سلم تصحيح مقرر الإخراج الصحفي – السنة الثالثة – الفصل الدراسي الأول٢٠٢١- ٢٠٢٢

أولاً- املأ الفراغات بالإجابة الصحيحة (لكل إجابة ٥ درجات × ١١ = ٥٥ درجة)

١- يرى باول جريليو Paul Grillo أن التصميم خطة للتنظيم ، فهو يعبر عن الخامة التي يصنع منها ، والتصميم الفعال هو الذي يفي بالغرض الذي وضع من أجله، ويسير في اتساق مع القوانين الطبيعية الأصلية للتطور ويتسم بالشمولية

٢- المخرج الصحفي الفني أو سكرتير التحرير الفني : ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة وفقاً لرؤية المشرف أو المدير الفني لواقع تيبوغرافي - عناوين - مقدمات - صور - رسوم - جداول - ألوان ... إنه يقوم برسم نموذج الصفحة Maquette يبين فيه شكل المواد التي تصل إليه من كبير المراجعين عن طريق المدير الفني ، أو رئيس القسم الفني ، مكتوبة ومصورة بعد تحديد موقعها داخل الجريدة ، وداخل كل صفحة من صفحاتها ، وبعد رسم نموذج الصفحة ترسل المواد إلى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، لتنفيذها ويحدد المخرج الصحفي نوع الحروف ومقاساتها عل الأصول التحريرية . وتعتمد الصحف التي تأخذ بهذا الأسلوب على نموذج للصفحة بالقطع القياسي للمطبوعة محدد عليه عدد الأعمدة ، وبعض الصحف الأخرى تعتمد نموذجاً مصغراً بنسبة ٢٥ % من النموذج القياسي . ولنموذج الصفحة نوعان يسمى الأول "ماكيت" التصميم وغالباً ما يكون ورقه من رتبة ورق دنيا لأنه يرمى بعد استخدامه ، ويسمى الثاني "ماكيت" التصميم المنوع من ورق مصقول تعتمده الصحف التي تستخدم المونتاج اليدوي ، وتراجع وجود النوع الثاني بسبب تحول الصحف بشكل كلي لطريقة المونتاج الإلكتروني .

٣- **الصورة متلاشية الحواف :** وهي الصور التي تتلاشى حوافها تدريجيا حتى تذوب خلفيتها في لون الورق ، ويغلب على أشكال هذه الصور في هذه الحالة شكلٌ غير منتظم ، وهذا لا يمنع أن تأخذ شكلا بيضاويا أو دائريا في حالات نادرة ، ويحقق التخفيف التدريجي لحواف الصورة هدفا جماليا كما أنه يعطي انطباعا بالقدم ، ويتم إنتاج هذا الشكل عن طريق إزالة النمط النقطي تدريجيا من حواف الصورة ، ويتولى القيام بهذه العملية فنان متخصص على درجة عالية من المهارة والكفاءة .

٤- **يمكن إرجاع تطور استخدام الألوان في الصحف لعدة عوامل منها(تعداد فقط)** : تطورات تقنية إنتاج الصور الملونة . - دخول الصحف مجال المنافسة - تطور الطباعة الملونة - دخول الإعلانات في الصحف على نطاق واسع - توافر الإمكانيات المادية والبشرية .

٥- **الوحدة في الشكل :** أو المظهر العام الذي تتخذه الصحيفة لبعض الخامات المستخدمة في بناء الصفحة كالوحدة في شكل الحرف وطرزها ، فأغلب متون الصحف تجمع بحرف ياقوت ، وهو شكل من أشكال الوحدة ، فعندما تختار صحيفة ما أن تجمع عناوين صحفتها الدينية بحرف كوفي تحقق الوحدة على المستوى الكلى للصفحة ، وتمنح العنوان معنى يرتبط بالمضمون المنشور نظراً لارتباط الخط الكوفي بالدين الإسلامي وتدوين القرآن الكريم . وتحقق الصحيفة الوحدة بشكل الصور تجمع والرسوم والأرضيات تجمع ؛ وبشكل عام تحقق الأشكال الهندسية الوحدة على الصفحة أو مجمل الصفحات في العدد الواحد أو مجموع الأعداد الصادرة من الصحيفة ، من خلال سيادة نوع واحد من هذه الأنواع الهندسي أو غير الهندسي ، وقد يسود غير الهندسي على بعض الصفحات كالرياضة والفن والثقافة .

٦- أحجام الحروف الكبيرة والكثافة السوداء وسيلة إبراز يمكن استثمارها في الجوانب التالية : **مقدمات** الموضوعات **:** تلي المقدمة العنوان مباشرة ، ويعد استخدام مقدمة صغيرة لموضوع كبير من أفضل وسائل التدرج البصري بين العنوان والمتن ، إلى جانب أهمية المقدمة من الناحية التحريرية التي تحتوي أهم ما في الموضوع من فقرات رئيسية بقصد جذب القارئ ودفعه لقراءة التفاصيل ، فللمقدمة تيبوغرافيا أهمية مثلى ، لذلك تجمع حروفها بالكثافة السوداء لتخفيف حدة الانتقال بصريا من أحجام الحروف الكبيرة في العنوان إلى أحجام الحروف الصغيرة في المتن . **تباين وإبراز وتأكيد بعض الفقرات :** يلجأ المصمم الصحفي لجمع بعض الكلمات أو فقرات بالكثافة السوداء لتأكيدها وإبرازها لذلك الإسراف في استخدام الكثافة السوداء يفقدها ميزة الإبراز . واستخدام الكثافة السوداء في جمع بعض فقرات الموضوع لابد أن يتم بعناية فائقة وعلى مستوين **أولهما :** انتقاء الفقرات ذات الأهمية الخاصة ، **وثانيهما :** أن توزع هذه الفقرات بشكل مناسب فلا تتقارب لدرجة كبيرة بحيث تطغى على الفقرات المجموعة بالكثافة البيضاء ، ولا تتباعد لدرجة كبيرة بحيث تفقد أهميتها كعامل لا يمكن تجاهله في تخفيف رمادية المتن وإحياء أجزائها .

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

٨- **تتعدد الرسوم اليدوية في الصحف ومن أبرزها: الرسوم التوضيحية :** وهي الأشكال التي توضح العلاقات الموضوعية في المواقف ومن أبرز أنواعها (تعداد مع قليل من الشرح) : **الرسوم الهندسية :** توضح خواص الأشياء أو البيانات المطلوب إتباعها للفهم ، **الرسوم العلمية :** يلجأ الفنانون لرسم ذلك بما يوضح ويفهم الموقف المصور كالأسنان والوراثة وأمراض الدم وخلايا النبات .... **الرسوم البيانية :** الجداول البسيطة أو المركبة أو وصفية توزيعات تكرارية .*- الخ **الخرائط** وهي عديدة.

٩- **الجداول (Rules):** هي الخطوط التي تفصل بين مواد الصفحة فصلا كاملا وقد تكون خطوطا طولية أو عرضية والجداول كأي عنصر تيبوغرافي على الصفحة ينبغي أن يكون لها غرض محدد على الصفحة ، إذ يؤدي الإسراف في استخدامها عكس ما هو مطلوب منها ، بينما استخدامها باعتدال وفي المواضع المناسبة يضاعف من تأثيرها .**الجداول الطولية (Column Rules) :** ويطلق عليها في بعض الأحيان جداول الأعمدة لأنها تفصل بين الأعمدة المتجاورة وقد شاع هذا الاستخدام فترة طويلة بين الصحف ، إلا أنها عدلت عنه وأصبحت الجداول الطولية تظهر للفصل بين الموضوعات التحريرية ، وبين مواد التحرير ومواد الإعلان ، وكان سبب هذا التحول تطور أنظمة ما

قبل الطباعة من الحرف الساخن للحرف البارد وتطور الطباعة من الطريقة البارزة إلى الأوفست ، فقد كانت جداول الأعمدة عبارة عن صفائح معدنية لتثبيت الحروف المصفوفة بالطريقة البارزة ومع التطور التقني تم الاستغناء كليا عن الجداول الطولية كوسيلة لتثبت الحروف ، وبقي استخدامها للفصل بين المواد . كما يمكن أن تكون وسيلة تجميع لتوحيد عناصر صفحة معينة أو لتوحيد صفحات تضمها قصة واحدة بحيث تؤدي بمهمة تجميع المواد المتجانسة . ويظل استخدام جداول الأعمدة بين أنهر الموضوع الواحد لأغراض زخرفية تسبب زحاما غير مرغوب به . ويرى بعض التيبوغرافيين أن الاستغناء عن جداول الأعمدة يعد مظهرا من مظاهر التجديد التيبوغرافي .

الجداول العرضية (Cut off Rules): وهي الخطوط الأفقية التي تمتد عبر عمود أو عدة أعمدة ويغلب على استخدام الجداول العرضية الفصل بين متون الموضوعات وما تحتها من مواد لا تتبعها ، وبين الصور وما تحتها من مواد لا تتعلق بها ولعزل المادة الإعلانية عن المادة التحريرية ولفصل المواد الإعلانية بعضها عن بعض .

١٠- صدر **الغلاف : وهو واجهة المجلة ويضم المكونات التالية :**

١- **اسم المجلة :** وهو المكون اللفظي الذي يشير لمجلة بعينها ويميزها عن غيرها لذلك ينبغي أن يتسم بالثبات شكلا (طراز حروف) وحجما ، وقد يختلف موقعا ولونا ، وتلجأ بعض المجلات لطباعته على أرضية معينة رغبة منها بتثبيت لونه وموقعه ، ويلجأ بعضها الآخر لنشر صورة على جزء منه مستفيدة بذلك من نظرية الإغلاق ، واسم المجلة عنصر غير مقروء بذاته . ويلحق باسم المجلة شعارها (فإن وجد) يظهران وحدة تصميمية واحدة .

٢- **سطر التاريخ :** ويضم رقم العدد (والمجلد إن وجد) وتاريخ الصدور باليوم والشهر والسنة ، وبعدة لغات ، بعض المجلات تنشره أفقيا أسفل اسم المجلة وبعضها الآخر تنشره رأسيا لجوار كعب المجلة ؛ وهذا هو الاتجاه الوظيفي لمساعدة المكتبيين على سهولة إخراج وإعادة المجلات في قاعات الدوريات في المكتبات ، وغالبا ما يجمع بحجم حروف صغير نسبيا أصغر من حروف متن نصوص المجلة ، وبحبر أسود على خلفية بيضاء أو بلون أصفر على خلفية سوداء ، وغالبا ما يراعي المصمم التباين بين شكل حروف سطر التاريخ وأرضيته التي تتبدل بتبدل الصور . وتلجأ بعض المجلات لنشره على خلفية موحدة تقتطع من خلفية الصورة حتى لا يضطر المصمم لتغيير لونه .

٣- **الإشارة الركنية :** وهو الركن الأيسر العلوي في المجلات الصادرة بالعربية ؛ وغالبا ما يظهر كما لو طويت صفحة عنه ، تستغله المجلات لنشر موضوع خطير أو حادثة مروعة أو حملة صحفية كان للمجلة فضل إماطة اللثام عن أسرارها وخباياها،وبعض المجلات تبيع هذا الجزء للمعلنين مقابل سعر مرتفع .

٤- **العناوين :** ولاسيما المسوقة التي تعبر عن المحتويات المهمة ويتوقع منها رفع أرقام المبيعات ، لذلك تكاد تكون ملازمة لكل المجلات ؛ قد تقتصر على عنوان أو عنوانين ، لكن المجلات تدرك أهميتها لذلك تكثر منها (ولاسيما في المجلات التي تلجأ للتغليف المضاعف " البلاستيكي " ومعه يتعذر فتح المجلة لمطالعة قائمة المحتويات) لتكون بمثابة وحدات ترويجية تسهم في رفع أرقام التوزيع .

١١- أسلوب الشريط المتتابع (Pico – Sequence) :

يقوم هذا الأسلوب على توزيع مجموعة من الصور على شكل شريط أعلى وأسفل صفحتي المجلة ، ومن الممكن أن يكون شريط صورٍ وحيداً أعلى أو أسفل الصفحتين ، أو شريطين أعلى وأسفل الصفحتين ، وفي حال وجود شريطين نلاحظ المساحة المتروكة للمتن ستبدو بسيطة جدا في مجلات القطع المتوسط والصغير ، لذلك يطبق هذا الأسلوب في المجلات ذات القطع الكبير . ويعد هذا الأسلوب ملائما عند نشر صور ممتدة عرضا (الكادر العرضي غني بالتفاصيل كصور الحقول والشواطئ والسماء والمدن وساحات المعارك ....) ، وفي حال نشر صور شخصية أو موضوعية تشكل مشهدا متعاقبا أو سلسلة صور (راجع فصل الصور) . ويمتاز هذا الأسلوب بعدة ميزات منها :

- تحقيق التسلسل المنطقي في عرض الصور (المشهد المتعاقب أو سلسلة الصور) .
- توزيع الصور كأن تكون سببا ونتيجة أعلى أو أسفل ، أو أعلى وأسفل الصفحتين ، ويلائم الصور التي تكمن أهميتها في نطاقها الممتد عرضا .
- يسمح هذا الأسلوب بتراكب الصور كليا أو جزئيا أو مزجها معا .
- في حال نشر شريط أعلى الصفحتين من الممكن دمج العنوان مع الصورة (الصور) لجعلهما كتلة تيبوغرافية واحدة .
- يحقق توازنا مرنا أفقيا أو رأسيا بين الصفحتين . وفي حال نشر الموضوع على أكثر من صفحتين تتابع الصور يحقق وحدة التصميم .
- يسهم في توجيه حركة عين القارئ أفقيا ورأسيا بمطالعة الصور المتتابعة .
- يحقق انسيابية المتن ؛ ويلائم المتون الصغيرة ، ويعطي اسم الكاتب والمصور موقعا مفضلا .

ثانيا- أجب عن الأسئلة الآتية: (١٥ درجة لكل سؤال)

س١- أكتب ما تعرفه عن **القيمة Value وكيف يمكن الإستفادة منها في التصميم الصحفي:**

هي الوزن النسبي الذي تبدو به الأشياء مرتفعة أو منخفضة ، وهي في التيبوغرافيا قيم لونية قاتمة أو فاتحة أو متدرجة باختلاط اللون بتدرجات الأبيض والأسود ، أو بالحجم فالعناصر الكبيرة ذات قيمة أكبر من الصغيرة ، أو بالموقع حيث تأخذ بعض المواقع قيما أكبر من غيرها . ويمكن الاستفادة من عنصر القيمة في التصميم الصحفي في المجالات التالية :

- **وسيلة فصل بصري :** يستخدم تباين القيمة وسيلة فصل بين المواد المنشورة فعند نشر موضوع بقيمة لونية عالية إلى جوار موضوع دون ألوان يعطي الإحساس بأن الموضوعين منفصلان .

٢- **توجيه عين القارئ عبر الصفحة :** غالبا ما تتحرك عين القارئ بتدرج عبر القيم بشكل تنازلي أو تصاعدي ، من الصورة الأكبر (القيمة الأكبر) للصورة الأصغر (القيمة الأصغر) ، ومن العنوان الكبير للصغير ومن الموضوع الأكبر للأصغر وهكذا .

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

٤- **خداع العمق :** تمنح القيمة الإحساس بالبعد الثالث باختلاف القيم بين ما هو فاتح يبدو مندفعاً للأمام وقاتماً مرتداً للخلف بما يمنح الإحساس بالعمق ، ولعل الصور أبرز مثال على ذلك فتظهر الأشياء المصورة بتباين قيمها اللونية .

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

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

س٢- تنقسم العناوين طبقا لاتساعها إلى العنوان العريض والممتد والعامودي. أكتب ما تعرفه عن العنوان العريض :

العنوان العريض : هو العنوان الذي يمتد على عرض الصفحة ويشغل الاتساع الكامل لقطعها ، وله أسماء مختلفة بالإنكليزية منها Screamer , Streamer , Banner line , The line ، ويشيع تعريبه باللغة العربية بالمانشت وهي كلمة فرنسية Manchete تعني سوار القميص الذي يلتف حول معصم اليد ، أو رباط العنق . وعرفت الصحافة الأمريكية العنوان العريض قبل غيرها من صحف العالم ، واشتهرت به بعض صحف الإثارة عندما اتجه بوليتزر لنشر عنوان باتساع الصفحة في جريدته ذي وورلد في عددها الصادر في ٨/ أيار/ ١٨٩٨م عند انتصار الجنرال الأمريكي ذيوي في مانيلا ، ونشر بوليتزر عناوين أخرى بالصفحة نفسها بل المقدمات أيضا باتساع الصفحة كلها . ثم شاع استخدام العنوان العريض أثناء الحرب العالمية الأولى نتيجة لضخامة الأحداث ومفاجأتها لكنه لم يجمع بحروف تزيد على ٥٤ بنطا .ولما كان الغرض من العنوان العريض إبراز الموضوع الرئيسي في الصحيفة فمكانه الطبيعي الصفحة الأولى، وذلك لا يمنع استخدامه أحيانا في الصفحات الداخلية إذا احتوت على موضوعات لها أهمية كبيرة تقتضي نشر عنوان على اتساع الصفحة ، ويغلب نشر العنوان العريض أسفل لافتة الجريدة . وأثار العنوان العريض منذ انتشاره في صحف العالم جدلا واسعا بين التيبوغرافيين فيرى البعض ضرورة استخدامه يوميا مرافقا لأهم حدث ينشر في الجريدة . على اعتبار أنه يجمع بحجم حروف كبير فيشكل عنصرَ جذبٍ بارزاً للصحيفة ، مما يساعد على المنافسة وزيادة أرقام التوزيع . ويرى آخرون أن كثرة استعمال العنوان العريض وبشكل يومي يفقده أهميته ووظيفته في تنبيه القارئ لحدث مفاجئ ويخرج عن مألوف الحياة اليومية ، لذلك ينصحون باستخدامه فقط في حالة الضرورة وفي حال وجود أحداث يستأهل إبرازها نشر مثل هذا العنوان. ويذهب فريق ثالث إلى القول إن هذا الإجراء من شأنه استنفاد كل وسائل الإبراز المتاحة للعنوان على الصفحة المتمثلة بحجم الحروف وكثافتها واتساع الجمع فضلا عن موقعه على الصفحة وعدم وجود حدث يومي يستحق كل هذا الإبراز لذلك نادوا بضرورة الإقلاع نهائيا عن استخدام العنوان العريض لتوفير المساحة من جهة ، وإضفاء طابع الهدوء والاتزان على الصحيفة ، وفسح المجال للعنوان الممتد لأداء هذه الوظيفة بما يمنح من تنوع وحيوية ويعطي إبرازا أكبر . يجمع العنوان العريض بحجم حروف تزيد على حجم حروف أي عنوان آخر على الصفحة ، وقد يتكون من أكثر من سطر ، وفي هذه الحالة ينصح بعض الخبراء بضرورة إبراز السطر الأول بحيث يشتمل على أهم ما في الحدث وتأتي السطور التالية لتكون فقرات عنوانية تحتوي تفاصيل أخرى مهمة ولكنها لا ترقى لمضمون العنوان الأول ، أو تغيير نوع الخط كأحد الأساليب التيبوغرافية في مغايرة خطوط العناوين الثانوية عن العنوان الرئيسي . كما ينصح الخبراء أن تكون كلمات العنوان قليلة مركزة متعددة المعاني ما أمكن وقد تكون عدد كلمات العنوان أربع كلمات أو ثماني كحد أقصى وأحيانا نادرة كلمة واحدة .

س٣- **<u>عناصر رأس الصفحة الأولى</u>:** يعتبر رأس الصفحة الأولى في كل صحيفة سمة خاصة بها تميزها عن غيرها من الصحف ، فالصحف تختلف بمكونات رأس الصفحة الأولى نظراً لاحتواء هذه العناصر على اسم الجريدة الذي يختلف لفظياً من جريدة لأخرى وتتكون العناصر التيبوغرافية الثابتة في رأس الصفحة الأولى من :

<u>١- اللافتة Name plate</u> : وهي اسم الجريدة الذي يظهر على الصفحة الأولى. وتعتبر اللافتة البصمة المميزة لكل صحيفة ، وتعبر عن هوية الجريدة وسياستها في التحرير والإخراج ، لذلك يعد تغيير اللافتة من وقت لآخر من الأمور غير المستحبة .

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

١- تحقق اللافتة وحدة تيبوغرافية للجريدة وذلك لأنها متكررة في كل أعداد الجريدة ، لذلك يمكن استخدام اللافتة لتعزيز مجال أي مادة صحيفة على أي صفحة من صفحات الجريدة لذلك ينبغي أن تتمتع بالوضوح والقابلية للتمييز فهي قلمٌ تقرأ لكنها تميز ، تمثل فكرة أو شيئاً ولذلك يجب أن تكون مرئية وقابلة للتذكر. ٢- اللافتة عنصر جاذب للصفحة وتسهم في إضافة مسحة جمالية على عناصرها ولاسيما عندما لا تتوافر صورة أو مادة مصورة للقيام بهذه المهمة . ٣- توفر اللافتة عنصر البساطة وسهولة القراءة وعدم الازدحام ، ولهذا السبب فقد أزيلت من اللافتات العناصر المشتتة. ٤- تجعل اللافتة استخدام الفراغ الأبيض ملائماً فإذا أحسن استخدامها أمكن للفراغ أن يجذب انتباه القراء للصفحة ويمثل متنفساً للصفحة. ٥- تنقل اللافتة الهوية القومية أو الطابع المحلي شأنها في ذلك شأن النسر

في الولايات المتحدة أو الأسد في بريطانيا، أو المطرقة والمنجل في الاتحاد السوفييتي السابق. ٦- تمثل بصمة الجريدة وأحد أبرز معالمها ، لذلك أن تتميز بطواعيتها للتصغير والتكبير لاستخدامها مع الصفحات الداخلية وفي رأس العناصر الثابتة .

١-٢- مكونات اللافتة : لافتة الجريدة عبارة عن تركيب لفظي وبناء تيبوغرافي في الوقت نفسه ، وهذه الكلمات ترسم بطريقة خاصة تجعل منها علامة الصحيفة المميزة. وأبرز هذه مكوناتها :

١-٢-١- اسم الجريدة Name : وهو المنطوق اللفظي لاسم الصحيفة ، اسم الصحيفة هو العنصر الأساسي والأهم في اللافتة وما الرسم المصاحب له إلا عنصر مساعد ، فلا يجب أن يكون أشد لفتاً للنظر من الاسم. وغالباً ما يحمل اسم الجريدة قيمة محددة سلفاً يود الناشر التعبير عنها وتأكيدها في أذهان القراء لذلك تستمد الصحف تسميتها في كثير من الأحيان من أسماء المناطق التي تصدر بها وتعبر عن قيمة جغرافية " كالجزيرة " و "عمان " والسيرياتايمز و U.S.A Today الأمريكية وغيرها من الصحف .... وقد يعبر اسم الصحيفة عن قيمة نوعية أو معنوية وهذه تتنوع بتنوع سياسة الناشر فقد تحمل اسم الحزب الذي تعبر عنه وتنطق بلسان حالة ، أو موضوعية وفقاً للمضمون الذي تصدر من أجله الصحيفة كالفن والثقافة والسياسة والرياضة .وعادة ما يتكون اسم الجريدة من كلمة أو كلمتين ويعزى ذلك لسهولة حفظها وتذكرها وسهولة المناداة عليها في الطرقات .

١-٢-٢- الشارة Insignia : وهي الرسم المصاحب لاسم الجريدة والمعبر عنه ، وتساعد في تأسيس هوية الجريدة وتميزها عن غيرها ، وكانت الوسيلة لتحقيق ذلك استخدام الحليات والأشكال الزخرفية ثم تحولت هذه الرسوم لشعارات تسهم في تمييز الصحيفة عن غيرها من الصحف وتعبر عن مضمون اسمها ، وإذا كان ارتباط الشارة باسم الصحيفة ارتباطاً موضوعياً فلا شك سينعكس بشكل رئيسي على ارتباطهما المكاني بحيث تظهر الشارة والاسم كمكون تيبوغرافي واحد ، وغالباً ما توضع الشارة فوق الاسم وفي أحيان قليلة توضع أسفل الأسفل ، ورغبة من بعض الصحف في تقليل العناصر المكونة للافتة استغت عن العناصر الأخرى وابقت لافتتها قاصرة على اسم الصحيفة فقط سعياً وراء البساطة والوظيفية والتميز .

١-٢-٣- سطر الشعار Slogan Line : تضمن بعض الجرائد لافتتها جملة قصيرة قد تكون تعبيراً كجريدة مستقلة أو حكمة مقتبسة أو بيت شعر أو غير ذلك تتخذها شعاراً لها أو دعاية عن نفسها أو تعريفاً بها ، وعادة ما ينشر هذا السطر أسفل اسم الجريدة مباشرة ، وقد يكون سطر الشعار من قبيل الزخرف أو التفنن اللفظي ، لكن المنطقي أن يعبر هذا السطر عن سياسة الصحيفة ، وعن فكر الجهة التي تصدر الصحيفة . ولأهمية اللافتة بما تحتوي من عناصر تتجه كثير من الصحف لتلوينها لاعتبارها أهم المعالم التي تميز الصحيفة عن غيرها من الصحف .

١-٣- موقع اللافتة : تتخذها اللافتة على الصفحة مواضع عدة ويخضع ذلك لوجهة نظر الناشر ومصممي الصحيفة ، فبعض الجرائد تصمم لافتتها لتحتل اتساع يقل عن اتساع الصفحة ، واصطلح على تسمية هذا الوضع باللافتات الطافية Floating Flog . ويرى بعض التيبوغرافيين أن اللافتة تؤدي دوراً أفضل عندما تكون منشورة في قمة الصفحة الأولى وبالاتساع الكامل للصفحة. بينما يذهب آخرون أن رأس الصفحة الأولى وهو أهم جزء فيها لكنه غير مقروء تفصيلياً كباقي أجزاء الصفحة . فهو مجرد علامة تجارية Trade mark للصحيفة لذلك فليس من الضروري إبرازه بقدر كبير سواء بالاتساع أو الموقع لذلك لجأت بعض الصحف لوضع لافتتها في أحد ركنين الجريدة الأيمن أو الأيسر ، ويعتبر هذا الأسلوب أحد الأساليب التي تخرج بها الجرائد عن التقليد المتبع في وضع اللافتة عند قمة الصفحة وفي وسط الاتساع المحدد لها .وبعض الصحف الأخرى تفضل أن يغوص هذا العنصر للأسفل لتضع فوقه بعض عناوينها (السماوي Skyline) و تلجأ صحف أخرى لضغط اتساع اللافتة فلا يمتد على عرض الصفحة بأكمله ، لتتيح المجال واسعا لعرض موادها ، ومعظم الصحف تفضل أن يشغل هذا العنصر مكانه الطبيعي في أعلى الصفحة حتى لا تعلوه بعض العناوين فتطغى عليه .

٢- الأذنان Ears : الأذنان كتلتان تيبوغرافيتان تقعان على جانبي قمة الصفحة الأولى للجريدة في نفس مستوى اللافتة تماماً، ولموقع الأذنين المتميز على الصفحة الأولى أهمية خاصة تتفنن الصحف في اختيار مادتهما ، ويتنوع محتواهما تنوعاً كبيراً ، وباعت بعض الصحف هذا الموقع لنشر مواد إعلانية ؛ بينما صحف أخرى فضلت أن تشغله بمعلومات أخرى خاصة بالصحيفة ، ورأت صحف أخرى أن تستغل هذا الموقع لنشر أنباء الطقس أو إشارات إحالة وغيرها من مواد. وكل أذن مكونة من إطار كامل أو ناقص وبعض الصحف حررت أذنيها من قيود الإطارات أو حتى الاستغناء عن الأذنين كلياً ، أو الاستغناء عن إحدى الأذنين بحيث ترتفع صورة كبيرة لتمتد من رأس الصفحة مكان الأذن المحذوفة للأسفل وهذا الإجراء أحد الأساليب المستخدمة في التحرر من الأسلوب التقليدي في تصميم رأس الصفحة الأولى ، وشكل من أشكال التباين بين الصحيفة والصحف المنافسة .

٣- العنق : ويسمي سطر التاريخ Date Line أو سطر الصحيفة Folio ، ومهمته التمييز بين : **سطر أرقام الصفحة الأولى** الذي يستخدم حتى لا يلتصق رأس الصفحة الأولى ببقية عناصر جسم الصفحة ، ولعزل اسم الجريدة عن العناوين أسفله ، لذلك ارتأت معظم الصحف أن تفصل بينهما بعنصر تيبوغرافي آخر تضمنه بيانات خاصة بالجريدة وفي مقدمتها رقم العدد والتاريخ بين جدولين أو حقل مستطيل ، وهذا العنصر يفصل بين رأس الصحيفة وجسمها لذلك يسمى العنق ، وقد تضمن صحف أخرى هذا السطر السعر وتعتبره من عناصر سطر الأرقام الأساسية التي تتجه إليها عين القارئ وصحف أخرى تضع السعر وعدد الصفحات على جانبي اللافتة وبذلك يعتبر السعر وربما في أحيان كثيرة عدد الصفحات مكونين أساسين من مكونات اللافتة . **وسطر أرقام الصفحات الداخلية :** وعادة ما يضم اسم

المطبوعة ومكان نشرها واليوم والتاريخ ورقم الصفحة ومحتواها ، سواء نشر في أعلى الصفحات الداخلية أو على الهامش الأيمن والأيسر ، وسطر أرقام الصفحات الداخلية أقل أهمية بالنسبة للقارئ وعدد قليل من الصفحات يتم البحث عنها برقم الصفحة ولاسيما في الصحف التي تصدر بأعداد صفحات محدودة ، لكن الأهمية المثلى لسطر أرقام الصفحات الداخلية تساعد في تحديد صفحة الجريدة التي سترسل للمعلن دليلاً على نشر إعلانه بالطريقة المقررة ، وحفظ حق الرد والتصحيح للقراء حيث ينشر الرد على نفس الصفحة وفي نفس موقع المقال السابق ، إضافة لسهولة فهرسة الصحيفة وتصنيفها . وترشد القارئ للصفحة التي ينشر بها بقية الموضوع .وبما أن أرقام الصفحات الداخلية أقل أهمية ينبغي على المخرج أن يصممها مضغوطة لأقصى حد ممكن .

د. محمد الرفاعي