رغبة في إبرازه.

والهدف التيبوغرافي في استخدام العناوين الفرعية هو كسر حدة التراكم المستمر داخل الصفحة إذ يؤدي جمع سطور كثيرة من حروف المتن على عمود واحد طويل أو عدة أعمدة متجاورة.

المانشيت أو (العنوان العريض): ويعتبر من أهم العناوين التي تستخدمها الصحيفة،وهو يؤدي دورا إعلاميا هاماً بالنسبة لها ،حيث يقوم بإبراز الخبر الكبير أو القصة الإخبارية الأهم في الصحيفة ،ويقدم للقارئ فكرة مكثفة وسريعة عن أهم حدث تريد الصحيفة إبلاغه به،ويتحمل رئيس التحرير مسؤوليته في إعداد المانشيت ، لما يعنيه هذا العنوان العريض من أهمية إعلامية ومايمثله في واجهة الصحيفة ،حيث تقع عليه عيون القراء لأول وهلة ويلفت أنظارهم لأبرز ما في الصحيفة من أحداث.(41)

إخراج العناوين : هناك شروط عديدة ،تترى ضرورة الإهتمام بها عند إخراج العناوين أهمها :

- أن يكون العنوان قريبا من موضوعه،متصلا به ومعبرا عنه.
- ألا يختلط العنوان بغيره من العناوين المجاورة ،حتى لا يضعف كل منها تأثير الآخر وقوته.

⁴¹ المرجع نفسه،ص64.

- ألا يكون هناك اختلاط بين عناوين المادة التحريرية والإعلانات .
- أهمية استخدام العناوين لإحياء كافة جوانب الصفحة وعدم تركيزها على النصف العلوي من الصفحة ،بل من الضروري امتدادها إلى النصف الأسفل تحت طية الصفحة .
- ضرورة تنوع أنباط الحروف المستخدمة في جمع العناوين لتحقيق الشروط التيبوغرافية وزيادة جاذبية الصفحة.
- ضرورة توفير المساحات البيضاء إلى جانب العناوين لتحقيق شروط مقروئية الصفحة.
- ضرورة أن يكون العنوان سهلا ومفهوما لدى القارئ ، وإذا ما جرى تغيير أو تعديل في طريقة نشر العناوين في الصحيفة فإنه من الأجدى تعويد القارئ على هذا التعديل تدريجيا حتى يضمن قبوله وموافقته على مثل هذه التغييرات.
- ويتطلب إخراج العناوين القيام بالتدرج في استخدام أنباط العناوين الكبيرة وذلك لإيجاد واسطة انتقال مريحة بين العناوين ذات الأنباط الكبيرة إلى المتون أو نصوص الموضوعات التي تجمع عادة بحروف صغيرة ،وهي ناحية فسيولوجية مهمة لراحة العين وتسهيل القراءة بالنسبة لها . وقد حدد بعض التيبوغرافيين أفضل نسبة لتصغير حجم العنوان الثانوي بأن يعادل حجمه نصف حجم العنوان الرئيسي بما يحقق الانتقال التدريجي للعين، فإذا كان حجم العنوان الرئيسي بنط 96، فالثانوي الذي يليه يكون بنط 48، ثم بنط 24، ثم مقدمة الموضوع بنط 12، وأخيرا متن الموضوع بنط 10.

وهذا الإنتقال يتم عبر عناوين مجموعة بأنباط 72، 60، 36، 48، 18.
وهكذا... (42)

المبحث الخامس : اللون طريقة إبداعية في الصحافة اليومية :

لقد أقر بعض التيبوغرافيين أن استخدام الألوان كأداة في عمليات التصميم المختلفة، لإعطاء القارئ إحياءات معينة، يتطلبها عمل الصحيفة، لاعتبار أن للألوان أثرها النفسي على القارئ، إضافة إلى تأثيرها الفسيولوجي على العين البشرية. وتستخدم كلمة " لون " في المصطلح الصحفي بمعنيين : (43)

أولاً : عند المقابلة بين بياض الصفحة وقامة العناصر التيبوغرافية المطبوعة عليها.
ثانياً : عند الإشارة إلى غير الأسود التقليدي من ألوان الخبر الأخرى التي تستخدم في طبع العناصر التيبوغرافية.

⁴² محمود عيسى الحسن، مرجع سبق ذكره، ص66.

⁴³ إياد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، مرجع سبق ذكره، ص74.

ومما لاشك فيه أن السطح الأبيض لورق الصحيفة يعتبر اللون الأول في طباعة أية صحيفة أو مجلة أو مطبوع...بالرغم من أن لون الورق الذي يستخدم الآن في طباعة الصحف هو أبيض غير ناصع رغم نصوص بياض الورق عامل مهم في ازدياد وضوح المادة المطبوعة فوقه ، ويعود سبب ذلك إلى :

1- ارتفاع تكاليف إنتاج الورق بالنسبة لطاقة الصحف في العالم.

2- إن شدة بياض الورق وإن كانت عاملاً أساسياً في الوضوح إلى أنها تؤدي بصرياً للقارئ بكثرة ما تعكسه من ضوء.

فالبياض من العناصر المهمة الواجب توافرها على الصفحة ، فهو يوضح التيبوغرافي الذي يوجد حوله ، ويضيء الصفحة ، ويريح بصرياً للقارئ أثناء القراءة وفقاً للموضوع الذي يوجد فيه.

ثم يأتي اللون الأسود وهو اللون الرئيسي والغالب على طباعة الصحف جميعاً ، من حيث استخدامه في طبع مادة الصحيفة من عناوين وصور وفواصل وجداول ، إضافة إلى استخدامه في طباعة العناصر التيبوغرافية لرأس الصفحة (اللافتة والأذنان والعنق) وهذا ما يحقق التباين على الصفحة عند التقاء اللون الأسود مع اللون الأساسي (الأبيض) لورق الصحيفة وهنا يمكن القول بأن الصحيفة التي تطبع بالحبر الأسود تتكون فيها وحدة من ثلاث ألوان هي : (44)

1- اللون الأبيض ويمثله فراغ الصفحة .

⁴⁴ إيراد الصقر ، المرجع نفسه ، ص 75.

2- اللون الأسود وتمثله العناوين والحروف الثقيلة والصور التي يطبع بطريقة التدرج الظلي فهذه يغلب السواد فيها على البياض.

3- اللون الرمادي وتمثله مجموعات سطور والرسوم والخرائط التي يغلب فيها البياض على السواد.

إلى جانب بعض الألوان الأخرى يستخدم اللون الأحمر كلون إضافي في طبع أغلب صحف العالم اليومية والأسبوعية باعتباره لون جذاب ومثير ويرفع من أرقام التوزيع .

الألوان الطباعية الأساسية هي : (45)

C سيان ازرق سماوي

M ماجنتا احمر

Y اصفر

K اسود

ومن هذه الألوان يمكن إنشاء أي لون آخر يظهر في الصور والأرضيات الملونة مثلا:

اخضر % 100 = C + Y 0

برتقالي = 50 % Y + 50 % M

والألوان لها دلالات نفسية مختلفة:

· الأخضر.. يرمز للخير والإسلام والزراعة .

· الأزرق.. البحر

· البرتقالي.. ضوء الشمس

· الأصفر ..الذهب والثراء

⁴⁵ منتدى شنواى : <http://shanaway.ahlamontada.com/t7513-topic#ixzz2xBjEWMjK>

· الأسود..الظلم والشر والغموض والموت

· الأحمر.. العدوانية والدم والثورة

· الأبيض.. النصر و الطهارة

كما أن هناك العديد من الصحف تستخدم ألوانا أخرى غير الأحمر (فالأحمر والأزرق) في طباعة صحفها ،إضافة إلى أن بعض الصحف تستعمل الألوان لتزيين الصفحة الأولى في الأعداد الخاصة التي تصدر في المناسبات والأعياد ، ورأس السنة أو في المناسبات الوطنية الهامة في بلادنا أو الحداد على رئيس دولة ...إلا أنه من الضروري التأكيد على أهمية الحذر عند استخدام الألوان والأفضل استخدامها بدرجات متفاوتة وكثافة متباينة وعدم الإسراف في ذلك حتى لا تفقد أهميتها كعنصر جذب وكوسيلة إبراز بل قد تتحول إلى وسيلة تشويش تؤدي إلى نفور القارئ وابتعاده عن الصحيفة ،فلا بد من مراعاة بعض الاعتبارات التيبوغرافية باعتبار أن عين القارئ قد تعودت على الخبر الأسود هو فعلا أوضح الألوان قراءة وإن شابهته الألوان الأخرى في جذب الإنتباه.(46)

لذا يجب مراعاة ما يلي :

✓ تجنب الحشد في استخدام الألوان وعدم ازدحامها وتجاورها على الصفحة الواحدة خاصة وأن الألوان تعتبر من أكثر العناصر المستخدمة في الصحيفة لفتنا للنظر .

✓ تجنب الاستخدام المستمر لها وبغير ضرورة يفقدها قيمتها الأساسية لجذب الانتباه لخبر أو موضوع ما .

⁴⁶ المرجع نفسه،ص77.

✓ أن يربط المخرج الصحفي بين المضمون واللون ، فإخراج صورة ملونة لمباراة كرة قدم لابد وأن يميز لاعبي الفريقين ويضفي جمالا على الشكل من خلال لون الملعب وازدحام الجماهير خلف الصورة ، كما أن الصور التي تضم عناصر بعض الألوان المعبرة مثل الصور التي توضح حريقا أو لون المياه أثناء الفيضان ... كل ذلك يؤدي إلى التأكيد وإبراز المادة الصحفية.

✓ ينبغي توفير الوضوح في حالة استخدام غير الأسود من الألوان ، وبعض الألوان تحقق هذا الغرض إذا استخدمت في طبع الحروف أو أرضيتها بدرجة كثافة قوية ، كالأحمر والأزرق والأخضر ، ولكنها تأتي بأسوأ النتائج إذا كانت خفيفة الكثافة ، وهناك ألوان خفيفة بطبيعتها يؤدي استخدامها في الطبع إلى عكس المقصود كالأصفر والبرتقالي .

ولعل زيادة استخدام اللون في الصحف بشكل عام والصور الملونة على وجه الخصوص ترجع إلى عوامل عديدة منها : الدور الذي تلعبه الألوان في الحياة الإنسانية ، والتطورات التقنية في وسائل فصل الألوان ، وزيادة استخدام الطباعة الملساء وتطورها ، وزيادة استخدام اللون في وسائل الإعلام المختلفة كالسينما والتلفزيون ، وربما تكون هذه العوامل هي الأسباب الكامنة وراء زيادة استخدام الألوان في الصحف في السنوات الأخيرة بحيث أصبحت القاعدة في المجالات والصحف هي استخدام الألوان في الصور وفي الأرضيات ، وأصبح الإستثناء هو صدور مجلات وصحف غير ملونة أو صور عادية (أبيض _ أسود) فقط. (47)

⁴⁷ شريف درويش اللبان، الألوان في الصحافة المصرية، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 1996، ص8.

ومن الجدير بالذكر أن الصحف الصفراء التي ارتبط اسمها بالألوان هي التي سنت هذه البدعة الصحفية ، أي استخدام الألوان لغرض الإثارة وجذب الانتباه عن باقي الصحف المعتدلة بسبب رغبتها في زيادة التوزيع. (48)

المبحث السادس : الإعلانات في الصحف اليومية

عرف الإعلان منذ القدم ، أي عندما أراد الإنسان أن يروج فكرة معينة أو يستنهض همم مواطنيه للقيام بعمل من الأعمال باستخدام المنادين ، ولما عرف الناس القراءة والكتابة أخذوا يعلقون الإعلانات المكتوبة على جدران المنازل . (49)

فن الإعلان الصحفي : يشكل الإعلان الصحفي ، في الصحافة العالمية ، نسبة قد تصل إلى حوالي 65% من مساحتها ، وحوالي 60% من دخلها ، ويؤدي الإعلان ، ثلاثة أدوار مهمة بالنسبة للجريدة والقارئ ، (أنظر الوظيفة التسويقية للصحافة) ، وإعداد الإعلانات الصحفية فن له سماته ، في أسلوب التحرير ، وفي أسلوب الإخراج الذي يرتبط بالإخراج الصحفي للجريدة أو المجلة بشكل عام ، وهناك أشكال كثيرة لمادة الإعلان ، في الصحيفة : منها إعلان المساحة ، والإعلان المبوب ، والإعلان التحريري ، والإعلان المرفق بالصحيفة ، وفي شكل بطاقة ، أو

⁴⁸ إياد الصقر ، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها ، مرجع سبق ذكره ، ص 78.

⁴⁹ إياد الصقر ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

كارت ، أو عينة من المنتج نفسه. (50)



شكل رقم (5) يمثل إعلان في أسفل الصفحة الأولى من جريدة الشروق

إخراج الإعلانات : يعتبر الإعلان وحدة فنية متكاملة يساهم في إعدادها كل من مصمم الإعلان والمخرج، وذلك بغرض الوصول إلى تقديم الفكرة الإعلانية أو موضوع الإعلان بطريقة تجذب النظر وتلفت الانتباه ، ويعتمد ذلك على استخدام العناصر التيبوغرافية المناسبة من الصور والرسوم والخطوط والأنباط الملائمة للحروف التي تجمع بها النصوص الإعلانية إضافة إلى الألوان.(51)

فإخراج الإعلان ليس هدفاً في ذاته بل وسيلة تهدف إلى إبراز محتويات الإعلان بشكل يساعد على قراءته والنظر إليه والتعرف على مضمونه ثم تحقيق تلك

⁵⁰ إبراهيم شبل، الصحافة بين الفن والسياسة، مرجع سبق ذكره، ص 228.

⁵¹ عيسى محمود الحسن، إخراج الصحف والمجلات، مرجع سبق ذكره، ص 102.

المراحل النفسية التي تجعل يقدم على اتخاذ خطوة مهمة كالشراء. وقد يقوم مصمم الإعلان بإبراز عنوان الإعلان أكثر من غيره، من عناصر الإعلان ، وقد يبرز الصورة أكثر من غيرها وقد يقوم بالتركيز على النصف الإعلاني ، أي أنه يراعي التركيز على الأجزاء التي يراد للقارئ أن يركز بصره عليها ويتم ذلك بالتنسيق مع المعلن وسياسته الإعلانية.

تبيوغرافية الإعلان :

يتكون الإعلان عامة من العنوان والنص الإعلاني و العناصر أو الأشكال الفنية المستخدمة في الإعلان ، و إسم المعلن والعلامة التجارية ، ويقوم المخرج الفني بتخصيص المساحة المناسبة في الإعلان لكل جزء من الأجزاء التي يتكون منها الإعلان ، والجزء الأهم منها يحتل المساحة الأكبر ، وقد يكون هذا الجزء هو الصورة أو العنوان أو النص أو اسم السلعة أو اسم المعلن ، أو اسم المنتج . (52)

وهناك عوامل تبيوغرافية يتوقف عليها إخراج الإعلان:

1- عوامل متصلة بالنص: إنّ أي نص يتخذ معنى مختلفا إذا ما أكدنا على بعض كلماته بحيث تتغير قيمتها التأثيرية، إذا ما فحنا بعض جملة أو بعض فقراته، فالأهمية النسبية التي نعطيها لبعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات أو النصوص أو الصور تسمح لعين القارئ أن تدرك الفروق المراد إبرازها.

2- عوامل متصلة بالصور : ويفضل الصور الجاذبة الانتباه أن تكون كبيرة ما أمكن وأن تكون فوق العنوان أو معه أو تحته، ولكن قبل النص، والصور المراد منها

⁵² عيسى محمود الحسن ، المرجع نفسه، ص103.

إفهام القارئ ينبغي أن تكون أصغر مساحة ممكنة، ولكن يجب أن تكون بالقرب من النص المراد شرحه أو توضيحه. أما الصور فهي تهدف إلى تقوية ذاكرة القارئ فيجب أن ترتبط باسم السلعة المعلن عنها.

3- عوامل متصلة بالمساحة : فالإعلان المعد ليحتل صفحة كاملة ليس في حاجة إلى حدود بارزة، بينما الإعلان الذي سيحاط بإعلانات أخرى يجب أن يحاط بإطار يمنع تعدي الإعلانات الأخرى عليه، وكلما كان الاتساع النسبي للإعلان كبيراً ازدادت أهمية التأكد من أنه يشكل كلاً متكاملًا وأنه يتكون من عدد كبير من القطع المتجاورة.

كذلك يتوقف اختيار نوع الخطوط وحجم الأنباط التي تجمع بها نصوص الإعلانات على " الهدف من الإعلان وطبيعة الرسالة الإعلانية ونوع السلعة وطبيعة الجمهور الذي يوجه إليه الإعلان والفئة العمرية أو الإجتماعية، وطبيعة الصحيفة أو المجلة التي ينشر فيها الإعلان. (53)

ولكن ينبغي من الصحف أن تقلل من نشر الإعلانات في الصفحات الأولى لا أن تمتنع عنها كلياً، وفي هذا الإطار ما فعله صحيفة **Times** اللندنية التي اقتلعت منذ زمن طويل عن نشر الإعلانات الكبيرة في صفحاتها الأولى، ولعل السبل الكفيلة للإقلال من نشر الإعلانات في الصفحات الأولى تتمثل في رفع أسعار الإعلان فيها أو استحداث صفحات أولى بديلة مع أهمية زيادة صفحات الصحف التي تلقى رواجاً إعلانياً. (54) وحتى تتمكن المؤسسة الصحفية من أداء رسالتها و مجابهة مسؤوليتها

⁵³المرجع نفسه، ص104.

⁵⁴ فهد بن عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص206.

تجاه العاملين فيها و المجتمع ، فإنها تقوم ببعض الأعمال التي من تغطية تكاليف إصدار صحفها وتحقيق الربح ، وأهم هذه الأعمال بيع المساحات الإعلانية . (55)

ما علاقة هذه العناصر التيبوغرافية بالجمهور القارئ؟

عرف الباحث " Pierre Sorlin " الجمهور " على أنه جماعة لا توجد عنها معطيات من قبل، وغير معروفة على حسب الموضوع الذي نشأت لأجله. (56)

والجمهور كما يعرفه أيضا الدكتور علي قسايسية : " على أنه اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وفي مختلف مراحل تطورها. (57)

كيف نحدد الجمهور ؟ يمكننا تحديد الجمهور الذي نعتبره الهدف الأساسي والأسمى للكتابة الإعلامية عن طريق دراسة أربعة عناصر: (58)

أ- طريقة انتقاء الوسيلة الإعلامية :

⁵⁵ إبراهيم عبد الله المسلمي ، إدارة المؤسسات الصحفية ، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 1995، ص205.
⁵⁶ Jean-Pierre Esquenza, Sociologie des publics, (paris: Editions la Découverte, 2003), p 4
⁵⁷ علي قسايسية ، المنطقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي _دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر_ أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص36.
⁵⁸ نسيم الخوري، الكتابة الإعلامية _ المبادئ والأصول _ مرجع سبق ذكره، ص36.

- مجلة (صحيفة) محددة مختارة بين مجموعة كبرى هائلة معروضة من الصحف والمجلات.
- صحيفة أو مجلة مختارة وفقا للصدفة.
- صحيفة أو مجلة محددة بعد تصفح عدة مجلات و صحف.
- اقتناء مجموعة من المجلات أو الصحف محددة بحكم العادة أو بحكم الصدفة أو بحكم الأغلفة.

ب - مراحل التصفح:

- تقليب الصفحات كلها بسرعة أو بهدوء منتظم أو بعشوائية.
- التوقف عند بعض الصفحات ثم متابعة التصفح. وهنا إشارة إلى وظائف العناوين والصور...في جذب القارئ.
- تقليب منتظم ثم الانصراف الجدي إلى قراءة مقال أو خبر بشكل منضبط وجدي.
- البحث عن فهرس المجلة أو الصحيفة أولا لاختيار ما نريد.
- تقليب غير منتظم عشوائي وانفعالي وقراءة وفقا للصدفة النادرة وغالبا عدم القراءة.

ج - مكان التصفح :

- تختلف أهمية الكتابة الإعلامية باختلاف المكان الذي تتصفح فيه المجلة أو الصحيفة.
- عند بائع الصحف مع الشعور بالخوف والحذر من ملاحظات البائع الذي يخشى أن يترك القارئ وراءه بعثرة للصحف ، لذا نفهم معنى الشعار: "ممنوع القراءة."

- قاعات الإنتظار في العيادات والمستشفيات كما في المقاهي الحديثة .وهنا تبرز أهمية المضامين الاجتماعية للكتابة والصور الاجتماعية والأخبار السريعة والمناسبات.

- في المنزل حيث تشكل الصحيفة شاشة حقيقية تفصل بين القارئ وال كاتب ، بل توصله به عبر وسيلة الاتصال بين يديه.

د- طرائق القراءة:

- قراءة عابرة عن طريق الإتصال الحسي المباشر بالإطلاع على المحتويات والصور والإعلانات ، وهذا التصفح السريع يكسب المتصفح معلومات هائلة من حيث إخراجها ، صورها ، ألوانها ، عناوينها ، وعلى هذا المستوى ينسحب دور الكتابة الإعلامية لصالح الإخراج.

- القراءة الهادئة المنعزلة المركزة عن طريق الاتصال الوحيد لمقال أو لكل ما تحتويه الصحيفة أو المجلة.

- تجاوز القراءة الهادئة إلى طرح أفكار للنقاش والكتابة إلى بريد القراء بهدف الحوار.

إذن كما رأينا، يعتبر الجمهور الطرف الثاني من المعادلة الاتصالية ، إن الجماهير هي هدف الوسيلة الإعلامية ، ورغم صعوبة رسم خارطة أو حدود دقيقة وواضحة للجمهور لكل وسيلة ، أو مادة إعلامية تعزله عن الوسيلة الأخرى إلا أن لكل شريحة من الجماهير مفهوم معين ينطبق تماما مع الوسيلة الإعلامية

المتخصصة. (59) ويمكن تحديد علاقته الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين أو جانبين : الأول هو تحديد الجمهور الفعلي الذي يقرأ الصحيفة بالفعل ، والجمهور المستهدف الذي تخطط الصحيفة للوصول إليه _ ليصبح جمهورا فعليا ومعرفة سماته وخصائصه الجنسية والعمرية _ والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته ، والجانب الثاني يتعلق بما يريده الجمهور وما يحتاج إليه، وهل تسعى السياسة التحريرية إلى الإكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل؟ (60)

علاقة الجمهور الجزائري بالصحافة المكتوبة

علاقة الفرد بالصحافة المكتوبة، هي علاقة خاصة، تحكمها بعض الاعتبارات التي تجعلها تختلف عن علاقاته بالوسائل الأخرى، لما لهذه الأخيرة - أي الصحافة - من خصائص و مميزات لا نجدها في الوسائل الإعلامية الأخرى، رغم أدائها نفس الغرض كنقل المعلومات من مصدر إلى عدة مصادر، مع عمق التحليل و توسيع الرؤية بإضافة التعليقات و الآراء إلى المواضيع التي تتناولها، علاوة على كونها تفرض على القارئ المشاركة الفعالة في بناء الأفكار الرئيسة لما يقرأه. (61) ومصطلح المقروئية عبارة عن مصدر صناعي أيضا، من كلمة "مقروء" وهو اسم مفعول ، والمعنى المجرد من كلمة مقروء هو القراءة ، وإذا أخذنا معنى القراءة وفقا لتطور مفهوم القراءة وتعني فهم الأفكار المتضمنة في النص المكتوب ونقدها وإبداء

⁵⁹ بشري تيسير عباس ، الإعلام المتخصص الحديث، الأكاديمية للنشر والتوزيع:الأردن ،2014.ص 31

⁶⁰ ليلي عبد المجيد ،محمود علم الدين،فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات ،السحاب للنشر والتوزيع:القاهرة،2004،ص24.

⁶⁰ يوسف تمار ، **Agenda setting** _دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري_ أطروحة دكتوراه ،جامعة الجزائر، 2004_ 2005.ص186.

الرأي فيها والاستنتاج وإصدار الأحكام ومن تم كلمة مقروء تعني الفهم والقدرة على النقد وإبداء الرأي من جانب القارئ.(62)

يقول بعض خبراء الإتصال أن وسائل الإعلام الغربية قد نجحت إلى حد كبير في تمرير كثير من الآراء المسبقة إلى ذهن القارئ أو المشاهد أو المستمع الغربي ، وغرست كثيرا من الصور المشوهة في ذاكرته وعلى النقيض من ذلك فإن صحافة البلدان العربية لم تتوصل إلى إقناع الرأي العام الداخلي والخارجي على حد سواء بصحة كثير من الحقائق التي لا يختلف إثنان حولها .

فلماذا نجحت صحافتهم في اقناع الجمهور بصحة الآراء المسبقة وفشلت صحافتنا في إثبات الحقائق ؟

ثمة بدون شك عوامل كثيرة تكمن وراء نجاح الإعلام الغربي في تحويل الآراء " الماقبلية " إلى حقائق ثابتة عند الجمهور الغربي ولعل أهمها :

أولا : إستغلال جهل القارئ العادي بمختلف مكونات الأشخاص أو الشعوب أو الحضارات التي يجرؤ الإعلام الغربي على تشويهها أو تقديمها من خلال الإشاعات أو بعض الصور الكاريكاتورية .فضيق دائرة معلومات الجمهور الواسع يشكل درعا تعود به وسائل الإعلام لترسم ماشاء لها من الصور المزيفة.

ثانيا : رصيد الثقة التي تحظى بها وسائل الإعلام الغربية لدى جمهور القراء أسعدها كثيرا في تمرير رسومها المزيفة عن العالم الثالث ، ولعل انعدام الثقة

⁶² محمود حمدي عبد القوي ، لغة الصحافة وحرب المفاهيم،دار العالم العربي :القاهرة ،2012،ص1،132.

بين صحافة العالم النامي من جهة وجمهورها من جهة أخرى هو الذي حال دون توصل الإعلام النامي إلى إثبات الحقائق التي لا تحتاج إلى إثبات . (63)

فالقارئ يعتبر الركيزة الأساسية التي تستند عليها أي صحيفة في طرحها ، و تتطلق منها إلى أفاق التطور و التجديد، فهم بمثابة المرآة العاكسة لما تقوم به الصحيفة ، وما يجب أن تقوم به اتجاه القراء ، فالصحيفة الناجحة هي التي تسعى لإيجاد قنوات تبين لها ترمومتر القراء و رغباتهم و اهتماماتهم وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرّضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي (64)، فعندما يعطي الصحفي هذا الإحساس إلى القارئ يكون بذلك قد حقق طموحه في الكتابة (65)

لاحظ الباحثان " إثيل دي سولابول " و "شولمان " أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور ، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها _ إلى حد ما _ توقعاته عن رد فعل الجمهور و بالتالي يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في عملية الاتصال ، و قد أظهرت الدراسات التجريبية التي

⁶³حسان التليلي ، إعلامنا المُعتل ، المنشورات الجامعية والعلمية : باريس ، 1984 ص 37/38.

⁶⁹ السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب _ دراسة استطلاعية بمنطقة

البليدة_ : أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، 2005/2006 ، ص 29.

غسان عبد الوهاب الحسن ، إيديولوجيا الإخراج الصحفي ، دار أسامة للنشر والتوزيع:الأردن، 2011، ص 32.

عقدها " ريمون باور " (Remond Pauer) أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه. (66)

القارئ يريد من الجريدة أن تكون وافية شاملة كاملة لكل الجوانب لا تركز على جانب واحد، بمعنى أن تأتي إليه كل صباح على مائدة فطوره تحمل إليه من الأخبار وأمور مهمة ، أيضا لا تغفل الجوانب الاجتماعية بما يتوافر من أحداث يومية لأن الجماهير أكثر نشاطا مما نتخيل ، سواء من حيث اختيارهم النصوص أو تفسيرها. (67)

للجمهور تأثير كبير في طريقة الكتابة الاعلامية والأساليب التي نعتمدها ، لأن الجمهور متفاوت الثقافة والإدراك والمستويات .ولهذا دأبت شركات العلاقات العامة على دراسة ما يعرف الـ Cible أو الجمهور ، وهنا نعني القراء الذين تتوجه لهم هذه الكتابة (68) ، وقد بينت عمليات سبر الآراء أن الجمهور يتشارك إلى حد كبير في آراء متقاربة إزاء وسائل الإعلام والاتصال ولم تكن عمليات سبر الآراء هذه متعلقة برؤية جودة المنتجات الإعلامية لدى الجمهور، ولكن كانت أكثر المسائل المطروحة هي مسألة رضا الجمهور عن وسائل الإعلام بصفة عامة.

ويشير مدخل الاستخدامات والاشباعيات إلى أن أفراد الجمهور تتكون لديهم توقعات ومعتقدات وتقييمات معينة بشأن وسائل الإعلام، وسلوك الأفراد حيال وسائل الإعلام ينشأ عنها تقييمات للتأثيرات السلبية والإيجابية المحتملة عن هذا السلوك، فتوقعات

⁷⁰ بغداد باي عبد القادر ، مساهمة في دراسة الممارسات المهنية في الصحافة المكتوبة _ دراسة حالة جريدتي صوت الغرب و quotidien d'oran مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع الاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ ص 138.

⁷¹ آرثر أسا بيرغر ، تر:صالح خليل أبو اصبح، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية _عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، العدد 386، مارس 2012.

⁶⁸ نسيم الخوري ،مرجع سبق ذكره.

الجمهور بشأن قيمة وسائل الإعلام بالنسبة لهم هي عنصر مهم في مدخل الاستخدامات و الاشباع، وذلك لأن أفراد الجمهور يتجهون لوسائل الإعلام المختلفة لأنهم يؤمنون أن استخدامهم لهذه الوسائل سيمدهم بإشباع معينة لاحتياجاتهم ، لذلك عندما يعتقد أفراد الجمهور أن وسائل الإعلام قادرة على إشباع احتياجاتهم فإنهم يصبحون أكثر ميلاً لإختيار هذه الوسائل.(69)

أنجز مكتب دراسات " سيقما كونساي Sigma Conseil " سيرا للآراء نشره في مارس 2012 ، وقد أشار فيه إلى أن 47 % من التونسيين راضون أو راضون جداً عن مردود وسائل الإعلام، مقابل 6.8 % عبّروا عن عدم رضاهم .وقد جاء في سير آراء أنجزته مؤسسة " المجمع العالمي للدراسات " 3C ETUDES

في ما بين 23 و 28 ماي 2012 أنّ وسائل الإعلام تحظى برضا 63 % من التونسيين مقابل 33 % ممن عبّروا عن عدم رضاهم، ومنهم 14 % غير راضين تماما . وفي سير آراء آخر أنجزته مؤسسة بيبو ريزورت Research Pew بين 19مارس و 20 أبريل 2012 أن 63 % من التونسيين أعلنوا أنّ لوسائل الإعلام تأثيراً جيّداً جدا في تنمية تونس، مقابل 36% أعلنوا أنّ تأثير وسائل الإعلام سيء أو سيء جداً.(70)

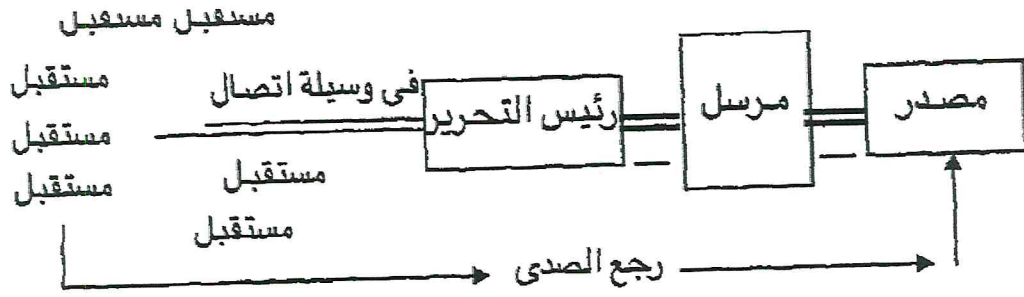
ويمكن تصوير انتقال الرسالة الصحفية من المصدر إلى الجماهير ،من طريق المرسل ووسيلة الاتصال التي يهيمن عليها المسؤول كرئيس التحرير مثلا ، لكي يتلقاها بعض الجماهير مثلا ،أو يتلقاها بعض القادة وحاملو المعلومات ،لنقلها إلى أصدقائهم أو أتباعهم على النحو التالي : (71)

⁷³ شاهر خليل محمد نصار ، دور إعلانات الأنترنت في تشكل الثقافة الاستهلاكية للشباب الفلسطيني ،

دراسة ميدانية _ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ،جامعة الدول العربية ، القاهرة ،2012،ص 50.

⁷³ في دراسة حول تطوّر وسائل الإعلام والاتصال بتونس ، باعتماد مؤشرات تطور وسائل الإعلام والاتصال حسب منظمة الأمم المتّحدة للتربية والعلوم والثقافة (UNESCO) ، أبريل 2012.ص 86.

⁷¹ عبد العزيز شرف ، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي ،دار قباء للطباعة و النشر والتوزيع:القاهرة،2000،ص17.



شكل رقم (6) يمثل انتقال الرسالة الإعلامية

الصحيفة هي الأم بالنسبة للقراء



تعتمد في نشرها على مصدر الخبر و الكتاب الصحفيين و القراء، تختلف صفحاتها باختلاف الموضوع، وما يكتب بين صفحاتها من صدق الكلمة و قوة في الموضوع و شفافية لجذب الكثير من القراء بوضع أجندة الأفكار الصحفية التي تظهر في التقارير والتحقيقات الصحفية بشكل يحقق لها المنافسة مع الوسائل الأخرى بما يؤدي إلى جذب المزيد من أفراد جمهورها طالما أن السباق في وسائل الإعلام في إطار المنافسة على الجمهور. (72) من خلال التعرف على حجم الجمهور، ومعدلات التعرّض وتحقيق أكبر قدر ممكن من الربح (73)، و بالتالي فإنّ دراسات التلقي تنسب إلى الجمهور دوراً فعالاً في تعامله مع محتويات

72 شريف درويش اللبان، محمود خليل، إتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع: القاهرة 2001، ص 119.

77 - علي قسايسية، دراسات جمهور وسائل الإعلام، مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية، ج 1، دار هومة للنشر والتوزيع، 2002، ص ، 43، 44.

وسائل الاتصال. وعندما اندمجت وسائل الإعلام والاتصال أخذت تمارس دوراً جديداً في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمهم بوسائل جديدة، وفي مستويات متعددة، ويتكررها لما تقدمه شكلاً ومضموناً تكراراً مجتمعاً أو موزعاً، تعيد صياغة قيم المجتمع، ومن ثم الأسرة بالطريقة التي تلائم صانعي هذا الإنتاج ومروجيه (74) وهذا ما أدى بـ (إيزر) إلى اقتراح مفهوم "القارئ الضمني"، حيث يرتبط هذا النوع من القراء بتصوّر الكاتب وتخيله للقارئ الذي يكتب له؛ أي هو قارئ يمكن اكتشافه في النص وذلك من خلال عملية استمرار إنتاج المعنى، (75) فهو يُشبهُ الشخص الذي يركب TAXI وبالتالي السائق هو الذي يتحكم والراكب هو الذي يحدد الوجهة. (76)

⁷⁸ محمود خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية_دراسة تحليلية_مجلة جامعة دمشق-المجلد- 27 العدد الأول+الثاني 2011 ، ص734.

⁷⁹ حنان شعبان ، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي _دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجزائريين_ مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال -إشراف د. السعيد بومعيزة ،2009/2008، ص 78.

⁸⁰ سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 105.

الإطار التطبيقي

لِلدراسة الميدانية

تمهيد :

قبل التعرض إلى الإحصائيات والنتائج المرتبطة بموضوع البحث وأهدافه الأساسية لابد من الإشارة إلى أن عينة دراستنا شملت شقين : الأول يرتبط بالعمل اليومي للمخرج والتقنيين رؤساء الأقسام ورئيس التحرير حيث تبني هذه التشكيلة في أغلب الأحيان الفريق المسؤول عن تحديد طرق توزيع العناصر التبيوغرافية على كل صفحة من صفحات الجريدة و بالتالي عمدنا إلى إجراء مقابلات فردية مع بعض المخرجين الصحفيين بالجرائد*¹ : الشروق اليومي /الخبر / النهار الجديد وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج سوف نرصدها بشيء من التفصيل .

أما الشق الثاني من الدراسة فخصصناها لعينة الجمهور القراء ولابأس من التذكير أن عينتنا شملت (201) مفردة من ولاية البليدة وذلك من خلال توزيع استمارة أسئلة حول موضوع الدراسة وقد أفرزت مجموعة من النتائج الإحصائية نتعرض لها لاحقا.

* ملاحظة: لم تتمكّن من مقابلة كل المخرجيين التقنيين لأنه في الغالب يكون إخراج الصفحة الأولى من الجريدة في ساعات متأخرة من الليل لأنها (الصفحة الأولى) آخر ما ينجز من الجريدة ترقباً لأي أخبار جديدة .

المحور الأول : محور البيانات الشخصية

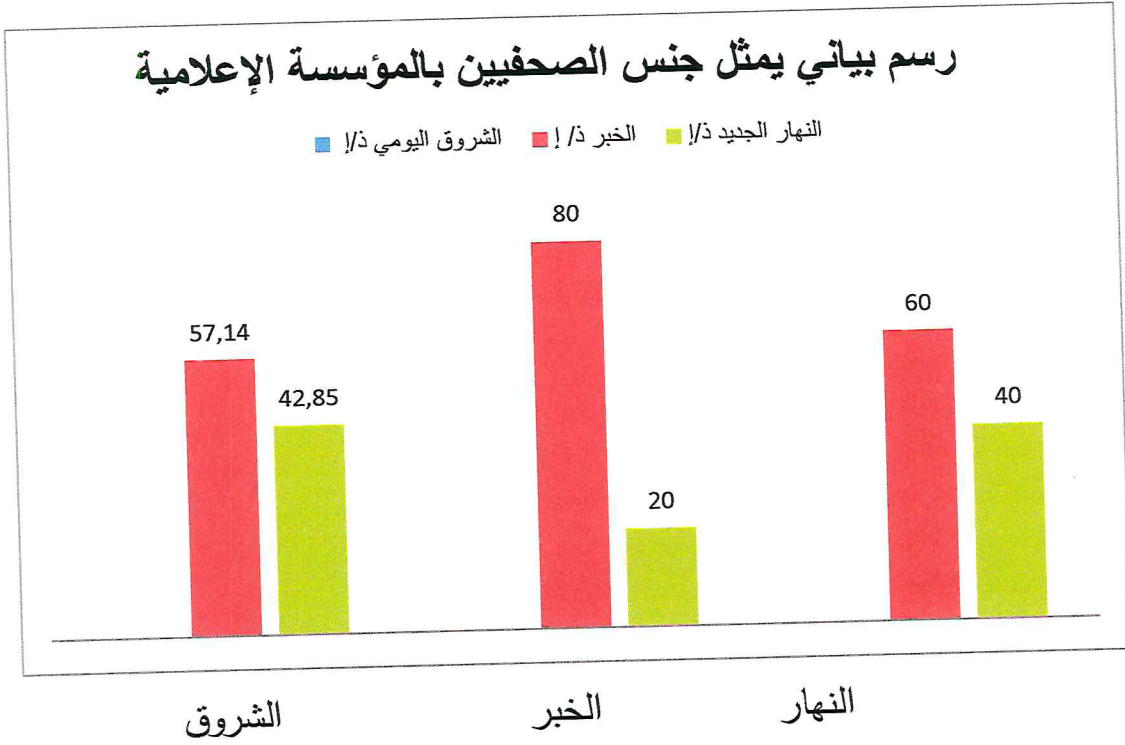
أ-الجنس :

جدول رقم 01 : يمثل جنس المبحوثين : (الصحفيين)

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس
% 60	06	% 80	08	% 57,14	08	ذكر
%40	04	% 20	02	%42,85	06	أنثى
%100	10	%100	10	%100	14	المجموع

يمثل الجدول وصفا لمجتمع الدراسة على النحو التالي :

يبلغ عدد المخرجين الصحفيين الذي يمثل عينة الدراسة بجريدة الشروق اليومي 14 مخرج صحفي ، 08 منهم يمثلون فئة الذكور أي بنسبة 57'14% ، و06 منهم يمثلون فئة الإناث أي بنسبة 42,85 %
ويبلغ عدد المخرجين الصحفيين عينة الدراسة في جريدة الخبر 10 مخرجين صحفيين ، 08 منهم يمثلون فئة الذكور بنسبة % 80 ، و02 منهم يمثلون فئة الإناث أي بنسبة 20 % ، ويبلغ عدد المخرجين عينة الدراسة بجريدة النهار الجديد أيضا 10 مخرجين ، 06 منهم يمثلون فئة الذكور أي بنسبة 60% و04 إناث يمثلون نسبة 40% ، ولقد سعينا من خلال هذه العينات إلى اختيار كلا من الجنسين نظرا للفروقات الموجودة عند كل فئة.



ب- المستوى العلمي

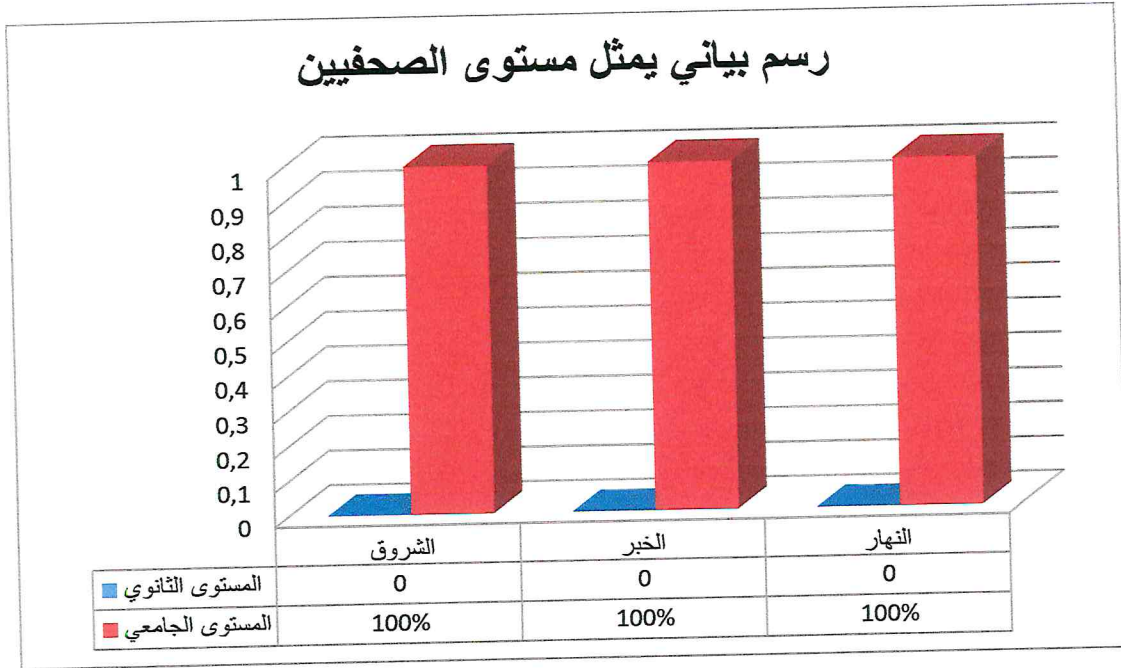
جدول رقم 02: يمثل المستوى العلمي للصحفيين عينة الدراسة

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة / المستوى العلمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
—	—	—	—	—	—	ثانوي
%100	10	%100	10	%100	14	جامعي ودراسات عليا
%100	10	%100	10	%100	14	المجموع

كما هو مبين في الجدول أعلاه ، تتعدم نسبة المخرجين الصحفيين

العاملين بالجرائد :الشروق اليومي ، الخبر والنهار الجديد ذوي المستوى الثانوي

بنسبة 00%، و 14 صحفيا من جريدة الشروق اليومي يمثلون 100% من العينة المدروسة ذوي المستوى الجامعي والدراسات العليا ، ونفس النسبة مثلها 10 مخرجين صحفيين العاملين بجريدة الخبر ، وكذلك هو الحال بجريدة النهار الجديد بنسبة أيضا 100% ، أي أن كل من الجرائد الثلاثة تستدعي المؤهل الجامعي من اجل توظيف الصحفيين.



يمكن القول أن غالبية الصحفيين الجزائريين (المبحوثين) لديهم مستوى عالي وهذا حتما سيؤثر إيجابا على اتجاهاتهم نحو موضوعنا " الإخراج الصحفي " لأنه موضوع علمي و فني في نفس الوقت ولا يستطيع فهمه والحكم عليه إلا صحفي محترف مبدع يملك مستوى تعليمي عالي.

ج - الخبرة

جدول رقم 03: يمثل خبرة الصحفيين التي اكتسبوها من جرّاء عملهم المهني

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الخبرة
%50	05	%30	03	%50	07	من سنة إلى 5 سنوات
%30	03	%20	02	%28.57	04	من 6 إلى 10 سنوات
%20	02	%50	05	%21،42	03	أكثر من 10 سنوات
%100	10	%100	10	%100	14	المجموع

يُلاحظ من خلال قراءة الجدول ما يلي :

يبلغ عدد المخرجين الصحفيين العاملين في جريدة الشروق اليومي ذوي الخبرة أقل من خمسة سنوات 05، 07 صحفيين ، يمثلون نسبة 50% ، و 04 صحفيين ما بين 06 و 10 سنوات خبرة أي بنسبة 28.57% ، أما بالنسبة عدد الصحفيين ذوي الخبرة أكثر من 10 سنوات مثلتها 03 صحفيين أي بنسبة 21،42% .

أما بالنسبة لجريدة الخبر ، فبلغ عدد المخرجين الصحفيين بها 03 ، بنسبة 30% ، العاملين بالجريدة من سنة إلى 05 سنوات ، و صحفيين إثنين 02 بنسبة 20% ، ذوي خبرة تراوحت ما بين 06 و 10 سنوات ، أما بالنسبة للعاملين بالجريدة لأكثر من 10 سنوات فبلغت 50% .

وفيما يخص المخرجين الصحفيين العاملين بجريدة النهار الجديد فبلغ عدد الصحفيين بها 05 صحفياً لأقل من خمس 05 سنوات خبرة أي بنسبة 50% ، و03 صحفيين منهم تراوحت خبرتهم ما بين 06 و 10 سنوات ، بنسبة 30% ، بينما نجد صحفيين إثنين 02 فقط تجاوزت خبرتهما 10 سنوات .

وإذا أردنا تقديم تفسير لهذه النتائج المحصل عليها وكنتيجة للحراك الموجود بمقر المؤسسات الإعلامية محل الدراسة ، فقد نجد معظم الصحفيين يغيرون مؤسسات عملهم بحثاً عن دخل أفضل في أقل من سنتين أو ثلاث سنوات من توظيفهم في مؤسساتهم. ومنه نستخلص أنّ غالبية الصحفيين المبحوثين هم قليلو الخبرة في المجال الإعلامي وهذا ما سيؤثر في توجهاتهم وآراءهم .

د : مستوى الدخل :

جدول رقم 04: يمثل مستوى الدخل الذي يتقاضوه شهرياً

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة مستوى الدخل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
—	—	—	—	—	—	أقل من 10 آلاف دج
%10	01	%10	01	%14,28	02	من 15 إلى 20 ألف دج
%90	09	%90	09	%85,71	12	أكثر من 20 ألف دج
%100	10	%100	10	%100	14	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ :

تتعدم نسبة المخرجين الصحفيين العاملين بكل من جريدة الشروق اليومي و الخبر و النهار الجديد ذوي الدخل أقل من 10 آلاف دج، بالنسبة لجريدة الشروق اليومي بلغ عدد الصحفيين الذين يتقاضون شهريا من 15 ألف إلى 20 ألف دج صحفيين إثنين 02 بنسبة 14،28 % ، من إجمال عدد المخرجين الصحفيين محل الدراسة العاملين بهذه الجريدة ، و 12 مخرج صحفي بنسبة 85،71 % ، يتقاضون أكثر من 20 ألف دج ، أما بالنسبة لجريدة الخبر والنهار الجديد فنجد صحفي واحد فقط من جريدة الخبر و صحفي واحد فقط من النهار الجديد يتقاضى شهريا من 15 ألف إلى 20 ألف دينار جزائري بنسبة 10 % أما بقية الصحفيين والذين يمثلون 90 % من جريدتي الخبر والنهار الجديد فيتقاضون أكثر من 20 ألف دينار جزائري .

تبقى قضية الدخل الشهري للعاملين بشكل عام والصحفيين بشكل خاص أمر يعتريه بعض الشكوك كون معظم المؤسسات الإعلامية كما هو مبين في الجدول أعلاه أنها لا تتخذ 10 آلاف دينار جزائري كأجر قاعدي للمؤسسات الثلاث محل الدراسة .

هـ - التخصص

جدول رقم 05: يمثل المسار الجامعي للصحفيين

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التخصص
70%	07	50%	05	78،57%	11	علوم الإعلام والاتصال
10%	01	—	—	7،14%	01	علم الاجتماع

-	-	-	-	-	-	علم النفس
-	-	01	10%	-	-	علوم تجارية
-	-	-	-	-	01	علم المكتبات
-	-	01	10%	-	-	أدب عربي
10%	01	20%	02	-	-	علوم سياسية
10%	01	-	-	-	01	علوم قانونية
-	-	01	10%	-	-	شريعة
100%	10	100%	10	100%	14	المجموع

يقدم الجدول وصفا لمجتمع الدراسة كآآي :

فيما يتعلق بجريدة الشروق اليومي فقد احتل عدد الصحفيين خريجي معهد الإعلام والاتصال حصة الأسد بـ 11 صحفي بنسبة 78,57% ، ثم يأتي كل من التخصصات علم الاجتماع ، علم المكتبات ، والعلوم القانونية بمعدل صحفي واحد وبنفس النسبة أي ما يمثل 7,14% لكل من التخصصات المذكورة ، أما أصحاب دبلومات علم النفس ، علوم تجارية ، أدب عربي ، وعلوم سياسية والشريعة فقد جاءت نسبتها معدومة : 00% .

أما فيما يتعلق بجريدة الخبر فقد أخذت نسبة الصحفيين المتحصلين على شهادات في علوم الإعلام والاتصال 50% ، يليها صحفيا اثنان تخصص العلوم السياسية بنسبة 20% ، أما فيما يخص تخصص علوم تجارية ، أدب عربي ،

وعلوم الشريعة ، فجاغت بمعدل صحفي واحد بنسبة 10% ، أما عن باقي التخصصات والتي شملت علم النفس ، علم الاجتماع ، علم المكتبات والعلوم القانونية فكانت نسبتها معدومة تماما .

أما عن جريدة النهار الجديد فقد تحصل خريجي معهد علوم الإعلام والاتصال على المرتبة الأولى عددهم 07 صحفيين مثلها نسبة 70% ، وباقي التخصصات من علم الاجتماع ، علوم سياسية والعلوم القانونية تحصل كل منها على صحفي واحد فقط بنسبة 10% ، وعن باقي التخصصات فقد كانت نسبتها معدومة تماما . حيث يمكن تفسير هذه الأرقام المحصل عليها وكما نلاحظ أن أصحاب شهادات الإعلام والاتصال من الجرائد الثلاثة محل الدراسة من كان لهم الحظ الأوفر في اقتناء مناصب العمل بالمؤسسة الإعلامية ، وهذا يعني أن المؤسسات هذه توظف صحفييها على أساس تخصصاتهم . ثم تأتي بدرجات أقل التخصصات الأخرى كما رأينا ذلك وربما سيؤثر هذا سلبا على مجرى البحث كون بعض الصحفيين لم يتلقوا دروسا كافية في الإعلام ولم يتعرفوا على أهم أبعدياته .

و : مكان الإقامة

جدول رقم 06: يمثل مكان إقامة الصحفيين

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة مكان الإقامة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
60%	06	50%	05	50%	07	مسكن خاص
40%	04	50%	05	50%	07	مع العائلة
100%	10	100%	10	100%	14	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتبين لنا مايلي :

تساوى عدد الصحفيين البالغ عددهم 07 نسبة 50% ذوي المساكن الخاصة و الصحفيين الذين لازالوا يقطنون مع عائلاتهم بنفس النسبة أي 50% أيضا من مجموع 14 صحفي من جريدة الشروق اليومي ، نفس النسبة نجدها بجريدة الخبر حيث تحصل 05 صحفيين أصحاب المساكن الخاصة و05 صحفيين أيضا من يقيمون مع العائلة ،أما فيما يخص عدد الصحفيين من جريدة النهار الجديد فنجد 06 صحفيين احتل حصة الأسد من ذوي المساكن الخاصة بهم ، بينما نجد 04 صحفيين من فئة مع العائلة ،حيث يمكن ربط ذلك بقيمة الدخل الشهري لدى هؤلاء الصحفيين بالجريدة التي يعملون لديها .

ي : الوضعية المهنية للصحفي :

جدول رقم 07: يمثل الوضعية المهنية للصحفي

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الوضعية المهنية
90%	09	70%	07	100%	14	دائم
10%	01	30%	03	—	—	متعاقد
100%	10	100%	10	100%	14	المجموع

من خلال القراءة المتأنية للجدول أعلاه نقول :

بلغ عدد الصحفيين الدائمين بجريدة الشروق اليومي 14 صحفيا بنسبة 100 % ، وانعدمت فئة المتعاقدين من مجموع الصحفيين 00% ، أما فيما يتعلق بالخبر فبلغ

عدد الصحفيين الدائمين 07 صحفيين كأكبر نسبة ، يليه 03 صحفيين بنسبة 30 % متعاقدون . وفيما يخص جريدة النهار الجديد فقد بلغ عدد الصحفيين الدائمون 09 صحفيين ، يليه صحفي واحد فقط متعاقد بنسبة ضئيلة جدا بلغت 10 % . ويمكن تفسير أنّ معظم الصحفيين ذوي المناصب الدائمة في المؤسسة الإعلامية وهذا راجع لخبرتهم المكتسبة طوال سنوات العمل. و لدخل الصحفيين وبالتالي يستطيع معظم الصحفيين خلق مساكن خاصة بهم.

المحور الثاني : الممارسة الصحفية في عملية الإخراج الصحفي :

الجدول رقم 08 : العمل في الصحافة والمؤهل الجامعي

النسبة	التكرار	التعداد	الإجابة
73.53 %	25		نعم
26.47 %	09		لا
100 %	34		المجموع

من خلال الجدول يتبين ما يلي :

يرى 25 صحفياً يمثلون نسبة 73.53 % أن العمل الصحفي في الصحافة المكتوبة الحديثة ، يتطلب بالضرورة مؤهلاً جامعياً في الإعلام ، بينما يرى 09 صحفيين بنسبة 26.47 % ، أنه لا يوجد أهمية لهذا المؤهل لممارسة العمل الصحفي ، وكل هذا يشير إلى أنه كل صحفي في مؤسسة إعلامية يسعى دائماً إلى إثبات كفاءته إلى جانب عامل الخبرة التي يكتسبها يوميا من خلال نزلاته الميدانية .

الجدول رقم 09 :يمثل نظرة الصحفيين لمهنة الصحافة

النسبة	التكرار	الإجابة / التعداد
35.29%	12	مهنة نبيلة
64.70%	22	مهنة المتاعب
100%	34	المجموع

من خلال الجدول يتبين ما يلي :

يرى معظم الصحفيين والبالغ عددهم 22 صحفيا ، يمثلون نسبة 64.70 % أن الصحافة تمثل مهنة المتاعب ويرجع ذلك ربما إلى جل المخاطر و العقبات والتي قد تكون قانونية ، أو إدارية أو حتى شخصية التي تواجه الصحفي يوميا من خلال رغبته في الحصول على المعلومات ، في حين بلغ عدد الصحفيين الذين أقروا بأن الصحافة مهنة نبيلة 12 صحفيا قدرت نسبته بـ 35.29 % وهذا راجع إلى طبيعة العمل في الصحافة المكتوبة ونزاهة القلم الصحفي ، وأنهم يتقاضون مقابل ذلك أجر.

الجدول رقم 10 : يمثل معايير توظيف المخرجين الصحفيين الجدد

بالجريدة

المجموع	عامل آخر	عامل الخبرة	بالعلاقات الشخصية	على أساس الدبلوم	معايير التوظيف / التعداد
34	01	14	04	15	التكرار
100%	2.94%	41.17%	11.76%	44.11%	النسبة

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ ما يلي :

يرى أغلبية الصحفيين بنسبة 44.11 % أن معيار المؤهل الجامعي أو الدبلوم يعد في مقدمة المعايير التي تدلي كل من الجرائد الثلاث (الشروق اليومي ، الخبر النهار الجديد) أهميتها القصوى في عملية اختيار الصحفيين الجدد ، وبلغ عددهم 15 ، وهذا ما يؤكد على صحته كما رأينا في الجدول السابق الذكر ، والذي يدل على أهمية التخصصات و المسار الجامعي الذي يُعنى به الصحفي ، يليه مباشرة عامل الخبرة ب 14 صحفياً بنسبة 41.17 % ، ثم معيار العلاقات الشخصية بمعدل 04 صحفيين ، بلغت نسبته 11.76 % ، وقد تعمدنا إضافة فئة أخرى (عامل آخر) من أجل اكتشاف بعض المعايير الأخرى التي قد نغفل عنها وفي نفس الوقت إتاحة فرصة للصحفي من أجل الإدلاء برأيه، وفعلا كان صحفي 01 من جريدة النهار الجديد وقد أقر بضرورة أن يكون الصحفي مستعداً للتعلم والتضحية من أجل خدمة الجريدة.

جدول رقم 11 : يبين حرية الإبتكار والإبداع في العمل المهني :

النهار الجديد		الخبر		الشروق اليومي		الجريدة الإبتكار والإبداع في العمل المهني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 100	10	% 100	10	% 57,14	08	نعم
—	—	—	—	%42,85	06	لا
%100	10	%100	10	%100	14	المجموع

من خلال إلقاء نظرة متمعنة في نتائج الجدول يتبين ما يلي :

بلغت نسبة المخرجين الصحفيين الذين أقرروا أن مؤسستهم الإعلامية أو الجريدة التي يعملون لديها تتيح لهم فرصة الإبداع والابتكار في عملهم المهني اليومي بنسبة 100 % في كل من جريدتي الخبر والنهار الجديد ، يليها 08 صحفيين نسبتهم 57.14 % ممن أُتيحت لهم أيضا فرص للإبداع والابتكار في عملهم المهني داخل مؤسستهم الإعلامية بمؤسسة الشروق اليومي ، بينما 06 صحفيين بنسبة 42.85% أجابوا أن مؤسستهم لا تسمح لهم بحرية الإبتكار والإبداع ، وربما هذا راجع للسياسة التحريرية للجريدة .

جدول رقم 12 : يبين حدود حرية الصحفي في الإبداع و الإبتكار بمؤسسته الإعلامية

المجموع	أمر آخر	اختيار المساحات والألوان	اختيار العناوين الرئيسية	ترتيب العناصر التيبوغرافية	حدود حرية الصحفي	التعداد
28	—	03	15	10	التكرار	
%100	—	% 10.71	% 53.57	% 35.71	النسبة	

من خلال القراءة المتمعنة للجدول أعلاه يتبين ما يلي :

من خلال إجابة المبحوثين ونعني بذلك الصحفيين ، تبين أنه بلغ عدد الصحفيين الذين أقرروا أنهم تتيح لهم حرية في الإبتكار والإبداع والإدلاء بأرائهم خاصة فيما تعلق باختيار العناوين الرئيسية وإبرازها 15 صحفيا ، بلغت نسبتهم 53،57 % ، يليه 10 صحفيين بنسبة 35،71 % ممن أُتيحت لهم حرية التصرف في ترتيب

العناصر التيبوغرافية كما يروه مناسباً للجريدة ، يليه بنسبة ضئيلة ب 10.71 % حرية اختيار والتصرف في المساحات والألوان التي يتكلف بها رئيس التحرير . على كل حال يمكن القول أن الجرائد محل الدراسة تتيح بصفة عامة بعض الحريات لصحفيها من أجل تقديم الأفكار والتصرف أحياناً في بعض العناصر التيبوغرافية الخاصة بالجريدة وإنما يدل هذا على إيمان هذه المؤسسات الإعلامية بحرية التعبير والسعي لإعطاء الجمهور وجهات نظر مختلفة .

جدول رقم 13 : يمثل أهم العواقب التي تقيد حرية الصحفي

المجموع	عوائق أخرى	مشاكل شخصية	القوانين الإعلامية	السياسة التحريرية للجريدة	الإيجابية التعداد
06	—	—	02	04	التكرار
%100	—	—	% 33.33	% 66.66	النسبة

يبدو من خلال الجدول أن هنالك بعض العراقيل والعواقب التي تحول دون حرية الصحفي بالجريدة ولعل أولها تتعلق بالسياسة التحريرية للجريدة حيث أجاب 04 صحفيين بنسبة 66.66 % ، أن رئيس التحرير هو المسؤول الأول عن إخراج الصحيفة ، ثم تأتي القوانين الإعلامية التي تقف أيضاً في وجه الصحفي بنسبة 33.33 % . وأن المخرج الصحفي يطبق فكرة رئيس التحرير ، وأن مهمة المخرج تكمن فقط في نقل الفكرة من ورقة البيضاء Brouillons إلى جهاز الكمبيوتر .^{2*}

* من خلال المقابلة التي أجريت مع السيد حسان شمشوع بقسم التحرير من جريدة الخبر يوم 2015/12/29 وستجدون تفاصيلها لاحقاً عندما نتكلم عن مراحل الإخراج الصحفي للجريدة.

جدول رقم 14 يمثل العناصر التيبوغرافية الأكثر فعالية في عملية

الإخراج الصحفي :

العناصر التيبوغرافية التعداد	إبراز العناوين الرئيسية	إكثار الألوان	ترك المساحات بين الأسطر	استخدام الصور	الإعلانات	المجمو
التكرار	25	02	01	06	-	34
النسبة	% 73.52	%5.88	%2.94	%17.64	-	%100

من خلال الجدول يتبين لنا ما يلي :

أقر 25 صحفي بنسبة 73.52 % أن أهم العناصر التيبوغرافية التي يهتم بها المخرج الصحفي هي إبراز العناوين الرئيسية على واجهة الصحيفة ، لأن الجمهور القارئ يقع نظره أولاً على العناوين العريضة ، يليه مباشرة الصور ف 06 صحفيين قالوا أن استخدام الصور بكثرة من بين أهم العناصر التيبوغرافية التي تجذب القارئ إليها ، ثم تأتي العناصر التيبوغرافية الأخرى بدرجات متفاوتة ، كاستخدام الألوان بنسبة 5.88% و وترك المساحات البيضاء بين الأسطر من أجل إراحة عين القارئ بنسبة 2.94 % ، إضافة إلى العناصر الأخرى.

إن يمكننا القول أنّ كل من الجرائد الثلاثة عينة دراستنا تعتمد وبشكل كبير على إبراز العناوين الرئيسية من أجل استمالة جمهورها القارئ ، بكتابة عناوين الموضوعات المهمة والأكثر أهمية على الصفحات الأولى للجرائد.

جدول رقم 15 : يمثل المحددات الرئيسية لإخراج الصفحة الأولى من الجريدة

الإيجابية	السياسة	شخصية	النمط التكنولوجي	طبيعة	المجموع
-----------	---------	-------	------------------	-------	---------

التعداد	التحريرية للجريدة	رئيس التحرير للإخراج	الجرائد المنافسة	
التكرار	26	04	02	34
النسبة	% 76.47	%11.76	%05.88	%100

بعد قراءة الجدول يتضح لنا ما يلي :

صادق حوالي 26 صحفي من بين عينة الدراسة بنسبة 76.47% أنه من أهم وأولى المحددات الرئيسية لعملية إخراج الصفحة الأولى من الجريدة : السياسة التحريرية للجريدة ، ذلك أنه تبدأ مهمة رئيس التحرير عندما تنتهي مهمة الصحفي ، يليه المحدد الرئيسي الثاني بنسبة 11.76 % من بين الصحفيين الذين قالوا أن شخصية رئيس التحرير تتدخل في كثير من الأحيان بحكم خبرته الطويلة في الجريدة لتكون كمحدد ثانوي لعملية إخراج الصفحة الأولى من الجريدة ، ثم يأتي تصنيف باقي المحددات الأخرى لعملية إخراج الصفحة الأولى بنسبة متساوية قدرت بـ 05.88% ..

جدول رقم 16 : يمثل إجابات الصحفيين حول الإخراج الصحفي هل هو علم أم فن ولماذا ؟

التعداد الإجابة	التكرار	النسبة
علم	04	% 11.76
فن	13	%38.23
علم وفن معا	17	% 50
المجموع	34	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه :

بلغ عدد الصحفيين الذين أجابوا أن الإخراج الصحفي يمثل علم وفن في نفس الوقت 17 صحفياً ونسبة بلغت 50 % من الجرائد الثلاث عينة الدراسة ، من جهة أخرى أقر حوالي 13 صحفي بنسبة 38.23 % أن الإخراج الصحفي ما هو إلا فن وإبداع يعتمد على أفكار المخرجين الصحفيين ، أما باقي النسبة والتي قدرت بـ 11.76 % فقالت أن الإخراج الصحفي علم كباقي العلوم الأخرى له أسسه ومعايره الخاصة به .

أما فيما يخص تبريرات الصحفيين التي تعلقته عموماً بإجاباتهم فسنرصد لكم بعض الإجابات :

- 1- هو علم و فن ، فهو يعتمد على دراسة علمية للإلمام بأخر التطورات في المجال ، والفن ضروري أيضاً في إخراج الجريدة بصورة إبداعية .
- 2- الإخراج الصحفي علم وفن في نفس الوقت ، فن لأنه يحتاج إلى إبداع ، وعلم يحتاج إلى تكوين ودراسة.

الإستفادة من نتائج البحوث العلمية في مجال الصحافة بنسبة 12.50 % ، ثم باقي العوامل بنسب ضئيلة ، كنمط استخدامات القارئ بنسبة 10.93% وأخيرا نوعية الورق المستخدم بنسبة 3.12% .

فالإخراج صفحة جذابة لا بد من دراسة نفسية هذا القارئ المتلقي التي توجه له الرسالة الإعلامية وهذا يعتمد أساسا على خبرة المخرج الصحفي المكتسبة وتجاربه الشخصية من خلال الممارسة الإعلامية ، وبالإطلاع أيضا على آخر مستجدات البحوث العلمية في مجال الصحافة المكتوبة . وهذا يعتمد أيضا على نوعية الورق الجيد من أجل الطباعة . وكل من الجرائد الثلاثة عينة الدراسة تسعى إلى تحقيق ذلك بجدارة .

جدول رقم 18 : يمثل مدى أهمية الإخراج الصحفي :

المجموع	أهمية أخرى	عرض الأنباء مقومة حسب أهميتها	إعطاء هوية مميزة للجريدة	تحقيق التتبع والمظهر الجمالي للجريدة	جذب انتباه القارئ	الإجابة التعداد
34	01	05	08	02	18	التكرار
%100	% 2.94	% 14.70	% 23.52	% 5.88	%52.94	النسبة

تركز كل من جريدة الشروق اليومي ، الخبر والنهار الجديد من خلال إصداراتها اليومية على جذب أكبر عدد ممكن من قرائها حيث أجاب حوالي 18 صحفي من مجموع عينة الدراسة أن أهمية الإخراج الصحفي تتمثل أساسا في جذب

انتباه القارئ بنسبة 52.94 % ، أيضا من بين أهمية الإخراج الصحفي للجريدة إعطاء هوية مميزة للجريدة حيث أجاب 08 صحفيين بنسبة 23.52 % ، وأن مهمة الإخراج هنا هو إحراز التميز وكل جريدة من الجرائد السابقة الذكر تسعى إلى تقديم أجمل وأحسن صفحة تستطيع من خلالها توزيع أكبر عدد ممكن من النسخ ، أيضا من بين أهمية الإخراج الصحفي للصفحة الأولى عرض الأنباء مقومة حسب أهميتها فحوالي 05 صحفيين بلغت نسبتهم 14.70 % رأوا أن الجمهور القارئ يتوقعون أهم المواضيع والأخبار يجدونها على متن الصفحة الأولى لذا يسعى المخرج الصحفي أن يقدم أهم العناوين والموضوعات ، كما يرى صحفيين 02 اثنين بنسبة 05.88 % أن الإخراج الصحفي للصفحة الأولى يسعى دائما إلى تحقيق التنوع والمظهر الجمالي للجريدة ، في الأخير هناك صحفي واحد قال أنه أهمية الإخراج الصحفي للصفحة الأولى تظهر أهميته عندما تحقق الجريدة أكبر نسبة توزيع النسخ .

المحور الثالث : تصور المخرجون الصحفيون للشكل الأمثل للجريدة في

ظل التطور التكنولوجي

جدول رقم 19 : يمثل إيمان الصحفيين بوجود معايير علمية لعملية

الإخراج الصحفي

النسبة	التكرار	التعداد الإجابة
70.59%	24	نعم
29.41%	10	لا
100%	34	المجموع

مراحل إخراج الصفحة الأولى

كثيرٌ من يقرأ الصحف لكن القلة القليلة فقط يعرفون الكواليس التي يمر بها الخبر قبل أن يصل للقارئ بشكله النهائي حاولنا التعرف على هذه الكواليس المجهولة والتي تقع على عاتق المخرج الصحفي مهمة إخراجها إلى العلن. ولمعرفة أكثر حول مراحل عمل المخرج الصحفي أجرينا مقابلة صحفية مع السيد شعشوع حسان بقسم التحرير من جريدة الخبر والتي أجريت يوم 29 ديسمبر 2015 على الساعة 10:15^ص صباحا بمقر الصحيفة بحيدرة الجزائر العاصمة ، حيث شرح لنا تفاصيل عمل المخرج الصحفي مركزين في ذلك على إخراج الصفحة الأولى والتي هي محل دراستنا . وفيما يلي نوجز مراحل عملية الإخراج الصحفي بالجريدة كما أدلى بها السيد شعشوع من جريدة الخبر.

في البداية عرّف لنا السيد شعشوع الإخراج الصحفي على أنه : " عملية توزيع العناصر التيبوغرافية على صفحة الجريدة ، طبقا لخطة معينة في ذهن القائم بالإخراج وطبقا لأسس فنية معينة لتحقيق غرض معين يتحقق بانجذاب القارئ لهذه العناصر " .

الفكرة أصعب مراحل العمل الصحفي ... هكذا بدأ السيد حسان كلامه.

لا يمكن لأي ممارس لمهنة الصحافة أن ينكر أن أهم مراحل العمل الصحفي هو الوصول إلى الفكرة السليمة والمثيرة، وهي أهم خطوة يجب التركيز عليها لاستمالة عين القارئ ، ويجب أن تكون هذه الفكرة تتناسب والخط الإعلامي للجريدة. و يتوجب على المخرج الفني القائم على هذا العمل أن يتمتع بحاسة فنية جمالية ومعرفة مفصلة بالمسائل التقنية لكي يكون قادرا على النجاح في مهمته ، إضافة إلى عامل الخبرة الفنية والمتمثلة في معرفة إمكانات صحيفته الطباعية مع الإلمام بأهداف الصحيفة وإبرازها إخراجيا ، فهو الذي يتولى اختيار نوع الحروف وأشكالها ،

وهو الذي يحدد أماكن العناصر الطباعية على الصفحات ، فإما أن يعطي الصفحة القيمة الجمالية المطلوبة أو إنه يدمر هذه الإمكانية وبالتالي ينفرد منها القراء. وباختصار فإن مسار المعلومة تمر عبر المراحل التالية فبعد جمع المعلومة من طرف الصحفي يقوم رؤساء الأقسام بجمع المادة الإعلامية الخاصة بهم، وإرسالها لرئيس التحرير لتكون عملية التنقيح الأخيرة، يتم من خلالها اختيار المواضيع الأكثر أهمية لتشغل الصفحة الأولى من الجريدة، ويراعى في أغلب الأحيان التنوع بين مختلف المواضيع من السياسة إلى الرياضة وما يهم المجتمع ككل .. إلى الثقافة وغير ذلك، ويراعى في ذلك أيضا مبدأ الأولوية وأهمية الحدث ، وأن للأحداث والأخبار العاجلة والمناسبات الوطنية تأثيراً كبيراً على إخراج الصحيفة من حيث استبدال صفحات جاهزة في آخر لحظة وبالذات في المناسبات المحلية، كما تؤدي هذه الأحداث والأخبار العاجلة إلى زيادة الضغوط على عمل المخرج إضافة إلى أنها تمثل عاملاً مهماً في مبيعات الصحيفة. وتعتمد الصحيفة أحياناً إلى تغيير أسلوب إخراجها وخصوصاً مع بداية المناسبات والأحداث الهامة من باب التجديد والاحتفال بتلك المناسبات وخصوصاً الوطنية .

وكمثال عن ذلك تزامن مع زيارتنا لمقر الجريدة حادث وفاة المناضل آيت احمد ، وبهذه المناسبة الأليمة اضطر السيد حسان إلى وضع صورة كبيرة لفقيد الوطن ، وكانت له حرية اختيار صورة مناسبة له.

كما لفت نظرنا إلى بعض الملفات باللون الأحمر وعند سؤالنا حولها أجاب السيد حسان أنها تكون دائماً باللون الأحمر ففي حالة طوارئ أو أي خبر مفاجئ كانفجار أو حادث مرور خطير أو أي مناسبة أخرى يكون له أولوية الحدث .

كما أضاف السيد حسان : تبدأ مهمة المخرج الصحفي برسم الماكيت أو تصميم الصفحة بعد التشاور مع رئيس التحرير المسؤول عن الصفحة وتوزيع الصور

والأخبار فيها كل حسب أهميته. والخبر المطلوب إبرازه يتم من خلال بعض الوسائل بحيث عندما يتصفح القارئ الجريدة يظهر أمامه بوضوح أهمية هذه الأخبار.

إذن ، بعد أن ينتهي المخرج من قياسات الصفحة وتقدير أطوال الموضوعات ومساحات الصور ، يرسل الماكيت إلى قسم الجمع ، وفي هذه الأثناء تجمع الصفحة بصورها وعناوينها ونصوصها في أجهزة الحاسوب ، ضمن برمجيات مخصصة لذلك.

كما ذكرنا ، يصل ماكيت الصفحة من المخرج ، ليبدأ العاملون في قسم التحضير بجمع النصوص وفرز الصور بواسطة الماسحات الضوئية ، وتحول كافة العناصر الداخلة في الصفحات إلى شفرات يفهمها الحاسب الآلي ، وقد ساعدت التقنيات الحديثة على ربط كل أقسام التحرير والإخراج الفني والمراسلين الخارجيين بشبكة الحواسيب بحيث يستطيع كل ركن من أركان الصحيفة أن يطلع ويصلح ما موجود في الصفحات.

كل مرحلة من مراحل العمل الصحفي والإعلامي لا بد أن تخضع للتصحيح والمراقبة، فبعد اكتمال إخراج الصفحات يتم طبعها على ورقة (A3) ، لتظهر في شكلها الأخير ،ولا يتم الاعتماد فيها على الألوان وذلك للتأكد من الوجه النهائي الذي سيتم من خلاله خروج الجريدة، وفي هذه المرحلة يقوم رئيس التحرير بإلقاء نظرة فاحصة متمعنة في إخراج الجريدة من حيث العناوين والصور والمادة، لذلك لإمكانية ورود أخبار ذات أهمية قصوى موجودة لآخر لحظة ممكنة، ولا مجال للتأكد من انتهاء العمل داخل مقر الصحيفة إلاّ عند وصول النسخة النهائية المنقحة للمطبعة. في الأخير وبمجرد انتهاء العمل الصحفي وظهور الجريدة في صفتها النهائية يتم إرسالها إلى مختلف المطابع، وهي العملية التي تتم ليلا، بواسطة فريق عمل يسهر

على إنجاز الجريدة في مرحلتها الأخيرة قبل وصولها إلى القارئ، (للإشارة فإن كل من الجرائد الثلاثة الخبر ،الشروق اليومي ،والنهار الجديد ، يتم الإخراج الصحفي فيها لساعات متأخرة من الليل لذا وجدنا صعوبات كبيرة في التواصل معهم) .

في الأخير أشاد السيد حسان بنبل العمل الصحفي وأنه 30 سنة من العطاء ولازال يقدم كل ما بوسعه لإنجاح العمل الصحفي وأن تلك الجريدة ما هي في الحقيقة إلا نتاج عمل عشرات العمال الذين اختاروا هذا الميدان المتعب.



شكل رقم (6) يمثل نموذج لعملية إخراج الصفحة الأولى على ورقة (A3)

العلاقة بين العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى والجمهور

1- متغير الجنس

جدول رقم 24 : يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة الإيجابية		
إناث		ذكور		إناث		ذكور		إناث			ذكور	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت
100	04	100	06	100	02	100	08	100	06	100	08	نعم
%		%		%		%		%		%		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	لا
10	04	100	06	100	02	100	08	100	06	100	08	المجموع
0												

إن الصحافة المكتوبة كمادة إعلامية تعتمد بشكل كبير على القارئ ، باعتباره مستهلك لهذه المادة ، وأحد محددات نجاح الصحيفة وكونه قناة اتصال فعالة في استمرارها و تطورها ، لذا يجب أن تكون العلاقة بينهما علاقة متبادلة وقد كشفت نتائج الدراسة المبينة في الجدول أعلاه أن الأغلبية العظمى من الصحفيين تهتم بالتعرف على رغبات واهتمامات القراء وتضعها ضمن أولويات العمل الصحفي .

أما فيما يخص هذا الإهتمام فتراوح بين النسبة الكاملة و المتمثلة في 100% ممثلة في جنس ذكور ، ونفس النسبة ممثلة في جنس الإناث بالنسبة للصحفيين العاملين بجريدة الشروق اليومي والعاملين بجريدة الخبر والصحفيين العاملين أيضا بجريدة

النهار. وجاءت نسب الإجابات بالنفي معدومة تماما لكلا الجنسين في الجرائد الثلاثة السابقة الذكر.

جدول رقم 25 : طبيعة اهتمامات الصحفيين

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة		
		ذكور		إناث		ذكور		إناث			الإجابة	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%
—	—	—	—	50	01	—	—	—	—	25%	02	إستخدام الألوان
25	01	83.3	05	—	—	37.5	03	66.66	04	37.5	03	رصد الصور المعبرة
%		%3				%		%		%		
75	03	16.6	01	50	01	62.	05	16.66	01	37.5	03	ترتيب العناوين بشكل مناسب
%		6%		%		5%		%		%		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	أمر آخر
%	04	%100	06	%	02	%	08	%100	06	%100	08	المجموع
100				100		100						

من خلال إلقاء نظرة على الجدول أعلاه نستنتج أن :

القارئ عادة يخصص وقتا لقراءة الصحيفة وهو فعلا في حاجة إلى من يرشده إلى قراءة الأهم فالمهم وحتى لا يضيع وقته في أخبار ليست في دائرة اهتماماته ، لذا أجابت 37.5% من جنس الذكور و 66.66% من جنس الإناث من جريدة الشروق اليومي باهتمامهم المتزايد برصد الصور المعبرة عن انشغالات ومعاناة الناس لذلك تكمن أهمية الصورة في اشتراكها مع الكلمة في نقل الرسالة

الإعلامية ، وأجابت نسبة 37.5 % من الذكور و 16.66 % من جنس الإناث أنهم يأخذون بعين الإعتبار اهتمام ورغبة القراء وذلك بترتيب عناوين الأخبار ووضعها على حيز الصفحات ، وتراوحت النسبة ما بين 25 % ممثلة في جنس ذكور أقرؤا باهتمامهم البالغ بتغطية المواضيع والأحداث وذلك باستعمال الألوان المعبرة عن ذلك من أجل جلب القراء .

أما فيما يخص جريدة الخبر فقد أقرت 62.5 % من جنس ذكور و 50 % من جنس إناث أنهم يتابعون اهتمامات القراء ويسعون لتلبية رغباتهم وذلك من خلال ترتيبهم لبعض العناوين التي يرونها مناسبة لهم ، لأن العنوان هو الذي يعرف ماذا بداخل الجريدة ، في حين أجابت نسبة 37.5 % من جنس ذكور أنها أيضا تهتم برصد الصور المعبرة على صفحتها الأولى وذلك لأن الصورة أبلغ من ألف كلمة ، وتبقى نسبة 50 % من فئة الإناث تفر بأهمية الألوان على الصفحة الأولى من الجريدة ذلك لأنها تريح عين القارئ.

وبالحديث عن جريدة النهار فقد تراوحت إجابات المبحوثين ما بين 83.33 % من جنس الذكور و 25 % من جنس الإناث أنهم يدلون بالإهتمام بجمهورهم القراء وذلك بوضع الصور المعبرة على واجهة الصحيفة وذلك لأن أعين القراء تقع مباشرة على ما تحتويه الصفحة من صور ، في حين نجد نسبة 16.66 % من جنس ذكور و 75 % من جنس إناث يهتمون باختصار المواضيع والأخبار في شكل عناوين مناسبة ، أما فيما يخص الألوان فأنعدمت نسبة تصريح كلا من الجنسين .

الجدول رقم 26 يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها المخرج الصحفي من أجل جذب انتباه القارئ.

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة		
إناث		ذكور		إناث		ذكور		إناث		ذكور		الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
25	01	33.33	02	—	—	25	02	—	—	37.5	03	رمز الجريدة
		%				%				%		
25	01	16.6	01	—	—	25	02	33.33	02	—	—	العنوان في أعلى الصفحة
		6%				%		%				
25	01	33.33	02	—	—	25	02	33.3	02	37.5	03	الصور
		%				%		3%		%		
25	01	16.6	01	100	02	25	02	16.6	01	25%	02	العنوان الرئيسي
		6%		%		%		6%				
—	—	—	—	—	—	—	—	16.6	01	—	—	الألوان
								6%				
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	عناصر أخرى
100	04	100	06	100	02	100	08	100	06	100	08	المجموع

من الأمور المتفق عليها بالنسبة للصحافة المكتوبة في الوقت الراهن أننا نكتب ليفهمها الناس ، ومن هذه القاعدة البسيطة تبدأ مهمة المخرج الصحفي ، ومن

خلال ما توصلنا إليه من نتائج أن من بين أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها المخرج الصحفي بالدرجة الأولى استخدام الصور اللافتة للانتباه حيث أجابت من فئة الإناث من جريدة % من فئة الذكور و نسبة 33.33% نسبة 37.5 من نسبة الإناث % من نسبة الذكور و 16.66% الشروق اليومي ، تليها نسبة 25 من نفس الجريدة أقرروا أن العنوان الرئيسي أو المانشيت يجعل القراء يقبلون على من جنس % اقتناء الجريدة وبذلك فهو عنصر مهم جدا، ثم تأتي نسبة 37.5 الذكور من نفس الجريدة أيضا صرحوا أن من بين أهم العناصر التيبوغرافية التي يأخذونها بعين الاعتبار أثناء العملية الإخراجية التركيز على رمز الجريدة لأنه من المهم التعرف على الجريدة من خلال رمزها أو شعارها ومن ثم اقتناءها بسهولة من جنس الإناث من نفس الجريدة ، أقررن أنهم أثناء % . أما نسبة 33.33 الممارسة الصحفية يركزن على العناوين المهمة في أعلى الصفحة لأنه يمثل اختصار لهم الأخبار. تبقى نسبة 16.66 من جنس الإناث من جريدة الشروق أنهم % يستخدمون الألوان في عملية الإخراج الصحفي ، بالنسبة لجريدة الخبر فنجد 25 من الإناث ركزوا على ضرورة الاهتمام بالعنوان الرئيسي % من الذكور و 100 من فئة الذكور من نفس % لأن غالبية القراء يذهبون إليه. ونجد أيضا نسبة 25 الجريدة ألحت على وضع رمز الجريدة في المقدمة إضافة إلى التركيز على العناوين الفرعية مع استخدام الصور ، أما بالنسبة للألوان فتتعدم نسبة الإجابة من الجنسين. أما بالنسبة لجريدة النهار الجديد فنجد نسبة 33.33 % من جنس الذكور و 25 % يولون اهتمامهم برمز الجريدة ونفس النسبة من الجنسين تركز أيضا على استخدام الصور لأنها أي هذه العناصر حسبهم ما يجب على الصحفي أن يوظفها خلال العملية الإخراجية.

02- متغير الخبرة

العلاقة بين الصحفيين والجمهور -

جدول رقم 27: أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار

النهار الجديد				الخبر				الشروق اليومي				الخبرة						
اكثر من 10 اس		من 6 الى 10 اس		من 5 الى 10 اس		اكثر من 1 اس		من 6 الى 10 اس		من 1 الى 5 اس		اكثر من 10 اس		من 10 الى 1 اس		من 1 الى 5 اس		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	02	100	03	100	05	100	05	100	0	100	03	100	03	100	04	100	07	نعم
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا
100	02	100	03	100	05	100	05	100	0	100	03	100	03	100	04	100	07	المجموع

كشفت نتائج الدراسة التطبيقية كما يوضح الجدول رقم 27 عن المؤشرات التالية :

تهتم الغالبية العظمى من الصحفيين في الجرائد الثلاثة والتي هي محل دراستنا : الشروق اليومي ، الخبر والنهار الجديد ، تهتم بالتعرف على رغبات واهتمامات قراء هذه الصحف ووضعها ضمن أولوياتهم أثناء الممارسة الصحفية ، حيث ذكرت كل العينة أي 34 صحفي بنسبة كاملة أي 100 % ، حيث أكد على ذلك 07 صحفيين من جريدة الشروق ذوي الخبرة الأقل من خمس سنوات ، و 04 صحفيين ذوي الخبرة ما بين 06 و 10 سنوات ، و 03 صحفيين ذوي الخبرة أكثر من 10 سنوات ، وجاءت نسب الإجابات بالنفي كلها معدومة ، بمعنى أنه لا يوجد صحفي من أفراد العينة لا يأخذ اهتمامات ورغبات القراء بعين الاعتبار .

ونفس الشيء فيما يتعلق بجريدة الخبر ، حيث أكدت كل عينة الدراسة أنها تهتم أيضا بالتعرف على رغبات واهتمامات قراء هذه الصحيفة ووضعها في الاعتبار ، ذكر ذلك 03 صحفيين ذوي الخبرة لأقل من 05 سنوات و صحفيان 02 ذوي الخبرة ما بين 06 و 10 سنوات ، و 05 صحفيين ذوي خبرة لأكثر من 10 سنوات ، بنسبة 100 % ، في حين تنعدم كذلك إجابات الصحفيين بالنفي .

أما فيما يخص جريدة النهار الجديد فلا تختلف عن الجريدتين السابقتين ، حيث أكدت كل مفردات العينة أنها تهتم أيضا برغبات القراء وتأخذها بعين الاعتبار ، حيث أقر بذلك 05 صحفيين ذوي الخبرة أقل من 05 سنوات ، و 03 صحفيين ذوي الخبرة ما بين 06 و 10 سنوات ، أما فيما يخص الخبرة لأكثر من 10 سنوات فنجد صحفيان 02 أقرأ بذات المهمة ، فيما تنعدم كذلك إجابات الصحفيين بالنفي .

وحول طبيعة اهتمام الصحفيين العاملين بالجرائد الثلاثة بالقراء ، إليكم

النتائج التالية :

فيما يتعلق بجريدة الشروق فقد أجاب 05 صحفيين بنسبة 71.42 % برصد الصور المعبرة عن جل الأحداث والقضايا من أجل جلب انتباه الجمهور القراء ، وصحفيان 02 بنسبة 28.57 % ممن يهتمون بترتيب العناوين ووضعها على وجه الصفحة الأولى ليتعرف عليها القراء دون أن يضطروا إلى تصفح كل الجريدة ، هذا فيما يخص فئة العاملين بالجريدة لأقل من 05 سنوات. أما فيما يخص الصحفيين العاملين بها ما بين 06 و 10 سنوات فقد أجاب صحفيان 02 بنسبة 50 % ممن أقرأوا أيضا بأهمية العناوين التي ينتبه إليها غالبية القراء ، و صحفي 01 بنسبة 25 % ممن يهتموا بتوظيف الصور ونفس النسبة أي 25% أيضا نجدها ممن يهتمون باستعمال الألوان.

وبالحديث عن الصحفيين ذوي الخبرة لأكثر من 10 سنوات نجد النسبة كاملة 100% ممن ألقوا على ضرورة توظيف الصور المعبرة عن حال وأحوال الناس وهذا يفسر خبرتهم ومدة عملهم بالمؤسسة جعلهم يهتمون بالصور . أما جريدة الخبر فقد شهد 03 صحفيين بنسبة 100% ممن يهتمون بتوظيف الصور من أجل ربط صلة بين القارئ والجريدة هذا يتعلق بالصحفيين ذوي خبرة أقل من 05 سنوات، أما الصحفيين ذوي الخبرة ما بين 06 و 10 سنوات فقد أجاب صحفيان 02 بنسبة كاملة 100% أنهم يهتمون بكتابة مختصرات الأخبار و الأحداث المتمثلة في العناوين. أما عند الصحفيين ذوي الخبرة لأكثر من 10 سنوات فنجد صحفيان 02 بنسبة 40 % ممن يستعملون الألوان بكثرة من أجل استمالة الجمهور القراء . نفس النسبة نجدها عند الصحفيين بنسبة 40 % ممن يستعملوا العناوين ويرتبونها حسب

نوق القراء. أما ما تبقى بنسبة 20% من الصحفيين ممن يأخذون على عاتقهم توظيف الصور .

وفيما يخص جريدة النهار الجديد فنجد صحفيان 02 بنسبة 40% يستخدمون الصور من أجل جلب انتباه القراء ، تليها نسبة 60% من الصحفيين الذين يستعملون العناوين ويهتمون بترتيبها للجمهور القراء ، هذا بالنسبة للصحفيين ذوي الخبرة لأقل من 05 سنوات .

أما ذوي الخبرة ما بين 06 و 10 فقد أجاب صحفيان 02 بنسبة 66.66% أنها تهتم بإدراج العناوين التي تراها مناسبة والتي تهتم القراء بالدرجة الأولى ، كما نجد أيضا صحفيا واحدا 01 بنسبة 33.33% أقر باستعماله للألوان من أجل لفت انتباه القارئ نحو جريدته.

وأخيرا فيما يخص الصحفيين ذوي الخبرة التي تفوق 10 سنوات ، نجد 50% من الصحفيين أكدوا اهتمامهم برغبة القارئ وتطلعاته تكون ضمن أولويات الصحفي داخل مؤسسته الإعلامية لذا يوظف الصور المعبرة عن كل مجريات المجتمع ، في حين نجد نفس النسبة 50% تهتم أيضا بأهم مختصرات المواضيع في شكل عناوين جاهزة و مرتبة .

جدول رقم 29 : يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي والتي تجذب انتباه القارئ

الجدول الجديد	النهار الجديد						الخبر						المشروع اليومي						الخبرة
	من 1 إلى 5س		من 6 إلى 10س		من 10س أكثر من		من 1 إلى 5س		من 6 إلى 10س		من 10س أكثر من		من 1 إلى 5س		من 6 إلى 10س		من 1 إلى 5س		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
50%	01	--	--	40%	02	50%	01	66.6	02	66.66	02	6%	66.6	02	--	14.28	01	--	--
--	--	66.6	02	6%	6%	66.6	02	33.33	01	25%	01	42.85	03	28.57	02	100%	07	100%	07
50%	01	33.3	01	60%	03	3%	3%	33.3	3	100%	02	100%	03	14.28	01	100%	07	100%	07
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
100%	02	100	03	100%	05	100%	02	100	03	100%	05	100%	03	100	04	100%	07	100%	07

نستخلص من خلال الجدول البيانات التالية :

أولا فيما يخص جريدة الشروق اليومي ، يتبين لنا أن كل عينة الدراسة أجابت بأن الصحفيين يأخذون اهتمامات القراء بعين الاعتبار في العمل الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية ، حيث أجاب بذلك 11 صحفيا بنسبة 100 % تخصص علوم الإعلام والاتصال ، وكذا صحفي واحد 01 في كل من التخصصات على التوالي : علم إجتماع ، علم مكتبات ، علوم قانونية ، بنسبة 100 % ، حيث أجابوا بأنهم يهتمون برغبة القراء وأذواقهم .

ونفس الشيء عند الحديث عن جريدة الخبر ، أي كل العينة أجابت بالإيجاب ، حيث تظهر إجابة 05 صحفيين بنسبة 100 % تخصص علوم الإعلام والاتصال ، وصحفيان 02 بنسبة أيضا 100 % تخصص علوم سياسية ، ولدينا أيضا صحفي 01 بنسبة 100 % ، تخصص علوم تجارية ، وصحفي 01 أيضا بنسبة 100 % تخصص أدب عربي ، ونفس النسبة نجدها عند صحفي 01 تخصص علوم شريعة. أما فيما يتعلق جريدة النهار الجديد فالأمر لا يختلف ، أي أن كل عينة الدراسة أجابت أنها تأخذ بعين الاعتبار رغبات جمهورها القراء ، حيث نلاحظ إجابة 07 صحفيين بنسبة 100 % تخصص علوم الإعلام والاتصال ، و لدينا أيضا صحفي واحد 01 في كل من التخصصات التالية ، علم إجتماع ، علوم سياسية ، علوم قانونية ، بنسبة 100 % .

إذن نستنتج أن كل أفراد العينة المتكونة من جل الصحفيين العاملين بالجرائد الثلاثة، يأخذون اهتمامات القراء بعين الاعتبار ويجعلونها ضمن أولوياتهم المهنية .

أما فيما يخص أهمية العناوين في الصفحة الأولى من الجريدة فقد أجاب 03 صحفيين بنسبة 27.27 % تخصص علوم الإعلام والاتصال بضرورة توظيفها بشكل واضح ومثير من أجل أن يفهمها الجمهور، ونفس الأهمية أقر بها صحفي واحد تخصص علوم قانونية بنسبة 100% . هذا فيما يخص جريدة الشروق اليومي . أما فيما يتعلق بجريدة الخبر ، فقد ذكر صحفي واحد بنسبة 100% تخصص علوم الإعلام والاتصال وصحفي آخر تخصص شريعة أقرأ بأهمية استخدام الألوان ، من جهة أخرى ذكر صحفيان 02 تخصص علوم الإعلام والاتصال بنسبة 40 % أهمية رصد الصور باعتبارها وسيلة من وسائل التعبير الجمالي ، نفس الشيء أقرأ به صحفيين 02 الأول تخصص علوم تجارية بنسبة 100% والثاني تخصص علوم سياسية بنسبة 40 % من نفس الجريدة طبعاً . فيما يخص عنصر العناوين فقد أقرأ صحفيان 02 بنسبة 40 % بأهمية ترتيب العناوين بشكل مناسب وكتابتها بخط يروق للقارئ من أجل فهمه ، نفس الأهمية رصدها لنا صحفيان 02 من تخصص أدب عربي بنسبة كاملة 100 % وآخر تخصص علوم سياسية بنسبة 50 % . وبالحديث عن جريدة النهار الجديد ، فقد ذكر صحفي 01 بنسبة 14.28 % أنه يجب زيادة استخدام اللون في الصحف اليومية ، وبأهمية الصورة التي تعمل على جذب أنظار القراء للإقبال على قراءة الجريدة ، فقد أكد 03 صحفيين بنسبة 42.85 % على ضرورة ذلك ، أما فيما يخص العناوين فقد أشار 03 صحفيين 42.85 % إلى ضرورة كتابة العناوين بخط كبير وواضح من أجل لفت انتباه القارئ للجريدة ، ونفس الاهتمام نقله لنا صحفي 01 بنسبة 100 % تخصص علم اجتماع. ونفس النسبة نجدها عند صحفي تخصص علوم سياسية ، وصحفي آخر تخصص علوم قانونية أكدوا بأهمية العناوين بنسبة 100 % .

04- متغير الإقامة و مستوى دخل الصحفيين
العلاقة بين الصحفيين والجمهور

جدول رقم 31: أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار

مع العائلة	مكان الإقامة						الدخل	مستوى خاص	
	أكثر من 20 ألف		من 15 إلى 20 ألف		أقل من 10 آلاف				
	ت	%	ت	%	ت	%			
%100	06	%100	01	%100	06	%100	01	%	ت
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	%100	01	%100	06	%100	01	المجموع	—
%100	05	—	—	%100	04	%100	01	نعم	—
—	—	—	—	—	—	—	—	لا	—

%100	05	-	-	-	%100	04	%100	01		المجموع
%100	06	-	-	-	%100	03	%100	01	-	نعم
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا
%100	06	-	-	-	%100	03	%100	01	-	المجموع

نستخلص من خلال تحليل بيانات الجدول المؤشرات التالية :

فيما يتعلق بجريدة الشروق اليومي ، فقد أجاب صحفي واحد بنسبة 100 % من أصحاب المساكن الخاصة والذين يتقاضون ما بين 15 و 20 ألف جزائري بأن الصحفيين يأخذون اهتمامات القراء بعين الاعتبار ، أما ذوي الدخل لأكثر من 20 ألف دج فقد أجاب 06 صحفيين بنسبة 100 % بالإيجاب . أما فيما يخص الصحفيين الذين يقطنون مع عائلاتهم فقد أجاب صحفي واحد بنسبة 100 % يتقاضون ما بين 15 و 20 ألف دج أنهم يهتمون أيضا باهتمام جمهورهم القراء، ونجد أيضا 06 صحفيين من ذوي الدخل أكثر من 20 ألف دج أجابوا بالإيجاب بنسبة 100 % أيضا .

أما فيما يخص جريدة الخبر ، فقد أجاب صحفي 01 واحد بنسبة 100 % ممن يملكون مساكن خاصة بهم أصحاب الدخل الشهري الذي يتراوح بين 15 و 20 ألف دج أنهم يأخذون رغبات القراء ضمن أولوياتهم المهنية ، في المقابل نجد أيضا 04 صحفيين بنسبة 100 % من ذوي الدخل لأكثر من 20 ألف دج أجابوا بالإيجاب. أما فيما يخص الصحفيين الذين يقيمون مع عائلاتهم فنجد 05 صحفيين يتقاضون أكثر من 20 ألف دج أجابوا أيضا بالإيجاب بنسبة 100 %.

صحفيو جريدة النهار الجديد أكدوا باهتمامهم البالغ بقرائهم بنسبة كاملة ، فنجد صحفي واحد 01 ممن يملكون مسكن خاص بهم يتقاضى شهريا بين 15 و 20 ألف دج و 03 صحفيين بنسبة 100 % يتقاضون أكثر من 20 ألف دج أكدوا ذلك، في حين نجد 06 صحفيين أيضا أجابوا بالإيجاب يقطنون مع عائلاتهم و يتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج .

كما هو ملاحظ من خلال الجرائد الثلاثة السابقة الذكر فإجابة الصحفيين بالنفي جاءت معدومة تماما .

جدول رقم 32: يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بجمهورهم القراء

مع العائلة	مساكن خاصة						مكان الإقامة		الجريدة
	أكثر من 20 ألف		من 15 إلى 20 ألف		أقل من 10 آلاف		الدخل	الشروط	
	%	ت	%	ت	%	ت			
--	--	--	--	--	--	--	استخدام الألوان		
%83.33	05	--	--	%66.66	04	--	رصد الصور		
%16.66	01	%100	01	%33.33	02	--	ترتيب العناوين		
--	--	--	--	--	--	--	أمر آخر		
%100	06	%100	01	%100	06	--	المجموع		
%16.66	01	--	--	%33.33	01	--	استخدام الألوان	ز	
%33.33	02	--	--	%66.66	02	--	رصد الصور		

%50	03	--	--	--	--	--	--	--	01	%100	--	--	--	ترتيب العناوين
%100	06	--	--	--	--	%100	03	--	01	%100	--	--	--	المجموع
%16.66	01	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	استخدام الألوان
%16.66	01	--	--	--	--	%66.66	02	--	--	--	--	--	--	رصد الصور
%66.66	04	--	--	--	--	%33.33	01	--	01	%100	--	--	--	ترتيب العناوين
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	أمر آخر
%100	06	--	--	--	--	%100	03	--	01	%100	--	--	--	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا ما يلي :

أنه يهتم بجمهوره وذلك من خلال استخدام الألوان على واجهة الصفحة % صحفي واحد من جريدة الشروق اليومي لديه مسكن خاص به ويتقاضى شهريا ما بين 15 و 20 ألف دج أجب بنسبة 100 يمتلكون شهريا أكثر من 20 ألف دج يعبرون اهتمامهم باستخدام الصور المختلفة ليتعرف الجمهور % الأولى من الجريدة من أجل استمالتة إليها ، من جهة أخرى نجد 04 صحفيين يمتلكون نسبة 66.66 على محتوى الجريدة مباشرة

بالمقابل نجد 05 صحفيين بنسبة 83.33 % يقطنون مع عائلتهم يتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج أنهم يهتمون أيضا برصد الصور لأنها تعبير بسيط لأهم المواضيع. كذلك ، من بين مظاهر اهتمام الصحفيين بجمهورهم ترتيب العناوين بشكل مناسب فقد أجاب صحفيان 02 بنسبة 33.33 % من دخل أكثر من 20 ألف دج أنهم يهتمون بذلك ، ولدنيا صحفي واحد 01 يسكن مع عائلته نو دخل بين 15 و 20 ألف دج بنسبة 100 %، و صحفي آخر يتقاضى شهريا أكثر من 20 ألف دج بنسبة 16.66 % أقر بذلك.

فيما يتعلق بجريدة الخبر ، فالأمر لا يختلف كثيرا ، حيث أجاب صحفي 01 بنسبة 33.33 % من مالكي المساكن الخاصة ذا الدخل أكثر من 20 ألف دج أنه يهتم بالألوان كعنصر مهم يجلب القراء إليه، في المقابل نجد صحفي آخر يمثل نسبة 16.66 % يقطن مع عائلته ويتقاضى شهريا أكثر من 20 ألف دج أكد على ذلك، من جهة أخرى نجد صحفيان 02 يمثلان نسبة 66.66 % من ذوي الدخل لأكثر من 20 ألف دج يهتمون أكثر بالصور كعنصر مهم في عملية الإخراج الصحفي وأن الجمهور القراء ينتبهون إليها بسرعة ، كما نجد صحفيان 02 من ذوي الدخل أكثر من 20 ألف دج يقيمون مع عائلتهم أكدوا هذا. فيما يخص العناوين على وجه الصفحة الأولى فقد أجاب صحفي واحد 01 بنسبة 100 % ذو الدخل ما بين 15 و 20 ألف دج أنه يهتم بها شخصيا ، من جهة أخرى نجد 03 صحفيين بنسبة 50 % يقيمون مع عائلتهم يتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج يهتمون أيضا بترتيب العناوين ببنطها وشكلها بطريقة مناسبة يفهمها القراء. أما جريدة النهار الجديد فنجد صحفي واحد فقد يمثل نسبة 16.66 % ذو الدخل يفوق 20 ألف دج أقر باستخدام الألوان على واجهة أعداد الصفحات الأولى من الجريدة ، فيما يخص الصور فقد أجاب صحفيان 02 من مالكي المسكن الخاص

بنسبة 66.66 % والذين يتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج أنهم يهتمون بالصور فقد لأنها أول ما تقع عين القارئ عليها ، من جهة ثانية لدينا صحفي واحد 01 يقيم مع عائلته يحصل عل مبلغ يفوق 20 ألف دج أكد على ذلك ، أما فيما يتعلق بالعناوين فقد أشار صحفي واحد بنسبة 100 % يتقاضى ما بين 15 و 20 ألف دج و لديه مسكن خاص به ألح على ضرورة العناوين باعتبارها مختصرا لأهم موضوعات الجريدة، من جهة أخرى نجد صحفي واحد يمثل نسبة 33.33 % من أصحاب الدخل أكثر من 20 ألف دج أكد على ذلك، فيما يخص الصحفيين المقيمين مع عائلاتهم نجد 04 صحفيين يمثلون نسبة 66.66 % من ذوي الدخل أكثر من 20 ألف دج يهتمون أيضا بمختصرات أهم الأخبار و المواضيع فهم يركزون على أن تصل لذهن القارئ بكل سهولة.

جدول رقم 33: يبين أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي والتي تجذب انتباه القارئ :

مع العائلة	مسكن خاص				مكان الإقامة				الجريدة	
	من 15 إلى 20 ألف		أقل من 10 آلاف		أكثر من 20 ألف		من 15 إلى 20 ألف			الدخل
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	لشروكي
%33.33	02	—	—	—	—	—	01	%50	—	رمز الجريدة
%33.33	02	—	—	—	—	—	—	—	—	العنوان في أعلى الصفحة
%16.66	01	—	—	%66.66	04	—	—	—	—	الصور
%16.66	01	—	—	%33.33	02	—	—	—	—	العنوان الرئيسي
—	—	—	—	—	—	—	01	%50	—	الألوان
%100	06	—	—	%100	06	—	02	%100	—	المجموع
%33.33	02	—	—	%100	02	—	01	%100	—	رمز الجريدة

إن من الواضح أن العين تتحرك بقفزات تليها وقفات وفي كل مرة يدرك القارئ وحدة فكرية لا وحدة لفظية لذا يجب على الصحفي أن يكون حريصا في انتقاء العناصر التيبوغرافية المناسبة فنجد من خلال الجدول السابق صحفي واحد من جريدة الشروق اليومي له سكن خاص به ويتقاضى شهريا من 15 إلى 20 ألف دج يركز على رمز الجريدة لتكون في المقدمة ، في نفس السياق لدينا أيضا صحفيان 02 بنسبة 33.33 % ممن يقيمون مع عائلتهما نوا دخل أكثر من 20 ألف دج أن رمز الجريدة مهم جدا بالنسبة لهما في إعطاء هوية مميزة لجريدتهما، فيما يخص الآن العنوان في أعلى الصفحة فقد أجاب صحفيان 02 بنسبة 33.33 % ذوي الدخل لأكثر من 20 ألف دج يقطنان مع عائلتهما أنهما يهتمان بتوظيف العناوين الفرعية لتقديم مختصر بسيط للقارئ ، أما الصور فقد أجاب 04 صحفيين مثوا نسبة 66.66 % لديهم مساكن خاصة بهم ويتقاضون شهريا مبالغ تفوق 20 ألف دج ، أنها مهمة جدا من حيث لفت الانتباه ، بالمقابل لدينا صحفي 01 نسبة 16.66 % يقيم مع عائلته يتقاضى أكثر من 20 ألف دج أكد على هذا، فيما يخص العنوان الرئيسي أو المانشيت وهو بمثابة الباب إلى إعلام القارئ وجذبه إلى الخبر فقد أجاب صحفيان 02 مثلا بنسبة 33.33 % يقيمون بمفردهما ويتقاضيان شهريا أكثر من 20 ألف دج بضرورة الاهتمام ووضع العناوين على واجهة الصفحة ، ولدينا أيضا صحفي 01 نسبة 16.66 % يقطن مع عائلته ويتقاضى دخل أكثر من 20 ألف دج ، أما الألوان فنجد صحفي واحد 01 فقط ، لديه سكن خاص به ويتقاضى شهريا من 15 إلى 20 ألف دج أكد على ضرورة استخدام الألوان .

وبالحديث عن جريدة الخبر ، والبداية مع رمز الجريدة حيث أجاب صحفي 01 بنسبة 100 % يتقاضى دخل من 15 إلى 20 ألف دج وصحفيان 02 آخرون نوا دخل يفوق 20 ألف دج ولديهم مساكن خاص بهم أكدوا على ضرورة وضع رمز و

شعار الجريدة في مقدمة الصفحة من أجل تعرف القارئ على جريدة المفضلة ويذهب إليها مباشرة، من جهة أخرى نجد صحفيان 02 مثلا نسبة 33.33 % يقطنان مع العائلة ولهما دخل يفوق 20 ألف دج أكدا على ذلك أيضا. فيما يخص العنوان في أعلى الصفحة الأولى من الجريدة نجد ثلاث 03 صحفيين بنسبة 50 % لازلوا يقيمون مع عائلاتهم ويتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج يهتمون بالعنوان ويعتقدون أنه العنصر المهم من بين العناصر التيبوغرافية من حيث جاب انتباه القارئ بحكم موضعه على الصفحة ، أما الصور نجد صحفي واحد فقد نسبته 16.66 % يسكن مع عائلته ويتقاضى شهريا مبلغ أكثر من 20 ألف دج أقر بأهميتها . أما الألوان فقد انعدمت الإجابة حول هذا العنصر من قبل الصحفيين .

أما فيما يخص جريدة النهار الجديد رصد لنا الجدول النتائج التالية :

انعدمت إجابات الصحفيين حول عنصر رمز الجريدة ، أما العنوان في أعلى الصفحة نجد صحفي واحد نسبته 16.66 % يقطن مع عائلته وله دخل يفوق 20 ألف دج يهتم به ويضعه ضمن أولوياته المهنية. أما توظيف الصور من أجل استمالة الجمهور القراء نحو الجريدة نجد ثلاث 03 صحفيين لديهم مساكن خاصة بهم منهم صحفي 01 يتقاضى من 15 إلى 20 ألف دج أقرأ جميعا بتركيز الصحفي على استخدام الصور لأنها أول ما تقع عليه عين القارئ. أما المانشيت أو العنوان الرئيسي على صفحة الجريدة نجد صحفي واحد 01 بنسبة 33.33 % من ذوي المساكن الخاصة و يتقاضى شهريا أكثر من 20 ألف دج أشاد بأهمية وضع العنوان العريض على الصفحة لتقديم أهم مختصرات الموضوعات التي تحويها صفحات الجريدة، في نفس السياق نجد أيضا 04 صحفيين مثلوا نسبة 66.66 % يقطنون مع عائلاتهم ويتقاضون شهريا أكثر من 20 ألف دج أكدوا هذا الأمر .

4- متغير الوضعية المهنية للصحفيين

العلاقة بين الصحفيين والجمهور:

جدول رقم 34 : أخذ اهتمامات الجمهور بعين الاعتبار

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة الإجابة		
متعاقد		دائم		متعاقد		دائم		متعاقد			دائم	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت
%	01	-	09	%100	03	%100	07	-	-	%100	14	نعم
100												
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا
%	01	%100	09	%100	03	%100	07	-	-	%100	14	المجموع
100												

نستخلص من خلال نتائج الجدول البيانات التالية :

بالحديث عن جريدة الشروق اليومي ، يتبين لنا أن كل عينة الدراسة أجابت بأن الصحفيين يأخذون اهتمامات القراء بعين الاعتبار في العمل المهني ، حيث أجاب 14 صحفياً بنسبة 100 % من ذوي المناصب الدائمة في مؤسستهم الإعلامية . نفس الشيء نجده بالنسبة لجريدة الخبر ، حيث أجاب 07 صحفيين دائمين في مناصبهم ، و 03 صحفيين آخرين متعاقدين مع المؤسسة ممن أجابوا جميعاً بنسبة 100 % أنهم أيضاً يهتمون برغبات جمهورهم . ونفس الأمر بالحديث عن جريدة النهار الجديد ، أي أن كل عينة الدراسة أجابت بالإيجاب بنسبة 100 %، حيث نستشف 09 صحفيين دائمين في المؤسسة وصحفي 01 متعاقد أكدوا الأمر.

جدول رقم 35 : يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بالجمهور القراء

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة		
متعاقد		دائم		متعاقد		دائم		متعاقد		دائم		الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
—	—	11.11	01	—	—	%	02	—	—	%	01	إستخدام الألوان
		%				28.57				7.14		
—	—	%	03	33.3	01	%	03	—	—	%	09	رصد الصور المعبرة
		33.33		3		42.85				64.28		
		%		%						%		
%	01	%	05	%	02	28.57	02	—	—	%	04	ترتيب العناوين بشكل مناسب
10		55.55		66.6		%				28.57		
0				6								
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	أمر آخر
%	01	%100	09	%	03	%100	07	—	—	%100	14	المجموع
10				100								
0												

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه :

فيما يخص جريدة الشروق لدينا صحفي واحد 01 دائم قال إن الألوان تجذب عين القارئ لذلك يجب توظيفها لخدمة المضمون، فيما يخص ثاني أهم عنصر تيبوغرافي وهو توظيف الصور، أجاب 09 صحفيين دائمين بأكبر نسبة قدرت بـ 64.28 % وأشادوا بأهمية استخدام الصور خاصة في وسط الصفحة الأولى لما لها من تأثير

على القارئ ، تليها مهمة ترتيب العناوين وتقديمها في شكل يناسب القارئ ، حيث أجاب 04 صحفيين نسبتهم 28.57 % وهم دائمين أيضا في مناصبهم ، على ضرورة الإكثار من العناوين ذات المقدمات البسيطة والواضحة .

فيما يخص جريدة الخبر نجد صحفيين 02 دائمين نسبتهم 28.57 % أكدوا على ضرورة استخدام الألوان لما لها تأثير على عين القارئ ، أما استعمال الصور من أجل جلب القراء إلى الجريدة أجاب 03 صحفيين دائمين بنسبة 42.85 % وصحفي 01 متعاقد نسبه 33.33 % قالوا أن الصور من أهم العناصر التبيوغرافية التي يجب التركيز عليها لتوفير مبيعات كبيرة للصحف، تليها نسبة 28.57 % من الصحفيين الدائمين وصحفيين 02 مثلوا نسبة 66.66 % وهم من فئة المتعاقدين ممن يهتمون بترتيب العناوين وتقديمها للجمهور القراء في طبق يتناسب مع أذواقهم .

وبالحديث عن جريدة النهار الجديد فالأمر لا يختلف كثيرا ، فنجد صحفي واحد 01 بنسبة 11.11 % ، بصفته دائم في منصبه أشاد بأهمية استخدام الألوان ، من جهة أخرى لدينا 03 صحفيين مثلوا نسبة 33.33 % دائمين في عملهم أقرروا بأهمية الصور وضرورة أن تعمل الصورة على جذب أنظار القراء للإقبال على قراءة وحدات الجريدة، وكأكبر نسبة مثلها 05 صحفيين بـ 55.55 % دائمين في مناصبهم وصحفي 01 متعاقد ممن أكدوا على أهمية استخدام العناوين لإحياء كافة جوانب الصفحة .

جدول رقم 36 : أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي

النهار الجديد		الخبر				الشروق اليومي				الجريدة الإيجابية		
متعاقد		دائم		متعاقد		دائم		متعاقد			دائم	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت
—	—	—	—	%50	0	%50	03	—	—	%	03	رمز الجريدة
					2					21.43		
		%	01	%25	0	%	02	—	—	14.28	02	العنوان في أعلى الصفحة
		11.11			1	33.33				%		
		%	04	—	—	%	01	—	—	%	05	الصور
		44.44				16.66				35.71		
%	01	%	04	%25	0	—	—	—	—	%	03	العنوان الرئيسي
10		44.44			1					21.43		
0												
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7.14	01	الألوان
										%		
												عناصر أخرى
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
%	01	%100	09	%100	0	%100	06	—	—	%100	14	المجموع
10					4							
0												

يظهر من خلال الجدول أعلاه دور كل عنصر تيبوغرافي من العناصر المشكلة لبنية الصفحة الأولى من جريدة الشروق اليومي في توجيه القارئ نحو موضوع معين لقراءته ، حيث نجد في مقدمة هذه العناصر الصور بنسبة 35.71 % ، وبعد العنوان الرئيسي وسط الصفحة أهم عنصر تيبوغرافي أيضا يؤدي هذا الدور إلى جانب عنصر العنوان في أعلى الصفحة الأولى للجريدة دون نسيان رمز الجريدة بنسب على التوالي : 21.43 % ، 14.28 % ، 21.43 % ، في حين نجد صحفي واحد 01 أشاد بضرورة التركيز على الألوان داخل الصفحة الأولى ، وللعلم فإن كل صحفيو جريدة الشروق اليومي (عينة الدراسة) هم مهنيون دائمون في مناصبهم.

أما فيما يخص جريدة الخبر فقد سجلنا نسبة 50 % كأعلى نسبة من العينة بحيث أجاب 03 صحفيون دائمون أنهم يركزون وبدرجة كبيرة جدا على رمز الجريدة الذي يعد شعار الجريدة المميزة ، ونفس النسبة سجلت لصحفيين 02 متعاقدين ، يليه عنصر العنوان في أعلى الصفحة ولأهميته أجاب صحفيين 02 نسبتهم 33.33 % دائمين و صحفي 01 متعاقد نسبته 25 % وأنهم جميعا في جريدتهم يركزون عليه بالدرجة الأولى . أما فيما يخص الصور نجد صحفي 01 فقد دائم نسبته 16.66 % أشاد بأهميتها ، وفي الأخير لدينا صحفي واحد 01 أيضا متعاقد أكد بأهمية العنوان الرئيسي .

وبالحديث عن جريدة النهار الجديد فقد تساوى عدد الصحفيين الدائمين بنسبة 44.44 % حول أهمية استخدام الصور والتركيز على العنوان الرئيسي أثناء عملية تصميم وإخراج الصفحة الأولى من الجريدة ، لدينا أيضا صحفي 01 دائم ركز على أهمية العنوان في أعلى الصفحة من أجل جلب انتباه القراء.

أسلوب الإخراج المبدع الذي يتصدر الصفحة الأولى ، واستخدام صورة كبيرة مصاحبة له ، مع نشر موضوع الخبر كاملا بحروف واضحة تحقق شروط المقرئية المطلوبة ، على أن تأخذ بقية الأخبار مكانها على شكل عناوين وملخصات تنقل تفاصيلها الكاملة بالكلمة والصورة إلى الصفحات الداخلية بيسر وسهولة.

كيف للمخرج الصحفي أن يقدم صفحة جذابة ؟

يعتمد نجاح الصحيفة على حسن تنظيم إدارتها ودقة هذا التنظيم وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الإنتاجية في الدار الصحفية بأسلوب أفضل ، وهذه الصلاحيات ومداهها تختلف بين مؤسسة صحفية وأخرى طبقا لإمكانياتها المالية والتقنية وتوجهاتها العامة.⁽¹⁾ ففي إجابات الصحفيين يتضح ما يلي :

يعمل المخرج الفني للصحيفة في إطار حدود معينة أهمها : هيكل الصحيفة ويرتبط به شكل الصفحة وحجمها واتساع الأعمدة وعددها ، ثم المساحة والموقع وطبيعة الإعلانات الواردة للصحيفة . وهناك اعتبارات فنية وعملية واقتصادية ، تتحكم بالهيكل الذي تظهر به صحيفة من الصحف .

ويجب على المخرج أن يتصف بالديناميكية والحيوية والسعي المستمر نحو الأفضل ونحو التجديد ، ويجب عليه أن يعرف أن الصفحة تظل دائما بحاجة إلى أن تكون مفعمة بالحركة والحياة، والقدرة على التصرف إزاء الضغوط الواقعة عليه في العمل ، سيما وهو يعمل ملتزما بمواعيد محددة لإنجاز مهمته ، إضافة إلى كونه قادرا على معالجة كافة الظروف الطارئة في العمل ، ويجب أن يكون حكيما في اتخاذ القرارات المناسبة في لحظات قصيرة ، كما أن عمله يحتاج منه التفكير وإعمال العقل والقدرة على التصور ، والتخطيط والرسم على الورق.

¹ عيسى محمود الحسن ، إخراج الصحف والمجلات ، مرجع سبق ذكره، ص 11.

ولكي تأخذ الصفحة شكلها الجمالي يقوم المخرج بتوزيع الأخبار التي تحتوي على صورة ما ، فلا يضعها بجانب بعضها البعض ، ويحرص على توزيع الصور على الصفحة لإراحة عين القارئ.

في ظل التكنولوجيات الحديثة وحسب ما أدلى به صحفيو جريدة الشروق اليومي، الخبر و النهار الجديد ، أنه في الإخراج الحديث لا يوجد أيّ تعقيد لكي يتعرف القارئ على النص بسهولة والأهم من ذلك أن تكون الفكرة واضحة للقارئ . عموماً يجب على الصحفي أن يتبع أهم القواعد حول تصميم الصفحة وهي :

- 1- تجنب المساحات الكبيرة الموحدة الشكل .
- 2- وضع الصور في القسم الأعلى من الصفحة ، والابتعاد عن أطراف الصفحة .
- 3- عدم وضع عنوانين مجموعتين بحرف من نفس القياس والشكل .
- 4- عدم الفصل بين الموضوع والعنوان ، وهذا يحصل عندما نضع عنواناً ثم صورة ثم نصاً .

5- تجنب نشر المقالات الطويلة في أسفل الصفحة.

6- لا بد وان يكون بمستطاع المخرج الصحفي اختيار المادة الموجودة بين يديه مع استيفائه لشروط النشر .

7- فهم المخرج الصحفي السياسة التحريرية ليكون باستطاعته الاجابة

على سؤالين (ماذا ستنشر ؟) - (كيف تنشر؟).

8- القدرة على غرلة الكم الموجود من المادة في ظل ظروف المساحة المتاحة.

9- والأهم من ذلك على المخرج الصحفي الارتقاء بذوق القراء من خلال تقديم

إخراج يقوم على أسس علمية واضحة.

هل تفكرون في خلق أساليب جديدة للإخراج الصحفي ؟

إنَّ من ملامح التطور الذي شهدته الصحافة مستفيدة من التقنية الرقمية الحديثة (الانترنت) هو ظهور الصحافة الالكترونية، وبالتالي يمكن القول إن الإنترنت قدمت عدة وظائف وفوائد لكل من مهنة الصحافة، وللصحفيين وكذلك للجمهور من وجوه متعددة، وتتمثل أقوى تأثيرات الانترنت في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية وأتاح للباحثين إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل الحر مع القائمين أحدث الإنترنت كذلك تأثيراً على عملية إنتاج وإخراج الصحف، بحيث اختلف حتى دور المحرر ليصبح منتجاً، فبالإضافة إلى الكتابة التحريرية الأساسية فإن المنتجين يقومون بعدة أمور، فهم يعملون على انتقاء المحتوى المنقول من النسخة المطبوعة للصحيفة ثم إعادة تكييفه أو تحريره (2) فقد قدمت الانترنت للصحافة الكثير من الخدمات، وفتحت أمامها آفاقاً متعددة نحو الانتشار والوصول إلى أكبر قدر ممكن من القراء دون اعتبار للحدود الجغرافية والسياسية، كما أنها أضافت إليها مورداً إعلانياً جديداً الأمر الذي يوفر للصحفي كثيراً من الوقت والجهد. وظهر هذا النوع من الصحافة دفعاً بالمصممين والمخرجين الصحفيين إلى إيجاد أنماط وأساليب جديدة لعرض المواد الصحفية مستفيدين مما توافره شبكة الانترنت من تقنيات وخصائص ساعدت في تطور وتقدم فن الإخراج الصحفي فقد أضافت له الحركة والحيوية والتفاعلية.

وهذه التقنية الحديثة التي طالت الكثير من جوانب العمل الصحفي في كثير من صحف العالم العربي والصحف الجزائرية لم تكن باستثناء في ذلك حيث وُظِّفت

4 رؤى عبد الهادي محمد الشخلي ،، تغطية الصحافة الإلكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات دراسة تحليلية لصحفتي : الدستور و الزمان _ ، استكمالا للحصول على شهادة الماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ،2010، ص 06 .

برامج النشر المكتبي³ * وتقنيات الطباعة الحديثة منذ مطلع الثمانينات بشكل واضح خاصة مع تطور البرمجيات وأنظمة تشغيل الحاسبات ، حيث إن الأثر الذي أحدثه استخدام الكمبيوتر وتكنولوجيا النشر المكتبي في الصحف العربية يمكن ملاحظته في أمرين مهمين : الأول وهو التأثير في مستوى وأسلوب العمل داخل الصحيفة ، والثاني التأثير في مستوى النشر الإلكتروني وتخزين واستخدام النصوص والصور المنشورة . فدخل الكمبيوتر ونظام النشر المكتبي إلى الصحيفة اليومية حمل الكثير من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير وغرف الإنتاج والتصميم والإخراج⁽⁴⁾

حيث دخلت صناعة الصحافة مرحلة جديدة تتحكم فيها التقنية الرقمية في مختلف أطرافها وعملياتها بدءاً من إعداد المادة التحريرية ومروراً بتصميم الصفحات وإخراجها، ووفق هذا النظام الجديد للإنتاج الرقمي للصحف سوف تتحد حدود الكلمة والصورة والرسوم والصوت والتي ستعمل معاً وبشكل تفاعلي لإنتاج صفحة جذابة ذات جودة وجمال ودقة.

ولقد تحقق للصحف اليومية (الشروق اليومي ، الخبر ، النهار الجديد) محل دراستنا ذلك ، حيث أجمع كل صحفيو هذه الجرائد أنهم يتطلعون لتجديد طريقة إخراج الصفحة الأولى بحيث تكون أكثر جذابة و بطريقة علمية ، فهذه الرؤية الجديدة حسب رأيهم من شأنها أن تساهم في ترويج أكثر للجريدة و هذا باستخدام أساليب الإخراج الإلكتروني ، وإن نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على حسن إخراج صفحاتها خاصة الصفحة الرئيسية التي تمثل الواجهة الرئيسية لها ، باعتبارها أول ما يقع عليه عين القارئ ، و يجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين

* هذا النظام يقف على رأسه المؤلف أو المحرر وهما يقومان بمهمة إعداد النص ، ثم يأتي دور المصمم الذي يوائم بين المادة المكتوبة و الشكل المناسب لعرضها و يقوم بتنفيذ الإخراج و تحديد الرسومات الايضاحية و الصور المطلوبة و هو الذي يختار نوع الحروف و يحدد الكيفية التي سيظهر عليها المطبوع.

⁴ موقع ومنتدى طلاب التعليم المفتوح

تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصحف الإلكترونية، ويرى آخرون أنَّ (80%) من قواعد تصميم وإخراج المطبوعات يمكن استخدامها في المواقع الصحفية الإلكترونية وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان والفراغات والتباين وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيطتين إلى حدٍ ما ويستخدم مصممو الصحف الإلكترونية العناصر نفسها التي يستخدمها مصممو الإصدارات الورقية تقريباً من عناوين ونصوص وصور وألوان، وفواصل وجداول .

تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب العينة العامة.

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تحليل المعلومات المتحصل عليها عن طريق الاستمارة الموزعة على المبحوثين بمدينة البليدة و تم ذلك حسب العينة العامة.

المحور الأول : محور البيانات الشخصية :

1- الجنس:

جدول رقم (37) : خاص بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	106	% 52.73
أنثى	95	% 47.26
المجموع	201	%100

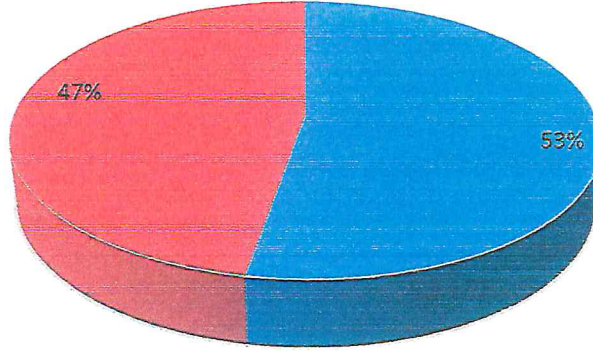
يُظهر الجدول أعلاه توزيع وحدات العينة حسب متغير الجنس بحيث بلغت نسبة

الذكور % 52.73 وهي الحصة الأهم مقارنة بعدد الإناث والذي تمثله نسبة

.%47.26

نسبة الذكور والإناث في عينة الدراسة

■ إناث ■ ذكور



تُظهر النتائج أن نسبة تمثيل الذكور لعينة الدراسة تكاد تتساوى مع نسبة الإناث ، ولم يكن هذا التقارب في النسب مقصود وإنما ظهر نتيجة إلغاء (20) إستمارة منها عند الإناث بسبب نوع من التقصير في مدنا بالمعطيات اللازمة، وعدم إجابة المبحوثات على كل أسئلة الإستبيان لذا لا يمكن إدراجها ضمن البحث.

2- السن:

جدول رقم (38) : خاص بتوزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	فئات السن
%43.78	88]29 - 20]
%33.33	67]39 - 30]
%15.92	32]49 - 40]
%6.96	14]59 - 50]
%100	201	المجموع

يبرز هذا الجدول الكيفية التي تتوزع وفقها وحدات العينة بما يتناسب ومتغير السن ولمعرفة معدل سن الجمهور الممثلين لعينة الدراسة نقوم بحساب المتوسط الحسابي (\bar{X}) وفق المعادلة التالية:

$$\bar{X} = \frac{\sum ciXni}{N} \dots\dots\dots 1$$

مع العلم أن: ci هي مراكز فئات السن وأن ni هي تكرارات الفئات الموافقة وأن N

هو مجموع هذه

$$\bar{x} = \frac{88 \times 24.5 + 67 \times 34.5 + 32 \times 44.5 + 14 \times 54.5}{201}$$

التكرارات فتصبح

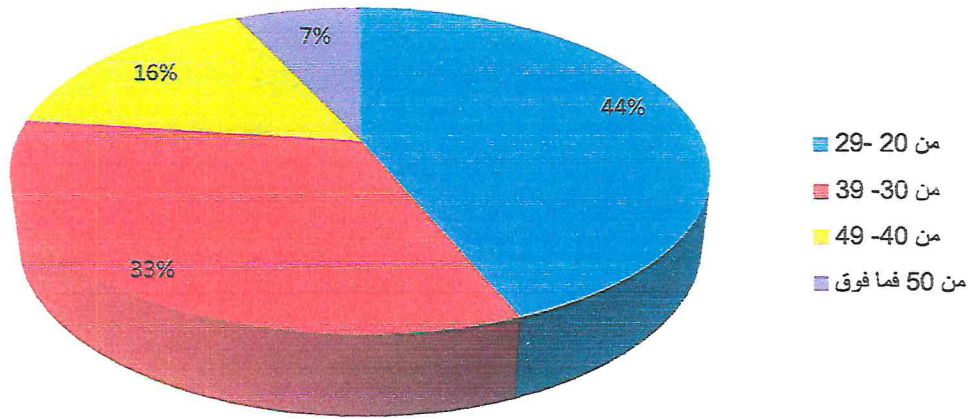
المعادلة 1

كالآتي:

أي أن : $\bar{x} = 33.10$

وعليه فإن متوسط سن العينة هو 33 سنة ، ومنه نستنتج أن متوسط سن الجمهور القراء الذين يطالعون الجرائد الجزائرية اليومية 33 سنة.

البيانات الإحصائية المتعلقة بالسن



ويتضح من خلال هذه القراءة أنّ أغلب المبحوثين يعتبرون طاقات شبابية فيما يتعلق بارتباط متغير السن في دراستنا ، فإن نمط الاستجابات القرائية للجريدة قد أعطى الأفضلية لفئة السن ما بين (29-20) سنة ، بنسبة (43.78%) وهو ما يشير إلى اهتمام فئة الشباب بالمواضيع التي تعرضها الجريدة على اختلافها هذا يعني أن استخدام الجريدة لدى هذه الفئة يحقق إشباعا لرغباتهم و ميولاتهم ، هذه الفئة الشابة والتي تتميز بقدرات اتصالية عالية وكذا بالقدرة على مواكبة التكنولوجيات الجديدة نظرا لحدثة سنّها تستطيع أن تعطينا اتجاهات بناءة ومبنية على أساس فعلي حول موضوع الإخراج الصحفي للصحف اليومية الجزائرية.

3- الأصل الاجتماعي:

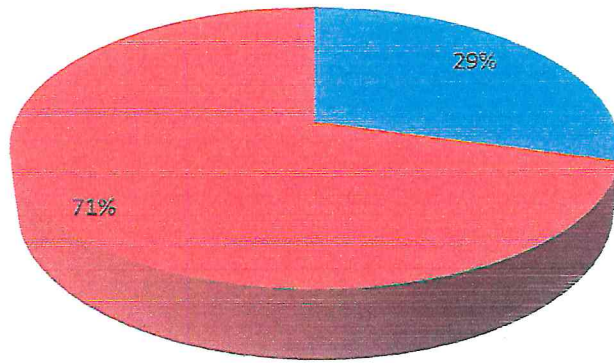
جدول رقم (39) : خاص بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الأصل الاجتماعي:

النسبة المئوية	التكرار	الأصل الاجتماعي
29.35%	59	ريفي
70.64%	142	حضري
100%	201	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة من أصل حضري (المنشأ بالمدينة) ، حيث وجدنا 142 مبحوث مثلوا نسبة 70.64 % من أفراد العينة مقابل 59 مبحوث فقط نسبة 29.35 % للأصل الريفي .

بيانات إحصائية متعلقة بمكان إقامة المبحوثين

■ حضري ■ ريفي



يمكن تفسير هذه النتائج ، كان بوجدنا أن نحيط الدراسة بكل شرائح المجتمع البلدي ، ولكن صعوبة تنقلنا إلى الريف من جهة وكوننا حديثي الإقامة بالمدينة فقد

تعذر علينا ذلك فقد ركزنا في دراستنا على مدينة البليدة فقط وبما أن عينتنا كانت عشوائية فإنه كانت تصادفنا أحيانا أفراد متعددي المنشأ.

4. المستوى التعليمي:

جدول رقم (40) : خاص بتوزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى

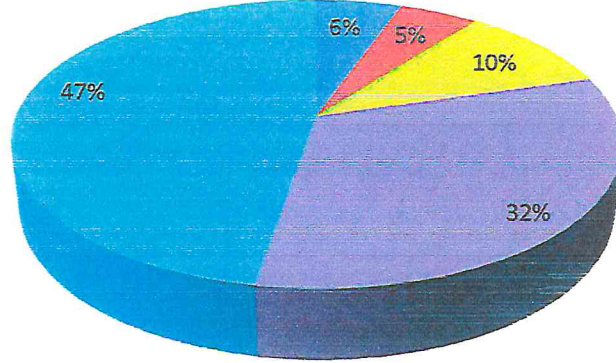
التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
5.47%	11	غير متمدرس
4.97%	10	إبتدائي
9.95%	20	متوسط
32.33%	65	ثانوي
47.26%	95	جامعي
100%	201	المجموع

تُظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي ، حيث بلغ عددهم 95 بنسبة 47.26 % ذوي المستوى الجامعي من حاملي الشهادات من إجمالي عدد المبحوثين ، لتأتي بعدها فئة المستوى الثانوي بنسبة 32.33 % ، أتليها فئة المستوى المتوسط بنسبة 9.95% ، و فئة غير متمدرسين بنسبة 5.47 % . أما بقية العينة والمكونة من 10 أفراد مثلت نسبة 4.97 % تخص فئة ذوي المستوى الابتدائي من التعليم.

بيانات إحصائية متعلقة بالمستوى التعليمي للمبحوثين

جامعي ثانوي متوسط ابتدائي غير متمرس



يُشير هذا الرسم البياني إلى أنّ حاملي الشهادات الجامعية هم الأكثر تناولا وقراءة للجرائد الجزائرية اليومية عن غيرهم من المستويات الأخرى ، ربما يرجع هذا إلى اللغة التي تستعملها الجريدة والتي تتسم بطابع الالتزام من جهة وبساطة إخراجها الصحفي في أحيان أخرى ، وهو ما يفسر تداولها من طرف حاملي الشهادات الجامعية أكثر من غيرهم في المستويات الأخرى.

5- يمثل وظيفة المبحوثين

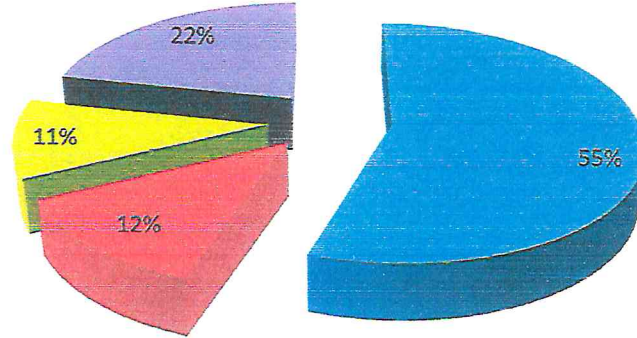
جدول رقم (41) يمثل وظيفة المبحوثين

الجواب	التكرار	النسبة
موظف	111	55.22%
أعمال حرة	25	12.43%
عامل يدوي	21	10.44%
دون وظيفة	44	21.89%
المجموع	201	100%

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن النسبة الكبيرة من المبحوثين هم موظفين بتسجيلهم 111 مبحوث موظف بنسبة 55.22 % ، ليأتي بعدها فئة دون وظيفة و المتكونة معظمها من الطلبة الجامعيين الذين لازالوا يواصلون دراستهم إضافة إلى بعض المبحوثين الذين لا يشغلون أي وظيفة ، و بلغ عددهم 44 مبحوث بنسبة 21.89 % ، كما سجلنا 25 مبحوث بلغت نسبتهم 12.43 % من ذوي الأعمال الحرة ، بينما وجدنا أيضا 21 عامل مثلوا 10.44 % من بين الأشخاص ذوي الأعمال اليدوية المختلفة.

بيانات إحصائية متعلقة بوظيفة المبحوثين

■ دون وظيفة ■ عامل يدوي ■ أعمال حرة ■ موظف



المحور الثاني : عادات القراءة:

قد لا يكون لعادات القراءة علاقة مباشرة بموضوع الإخراج الصحفي ، إلا أن عادات القراءة عند الحديث عن موضوع البحث تعطي مؤشرات معينة يمكن الاستفادة منها فيما بعد بالاستناد إليها في إيجاد علاقة بين المقروئية و الإخراج في الجريدة ، أما الخطوة التالية فستتضمن إحصائيات مبوية في جداول لها علاقة بالأسئلة التمهيديّة التي تضمنتها استمارة الأسئلة حول عادات القراءة.

جدول رقم (42) : يبين مطالعة الجمهور للجرائد اليومية الجزائرية

الجواب	التكرار	النسبة
دائما	54	%26.86
أحيانا	147	%73.13
أبدا	-	-
المجموع	201	%100

أفرزت معطيات الجدول الخاص بمدى مطالعة الجريدة تواجدا ملحوظا للمؤشر الخاص بمطالعة الجريدة "أحيانا" ، وقد يرجع هذا لعدد المفردات الذين يتوافرون على مؤهلات قرائية كافية للتعامل مع مضامين الجريدة بدرجة عالية من السهولة والمرونة ، حيث عبرت (147) مفردة بنسبة %73.13 عن مطالعتها للجريدة أحيانا وبصفة غير منتظمة ، في حين عبرت (54) مفردة بنسبة % 26.86 على قراءاتها للجريدة بصفة دائمة ويومية ، بحيث تم ربط ذلك بمسألة الوقت وليس لاعتبارات أخرى.

جدول رقم (43) يبين جريدة الجمهور المفضلة:

الجواب	التكرار	النسبة
الخبر	76	37.81%
الشروق اليومي	88	43.78%
النهار الجديد	37	18.40%
المجموع	201	100%

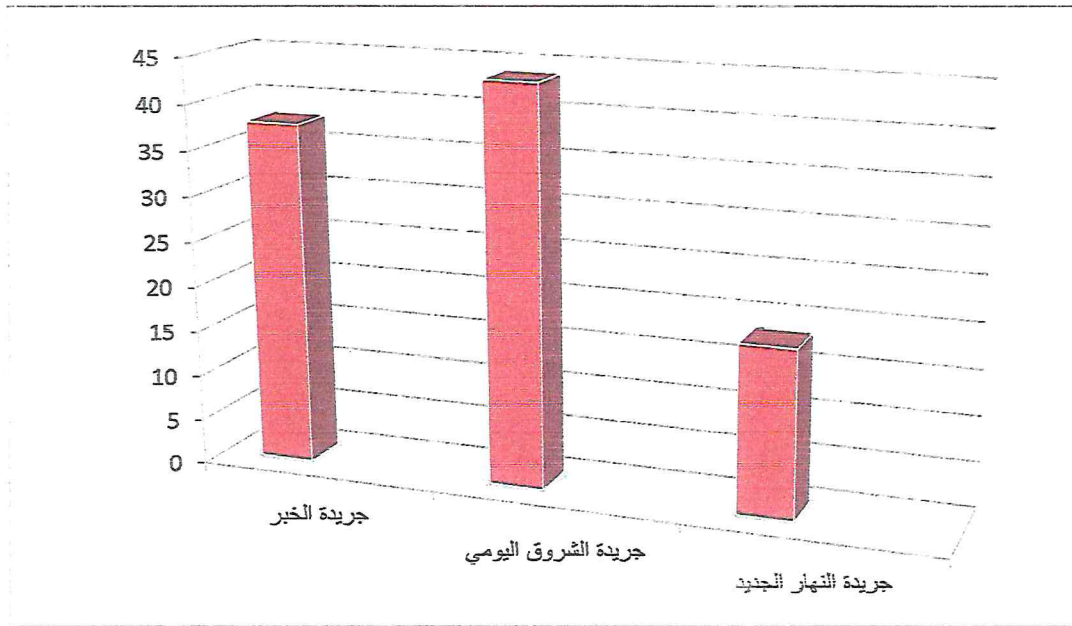
في هذا السؤال أردنا معرفة جريدة الجمهور المفضلة من بين الجرائد الثلاث التي وضعناها محل الدراسة وجاءت إجاباتهم كالتالي :

احتلت جريدة الشروق اليومي المرتبة الأولى من بين أهم الجرائد الموجودة في المجتمع الجزائري ، فقد أجاب 88 مبحوث مثلوا نسبة 43.78 % تفضيلهم لذلك، تليها جريدة الخبر بنسبة 37.81 % ، وجريدة النهار الجديد في المرتبة الثالثة بنسبة 18.40 % .

وربما يرجع سبب ريادة جريدة الشروق لأنّ صفحتها الأولى تعدّ واجهة الجريدة وأهم من باقي الصفحات لأنّها تثير الانتباه وتشدّ القراء إليها ، وتحتوي هذه الصفحة على عناوين مواضيع مهمّة في نظر القارئ أو حسب أجندة الجريدة وخطها الافتتاحي ، فهي بالتالي تحاول ترتيب الأولويات لدى القارئ ، وتركز على صياغة العناوين بشكل كبير، إضافة إلى الصور المثيرة، كما أجمع قراء هذه الجريدة أنّها وصلت إلى درجة كبيرة من المصداقية في نقل الأخبار بشكل آني و مستمر.

على العموم تبقى الصحافة المطبوعة تتصدر وسائل الإعلام الأخرى ،وهذا ما أكدّه الدكتور محمود عبد الرؤوف كامل في بحث قدّمه إلى المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية "أخبار اليوم " يومي 25/23 أكتوبر 2007 ،أكد على أقدمية الصحافة وأنها حسب دراسته تصدرت الصحافة المطبوعة الموضوعات و الوسائل الأخرى بنسبة 40.90 % من إجمالي البحوث الأمريكية و 26.30 % من إجمالي البحوث المصرية و قد فسّر ذلك كون النسب طبيعية تتماشى وأقدمية وسائل الاتصال الجماهيرية من حيث النشأة و الدراسة.(1)

وفيما يلي رسم بياني يمثل أفضلية الجرائد اليومية الجزائرية لدى أفراد العينة :



¹الدكتور محمود عبد الرؤوف كامل ،بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم يومي 25/23 أكتوبر 2007 بعنوان " إتجاهات بحوث الصحافة و الإعلام في أمريكا و مصر- دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدورتي الصحافة و الإعلام الأمريكية و المجلة المصرية لبحوث الإعلام،جامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا،ص 13.

جدول رقم (44) : خاص بطريقة حصول القارئ على الجريدة

الجواب	التكرار	النسبة
شراء	107	53.23 %
إستعارة	46	%22.88
عبر الأنترنت	48	%23.88
المجموع	201	%100

يبين الجدول أعلاه كيفية حصول المبحوثين على الصحف المكتوبة الجزائرية فسجلت بذلك الإجابة شراءها نسبة 53.23 % كأعلى نسبة فيما سجلت نسبة %23.88 ممن يطالعون على أهم الأحداث في المجتمع الجزائري عن طريق شبكة الأنترنت ، أما النسبة المتبقية والمتمثلة في 22.88 % من فئة الذين يستعيرون الجريدة من أشخاص آخرين .

جدول رقم (45) خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أوقات مطالعتهم للجريدة

وقت قراءة الجريدة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	129	% 64.17
مساء	50	% 24.87
ليلا	22	% 10.94
المجموع	201	%100

يلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن أغلب المبحوثين يفضلون مطالعة جريدتهم المفضلة صباحا بنسبة 64.17 % وتأتي الفترة المسائية بنسبة 24.87 % ، أيضا نجد نسبة 10.94 % ممن يفضلون قراءة جريدتهم ليلا .

من خلال ملاحظة الجدول (44) والجدول (45) يمكن استنتاج أن أفراد العينة يبادرون بمطالعة جريدتهم المفضلة فور اقتنائها وهذا ما خلق التزاوج بين تفضيل المبحوثين لقراءة الجريدة صباحا ومن خلال قيامهم بشراء الجريدة.

جدول رقم (46) : خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أماكن تفضيل مطالعتهم للجريدة

مكان مطالعة جريدة	التكرار	النسبة المئوية
مكان العمل	74	36.81 %
البيت	81	40.29 %
مكان عام	46	22.88 %
المجموع	201	100 %

يُظهر الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يقرؤون جريدتهم المفضلة في البيت بنسبة 40.29 % ، تليها نسبة 36.81 % من إجمالي العينة ممن يقرؤون جريدتهم في مكان العمل ، تليها نسبة الذين لا يحبذون قراءة الجريدة في مكان عام وهذا ما تعبر عنه نسبة 22.88 % .

يمكن تقديم تفسير كون أفراد العينة يفضلون قراءة جريدتهم في البيت فمن خلال تحليلنا لإجابات المبحوثين تبين أن 64 فرد من جنس إناث يفضلون قراءة

الجريدة في البيت ، إضافة إلى 17 فرد من جنس ذكر يحبذون قراءة الجريدة حين عودتهم للبيت لأنهم لا يجدون وقتا كافيا لقراءة الجريدة أثناء تواجدهم في مقر عملهم وهذا راجع إلى الرقابة داخل مؤسسة عملهم وعملهم المتواصل .

جدول رقم (47) : خاص بمطالعة الجمهور لجريدهم المفضلة

الجواب "	التكرار	النسبة المئوية
يومية	82	40.79%
أحيانا	112	55.72%
نادرا	07	3.48%
المجموع	201	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 112 فردا من عينة الدراسة يفضلون قراءة جريدهم المفضلة أحيانا بنسبة 55.72 % ، أما نسبة 40.79 % أجابوا أنهم يطلعون على كل ما تقدمه الجريدة يوميا ويتابعون مستجداتها ، أما نسبة 3.48 % من العينة فهم نادرا ما يطلعون الجريدة .

المحور الثالث :علاقة القارئ بالصحيفة اليومية :

جدول رقم (48) : يبين أخذ الصحافة المكتوبة الجزائرية بعين الاعتبار القضايا

المطروحة داخل المجتمع الجزائري :

الجواب "	التكرار	النسبة المئوية
دائما	62	30.84%
أحيانا	116	57.71%
ناذرا	23	11.44%
المجموع	201	100%

يرى أفراد العينة أنّ الصحافة المكتوبة تطرح قضايا تتماشى نسبيا واهتمامات الجمهور القارئ ، فهي بذلك تأخذ أحيانا بعين الاعتبار القضايا المتداولة وسط المجتمع ، حيث يرى 116 فرداً من مجموع العينة أي 57.71% كأكبر نسبة ، أما البقية فقد انقسمت آراءهم بحيث نجد 30.84 % يرون أن الصحافة المكتوبة في الجزائر تأخذ دائما تطلّعات الجمهور وقضاياها المتداولة داخل مجتمعه ، أما البقية فتت 11.44 % قالت أن الصحافة المكتوبة ناذرا ما تطرح القضايا المتداولة وسط المجتمع والتي تهتم بالدرجة الأولى الفرد كعنصر من هذا المجتمع.

وبذلك يمكن القول أن الصحافة الجزائرية اليومية استطاعت أن تعايش الفرد الجزائري بكل أحواله الاجتماعية ومحاولتها طرح مشاغله وإيجاد حلول لمشاكله .

جدول رقم (49) : يبين ايجاد الجمهور الجزائري ما يبحث عنه في جريدته المفضلة

النسبة المئوية	التكرار	الجواب "
62.18%	125	نعم
37.81%	76	لا
100%	201	المجموع

من خلال إلقاء نظرة على الجدول أعلاه يتبين أن قراء الصحف الجزائرية يجنون ما يبحثون عنه في جريدتهم التي اختاروها بنسبة كبيرة جدا بلغت نسبتها 62.18 % ، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن الصحافة المكتوبة الجزائرية بلغت نسبة كبيرة من المصداقية كونها تضع المواطن الجزائري ضمن أولوياتها المهنية، تبقى نسبة 37.81 % ممن لا يجدون ما يبحثون عنه في الجريدة وربما يبررون ذلك لعدم إلمام الصحيفة بكل المجالات وهي _ حسب رأيهم _ لا تستطيع أن تحتل مكانة الوسائل الحديثة والمتطورة .

جدول رقم (50) خاص بالعناصر التي تشد انتباه القارئ نحو جريدته :

الجواب	التكرار	النسبة
مضمون الجريدة	72	35.82%
الإخراج الصحفي للجريدة	79	39.30%
لغة الجريدة	20	9.95%
طريقة معالجة المواضيع	30	14.92%
المجموع	201	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ما يشد انتباه القارئ أكثر في الجريدة هو طريقة إخراجها الصحفي ، حيث أجاب 79 فرداً مثلوا نسبة 39.30 % كأعلى نسبة وأن إخراج الصفحة الأولى هو بوابة الجريدة يدفع القارئ إلى قراءة المزيد من التفاصيل في مضمونها لذا أجاب 72 فرداً من مجموع العينة بلغت نسبتهم 35.82 % أنهم يهتمون بمضمون الجريدة ، تليها فئة التي تهتم بطريقة معالجة الصحفيين لأهم المواضيع بنسبة 14.92 % ،

أما ما تبقى من أفراد العينة وهم يمثلون نسبة 9.95 % ممن أكدوا على أهمية اللغة المعتمدة من قبل الجريدة لما لها من أهمية في ربط المرسل والمتلقي بمجريات الرسالة الإعلامية.

إن تظهر أهمية الإخراج الصحفي للصفحة الأولى من الجريدة ، فالإخراج بالنسبة للجريدة غير منفصل عن مضمون المادة المنشورة بها بل على العكس فهو شديد

الارتباط بهذه الأخيرة بحيث يمكن للأشكال المختلفة أن تعطي لنفس المضمون إichاءات متباينة بالنسبة للقارئ.

جدول رقم (51) : يبين مدى احترام الصحافة المكتوبة الجزائرية لمبادئ العمل المهني :

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كامل	26	12.93%
نسبي	109	54.23%
نوعا ما	66	32.83%
المجموع	201	100%

يرى الباحثين أن الصحف الجزائرية التي يقرؤونها تحترم مبادئ العمل المهني بشكل نسبي بنسبة 54.23% ، لتليها نسبة 32.83% بالنسبة للذين يرون أنها تحترمها نوعا ما ، بينما سجلت فئة الذين يعتقدون أنها تحترم المبادئ المهنية بشكل كامل نسبة 12.93%.

يمكن القول أن بالرغم من كل ما آلت إليه الصحافة المكتوبة الجزائرية من تطور إلا أنها لازالت يشوبها نوعا من الشوائب واللامصداقية لذا نجد أكثر أفراد العينة لزالوا يشككون في مصداقيتها وهذا ما يفسر عدم إجماع الباحثين على أنها تحترم مبادئ العمل المهني بشكل كامل وجاءت بأقل نسبة.

والحقيقة أن سر تطور الصحافة المكتوبة لا يكمن في كثرتها وإن كانت كثرتها تدل على صحتها _ ولكنه يكمن في نوعية الرسالة التي تحملها وفي العلاقة التي تنشأ

بينها وبين قراءها وتربط بينها بالود والإخلاص والاحترام المتبادل وهو ما يعبر عنه بمصادقية الصحافة .

جدول رقم (52): خاص بتفاعل القارئ أثناء قراءته للجريدة

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
مجرد متلقي	113	56.22%
مشارك فعال	33	16.42%
ناقد	55	27.36%
المجموع	201	100%

يكون القارئ عند مطالعته للصحف المكتوبة مجرد متلقي و ذلك بتسجيل هذه الإجابة نسبة 56.22% ، في حين يكون بعض الباحثين ناقدين لها من خلال تسجيلهم نسبة 27.36% ، بينما تكون مشاركتهم معها بنسبة قليلة لا تتجاوز 16.42%.

حيث يمكن تفسير هذه النتائج المحصّل عليها أن الجمهور الجزائري أثناء تعرضه للجريدة لا يكون له رد فعل بحيث يصبح مجرد متلقي ومستهلك فقط للمادة الإعلامية المقدمة له، وهذا راجع إلى ثقافة الجمهور المحدودة في كل المجالات، يعكس بعض الفئات ذوي المستوى العالي ممن تكونت لهم روح النقد والتعليق تجاه بعض القضايا ومنهم أيضا من يقوم بالرد أو إبداء رأي معين أو رفض فكرة ما فيصبح مشارك فعال بكتاباته وتدخلاته المستمرة وهذه فئة نادرة في مجتمعنا.

جدول رقم (53): يمثل ترتيب القارئ للمواضيع التي يفضلها حسب الأولوية :

أهم الموضوعات	النسبة المئوية
السياسية	15.92%
الإخبارية	15.42%
الرياضية	14.92%
الدينية	14.42%
الإجتماعية	11.94%
الثقافية	9.45%
الطبخ وشؤون المنزل	9.45%
التساوية	4.47%
العلمية	3.98%
المجموع	100%

شكلت المضامين السياسية و الإخبارية أهم المواضيع المطروحة من طرف الصحافة المكتوبة بنسبة 15.42 % وهذا ما توصل إليه الدكتور يوسف تمار في دراسته نظرية **Agenda setting** إلى أنه المجال الأكثر حرماناً للتناول و من بين الطابوهات و المحرمات، فأصبح الفرد الجزائري على علم بخبايا السلطة و عملها، أسماء صانعي القرار، .. الأشياء التي لم يكن ليطلع عليها إلا من خلال المناقشات الاحتمالية و الإشاعات، و عليه وجدت الصحافة في هذا المجال، ثروة

يمكن استغلالها لمعرفة و توجيه الجمهور الجزائري، لكن سرعان ما تميّعت القضايا السياسية أمام الإتشغالات اليومية للفرد الجزائري، فأصبحت أغلبية اهتماماته خارج المسائل السياسية و الأيديولوجية (الحياة الاجتماعية و الاقتصادية، و قضايا السكن ..)، و عليه تغيرت وظيفة الصحافة المكتوبة و أصبح البعد السياسي في مضامينها، جزء فقط موجه إلى فئة من القراء ممن هم أكثر تكويناً و أكثر اندماجاً في قضايا السياسة العامة من المنخرطين في الجماعات السياسية أو الأحزاب، أما البقية فهي عبارة عن مضامين ذات طابع عام من رياضة ودين و الشؤون الإجتماعية كما هو موضح في الجدول أعلاه.

جدول رقم (54) : خاص بدرجة اهتمام الجمهور بالقراء بالشكل الخارجي للجرية

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	145	72.14 %
لا	56	27.86 %
المجموع	201	100 %

تُظهر لنا نتائج الجدول أعلاه أن 145 فرداً من مجموع العينة والتي سجلت 72.14 % كأعلى نسبة أنهم يهتمون بشكل أو بالأحرى بتصميم الجريدة ، حيث تكون لهذه الأخيرة أهمية قصوى في عملية اقتناءها وشراءها لما تحتويه من عناصر ومختصرات لما هو موجود داخلها (المضمون)، لتليها نسبة ضئيلة تمثلت في 27.86 % ممن لا يهتمون بشكل الجريدة ويذهبون لمحتواها مباشرة.

جدول رقم (55) : خاص بأهم العناصر التي يركّز عليها الجمهور عند

اقتناء جريدته

النسبة المئوية	التكرار	الجواب "
53.73%	108	الصفحة الأولى
35.32%	71	محتوى الجريدة
10.94%	22	الصفحة الأخيرة
100%	201	المجموع

إنّ طريقة الإخراج لها دور هام في خلق ظروف إدراك الرسالة الإعلامية و التفاعل معها فإذا كانت الصفحة بسيطة و هادئة في إخراجها فان ذلك يدفع القارئ إلى شراء الجريدة وهذا ما أكدته نتائج الجدول (55) ، حيث وكما هو مبين أكثر من نصف أفراد عينتنا والبالغ عددهم 108 فرداً والتي قدّرت نسبتهم بـ 53.73% يهتمون ويركزون على محتويات الصفحة الأولى لما تحتويه من عناوين و صور... قد تؤدي بالقارئ إلى اقتناء الجريدة دون تردد، ثم نجد أيضا فئة أخرى تركز على مضمون الجريدة مباشرة ولا تكثر لصفحتها الأولى طالما أنها اعتادت على نفس الإخراج وجاء هذا بنسبة 35.32% ، ثم في الأخير هناك فئة قدّرت نسبتها بـ 10.94% ممن يركزون على الصفحات الأخيرة من الجريدة لما تحتويه في الغالب على الرسومات الكاريكاتورية و بعض الأخبار المهمة ، لكن هذا بنسبة قليلة جدا مقارنة بالنسب السابقة الذكر .

المحور الرابع: طريقة تصميم الصفحة الأولى وعلاقتها بجذب الانتباه

في الجريدة

جدول رقم (56): خاص بتوزيع أفراد العينة حسب درجة انتباههم إلى الصفحة

الأولى من الجرائد اليومية الجزائرية

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	176	87.56 %
لا	25	12.43 %
المجموع	201	100 %

من خلال الجدول رقم (56) فإن عدد أفراد العينة الذين تجذب انتباههم

الصفحة الأولى من الجريدة هم أغلبية مقدره بنسبة 87.56 % مقابل 12.43 %

من مجموع العينة الذين لا تجذبهم طريقة تصميم الصفحة الأولى من الجريدة وهذه

النسب تدل على أن طريقة تصميم الصفحة الأولى من الجريدة تؤدي وظيفة جذب

الانتباه إلى الجريدة ، فالصفحة الأولى تجعل القارئ يشعر بأن العناصر التي أمامه

هي التي تتحرك . وبالتالي تتحقق وظيفة الإخراج الصحفي المرتبطة بجذب انتباه

القارئ إلى الجريدة. وهذا يعني أن الحركة تأتي من التصميم .

لقد سبق وأن تم التطرق في المرحلة السابقة إلى أن العناصر

التيوغرافية المشكلة لبنية الصفحة الأولى من الجريدة لها دور في زيادة المقروئية

العامة للجريدة وتتم إثارة إهتمام القارئ من خلال استثارة رغبته في مطالعة موضوع

معين عن طريق إبرازه وإعطاءه أهمية شكلية دون غيره من حيث المساحة وحجم

الحروف و العنوان واتساع سطوره و مصاحبة الصور للموضوع وتلوين أرضيته ...

و هي التي تمثل البيئة الأساسية التي تشكل أدوات المخرج الصحفي و تساعد على ترجمة التصميم الخاص بصفحات المطبوعة ... وكلها أمور تبيين للقارئ الأهمية الأساسية والجوهرية لعملية الإخراج الصحفي .

فمن الطبيعي كخطوة موائية التساؤل حول نمط هذه العناصر الإخراجية التي تؤدي إلى زيادة درجة الانتباه إلى الجريدة ومقروئيتها العامة. هذه العناصر تظهر مبنوية ضمن الجداول التالية :

جدول رقم (57) خاص بتوزيع العينة حسب درجة انتباههم للعوامل التيبوغرافية في الصفحة الأولى من الجريدة

العوامل التيبوغرافية للصفحة الأولى	التكرار	النسبة المئوية
رمز الجريدة	35	19.88%
العنوان الرئيسي	72	40.90%
الصورة في وسط الصفحة	44	25%
الإعلانات	16	9.09%
ألوان الصفحة الأولى	09	5.11%
المجموع	176	100%

من خلال الجدول السابق نجد أن أهم عنصر تيبوغرافي يجذب الانتباه إلى الصفحة الأولى من جريدة هو العنوان الرئيسي في وسط الصفحة الأولى وهذا ما يدل عليه مؤشر نسبة 40.90% ، ويأتي تأثير الصورة الرئيسية في وسط الصفحة الأولى للجريدة في المرتبة الثانية بنسبة 25% ، يليه مباشرة عنصر رمز الجريدة

بنسبة 19.88 % ، فيما يبقى تأثير العناصر التيبوغرافية الأخرى على جذب الانتباه محدودا ، جاء على التوالي :نسبة الإعلانات قدرت بـ 09.09 % وعنصر الألوان على الصفحة بـ 05.11 %.

ويعد العنوان العريض أو الرئيسي من الخصائص المميزة للصفحة الأولى في كثير من صحف العالم، كما يمكن استخدامه أيضا في بعض الصفحات الداخلية، ويتمتع العنوان العريض بقوة جذبه لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه نظرا لاتساعه الكبير وحجم حروفه الكبيرة أيضا. و الاستخدام المستمر للعنوان العريض على الصفحة الأولى يكسب الصحيفة الشعبية والإثارة و التي تنعكس عليها بالإيجاب.

جدول رقم (58) : خاص بمدى تأثير العناصر التيبوغرافية على اختيار الجمهور للجريدة

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	155	77.11%
لا	46	22.88%
المجموع	201	100%

رأينا في الجدول رقم (57) أهم العناصر التيبوغرافية التي تجذب انتباه القارئ ، وكما هو مبين في الجدول أعلاه نلاحظ أن هذه العناصر تساهم وبشكل كبير في اختيار القارئ لجريدته ، حيث أجاب 155 فرداً بنسبة 77.11 % بالإيجاب ، ومثلت البقية نسبة 22.88 % التي نفتت ذلك .

إذن تؤكد نتائج هذا الجدول صحة ما تم التوصل إليه سابقاً كون العناصر التيبوغرافية سبب في زيادة مقروئية الجرائد اليومية من قبل أفراد العينة التي تشكل بنية الصفحة الأولى من الجريدة. وللتأكد من صحة النتائج السابقة فقد تضمن وثيقة الأسئلة سؤالاً حول ما إذا كانت العوامل التيبوغرافية المشكلة لتصميم الصفحة الأولى من الجريدة قد جعلت القارئ يختار موضوعاً ما يقرؤه وقد تم تبويب النتائج ضمن الجدول الآتي:

جدول رقم (59) خاص بدور العناصر التيبوغرافية في جعل القارئ يُقدم على

قراءة موضوع ما :

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	168	83.58%
لا	33	16.42%
المجموع	201	100%

إن الجدول أعلاه يعطي مؤشرات حول تأثير طريقة تصميم الصفحة الأولى وبنيتها المشكلة من عناصر تيبوغرافية في كونها تدفع القارئ إلى اختيار موضوع ما بشكل من التفصيل ، حيث أكد على ذلك 168 فرداً قُدرت نسبتهم بـ : 83.58% ، من جهة أخرى نفي 33 فرداً أنّ هذه العناصر لا تؤثر في اختيارهم مواضيع يقرؤونها في الجريدة ، ومنه نستنتج أنّ للعناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى للجريدة تساهم وبشكل كبير في اختيار القراء لأهم المواضيع الموجودة داخل الجريدة حيث أكد الجدول أعلاه أن الفرد لا ينظر إلى الجريدة فقط بل يقرؤها أيضاً .

جدول رقم (60) خاص بتأثير شكل العنوان في اختيار الجريدة :

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	165	%82.08
لا	36	%17.91
المجموع	201	%100

العنوان هو الباب المؤدي إلى إعلام القارئ ، وجذبه لقراءة الخبر ، والصحيفة التي تنشر أفضل الأخبار وتقدمها تحت أسوأ العناوين لا تستطيع كسب القراء فالعنوان نصف الخبر وقد يكون الخبر كله. ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن للعنوان دور كبير في جعل القارئ يذهب إلى الجريدة فور قراءته للعناوين وقد أكد على هذا 165 فرد نسبتهم 82.08 % بالمقابل ينكر حوالي 36 فرد أن العناوين لا تكون سببا في اقتناء الجريدة

جدول رقم (61) : خاص بتوزيع الخصائص الشكلية للعنوان كعنصر تيبوغرافي يؤدي وظيفة جذب انتباه القارئ

النسبة المئوية	التكرار	الجواب
47.87%	79	حجم العنوان
13.33%	22	امتداد العنوان
15.15%	25	كثافة لون العنوان
23.64%	39	شكل خط العنوان
100%	165	المجموع

ما يمكن ملاحظته بشكل واضح عند قراءة الجدول أعلاه هو أن العامل الشكلي الذي يجعل عنوان الصفحات مثيرا للانتباه هو حجم العنوان حيث أكد على ذلك غالبية العينة منهم 79 فرد بنسبة 47.87 % ، يليها شكل خط العنوان بنسبة 23.64 % ، ثم تأتي بقية الأشكال بنسب متقاربة على التوالي : كثافة لون العنوان بنسبة 15.15 % ، امتداد العنوان بنسبة 13.33 % .

فثمة علاقة طردية بين هذه العناصر وحجم العنوان، فكلما زادت هذه العناصر عددا ومساحة، وجب زيادة أحجام العناوين المنشورة على الصفحة نفسها، الأمر الذي يساعد على بروز العنوان ليقوم بوظيفته الاتصالية من جهة، وبوظيفته التيبوغرافية المتعلقة بإحداث التوازن مع العناصر الثقيلة الأخرى على الصفحة كالصور والرسوم والإعلانات من جهة أخرى.

جدول رقم (62) : يمثل أهمية الصورة في الصفحة الأولى في جذب انتباه

الجمهور القراء :

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	180	%89.55
لا	21	%10.44
المجموع	201	%100

يرى التيبوغرافيين وخبراء الإخراج الصحفي أن اختيار الصورة الفوتوغرافية الصالحة للنشر هي الخطوة الأساسية والأولى في نجاح هذا العنصر المهم وتأديته لمهمته الصحفية على الوجه الأكمل. والصورة التي نعينها هنا هي تلك الصورة التي تنطق بالمعنى، وتتم للقارئ إحاطته بالنبأ. ومن ثم فإن عملية اختيار الصورة الصالحة للنشر تخضع لعدة اعتبارات صحفية وفنية ، وهذا الجدول يبين أن غالبية الأفراد أي ما يعادل 89.55 % يرى أنّ الصورة عنصر مهم جدا في جذب انتباههم للجريدة خصوصا ما توسط منها الصفحة ، أما ما تبقى بنسبة ضئيلة جدا ترى أنّ الصورة على الصفحة الأولى لا تجذب انتباههم وإنما هناك عناصر أخرى أكثر أهمية.

جدول رقم (63) : خاص بتوزيع الخصائص الشكلية للصورة كعنصر تيبوغرافي

يؤدي وظيفة جذب انتباه القارئ

النسبة المئوية	التكرار	العوامل التيبوغرافية التي تجعل الصورة عنصرا يجذب الانتباه
20%	36	مساحة الصورة
48.88%	88	شكل الصورة
15%	27	الصورة الملونة
16.11%	29	تأطير الصورة
100%	180	مجموع

من خلال قراءة معطيات الجدول أعلاه يتضح أن العوامل التيبوغرافية التي تجعل الصورة المدرجة في الصفحة الداخلية للجريدة عنصرا يجذب انتباه القارئ هو شكل الصورة وطريقة إخراجها تمثلت بنسبة 48.88 % ، يليها عامل مساحة الصورة حيث أجاب 36 فردا بنسبة 20 % على أهمية ذلك ، وكذا تأطير الصورة أي وضع الصورة في إطار بنسبة 16.11 % ، أيضا كون الصورة ملونة أي إخراجها بالألوان وهذا ما تشير إليه نسبة 15 % .

على العموم يبقى شكل الصورة ومساحتها على الصفحة من العوامل التيبوغرافية المؤثرة في جعل الصورة عنصرا جذابا على وجه الصفحة لانتباه القارئ، أما ما تبقى من العوامل وهي تأطير الصورة والصورة الملونة فدرجة جذبها للانتباه تبقى دون المتوسط .

وبما أن شكل الصورة أكثر العناصر التيبوغرافية جذبا للانتباه القارئ فقد حاولنا طرح تساؤل حول: أي شكل صورة يكون الأكثر جذبا للانتباه ؟ ويستعرض الجدول التالي الإجابة عن هذا التساؤل على الشكل الآتي:

جدول رقم (64) خاص بشكل الصورة الأكثر جذبا للانتباه

النسبة المئوية	التكرار	شكل الصورة الأكثر جذبا للانتباه
4.44%	08	دائري
28.33%	51	مربع
55.55%	100	الصورة المفصلة
11.66%	21	الصورة ذات التدرج الظلي
100%	180	المجموع

يقولون دائما الصورة لا تكذب، لأنها تقوم بتجميد لحظة من الزمن قد تكون عابرة، وقديما منذ أن اخترع التصوير والعالم يتقبل الصورة كحقيقة واقعية وأمر واقع. فمن خلال الجدول أعلاه يمكن القول بأن شكل الصورة الأكثر جذبا للانتباه القارئ هو الصورة المفصلة أي عندما تكون حافة الصورة أو حدودها هي حدود البناء الجسدي لأصاحب الصورة ويؤثر شكل الصورة هذا بحوالي 55.55 % في جذب انتباه القارئ إليها في الجريدة، كذلك أكد 51 فرداً بنسبة 28.33 % أنّ الصورة عندما يكون إخراجها بشكل مربع وسط الصفحة يلفت الانتباه بشكل لا بأس به ، فيما يبقى تأثير العنصرين الآخرين: أقل من المتوسط بالنسبة لشكل الصورة ذات التدرج الظلي بنسبة 11.66 %، ومحدود بالنسبة للشكل الدائري 4.44% .

كخلاصة لنتائج الجداول: (57) ، (61) ، (62) ، (63) ، (64) فإنه

يمكن القول بأن:

العناصر التيبوغرافية من: العنوان الرئيسي ، والصور ، رمز الجريدة ... تعتبر وظيفية وتؤدي دورها في جذب انتباه القارئ. لذلك يجب أن تتحد هذه العناصر في تادية الهدف الرئيسي للجريدة وهو الاحتفاظ بالقارئ ، لأن الشخص الذي يكتفي بقراءة العناوين ومشاهدة الصور لا يستطيع الإلمام بالموضوع إماما كاملا ، لأن العنوان لا يمكن أن يتجاوز عددا معيناً من الكلمات ، وبالتالي لا يمكنه نقل كل التفاصيل ، كما أن الرسالة التي تحملها الصورة الصحفية . أيا كان نوعها قد يفهمها القارئ بشكل ناقص أو خاطئ إذا لم يصاحبها تعليق عليها .

ومن العوامل التي تجعل العنوان يؤدي هذا الدور هو حجم العنوان والذي يؤثر على درجة الانتباه ، أما بالنسبة للصورة فإن العوامل المؤثرة في جعلها أكثر جذبا للانتباه هي إخراجها بشكلها المفصل و المربع خاصة عندما تتركز الصفحة . أما السؤال الموالي فكان حول : هل الصورة بأشكالها السابقة تأخذ بالقارئ إلى موضوع ما يقرأه بشكل من التفصيل؟

جدول رقم (65) : خاص بدور الصورة في جعل القارئ يُقدم على موضوع ما

يقرأه من الجريدة.

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	180	%89.55
لا	21	%10.45
المجموع	201	%100

يُظهر الجدول أعلاه دور الصورة في جعل القارئ يذهب مباشرة إلى محتوى الصورة داخل الجريدة ليتعرّف أكثر على الموضوع بشيء من التفصيل حيث أجاب بالإيجاب أغلبية أفراد العينة والمقدر عددهم بـ 180 فرداً سجلت نسبتهم بـ 89.55 % ، وما تبقى من العينة مثلوا نسبة 10.45 % جاءت إجابتهم بالنفي ، أي أنّهم عند ملاحظتهم للصورة على وجه الصفحة الأولى من الجريدة ليس بالضرورة أن تأخذهم لقراءة موضوع ما .

أصبح لدى الصورة وظيفتها الإخبارية التي نافست بها الكلمة في الصحافة الحديثة . فمهما كانت الكلمات نافذة ومؤثرة، فالصور أقدر على ربط المضمون بالحياة. و يتفق التيبوغرافيون على أنّ الصور اللافتة للنظر ربما تكون أفضل وسيلة لجذب عين القارئ إلى الصحيفة، حيث يمكنها تسجيل أهم لحظات الحدث، فيرى القارئ من خلالها ما يعنيه من تفاصيل الحدث .

وثمة قاعدة تيبوغرافية تقول: إنّ صورة على صفحة - سواء كانت إخبارية أو نقطة خاصة - تعد النواة التي يتم حولها تصميم صفحة جذابة.

جدول رقم (66) : الخاص بوضع المادة المنشورة في إطار يجذب انتباه

القراء إليها:

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	148	73.63%
لا	53	26.36%
المجموع	201	100%

الجدول أعلاه يبيّن لنا أنّ الإطارات التي تحيط ببعض الأخبار من عدة جهات ، من العناصر التيبوغرافية لها موقعها على الصفحة ، حيث أشاد بهذا 148 فرداً من مجموع العينة بنسبة 73.63 % ، وأن هذه الإطارات تلفت نظر القارئ فينجذب إليها بسرعة ، في المقابل نفى حوالي 26.36 % ذلك.

الإطارات وهي عبارة عن مساحات رابعة تحيط بمادة مطبوعة معينة وتفصلها عن سائر المواد الأخرى وهي تعتبر من العناصر التيبوغرافية المهمة كونها ترتبط في ذهن القارئ بإبراز بعض المواد المهمة، أو أن ما يكتب داخلها لا بد أن يكون مهماً.

جدول رقم (67) : خاص بوضع المادة المنشورة في إطار تأخذ القارئ إلى قراءتها :

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	148	73.63%
لا	53	26.36%
المجموع	201	100%

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الإطارات تعطي أهمية خاصة للموضوع ، كما تستخدم للإشارة إلى بعض الموضوعات التي يتضمنها عدد الصحيفة ، وقد أكد هذا 73.63 % من جل العينة وأنها تجذب انتباهه كونها تشير إلى البيانات والأخبار الهامة أو الموضوعات الغريبة التي يجب قراءتها . أما بقية العينة قدرت بـ 26.36 % فقد نفت هذا كله.

جدول رقم (68): الخاص باحتواء الجريدة على الإعلانات تدفع القارئ إلى

اقتناء المنتج

النسبة المئوية	التكرار	الجواب
%67.66	136	نعم
%32.33	65	لا
%100	201	المجموع

الإعلان رسالة تهدف إلى ترويج سلعة أو خدمة أو فكرة. والإعلانات المطبوعة تشغل مساحة كبيرة من الصحف والمجلات، فمن خلال هذا السؤال أردنا معرفة ردة فعل القراء عند ملاحظتهم الإعلان كونه عنصراً مكوناً للصفحة الأولى من الجريدة سواء تصدر الصفحة أو كان أسفلها ، والجدول أعلاه يظهر أنّ قارئ الجريدة عند رؤيته للإعلان يتأثر به ويقتني المنتج وأثبت ذلك 136 فرداً بنسبة 67.66 % ، أي أنهم سرعان ما يشاهدون الإعلان على الصفحة يشتركون المنتج مباشرة ، والعكس أكدته نسبة 32.33 % وأنهم لا يتأثرون بالإعلانات داخل الجريدة.

جدول رقم (69): خاص بالعوامل التي تجعل القارئ يفتني منتج الإعلانات

في الجريدة

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
عنوان المنتج	32	23.52%
النص الإعلاني	38	27.94%
إسم المعلن	17	12.5%
مساحة الإعلان	10	7.35%
صورة المنتج	39	28.67%
المجموع	136	100%

رأينا سابقاً أنّ الجمهور القراء يفتني المنتج فور ملاحظته له ، وارتأينا أن نتعرف أكثر حول أهم العوامل الحقيقية وراء ذلك ، ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين أن أهم عامل يجعل القارئ يشتري المنتج الذي تعرضه الجريدة هو بالدرجة الأولى صورة المنتج الذي تقع عليه عينه فتؤثر هذه الصورة في نفسيته فيقوم بعملية الشراء قدرت نسبتها بـ 28.67 % .

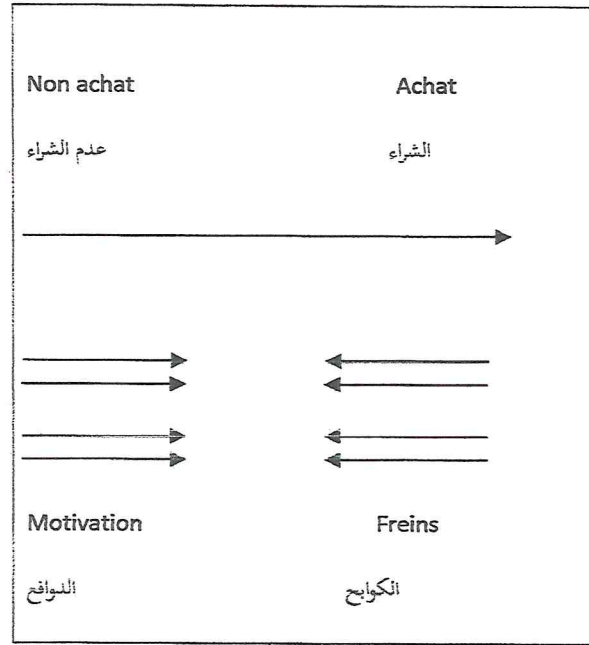
وفي هذا الشأن نجد مداخلة الأستاذ " إبراهيم بعزيز، " في ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول ثقافة الصورة"، تحت عنوان "أثر الصورة الاشهارية على ثقافة المتلقي وقيمه" بجامعة المدية، يوم 4 جوان 2010 وهو يقول :

" إن الاعتقاد بأن الصورة الإشهارية تهدف للترويج فقط للسلع و زيادة إقبال الناس عليها، و تغيير سلوكياتهم الشرائية، هو اعتقاد خاطئ، حيث أنها تسوق بنفس الدرجة أو أكثر، مجموعة من القيم و الثقافات المرتبطة ارتباطا وثيقا بمنتج السلعة، و تعمل جاهدة على جعل المشاهدين يتبنون سلوكيات معينة ، و يتبعون نمط ثقافي معين، و تجعلهم كذلك يتبعون سلما من القيم الثقافية و الدينية معدة سلفا لهذا الغرض، بجانب غرض الترويج و زيادة البيع.

ثاني عامل وهو مهم أيضا وهو النص الإعلاني ، ربما لا تكفي الصورة وحدها إذا لم يصاحبها نص أو تعليق لشرح هذا المنتج وتقديم بعض التفاصيل حوله أو طريقة استعماله مثلا ... بنسبة 27.94 %، يليها عامل آخر مهم ألا وهو عنوان المنتج نفسه فقد يؤثر على القارئ بنسبة 23.52 % ، وما تبقى من عوامل نرصدها على التوالي : إسم المعلن (صاحب الإعلان ، شخصية أو شركة ...) بنسبة 12.50 % والمساحة المخصصة للإعلان بنسبة 07.35 %

مما سبق نستخلص أنّ الإعلان يصل إلى الجمهور عن طريق أشكال متعددة من وسائل الاتصال. وتشمل هذه الوسائل الصحف اليومية والمجلات ، حيث تشتري الجهات المعلنه مساحات في الصحف والمجلات لتتشر إعلاناتها خصوصا والمؤسسة الصحفية تعيش بمداخل الإشهار وليس بمبيعاتها ، لكن لا ينبغي للإشهار أن يحتل المساحات المخصصة للإعلام ، إذ لا يجب أن تتجاوز 30 % من مساحتها، ومخالفة هذه القاعدة يؤدي حتما إلى الاعتداء على حق القارئ في الإعلام كما يجبر الجريدة على إلغاء بعض الأركان الأساسية فيها ، للأسف

صحافتنا لا تلتزم بهذه القاعدة ، فهناك صحف لها مثلا 03 صفحات من الإشهار وأخرى لها أكثر من هذا العدد. لكن المهم أن تكون لدى القارئ الدافع القوي لاقتناء المنتج فإذا كانت الدوافع تعمل على تنشيط دافع من الدوافع للقيام بسلوك الشراء، فإنّ الموانع هي الأخرى تعتبر خاصية جدّ مهمّة، إذ تعمل هذه الأخيرة على تجنب المستهلك لتبنيه لفعل الشراء، وهذا ما يبيّنه الشكل التالي (3)



شكل رقم (01) يوضّح علاقة الدوافع والموانع بسلوك الشراء

1_حنان شعبان ، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقّي _دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجزائريين_ مرجع سبق ذكره،ص 58.

جدول رقم (70) خاص بدرجة تأثير وضوح القراءة على اختيار القارئ للجريدة

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	186	%92.53
لا	15	%07.46
المجموع	201	% 100

من خلال الجدول رقم (70) فإن هناك علاقة تربط درجة وضوح القراءة باختيار الجريدة وهذا ما تدل عليه نسبة 92.53 % والتي تشير أن درجة وضوح القراءة عامل مؤثر جدا في اختيار الجريدة ، فاهتمامات القارئ يتم التحكم فيها أحيانا عن طريق اختيار الموضوعات و الأفكار المختلفة وليس فقط عن طريق حجم معين أو شكل معين من الحروف الطباعية وكل هذا يتعلق بالدرجة الأولى بعملية الفهم لدى القارئ ، فمن الممكن أن نجد كل العوامل الطباعية والإخراجية المتعلقة بوضوح الرؤية أو القراءة متوفرة على رأس الصفحة ، ومع ذلك يستعصي على القارئ فهم هذه العناصر وهذا يتعلق أساسا بطبيعة اللغة المستخدمة . بالمقابل نجد نسبة 07.46 % من أفراد العينة يجدون صعوبة في قراءة الصفحة من الجريدة وبالتالي ينصرفون عنها..

جدول رقم (71) الخاص بتوزيع العناصر التيبوغرافية وفق نمط تأثيرها في

وضوح قراءة الجريدة اليومية

البياض بين الأعمدة	البياض بين سطور الحروف	شكل خط الحرف المتن	كثافة لون حرف المتن	حجم حرف المتن	العوامل التيبوغرافية نمط التأثير في وضوح القراءة
48.75 %	64.18 %	88.55 %	49.75 %	67.16 %	تأثير إيجابي (+)
51.24 %	35.82 %	11.44 %	50.24 %	32.83 %	تأثير سلبي (-)
% 100					المجموع

من خلال نتائج الجدول فإن مختلف العناصر التيبوغرافية في الجريدة اليومية المفضلة عند قراءة الجرائد : "الشروق اليومي أو الخبر ، النهار الجديد " تؤثر بالإيجاب على عامل وضوح القراءة ، لدينا أكبر نسبة مسجلة قدرت بـ 88.55 % من أفراد العينة ممن يرون أنّ شكل الخط الذي يكتب به حرف المتن يؤثر بشكل

كبير إيجابا على وضوح القراءة ، ، ثاني عامل مهم يؤثر أيضا على وضوح القراءة بشكل إيجابي : حجم حرف المتن بنسبة 67.16 % ، تليها عامل البياض بين سطور الحروف بنسبة 64.18 % .

بحيث تعد حروف المتن الوسيلة الرئيسية في عملية الاتصال من بين العناصر التيبوغرافية الأخرى التي تشترك في البناء التيبوغرافي للمطبوعة (صحيفة)، ويعد حجم البنت 10 (حسب الدراسة الميدانية) حجما مثاليا لجمع حروف المتن في الصحيفة، وذلك في الحروف التي تتمتع بالمواصفات القياسية لحرف المتن، وهذه الأحجام هي أحجام معيارية شائعة الاستخدام، ولكنها قد تزيد أو تنقص قليلا حسب نوع الخط المستخدم في جمع حروف المتن ، وعامة يؤدي البياض بين السطور دورا هاما في توضيح العناصر التيبوغرافية ، فترك بياض مناسب حول العنصر التيبوغرافي يسهم في إضاءته، كما أنه يريح عين القارئ، ولذا ينصح التيبوغرافيون باستخدامه بقدر مناسب دون مبالغة حول العناصر التيبوغرافية الثقيلة.

من جهة أخرى وما يلفت الانتباه في الجدول أيضا هي النسب 51.24 % و 50.24 % والتي تعبر على التوالي على أهم العناصر التيبوغرافية التي تجعل القراءة غير واضحة في الجريدة وهي البياض بين الأعمدة والمساحة المخصصة له و كثافة لون حرف المتن و التي تعتبر كلها عوامل تيبوغرافية تؤثر بطريقة سلبية على درجة وضوح القراءة.لذا يُنصح رؤساء تحرير الجرائد أخذ هذه العوامل بعين الاعتبار والحذر منها.

جدول رقم (72) خاص بدرجة تأثير وضوح القراءة على استمرار القارئ في متابعة قراءة الصفحة من الجريدة

استمرار متابعة قراءة الصفحة مرتبط بوضوح القراءة	التكرار	النسبة المئوية
يؤثر	134	66.66%
لا يؤثر	22	10.94%
أحيانا	45	22.39%
المجموع	201	100%

من خلال الجدول رقم (72) فإن هناك علاقة قوية تربط درجة وضوح القراءة باستمرار متابعة القارئ لقراءة الصفحة في جريدته المفضلة وهذا ما تدل عليه نسبة 66.66% والتي تشير أن درجة وضوح القراءة عامل مؤثر في استمرار قراءة الصفحة، أما نسبة الذين أجابوا بالنفي وأن درجة وضوح القراءة من عدمها لا تؤثر في متابعتهم لقراءة الصفحات بنسبة ضئيلة تمثلت في 10.94% ، وما تبقى من نسبة 22.39% أجابوا أن وضوح القراءة أحيانا يؤثر في مواصلة واستمرار القراءة وأحيانا أخرى لا يؤثر.

وبما أن النتيجة التي تم التوصل إليها سابقا من خلال معطيات الجدول رقم (71) هي أن أغلبية أفراد العينة يرون أن القراءة واضحة وبسيطة في الجرائد الثلاثة محل الدراسة فإن خلاصة ما تشير إليه قيم الجدول رقم (71) والجدول رقم (72) هي أن أغلب أفراد العينة لا يجدون صعوبة في قراءة الصفحة من الجريدة ويحبذون متابعة قراءة الصفحة أو صفحات الجريدة تحت تأثير درجة وضوح قراءة كبيرة وكافية.

يعطي ما سبق من نتائج مؤشرات تقود إلى نتيجة مفادها أنّ تيبوغرافيا الإخراج في الجرائد السابقة الذكر تؤدي وظيفة جعل قراءة هذه الصحيفة واضحة كما أنها تؤثر إيجابا و سلبا على مقروئية الجريدة .

علاقة الصفحة الأولى بمطالعة الجريدة اليومية

جدول رقم (73) : يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بطريقة تصميم الصفحة

الأولى

المجموع		ناذرا		أحيانا		يومية		مطالعة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الجريدة الإيجابية
87.56	176	5.11	9	55.11	97	39.77	70	نعم
12.43	25	4	1	48	12	48	12	لا
100	201							المجموع

من خلال الجدول يظهر أن هناك علاقة طردية بين درجة انتباه القراء إلى طريقة تصميم الصفحة الأولى من الجريدة أي مجمل العناصر التيبوغرافية التي تشكل بنية الصفحة الأولى من الجريدة، ومدى مقروئيتها، فأغلب القراء الذين يطالعون الجريدة أحيانا بلغت نسبتهم 55.11 % تجذبهم العناصر التيبوغرافية التي تشكل تصميم الصفحة الأولى من الجريدة ، أما الذين يطالعون الجريدة بصفة يومية وتجذبهم أيضا طريقة تصميم الصفحة الأولى بلغت نسبتهم 39.77 % ، وما تبقى من نسبة 5.11 % فهي نسبة الذين أجابوا أنهم يطالعون جريدتهم ناذرا ، في نفس الوقت تجذبهم طريقة تصميم الصفحة الأولى من الجريدة.

وهذا يعني أن العناصر التيبوغرافية المشكلة لبنية الصفحة الأولى من جريدة تؤثر في زيادة نسبة المقروئية عموما ، وتؤدي دورها في جذب الانتباه إلى الصفحة

الأولى من الجريدة ، وهذه الوظيفة -جذب الانتباه- تؤدي إلى اختيار الجريدة من قبل القارئ.

إن الجدول أعلاه يعطي مؤشرات حول تأثير طريقة تصميم الصفحة الأولى وبنيتها المشكلة من عناصر تيبوغرافية محددة ضمن الجريدة المفضلة لدى القارئ، على مقروئية هذه الأخيرة إلا أن العكس قد يحصل بمعنى أنه يمكن أن تكون "درجة المقروئية" السبب و"الانتباه إلى الصفحة الأولى" من الجريدة هو النتيجة وللتأكد من صحة النتائج السابقة فقد تضمن وثيقة الأسئلة سوآلا حول ما إذا كانت العوامل التيبوغرافية المشكلة لتصميم الصفحة الأولى من الجريدة قد جعلت القارئ يطالعها وقد تم تبويب النتائج ضمن الجدول الآتي:

الجدول رقم (74) : يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى المفضلة.

المجموع		ناذرا		أحيانا		يوما		مطالعة الجريدة الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
18.18	32	0	0	8.52	15	9.66	17	شعار الجريدة
25	44	1.70	3	13.63	24	9.66	17	الصور
41.47	73	2.84	5	24.43	43	14.20	25	العنوان الرئيسي
5.68	10	0	0	3.98	7	1.70	3	الألوان
9.66	17	0	0	5.11	9	4.54	8	الإعلانات
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	176							المجموع

يُظهر الجدول أعلاه أنماط العناصر التيبوغرافية من الصفحة الأولى ودورها في مدى مقروئية الجريدة، بحيث تبرز النسب دور العناوين الرئيسية من الصفحة الأولى في زيادة مقروئية الجرائد حيث يساهم العنوان الرئيسي وسط الصفحة الأولى في زيادة نسبة مطالعتها اليومية بنسبة 14.20% ومطالعتها أحيانا بنسبة 24.43% مما يعني أنه يساهم في زيادة المقروئية العامة للجريدة .

وتساهم الصور على الصفحة الأولى من الجريدة في زيادة مقروئيتها بحيث تساهم المطالعة اليومية للجريدة بنسبة 9.66% ومطالعة الجريدة أحيانا بنسبة 13.63% مما يعني أنه يساهم في زيادة مقروئيتها العامة ، من خلال هذه النتائج فإن العناوين الرئيسية في الصفحة الأولى من الجريدة تؤدي دورا وظيفيا في زيادة

مدى مقروئية الجريدة على عكس العناصر التيبوغرافية الأخرى والتي يبقى دورها الوظيفي جد محدود ولا يؤثر على مقروئية الجريدة .

جدول رقم (75): يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة.

المجموع		نادرا		أحيانا		يومية		مطالعة الجريدة الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
82.08	165	4.24	7	53.93	89	41.82	69	نعم
17.91	36	8.33	3	55.55	20	36.11	13	لا
100	201							المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ للعنوان دور كبير في جعل القارئ يذهب إلى الجريدة فور قراءته للعناوين وهذا الأخير يجعل القارئ يطالع جريدته يوميا ، وقد أكد على هذا 69 فرد نسبتهم 41.82 % ، أيضا نجد القراء الذين يطالعون الجريدة أحيانا يجذبهم العنوان على وجه الصفحة الأولى بنسبة كبيرة 53.93 % ، بينما القراء الذين يطالعون جريدتهم نادرا يجذبهم العنوان أيضا لكن بنسبة ضئيلة قدرت بـ 4.24 %

العنوان هو الباب المؤدي إلى إعلام القارئ ، وجذبه لقراءة الخبر ، والصحيفة التي تنشر أفضل الأخبار وتقدمها تحت أسوأ العناوين لا تستطيع كسب القراء . فالعنوان نصف الخبر وقد يكون الخبر كله. ومن شأنه أيضا أن يزيد من مقروئية الجريدة . وفي الجدول الموالي سنتمكن من معرفة أي شكل العنوان يساعد على زيادة المقروئية أكثر.

جدول رقم (76) يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بالعوامل التي تجعل

العنوان جذابا من الناحية الشكلية

المجموع	أبدا		أحيانا		يومية		مطالعة الجريدة شكل العنوان حجم العنوان امتداد العنوان كثافة ألوان العنوان شكل الخط الذي يكتب به العنوان عوامل أخرى المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	
47.87	79	1.21	2	25.45	42	21.21	35
13.33	22	0	0	9.09	15	4.24	7
15.15	25	2.42	4	6.06	10	6.66	11
23.63	39	0.60	1	13.33	22	9.69	16
0	0	0	0	0	0	0	0
%100	165						

e ملاحظة : هذا السؤال لم يجب عليه 36 مبحوث، وبالتالي سنعمد في تحليل الجدول على 165 مبحوث

ما يمكن ملاحظته بشكل واضح عند قراءة الجدول أعلاه هو أن العامل الشكلي الذي يجعل عنوان الصفحة الأولى مثيرا للانتباه هو حجم العنوان وهو يزيد في مطالعة الجريدة ومقروئيتها بنسبة 25.45 % ، أيضا شكل الخط الذي يكتب به العنوان يساهم بنسبة 13.33 % في مقروئية الجريدة أحيانا ، وللاشارة فإن مختلف هذه العناصر من امتداد العنوان، كثافة لون العنوان، تحقق تقريبا نفس درجة انتباه قراء الجريدة للعنوان فيما يبقى حجم العنوان هو أهم خاصية تميز هذا العنصر التيبوغرافي وتجعله يجذب انتباه القارئ .

يعد حجم العنوان من وسائل التمييز التيبوغرافي الهامة للعناوين المنشورة

على صفحات الصحيفة، فمن المتفق عليه أنه كلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبها لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه ، فثمة علاقة طردية بين هذه العناصر وحجم العنوان، فكلما زادت هذه العناصر عدداً ومساحة، وجب زيادة أحجام العناوين المنشورة على الصفحة نفسها، الأمر الذي يساعد على بروز العنوان ليقوم بوظيفته الاتصالية من جهة، وبوظيفته التبيوغرافية المتعلقة بإحداث التوازن مع العناصر الثقيلة الأخرى على الصفحة كالصور والرسوم والإعلانات من جهة أخرى .

الجدول رقم (77): يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بجذب الصورة للانتباه.

المجموع		أبداً		أحياناً		يومية		مطالعة الجريدة الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
89.05	179	3.98	8	48.26	97	36.81	74	نعم
10.94	22	0.99	2	5.97	12	3.98	8	لا
100	201							المجموع

إن الصورة الصحفية تقف جنباً إلى جنب مع الحروف (حروف المتن والعناوين) في نقل الرسالة الإعلامية من خلال صفحات الصحيفة إلى القراء، فإذا كانت الحروف تستمد أهميتها من كونها تحمل مضمون الرسالة الإعلامية، فإن الصورة تسهم _ دون شك _ بفعالية في توصيل ذلك المضمون مع المتن والعنوان بطريقة أفضل، إذا أحسن اختيارها.

فمن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ الصورة على الصفحة الأولى تجذب القراء

للجريدة بصفة عامة وأنها تساهم بمطالعة الجريدة ، وهذا ما أكده 97 مفردة من العينة وأنها أحيانا تدفعهم لمطالعة ما تحويه الجريدة وذلك بنسبة 48.26 % ، أما نسبة 36.81 % فأجابت أنّ الصورة على واجهة الصفحة الأولى تجذب انتباههم وبالتالي تزيد من مقروئية الجريدة يوميا ، وما تبقى من نسبة ضئيلة تمتأت في 3.98 % قالوا أنهم بالرغم من أن الصورة تجذب انتباههم إلا أنهم يطالعون الجريدة نادرا.

الجدول رقم (78): يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بجذب شكل الصورة للانتباه.

المجموع		نادرا		أحيانا		يوميا		مطالعة الجريدة شكل الصورة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
4.44	8	0	0	2.22	4	2.22	4	دائري
28.33	51	1.11	2	14.44	26	12.77	23	مربع
55.55	100	2.22	4	32.22	58	21.11	38	الصورة المفصلة
11.66	21	1.11	2	6.11	11	4.44	8	الصورة ذات التدرج الظلي
0	0	0	0	0	0	0	0	شكل آخر
100	180							المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين أنّ الصورة المفصلة وهي الصورة التي تعبّر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية المنشورة ، فقد تنشر صورة

شخص معيّن مع حديث أو تصريح له، تزيد من مطالعة الجريدة أحيانا بنسبة 32.22 % ،بينما تزيد من مطالعتها يوميا بنسبة 21.11 % ونسبة ضئيلة ممن يطالعونها ناذرا. فيما يخص الشكل الإخراجي الثاني للصورة التي تجذب القارئ نجد شكل مربع بنسبة 14.44 % وبالتالي زيادة مقروئية الجريدة أحيانا، ونسبة 12.77 % يوميا. وما تبقى من أشكال الصورة من شكل دائري ، والصورة ذات التدرج الظلي تبقى تأثيرهما ضئيل وأحيانا يؤثران في زيادة مطالعة الجريدة.

وما يمكن قوله أنّ الصورة تعدّ عنصرا رئيسيا لمساعدة الصحافة على النجاح تبعاً لدورها في جذب انتباه القراء ، وتقديم أشكال إخراجية تداعب حاسة الابصار لدى القراء ، وإضفاء الجمال والحيوية لصفحات الصحف. والحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وهذا ما أكده رأي الناقد الفرنسي (رولان بارت) حيث يقول: (إننا نعيش في حضارة الصورة)

الجدول رقم (79): يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة بوضع المادة المنشورة في إطار.

المجموع		أبدا		أحيانا		يوميا		مطالعة الجريدة الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
73.63	148	3.98	8	39.30	79	30.35	61	نعم
26.37	53	0.99	2	14.92	30	10.44	21	لا
100	201							المجموع

المُلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ وضع المواد الإعلامية في إطار قد يزيد من مقروئية الجريدة أحيانا بنسبة 39.30 % و بنسبة 30.35 % يوميا ، وبذلك تمثل الإطارات وسائل مهمة في إطار السعي إلى إبراز بعض الوحدات الطباعية ، و ما بداخل الاطارات يشير إلى أهمية خاصة من القراء وذلك بارتباطها ببعض الأخبار المهمة والجديدة ، كون القارئ قد تعود أن يقرأ ما تحمله الإطارات من أنباء وبالتالي تأخذه إلى مطالعة الجريدة يوميا ، لذلك تسعى الصحف دائما أن تتوع في وضع الإطارات شرط أن لا تتعدد كي لا تشوه الصفحة.

الجدول رقم (80): يبين علاقة مطالعة الجريدة المفضلة باحتوائها على الإعلانات.

المجموع	أبدا		أحيانا		يوميا		مطالعة الجريدة الإيجابية	
	ت	%	ت	%	ت	%		
66.16	133	3.98	8	33.83	68	28.35	57	نعم
33.83	68	0.99	2	20.39	41	12.43	25	لا
100	201							المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أنّ بعض الجمهور القراء يقتنون الجريدة اليومية لاحتوائها على الإعلانات وبالتالي زيادة مطالعة الجريدة أحيانا بنسبة 33.83 % و المطالعة اليومية بنسبة 28.35 % .

ما يجب قوله أن وظيفة الإخراج الأولى هي نقل المعلومات و الأخبار إلى القارئ ،
 ويبدأ عادة بتجميد الإعلانات ، وقد ابتكرت نظرية إعلانية في الولايات المتحدة
 الأمريكية تسمى **Flex Form** اللويبي ، وهي تعرض إعلاناتها في الصفحة من
 تحت إلى فوق ثم بعدها يبدأ المخرج في رسم الصفحة ، وقد بدأت فعلا هذه الفكرة
 في التنفيذ وبالتحديد في صحيفة **Cowrier Express** ، والإعلانات ليست
 شيئا جديدا في الصحافة ولكن الجديد هو القفزة التي عرفتتها من الصفحات الداخلية
 إلى الصفحة الأولى . يبقى المهم أن هناك اتصالا مستمرا بين الإعلان و التحرير
 لتحقيق الوحدة في الإخراج وهذه مهمة المخرج بالدرجة الأولى.

العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى لها علاقة بسمات الجمهور : (الجنس ،
 السن ، المستوى الدراسي)

(1) العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى لها علاقة بسمات الجمهور: (الجنس)

الجدول رقم (81): يبين علاقة سمات الجمهور بطريقة تصميم الصفحة الأولى

حسب الجنس

المجموع	أنثى		ذكر		الإجابة	الجنس
	%	ت	%	ت		
87.56	42.28	176	45.27	91	نعم	
12.43	4.97	25	7.46	15	لا	
100		201			المجموع	

استقطبت مضامين الصفحة الأولى نسبة محققة من الاستجابات القرائية لفئة
 الذكور من قراء الجريدة اليومية بلغت نسبتها 45.27 % ، أما الإناث فقد بلغت الـ
 42.28 % .

وهذه المعطيات توحى إلى ما وصل إليه الإخراج الفني في الجرائد اليومية، ويؤكد أنّ وظيفة الإخراج الصحفي تتمثل في توجيه القارئ للموضوعات التي يعتقد أنها تستحق اهتمامه بصفة أساسية ، وهو الأمر الذي يوجب على الصحيفة دائما اكتشاف المسائل ذات القيمة بالنسبة للقارئ .

الجدول رقم (82) : يبين علاقة سمات الجمهور بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى حسب الجنس .

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس العناصر التيبوغرافية
	ت	%	ت	%	
18.18	32	10.79	19	7.38	شعار الجريدة
25	44	14.20	25	10.79	الصور
41.47	73	16.47	29	25	العنوان الرئيسي
5.68	10	1.70	3	3.97	الألوان
9.65	17	5.11	9	4.54	الإعلانات
0	0	0	0	0	أخرى
100	176				المجموع

أفضت معطيات الجدول أعلاه نسب متفاوتة فيما يخص العناصر التيبوغرافية المشكّلة للصفحة الأولى من الجريدة وأهميتها بالنسبة لفتي الذكور و الإناث ، وقد تبين أنّ أهم عنصر تيبوغرافي على وجه الصفحة الأولى هو العنوان الرئيسي وهو مصدر اهتمام لكلا الجنسين ، حيث قدرت نسبته لدى الذكور 25 % والإناث 16.47 % ، أيضا نجد عنصر الصورة يجد أهميته وإقبالا من طرف الذكور حيث أقر 19 فرد من مجموع 176 من العينة بنسبة 10.79 % ، والأمر لا يختلف كثيرا بالنسبة لفئة الإناث ، فهنّ أيضا يهتمن بالصور في الجريدة كونها

عنصرا فعلا يجذب اهتمامهنّ بنسبة 14.20 % ، بالإضافة إلى شعار الجريدة فالإناث يبقين وفيات لجريدتهنّ المفضلة . أما عن باقي العناصر فلم تجد استحسانا كبيرا لكلا الجنسين و يبقى تأثي رها محدودا لا يتجاوز 3.97 % بالنسبة للذكور و 1.70 % نفئة الإناث هذا بالنسبة للألوان .

وما يمكن قوله بهذا الشأن هو أنّ عين القارئ تعودت على العنوان العريض (الرئيسي) لما له من إثارة و اهتمام لديه ، وأنه (العنوان) يستخدم في كثير من الأحيان في إبراز أهم المناسبات و الأحداث على جميع الأصعدة المحلية والدولية ، لكن يجب على الصحيفة الجزائرية و نخص بالذكر_ الشروق ، الخبر ، و النهار الجديد_ أن تكون على نهج واحد وثابت في استخدامه شريطة أن تحافظ على أهم الملامح التي تشكل هوية و شخصية الصحيفة.

الجدول رقم (83): يبين علاقة سمات الجمهور بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة حسب الجنس .

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس الإجابة	
	%	ت	%	ت		
82.08	165	42.78	86	39.30	79	نعم
17.91	36	4.47	9	13.43	27	لا
100	201					المجموع

شكل العنوان نعني به ذلك الشكل الذي تظهر به حروف العنوان بعد الطباعة . وكلما كان شكل الحرف بسيطا، جاء العنوان أكثر وضوحا على الصفحة ،فمن خلال هذا الجدول أردنا معرفة دور هذا الشكل في جذب انتباه الجنسين من عينتنا وكما

هو موضح فإن نسبة كبيرة من الإناث و المقدره بـ 42.78 % تهتم بقراءة عناوين المادة الإعلامية و بالتالي قراءة محتوى الجريدة ككل ، نفس الشيء لدى فئة الذكور فهم يهتمون أيضا بالعنوان الذي يعتبر أداة وصل بين الصفحة الأولى و مضمونها بنسبة 39.30 % .

وما يمكننا قوله أن للعنوان بصفة عامة دور كبير لا يمكن انكاره فهو يقول للقارئ هذا الخبر أو الحدث يهمك بدرجة كبيرة ، وهذا معناه أن يتضمن أهم ما في الخبر أو الموضوع ، ويربط صلة قرابة بينه وبين القارئ ويظهر هذا في مكانته على الصفحة وكذا لونه وحجمه ...

الجدول رقم (84): يبين علاقة سمات الجمهور بالعوامل التي تجعل العنوان جذابا من الناحية الشكلية حسب الجنس .

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس شكل العنوان	
	%	ت	%	ت		
47.87	79	24.24	40	23.63	39	حجم العنوان
13.33	22	6.66	11	6.66	11	امتداد العنوان
15.15	25	9.09	15	6.06	10	كثافة ألوان العنوان
23.63	39	12.12	20	11.51	19	شكل الخط الذي يكتب به العنوان
0	0	0	0	0	0	عوامل أخرى
100	165					المجموع

رأينا في الجدول السابق أنّ شكل العنوان يجذب القراء (ذكور / إناث) إلى المواد الإعلامية المنشورة وأردنا من خلال هذا السؤال الغوص أكثر بنوع من التفصيل ومعرفة أيّ شكل من أشكال العنوان له دور كبير في جذب الانتباه، وكما هو مبين أعلاه فإنّ حجم العنوان الواضح على متن الصفحة الأولى من الجريدة هو العنصر الأهم بالنسبة للقراء ، وعليه فقد أجمعنا كل من الذكور و الإناث بنسب جد متقاربة قدرت بـ 23.63 % لدى الذكور و 24.24 % بالنسبة للإناث . أما عن باقي الأشكال الأخرى للعنوان فجاءت بنسب متفاوتة . على كل حال يبقى حجم العنوان من وسائل التمييز التيبوغرافي المهمة للعناوين الموجودة على وجه الصحيفة ، وكما هو معروف كلما فائته كلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبها لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه .

الجدول رقم (85) : يبين علاقة سمات الجمهور بجذب الصورة للانتباه حسب الجنس .

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس الإيجابية
	%	ت	%	ت	
89.05	43.28	179	45.77	92	نعم
10.94	3.98	22	6.96	14	لا
100		201			المجموع

أقرا كلا الجنسين من ذكور وإناث العينة بلغت نسبتهما 89.05 % بأنّ للصورة أهمية كبيرة في جذب انتباه القارئ للجريدة ، وذلك في اشتراكها مع الكلمة في نقل الرسالة الإعلامية ، وأنها أحد أهم العناصر التيبوغرافية الأساسية التي تستعمل في

تثبيت أركان الصفحة وجذب انتباه القارئ وتوجيه حركة عينه وفقاً لما تتطلبه طبيعة الأخبار و الموضوعات المنشورة .

وهذا ما أكدته مركز التأثير البصري C.V.I لعالم النفس B.Skinner عام 1941 حول سلوك الرؤية خاصة عملية الجذب الابتدائي المبدئي لعين القارئ إلى صفحة ، حيث يقول " Skinner " أن السطح الموحد (غير متنوع) لا يحدد للمشاهد أسلوباً محدداً للتحرك داخله ، وعلى النقيض إذا وضعنا فوق هذا السطح نقطة مفردة من لون أو شكل أو حجم متباين ، فسوف تتحرك العين في اتجاه النقطة وتتوقف هناك _ على الأقل _ بشكل مؤقت ، وإذا وضعت نقطة ثانية في الصفحة (التصميم) في الوقت نفسه فسوف يتم تعزيز التأثير ، وتميل العين إلى التحرك من نقطة إلى أخرى، خالقة عنصرى التصميم الأساسيين : الإنتباه و المساحة و الملاحظة النهائية لـ " Skinner " على سلوك الرؤية هذا أنه كلما زاد المصمم من عدد نقط الجذب وكررها يضعف تأثير التصميم الكلي لزيادة عدد نقاط الجذب.(4)

الجدول رقم (86) : يبين علاقة سمات الجمهور بشكل الصورة حسب الجنس

المجموع	أنثى		ذكر		شكل الصورة	الجنس	
	ت	%	ت	%			
	8	4.44	5	2.77	3	1.66	دائري
	51	28.33	22	12.22	29	16.11	مربع
	100	55.55	52	28.88	48	26.66	الصورة المفصنة
	21	11.66	8	4.44	13	7.22	الصورة ذات التدرج

⁴ إيد الصقر ، تصميم الصحافة المطبوعة و إخراجها ، مرجع سبق ذكره ، ص 134

0	0	0	0	0	0	شكل آخر
100	180					المجموع

رأينا فيما سبق أن للصورة أهمية كبيرة لدى قراء العينة (ذكور / إناث) في جذب انتباههم إلى الجريدة ، ومن خلال هذا الجدول أردنا معرفة أي شكل للصورة يلتفت انتباه الجنسين أكثر ، ولقد أفرز الجدول أن شكل الصورة المفصلة هو الأكثر جاذبية للذكور و الإناث معا بنسب متقاربة حيث أكدت فئة الإناث ذلك بنسبة 28.88 % ، أما الذكور بنسبة 26.66 % . في حين تبقى أشكال الصورة الأخرى ذات التأثير المحدود.

على كل حال يبقى وضوح شكل الصورة ، وهو ما يتناسب مع حجمها المعمول ، وما يتناسب أيضا مع أهميتها هو عامل أساسي ومهم يدفع إلى التوقف عندها تمهيدا لقراءتها ، و بالتالي تؤدي وظيفتها وهدفها و المتمثل في المساهمة في تكوين الصورة الذهنية عن موضع الرسالة الإتصالية بما يدعم أفكار القراء.

الجدول رقم (87): يبين علاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في اطار حسب الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	
73.63	148	34.32	69	39.30	79	نعم
26.36	53	12.93	26	13.43	27	لا
100	201					المجموع

من خلال الجدول أعلاه وكما هو موضح أعلاه من فئة الذكور و الإناث أن وضع المادة الإعلامية في إطارات على الصفحة الأولى يعطي أهمية كبيرة للمواضيع المنشورة وبالتالي زيادة في مقروئية الجريدة بنسبة 73.63 % .

الجدول رقم (88): يبين علاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات حسب الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
66.16	133	44.77	90	21.39	43	نعم
33.83	68	24.37	49	9.45	19	لا
100	201					المجموع

تعتبر الوسيلة الإعلانية أحد العناصر الهامة في جذب الانتباه، وتزداد أهميته في الصحف اليومية ، مما يؤدي في التأثير في درجة قراءة الإعلان ، إذ الهدف الرئيسي للمعلن هو جذب انتباه القارئ إلى الإعلان ، وقد تبين أن الإعلان الذي نقرأه في الصحيفة اليومية يلتصق بالذاكرة أكثر من الإعلان الذي نقرأه في المجلة الأسبوعية.

فمن خلال الجدول أعلاه ، يتبين أن فئة الإناث تتأثر بدرجة كبيرة و تجذب إلى الجريدة باحتوائها على الإعلانات وذلك بنسبة 44.77 % وقد أوضحت نتائج الجدول أن الإناث يقعن فريسة لعدد لا يحصى من العروض و المغريات الإعلانية لا يحتفظ إلا بصيغ بسيطة ومؤثرة قادرة على إثارة الشعور . أما الذكور فهم أيضا يتأثرون بالإعلانات ويذهبون إلى الجريدة مباشرة بنسبة 21.39 % وبالتالي على مصمم الإعلان أن يحاول إظهار الجوانب المهمة بطريقة أجلي وضوحا من غيرها، بحيث تستوعب انتباه القارئ وتلتقط نظره لأول وهلة ، بمعنى

أنه ينبغي أن تقع عينه عند أول نظرة على الجزء المهم في الإعلان ، فإذا أراد المعلن مثلا أن يذكر القارئ باسم البضاعة أو السلعة من وقت لآخر حتى يتسوخ هذا المنتج في مخيلته وجب على المصمم أن يظهر ذلك الاسم بحروف غليظة وأن يشغل مساحة واسعة من حجم الاعلان لأنه أهم من الجمل التفسيرية.

(2) العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى لها علاقة بسمات الجمهور : (السن)

الجدول رقم (89): يبين علاقة سمات الجمهور بطريقة تصميم الصفحة الأولى حسب السن

المجموع		من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		فئة السن الإيجابية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
7.56	176	5.47	11	13.93	28	27.86	56	40.29	81	نعم
2.43	25	1.49	3	1.99	4	5.97	12	2.98	6	لا
100	201									المجموع

فيما يتعلّق بمتغيّر السن فقد وجدنا أنّ الفئة العمرية التي تتجذب أكثر نحو الصفحة الأولى من الجريدة هي الفئة التي تتراوح بين (20_29) بنسبة 40.29 % وقد يرجع ذلك إلى وجود قطاعات واسعة من الشباب والطلبة الذين تستقطبهم الصفحات الأولى من الجرائد بما يشبع ميولهم القرائية ، وتحقق قدرا كبيرا من اشباعاتهم الذاتية .

أما الفئة العمرية التي فاقت الـ 50 سنة فقد سجلت أدنى نسبة من حجم استجابات قراء الجرائد بما لم يتعد 5.47 % وهذا راجع ربما إلى كبر سن هذه الفئة وعدم قدرتهم على اقتناء الجريدة أو جهلهم لعملية القراءة.

الجدول رقم (90): يبين علاقة سمات الجمهور بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى حسب السن .

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		السن الإيجابية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
18.18	32	1.13	2	2.27	4	7.38	13	7.38	13	شعار الجريدة
25	44	3.40	6	4.54	8	9.09	16	7.95	14	الصور
41.47	73	1.70	3	5.11	9	14.77	26	19.88	35	العنوان الرئيسي
5.68	10	0	0	0	0	0	0	5.68	10	الألوان
9.65	17	0	0	3.40	6	0.56	1		10	الإعلانات
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	176									المجموع

بخصوص الجدول أعلاه الذي أفرز المعطيات الخاصة بعينة القراء حيال العناصر التوبوغرافية المكونة للصفحة الأولى وعلاقتها بمتغير السن ، استقطب العنوان الرئيسي نسبة معتبرة من استجابات القراء حيث اختصت الفئات العمرية (20_29) و (30_39) بالنسبة المئوية الأعلى تراوحت بين 19.88 % فيما يخص فئة (20_29) و 14.77 % بما يتعلق بالفئة (30_39) ، حيث أشادت الفئتين من الدراسة على أهمية العناوين الرئيسية على وجه الصفحة الأولى وأنها المدخل الأساسي إلى الصحيفة ككل ،ويمكن تفسير ذلك وكما هو مبين تنحصر هذه الفئة من 20 سنة إلى 40 وهي تمثل الطبقة المتقفة من مجتمع الدراسة من طلبة و أساتذة وعمال ممن ليس لديهم الوقت الكافي للرسو داخل الجريدة واكتشاف ما بداخلها لذا اكتفت هذه الفئة بقراءة العناوين المهمة فقط وإن رأيت ما هو مهم ارتأت إلى تناوله بشيء من التفصيل.

أما العناصر التيبوغرافية فجاءت نسبها أقل بكثير مما كنا نتوقعه من هذه الدراسة ، ومنه جاءت الصور بنسبة 9.09 من اهتمام فئة (30 _ 39) لما تملكه من وظائف اتصالية مهمة في الشرح و التفسير ودعم معاني النص .

الجدول رقم (91): يبين علاقة سمات الجمهور بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة حسب السن .

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		السن الإيجابية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
82.09	165	6.47	13	12.44	25	26.36	53	36.81	74	نعم
17.91	36	0.49	1	3.48	7	7.46	15	6.47	13	لا
100	201									المجموع

يوضح الجدول المبين أعلاه توزيع أفراد العينة حسب رأيهم بشكل العنوان بقصد معرفة مدى أهمية ذلك في قراءة الجريدة ، وعلاقة هذا الأخير بمتغير السن ففي قراءة لنتائج الجدول يتبين لنا أن الذين تتراوح أعمارهم ما بين (20 _ 29) وهو الشباب كانوا أعلى نسبة في تحديد أهمية شكل العنوان وبلغت نسبة إجاباتهم 36.81 % .

وربما هذا يفسر ما ذهبنا إليه سابقا في كون هذه الفئة الشبابية المتقفة هي الأكثر إقبالا على الجريدة من خلال قراءة عناوينها بكل أشكالها . وفيما يلي سنتعرف على أهم العوامل الإخراجية التي تجعل العنوان أكثر جاذبية للقراء من الناحية الشكلية .

الجدول رقم (92): يبين علاقة سمات الجمهور بالعوامل التي تجعل العنوان جذاباً من الناحية الشكلية حسب السن .

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		الإجابة		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
	47.87	79	4.24	7	6.06	10	17.57	29	20	33	حجم العنوان
	13.33	22	0.60	1	1.21	2	4.24	7	7.27	12	امتداد العنوان
	15.15	25	1.21	2	3.63	6	1.81	3	8.48	14	كثافة ألوان العنوان
	23.63	39	1.81	3	4.24	7	8.48	14	9.09	15	شكل الخط الذي يكتب به العنوان
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	عوامل أخرى
المجموع	100	165									

كما أسلفنا الذكر وبعد معرفتنا أن شباب عينتنا يهتمون بشكل العنوان

، ومن خلال هذا الجدول يتبين أن نفس الفئة أي الفئة التي تتراوح بين 20 و 29

سنة يشدّ انتباهها أكثر حجم العنوان بنسبة 20 % وهو حسب رأيهم أهم العوامل

التي تستخدمها الجريدة لإبراز الخبر الكبير أو القصة الإخبارية الأهم على الصفحة

الأولى ، ويقدم للقارئ فكرة مكثفة وسريعة عن أهم حدث تريد الصحيفة إبلاغه

لقرائها . وهو أيضا ما تقع أعينهم للوهلة الأولى بمجرد رؤية الصحيفة. تليها فئة

(30_39) بنسبة أقل 17.57 % ، أما عن باقي العوامل من امتداد العنوان ، و

كثافة ألوان العنوان ، وشكل الخط الذي يكتب به العنوان ، فصادقت عليها كل فئات

الدراسة بنسب ضئيلة جدا لا تتجاوز الـ 9 بالمائة .

الجدول رقم (93): يبين علاقة سمات الجمهور بجذب الصورة للانتباه حسب

السن.

المجموع	من 50 فما فوق		من (49-40)		من (39-30)		من (29-20)		السن الإيجابية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
1.05	179	6.46	13	14.42	29	29.35	59	38.80	78	نعم
1.94	22	0.49	1	1.49	3	4.47	9	4.47	9	لا
10	201									المجموع

إخراج الصورة الصحفية لا يقل أهمية عن إخراج العنوان ، وتحقق الصورة غايتها عندما تصل إلى قلب القارئ بسرعة وتؤثر في ذهنه مدة طويلة ، والجدول أعلاه يوضح لنا أنّ عينة الدراسة تهتم بشكل مباشر بالصور الموجودة على الصفحة الأولى من الجريدة وخاصة الفئة العمرية (20 _ 29) حققت نسبة 38.80 % . وقد ترجع دلالة ذلك ، إما للحجم الكبير لهذه الفئة العمرية المكوّنة لعينتنا ، أو توافر مفردات عينتنا على مؤهلات قرائية كبيرة (الفئة المتقّفة) تجيد التعامل مع شكل و مضمون الجريدة وبالتالي تبقى وفيّة لها .

الجدول رقم (94): يبين علاقة سمات الجمهور بجذب شكل الصورة للانتباه

حسب السن.

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		شكل الصورة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
1.44	8	0.55	1	1.66	3	0.55	1	1.66	3	دائري
8.33	51	1.11	2	4.44	8	8.33	15	14.44	26	مربع
5.55	100	5.55	10	7.77	14	18.88	34	23.33	42	الصورة المفصلة
1.66	21	0	0	2.22	4	5	9	4.44	8	الصورة ذات التدرج
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	شكل آخر
0.00	180									المجموع

أفرزت معطيات الجدول الخاص بالاستجابات المحققة حول أشكال الصورة التي تجذب أكثر الفئات العمرية الخاصة بعينة قراء الجريدة . وكانت الفئة (20_29) هي المستقطبة لأعلى نسبة استجابة تمثلت 23.33 % ، تليها فئة الأقل من 40 سنة بنسبة 18.88 % ، أقرت الفئتان أنّ الصورة المفصلة هي أكثر أشكال الصورة تألفت انتباههم وينجذبون إليها بسرعة.

يمكن تفسير ذلك أنّ هذه الفئة العمرية (20_39) أصبحت بصرية ، فلا تهتم إلا بتلك الصور التي تصادفهم و تقع صوب نظرهم ، أو أنّ هذه الفئة ليس لها الوقت الكافي لإلقاء نظرة حول كل مجريات صفحات الجريدة وإنما مشاهدة ما هو أمامها ، وعادة ما تكون الصورة أو لحجم الصورة حصة الأسد على صفحة الجريدة وكأنها تقول ها أنا ذا .

وثمة قاعدة تبيوغرافية تقول: إن صورة على صفحة - سواء كانت إخبارية أو لقطة خاصة - تعد النواة التي يتم حولها تصميم صفحة جذابة.

الجدول رقم (95): يبين علاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في إطار حسب السن.

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		السن الإيجابية
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
148	3.48	7	10.44	21	26.86	54	32.83	66	نعم
53	3.48	7	5.47	11	6.96	14	10.44	21	لا
201									المجموع

الجدول الذي أمامنا يوضح أن المادة الإعلامية المراد نشرها والتي يتم وضعها في إطار كونها تمثل أهم الموضوعات و الأخبار المشار إليها من طرف المخرج الصحفي ، تجذب إليها عدد كبير من القراء وخاصة الفئة الشبابية (20_29) فهم على دراية تامة أنّ مثل هذه الموضوعات تأخذ حيزا كبيرا من الاهتمام من طرف قرائها خاصة الفئة المتقفة بلغت بذلك نسبة 32.83 % .

أما الفئة التي يتراوح سنها بين الـ 50 سنة وأكثر فنلاحظ أنها لا تولي اهتمامها بعنصر الإطار وهذا راجع إلى أنها إما لا تنتبه لمثل هذه الأشكال وتركز فقط على ما هو أمامها من صور وعناوين عريضة ...أو أنّ ثقافتها محدودة في ذلك .

الجدول رقم (96): يبين علاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات

حسب السن.

المجموع	من 50 فما فوق		من (40-49)		من (30-39)		من (20-29)		السن الإجابة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
16.	133	4.47	9	10.94	22	21.89	44	28.85	58	نعم
83.	68	2.48	5	4.97	10	11.94	24	14.42	29	لا
10	201									المجموع

حادثة الإعلانات في الصحف تجعل هذا الموضوع أمراً ضرورياً، تطوّر خاصة مع الصحف اليومية الجزائرية، فمن خلال هذا الجدول يتبين أن أغلب عينة الدراسة والمحصورة بين فئتي العمرية (20-29) و (30-39) تهتم بشكل كبير بالإعلانات الموجودة أسفل الصفحة الأولى من الجريدة *⁵ ، بلغت نسبة ذلك 28.85 % و 21.89 % ، بالمقابل نجد الفئة العمرية التي فاقت الـ 50 سنة لا تهتم بالإعلانات .

ففي دراسة أجراها الدكتور زهير عبد اللطيف عابد ، أستاذ العلاقات العامة و الإعلان المشارك بجامعة الأقصى حول " واقع الإعلان في الصحف الفلسطينية" تناول فيها تحليل مضمون " لثلاث صحف يومية وهي : صحيفة فلسطين ، جريدة الأيام ، جريدة القدس_ وكان ذلك سنة 2011 . وقد توصل الباحث من خلال دراسته لهذه الصحف أنها تميل إلى نشر إعلاناتها الصحفية في النصف الأسفل من صفحة الصحيفة، حيث بلغت نسبة الإعلانات التي نشرتها في " أسفل الصفحة" 77.1%، فيما بلغت الإعلانات التي نشرت في " قلب الصفحة" ما نسبته 14.8 %، وجاءت في المرتبة الأخيرة الإعلانات الصحفية التي نشرت في " أعلى صفحة " الصحيفة بنسبة 8.1 % ، وتوضح النتائج أن صحف الدراسة تقاربت في عرض

* حسب ما توصلنا إليه في دراستنا الميدانية ومن خلال الصحف اليومية الثلاثة (الخير ، الشروق اليومي ، النهار الجديد) فإن موقع الإعلانات على صفحة الجريدة غالباً ما يكون أسفل الصفحة ، إلا في حالات يطلبها رجال الأعمال والشركات الكبرى و الأهم من ذلك أنه توجد قاعدة تقول " من يدفع أكثر يقرر موقع إعلانه" .

إعلاناتها في " أسفل الصفحة " بدرجة كبيرة وبنسبة معقولة، ويرجع ذلك إلى أن صحف الدراسة تنشر موادها الأهم مثل :الأخبار الثقافية في " أعلى الصفحة وقلبها"، وكما أن هذه الصحف تميل إلى الاهتمام بالسياسة والأخبار والثقافة أكثر من اهتمامها بالإعلانات؛ لأنها صحف رسمية ناطقة باسم السلطة.

(3) العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى لها علاقة بسمات الجمهور : (المستوى التعليمي)

الجدول رقم (97) : يبين علاقة سمات الجمهور بطريقة تصميم الصفحة الأولى حسب المستوى التعليمي

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير ممتدرس		المستوى التعليمي الإيجابية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
7.56	176	42.78	86	29.35	59	6.46	13	4.47	9	4.47	9	نعم
2.43	25	4.97	10	2.98	6	2.98	6	0.49	1	0.99	2	لا
00	201											المجموع

سنحاول من خلال هذا الجدول معرفة أهمية تصميم الصفحة الأولى من

الجريدة وربطها بمتغير المستوى التعليمي للعينة ، وقد أفضى الجدول أنّ حوالي

42.78 % من أصحاب التعليم العالي يهتمون بتصميم الصفحة و بالتالي

ينجذبون إليها بسرعة ، تليها فئة المستوى الثانوي بنسبة 29.35 % ، أما باقي

المستويات فقد سجلت أدنى مستوياتها تراوحت بين الـ 4 والـ 6 %.

حيث يمكن تفسير ذلك إلى النضج الفكري لدى هؤلاء الأفراد الذي مكن الفئتين

بالذهاب إلى ما تحمله الصفحة الأولى من مختصرات الأخبار و الموضوعات دون

الولوج إلى داخل الجريدة ، فمستواهم العلمي يجعلهم ينتقون ما هو مهم و قراءة ما هو أهم .

الجدول رقم (98): يبين علاقة سمات الجمهور بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى المفضلة حسب المستوى التعليمي .

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي الإيجابية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
18.18	32	9.09	16	6.81	12	1.13	2	0.56	1	0.56	1	شعار الجريدة
15	44	9.09	16	9.09	16	1.70	3	2.84	5	2.27	4	الصور
11.47	73	23.29	41	12.5	22	3.40	6	1.13	2	1.13	2	العنوان الرئيسي
6.68	10	3.97	7	1.70	3	0	0	0	0	0	0	الألوان
9.95	17	3.97	7	3.40	6	1.13	2	0.56	1	0.56	1	الإعلانات
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	176											المجموع

تشير النتائج المتحصل عليها من خلال ربط السؤال المتعلق برأي الجمهور حول العناصر التيبوغرافية المكوّنة للصفحة الأولى وربطها بالمستوى التعليمي لديهم، إلى أن أكبر نسبة وهي التي صادقت على عنصر العنوان الرئيسي على وجه الصفحة الأولى هي من الجامعيين بلغت نسبة ذلك 23.29 % ، وهذا ما يجعل أكبر نسبة من القراء الصحيفة من ذوي المستوى الجامعي والذين وجدوا فيها من المواضيع التي تناسب اهتماماتهم.

حيث تكمن مهمة المخرج الصحفي جذب القارئ بعد شراء الصحيفة إلى قراءة أكبر عدد ممكن من الأخبار و الموضوعات ، ويتحقق ذلك بتوزيع تلك

العناوين على الصفحة بما يكفل راحة العين من جهة ، و تكوين شخصية الصحيفة من جهة أخرى بحيث يتعرف هذا القارئ على صحيفته و يذهب إليها مباشرة و بالتالي تخلق صلة وثيقة بينه و بين صحيفته وهذا ما يتصل بعناوين الصفحة ويجب على المخرج الصحفي أن يحسن اختيار ألفاظ العناوين المناسبة بدقة كاملة وأن يختار الحجم المناسب لها بحيث يقرؤها بلمحة واحدة باعتباره ذو مستوى عالي من اليقظة و التفكير. خاصة في ظل التنافس اليومي للصحف من أجل الظفر بأكبر عدد ممكن من القراء الأوفياء.

الجدول رقم (99): يبين علاقة سمات الجمهور بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة حسب المستوى التعليمي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي الإيجابية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
2.08	165	39.80	80	26.86	54	5.47	11	4.97	10	4.97	10	نعم
.7.91	36	7.96	16	5.47	11	3.98	8	0	0	0.49	1	لا
.00	201											المجموع

الجدول أعلاه يبيّن أهمية العنوان بالنسبة للقراء وقد أفصح الجدول أنّ ذوو المستوى الجامعي هم الأكثر إقبالا عليه بنسبة 39.80 % ، لما يتميزون به من فكر و ثقافة قوية ، أيضا بحكم أنّ هذه الفئة ليس لها الوقت الكافي لقراءة كل صفحات الجريدة بسبب تعليمهم المتواصل لذا نجدهم في كثير من الأحيان مضطرون لقراءة بعض الكلمات فقط .

الجدول رقم (100): يبين علاقة سمات الجمهور بالعوامل التي تجعل العنوان جذاباً من الناحية الشكلية حسب المستوى التعليمي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير ممتدرس		المستوى التعليمي شكل العنوان	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
7.87	79	20.60	34	18.18	30	3.63	6	1.81	3	3.63	6	حجم العنوان
3.33	22	9.09	15	3.03	5	0	0	0.60	1	0.60	1	امتداد العنوان
5.15	25	6.06	10	5.45	9	1.21	2	2.42	4	0	0	كثافة ألوان العنوان
3.63	39	12.72	21	6.06	10	1.81	3	1.21	2	1.81	3	شكل الخط الذي يكتب به العنوان
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	عوامل أخرى
10	165											المجموع

رأينا في الجدول السابق أنّ فئة الجامعيين يهتمون كثيراً بالعنوان على الجريدة فهم يفتنون جريدتهم بمجرد احتواءها على بعض عناوين الموضوعات المهمة في البلد ، ومن خلال هذا السؤال أردنا معرفة أيّ شكل من أشكال هذا العنوان يجذب أكثر القراء.

وقد لاحظنا أنّ نفس الفئة (الجامعيين) يهتمون أكثر بحجم العنوان بنسبة 20.60 % إضافة إلى شكل الخط الذي يكتب به العنوان بنسبة قاربت الـ 13 %

وقد قيل أنّ معظم القراء عادة يكتفون بقراءة الفقرة الرئيسية من العنوان ، ثم يقفزون إلى صلب الموضوع ليعرفوا التفاصيل ، لكن يجب على الجريدة عدم المبالغة في كمية العناوين المعروضة على الصفحات فإنّ ازدحام الصفحة بالعناوين

يؤدي إلى تكوين صفحات غير جذابة في نظر القارئ خاصة في غياب عنصر الصورة في الصفحة.

الجدول رقم (101) : يبين علاقة سمات الجمهور بجذب الصورة للانتباه حسب المستوى التعليمي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي الإيجابية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
89.05	179	42.28	85	28.85	58	7.96	16	4.97	10	4.97	10	نعم
10.94	22	5.47	11	3.48	7	1.49	3	0	0	0.49	1	لا
100	201											المجموع

تحققت نسبة الاستجابات القرائية في هذا الجدول ، بحيث نجد أنّ للصورة أهمية كبيرة خاصة لدى فئة الجامعيين ، بلغت نسبة ذلك 42.28 % .

وهذا دلالاته أنّ للصورة أثر كبير عند قطاعات عديدة من الناس ومن مختلف مراحل العمر و المستوى التعليمي و الثقافي ، بحيث تخلق هذه الصورة البسيطة عدد هائل من القراء وتؤثر فيهم تأثيرا كبيرا قد لا يكون متوقعا أحيانا ، وقد يتعدى هذا التأثير عامل الوقت فيكون تأثيره على المدى البعيد أحيانا أخرى.

وقد أجرى تويكر وديمبسي S.A Tucker & J.V Dempsey عام 1991 دراسة على طلاب الدراسات العليا حول تأثير الصورة على استدعاء الذكريات وإدراك معلومات النصوص المصاحبة ، وأظهرت النتائج أن الصور المصاحبة لنصوص

توفر قدرا أكبر من المعلومات ، وأنّ المبحوثين قد أظهروا ميلا للاستجابة إلى العناصر المرئية لأنها جلبت الذكريات أكثر وأوضحت الاختلافات لدى الأفراد. (6)

الجدول رقم (102): يبين علاقة سمات الجمهور بجذب شكل الصورة للانتباه حسب المستوى التعليمي .

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي شكل الصورة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
1.44	8	1.66	3	1.11	2	0	0	0	0	1.66	3	دائري
18.33	51	14.44	26	8.88	16	3.88	7	0.55	1	0.55	1	مربع
15.55	100	25.55	46	18.33	33	4.44	8	4.44	8	2.77	5	الصورة المفصلة
1.66	21	6.11	11	3.88	7	0.55	1	0.55	1	0.55	1	الصورة ذات التدرج
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	شكل آخر
100	180											المجموع

ما هو متفق عليه أنّ ذوو المستوى العالي ينجذبون بكثرة للصحف التي تحوي على الصور في مقدمة صفحاتها ، و الجدول الذي بين أيدينا يظهر أنّ نفس الفئة (المستوى الجامعي) تفضل أكثر الصور المفصلة ذات الحجم الكبير التي تهتم بصور الشخصيات المهمة ... الخ بنسبة 25.55 % ، أيضا يهتمون بنسبة قليلة بشكل الصورة المربع قاربت الـ 15 % . في نفس السياق نجد أصحاب المستوى الثانوي يحبذون أيضا الصور المفصلة على صفحة الجريدة وذلك بنسبة 18.33 %

6. محمد عبد الحميد ، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية _ النظرية والتطبيق _ مرجع سبق ذكره ، ص 19

يمكن القول أنّ التطور الفني الحديث قد أسهم بشكل فعال في تعدد الصورة الصحفية في الصحيفة اليومية وقد ظهر هذا جلياً في فعل الصورة كونها وسيلة اتصال ، وأنها استطاعت في وقت قصير مع تطور شبكة الانترنت التنقل بكل سهولة عبر العالم . شرط أن لا تكون الصورة صغيرة جداً إلى حد الذي لا تلفت الأنظار ، ولابد أن يكون التوافق بين حجم الصورة و المكانة التي تحتلها و بالتأكيد دون تجاهل العناصر الفنية الأخرى .

الجدول رقم (103): يبين علاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في إطار حسب المستوى التعليمي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير ممتدرس		المستوى التعليمي الإجابة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
3.63	148	35.32	71	25.87	52	3.98	8	3.48	7	4.97	10	نعم
6.36	53	12.43	25	6.46	13	5.47	11	1.49	3	0.49	1	لا
00	201											المجموع

يتفق كل من فئة الثانويين و الجامعيين أنّ وضع المواد الإعلامية في إطار يجذب انتباههم فمن خلال الجدول يتبين أنّ أفراد العينة من ذوي المستوى الجامعي يهتمون بذلك بنسبة 35.32 % ، أما الثانويين فجاءت نسبة تفضيلهم لذلك 25.87 % .

فأهمية الإطارات تظهر جلياً من خلال توضيح و تسليط الضوء على كذا مواضيع يُخيّل للقارئ أنّها مهمة و تقع ضمن أولوياته ، لكن يجب على الصحيفة

ألا تكثر الإطارات حتى لا تفقد قيمتها ، وتفتت وحدة الصفحة كبناء تيبوغرافي متكامل ، وتعوّق البصر عن الانسياب في يسر فوق الصفحة.

وقد أثبتت الدراسات أن مادة الإطارات كثيرا ما تلقى اهتماما من القراء يفوق ما تلقاه الموضوعات الرئيسية الهامة التي تتفنن الصحف في عرضها ، ويرجع السبب في ذلك إلى أن هذه الطريقة في العرض باختلافها عن الطريقة العادية التي تعرض بها الموضوعات كل يوم على أعمدة الصفحة ، تجذب انتباه القارئ ، كما أن المواد المسيجة بإطارات ارتبطت في ذهن القارئ على مر السنين بالبيانات و الأنباء الهامة أو الموضوعات الانسانية الغربية .⁷

الجدول رقم (104): يبين علاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات حسب المستوى التعليمي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي الإيجابية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
66.16	133	29.85	60	21.89	44	5.97	12	3.48	7	4.97	10	نعم
33.83	68	17.91	36	10.44	21	3.48	7	1.49	3	0.49	1	لا
100	201											المجموع

نتائج هذا الجدول تشير إلى أنّ ذوو المستوى الجامعي يذهبون إلى جريدتهم المفضلة لاحتوائها على الإعلانات التي ربما تهمهم كإعلانات عن مناصب العمل فيما يتعلق بالجامعيين الذين أنهوا دراستهم ، حيث بلغت نسبة المهتمين بالإعلانات خاصة على الصفحة الأولى 29.85 % .

⁷ طلعت همام ، مائة سؤال عن الإخراج ، مرجع سبق ذكره، ص 100 .

فمن المعروف أن الإعلان يستمد قيمته من المادة التحريرية المجاورة، ولذا نجد أن أسعار الإعلانات مختلفة من صفحة لأخرى تبعاً لأهميتها، بالإضافة إلى أن أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أعلى سعرًا من غيرها، ولذا تعمل الصحيفة على الاهتمام بالمادة التحريرية والإعلان بما يحقق المساواة بينهما في قوة العرض وتطبيق أكبر قدر من أسس التصميم لتحقيق الانسجام بينهما.

يقول الروائي البريطاني " تورمان دوجلاس " يمكنك أن تقرأ أفكار أيّ أمة من خلال إعلاناتها : نعم هو كذلك لما للإعلان من مساهمة في التأثير على القيم و الأفكار و الثقافات و الإعلان اليوم أصبح سلطة خامسة بعد سلطة الصحافة ... " (8)

⁸ مجلة القلم الإلكتروني ، العدد الثاني ، شوال 1433/2012 ، ص28، بقلم إيمان (ب)

نتائج الدراسة

ومن مجمل النتائج الإحصائية و التحليلية لصحيفتي استقصاء جمهور القراء و المخرجين الصحفيين بالجرائد الثلاث : الشروق اليومي / الخبر / النهار الجديد توصلت الباحثة إلى تحقيق فروضها و كانت أهم نتائج البحث :

1- تنشر الجرائد الثلاثة (الشروق _ الخبر _ النهار) مادتها الإعلامية في 24 صفحة ، بالأبيض والأسود باستثناء الصفحة الأولى والأخيرة أو الصفحات الإشهارية وما يقابلها في حال كان الطلب على الإشهار بالألوان لأنّ الأسعار تختلف ما بين الإشهار بالألوان وبالأبيض والأسود.

2- يفضل الجمهور القراء جريدة الشروق اليومي بالدرجة الأولى بنسبة 43.78% بحيث تبلغ نسبة مقروئية الصحيفة يوميا 26.86% . تليها جريدة الخبر بنسبة 37.81% ، وفي المرتبة الأخيرة جريدة النهار الجديد بنسبة 18.40%.

3- وأفرزت الدراسة أنّ كلا الجنسين من ذكور بنسبة 45.27% و إناث بنسبة 42.28% يستجيبون للصفحة الأولى من الجريدة و التي يتراوح سنّهم ما بين (20_29) سنة بنسبة 40.29% وهم من ذوى المستويات الجامعية.

4- يشرف على تصميم المواضيع يوميا القسم التقني بالعاصمة أو المكلف بالإخراج على مستوى المكاتب الجهوية ويتمّ تقسيم المواضيع إلى A.B.C من أعلى إلى أسفل الصفحة أو الأعمدة، مع ترك مساحات بيضاء تتيح للقارئ الإطلاع على المواضيع براحة أكبر من دون إتعاب النظر، باستثناء بعض المواضيع التي تقرّم وتضغط بسبب ضيق المساحة ما يؤدّي إلى صعوبة قراءتها.

5- وأوضحت الدراسة أن ما يؤثر في إخراج الصحيفة العوامل التالية: (سياسة الصحيفة _ التأهيل العلمي والفني للمخرجين _ تدخل أكثر من مسؤول في عملية توزيع المادة التحريرية _ إضافة إلى رؤية رئيس التحرير الشخصية) .

- 6- تعدّ الصفحة الأولى واجهة الجريدة وأهمّ من باقي الصفحات لأنها تثير الانتباه وتشدّ القراء وقد أكدت الدراسة ذلك بنسبة 87.56% ، لذلك فإنّها آخر ما يضبط في الجريدة وبإشراف خاصّ من رئيس التحرير ومدير النشر.
- 7- وتحتوي الصفحة الأولى على عناوين مواضيع مهمّة في نظر التحرير أو حسب أجندة الجريدة وخطها الافتتاحي ، فهي بالتالي تحاول ترتيب الأولويات لدى القارئ.
- 8- يعلو الصفحة العنوان الرئيسي الذي يصادفها طيلة دورة حياة الصحيفة، وفي بعض الأحيان لا يكون (العنوان العريض) ذا مغزى لكثرة استخدامه بدون مناسبة.
- 9- تركّز جريدة الشروق اليومي و الخبر و النهار الجديد على صياغة العناوين لما لها من دور كبير في جعل القارئ يذهب إليها فور قراءته لها بنسبة 82.08% ويزيد حجم العنوان من مقروئية الجريدة بنسبة 47.87% .
- 10- تستعمل الجرائد محل الدراسة الصور التي تلتقطها عدسات مصوريها غالبا والتي تتوافق مع الموضوع المنشور وتعبر عنه وأحيانا تكون حصرية وهي تساهم في جذب انتباه القراء بنسبة 89.55% خصوصا ما توسط منها الصفحة و بالتالي تساهم في توجيه القارئ نحو موضوع (المضمون) يقرأه بنسبة قاربت 90%.
- 11- لكن في بعض الأحيان انتقاء الصور في الصحف لم يكن بمراعاة الطابع الاجتماعي والسيكولوجي للقراء وإنما جاء للسعي نحو بيع أكبر عدد من النسخ، مثل صور الجرائم و أشلاء الموتى في الحروب... فهي لم تول أهمية لمشاعر الجماهير.
- 12- تشكل العناوين و الصور عناصر التباين الأساسية في مخططات صفحات الجرائد الثلاثة حيث تميل الحروف و النصوص إلى أن تبدو خلفيات لها ،لذلك فإنّ موازنة الصفحة تعتمد بالأساس على درجة ثقل وموضع عمود العناوين و الصور.
- 13 - من خلال دراستنا لاحظنا أنّ الإطارات و الجداول التي تحيط ببعض الأخبار من العناصر التيبوغرافية لها موقعها على الصفحة تلقت انتباه القراء أيضا بنسبة 73.63% .

- 14- وتوصلنا أيضا إلى أنّ الجمهور لا يهتم برمز الجريدة و لا بالألوان المستخدمة و بالتالي المخرجين الصحفيين لا يركّزون كثيرا على هذه العناصر طالما قراء الجريدة يتعرفون على جريدتهم مباشرة و يبقون أوفاء لها .
- 15- كما يلاحظ طغيان المساحات الإشهارية على الصفحة الأولى والتي تعدّ الأكبر سعرا ، حيث أصبحت تحتلّ مكان الأخبار بالأذنين خصوصا إذا صوّحت بصور توضيحية كصورة للمنتج المراد بيعه.
- 16- كلما استخدمت الصور في الاعلانات يؤدي إلى إلغاء و قتل المادة التحريرية على وجه الصفحة الأولى للجريدة.
- 17- كما تركز الجرائد كثيرا على الأخبار القصيرة وذلك بغية نشر عدد كبير من الأخبار في العدد الواحد على حساب الجمالية في الإخراج ، حيث يلاحظ عدم ترك فراغات التهوية أو المساحات البيضاء بين الأسطر والعناوين والمقالات، ما يؤدي إلى عدم وضوح المواضيع وعدم الانتباه إليها أحيانا إضافة إلى قلق القارئ بسبب عدم جمالية الإخراج و إتعاب العين.
- 18- وتوصلنا إلى أنّ العناصر التيبوغرافية : (العناوين خاصة العنوان الرئيسي ، الصور ، الإطارات و الجداول...) تؤثر بالإيجاب على عامل وضوح القراءة .
- 19- وهناك علاقة قوية تربط درجة وضوح القراءة باستمرار متابعة القارئ لقراءة الصفحة في جريدته المفضلة وهذا ما تدل عليه نسبة بلغت 66.66 % .
- 20- أما العوامل التي تؤثر بشكل ايجابي على وضوح القراءة : حجم حرف المتن بنسبة 67.16 % ، تليها عامل البياض بين سطور الحروف بنسبة 64.18 % .
- 21- و من أهم العناصر التيبوغرافية التي تجعل القراءة غير واضحة بالجريدة نجد: البياض بين الأعمدة وشكل خط حرف المتن ثم البياض بين سطور الحروف وكثافة لون حرف المتن .
- 22- من خلال دراستنا الميدانية اتضح لنا أنّه عدم استفادة الجرائد الثلاثة من التكنولوجيا المتوفرة لديها، ويعود ذلك لعدم تدريب القائمين بالاتصال على كيفية التعامل معها .

23- أما فيما يخص رأي أفراد العينة حول مستقبل الصحافة المكتوبة في ظل التطورات الحديثة فقد توصلنا إلى وجهتين مختلفتين :

الأولى : هناك من يرى أنّ للصحافة المكتوبة مستقبل زاهر و ستبقى الوسيلة الأكثر إقبالا من قبل القارئ ، مادمت تتحلى بأخلاقيات المهنة وتلتزم بالقوانين لتصنع مستقبل مشرف و فعال ، وأكثر تأثير فالكلمة المكتوبة لن تزول .

الثانية : و هناك فئة أخرى تنبأت بأن مستقبل الصحافة المكتوبة مجهول، وكلما زاد انتشارها اتسمت بالفوضى وعدم التأكد من مصدر الخبر و بعدها عن المصادقية في كثير من الأحيان و بالتالي صدارة الصحافة البديلة و هي الصحافة الإلكترونية الجديدة والتي غزت المجتمع الجزائري في ظرف وجيز.

وتوصلت الباحثة إلى عدد من التوصيات أهمها :

- 1- ضرورة ثبات بعض عناصر رأس الصحيفة مثل العنق والأذن ، ولا بأس من التغيير في شكل الترويسة وألوانها لشد انتباه القارئ .
- 2- لم يعد المانشيت يحمل أهم الأخبار لذا نوصي بتعدد العناوين الرئيسية في وسط الصفحة الأولى.
- 3- وأوصت الدراسة بالاهتمام بالصور والاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة في معالجة الصور وإنتاجها والإكثار من استخدام الكاريكاتير والخرائط والصور التوضيحية كونها أدوات مهمة لدعم أفكار الصحيفة .
- 4- و التوقف عن نشر صور كبار المسؤولين التي تصاحب الأخبار الروتينية و اليومية و التي تشغل مساحات دون مبرر و التركيز أكثر على تحسين الطباعة و التناسق في الألوان.
- 5 ضرورة إدخال الأساليب الحديثة في عملية إخراج الصفحة الأولى والأخيرة، كونهما وجها الصحيفة والاستعانة بنظريات الإخراج في تصميم صفحات الصحيفة لتفادي الأخطاء التي تفقد الصحيفة ثقة القارئ وصفة الجانبية وسهولة القراءة.

- 6- التركيز على عنصر اللون وتحقيق الفضاءات التي تحقق الراحة للقارئ بدلاً عن الأساليب التقليدية في عملية فرز المواضيع والأخبار وإبرازها.
- 7- أن تقوم المؤسسات الصحفية بإنشاء مراكز للبحوث الصحفية لدراسة ميول القراء وعاداتهم القرائية لما لذلك من تأثير على استخدام العناصر التيبوغرافية.
- 8- القيام بأبحاث متعلقة بيسر ووضوح القراءة.
- 9- ولابد أيضاً من جعل القراءة عملية ممتعة ومريحة ، فيتم تنظيم الصفحة الواحدة وتقسيم الصحيفة عن طريق الأخبار المتجانسة ووضع الأخبار والموضوعات في شكل أفقي حيث تريح هذه الطريقة القارئ وتمنحه الفرصة للحصول على فترة راحة للعين فكلما فرغ من مطالعة أحد أعمدة الموضوع انتقل إلى آخر .

خاتمة

في ختام هذه الدراسة لا بد من التتويه بدور الصحافة المكتوبة في تنمية الحياة العامة للأفراد و المجتمعات من خلال ما تحققة من مكاسب مادية تساعدها على مواصلة رسالتها وتحقيق أهدافها ، فالصحافة الى جانب كونها رسالة هي صناعة متطورة فهي اليوم لم تعد منتج لآلات كي تطبعها فقط ، بل من خلال مضمونها و طريقة إخراجها ، فالإخراج الصحفي يخلق الألفة بين الصحيفة والقارئ في سطور كل صحيفة صورته ، العنوان الكبير أعلى صوتا ، وكلما قل البنط قل رنين السطر ، أما البياض فهو صمت الخطابة ... والإخراج في وسائل الإعلام بصفة عامة والصحف الجزائرية اليومية بصفة خاصة أظهر أنه من الضروري الاهتمام بالطريقة التي يتم وفقها إخراج شكل الجريدة النهائي ليتلاءم مع ما يريده الجمهور ، لأن القارئ عادة يخصص وقتا لقراءة الصحيفة وهو فعلا في حاجة إلى من يرشده إلى قراءة الأهم فالمهم ، وحتى لا يضيع وقته في أخبار ليست في دائرة اهتمامه فالصفحة الأولى تقول له ماذا بداخل الجريدة ، ويحقق بالتالي ما تطمح إليه الجريدة أي أن تكون الأكثر جماهيرية والأكثر انتشارا بمعنى الأكثر مقروئية. فعندما يفشل المخرج في الإمساك بعين القارئ أو في تمثيل العلاقات الموضوعية بين المواد التحريرية أو في تمثيل فكرة المحرر فإن الاتصال يصبح مفقوداً ...

ومن خلال دراستنا تبين أن للشكل دورا بارزا من خلال عناصر مهمة في جذب انتباه القارئ إلى جريدة معينة كوسيلة إعلامية مفضلة لديه عن نظيراتها ، ودور المخرج هنا أن يخرج هذه الرسالة لتصل إلى المتلقي في أحسن صورة ممكنة وله حرية الاختيار لرموزه، مثل الصور والعناوين والرسوم والخرائط التوضيحية ، يقدمها للقارئ بعناية تامة مع معرفة مدى سرعة استيعاب القارئ لها ومدى تركيزه على الكلمات و العبارات ومدى ما يستوعب في ذاكرته من المعاني حتى ينتهي من قراءة كل الفقرات ، وهذه في الواقع عملية فعالة يشترك فيها القارئ مع الصحفي لإدراك المواد التحريرية المقدمة ، فكل كلمة أو جملة يجب ان تكون مفهومة عند

عامّة القراءة بطريقة جذابة و سهولة تضمن لهم الولوج إلى داخلها وتتمّة تفاصيلها لاحقاً.

وبالتالي استخلصنا في الأخير أن هناك علاقة بين إخراج الصفحة الأولى وإقبال الجمهور على اقتناء الجريدة. ومنه صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

قائمة المراجع

1/ الكتب باللغة العربية

- 1- الزبير سيف الدين ، تاريخ الصحافة في الجزائر (الجزء الرابع) ، المؤسسة الوطنية للكتاب :الجزائر،1985.
- 2- أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
- 3- أحمد حمدي ، دراسات في الصحافة الجزائرية ،دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع :الجزائر،2000.
- 4- أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية:الجزائر،ب ط ،2009.
- 5- أديب خضور ،أدبيات الصحافة ، مطبعة مجدلاوي :دمشق ،ب ط ،1986.
- 6- أشرف فهمي خوخة :المدخل إلى الإخراج الصحفي والطباعة (الأطر النظرية والنماذج التطبيقية)،دار المعرفة الجامعية،مصر ،2008.
- 7- أنجس مورييس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية . الجزائر ، دار القصة للنشر ، 2004.
- 8- إبراهيم شيل،الصحافة بين الفن والسياسة،هبة النيل العربية للنشر والتوزيع:الجيزة،2009.
- 9- إبراهيم عبد الله المسلمي، الطبقات الدولية للصحف العربية، ، دار العربي والتوزيع:القاهرة،ط1 1993.
- 10- إبراهيم عبد الله المسلمي ، إدارة المؤسسات الصحفية ،العربي للنشر والتوزيع:القاهرة،1995.
- 11- إياد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها،دار أسامة للنشر والتوزيع :الأردن،2008.
- 12- بشرى تيسير عباس ،الإعلام المتخصص الحديث، الأكاديمية للنشر والتوزيع:الأردن ،2014.

- 13- تيسير أبو عرجة ،دراسات في الصحافة والإعلام،دار مجدلأوي للنشر والتوزيع عمان ،ط1، 2000.
- 14- جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام و الاتصال : الوظائف _الهيكل _ الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية : الجزائر،2010.
- 15- حافظ محمود ،أسرار صحفية ، مؤسسة دار الشعب للنشر والتوزيع :القاهرة، ط1، 1980 .
- 16- حسان التليلي ، إعلامنا المُعتل ، المنشورات الجامعية والعلمية : باريس ، 1984.
- 17- حسين عبد الجبار ،إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر،دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان،2011.
- 18- حسين شفيق :الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية ،دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ،2009.
- 19- خليل صابات ،الصحافة رسالة واستعداد وعلم،دار المعارف:مصر،1967.
- 20- دران براداي ،تر محمود محمد سامية ،الجريدة ومكانتها في المجتمع الديمقراطي،ب ط،مكتبة النهضة المصرية:القاهرة،1965.
- 21- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق،(ط1 ؛ دار الصفاء للنشر : عمان ،2000.
- 22- زكريا فكري ، الإخراج الصحفي، الازارطة، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2006.
- 23- زهير إحدادن، مدخل لعلم الإعلام والاتصال، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية : الجزائر، 2002.
- 24- صالح خليل الجماهيري ،الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة،دار مجدلأوين للنشر والتوزيع،2006.
- 25- صلاح عبد الحميد ، الإعلام وثقافة الصورة ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع،القاهرة،2013.

- 26- شريف درويش ، تكنولوجيا النشر الصحفي ، الإتجاهات الحديثة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2001.
- 27- شريف درويش اللبان، الألوان في الصحافة المصرية، العربي للنشر والتوزيع:القاهرة،1996.
- 28- شريف درويش اللبان، محمود خليل ،إتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي ،دار العربي للنشر والتوزيع:القاهرة، ط،1،2000.
- 29- ساعد ساعد ، التعليق الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع : الجزائر ، ط1 ، 2009.
- 30- سعيد الغريب النجار،مدخل إلى الإخراج الصحفي ،الدار المصرية اللبنانية :القاهرة ،ط،1،2001.
- 31- سمير صبحي ،الجورنال _ من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة_ دار المعارف:القاهرة ،1990.
- 32- سمير محمود ، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف ،دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، ط2، 2001.
- 33- عامر إبراهيم القندلجي ،الإعلام والمعلومات والإنترنت:دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان،1 ط،2013.
- 34- عائشة حسين فريد ،منهج البحث البلاغي ،دار قباء للنشر والتوزيع،القاهرة،1997.
- 35- عباسة الجيلالي ،سلطة الإعلام في الجزائر، مؤسسة الجزائر للطباعة والنشر والتسويق:الجزائر،ب ت ن.
- 36- عبد الرزاق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي ،دار المسيرة للنشر والتوزيع :الأردن ط1، 2012.
- 37- عبد الرزاق الدليمي ،دراسات و بحوث في الإعلام:دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان،ط1،2014.

- 38- عبد الرزاق محمد الدليمي ،الخبر في وسائل الإعلام ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان ،ط 1،2012.
- 39- عبد الرحمان عزي ، عالم الإتصال ، ب ط ، ديوان المطبوعات الجامعية :الجزائر ،1992.
- 40- عبد العزيز شرف ،الأساليب الفنية في التحرير الصحفي ،دار قباء للطباعة و النشر والتوزيع:القاهرة،2000.
- 41- عبد اللطيف صلاح،الصحافة المتخصصة ،مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية : مصر،ط 1،2002.
- 42- عبد الجواد سعيد ربيع،فن الخبر الصحفي ،دار الفجر للنشر والتوزيع :القاهرة،2005.
- 43- عبد العالي رزاق، التقارير الإعلامية، ، دار هومة: الجزائر،ط 1 ، 2008
- 44- عبد العزيز سعيد الصويعي :الإخراج الصحفي والتصميم ،بين الأقلام والأفكار والحواسب،دار الآن للطباعة والنشر،قبرص،ط1.1998.
- 45- عيبر الرحباني ،الإعلام ،رسالة ومهنة ،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان ،2012.
- 46- عمار بوحوش، مناهج البحث العظمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات، الساحة المركزية، ط3.
- 47- علي إمبابي :الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية :التحرير..الإخراج ..الإصدارات ..والمسابقات، العلم والإيمان للنشر والتوزيع،دسوق،2008.
- 48- علي قسايسية، دراسات جمهور وسائل الإعلام، مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية، ج 1، دار هومة للنشر والتوزيع، 2002.
- 49- عيسى محمود الحسن، الصحافة الإستقصائية "مهنة المتاعب والأخطار" دار زهران للنشر والتوزيع:الأردن ،ب ط ،2012.

- 50- عيسى محمود الحسن، إخراج الصحف والمجلات ،دار زهران للنشر والتوزيع،الأردن،2013.
- 51- غسان عبد الوهاب الحسن ،إيديولوجيا الإخراج الصحفي ،دار أسامة للنشر والتوزيع:الأردن،2011.
- 52- طلعت همام ، مائة سؤال عن الصحافة ،دار الفرقان للنشر والتوزيع ،عمان،1988.
- 53- محمد الحفناوي، بدايات الفني الصحفي ، ط1 دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع :مصر ،2014.
- 54- محمد الصالح خرفي ، تجربة الصحافة الأدبية في الجزائر "مجلة آمال نموذجا" ، دار النشر دحلب : الجزائر ،2007.
- 55- محمد اللمداني، الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، منشورات الحبر:الجزائر، 2005.
- 56- محمد زيان عمر،البحث العلمي مناهجه وتقنياته،ديوان المطبوعات الجامعية:الجزائر،1969.
- 57- محمد عبيدات وآخران، منهجية البحث العلمي ..القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2 ؛ عمان :دار وائل للنشر،1999 .
- 58- محمود علم الدين ، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ، ط2 بدون دار تشر :القاهرة،2009.
- 59- محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي، دار هومة : الجزائر،ط4، 2002.
- 60- محمد علي القوزي ،نشأة وسائل الإتصال وتطورها،دار النهضة العربية، بيروت، دس ن.
- 61- محمد بن صالح ناصر ، الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1954 ،ط2 ، ألفاديزاين ، الجزائر ،2006.

- 62- محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، جامعة حلوان ط.1، 1997.
- 63- محمود علم الدين، الإخراج الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1985
- 64- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، د د ن ، 1990.
- 65- محمود حمدي عبد القوي ، لغة الصحافة وحرب المفاهيم، دار العالم العربي : القاهرة ، ط1، 2012 .
- 66- محمد عبد الحميد ، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية _ النظرية والتطبيق_ عالم الكتب للنشر والتوزيع : القاهرة ، ط1، 2004.
- 67- فؤاد شعبان ، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياته الحديثة، ب ط ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع:الجزائر، 2012.
- 68- فوزي عبد الرحمن العكش ، البحث العلمي : المناهج والإجراءات، مطبعة العين الحديث :الإمارات العربية المتحدة ، 1986.
- 69- فداء حسين أبو ديسة ، خلود بدر غيث، تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع:عمان ، ط1، 2009.
- 70- فهد بن عبد العزيز ،الإخراج الصحفي :أهميته واتجاهاته الحديثة ، مكتبة العبيكان : الرياض ، ط1، 1998.
- 71- فاروق أبو زيد ،مدخل إلى علم الصحافة ،عالم الكتاب : القاهرة ، ط2، 1991.
- 72- لؤي خليل :الإعلام الصحفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 73- لعلاوي خالد، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري _ دراسة قانونية بنظرة إعلامية _ ، دار بلقيس للنشر والتوزيع:الجزائر ، ط1، 2011.
- 74- ليلي عبد المجيد ،محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات ،السحاب للنشر والتوزيع:القاهرة، 2004.
- 75- كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام - التطور_الخصائص_النظريات ، دارالمسيرة للنشر والتوزيع :الأردن ، ط1، 2011.

- 76- نسيم الخوري، الكتابة الإعلامية _ المبادئ والأصول_ دار المنهل اللبناني : بيروت، ط2، 2009.
- 77- هارتمان وآخرون، الجريدة أو الصحافة عند المسلمين، تر: إبراهيم خورشيد وآخرون ،دار الكتاب اللبناني: لبنان، ط1، 1981.
- 78- هشام أحمد محمد، مناهج البحث العلمي في علم النفس ،مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع:المعمورة، ط1، 2008.

/2 الكتب باللغة الفرنسية :

79_ Albert.P, .F.Terrou, Histoire de la presse, Presses Universitaires de France
Paris :1979.

80_ Brahim Brahimi ,**le pouvoir ,la presse et les intellectuels en Algerie,Histoire et Perspectives méditerranéenne**,Edition I 'Harmathan ,Paris,France,1990 .

81.Deradji Soualem :Mémoire de la presse Algérienne _1962/2004 ;Chihab Editions :2006 .

82_IHADDADEN ZAHIR : **histoire de la presse indigène en Algérie**, Alger, Algérie–ENAL 1983.

83 _Jean–Pierre Esquenza, Sociologie des publics, (paris: Editions la Découverte, 2003.

84M'hamed Rabah ; **la presse Algérienne « journal d'un défi »** ; Chihab Editions ;Alger ;2002 .

85 Mireille Maurin, **Hachette le dictionnaire du français**, Algérie, édition Algérienne –ENAG– 1992.

3/ الأطروحات

1/ الحاج عيسى سعيدات : " الإنقراطية الإعلامية للجراند اليومية الجزائرية " _ دراسة تحليلية أسلوبية للأخبار الداخلية خلال فترة سبتمبر 2006 / سبتمبر 2007 ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر، 2007- 2008 .

2/ السعيد بومعيزة: "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب _ دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية_ أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 2005/2006.

3/_ يوسف تمار، " Agenda setting " _ دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري _ أطروحة دكتوراه ،جامعة الجزائر، 2004_ 2005.

4 / علي قسايسية ،المنطقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي _دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر_ أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر، 2005-2006.

- 5/ سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
- 6/ شاهر خليل محمد نصار، دور إعلانات الأنترنت في تشكل الثقافة الاستهلاكية للشباب الفلسطيني ، _دراسة ميدانية _ مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، 2012.
- 7/ بغداد باي عبد القادر ، مساهمة في دراسة الممارسات المهنية في الصحافة المكتوبة _ دراسة حالة جريدتي صوت الغرب ، quotidien d'oran مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع الاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ 2008/2007.
- 8/ حنان شعبان ، أثر الفواصل الإخبارية التلفزيونية على عملية التلقي _دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجزائريين_ مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال -إشراف د. السعيد بومعيزة ، 2009/2008.
- 9/ منال قدواح ، إتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية _ دراسة ميدانية _ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة منتوري ،قسنطينة، 2008/2007.
- 10/ رؤى عبد الهادي محمد الشخلي ،، تغطية الصحافة الإلكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات _ دراسة تحليلية لصحيفتي : الدستور و الزمان _ ، استكمالاً للحصول على شهادة الماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ، 2010 .

4/ القواميس:

- 86- المنجد في اللغة والإعلام ، منشورات دار المشرق : بيروت ، ط1 ، 1991.
- 87- طاهر بن خرف الله ، الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج3، دار هومة للنشر والتوزيع: الجزائر، 2003.
- 88- محمد فريد محمود عزت :قاموس المصطلحات الإعلامية ، دار مكتبة هلال ، بيروت، 2008.

5/ المجالات و المداخلات

- 89- آرثر أسا بيرغر، تر:صالح خليل أبو اصبح، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية_عالم المعرفة ،سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب:الكويت،العدد 386،مارس 2012.
- 90- عبد الفتاح خضر، أزمة البحث العلمي في العالم العربي ،سلسلة دراسات تصدر عن مكتب صلاح الحجيلان للمحاماة والإستشارات القانونية،السعودية، ط3 ، 1992.
- 91- محمود خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية_دراسة تحليلية _مجلة جامعة دمشق-المجلد- 27 العدد الأول والثاني . 2011 .
- 92- إيمان (ب) مجلة القلم الإلكتروني ، العدد الثاني ، شوال 2012/1433، يشرف على المجلة مجموعة من طلاب الإعلام و الاتصال من مختلف جامعات الجزائر ومديرها صلاح الدين وضاح.
- 93- فضيلة تومي ، تكنولوجيا الاتصال _ التفاعلية _ وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعات الجزائرية ، عدد خاص من مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، 2010 .

- 94- د. زهير عبد النظيف عابد ، واقع الإعلان في الصحف الفلسطينية دراسة تحليلي مضمون ،مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول،جامعة الأقصى يناير 2013 .
- 95- إبراهيم بعزيز، " في ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول ثقافة الصورة"، تحت عنوان "أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمه" بجامعة المدينة، يوم 4 جوان 2010.
- 96- د. فايز بن عبد الله الشهري واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت_ دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الالكترونية_ بحث مقدم لندوة "الإعلام السعودي سمات الواقع و اتجاهات المستقبل ، مركز البحوث والدراسات - المنتدى الإعلامي الأول- الجمعية السعودية للإعلام والاتصال الرياض/ جامعة الملك سعود - مارس 20-25 مارس/2003م.
- 97- الدكتور محمود عبد الرؤوف كامل ،بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم يومي 23/25 أكتوبر 2007 بعنوان " اتجاهات بحوث الصحافة و الإعلام في أمريكا و مصر_ دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدورتي الصحافة و الإعلام الأمريكية و المجلة المصرية لبحوث الإعلام،جامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا.
- 98- ستيف باكلي. Steve Buckley سوسن الشعابي Sawsen Chaabi ، بشير وردة Bechir Ouarda : في دراسة حول تطوّر وسائل الإعلام والاتصال بتونس ، باعتماد مؤشرات تطوّر وسائل الإعلام والاتصال حسب منظمة الأمم المتّحدة للتربية والعلوم والثقافة (UNESCO) ، أبريل 2012.
- 99- جاسم محمد الشيخ جابر ، الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية و المهنية _ دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية _ كلية العلوم التطبيقية ، صحار ، سلطنة عمان ، 2008/2009.

6/ المواقع الإلكترونية :

منتدى المعهد العالي للتكنولوجيا بينها:

<http://www.mediafire.com/?a5cxuc8az5qxn1p> /1

<http://www.ejtemay.com/showthread.php?t=14714> /2

3/ منتدى شنواى : -7513t <http://shanaway.ahlamontada.com/t7513->

[topic#ixzz2xBjEWMj](http://shanaway.ahlamontada.com/t7513-topic#ixzz2xBjEWMj)

4/ موقع ومنتدى طلاب التعليم المفتوح

<http://www.oldamasc.com/vb/showthread.php?t=40655>

5/ <http://selviom.blogspot.com/2012/05/blog-post.htm>

6/ عبد الوهاب بوكروح، آخر دراسة لمؤسسة IMMAR حول الخارطة الإعلامية في

الجزائر، دراسة في جريدة الشروق اليومي، 2010.

<http://www.echoroukonline.com/ara/?news=50367>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الإجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إستبيان حول :

**توظيف العناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحة الأولى للجريدة وعلاقتها بفعل
القراءة (دراسة ميدانية بمدينة البليدة)**

هذه إستمارة إستبائية نرجو من خلالها جمع آراء عينة من المجتمع الجزائري قصد
توظيفها في إطار علمي يرمي إلى محاولة إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال،
تتناول دور العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى وعلاقتها بالجمهور القراء، لذلك نطلب منكم
الإجابة على الأسئلة التي تحتويها الإستمارة بكل صدق ونحيطكم علما أن كل إجاباتكم ستبقى
في إطار خدمة البحث العلمي فقط .

مع كل الإحترام والتقدير لجمهورنا الكرام..

ملاحظة

- وضع العلامة (X) في مكانها المناسب للإجابة .
- عدم كتابة إسمك (بي) أو أي معلومات شخصية.
- الرجاء الإجابة على كل الأسئلة.

تحت إشراف الدكتور:

من إعداد :

غالم عيد الوهاب

محفوظ يمينة

السنة الجامعية 2015/2014

المحور الأول : السمات العامة للجمهور القراء

أ- الجنس: ذكر أنثى

ب - السن: من (20-29) (30-39) (40-49) 50 سنة فما فوق

ج - مكان الإقامة: ريفي حضري

د- المستوى التعليمي: غير متمدرس ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

هـ - الوظيفة: موظف أعمال حرة دون وظيفة عامل يدوي

المحور الثاني : عادات القراءة

1- هل تطالع الجرائد اليومية الجزائرية ؟ دائما أحيانا أبدا

2- من بين هذه الجرائد : ماهي الجريدة التي تفضل قراءتها ؟

الخبر النهار الجديد الشروق اليومي

3- كيف تحصل على جريدتك : شراء إستعارة عبر الأنترنت

4- متى تقرأ الجريدة ؟ صباحا مساء ليلا

5- أين تقرأ الجريدة؟ : العمل البيت مكان عام

6- هل تطالع جريدتك المفضلة؟ يوميا أحيانا نادرا

المحور الثالث : علاقة القارئ بالصحيفة اليومية :

7- هل ترى أن الصحافة المكتوبة في الجزائر تأخذ بعين الاعتبار القضايا المتداولة في أوساط المجتمع ؟ دائما أحيانا نادرا

8 . هل تجد في الصحيفة ما تبحث عنه ؟

نعم لا

9 - ما الذي يشدك أكثر في الصحيفة ؟

المضمون اللغة طريقة المعالجة
الإخراج الصحفي أمرا آخر حدده

10 . هل ترى أن الصحف التي تقرأها تحترم مبادئ العمل المهني بشكل ؟ :

كامل نسبي نوعا ما

11- عند مطالعتك لصحيفتك المفضلة هل تكون؟

مجرد متلقي مشارك فعال ناقد

12- ماهي المواضيع التي تطالعها وتنال اهتمامك أكثر ؟

ملاحظة : رتب المواضيع حسب الأولوية، يعطى رقم 1 للموضوع الذي ينال اهتمامك في المرتبة الأولى و هكذا ..

الجرائد اليومية الجزائرية ذات المضامين :

- الثقافية العلمية الرياضية الدينية السياسية
 الإخبارية التسلية الاجتماعية الطبخ وشؤون المنزل
أخرى أذكرها

13- هل لديك إهتمام بشكل الجريدة؟ : نعم لا

14- أثناء قراءتك للجريدة على ماذا تركز ؟

- الصفحة الأولى انتقل إلى السؤال 14
 محتوى الجريدة
 الصفحة الأخيرة

المحور الثالث : تصميم الصفحة الأولى وأهمية العناصر التيبوغرافية

15- هل تجذب طريقة تصميم الصفحة الأولى من جريدتك إنتباهك ؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة (نعم) أجب عن الأسئلة التالية:

16- ما هي العناصر التي تجذب إنتباهك في الصفحة الأولى من جريدتك

المفضلة ؟

شعار الجريدة

الصور

العنوان الرئيسي (المانشيت)

اللافتة

الإعلانات

أخرى أذكرها.....

17- هل تؤثر هذه العناصر في اختيارك لجريدتك : نعم لا

18- هل تجعلك هذه العناصر تقبل على اختيارك لموضوع تقرأه في الجريدة ؟

نعم لا

19 - هل يجذبك شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة ؟

نعم لا

-إذا كانت الإجابة (نعم) أجب عن الأسئلة التالية:

20- ما هي العوامل التي تجعل العنوان جذابا من الناحية الشكلية؟:

حجم العنوان

إمتداد العنوان

كثافة ألوان العنوان

شكل الخط الذي يكتب به العنوان

عوامل أخرى حددها.....

21- هل تجذب الصورة في جريدتك المفضلة انتباهك إليها؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة (نعم) أجب عن الأسئلة التالية :

22- ما هي العوامل التي تؤثر في جذب انتباهك إلى الصورة ؟

حجم الصورة

شكل الصورة

اللون

تأطير الصورة

23- إذا كان شكل الصورة جذاباً بأي شكل الصورة يجذب انتباهك أكثر ؟

دائري مربع الصورة المفصلة الصورة ذات التدرج الظلي

شكل آخر (حدده)

24- هل تجعلك الصورة في جريدتك تقبل على قراءة موضوع ما ؟

نعم لا

25- إذا تم وضع المادة المنشورة في جريدتك في إطار فهل يجذب انتباهك إليها؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة (نعم):

26- هل وضع المادة المنشورة في جريدتك في إطار يجعلك تقرأها؟

نعم لا

27- هل احتواء الجريدة على الإعلانات يجعلك تفتني المنتج؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة (نعم) :

28- ماهي العوامل التي تجعل القارئ يُقدم على اتخاذ خطوة مهمة كالشراء
مثلا ؟

عنوان المنتج

النص الإعلاني

إسم المعلن والعلامة التجارية

المساحة المخصصة للمنتج

صورة المنتج

29- هل يؤثر وضوح القراءة في اختيارك للجريدة ؟

نعم لا

30- ما هي العوامل التي تؤثر في وضوح القراءة في جريدتك؟

*ضع علامة (+) بالنسبة للعوامل التي تؤثر (إيجابا) وعلامة (-) بالنسبة للتي
تؤثر (سلبا) .

شكل الخط الذي يكتب به حرف المتن

البياض بين سطور الحروف

حجم حرف المتن

مساحة البياض بين الأعمدة

كثافة لون حرف المتن (فاتح، قاتم)

31- هل يؤثر وضوح القراءة من عدمه في استمرار متابعتك لقراءة الصفحة في جريدتك؟

أحيانا

لا يؤثر

يؤثر

32- كيف ترى مستقبل الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل التطور الذي تعرفه الوسائل الإعلامية الحديثة ؟

.....

.....

.....

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الإجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

دليل مقابلة حول :

توظيف العناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحة الأولى للجريدة وعلاقتها

بفعل القراءة

تحضيرا لبحث ميداني في إطار محاولة الحصول على شهادة دكتوراه في الإعلام والاتصال
حول العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى من الجريدة في الصحافة المكتوبة _ (الخبر _
الشروق اليومي _ النهار الجديد) وعلاقتها بالجمهور القراء _ نتشرف بأن نضع بين أيدي
الصحفيين هذا الاستبيان راجين منكم التعاون معنا لإعداده من خلال ملء البيانات الواردة فيه ،
بالإجابة على الأسئلة المطلوبة .

مع كل التقدير والإحترام

تحت إشراف :

من إعداد :

د/غالم عبد الوهاب

محفوظ يمينة

السنة الجامعية 2014 / 2015

1- البيانات الشخصية :

أ - الجنس : ذكر أنثى

ب - المستوى العلمي : ثانوي جامعي ودراسات عليا شهادة أخرى
حدد

ج - الخبرة : من سنة إلى 5 سنوات من 6 إلى 10 سنوات
10 سنوات فأكثر

د - مستوى الدخل : أقل من 10 آلاف من 15 إلى 20 ألف أكثر من
20 ألف

هـ - التخصص : علوم الإعلام والاتصال علم الاجتماع علم النفس
أدب عربي علم المكتبات علوم تجارية تخصص آخر
حدد.....

و - مكان الإقامة : مسكن خاص مسكن مأجور

ي - طبيعة المؤسسة التي تعمل فيها : عمومية مستقلة

م - ماهي وضعيتك المهنية؟ دائم متعاقد دون عقد

2- الممارسة الصحفية في عملية الإخراج الصحفي :

1- هل العمل في الصحافة يتطلب بالضرورة مؤهلا جامعيًا؟ : نعم لا

2- ماهي نظرتك لمهنة الصحافة؟ مهنة نبيلة مهنة المتاعب

مهنة غير مرغوب فيها

3- في رأيك ، الصحافة تحقق وظيفة : إيصال الأخبار والمعلومات للجمهور

منافسة الجرائد الأخرى تحقيق الربح

وظيفة أخرى ، أذكرها

4- ماهي معايير توظيف المخرجين الصحفيين بالجريدة ؟ حسب الشهادة (دبلوم)

العلاقات الشخصية عامل الخبرة

5- هل تتاح لك حرية في الإبتكار والإبداع في عملك المهني ؟ نعم لا

6- إذا كانت الإجابة نعم : فيما تتمثل هذه الحرية ؟ :

ترك المجال لك في ترتيب العناصر التيبوغرافية الحرية في اختيار العناوين

وترتيبها حرية اختيار المساحات والألوان أمر آخر

7- إذا كانت الإجابة لا حدد مجموعة الصعوبات التي تعيقك :

السياسة التحريرية الجريدة القوانين الإعلامية مشاكل شخصية

عوائق أخرى ، أذكرها

.....

8- ماهي العناصر الأكثر فاعلية في عملية إخراج الصفحة الأولى ؟

إبراز العناوين الرئيسية الإكثار من الألوان ترك المساحات بين الأسطر

إستخدام الصور الإعلانات في أسفل الصفحة عناصر

أخرى حددها.....

9- ماهي المحددات الرئيسية لإخراج الصفحة الأولى من الجريدة ؟

السياسة التحريرية للجريدة

شخصية رئيس التحرير

النمط التكنولوجي للإخراج

طبيعة الجرائد المنافسة وأساليب الإخراج المتبعة فيه

10- هناك من يقول أن الإخراج الصحفي علم ، وهناك من يقول أيضا أنه فن ،
فماهي إجابتكم ولماذا ؟

.....
.....

11- إخراج الصفحة الأولى من الجريدة هو في مجمله عملية تطبيق لمجموعة من
التصورات حول الأسلوب والشكل المناسب للجريدة فهل هذا يعتمد على :

الخبرة والتجارب الشخصية

دراسة الخريطة النفسية للقارئ

نمط إستخدامات القارئ

نوعية الورق المستخدم

الإستفادة من نتائج البحوث العلمية في مجال الصحافة

12- في رأيك ماهي أهمية الإخراج الصحفي ؟

- جذب إنتباه القارئ تحقيق التتبع والمظهر الجمالي للجريدة إعطاء
هوية مميزة للجريدة عرض الأنباء مقومة حسب الأهمية

3- تصور المخرجون الصحفيون للشكل الأمثل للجريدة في ظل التطور

التكنولوجي :

13- هل تؤمنون بوجود معايير علمية متبعة في عملية الإخراج الصحفي ؟

نعم لا

14- إذا كانت الإجابة نعم : مامدى اهتمامك والتزامك بهذه المعايير ؟

دائما أحيانا نادرا

15- ماهي مراحل إخراج الصفحة الأولى من الجريدة؟ (كيف يتم توزيع العناصر
التبويغرافية على الصفحة)

.....
.....

16- أثناء قيامك بعملية إخراج الواجهة (الصفحة الاولى) ،هل تأخذ اهتمامات
القراء بعين الإعتبار ؟

17- ما طبيعة هذا الإهتمام ؟ إستخدام الألوان التي تجذب انتباه القراء

رصد الصورة المعبرة ترتيب العناوين بشكل مناسب أمر آخر
.....

18- في رأيك ما العناصر التبويغرافية التي يركز عليها المخرج الصحفي ، والتي
تدفع بالقارئ إلى النظر إليها أولا ثم قراءتها ثانيا ؟

- رمز الجريدة
- العنوان في أعلى الصفحة الأولى
- الصورة في وسط الصفحة الأولى
- العنوان الرئيسي في وسط الصفحة الأولى
- الألوان المستعملة في الصفحة الأولى

عناصر أخرى (حدد).....

19- لقد أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة تغييرات جذرية في عملية الإخراج الصحفي وخاصة التطور التكنولوجي والطباعي الذي مس الصفحة الأولى ، في رأيكم كيف للمخرج الصحفي أن يقدم صفحة جذابة في ظل مواجهة الإعلام المكتوب الآخر؟

20- هل تفكرون في خلق أساليب جديدة في عملية إخراج الصفحة الأولى بحيث تحافظون على القارئ الوفي باعتباره نبض الصحيفة من جهة ، ووحدة الصحيفة من جهة أخرى .

شكرا لتعاونكم معنا .

قائمة الجداول

الرقم	عناوين الجداول	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة (الصحفيين)	175
2	توزيع أفراد العينة حسب مستواهم الدراسي	176
3	توزيع أفراد العينة حسب خبرتهم في المؤسسة الإعلامية	178
4	توزيع أفراد العينة حسب دخلهم الشهري	179
5	توزيع أفراد العينة حسب تخصصهم الجامعي	180
6	توزيع أفراد العينة حسب مكان إقامتهم	182
7	توزيع أفراد العينة حسب وضعيتهم المهنية في المؤسسة	183
8	يمثل ضرورة المؤهل الجامعي لمهنة الصحافة	184
9	يمثل نظرة الصحفيين لمهنة الصحافة	185
10	يمثل معايير توظيف الصحفيين الجدد بالجريدة	185
11	يمثل حرية الابتكار والإبداع في العمل المهني للصحافة	186
12	يمثل حدود حرية الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية	187
13	يمثل أهم العواقب التي تقيد حرية الصحفي	188
14	يمثل العناصر التيبوغرافية الأكثر فعالية في عملية الإخراج الصحفي	189
15	يمثل المحددات الرئيسية لإخراج الصفحة الأولى	190
16	يمثل إجابات الصحفيين حول الإخراج الصحفي علم أو فن	191
17	يمثل أهم العناصر التي يعتمد عليها إخراج الصفحة الأولى للجريدة	192

193	يمثل مدى أهمية الإخراج الصحفي	18
194	يمثل إيمان الصحفيين بوجود معايير علمية لعملية الإخراج الصحفي	19
195	يمثل مدى اهتمام والتزام الصحفيين بالمعايير العلمية	20
196	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار	21
197	يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بجمهورهم	22
198	يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي تجذب انتباه القارئ	23
204	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار حسب الجنس	24
205	يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بالجمهور حسب الجنس	25
207	يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها المخرج الصحفي من أجل جذب انتباه القارئ حسب الجنس	26
209	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار حسب الخبرة	27
211	يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بالجمهور القراء حسب الخبرة	28
214	يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي والتي تجذب انتباه القارئ حسب الخبرة	29
216	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار حسب التخصص الجامعي	30
219	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار حسب متغير الإقامة و مستوى دخل الصحفيين	31
222	يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بجمهورهم القراء حسب الإقامة و مستوى دخل الصحفيين	32

226	يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي والتي تجذب انتباه القارئ حسب الإقامة و مستوى دخل الصحفيين	33
230	يمثل أخذ الصحفيين اهتمامات القراء بعين الاعتبار حسب وضعيتهم المهنية	34
231	يمثل طبيعة اهتمامات الصحفيين بجمهورهم القراء حسب وضعيتهم المهنية	35
233	يمثل أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها الصحفي و التي تجذب اهتمام القارئ حسب الوضعية المهنية	36
240	يمثل توزيع عينة الدراسة التحليلية (الجمهور القراء) وفقا للجنس	37
242	تصنيف مفردات العينة تبعا للمراحل العمرية	38
244	تصنيف مفردات العينة وفقا لمكان إقامتهم	39
245	تصنيف مفردات العينة وفقا لمستواهم الدراسي	40
247	تصنيف مفردات العينة تبعا للمهنة	41
249	الخاص بمطالعة الجمهور للجزائريين اليومية الجزائرية	42
250	الخاص بجريدة الجمهور المفضلة	43
253	الخاص بطريقة حصول القارئ على الجريدة	44
253	الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب أوقات مطالعتهم للجريدة	45
254	الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب أماكن تفضيل مطالعتهم للجريدة	46
255	الخاص بمطالعة الجمهور لجريدتهم المفضلة	47
256	الخاص بأخذ الصحافة المكتوبة الجزائرية بعين الاعتبار القضايا المطروحة داخل المجتمع الجزائري	48

257	الخاص بتلبية الجريدة لرغبات الجمهور الجزائري	49
258	الخاص بالعناصر التي تشد انتباه القارئ نحو جريدته	50
259	الخاص بمدى احترام الصحافة المكتوبة الجزائرية لمبادئ العمل المهني	51
260	الخاص بتفاعل القارئ أثناء قراءته للجريدة	52
261	الخاص بترتيب القارئ للمواضيع التي يفضلها حسب الأولوية	53
262	الخاص بدرجة اهتمام الجمهور القراء بالشكل الخارجي للجريدة	54
263	الخاص بأهم العناصر التي يركّز عليها الجمهور عند اقتناء جريدته	55
264	الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب درجة انتباههم إلى الصفحة الأولى من الجرائد اليومية الجزائرية	56
265	الخاص بتوزيع العينة حسب درجة انتباههم للعوامل التيبوغرافية في الصفحة الأولى من الجريدة	57
266	الخاص بمدى تأثير العناصر التيبوغرافية على اختيار الجمهور للجريدة	58
267	الخاص بدور العناصر التيبوغرافية في جعل القارئ يُقدم على قراءة موضوع ما	59
268	الخاص بتأثير شكل العنوان في اختيار الجريدة	60

269	الخاص بتوزيع الخصائص الشكلية للعنوان كعنصر تيبوغرافي يؤدي وظيفة جذب انتباه القارئ	61
270	الخاص بأهمية الصورة في الصفحة الأولى في جذب انتباه الجمهور القراء	62
271	الخاص بتوزيع الخصائص الشكلية للصورة كعنصر تيبوغرافي يؤدي وظيفة جذب انتباه القارئ	63
272	الخاص بشكل الصورة الأكثر جذباً للانتباه	64
273	الخاص بدور الصورة في جعل القارئ يُقدم على موضوع ما يقرأه من الجريدة.	65
274	الخاص بوضع المادة المنشورة في إطار يجذب انتباه القراء إليها	66
275	الخاص بوضع المادة المنشورة في إطار تأخذ القارئ إلى قراءتها	67
276	الخاص باحتواء الجريدة على الإعلانات تدفع القارئ إلى اقتناء المنتج	68
277	الخاص بالعوامل التي تجعل القارئ يفتني منتج الإعلانات في الجريدة	69
280	الخاص بدرجة تأثير وضوح القراءة على اختيار القارئ للجريدة	70
281	الخاص بتوزيع العناصر التيبوغرافية وفق نمط تأثيرها في وضوح قراءة الجريدة اليومية	71
283	الخاص بدرجة تأثير وضوح القراءة على استمرار القارئ في متابعة قراءة الصفحة من الجريدة	72

	الجنس	
299	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بشكل الصورة حسب الجنس	86
300	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في اطار حسب الجنس	87
301	الخاص بعلاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات حسب الجنس	88
302	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بطريقة تصميم الصفحة الأولى حسب السن	89
303	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى حسب السن	90
304	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة حسب السن	91
305	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بالعوامل التي تجعل العنوان جذابا من الناحية الشكلية حسب السن	92
306	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجذب الصورة للانتباه حسب السن	93
307	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجذب شكل الصورة للانتباه حسب السن	94
308	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في اطار حسب السن	95
309	الخاص بعلاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات حسب السن	96
310	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بطريقة تصميم الصفحة الأولى حسب المستوى التعليمي	97

311	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بالعناصر التي تجذب الانتباه في الصفحة الأولى المفضلة حسب المستوى التعليمي	98
312	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجاذبية شكل العنوان لقراءة المادة المنشورة حسب المستوى التعليمي	99
313	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بالعوامل التي تجعل العنوان جذاباً من الناحية الشكلية حسب المستوى التعليمي	100
314	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجذب الصورة للانتباه حسب المستوى التعليمي	101
315	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بجذب شكل الصورة للانتباه حسب المستوى التعليمي	102
316	الخاص بعلاقة سمات الجمهور بوضع المادة المنشورة في إطار حسب المستوى التعليمي	103
317	الخاص بعلاقة سمات الجمهور باحتواء الجريدة على الإعلانات حسب المستوى التعليمي	104