ISSN: 2392-5442, ESSN : 2602-540X
المجلد: 10 العدد: 01 السنة: 2023
الصفحات : 647-662

مجلة المنظومة الرياضية
مجلة علمية دولية تصدر بجامعة الجلفة_الجزائر
تاريخ الإرسال: 2022-07-19 تاريخ القبول: 2023-02-08

دور العناصر التيبوغرافية في إخراج الصفحات الرياضية

دراسة تحليلية لعينة من جريدة "الجزائر"

The role of Typographical elements in the output of Sports Pages Sample analysis from the newspaper "Algeria"

سعاد لكحل[1]*

[1] جامعة لونيسي علي البليدة-2- (الجزائر)، so.lakehal@univ-blida2.dz

ملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تبيان أهمية العناصر التيبوغرافية في جذب انتباه القارئ مركزين على عينة من المضامين التي تعالج الأخبار الرياضية في الصحافة اليومية الجزائرية عن طريق الوقوف على شكل و طريقة إبراز المادة الصحفية و خصائصها الفنية بالاعتماد على المنهج الوصفي و الإستعانة بفئات الشكل في أداة تحليل المحتوى و قد أفضت بعض النتائج إلى أهمية الجانب الشكلي في إخراج الصفحات الرياضية كنوع الخط و بنط الكتابة و توظيف الألوان و الصور أكثر من أهمية الخبر نفسه.

كلمات مفتاحية: التيبوغرافيا، فئات الشكل، عناصر الجذب، الصفحات الرياضية، كرة القدم.

Abstract:

The study aims to clarify the importance of typographical elements in attracting the attention of the reader, we focused on a sample of topics that deal with sports news in the Algerian daily press, by analyzing the formal characteristics of journalistic topics.

we use the content analysis tool, and we have concluded that the formal aspect is important in the production of sports pages, as the type of font and the employment of colors and pictures that are more important than the news itself.

Keywords: typography; formal aspect; attractions; sports pages; football.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

احتلت رياضة كرة القدم الصدارة في اهتمامات الشعوب العربية و العالمية خاصة بعد الازدياد الكبير الذي عرفه جمهور هذا النوع من الرياضة و الشعبية التي تتميز بها، و هو ما دفع بكبرى المؤسسات الإعلامية إلى انشاء صحف تتخصص في معالجة هذا المجال و تعنى بالشأن الرياضي الكروي، و حتى الصحف الغير متخصصة أدركت حاجة جمهورها الملحة و أصبحت تسعى جاهدة من خلال موادها الإعلامية إلى تخصيص صفحات رياضية تلبي من خلالها حاجات الجماهير الإعلامية في هذا الصدد، و تولي أهمية بالغة لطريقة التعامل مع مضامينها من خلال الإهتمام بطريقة عرض المادة الإعلامية على مستوى الشكل و المضمون و بالعناصر التيبوغرافية الموظفة في إخراج الصفحات حتى تتناسب مع طبيعة و مميزات الجمهور الحيوي النشط الذي يختلف في طريقة تلقيه للمادة الإعلامية عن بقية فئات و أطياف المجتمع.

كما أن تاريخ الكتابة الصحفية شاهد على عديد المراحل التي مرت بها هذه الفنون من حيث الإنتاج و الإستخدام إلى حين ارتباطها و بشكل مباشر بالتطور التكنولوجي الذي حدث خلال السنوات الماضية في عالم الصحافة و الطباعة و كذلك بالمتغيرات التي طرأت على اتجاهات و اهتمامات المجتمعات حيث انتقلت إلى عالم جديد اتصف بتقدم مجالات الحياة بشكل عام. (المجدوب، 2012، ص 99)

2.الإشكالية:

يصنف الجمهور الرياضي ضمن الجمهور المتنوع و الغير متجانس الباحث دائما عن الجديد، لذلك تسعى المؤسسات الصحفية لأن تكون مادتها الإعلامية عند حسن تطلعاتهم باعتبارها الواسطة بين المرسل و المتلقي، فإخراج الصفحة الرياضية له العديد من الميزات في مقدمتها التصميم الذي يمثل الجانب الرئيسي في عملية إخراج الصحيفة، فلكل جريدة طابعها الخاص الذي يختلف باختلاف طبيعة مضامينها و باختلاف خطها التحريري و هو ما تفضيه المنافسة الإعلامية بين الجرائد كعملية فنية مكونة للجانب العملي من الإخراج الصحفي، حيث يمثل التصميم ضرورة ملحة لكل جريدة يؤهلها لوضع هيكل أساسي تتبعه الصحيفة قبل ظهورها و تراعي فيها جميع العناصر التيبوغرافية و الجمالية كشكل العناوين و الصور و البياضات و الألوان و الاطارات و الحروف و غيرها من الإضافات الشكلية التي تظفي على القارئ رغبة في الولاء للجريدة، و قد انطلقنا من إشكالية تبحث عن أصل هذه الألوان الصحفية و

كيف يتم الإهتمام بها من خلال طرح السؤال التالي: ماهي العناصر التيبوغرافية الموظفة في الصفحات الرياضية في جريدة **الجزائر** اليومية؟

بما أن دراستنا تركز على الجوانب الشكلية و العناصر الإخراجية في الصفحات الرياضية فقد كان تركيزنا حول شكل الإتصال من خلال التطرق للفئات التي تجيب على السؤال (كيف قيل؟) و عليه كانت الأسئلة كالتالي:

1- هل يرتبط البناء الشكلي للعناوين و بنط الكتابة في جذب انتباه القارئ؟
2- هل استخدام الألوان في إخراج النص الصحفي له تأثير على أهمية المقال؟
3- هل يأثر إقتران الخبر بالصورة الصحفية على مصداقية الخبر ؟

3.أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا إلى البحث في الكيفية التي تعتمدها وسائل الإعلام في صياغة النصوص الصحفية من الناحية الشكلية و التوصل لحقائق تخص كيفية معالجتها للأخبار الرياضية في بعدها الفني.

- رصد الجوانب الإخراجية و الجمالية في صياغة النص الصحفي و التي تضفي عند القارئ رغبة في مواصلة القراءة و الولاء للجريدة.
- البحث عن مراكز الإهتمام في تنظيم و ترتيب الأخبار داخل الصفحة الواحدة.
- التعرف على شكل العناصر التيبوغرافية الموظفة في تقسيم و تنظيم المواضيع في الصفحة الواحدة.
- الكشف عن مدى الإرتباط بين شكل الكتابة و السياسة التحريرية للجريدة.
- الكشف عن مدى اهتمام القائم بالإتصال في الصحافة اليومية بالمواضيع و الأخبار الرياضية.

4.أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- البحث عن أهمية ترتيب الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية العامة من ناحية شكل الإخراج و طبيعة المضامين الحاملة لها.
- معرفة تتضمن قيمة الإختلاف بين حضور بعض العناصر الشكلية في مقالات معينة و غيابها في مقالات أخرى.
- إبراز أهمية الخبر الرياضي الكروي في الجرائد اليومية الموجهة للجمهور الغير رياضي.

- نحاول أيضا أن نبرز من خلال الدراسة كيف أن للصفحات الرياضية دور في جذب انتباه الجمهور الغير رياضي و جعله مطلع على المضامين الرياضية من خلال توظيف آليات الجذب في العناصر الإخراجية لهذه الصفحات.

5. تحديد المصطلحات:

1.5 التعريف الإصطلاحي للتيبوغرافية:

هو فن عرض المادة التحريرية في شكلها النهائي مع مراعات الأسس الصحفية و الفنية التي تضع القارئ محل الإعتبار الأول و تحقق له يسر القراءة و وضوح المضمون،

يطلق أيضا لفظ الوحدات التيبوغرافية على جملة (العناوين، و السطور، و العلامات، و الفواصل، و الصور، و الرسوم، و الألوان إلخ... التي تظهر في واجهة الجريدة أو في صفحاتها الداخلية. (فهد، 1998، ص 23)

تعني أيضا العلم و الفن اللذان يتصلان لإنتاج العناصر المستخدمة في بناء جسم الصحيفة أو المجلة، و يتم التعامل مع هذه العناصر بتحريكها على سطح الورق الأبيض للصفحات طبقا لرؤية واضحة و وصولا إلى تحقيق أهداف معينة وفقا لأساليب فنية و ضوابط صحفية محددة تعمل على خدمة الرسالة الإعلامية و تعبر عن السياسة التحريرية للجريدة. (الساعدي، 2017، ص 561)

2.5 **التعريف الإجرائي للعناصر التيبوغرافية:**

هي الأدوات التي توظف للتعبير عن لغة الشكل في الجريدة تتمثل في (العناوين، الصور، الألوان، الإطارات إلخ...) تستخدم في أسلوب جذاب يراعي الموازنة بين الوظيفة و الجمال.

3.5 **التعريف الإصطلاحي للصفحات الرياضية:**

تعتبر الرياضة واقعا إجتماعيا مؤثرا تهتم به جميع فئات المجتمع و هو ما أدى إلى الإهتمام بها و تطويرها خاصة بعد دخول العديد من الرياضات في عالم الإحترافية التي تهدف إلى تحقيق نتائج إيجابية و انتصارات من أجل استقطاب الأنصار للحصول على الدعم و الإستمرارية (صكري و عمران, 2019 , ص 141)

تعرف أيضا على أنها مفهوم مرتبط بظاهرة إجتماعية أوجدتها الفعاليات و الأنشطة الرياضية باختلاف أشكالها و أوزانها، فالرياضة باعتبارها نشاط إجتماعي و ممارسة فردية و إجتماعية هي عبارة عن مجموعة من الممارسات الرياضية المنتظمة و المبرمجة التي تقوم على أساس المبادئ المحددة و التي تهدف إلى توسيع قدرة الإنسان على ممارستها كطاقة بدنية.(غازي المدني، 2006، ص 15) عن طريق الإعتماد على الإعلام الرياضي الذي يقوم على نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية قصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي.(لزهاري، 2021، ص670)

4.5 التعريف الإجر ائي للصفحات الرياضية:

هي الصحافة التي تنفرد في بعض صفحاتها أو كلها بموضوعات و أحداث رياضية موجهة لخدمة المجتمع الرياضي، تتميز الصحف التي تعالج القضايا الرياضية في عناصرها التيبوغرافية و في طريقة عرضها للمادة الإعلامية عن غيرها من المواضيع الغير رياضية كما تهدف إلى إرضاء شرائح كبيرة من المجتمع و تحقيق أكبر عدد ممكن من المقروئية.

6. الدراسات السابقة:

دراسة عمران الهاشمي المجدوب، 2016، بعنوان " العناصر التيبوغرافية و دورها في الإخراج الصحفي"، إنطلق الباحث من إشكالية تبحث في مفهوم العناصر التيبوغرافية و خصائصها و دورها في الاخراج الصحفي، و هي دراسة تصنف ضمن البحوث النظرية المكتبية التي تركز على المصادر و المراجع و الدراسات المتخصصة في جمع المعلومات، و قد اجتمعت نتائج هذه الدراسة حول أن العناصر التيبوغرافية تلعب دورا أساسيا في إحداث التوازن في الصفحة المطبوعة الواحدة، كما أن الحروف من أهم العناصر التي تساعد في الإخراج الصحفي و من دونه تتلاشى جميع العناصر الأخرى، أما الفواصل و الجداول و الإطارات فهي تسهل عملية القراءة و تعمل على إبعاد التشابك و التلاحم بين الأخبار و الموضوعات التحريرية المختلفة.

دراسة جاسم زبون حسن الساعدي، 2018، بعنوان "العناصر التيبوغرافية في الصحف العراقية-دراسة وصفية-" حيث ركز الباحث في دراسته على أهمية استخدام الحاسوب في تطوير العناصر التيبوغرافية في الصحف العراقية، من خلال الإستفادة من تكنولوجيات التقنيات الرقمية و كل ما تتيحه من أدوات و وسائل مادية في جمع المعلومات و معالجتها و تخزينها و استرجاعها، و قد توصل في جملة نتائجه إلى أن العنوان و المتن و الصور هي جملة العناصر التيبوغرافية في الصحف لأنها تدعم المادة الخبرية و تبرزها، كما أن حروف المتن و الفواصل و توزيع المواد تمثل أغلب عناصرها التي تتناولها المادة الاعلامية.

دراسة عبير محمد جميل الفليت، 2015، "واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية"، سلطت الدراسة الضوء على طبيعة القضايا التي تعرضها الصفحات الرياضية من ناحية فنونها الصحفية و سياساتها التحريرية و العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال في الصحيفة، و قد توصلت الدراسة إلى وجود تركيز واضح في ذكر المصادر الذاتية ممثلة في المراسلين على حساب المصادر الخارجية الممثلة في الوكالات الدولية، و الإهتمام بالرياضات الجماعية أكثر من الرياضات الفردية، كما كان هناك اهتمام واضح بكرة القدم مقارنة بالرياضات الأخرى و هو ما يعطي قيمة مضافة للصحفي الذي يكتب في هذا الصدد.

دراسة ونوقي يحي و آخرون 2019 , " التسويق الرياضي في الجزائر" حيث اهتمت الدراسة بالبحث في طبيعة المنتج الرياضي من منطلق المكانة العالمية التي احتلتها الرياضة بصفة عامة و طرق التسويق المعتمدة لانجاح الأحداث الرياضية من خلال مختلف الوسائل الإعلامية تلبية لحاجيات الجماهير, فالمباراة المذاعة على الهواء تختلف تماما بالنسبة لجمهور المشاهدين عن تلك المسجلة و المعروف نتائجها مسبقا و كذلك الفرق و اللاعبين و اللقاءات و المباريات يؤثر فيها الحدث الرياضي بشكل مباشر, و بعد التحليلات النظرية أفضت نتائج الدراسة إلى أن التسويق الرياضي في الجزائري يشهد تعثرا كبيرا ناتج لطبيعة المنتج الرياضي من خلال تراجع الرياضة بمختلف أنواعها مما يضعف المؤسسات الاقتصادية لدعمها بالإظافة إلى عدم وجود آليات و استراتيجيات واضحة في الهيئات الرياضية الخاصة بالتسويق الرياضي.

1.6 التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال رصيد الدراسات السابقة أنها تركز في معظمها على العناصر التيبوغرافية في الإخراج، سواء ما تعلق بالصفحات الوسطى أو الصفحة الأولى من الجريدة ،كما ركزت على عنصر مهم و هو الجوانب الإخراجية التي تفرضها التكنولوجيات الحديثة في التصميم حيث أصبحت كل الجرائد دون استثناء تستفيد بصورة واضحة من مخرجات التكنولوجيا.

الجانب التطبيقي:

7. مجتمع و عينة الدراسة:

في أي دراسة لابد أن يكون مجتمع البحث هو الجزء الأساس الذي ينطلق منه الباحث و بما أن دراستنا تستهدف الأخبار الرياضية في الجريدة فإن مجتمع البحث هو كل الصفحات التي عالجت المضامين الرياضية في جريدة **الجزائر** اليومية و قد شمل الإطار الزماني للدراسة مدة ثلاثة أشهر و هي الفترة الممتدة من (2022/02/01) إلى (2022/04/30).

إن المعروف عن جريدة **الجزائر** أنها جريدة يومية عامة تعالج كل المواضيع و في مختلف المجالات الإجتماعية، و الإقتصادية، و الترفيهية، و الثقافية إلخ...، و هي تخصص في كل عدد من أعدادها صفحتين للشأن الرياضي هما (الصفحة 08 و 09) مع التركيز في تغطيتها الإعلامية على رياضة كرة القدم فقط دونا عن الرياضات الأخرى، فتكون الصفحة (08) مخصصة للمباريات و الأندية المحلية و الصفحة (09) مخصصة للمباريات و الأندية الدولية، و هذا النوع من الإخراج ثابت في كل أعدادها. و هو ما ساعدنا بشكل كبير في اختيار نوع و حجم العينة.

يرى المتخصصين في المنهجية أن حجم العينة يتوقف على نسبة التقارب الموجود بين العينة و المجتمع الأصلي، فإن كان هناك تقارب و تجانس بين أفراد العينة و المجتمع الأصلي فإنه يمكن أخذ عدد

صغير و معبر عن الواقع، و إن كان هناك تباين كبير بين أفراد المجتمع الأصلي فلابد من عينة كبيرة حتى يمكن أخذ معلومات كافية عن الموضوع(بوحوش، 1990، ص 35.) و نظرا لتقارب مجتمع البحث من التجانس فقد اعتمدنا عينة عشوائية تتكون من (30) عدد اختيرت بطريقة عشوائية حتى نمنح كل مفردة من مفردات العينة إمكانية للظهور، و العينة العشوائية هي التي يتم إختيار أفرادها من مجتمع أصل يكون لكل فرد فيه فرصة متكافئة لأن يختار ضمن أفراد العينة(**موريس 2006، ص 318.**) و هي الطريقة الأنسب في مثل هذه الدراسة.

8. **نوع الدراسة و منهجها:**

تندرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التي تضطلع بمهمة جمع البيانات الإحصائية و تفسيرها و تحليلها بهدف الحصول على معلومات كافية عنها باستخدام منهج المسح بالعينة الذي يعد من أنسب المناهج العلمية موائمة للدراسات الوصفية، و التي يتماشى استخدامها مع أسوب تحليل المحتوى.

9. **أدوات جمع البيانات و المعلومات:**

طبيعة المنهج المستخدم و طبيعة الدراسة أملت علينا توظيف أداة تحليل المحتوى التي تعتبر أنسب أداة لتحليل المضامين المكتوبة، فهو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية و الغير لغوية -الظاهرة و الباطنة- من أجل استرجاع المعاني المعروفة فيه بتصنيف كل محتوى و كل وثيقة سواء كانت مسموعة أو مكتوب (Mucchielli, 1988 ,p17) و بناءا على إشكالية و تساؤلات الدراسة تم الإستعانة بفئات و وحدات تساعد في تحليل المادة الإعلامية من خلال الإعتماد على فئات رئيسية تندرج تحتها فئات فرعية و تظم فئات تحت فرعية و هي التقسيمات المتعارف عليها في أداة تحليل المحتوى، و بهذه الطريقة يسهل علينا تفكيك و تحليل الجوانب الإخراجية لصفحات العينة.

10. **فئات التحليل:**

إعتمدنا في تحليل العينة على ثلاثة فئات رئيسية هي كالتالي:

- **فئة نوع العنوان و بنط الكتابة:** و هي فئة رئيسية حيث تسمح لنا هذه الفئة بمعرفة الطريقة التي تبنتها الجريدة في تحرير عناوين المقالات، كما تندرج تحتها فئتين فرعيتين هي فئة العنوان الرئيسي و فئة عنوان الإشارة، يساعد وجود هذه الفئات الفرعية في المقال على إبراز أهميته و تعدد العناوين في المقال الواحد، أما عن الفئات تحت الفرعية فقد عنونت بفئة بنط الكتابة و قسمت إلى فئة (البنط العريض، البنط المتوسط و البنط الرفيع) و هي تقسيمات تأخذ بعين الإعتبار الإختلافات التي تقع في حجم و شكل العناوين فقط .

- **فئة استخدام الألوان**: و هي الفئات التي تسهم في إبراز الجانب الجمالي للصفحة من خلال وجود الألوان في خلفية المقال أو ضمن العناوين أو في كثير من الأحيان تستخدم في الإطارات لتظهر الحدود الفاصلة بين المقالات المجاورة.

- **فئة توظيف الصور**: تعتبر من بين أهم الفئات التي وجب التركيز عليها كون أن الصورة تغني عن ألف كلمة و أحيانا كثيرا تكون الصور بديل عن المقال نفسه فتوظيفها في صفحات الجريدة مصحوبة بالخبر يساعد على معرفة جدية و أهمية المقال، و قد ضمت فئتين فرعيتين هما (فئة ظهور المقال بصورة و فئة ظهور المقال بدون صورة) و هو ما يساعدنا على معرفة المقاصد من وراء ظهور أو عدم ظهور الصور.

11. قياس صدق و ثبات الأداة

تم جمع الفئات السابقة في استمارة تحليل المحتوى و عرضت الاستمارة المتكونة من (دليل الاستمارة و دليل التعريفات الإجرائية) على ثلاثة أساتذة متخصصين لتحكيمها و النظر في سلامة الأداة لما أعدت لأجله بعدها قمنا بحساب معامل الثبات من خلال الخطوات التالية:

- أولا ترميز أسماء الأساتذة المحكمين (أ،ب،ج).

- ثانيا استخدام طريقة دانلسون لحساب معامل الثبات بين كل محكمين إثنين، و قد كانت نتيجة المحكمين أ و ب (0.57 %)، و نتيجة المحكمين أ و ج (0.68 %)، و نتيجة المحكمين ب و ج (0.72 %).

- ثالثا استخدام طريقة هولستي لحساب معامل الثبات في التحليل الإختباري الذي يقوم به أكثر من محكمين و كانت نتيجة المعادلة كالتالي:

$$\frac{\text{لمحكمين} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين} \quad 3 \times 0.65}{\text{، ، , حدد المحكمين- 1) متوسط الاتفاق بين المحكمين} \quad 1+(3-1)} = \frac{1.95}{2.3}$$

و بهذه النتيجة التي استمدت من حساب معامل الثبات المتمثلة في (0.84%) و هي نتيجة كافية كونها تفوق النسبة المطلوبة و هي (0.80 %) المعتمدة في بحوث تحليل المحتوى.

12. اجراءات التطبيق الميداني:

تضمنت الإجراءات الميدانية بعض الخطوات العملية التي تسبق التحليل و التي يجب أن يمر بها أي باحث يستعين بأداة تحليل المحتوى:

- أولا: تم جمع كل أعداد عينة الدراسة، بعدها قمنا بحساب جميع المقالات التي كتبت في صفحات العينة و التي قدرت بـ (417 مقال)، فتبين أن الأخبار التي تعالج كرة القدم المحلية – و هنا نخص بالذكر أي خبر له علاقة بمدرب، أو لاعب، أو فريق، أو نادي جزائري- قدرت نسبتها بـ (167مقال) و هي التي ينتظم صدورها في الصفحة الثامنة، في حين أن الاخبار التي تعالج كرة القدم الدولية فقد قدرت بـ (250 مقال) و هي التي يتم عرضها في الصفحة التاسعة من كل عدد.

- ثانيا: خصصنا لكل مفردة من مفردات العينة استمارة خاصة بها، و هي طريقة عملية جدا في تعبئة المعلومات و حساب ظهور تكراراتها، كون أن القاعدة المنهجية في تحليل المحتوى حسب رأي - محمود عبد الحميد- ترى أن التكرارات التي يقل عددها عن الخمسة لا تأخذ بعين الإعتبار، ثم قمنا بجمع المعلومات في شكل جداول تم تفريغها و قراءتها في الجانب الميداني للدراسة.

13. الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم الإعتماد على النسب المؤوية لتحليل نتائج إستمارة تحليل المحتوى بعد حساب التكرارات و الاستعانة بمقاييس النزعة المركزية التي تمثل قيم تتركز حولها القيم الأخرى المنتمية إليها و يطلق عليها تسمية المتوسطات حيث يمثل المتوسط الحسابي مجموع القيم مقسوما على عددها، قمنا بترتيب المشاهدات و تقسيمها على فئات كل فئة يقابلها عدد من التكرارات فيكون المتوسط الحسابي كالتالي:

$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$ يعتبر المتوسط الحسابي من أحسن مقاييس النزعة المركزية تمثيلا.

14. عرض و تحليل و مناقشة النتائج:

الجدول 1: يوضح فئة نوع العنوان و بنط الكتابة

عناصر فئة العنوان	العنوان الرئيسي		عنوان الإشارة	
	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية
بنط عريض	60	%14.38	00	% 00
بنط متوسط	357	% 85.61	50	% 29.94
بنط رفيع	00	% 00	117	% 70.05
المجموع	417	% 100	147	% 100

نشير أولا أن النسبة الكلية للعناوين التي تم رصدها في العينة هو (584 عنوان) و الجدول السابق يشير إلى أن نسبة العناوين التي كتبت بالنبط العريض في العنوان الرئيسي هي (14.38 %) أي ما يعادل (60 مقال) و هي نسبة متوسطة مقارنة بالنسب الأخرى، فما تم ملاحظته بخصوص هذه النسبة هو أن جميع العناوين التي كتبت بالبنط العريض تموقعت في أعلى يمين الصفحة و في كل أعداد العينة التي قمنا بتحليلها، و هي عناوين حاملة لأهم الأخبار التي تمت تغطيتها في جميع الصفحات المحلية منها أو الدولية، كون أن كتابة العنوان بالبنط العريض في أعلى يمين الصفحة له دلالة في رصد مراكز الاهتمام فهو يحتل

الصدارة مقارنة ببقية الاخبار، غير أن العناوين التي كتبت بالبنط المتوسط قدرت بـ (85.61 %) و هي أعلى نسبة مقارنة بالفئات الأخرى أي ما يعادل (357 مقالا) و هو البنط الذي كتبت به الأغلبية من عناوين المقالات، في حين لم تسجل العناوين التي كتبت بالبنط الرفيع في العنوان الرئيسي أية نسبة تذكر ، و هو أمر بديهي لأن القائم بالاتصال أراد أن يضع حدود فاصلة على مستوى المعاينة البصرية بين البنط الذي كتب به العنوان الرئيسي و الذي كتب به عنوان الإشارة و هي اختلافات واضحة أيضا على مستوى مضمون العنوان و حتى يتسن للقارئ أن يفصل بصريا بين العنوانين في مقال واحد.

أما فيما يخص شكل و بنط الكتابة في عنوان الإشارة فقد تراوحت الإختلافات بين أنماط الكتابة في الصفحة الواحدة، حيث لم تسجل العناوين بالبنط العريض أية نسبة تذكر و هو ما تم التطرق إليه آنفا كون أن البنط العريض في الكتابة تتفرد به العناوين الرئيسية فقط، أما المقالات التي كتبت بالبنط المتوسط فقد سجلت نسبة (29.94%) أي ما يعادل (50 مقال) في حين أن المقالات التي كتبت بالنبط الرفيع فقد سجلت أعلى نسبة في هذه الفئة و قدرت بـ (70.05%) و ضمت تحتها (117 مقالا)، ما يمكن قراءته من النسب السابقة هو أن الجريدة تولي أهمية لهذا العنوان تحت مساحة معينة حافظت عليه في أغلب صفحاتها لأنه يمثل واجهة لاختيار القارئ لما يروق له من أخبار ، غير أنه وجب الإشارة إلى ملاحظة مهمة و هي أنه خلال تحليلنا للمقالات انتهينا إلى أن كل المقالات التي خصصت لصفحة كرة القدم المحلية في الصفحة الثامنة تضمنت عنوانين أحدهما عنوان رئيسي و الآخر عنوان إشارة على عكس الصفحة التي عالجت كرة القدم الدولية و التي تفردت في كل مقالاتها بعنوان واحد فقط و هو ما يدل على أن الجريدة تتبنى هذا الطرح في الإخراج حتى يتم التفرقة على مستوى المعاينة البصرية بين أخبار كرة القدم المحلية و أخبار كرة القدم الدولية،

الجدول 2: يوضح فئة استخدام الألوان

عناصر فئة الألوان	المقالات		الإطارات		العناوين	
	التكرار	ن. م %	التكرار	ن. م %	التكرار	ن. م %
الأبيض و الأسود	343	% 82.25	154	% 26.36	408	% 69.86
الألوان	74	% 17.74	430	% 73.63	176	% 30.13
المجموع	417	% 100	584	% 100	584	% 100

تشير النسب الإحصائية في الجدول السابق إلى أن نسبة المقالات التي ظهرت بالأبيض و الأسود قدرت بـ (82.25%) في حين أن نسبة المقالات التي تم فيها توظيف الخلفية الملونة قد شملت نسبة (17.74%) من مجموع (417 مقالا) و يمكن أن نفسر هذه النسب إلى أن كل المقالات التي ظهرت في

صفحة كرة القدم المحلية كانت تحمل خلفية بيضاء دون استثناء، في حين أن أغلب الأخبار التي ظهرت بخلفية ملونة كانت تخص صفحة كرة القدم الدولية ظهر أغلبها في شمال أو أسفل الصفحة، كما أن المقالات التي ظهرت بخلفية ملونة لم تكن مصحوبة بصورة عكس تلك التي ظهرت بخلفية ملونة كان معظمها مصحوبة بصورة صحفية و هو ما يفهم منه على أن القائم بالإتصال يريد أن يخلق موازنة بصرية تحقق معادلة و تكافؤ على مستوى الشكل في ترتيب الصفحة التي تم فيها المزج بين الخلفيات البيضاء و الخلفيات الملونة لكسر طابع الرتابة و لأن الألوان تضفي راحة نفسية للقارئ تشده لمواصلة القراءة،

قدر استخدام الإطارات الملونة بنسبة (73.63%) في حين أن الإطارات التي تم عرضها بالأبيض و الأسود فكانت لها نسبة (26.36%) و هي النسبة التي تدعم و تعزز أهمية أن يتم استخدام الألوان في العرض التيبوغرافي للصفحة، حيث لا يكتفي الصحفي بإظهار المقال في عدد من الأعمدة تفصل بينها البياضات بل يستعين أيضا بالاطار ليحدد الأهمية، فهو يستخدمه في أغلب المقالات مع المواضيع التي تعرف بالسبق الصحفي.

سبق و أن تطرقنا إلى جزئية العناوين و أنواعها و شكل و بنط الكتابة فيها و لأننا نركز على تحليل مدى استخدام الجريدة للألوان في صياغة العناوين و ما أكثرها في صفحات العينة حيث سجلت استخدام الألوان في العناوين نسبة (30.13%) أما ظهور العناوين بالأبيض و الأسود فقد شهد نسبة تكرارات قدرت بـ (69.86%) و هي النسبة التي تحيلنا إلى أن أغلب العناوين في الجريدة كان بالأبيض و الأسود لكن يجب أن نوضح أن هذه العناوين التي تم فيها الاستعانة بالبيض و الأسود فقد كانت تظهر بخلفيات ملونة في كثير من المقالات، كما أن الإطارات كانت جزء لا يتجزأ من هندسة العنوان في ظهر الصفحة، نلاحظ أيضا أن الألوان كانت حاضرة و بقوة في عنوان الإشارة حيث ظهرت جميع عناوين الإشارة في الصفحة المحلية بخلفية ملونة و داخل إطار بهدف جذب انتباه القارئ من ناحية و تخفيض نقص الألوان الذي غاب عن خلفية مقالات هذه الصفحة من جهة أخرى كما كان مزيج بين الأبيض و الأسود و الألوان في كتابة العناوين، حيث كان يتم كتابة نصف العنوان بالألوان و النصف الآخر بالأبيض أو الأسود، و نشير هنا إلى أن اللون الأحمر كان له نصيب كبير في صياغة العنوان لما لهذا اللون من قوة في شد الإنتباه.

نشير هنا إلى أن أغلب العناوين كتبت بالأبيض و الأسود رغم أنه كان يوضع إسم اللاعب في بداية العنوان و يتم الإشارة إليه باللون الأحمر لأن الصفحات تعالج المواضيع الرياضية و ليست أية رياضة، إنها رياضة كرة القدم المعروفة بعشاق الجماهير ، و عليه كانت تستهل في كل عناوينها تقريبا دون استثناء بأسماء لاعبين مشهورين أو أندية معروفة أو بفريق عريق بهدف لفت إنتباه القارئ لمواصلة القراءة، و لأن الجريدة تعي جيدا أن لكل فرد من أفراد الجمهور الرياضي لاعبه المفضل فكانت تركز على ذكر إسم

اللاعب في بداية عنوان المقال باستخدام اللون الأحمر كطريقة جذب على مستوى الإخراج البصري ثم تكمل باقي العنوان بالأسود أو بالأبيض، مع حصر عنوان الإشارة داخل إطار بخلفية ملونة، و اتباع المقال بصورة صحفية تتضمن الصورة حركات لرياضيين تعبر عن ردود أفعال معينة، و بهذه الحركة يجعل الصحفي من العنوان الرئيسي و عنوان الإشارة و مضمون المقال و الصورة الصحفية كلا متكاملا.

الجدول 3: يوضح توظيف فئة الصور

عناصر فئة الصور	العنوان الرئيسي		عنوان الإشارة	
	التكرار	ن.م %	التكرار	ن.م %
داخل الإطار	94	% 36.71	28	% 17.39
بدون إطار	162	% 63.28	133	% 82.60
المجموع	256	% 100	161	% 100

يشير الجدول السابق إلى أي مدى تم فيه توظيف فئة الصور مع المقالات حيث تشير نسبة ظهور المقالات بالصور إلى (256) مقال، و هي نسبة معتبر جدا من مجموع (417 صورة) لـ (417 مقال) تم تحليله، و عليه فقد مثلت نسبة ظهور المقال بدون إطار ما مقداره (63.28%) أي ما يعادل (162 صورة) نلاحظ أن الصور كانت حاضرة و بقوة في أغلب المقالات و ذلك للأهمية التي يتميز بها وجود الصورة، فهي وسيلة جذب بصرية لأنها تساعد في بناء الجسم المادي للصفحة، و هي من العناصر التيبوغرافية الثقيلة التي تستخدم لتحقيق التوازن، لذلك خصصت لها الجريدة مساحة معتبر لها للتعبير عن أهمية الخبر ، نلاحظ أيضا أن طبيعة الصور الموظفة كان أغلبها لصور لاعبين معروفين تم تصويرهم من قلب المباريات بحركات تحيل للقارئ أن الصورة تتحرك لكونها مفعمة بالحركة و الحيوية و التلقائية أو الفجائية التي تضفي حيوية على المقال، و لأنها تلفت النظر أكثر من غيرها من الصور فهي عنصر مدعم لمصداقية الخبر و قوة تأثيره ، كما أنها حاملة لدلالات و معاني مخزنة في ذهن القارئ تساهم في اشباع فضوله إلى شكل الأشخاص أكثر من الأماكن.

أما الصور التي ظهرت داخل إطار فقد قدرت بنسبة (36.71%) استخدم فيها الإطار لتحديد الخبر مع الصورة أي يظهر المقال كله أحيانا داخل إطار ، و أحيانا تظهر الصورة وحدها داخل إطار ، و هي طريقة من طرق نقل الرسالة الإعلامية فهي أفضل وسيلة لجذب انتباه القارئ، و هو ما يزيد من فعالية و

مصداقية الخبر و هو ما تمت ملاحظته في العديد من المقالات المتبوعة بصورة و التي كانت تأثر على الجزء المهم في الحدث و المراد إيصاله.

أما المقالات التي ظهرت بدون صورة فقد مثلت نسبة قدرت ب (161 صورة) أي ما يعادل (82.60%) من الصور التي ظهرت بدون إطارات و نسبة (17.39%) من المقالات التي تم تحديدها في إطار و يمكن أن نفسر هذه النسبة إلى أن الإستغناء عن الصور كان تفرضه كمية الأخبار المنقولة، فعندما تكون هناك مباريات كثيرة و مستجدات رياضية أو مقالات تحليلية يتم الإستغناء عن الصورة لأن مساحة الصورة في الصفحة يؤثر على المقالات الأخرى و كلما زاد تعداد و حجم الصور في الصفحة كلما تقلص عدد المقالات.

15. **مناقشة النتائج:**

1.15 طريقة صياغة شكل العنوان و بنط الكتابة: كشفت الدراسة الحالية عن أن جريدة الجزائر اعتمدت على توظيف عنوانين فقط هما العنوان الرئيسي الذي يظهر بالبنط العريض و يعبر عن أهم ما جاء في الخبر و عنوان الإشارة التي يتمركز فوق العنوان الرئيسي، و الذي يشير إلى المعلومات التي لم يتضمنها العنوان الرئيسي، في حين أنها استغنت كلية و في كل مقالات العينة عن العنوان الفرعي الذي يكون تحت العنوان الرئيسي مباشرة حتى تحافظ في طريقة إخراجها لشكل العناوين على نوعين فقط يكون وجودهما تقليد تتبناه الجريدة في الإخراج.

نستنتج أيضا وجود إختلافات جوهرية واضحة فيما يتعلق بهندسة كتابة عناوين صفحة كرة القدم المحلية و الصفحة الدولية، فمن مجموع (584) عنوان فضل معدوا الصفحة المحلية إخراج جميع المقالات بعنوانين أحدهما عنوان رئيسي كتب بالبنط العادي و الآخر عنوان الإشارة كتب بالبنط الرفيع، أما المقالات التي عنونت بالبنط العريض فقد خصصت لمقال واحد من كل صفحة تمركز في الشق الأيمن في الجانب العلوي للصفحة و هو أول مساحة تقع عليها عين القارئ فهي تمثل مركز الإهتمام الأول للصفحة.

2.15 **مدى الإستعانة بالألوان لإخراج الصفحات:** نستنتج أن هناك اختلافات واضحة بين كم المقالات في صفحة أخبار كرة القدم المحلية و تلك التي تعالج الأخبار الدولية و لعل هذا الإختلاف هو ما جعل القائم بالاتصال يخرج خلفية الصفحات التي تعالج الكرة المحلية بالأبيض فقط بنسبة قدرت بـ (82.25%) و في كل أعدادها عكس الصفحات التي تغطي الكرة الدولية التي عددت الألوان في خلفياتها لتعبير عن الإختلافات في الأندية و الفرق و الاعبين الذين اجتمعوا من مختلف الجنسيات في صفحة واحدة، و تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة "عبير محمد جميل الفليت" التي تم فيها

التركيز على الموضوعات الرياضية العالمية مقارنة بالمحلية بسبب وجود تراجع على الصعيد المحلي من الأخبار الرياضية و التركيز على الأخبار العالمية لأن المباريات العالمية هي الأكثر شهرة و قوة و منافسة.

3.15 مدى الإستعانة بالصور لإخراج الصفحات: كشفت نتائج فئة توظيف الصور في أعداد العينة عن أهمية الصورة في نقل الخبر فهي تنوب عن ألف كلمة و قد كان للصورة حضور قوي جدا في صفحات الجريدة حيث كانت مدعمة للمقالات في كثير من الأحيان و هو ما أكده ظهور أغلب المقالات بالصور أي ما يعادل (256 مقال) من مجموع (417 مقال) حيث ظهرت أغلب الإطارات حاملة لصورة صحفية أو حاملة للمقال و الصورة معا، و هو ما يتفق مع دراسة عبير محمد جميل الفليت التي أعطت اهتماما منطقيا لموضوعات الرياضة من حيث استخدامها للصور حيث أن أغلب الموضوعات في الصفحات كانت مصاحبة للصور فيتم الإهتمام بالصورة الجمالية لتعمل على جذب القارئ أفضل من الخبر نفسه و من أفراد العينة من فضل الصورة على الخبر خاصة في لعبة ككرة القدم.

و بطبيعة الحال كانت نسبة الصور التي وضف في صفحة كرة القدم الدولية أكبر من نسبة ظهور الصور في صفحة الكرة المحلية التي كانت المقالات فيها طويلة نوعا ما، أي تستهلك نسبة أكبر من حجم صفحة واحدة، كما نستنتج أيضا أن أغلب الصور التي ظهرت في الصفحات هي صور ملونة حاملة للاعبين أو مدربين تم تصويرهم في قلب المباريات لتعكس للقارئ شيء من الحركية و التلقائية و المصداقية في الطرح.

16. الإقتراحات:

بناءا على ما تقدم من معلومات سنعرض بعض الإقتراحات و التوصيات التي نسعى لأن يتم العمل بها في هندسة العناصر التيبوغرافية لإخراج الصفحات الخاصة بالمجال الرياضي:

- ضرورة الإهتمام و التركيز على الرياضات الأخرى إلى جانب رياضة كرة القدم لإرضاء شريحة كبيرة من جماهير القراء خاصة، و أن الجرائد اليومية المتخصصة و الغير متخصصة لها جمهور واسع و يظم

فئات عمرية مختلفة و الأكيد أنها لا تمتلك نفس الميولات و الرغبات و بالتالي لا يكون تركيزها جميعا على كرة القدم لذا وجب القيام بتغطيات صحفية لرياضات متعددة تلبي كل الأذواق.

- الإستعانة بالعناوين الفرعية إلى جانب العنوان الرئيسي و عنوان الإشارة فكلما كانت العناوين حاضرة فهي تختزل أجزاء من الخبر تسهل على القارئ أن يفهم الموضوع حتى بدون أن يطلع عليه.

- في صياغة العنوان وجب التركيز على الأندية و الإهتمام بالفريق ككل بدل اللاعب الواحد، لأن كرة القدم في النهاية هي كرة جماعية و الفوز يكون بمجهود الجماعة و ليس الفرد الواحد مهما كانت قدراته.

- إهتمام الصفحات الرياضية بشكل معمق بالدور الذي تقوم به الرياضة في المجتمع كالجوانب الإجتماعية و النفسة و الثقافية، فلا يجب اختزال كرة القدم للوظيفة الترفيهية فقط.

- أن تعالج الأخبار الرياضية بصفة عامة و الأخبار الكروية على وجه الخصوص كخبر له ديمونة و استمرارية و لا تجعل من الخبر الكروي خبر مؤقت مقرون بلحظة زمنية معينة فقط كالتصفيات النهائية مثلا أو التأهل للأدوار الحاسمة.

16/ قائمة المصادر والمراجع المعتمدة في الدراسة:

1- العسكر، فهد بن عبد العزيز ، 1998، الاخراج الصحفي اهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض.

2- بوحوش، عمار، 1990، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.

3- أنجرس، موريس، 2006، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (تر: بوزيد صحراوي، و آخرون) دار القصبة للنشر، الجزائر.
4- غاظي، المدني، 2006، الصحافة الرياضية النشأة و التطور ،ط2، دار الهاني للطباعة و النشر، القاهرة
5- المجدوب، عمران الهاشمي، 2016، العناصر التيبوغرافية و دورها في الاخراج الصحفي، مجلة التربوي، (عدد 9)، ليبيا، 98-127.
6- لزهاري، خلفاوي، 2021، دور العولمة و الإلام الرياضي في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد08(العدد03) الجلفة، 668-679.
7- وناقي, يحي و آخرون, 2019 , التسويق الرياضي في الجزائر, مجلة المنظومة الرياضية, المجلد 6 (العدد 15), الجلفة , ص57-71.
8- صكري, هبة و عمران, محمد, 2019 , دور القيادة الرياضية في إدارة الأزمات الرياضية, مجلة المنظومة الرياضية, المجلد,06 (العدد 16), الجلفة. 140- 154.
9- الساعدي، جاسم زبون حسن ، 2018، "العناصر التيبوغرافية في الصحف العراقية-دراسة وصفية-" مجلة أهل البيت، (عدد 22)، العراق، 560-581.
10- الفليت، عبير محمد جميل، 2015، واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية ميدانية، قسم الإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

11- Mucchielli roger, 1988, l'ananlyse de contenu des documents des communication, application pratique, paris.