

4- إخراج الصفحة الأخيرة :

يمكن القول ان الصفحة الأخيرة في الجرائد من الصفحات المهمة على الاطلاق والتي لا تقل اهمية عن الصفحة الاولى التي تمثل واجهة الجريدة في حين ان الصفحة الأخيرة الواجهة الاخرى لها وهو الأمر الذي يترتب عليه تخصيصها لأهم المواد في الجريدة (76) وتعد الصفحة الأخيرة في الصحافة العراقية والعربية بمثابة دار الاستراحة للقاريء بعد عناء قراءة الصفحات الاخبارية والاقتصادية إذ يلجأ اليها القاريء لآخذ قسط من الراحة ليستعيد نشاطه و يواصل متابعة المضمون , حيث يرى احد الباحثين ان هذه الصفحة بمثابة المحطة التي يضع القاريء فيها اثقاله فيسبح في عالم من الغرابة والمتعة والدمشة والصور الجميلة فضلا عن الاخبار الخفيفة والطريفة المأخوذة من الوكالات العربية والاجنبية وشبكة الانترنت (77). وفي الغالب يكون مضمون المادة التحريرية لهذه الصفحة مجموعة من المسابقات، والكلمات المتقاطعة، والالغاز، والاحاديث والتحقيقات الصحفية الخفيفة مع كبار الفنانين والشخصيات الاجتماعية البارزة، فضلا عن نشر الصور الطريفة والرسوم الكاركتيرية الضاحكة (77) والتي غالبا ما يبحث القاريء عنها ليتسلى في تصفح الجريدة وتكسير صفحاتها من اجل ان يجد ركنا طريفا يتسلى به حيث يعتمد الي عكس الجريدة ويقرأ (78).

ان مضمون الصفحات الأخيرة في الجرائد يختلف من صحيفة الى اخرى بحسب سياسة الصحيفة ، إذ تعتمد الجرائد الرسمية الى نشر

أخبار ومقالات تتميز بالاعتدال ومراعاة الذوق العام ، أما الجرائد المستقلة فهي تميل إلى نشر أخبار ومواضيع مثيرة وصور أكثر إبهاماً (79).

إلا أن الملاحظ أن الصفحات الأخيرة في الجرائد وعلى اختلاف سياساتها تضم في مضمونها الإعلانات إلى جانب مواد التحرير فقد صارت الصحف تتفنن في نشر الإعلانات لجذب المعلنين وتكريس ولائهم للجريدة حيث تقوم كثير من الجرائد اليوم بإعادة إنتاج الإعلانات وتصميمها وتبويبها ونشرها (80).

إن أهمية هذه الصفحة دفعت المخرج الصحفي إلى بذل الاهتمام الكافي في إظهارها بمظهر يبعث إلى التشويق (81) ويوصل القارئ إلى الراحة لإكمال مشواره مع الجريدة التي بين يديه لذا عمد المخرج إلى استعمال العناصر التيبوغرافية للتعبير عن لغة الشكل في الصفحة والتي تتقل مضمونها مرئياً معيناً حسب الأهمية النسبية للمواضيع بأسلوب جذاب يراعى فيه تحقيق الموازنة والجمال (82) بالشكل الذي يحقق في النهاية تأكيد أهميتها (المادة الصحفية) من جهة وزيادة عدد قراء الجريدة من جهة أخرى (83).

5- إخراج صفحة المرأة :

إن إخراج صفحة المرأة يعتمد الأساليب المتبعة نفسها في إخراج الصفحات الداخلية إلا أن المضمون المتخصص يحتاج إلى توظيف العناصر الثقيلة ولا سيما الصورة التي تؤدي دوراً أساسياً في بناء هيكل الصفحة فضلاً عن التوسع بتوظيف

يشمل من المسحة الجمالية التي تعبر عن طبيعة الشريحة الاجتماعية واهتماماتها في النواحي المختلفة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ولعل أهم ما يميز أسلوب الإخراج في صفحة المرأة هو الهدوء والابتعاد ما أمكن عن الاثارة والمبالغة لان ذلك يخالف طبيعة المرأة.

6- إخراج صفحة الفنون :

أما إخراج صفحة الفنون فهو أيضاً لا يختلف في توظيف الأساليب نفسها المتبعة في بناء الصفحات الداخلية إلا ان ما يميز هذه الصفحة اعتمادها على الاثارة بقصد شد الانتباه مستعينين لتحقيق ذلك بالعناوين الكبيرة واللون الإضافي فضلاً عن الصورة التي يمكن عدها من أهم الوحدات الطباعية لاثارة انتباه القارئ .

7- إخراج الصفحة الدينية :

ان الأسلوب الواجب اتباعه في بناء الصفحة الدينية هو اعتماد الأساليب الإخراجية البعيدة عن المبالغة والاثارة بما يحافظ على وقار الصفحة سيما وان المضمون يتطلب هذا النوع من الإخراج الهاديء اللازم للتعبير عن طبيعة المضمون لذلك نرى ان الأساليب الإخراجية في الصفحات الدينية تعتمد بشكل اساس على اللون الاساس ويقصد به الاسود والابيض مع ضرورة اعتماد العناوين الممتدة على اكثر من عمود وباللون الاسود لما يضيفه وتوظيف هذا اللون من وقار وهيبة لهذه الصفحة .

إخراج الصحف النصفية (التابلويد)

إن حجم الجريدة النصفية 2/1 حجم الجريدة الاعتيادي (41 × 51) ،
 (43 × 46) وهو امر لم يعط المخرج الصحفي حرية في نشر اكبر
 عدد من الموضوعات المهمة على الصفحة الاولى لانه محكوم بطبيعة
 حجم الصفحة الاولى ، وبذلك فقد عمد المخرج الى عرض موضوع
 واحد مهم على الصفحة الاولى ثم يعطي القاريء اشارات لمتابعة
 الموضوعات داخل العدد ويرى احد الباحثين إن هناك مدرستان تطبقان
 أساليبيهما في اخراج الصحيفة النصفية (84) :

الاولى ترى وضع العناوين والصور والتعليقات في الصفحة الاولى
 فحسب والآخرى ترى تقديم رواية اخبارية كبيرة على الاقل في هذه
 الصفحة .

وأرى إن إخراج الصفحة الاولى وفق هاتين المدرستين أو الاتجاهين
 اللذين اشار اليهما (ابو عرجة) تقربان الاخراج في الصفحة الاولى من
 اخراج الغلاف الاول في المجلة وعلى هذا الاساس أرى إن التعامل مع
 الصفحة الاولى وحتى الصفحات الداخلية من الجرائد النصفية اخراجياً
 يتم وفق المدارس الفنية نفسها ومذاهبها الاخبارية المعتمدة في اخراج
 الجرائد من الحجم الاعتيادي مع ضرورة التعامل مع المضمون على
 ضوء المساحة المتاحة في هذه الجريدة وعدم الاشارة الى اي نوع من
 المشاكل بهذا الصدد لان المخرج المتمكن هو الذي يستطيع تكيف
 المضمون الذي بين يديه بحسب المساحة المتوافرة لديه وبما يحافظ على

جمال الصفحة وتناسقها، وذلك كله لأن الذي بين أيدينا جريدة وليست مجلة فضلاً عن أن محاولة بعض المخرجين اعتماد بناء الصفحة الأولى على صورة أو صورتين وفق ما يسمونه أسلوب البوستر هو أمر يجب التقليل منه والعودة إلى هوية المطبوع لكي لا يحصل اللبس عند القارئ.

أساليب عرض الإعلان في الجريدة

لقد حدد (ابراهيم إمام) أساليب إخراج الإعلان في الجريدة بستة أساليب هي (85) :

أسلوب نصف الهرم

وفيه تترتب الموضوعات على شكل نصف هرم قاعدة إلى الأسفل يرتفع إلى أعلى الصفحة من أحد جانبيها على أن لا يلامس أعلى نصف الهرم رأس الصفحة تماماً من الأعلى للاستفادة منه في عناوين بعض الموضوعات المهمة التي تنشر على الصفحة ، وهذا الأسلوب يفاد منه في حالة كون الاعلانات مختلفة المساحات أو الأحجام وهكذا يكون الإعلان الأكبر إلى الأسفل ثم تليه الاعلانات الأصغر فالأصغر وهو من الأساليب التي تحقق ملامسة المادة التحريرية للاعلانات والشكل رقم (10) يوضح هذا الأسلوب.

1- اسلوب نصفي الهرم

وهو اسلوب تعرض فيه الاعلانات على شكل نصفي هرم على جانبي الصفحة قاعدتيهما من الاسفل ثم تفصل الاعلانات حيث تكون فيها الاعلانات الكبيرة الى الاسفل والاعلانات الاصغر فالاصغر الى اعلى على ان لا تلامس نهايتي نصفي الهرم اعلى الصفحة إذ يمكن استغلال المساحة المتبقية اعلى الصفحة لعناوين الموضوعات التي ترافق الاعلانات على الصفحة ، وهو اسلوب تلجأ الصحف له عندما تكون الاعلانات كثيرة ويتطلب نشرها في الصحيفة في هذا العدد الا ان من العيوب المهمة التي يؤاخذ عليه هذا الاسلوب انه يقتل المادة التحريرية بين نصفي الهرم ولا سيما المادة التحريرية في النصف الاسفل من الصفحة ، لذا تعمل الصحف قدر الامكان على الابتعاد عن هذا الاسلوب والشكل رقم (11) يوضح هذا الاسلوب.

2- اسلوب نصف الهرم والمستطيل

وهو اسلوب يعتمد على توزيع الاعلانات على شكل نصف هرم في احد جانبي الصفحة وعلى شكل مستطيل في الجانب المقابل ويعمل وفق هذا الاسلوب عندما تكون الاعلانات مختلفة الاحجام حيث يعمد المخرج على تقسيمها الى قسمين يكون فيه الاعلانات المختلفة الاحجام على شكل نصف هرم قاعدته الى الاسفل بحيث تكون الاعلانات الكبيرة الى الاسفل ثم صعودا الاصغر فالاصغر في احد جوانب الصفحة اما الاعلانات المتساوية الاحجام تكون

على شكل شريط في الجانب المقابل وفي كلتي الحالتين يجب عدم ملامسة الاعلانات رأس الصفحة لاستغلالها لعناوين المادة التحريرية المصاحبة لها والشكل رقم (12) يوضح ذلك.

3- اسلوب المستطيل

وفيه توزع الاعلانات على شكل مستطيل على احد جانبي الصفحة في حالة تساوي الاعلانات من حيث الحجم على ان لا يلامس اعلى المستطيل اذا كان عمودياً، رأس الصفحة كما ويمكن وفق هذا الاسلوب عرض اعلان كبير على مساحة نصف صفحة وحسب رغبة المعلن (اعلان 1/2 كارت) ويفضل ان يكون في النصف الاسفل من الصفحة للمحافظة على المادة التحريرية المصاحبة لانه في حالة جعله اعلى الصفحة يضعف تأثير المادة التحريرية في الاسفل ، وفي كلتي الحالتين فان هذا الاسلوب يترك مساحة جيدة للمضمون الصحفي المرافق للإعلان على الصفحة والشكل رقم (10) يوضح ذلك ،ويمكن ايضاً وفق هذا الاسلوب ان يكون المستطيل اسفل الصفحة كما في الأشكال رقم (14 و 15) لان وضعه اعلى الصفحة يضعف من اهمية المادة التحريرية على الصفحة .

4- الاسلوب الارتجالي (العشوائي)

وفيه توزع الاعلانات على الصفحة كيفما اتفق وبشكل متناثر مع المادة التحريرية دون مراعاة ترتيب معين وبالشكل الذي يجعل المضمون مختلطاً مع الاعلان وغير واضح المعالم

المخرج المتمكن يحاول الابتعاد عن هذا الأسلوب مهما كانت الأسباب لأنه وباختصار أسلوب يدل على الإهمال وعدم الاهتمام كما موضح في الشكل رقم (16).

5- أسلوب المستطيلين

وهو أسلوب يعمل به عندما تتوفر كمية من الاعلانات تمثل مجموعتين كل مجموعة تمثل اعلانات متساوية المساحة الا انها مختلفتان او أن كمية المادة الاعلانية كثيرة يتطلب نشرها في هذا العدد حيث يلجأ المخرج الى عرضها على الصفحة اما على شكل مستطيلين على جانبي الصفحة على ان لا يلامسا اعلى الصفحة كما في الشكل (17) او أن يكون احدهما على احد جانبي الصفحة عمودياً على ان لا يلامس اعلى الصفحة ونهايته تلامس المستطيل اسفل الصفحة في الاعلى إذ ان الاعلانات في المستطيل اسفل الصفحة تمتد افقياً اسفل الصفحة كما في الشكل رقم (18)