

الاتجاهات الحديثة في إخراج
□ الصفحات الأولى
□ في الصحافة العراقية
(الصباح، المشرق) أنموذجا

م.م. صباح أنور محمد الصالحي
كلية الإعلام / قسم الإذاعة والتلفزيون

المستخلص:

حاول الباحث في دراسته إلى تحديد مستوى تطبيق جريدتي الصباح والمشرق للأسس التي يستند عليها الإخراج الصحفي وتحديد حجم الإعلانات المنشورة في الصفحة الأولى وأنوعها والأسس التي يستند عليها النص الإعلاني. واستخدم الباحث المنهج الوصفي ودرس (٤٤) عددا للمدة من ٢٠٠٩/١/١ لغاية ٢٠٠٩/١/٣١ وتوصلت الدراسة إلى نتائج عملية في تحديد أسلوب الإخراج الصحفي للصفحة الأولى في الجريدتين منها تنوع استخدام الإطارات في إخراج الأخبار والمواضيع في الصفحة الأولى وتنوع الألوان وعدم اقتصارها على لون واحد، واعتماد الجريدتين في إخراجهما على إبراز العناوين الفرعية والتمهيدية أكثر من إبرازهما للعناوين الرئيسية، وبرزت الإعلانات الانتخابية في إخراج الصفحة الأولى لجريدة المشرق، بينما احتلت الإعلانات التجارية المرتبة الأولى في إخراج الصفحة الأولى في جريدة الصباح.

المقدمة

تركز الاتجاهات الحديثة في إخراج الصحف على أهمية إبراز الصفحة الأولى فيها، لأنها تعطي انطباعا كاملا لدى القارئ عن كل صفحات الجريدة، فإذا اخفق المخرج الصحفي في أظهار العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى وتوزيعها توزيعا مناسباً فإن الجريدة تخفق في استقطاب قراءها حتى لو كانت الصفحات الداخلية ذات طابع إخراجي مميز.

وتأتي هذه الدراسة لتقدم وصفا مركزا للأساليب الإخراجية المعتمدة في الصحافة العراقية عن طريق دراسة الإخراج الصحفي في الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق، فالأولى تعد جريدة رسمية تصدر عن شبكة الإعلام العراقي بتمويل من الدولة، والثانية جريدة مستقلة مثلما تدل على ذلك تروسيتهما.

وقد أبرزت الدراسة كل العناصر التيبوغرافية من حيث العنوان واللون والحرف والإطارات وغيرها المستخدمة في الصفحة الأولى بموجب جداول إحصائية تكرارية وتوصلت إلى نتائج عملية بهذا الخصوص.

أولاً: الإطار المنهجي

١- مشكلة البحث

يتميز البحث العلمي بوجود مشكلة يتصدى لها الباحث بالدراسة على أسس موضوعية من أهمها ان تكون المشكلة جديدة في مجال الدراسة ومن الممكن دراستها في الواقع العلمي وإضافة شيء جديد إلى المعرفة العلمية^(١).
والمشكلة العلمية «هي موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقترحاتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم»^(٢).
تكمن مشكلة بحثنا هنا في التعرف على طبيعة توزيع العناصر التيبوغرافية في الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق ووصف الإعلانات المنشورة في هذه الصفحة.

٢- هدف البحث

تكمن أهمية البحث العلمي في طبيعة الأهداف العامة والخاصة التي يسعى لتحقيقها^(٣) وبما ان البحث العلمي هو نشاط منظم وهادف فلا بد من تحديد الأهداف التي يرمي الباحث إلى تحقيقها^(٤).

ويرمي البحث إلى تحقيق:

- أ- تحديد مستوى تطبيق جريدتا الصباح والمشرق للأسس التي يستند عليها الإخراج الصحفي.
- ب- تحديد حجم الإعلانات المنشورة في الصفحة الأولى في الجريدتين والأسس التي يستند عليها النص الإعلاني.

منهج البحث:

ان تحديد المنهج التي يستند إليها البحث هي مسألة حيوية جدا وبدونها لا يمكن وصف الجهد البحثي بالعلمية كما ان تحديد منهج البحث يتوقف على الهدف الذي يسعى إليه الباحث^(٥).

ولما كان الهدف الأساسي للدراسات الوصفية تصور خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتحليلها وتقييمها فإن أهم منهج تعتمد عليه في تحقيق هذا الهدف هو المنهج الوصفي^(٦).

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يعد أنسب المناهج في الدراسات الإعلامية والاجتماعية ذلك لأنه يصف الإخراج الصحفي وأشكاله في وضعه الراهن.

مجتمع البحث:

يجب ان يخضع الباحث دراسته إلى حدود معينة مرسومة لتخدم بحثه «وان تحديد الباحث لمجالات بحثه يعد خطوة مكملة للمضي في عملية البحث وفق خطوات منسقة ومتكاملة»^(٧).

يمثل مجتمع البحث الجرائد العراقية التي اعتمدت خلال صدورهما للفترة من ٢٠٠٩/١/١ لغاية ٢٠٠٩/١/٣١.

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية أو ما يسمى الطريقة المقصودة وهي تعني «ان أساس الاختيار خبرة الباحث ومعرفته بان هذه المفردة أو تلك تمثل مجتمع البحث»^(٨). استخدم الباحث العينة القصدية باختيار جريدتا الصباح والمشرق، بسبب انتظام صدور الجريدتين ودورية الإصدار اليومي فضلا عن الأولى رسمية والثانية مستقلة، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل للإعداد الصادرة للمدة من ٢٠٠٩/١/١ لغاية ٢٠٠٩/١/٣١ أي اختيار الأعداد الصادرة لمدة شهر واحد ودرس فيها الإخراج الصحفي في الصفحات الأولى منها، إذ بلغ صافي الأعداد الصادرة للجريدتين (٤٤) عدد بعد طرح ايام العطل الوطنية والدينية التي لم تصدر فيها.

أداة البحث:

يتطلب البحث العلمي ان تصاغ مشكلة البحث بشكل دقيق يؤدي إلى التوصل إلى نوع من البيانات المراد الوصول إليها^(٩).
استخدم الباحث أداة الملاحظة المنظمة عن طريق رصد الصفحات الأولى وتحديد ملامح إخراجها الصحفي.

ثانياً: الإطار النظري

مدخل في مفهوم الإخراج الصحفي وأسسه:

تعددت التعاريف التي تناولت الإخراج الصحفي فالبعض ركز في الأسس التي يستند إليها الإخراج، والآخر تعامل معه كعلم مستقل بحد ذاته والآخر عده فنا من فنون التحرير الصحفي ويمكن تناول أبرز هذه التعاريف:

الإخراج الصحفي:

هو احد الفنون الحديثة ذات الارتباط الوثيق بالتعبير الصحفي والاتصال الجماهيري وتقييم الأخبار وسياق أهميتها النسبية، فالإخراج فن عملي بالدرجة الأولى، ليس فناً جمالياً مجرداً كالتصوير والنحت والموسيقى، وان كان هذا القول لا ينبغي بطبيعة الحال القيم الجمالية المنشودة في تصميم المطبوعات من جرائد ومجلات وكتب وكتيبات، فهو ليس زينة أو زخرفاً انما تعبير واتصال^(١٠).

موضوع الإخراج الصحفي فيتضمن شقين^(١١):

الأول: يتصل بالعناصر الطباعية من الحروف والعناوين والصور والرسوم والجداول الموزعة على صفحات الجريدة توزيعاً معيناً، ويحدد هذا الارتباط من حيث إنتاجها وتطويرها وتحسينها ويحدد هذا الارتباط من حيث إنتاجها وتطويرها وتحسينها والطرق المختلفة لاستخدامها، وهذا الشق هو الذي نطلق عليه كلمة (التيوغرافيا).

أما الشق الثاني: فيتصل بتحريك هذه العناصر وتوزيعها على صفحات الجريدة لكي تحقق في مجموعها شكلاً عاماً وراءه فكرة معينة.

تعريف الإخراج:

كعملية فنية وصحفية ذات طابع مميز ووظيفة خاصة فانه يتضمن جانبين أساسين متلازمين ومتعاقبين^(١٢):

الأول: استراتيجي وطويل المدى ويتضمن عملية وضع التصميم الأساس أو الشكل الأساسي أو المظهر العام للجريدة مترجما في مجموعة من الملامح الأساسية التي تعطي هوية مميزة للجريدة ككل ولكل صفحة من صفحاتها.

والثاني: مرحلي وقصير المدى، يومي أو أسبوعي حسب دورية الإصدار وهو الترتيب أو التوزيع المواد الصحفية (الأخبار، الموضوعات) التحريرية وكذلك المواد الإعلانية وحجمها وأسلوب عرضها ووسائل الإبراز المرسومة أو الصورة المصاحبة لها بشكل يحقق عدة معايير وقيم صحفية ونفسية وجمالية، وتسمى هذه العملية برمتها الإخراج صحفي.

إخراج الصفحة الأولى:

تشكل الصفحة الأولى في كل جريدة واجهتها الأساسية التي يطل عليها القارئ، ويؤدي الإخراج الصحفي لهذه الصفحة دورا مهما في نجاح الصحيفة أو إخفاقها، فالقارئ يحكم على الجريدة واتجاهاتها ونوعها والمدرسة التي تنتمي إليها عن طريق أسلوب إخراجها الصحفي بجانب عناصر أخرى تتعلق بالسياسة التحريرية للجريدة التي تعني مجموعة الخطوط العريضة والمبادئ العامة غير المكتوبة عادة والتي تحكم وتتحكم: فإذا انتشر الجريدة من مضامين ونوعية الموضوعات والاتجاهات المضمون وأساليب معالجته أو عرضه أو إبرازه، فضلا عن تطبيقات تلك السياسة التحريرية في مجال الإخراج.

وعليه يجب ان ننظر في تحليل أسلوب الإخراج الصحفي في الصفحة الأولى إلى أسلوب عرض المانشيتات وحجم الحروف المستخدمة في الطباعة والصور الفوتوغرافية المستخدمة والإعلانات وغيرها، وتشير دراسة للدكتور فاروق أبو زيد إلى ابرز المحددات لشخصية الجريدة المرتبطة بأسلوب الإخراج الصحفي بالاتي^(١٣):

١- الصحف المحافظة وتقسم بـ:

أ- استخدام المانشيتات الهادئة وعدم تلوين المانشيتات إلا في حالات نادرة.

ب- التحفظ في استخدام الصور وخاصة في الصفحة الأولى.

٢- الصحف الشعبية وتقسم بـ:

- أ- استخدام المانشيتات العريضة والضخمة.
- ب- استخدام المانشيتات الملونة الحمراء.
- ج- التوسع في استخدام الصور سواء كانت في الصفحة الأولى أو في الصفحات الداخلية واختيار الصور المثيرة والجذابة والملفتة للنظر.
- د- استخدام اللون في بعض صفحات الجريدة الشعبية رغم الصعوبات التي يمكن ان توجهها الجريدة اليومية في استخدام الألوان.
- هـ- الميل إلى الصدور في الحجم النصفي لما يتجه هذا الحجم (القريب من حجم المجلة) من إمكانيات في استخدام المانشيتات العريضة والصور الكبيرة الحجم والعناوين الصارخة.

٣- الصحف المعتدلة ويتسم الإخراج الصحفي فيها بـ:

- أ- استخدام المانشيتات الهادئة بالنسبة للمواد العميقة الجادة وفي نفس الوقت استخدام المانشيتات الصارخة بالنسبة للمواد الصحفية الخفيفة.
- ب-التحفظ في استخدام الصور الخاصة بالمواد الصحفية الجادة، والتوسع في استخدام الصور الخاصة بالمواد الخفيفة وخاصة الفن والرياضة والحوادث.
- ج- وجود بعض الصحف المعتدلة التي تفضل الحجم النصفي (التابلويد) بينما يفضل البعض الآخر من الصحف المعتدلة الحجم الكبير.

الإعلانات في الصفحة الأولى:

يعتمد النص الإعلاني سواء كان مقروءاً أو مسموعاً أو مرئياً على خمسة عوامل

هي:

- ١- البساطة: ويتعلق الأمر بالحرف فكلما كان بسيطاً وسهلاً سهلت قراءته.
- ٢- الحجم: ويتصل بالحروف الكبيرة أيضاً لأن الحروف الصغيرة جدا تتعب القارئ.
- ٣- القوة: وتتعلق بالحروف أيضاً فان الحروف المرتفعة جدا تكون ضعيفة التأثير.
- ٤- التناسق: ويشبه (هاس)^(١٤) الإعلان بالبناء إذ أن كلا منهما يجب ان يشيد حسب أسلوب واحد فالخط بين أنواع الأحرف في إعلان واحد يجب ان يتم في شيء كثير من

الحرص فهناك أنواع من الخطوط تتنافر ان اجتمعت في إعلان واحد وتمزق بالتالي وحدة البناء التيبوغرافي. ومهما يكن من أمر الإعلان الملصق فان الإعلان المنشور في الصحف هو الذي فتح الطريق الواسع أما طريق المطبوعات الصحفية.

٥-الاتجاه: كلما كان الحرف أو الكلمة مائلة صعبت قراءتها، فمن المطلوب استخدام حروف سوية ما أمكن ومجموعة من خط افقي الا اذا كان المعلن يريد لفت انتباه القارئ كلمة معينة في النص أو في العنوان ففي هذه الحالة يستطيع الخروج عن القاعدة.

ثالثاً الإطار العنصري

جريدة الصباح؛

استخدمت جريدة الصباح خلال شهر كانون الثاني لسنة ٢٠٠٩ مانشيت رئيسي باللون الأحمر إضافة إلى اللافتة الرئيسية لعنوان الصحيفة في وسط الصفحة وباللون الأحمر أيضا وبالجمم الكبير، وبالنسبة لإذني الجريدة استخدمت الإذن اليسرى للجريدة إعلان صغير الحجم وهو تجاري وكانت تتناوب مابين الإعلانات وأخبار محلية أو أخبار عن انتخابات مجالس المحافظات أما الإذن اليمنى فكتب بها اسم رئيس التحرير وكانت تروسيها في منتصف الجريدة وباللون الرصاصي وليست كاملة على طول الجريدة وذكر التاريخ والسنة الميلادية، وركزت الجريدة على عناوين رئيسية باللون الأحمر (مانشيت رئيسي) وتحت العنوان صورة أما تكون للجيش العراقي أو رئيس الوزراء أو خارطة العراق أو السيد رئيس الجمهورية.

وقد كان للجريدة طوال فترة الشهر موقع ثابت هو الافتتاحية جريدة الصباح والعناوين مختلفة تنسب إلى رئيس تحرير الجريدة.

أما الإعلانات فكانت تنسم بالبساطة وهي غير معقدة ولم يكن هناك تناسق في لون الإعلان من اخضر اسود ازرق ابيض وكانت قراءة الحرف البسيط وتحاشي الحروف الزخرفة والمعقدة وقد كان حجم الحروف كبير بحيث لا تتعب عين القارئ.

جدول (١)

تصنيف الإعلانات ووصفها في جريدة الصباح

العدد	عدد	نوع	حجم الإعلان	مكان النشر	الألوان المستخدمة
-------	-----	-----	-------------	------------	-------------------

الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحات الأولى...

			الإعلان	الإعلانات	
احمر اصفر اسود اسود احمر	اعلى الصفحة اليسرى اسفل الصفحة اليمنى	اسم ٧ × اسم ٣.٥ اسم ٤.٥ × اسم ٨	تجاري انتخابي	١ ١	٣
اخضر اسود ازرق	اعلى الصفحة اليسرى اسفل الصفحة اليمنى	اسم ٧ × اسم ٣.٥ اسم ١٠ × اسم ٢	تجاري حكومي	١ ١	٤
اخضر اسود ازرق	اسفل الصفحة اليمنى اسفل الصفحة اليسرى	اسم ١٠ × اسم ٢ اسم ١٠ × اسم ٢	تجاري حكومي	١ ١	٥
احمر اصفر	اسفل الصفحة كاملة	اسم ٢٠ × اسم ١٢	تجاري	١	٦
اسود ازرق احمر اصفر	اسفل الصفحة اليمنى اسفل الصفحة اليسرى	اسم ١٠ × اسم ١٢ اسم ١٠ × اسم ١٢	حكومي انتخابي	١ ١	١٠
اسود ازرق	اسفل الصفحة كاملة	اسم ٢٠ × اسم ١٢	حكومي	١	١١
اسود ازرق احمر اصفر	اعلى الصفحة اليسرى اسفل الصفحة كاملة	اسم ٧ × اسم ٣.٥ اسم ٢٠ × اسم ١٢	حكومي تجاري	١ ١	١٢
اسود ازرق اخضر اسود ازرق	اعلى الصفحة اليسرى اسفل الصفحة اليمنى اسفل الصفحة اليسرى	اسم ٧ × اسم ٣.٥ اسم ١٠ × اسم ١٢ اسم ١٠ × اسم ١٢	حكومي انتخابي حكومي	١ ١ ١	١٣
احمر اصفر	اسفل الصفحة كاملة	اسم ٢٠ × اسم ١٢	تجاري	١	١٤
اسود ازرق اخضر	اسفل الصفحة اليمنى اسفل الصفحة اليسرى	اسم ١٠ × اسم ١٢ اسم ١٠ × اسم ١٢	حكومي تجاري	١ ١	١٥
اسود ازرق	اسفل الصفحة اليمنى	اسم ٨ × اسم ١٢	حكومي	١	١٧
اخضر اسود ازرق	اسفل الصفحة اليمنى اسفل الصفحة اليسرى	اسم ١٠ × اسم ١٢ اسم ١٠ × اسم ١٢	تجاري حكومي	١ ١	١٨
اصفر احمر	اسفل الصفحة كاملة	اسم ٢.٥ × اسم ٧.٥	انتخابي	١	١٩
اصفر احمر	اسفل الصفحة كاملة	اسم ٢٠ × اسم ١٢	انتخابي	١	٢٠
اسود ازرق	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٢.٥ × اسم ٧.٥	انتخابي	١	٢١
اخضر اسود ازرق	اعلى الصفحة اليسرى اسفل الصفحة اليمنى	اسم ٤.٥ × اسم ٢ اسم ٦.٥ × اسم ٧.٥	تجاري حكومي	١ ١	٢٢

الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحات الأولى...

اخضر اصفر	اسفل الصفحة اليسرى	٦.٥سم × ٧.٥سم	تجاري	١	
اخضر	اعلى الصفحة اليسرى	٤.٥سم × ٢سم	تجاري	١	٢٤
اسود ازرق	اسفل الصفحة كاملة	١٢.٥سم × ٧.٥سم	انتخابي	١	
اخضر	اعلى الصفحة اليسرى	٤.٥سم × ٢سم	تجاري	١	٢٥
اسود ازرق	اسفل الصفحة اليمنى	٦.٥سم × ٧.٥سم	حكومي	١	
اخضر اصفر	اسفل الصفحة اليسرى	٦.٥سم × ٧.٥سم	تجاري	١	
اخضر اصفر	اسفل الصفحة اليمنى	٦.٥سم × ٧.٥سم	تجاري	١	٢٦
اصفر احمر	اسفل الفحة اليسرى	٦.٥سم × ٧.٥سم	انتخابي	١	
اسود ازرق	اسفل الفحة كاملة	١٢.٥سم × ٧.٥سم	انتخابي	١	٢٧
اخضر اصفر	اسفل الصفحة اليمنى	٦سم × ٧.٥سم	تجاري	١	٢٨
اصفر احمر	اسفل الصفحة اليسرى	٦سم × ٧.٥سم	انتخابي	١	
اخضر	اعلى الصفحة اليسرى	٤.٥سم × ٢سم	تجاري	١	٢٩
اصفر احمر	اسفل الصفحة اليمنى	٦.٥سم × ٧.٥سم	تجاري	١	
اصفر احمر	اسفل الصفحة اليسرى	٦.٥سم × ٧.٥سم	انتخابي	١	

ويتضح من الجدول أعلاه مجموع الإعلانات المنشورة في الصفحة الأولى في جريدة الصباح بلغ (٤٠) إعلاناً، وكانت الإعلانات التجارية المرتبة الأولى من بين أنواع الإعلانات الأخرى إذ كان مجموعها (١٧) إعلاناً أي بنسبة ٤٢.٥٪، فيما حلت الإعلانات الحكومية بالمدينة الثانية بنسبة ٣٠٪ أما الإعلانات الانتخابية فقد شكلت نسبة ٢٧.٥٪ وهي المرتبة الأخيرة. أما القياسات التي استخدمتها الجريدة في إخراج هذه الإعلانات فكانت متباينة في الحجم ومكان النشر وتوزعت أماكن نشر الإعلانات بين أعلى الصفحة اليسرى وأسفل الصفحة اليمنى وأسفل الصفحة اليسرى. أما بالنسبة إلى الألوان المستخدمة بالنسبة للإعلانات الحكومية فكانت اللون الأسود والازرق ثابتاً أما بقية الإعلانات الأخرى فقد استخدمت ألوان متعددة.

جدول رقم (٢)

حجم الحروف المستخدمة في الإعلانات لجريدة الصباح

حجم الحرف	الإعلانات	العدد
-----------	-----------	-------

كبير	٢	٣
صغير وكبير	٢	٤
كبير	٢	٥
كبير	١	٦
كبير وصغير	٢	١٠
كبير	١	١١
كبير وصغير	٢	١٢
صغير وكبير	٣	١٣
كبير	١	١٤
كبير	٢	١٥
كبير	١	١٧
صغير وكبير	٢	١٨
كبير	١	١٩
كبير	١	٢٠
كبير	١	٢١
صغير وكبير	٣	٢٢
صغير وكبير	٢	٢٤
صغير وكبير	٣	٢٥
صغير	٢	٢٦
كبير	١	٢٧
صغير	٢	٢٨
صغير	٣	٢٩
	٤٠	المجموع

لقد تميزت حجم الحروف استخدمت في الإعلانات بالحجم الكبير في الإعلانات الحكومية بينما جمعت الإعلانات التجارية والانتخابية بين الحجم الكبير والصغير.

جدول رقم (٣)

طريقة استخدام الحروف في الإعلانات لجريدة الصباح

طريقة الاستخدام	الإعلانات	العدد
أفقية	٢	٣
أفقية	٢	٤
أفقية	٢	٥
أفقية	١	٦
مائلة	٢	١٠
أفقية	١	١١
أفقية	٢	١٢
أفقية ومائلة	٣	١٣
أفقية	١	١٤
أفقية	٢	١٥
كبير	١	١٧
أفقية	٢	١٨
أفقية ومائلة	١	١٩
أفقية	١	٢٠
أفقية	١	٢١
أفقية ومائلة	٣	٢٢
أفقية	٢	٢٤
أفقية ومائلة	٣	٢٥
أفقية	٢	٢٦
أفقية	١	٢٧
أفقية	٢	٢٨
أفقية	٣	٢٩
	٤٠	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه ان طريقة استخدام الحروف الافقية في إخراج إعلانات الصفحة الأولى في جريدة الصباح قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٦٧.٥% بينما لم تتعدى نسبة استخدام الحروف الافقية المائلة بنسبة ٢٧.٥%، بينما المائلة ٥% على التوالي ويعني ذلك ان جريدة الصباح تعتمد الحروف الافقية في إخراجها.

العناصر التيبوغرافية

١. العناوين

جدول رقم (٤)

بالعناوين في جريدة الصباح

النسبة المئوية	التكرار	العناوين	العدد
٤٣%	٣	فرعية	٣
١٤%	١	رئيسية	
٤٣%	٣	تمهيدية	
١٠٠%	٨		
٤٠%	٤	فرعية	٤
٢٠%	٢	رئيسية	
٤٠%	٤	تمهيدية	
١٠٠%	١٠		
٦٠%	٦	فرعية	٥
١٠%	١	رئيسية	
٣٠%	٣	تمهيدية	
١٠٠%	١٠		
٥٠%	٣	فرعية	٦
١٧%	١	رئيسية	
٣٣%	٢	تمهيدية	

%١٠٠	٦		
%٥٧	٤	فرعية	١٠
%١٤	١	رئيسية	
%٢٩	٢	تمهيدية	
%١٠٠	٧		
%٥٠	٤	فرعية	١١
%١٢,٥	١	رئيسية	
%٣٧,٥	٣	تمهيدية	
%١٠٠	٨		
%٤٠	٢	فرعية	١٢
%٢٠	١	رئيسية	
%٤٠	٢	تمهيدية	
%١٠٠	٥		
%٥٠	٣	فرعية	١٣
%١٧	١	رئيسية	
%٣٣	٢	تمهيدية	
%١٠٠	٦		
%٥٠	٣	فرعية	١٤
%١٧	١	رئيسية	
%٣٣	٢	تمهيدية	
%١٠٠	٦		
%٥٠	٣	فرعية	١٥
%١٧	١	رئيسية	
%٣٣	٢	تمهيدية	
%١٠٠	٦		

٥٧%	٤	فرعية	١٧
١٤,٥%	١	رئيسية	
٢٨,٥%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	٧		
٥٠%	٤	فرعية	١٨
١٢,٥%	١	رئيسية	
٣٧,٥%	٣	تمهيدية	
١٠٠%	٨		
٦٧%	٦	فرعية	١٩
١١%	١	رئيسية	
٢٢%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	٩		
٥٠%	٤	فرعية	٢٠
١٢,٥%	١	رئيسية	
٣٧,٥%	٣	تمهيدية	
١٠٠%	٨		
٥٠%	٣	فرعية	٢١
١٧%	١	رئيسية	
٣٣%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	٦		
٧١,٥%	٥	فرعية	٢٢
١٤,٥%	١	رئيسية	
١٤%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٧		

٦٧%	٤	فرعية	٢٤
١٧%	١	رئيسية	
١٦%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٦		
٣٣,٥%	٢	فرعية	٢٥
١٦,٥%	١	رئيسية	
٥٠%	٣	تمهيدية	
١٠٠%	٦		
٥٧,٥%	٤	فرعية	٢٦
١٤%	١	رئيسية	
٢٨,٥%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	٧		
٦٠%	٣	فرعية	٢٧
٢٠%	١	رئيسية	
٢٠%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٥		
٥٠%	٢	فرعية	٢٨
٢٥%	١	رئيسية	
٢٥%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٤		
٥٠%	٢	فرعية	٢٩
٢٥%	١	رئيسية	
٢٥%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٤		

يمثل الجدول أعلاه توزيع العناوين المنشورة في الصفحة الأولى وفقاً لأنواعها وفي كل عدد من الأعداد الصادرة من جريدة الصباح، إذ بلغ مجموع العناوين المنشورة في الصفحة الأولى (١٤٨) عنواناً بكل أنواعه، واحتلت العناوين الفرعية المرتبة الأولى تليها العناوين التمهيدية في المرتبة الثانية ثم العناوين الرئيسية في المرتبة الثالثة والأخيرة وهذا يعني تركيز الجريدة في إخراجها على العناوين الفرعية والتمهيدية أكثر من تركيزها على العناوين الرئيسية.

٢. الصور

جدول رقم (٥)

الصور المنشورة في جريدة الصباح

النسبة المئوية	التكرار	الصور	العدد
صفر%	صفر	خبرية	٣
١٠٠%	١	غير خبرية	
١٠٠%	١		
١٠٠%	١	خبرية	٤
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	١		
صفر%	صفر	خبرية	٥
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	صفر		
١٠٠%	١	خبرية	٦
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	١		
صفر%	صفر	خبرية	١٠
١٠٠%	١	غير خبرية	

١٠٠%	١		
صفر%	صفر	خبرية	١١
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	صفر		
صفر%	صفر	خبرية	١٢
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	صفر		
صفر%	صفر	خبرية	١٣
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	صفر		
١٠٠%	٢	خبرية	١٤
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	٢		
صفر%	صفر	خبرية	١٥
١٠٠%	١	غير خبرية	
١٠٠%	١		
١٠٠%	٢	خبرية	١٧
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	٢		
١٠٠%	١	خبرية	١٨
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	١		
١٠٠%	١	خبرية	١٩
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	١		

٢٠	خبرية غير خبرية	١ صفر	١٠٠% صفر%
		١	١٠٠%
٢١	خبرية غير خبرية	صفر صفر	صفر% صفر%
		صفر	١٠٠%
٢٢	خبرية غير خبرية	صفر صفر	صفر% صفر%
		صفر	١٠٠%
٢٤	خبرية غير خبرية	صفر صفر	صفر% صفر%
		١٠٠%	١٠٠%
٢٥	خبرية غير خبرية	صفر صفر	صفر% صفر%
		١٠٠%	١٠٠%
٢٦	خبرية غير خبرية	صفر ١	صفر% ١٠٠%
		١	١٠٠%
٢٧	خبرية غير خبرية	صفر ١	صفر% ١٠٠%
		١	١٠٠%
٢٨	خبرية غير خبرية	١ صفر	١٠٠% صفر%
		١	١٠٠%

١٠٠%	١	خبرية	٢٩
صفر%	صفر	غير خبرية	
١٠٠%	١		

احتلت الصور الخبرية المرتبة الأولى في تلاؤم الخبر مع الصورة وكانت الصورة غير الخبرية احتلت المرتبة الثانية لعدم تلاؤم الصورة مع الخبر إذ بلغت مجموع الصور المنشورة في الصفحة الأولى في جريدة الصباح (١٦) صورة بين خبرية وغير خبرية.

٣. الإطارات

جدول رقم (٦)

الإطارات في جريدة الصباح

عدد الإطارات	العدد
١	٣
١	٤
٢	٥
٢	٦
٢	١٠
٣	١١
١	١٢
١	١٣
٢	١٤
٢	١٥
٢	١٧
٢	١٨
٢	١٩
٢	٢٠

٢	٢١
١	٢٢
١	٢٤
١	٢٥
٢	٢٦
٢	٢٧
٢	٢٨
١	٢٩

استخدمت جريدة الصباح (٣٧) اطار في الصفحة الأولى موزعاً بين اطار واحد
مستخدم في افتتاحية رئيس التحرير وإطارين للخبر المحلي.

جريدة المشرق:

استخدمت جريدة المشرق خلال شهر كانون الثاني مانشيت رئيسي باللون الأسود إضافة إلى اللافتة الرئيسية لعنوان الصحيفة في وسط الصفحة وباللون الأسود وبالجم الكبير اما بالنسبة إلى الأذنين الجريدة فقد استخدمت الأذن اليسرى للجريدة باستخدام خبر محلي وكانت تتناوب مابين إعلانات انتخابية واخبار محلية. اما الاذن اليمنى فقد كتبت فيها بأنها اول صحيفة عراقية تصدر في بغداد وتوزع في عدد من دول العالم اما بالنسبة إلى اسم رئيس مجلس الإدارة فكتب بالجهة اليسرى من الصحيفة في الاعلى.

الترويسة استخدمت على طول الصحيفة وباللون الأحمر وهي كاملة على طول الجريدة وذكر التاريخ والسنة بالميلادي.

وقد استخدمت الجريدة عناوين رئيسية باللون الأسود (مانشيت رئيس) ولم يكن هناك صورة تحت الخبر ولم يكن للجريدة افتتاحية حيث يذكر فيها رئيس التحرير.

اما إعلانات الجريدة فكانت تتسم بالبساطة وهي غير معقدة ولم يكن هناك تناسق في ألوان الإعلان من ازرق واخضر وجوزي واسود وكان قراءة الحرف بسيط وتحاشي الحروف الزخرفية والمعقدة وقد كانت حجم الحروف كبيرة بحيث لا تتعب عين القارئ.

جدول (٧)

تصنيف الإعلانات ووصفها في جريدة المشرق

الألوان المستخدمة	مكان النشر	حجم الإعلان	نوع الإعلان	عدد الإعلانات	العدد
ازرق ابيض اصفر اخضر جوزي اسود	الجهة اليسرى وسط أسفل الصفحة كاملة	٩سم × ٤سم ١٨سم × ١٠سم	انتخابي انتخابي	١ ١	٣
ازرق ابيض اصفر رصاصي اخضر جوزي اسود	الجهة اليسرى وسط وسط الصفحة اسفل الصفحة كاملة	٩سم × ٤سم ٤سم × ٢.٥سم ١٨سم × ١٠سم	انتخابي تجاري انتخابي	١ ١ ١	٤
ازرق ابيض اصفر رصاصي اخضر جوزي اسود	الجهة اليسرى وسط الجهة اليمنى اسفل الصفحة كاملة	٩سم × ٤سم ٤سم × ٢.٥سم ١٨سم × ١٠سم	انتخابي تجاري انتخابي	١ ١ ١	٥
ازرق ابيض اصفر	اعلى الصفحة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	١٠

الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحات الأولى...

اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليسرى وسط	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١١
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	اعلى الصفحة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٢
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليسرى وسط	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٣
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة وسط	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليسرى وسط	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٤
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليسرى وسط	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٥
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليسرى وسط	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٧
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٠	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	اعلى الصفحة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٨
اخضر جوزي اسود	وسط الصفحة السفلى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
ازرق ابيض اصفر	اعلى الصفحة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	١٩
اخضر جوزي اسود	الجهة اليمنى للصفحة	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اخضر جوزي اسود	الجهة اليسرى للصفحة	اسم ٩ × اسم ١٤	تجاري	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢٠
ازرق ابيض اصفر	وسط الصفحة	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢١
ازرق ابيض اصفر	الجهة اليمنى للصفحة	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اخضر ابيض رصاصي	الجهة اليسرى للصفحة	اسم ٩ × اسم ١٤	تجاري	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢٢
اخضر جوزي اسود	اسفل الصفحة كاملة	اسم ١٨ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢٤
ازرق احمر ابيض	وسط الصفحة السفلى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢٥
ازرق احمر ابيض	اسفل الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	اسم ٩ × اسم ١٤	انتخابي	١	٢٦

الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحات الأولى...

اخضر ابيض رصاصي	اسفل الصفحة اليمنى	٩سم × ٤سم	تجاري	١	
ازرق احمر ابيض	اسفل الصفحة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اخضر ابيض رصاصي	اسفل الصفحة اليمنى	٩سم × ٤سم	تجاري	١	٢٧
ازرق احمر ابيض	اسفل الصفحة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اخضر ابيض رصاصي	اسفل الصفحة اليمنى	٩سم × ٤سم	تجاري	١	٢٨
ازرق احمر ابيض	اسفل الصفحة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اسود ابيض اخضر	اعلى الجهة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	
اخضر ابيض رصاصي	اسفل الصفحة اليمنى	٩سم × ٤سم	تجاري	١	٢٩
ازرق احمر ابيض	اسفل الصفحة اليسرى	٩سم × ٤سم	انتخابي	١	

ويتضح من الجدول أعلاه بلغ مجموع الإعلانات المنشورة في الصفحة الأولى في جريدة المشرق بلغ (٥٠) إعلاناً، وكانت الإعلانات الانتخابية المرتبة الأولى من بين أنواع الإعلانات الأخرى إذ كان مجموعها (٤٢) إعلاناً أي بنسبة ٨٤٪، فيما حلت الإعلانات التجارية بالمرتبة الثانية بنسبة ١٦٪ ولم يكن هناك أي إعلان حكومي خلال الشهر وهذا ما يدل على أن جريدة المشرق قد أعطيت الأولوية للإعلانات الانتخابية لمجالس المحافظات. أما القياسات التي استخدمتها الجريدة في إخراج هذه الإعلانات فكانت متباينة في الحجم ومكان النشر وتوزعت أماكن نشر الإعلانات بين أعلى الصفحة اليسرى وأسفل الصفحة اليمنى وأسفل الصفحة اليسرى. أما بالنسبة إلى الألوان المستخدمة بالنسبة للإعلانات الانتخابية فكانت اللون الأسود والأبيض ثابتاً أما بقية الإعلانات الأخرى فقد استخدمت ألوان متعددة.

جدول رقم (٨)

حجم الحروف المستخدمة في الإعلانات لجريدة المشرق

حجم الحرف	الإعلانات	العدد
كبير	٢	٣
كبير وصغير	٣	٤
كبير وصغير	٣	٥
كبير	٢	١٠
كبير	٢	١١
كبير	٢	١٢
كبير	٢	١٣
كبير	٢	١٤
كبير	٢	١٥
كبير	٢	١٧
كبير	٢	١٨
كبير	٣	١٩
كبير	٢	٢٠
كبير	٣	٢١
كبير	٢	٢٢
كبير	٢	٢٤
كبير	٢	٢٥
كبير وصغير	٣	٢٦
كبير وصغير	٣	٢٧
كبير وصغير	٣	٢٨
كبير وصغير	٣	٢٩
	٥٠	المجموع

لقد تميزت حجم الحروف المستخدمة في الإعلانات بالحجم الكبير في الإعلانات الانتخابية بينما جمعت الإعلانات التجارية بين الحجم الكبير والصغير.

جدول رقم (٩)

طريقة استخدام الحروف في الإعلانات لجريدة المشرق

طريقة الاستخدام	الإعلانات	العدد
أفقية	٢	٣
أفقية	٣	٤
أفقية ومائلة	٣	٥
أفقية	٢	١٠
أفقية	٢	١١
أفقية	٢	١٢
أفقية	٢	١٣
أفقية ومائلة	٢	١٤
أفقية	٢	١٥
أفقية	٢	١٧
أفقية	٢	١٨
أفقية ومائلة	٣	١٩
أفقية	٢	٢٠
أفقية	٣	٢١
أفقية	٢	٢٢
أفقية	٢	٢٤
أفقية	٢	٢٥
أفقية	٣	٢٦
أفقية	٣	٢٧
أفقية	٣	٢٨
أفقية	٣	٢٩
	٥٠	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن طريقة استخدام الحروف الأفقية في إخراج إعلانات الصفحة الأولى في جريدة المشرق قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٨٤٪ بينما لم تتعدى

نسبة استخدام الحروف الأفقية المائلة بنسبة ١٦٪، ولم تستخدم الحروف المائلة ويعني ذلك أن جريدة المشرق تعتمد الحروف الأفقية في إخراجها.

العناصر التيبوغرافية

١. العناوين

جدول رقم (١٠)

بالعناوين في جريدة المشرق

النسبة المئوية	التكرار	العناوين	العدد
٣٧,٥٪	٣	فرعية	٣
٢٥٪	٢	رئيسية	
٣٧,٥٪	٣	تمهيدية	
١٠٠٪	٨		
٨٦٪	٦	فرعية	٤
١٤٪	١	رئيسية	
٠٪	٠	تمهيدية	
١٠٠٪	٧		
٥٠٪	٣	فرعية	٥
٣٣٪	٢	رئيسية	
١٧٪	١	تمهيدية	
١٠٠٪	١٠		
٦٠٪	٦	فرعية	١٠
١٠٪	١	رئيسية	
٣٠٪	٣	تمهيدية	
١٠٠٪	١٠		

٥٠٪	٣	فرعية	١١
١٧٪	١	رئيسية	
٣٣٪	٢	تمهيدية	
١٠٠٪	٦		
٥٧٪	٤	فرعية	١٢
١٤,٥٪	١	رئيسية	
٢٨,٥٪	٢	تمهيدية	
١٠٠٪	٧		
٧٥٪	٦	فرعية	١٣
١٢,٥٪	١	رئيسية	
١٢,٥٪	١	تمهيدية	
١٠٠٪	٨		
٥٥,٥٪	٥	فرعية	١٤
١١٪	١	رئيسية	
٣٣,٥٪	٣	تمهيدية	
١٠٠٪	٩		
٦٧٪	٤	فرعية	١٥
١٦٪	١	رئيسية	
١٧٪	١	تمهيدية	
١٠٠٪	٦		
٦٧٪	٤	فرعية	١٧
١٦٪	١	رئيسية	
١٧٪	١	تمهيدية	
١٠٠٪	٦		

٧	٧٠٪	فرعية	١٨
١	١٠٪	رئيسية	
٢	٢٠٪	تمهيدية	
١٠	١٠٠٪		
٣	٦٠٪	فرعية	١٩
١	٢٠٪	رئيسية	
١	٢٠٪	تمهيدية	
٥	١٠٠٪		
٧	٥٨٪	فرعية	٢٠
١	٨,٥٪	رئيسية	
٤	٣٣,٥٪	تمهيدية	
١٢	١٠٠٪		
٥	٨٣٪	فرعية	٢١
٠	٠٪	رئيسية	
١	١٧٪	تمهيدية	
٦	١٠٠٪		
٢	٧٦٪	فرعية	٢٢
١	٣٣٪	رئيسية	
٠	٠٪	تمهيدية	
٣	١٠٠٪		
٨	٨٠٪	فرعية	٢٤
١	١٠٪	رئيسية	
١	١٠٪	تمهيدية	
١٠	١٠٠٪		

٧٠%	٧	فرعية	٢٥
١٠%	١	رئيسية	
٢٠%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	١٠		
٦٠%	٣	فرعية	٢٦
٢٠%	١	رئيسية	
٢٠%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٥		
٨٣%	٥	فرعية	٢٧
٠%	٠	رئيسية	
١٧%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٦		
٥٠%	٢	فرعية	٢٨
٢٥%	١	رئيسية	
٢٥%	١	تمهيدية	
١٠٠%	٤		
٤٠%	٢	فرعية	٢٩
٢٠%	١	رئيسية	
٤٠%	٢	تمهيدية	
١٠٠%	٥		

يمثل الجدول أعلاه توزيع العناوين المنشورة في الصفحة الأولى وفقاً لأنواعها وفي كل عدد من الأعداد الصادرة من جريدة المشرق، إذ بلغ مجموع العناوين المنشورة في الصفحة الأولى (١٤٩) عنواناً بكل أنواعه، واحتلت العناوين الفرعية المرتبة الأولى تليها العناوين التمهيدية في المرتبة الثانية ثم العناوين الرئيسية في المرتبة الثالثة والأخيرة وهذا

يعني تركيز الجريدة في إخراجها على العناوين الفرعية والتمهيدية أكثر من تركيزها على العناوين الرئيسية.

٢. الصور

لم تستخدم جريدة المشرق خلال شهر كانون الثاني أي صورة سواء كانت خبرية أو غير خبرية. وهذا ما يدل إلى عدم استخدامها للصورة في إخراج الصفحة الأولى من الجريدة.

٣. الإطارات

جدول رقم (١١)

الإطارات في جريدة المشرق

العدد	عدد الإطارات
٣	١
٤	١
٥	٢
١٠	٢
١١	١
١٢	١
١٣	٢
١٤	٢
١٥	١
١٧	٢
١٨	١
١٩	١
٢٠	٢
٢١	١

٠	٢٢
١	٢٤
٢	٢٥
٢	٢٦
١	٢٧
١	٢٨
٠	٢٩
٢٧	المجموع

استخدمت جريدة المشرق (٢٧) أطار في الصفحة الأولى موزعاً بين أطار واحد مستخدم في الخبر المحلي وإطارين للخبر المحلي وايضاً.

النتائج

توصلت الدراسة في تحليلها للعناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق إلى النتائج الآتية:

١. اعتماد جريدتي الصباح والمشرق في إخراجها الصفحة الأولى على استخدام الإطارات وركزت على استخدام الإطار الواحد للافتتاحية والإطارين للخبر المحلي.
٢. تنوع الألوان المستخدمة في إخراج الإعلانات في جريدتي الصباح والمشرق وعدم اقتصارها على لون واحد.
٣. احتلت الإعلانات الانتخابية المركز الأول في إخراج الصفحة الأولى في جريدة المشرق بينما احتلت الإعلانات التجارية المرتبة الأولى في جريدة الصباح.
٤. اعتمد أسلوب الإخراج الصحفي في جريدتي الصباح والمشرق على إبراز العناوين الفرعية والتمهيدية أكثر من إبرازها للعناوين الرئيسية.
٥. استخدمت جريدة الصباح الحروف الكبيرة في إخراجها للإعلانات الحكومية وجمعت بين حجم الحروف الكبيرة والصغيرة في إخراج الإعلانات التجارية والانتخابية، أما جريدة المشرق فقد استخدمت الحروف الكبيرة في إخراجها للإعلانات الانتخابية المنشورة على الصفحة الأولى، في حين جمعت بين الحروف الكبيرة والصغيرة في إخراجها للإعلانات التجارية.

٦. قللت جريدة المشرق من وجود إخراج للعنوان الثابت الخاص بالافتتاحية بينما اعتمدت جريدة الصباح في إخراجها للصفحة الأولى على وجود عنوان ثابت للافتتاحية.
٧. اهتمت جريدة الصباح في إخراجها للصفحة الأولى للجريدة في استخدامها للصورة الخبرية وغير الخبرية بينما لم تكن هناك أي صور بأنواعها سواء كانت خبرية أو غير خبرية في جريدة المشرق.

هوامش البحث

- (١) احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٤، ص ٢٣.
- (٢) محمد عبد المجيد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧.
- (٣) احمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي - تطبيقات إدارية واقتصادية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ٦٥.
- (٤) نائل عبد الحافظ العواملة، أساليب البحث العلمي والأسس النظرية وتطبيقاتها في الإدارة، عمان، الجامعة الأردنية، ١٩٩٠، ص ١٧.
- (٥) علي سليم العلاونة، أساليب البحث العلمي في العلوم الإدارية، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٩٦، ص ٤٧.
- (٦) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٦، ص ١٢٧.
- (٧) هادي نعمان الهيتي، أسس البحث العلمي، بغداد، دراسة مطبوعة بالرونق، ١٩٨٣، ص ٢٨.
- (٨) عصمت محمد عبد الحميد، المدخل إلى البحث العلمي، بغداد، دار الشؤون الثقافية، الموسوعة الصغيرة ٤٥٣، ٢٠٠١، ص ١٨.
- (٩) نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٦، ص ١١.
- (١٠) إبراهيم أمام، فن الإخراج الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧، ص ٥.
- (١١) احمد حسين الصاوي، أسس الإخراج الصحفي، محاضرات الاتحاد العام للصحفيين العرب، المعهد القومي، القاهرة، ١٩٧٧، ص ٢٢.

- (١٢) محمود علم الدين، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٣٤٢.
- (١٣) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، دار علم الكتب، ١٩٨٦، ص ٢٧٨.
- (١٤) . Hass,C.R: Lapublicite, op. cit , p.270

المصادر

١. احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٤.
 ٢. إبراهيم إمام، فن الإخراج الحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧.
 ٣. احمد حسين الصاوي، أسس الإخراج الصحفي، محاضرات، القاهرة، الاتحاد العام للصحفيين العرب، المعهد القومي، ١٩٧٧.
 ٤. احمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي- تطبيقات إدارية واقتصادية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ١٩٨٨.
 ٥. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٦.
 ٦. علي سليم العلاونة، أساليب البحث العلمي في العلوم الإدارية، عمان، دار الفكر والنشر والتوزيع، ١٩٩٦.
 ٧. عصمت محمد عبد الحميد، المدخل إلى البحث العلمي، بغداد، دار الشؤون الثقافية، الموسوعة الصغيرة، ١٤٥٣هـ / ٢٠٠١م.
 ٨. فاروق ابو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، دار عالم الكتب، ١٩٨٦.
 ٩. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠.
 ١٠. محمود علم الدين، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٤.
 ١١. نائل عبد الحافظ العواملة، أساليب البحث العلمي والأسس النظرية وتطبيقاتها في الإدارة، أمان، الجامعة الأردنية، ١٩٩٠.
 ١٢. نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٦.
 ١٣. هادي نعمان الهيتي، أسس البحث العلمي، بغداد، دراسة مطبوعة بالرونيو، ١٩٨٦.
- 14.Hass,C.R: Lapublicite, Q.P.cip.