

المحاضرة الثالثة: العنوان كعنصر تبوغرافي

تمهيد:

ازداد الاهتمام بإخراج العناوين خلال القرن العشرين، بعد أن كانت العناوين ضئيلة الحجم تناسب حجم العمود الواحد. كان معظم ناشري الصحف الأولى طابعين مارسوا طباعة الكتب لذلك جاءت صحفهم متأثرة بشكل الكتاب فتتابع فيها نشر المواد الواحد بعد الآخر دون تمييز بين فقرة أو أخرى سوى استخدام الحروف الاستهلاكية الكبيرة. حتى أن الصحف لم تكن تحوي أكثر من عنوان واحد و كانت تلجأ الصحف إلى وضع خط تحتها لإبرازها أو بكتابتها مائلة أو إحاطتها بأقواس كما فعلت بعض الصحف العربية الأولى .

ويعتبر ظهور الصحافة الشعبية المثيرة خاصة الولايات المتحدة الأمريكية للفترة الواقعة بين سنة 1892 وسنة 1914 ، إضافة إلى تقدم الطباعة و ظهور العنوان العريض و شيوع الراديو و التلفزيون ،و زيادة عدد وكالات الأنباء العالمية و المنافسة، من أهم العوامل لزيادة اهتمام المخرج الصحفي في إبراز العناوين ومحاولة تنويع أشكالها وأحجامها

1- مفهوم العنوان:

العنوان هو فن كبير و مهم جدا، و هو آخر شيء يكتب في الخبر لذلك من الضروري أن يكتب العنوان بعد كتابة الخبر لا قبله، و لابد أن يتناسب العنوان مع المقدمة و هذا لا يعني أن العنوان يكرر ما جاء في المقدمة و إنما يستوحي معناه من محتوياتها، فالعنوان هو المدخل الحقيقي للخبر و المقدمة بالذات.

التعريف الإجرائي: العنوان هو اختصار الفكرة الرئيسية للموضوع المكتوب في كلمات بسيطة، ذات دلالات تعطي معنى لمضمون النوع الصحفي المكتوب.

2- وظائف العناوين:

تعتبر العناوين من أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر في الصفحة و تتمثل هذه الوظائف من الناحية التيبوغرافية:

_ تقييم الأخبار و التعريف بمحتواها و شرح حقائقها بشكل مختصر

_ تحديد و توضيح شخصية الصحيفة التي تعرف بها عند القراء

_ المهمة التسويقية حيث يعلن العنوان عن وجود قصة إخبارية هامة للقراء و يدعو إلى عدم التردد في قراءتها

_ زيادة جاذبية الصفحة و المساهمة في إخراجها الفني بما يرضي ميول القارئ⁽¹⁾

_ إغراء الناس على شراء الصحيفة .

_ إغراء القارئ على قراءة الصحيفة كاملة

_ تكوين المظهر العام للصحيفة

_ تلخيص المواضيع بكلمات سهلة

3- تحرير العناوين

يتطلب تحرير العناوين و صياغتها، استخدام الكلمات البسيطة القريبة من أذهان القراء و الابتعاد 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 و اللغة الخلاقة، فالعنوان الناجح يشكل عنصراً أساسياً في نجاح الجريدة لذلك ينبغي تجنب العناوين المبهمة و الغامضة لأن القارئ لا يشتري الجريدة لكي يفك الطلاسم و قد أثبتت البحوث الصحفية أن العناوين التي تتكون من ثلاثة كلمات في السطر الواحد تحدث ردود فعل طيبة لدى جمهور القراء و تؤدي إلى الدخول الفوري في قراءة القصة الإخبارية و كذلك الأمر بالنسبة إلى العنوان الذي يتضمن فكرة واحدة مما يؤدي إلى التركيز بدلاً من التشتت الذهني و يجعل القارئ يقرر بسرعة إن كان يرغب في قراءة القصة الإخبارية أم لا.

4- أنواع العناوين :

أ- من حيث الاستخدام:

1_ العنوان التمهيدي أو الجانبي: هو الذي يتكون عادة من جملة صغيرة أو كلمات قليلة يتبعها جملة أكبر و يعتبر هذا العنوان مدخلاً للعنوان الذي يليه و يستخدم في جمعه بنط اصغر من بنط العنوان الكبير الذي يتبعه.

2_ العنوان الفرعي: الذي يؤدي دوراً تفسيرياً لمضمون المادة المنشورة في الصحيفة، ويكون من سطر واحد أو سطرين.

3- العنوان الرئيسي: وهو العنوان الذي يحمل المحتوى الأساسي للموضوع ويكون بحجم أكبر من غيره كما يكون بارز أكثر.

4_ المانشيت: يعتبر من أهم العناوين التي تستخدمها الصحيفة و هو يؤدي دورا إعلاميا هاما بالنسبة له حيث يقوم بإبراز الخبر الكبير أو القصة الإخبارية الأهم في الصحيفة و يقدم للقارئ فكرة مكثفة و سريعة عن أهم حدث تريد الصحيفة ابلاغه به، سواء اتصف الخبر بالمحلية أو الدولية وسواء كان تعبيرا عن حدث سياسي، اقتصادي، أو اجتماعي و ذلك في حدود أقل بالنسبة لهذين المجالين الآخرين.

ويترك إعداد المانشيت عادة إلى الساعات الأخيرة من عملية إعداد الصحيفة بانتظار ما يستجد من أنباء، و يتحمل رئيس التحرير مسؤوليته في إعداد المانشيت لما يعنيه هذا العنوان من أهمية إعلامية و يمثله في واجهة الصحيفة.

ب- من حيث الشكل :

تتعدد أشكال العناوين التي تنتشر في الصحف ومن بين هذه الأشكال نذكر 5 أشكال رئيسية

1- المفرد: وهو عنوان بعرض السطر.

2- الهرمي : وهو هرم مقلوب يتكون من سطرين أو 3 أو 4 اسطر تتدرج في طولها و تكون جميعا في وسط السطر .

3- المدرج : يتكون من سطرين أو 3 او 4 اسطر من نفس الحجم تتدرج نزولا كدرجات السلم .

4- المعلق : يتألف من سطرين أو 3 أو 4 اسطر أطولها السطر الأول إما الأسطر الباقية متساوية في الطول و الحجم مع بعدها قليلا عن حد العمود

5- العنوان الموحد البداية: يتألف من سطرين أو 3 أو 4 تبدأ جميعها من نقطة واحدة إلى اليمين.

ج: من حيث الاتساع:

هناك علاقة بين حجم العنوان و اتساعه الذي يشغله بمعنى انه كلما كبر حجم الحرف كلما زاد الاتساع الأفقي الذي يشغله بمعنى انه إذا جمعنا كلمة من بنط 10 فإنها تشغل اتساعا اقل من الاتساع الذي قد شغله إذا جمعت من بنط 42 .

هناك علاقة بين شكل حرف العنوان و الحجم الذي يجمع بينه و بين الاتساع الأفقي الذي يشغله العنوان خاصة و ان هناك بعض الأشكال لحروف العناوين تعطى ارتفاعا و اتساعا في استخدامها . كما يمكن تقسيم اتساعات العناوين إلى :

• عنوان عمودي : يشغل اتساع عمود واحد ، وهو العنوان الذي يناسب الأخبار العمودية القصيرة ، و دائما ما تكون كلماته محدودة و دائما ما يبدأ حجمه من بنط 18 و حتى بنط 22 ، وهذا الاتساع ووقت هذا الحجم يقتضي شكل محدد من أشكال الحروف مثل : - الجزائر ، دمشق ، قاضي ... الخ .

و لا يفصل استخدام أشكال (بيروت أو النقطة) ، في العناوين العمودية لأسباب تتعلق بأنه متى صغر الحجم من هذا الشكل ، طمست و أغلقت بعض فتوحات الحروف إلى حد يصعب معه قراءتها مثل: كلمة (شاهقة) (بنط G.10)

• العنوان الممتد : هو الذي يشغل من 2 إلى 5 عمود و هذا النوع يجعل العرض الذي يشغله العنوان اكبر و بالتالي يزداد فيه حجم البنط و من ثمة يتناسب مع الأخبار الكبيرة .

• العنوان العريض أو المانشيت: و هو العنوان العريض الممتد على عرض الصفحة و هو ترجمة لكلمة (Banner line) بالانجليزية . إما في الفرنسية فهو لفظ على أكام القميص التي تدور حول معصم يشغل المانشيت الحيز الأفقي للاتساع بالكامل أي 8 أعمدة و هذا الاتساع يعكس أهمية كبرى للموضوع الذي ينشر عليه .

د- من حيث الاتجاه:

ويشير إلى المسرى الذي يسير فيه بصر القارئ في أثناء قراءة العنوان على الصفحة، وعليه يمكن رصد أكثر من نوع للعناوين من حيث الاتجاه ينشر استخدامها في الصحف المصرية على وجه الخصوص، نعرض مايلي:

1-العناوين المائلة: وفيها يتم وضع العنوان بشكل مائل على الصفحة بحيث يتجه من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار في بعض الأحيان، أو من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين في أحيان أخرى، وعلى الرغم من مما تحققه العناوين المائلة من جذب للانتباه ولفت بصر القارئ إليها، إلا أنها أقل وضوحا من العناوين الأفقية.

2-العناوين الرأسية: وفيها يتم وضع العناوين بشكل يتخذ بصر القارئ في قراءته مسرى رأسيا يتجه من الأعلى إلى الأسفل وهو إجراء من شأنه إرهاق بصر القارئ بشكل اكبر من حالة العناوين المائلة.

3- العناوين المموجة :وفيها يوضع العنوان بشكل متوج أي ليس مائلا ولا معتدلا، بحيث تسير كلماته في خط متموج ما بين الارتفاع و الانخفاض.

4- العناوين المتنوعة الاتجاه: يجمع من خلاله بين أكثر من اتجاه في وضع العنوان، كأن توضع كلمات العنوان الأولى بشكل خط مستقيم رأسي، من الأعلى إلى الأسفل في حين يتم وضع بقية الكلمات في شكل أفقي.

5- العوامل المتحكمة في حجم العناوين:

تتميز حروف العرض أو العناوين بالتدرج في أحجامها و التنوع في أشكالها هذا النوع يتيح للمخرج فرصة كبيرة لاختيار ما يناسب كل عنوان من حروف و يعد الحجم إحدى وسائل التمييز التيبوغرافي المهمة للعناوين المنشورة على صفحات الصحيفة فكلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبته لانتباه القراء و إثارة اهتمامهم و هناك عدد من العوامل التيبوغرافية التي تتحكم في تحديد حجم العنوان على الصفحة و هي :

- مساحة الصفحة: فكلما زادت مساحة الصفحة المنشورة عليها العنوان استدعى ذلك تكبير حجم العنوان بما يتناسب و المساحات الكبيرة المنشورة عليها.

- العناصر الثقيلة الأخرى المنشورة مع الصفحة: كالصور الفوتوغرافية و الرسوم و الإعلانات فكلما زادت هذه العناصر عددا و مساحة و يجب زيادة أحجام العناصر المنشورة على ذات الصفحة حتى يمكن للعنوان إحداث توازن مع هذه العناصر

- مساحة البياض المحيط بالعنوان على الصفحة: فكلما زادت هذه المساحة أمكن جمع العنوان بحجم اصغر على أساس أن البياض المحيط بالعنوان يعوضه عن صغر الحجم من حيث التأثير و الجاذبية وهنا نجد العديد من الاعتبارات تتعلق بالبياض منها:

البياض حول العنوان : يلعب البياض حول حروف العناوين دورا هاما في إبرازه و إلقاء الضوء على سواد حروفه و يشتمل البياض حول حروف العناوين عدة جوانب و هي البياض بين الكلمات و البياض بين سطور العنوان، و البياض أعلى العنوان و أسفله و على جانبيه.

البياض بين الكلمات : عدم التقدير الشديد في كمية البياض بين الكلمات حتى لا تتلاصق كلمات العنوان بعضها ببعض مما يصعب معه القراءة لعدم وجود مسافة بين كل كلمة و التي تليها ، تتيح لعين القارئ أن تنتقل من كلمة إلى أخرى مع الحرص على عدم الإسراف في مساحة البياض.

البياض بين السطور: إن ترك البياض الكافي بين سطور العنوان يجعلها أكثر وضوحا و في نفس الوقت فإن الإفراط في توسيع المسافات بين السطور يجعلها تبدو غير مريحة و صعبة القراءة.

البياض أعلى العنوان و أسفله : يجب الحرص على ترك قدر مناسب من البياض في أعلى العنوان وفي أسفله حتى و لو كان العنوان مفردا و ليس متبوعا أو مسبقا بسطور أخرى مما يساعد على وضوح العنوان و إبرازه ، كما يجب أن يترك البياض في أعلى العنوان بمساحة تعادل العنوان على الأقل ، و في الأسفل مرة و نصف .

البياض على جانب العنوان: في اغلب الأحوال يعادل البياض المتروك على جانبي العنوان 1 كورا وهو ما يعد كافيا لوضوح العناوين المنشورة في الصحيفة فترك البياض على جانبي العنوان له دور في إبراز العناوين على الصفحة كما يصر القارئ.

- كثافة الحرف : يرى التيبوغرافيين انه عند اختيار الكثافة يجب النظر إلى الحجم بمعنى أن يوازن المخرج الصحفي الحجم و الكثافة فمثلا : جمع عنوان بحجم صغير و كثافة بيضاء يبدو عديم الأهمية في حين يكون ذات العنوان ذات تأثير ففي حالة جمعه بالحروف السوداء من الحجم نفسه .

- اتساع العنوان: فكلما زاد اتساع العنوان (عريض أو ممتد) كلما استوجب ذلك زيادة حجم الحرف ليتناسب مع الاتساع الكبير المنشور عليه العنوان.

6- شروط اخراج العناوين:

هناك شروط عديدة نرى ضرورة الاهتمام بها عند إخراج العناوين:

- 1- إن يكون العنوان قريبا من موضوعه متصلا به ومعبرا عنه
- 2- ألا يختلط العنوان بغيره من العناوين المجاورة حتى لا يضعف كل منها تأثير الآخر و قوته
- 3- ألا يكون هناك اختلاط بين عناوين المادة التحريرية و الإعلانات
- 4- أهمية استخدام العناوين لإحياء كافة جوانب الصفحة وعدم تركيزها على النصف العلوي من الصفحة بل من الضروري امتدادها إلى النصف تحت طيات الصفحة .

5- ضرورة تنويع ابناط الحروف المستخدمة في جمع العناوين لتحقيق شروط مقروئية الصفحة

6- نشر العنوان على اتساع اكبر

7- استخدام شكل مميز من أشكال الحروف لجمع العنوان

8- استخدام برامج الفوتوشوب في كتابة العناوين

العنوان في الصحافة الإلكترونية:

هناك مجموعة من العناوين المستخدمة كعناصر في تصميم الصحف الإلكترونية مثل:

عنوان الصفحة: و يظهر في معظم برامج التصفح، في شريط العنوان و ذلك في أعلى النافذة التي تعرض بها الصفحة، حيث يتيح استخدام لغة ترميز صفحات المواقع الفورية و ذلك أن يكون لكل منها عنوان يظهر في رأس الصفحة نفسها.

و يشار إلى أن العنوان الأصلي للصفحة الفورية لا يظهر في الصفحة نفسها لكنه يظهر كعنوان لنافذة المتصفح، وهي النافذة التي تضم الصفحة المعروضة، كما يؤدي دور وظيفي مفيد في تسهيل عملية التجول، لأنه أحد أهم الوسائل الأساسية لتعريف الصفحة و تحديدها.

عنوان المادة : ويمكن التمييز بين نوعين:

الأول: العنوان التحليلي: وذلك حينما يشير العنوان إلى عناصر بناء النص مثل المقدمة و التعريف و الخلفية التاريخية و الخاتمة

الثاني: عنوان العرض: و الذي يساعد القارئ على فهم محتوى النص الذي يعقبها و تعتبر عناوين العرض أحد وسائل الإبراز الرئيسية التي يعتمد عليها المصمم لتأكيد أهمية عنصر ما داخل الصفحة عبر إضافة بعض التأثيرات، يتحرك عبر الشاشة، و بشكل عام هناك سمات عامة ينبغي مراعاتها في العنوان تتمثل في الوضوح و الاختصار و الألفة و الشكل و المتجانس مع غيره من عناوين و الملائمة و الارتباط بالموضوع، فتوفر هذه السمات في العنوان يجعله يؤدي وظيفته كأداة للفهم، و مركز للانتباه و خريطة تنظيمية للنص.

و فيما يخص العناوين كعناصر تيبوغرافية في الصحافة الإلكترونية فإنها تنقسم كما أشار (حلمي محاسب) إلى قسمين هي كالتالي:

1-العناوين الثابتة : و هي التي لا تتغير من عدد لآخر و من تحديث لآخر و تستخدمها الصحف الإلكترونية في عرض أبوابها الثابتة و عادة ما تضعها الصحف على شكل عناوين تتلو بعضها البعض في الجهة اليمنى من الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليمين، و من الجهة اليسرى في الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليسرى.

2- العناوين المتغيرة: و هي العناوين التي تتغير من عدد لآخر، أو من تحديث لآخر. و يمكن تقسيم هذه العناوين إلى:

_عناوين رئيسية: و هي العناوين التي تحتوي على مقدمات و تكون مميزة من ناحية الموقع، و المساحة، و الحجم، و تكون في صدر الصفحة. كما أنها تشغل مساحة أكبر من غيرها نتيجة لأن الخط المستخدم فيها يكون أكبر خط مستخدم في الصحيفة.

3_عناوين مجمعة: و هي العناوين الأقل في أهميتها من وجهة نظر الصحيفة لذا فإن الصحيفة تضع هذه العناوين في نهاية الصفحة بطريقة متسلسلة، دونما تمييز من ناحية الموقع، أو المساحة، أو الحجم.

4_عناوين فرعية: و هي العناوين التابعة للعناوين الرئيسية، و قد تكون عادة ذات نص فائق، إلا أن حجمها عادة ما يكون صغيرا، يصل إلى حجم النص المستخدم في عرض الموضوع، أو الخبر، أو الأقل منها .