

الفصل الثالث

الصورة فى الحملات الإعلامية

- ١- الصورة فى الحملات الإعلامية .
- ٢- تاريخ الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٣- أنواع الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٤- أشكال الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٥- خصائص الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٦- أهمية الصور والرسومات فى الحملات الإعلامية .
- ٧- وظيفة الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٨- إخراج الصور فى الحملات الإعلامية .
- ٩- عيوب الصور فى الحملات الإعلامية .
- ١٠- معايير الصور الصالحة للنشر فى الحملات الإعلامية .
- ١١- التعليق على الصور فى الحملات الإعلامية .
- ١٢- أخلاقيات الصور فى الحملات الإعلامية .
- ١٣- مصادر الصور فى الحملات الإعلامية .
- ١٤- ألوان الصور فى الحملات الإعلامية .

أولاً : الأشكال التعبيرية فى الحملات الإعلامية :

أحد أهم روافد الحملات الإعلامية لأنها مشتقة منها وخارجه من تحت عباءتها وذلك لأن الحملات الإعلامية تحتاج إلى الكثير من القنوات التى يستطيع أن تنفذ من خلالها إلى كافة الأرجاء .

وتعد الأشكال التعبيرية أحد أهم المرايا التى تنعكس فيها صورة الحملات الإعلامية لخصوصيتها وتفرّد فى كل شئ وبالأحرى أن تكون الأشكال التعبيرية لها نفس التفرّد والتميز .

تعريف الأشكال التعبيرية من وجهة نظر المؤلف :

فى تعريف الدكتور رفعت الضبع للأشكال التعبيرية فى الحملات الإعلامية: هى الأشكال النقية الهادفة التى تتمثل فى الخرائط والرسومات البيانية والتخطيطية ومواقع الأحداث تحمل رسالة إلى القارئ بعيداً عن إيذاء مشاعره أو اغتيال أخلاقه أو المساهمة فى إسفاف ذوقه، وهى الشكل الإعلامى الذى ينقل الجديد والحديث إلى القارئ من خلال الحملات الإعلامية والذى يساهم فى الأخذ بيده للوقوف على آخر التطورات والأحداث، فى شفافية وحيادية ووضوح تام. ملتزم بكل ما جاء فى الأديان السماوية والأحاديث القدسية والأحاديث النبوية الشريفة والأخلاقيات والقيم الإعلامية هادفاً إلى الإعلام والأخبار والإمتاع والتشويق.

والقصد بالأشكال التعبيرية هنا المشاهد والرسومات التوضيحية التى تدعم العرض والمرسلة عبر الأقمار الصناعية والبث التلفزيونى والخرائط التوضيحية والرسومات البيانية والتوضيحية .

وبهذا التعريف :

تتضح ملامح الأشكال التعبيرية هى الأشكال البعيدة عن الابتزاز البعيدة عن عدم الالتزام الأخلاقى هى الأشكال الواضحة الخالية من التشهير والفضائح هى المشهد الذى يحافظ على القيم والمبادئ الدينية والأهداف الإعلامية وفى نفس

الوقت التي لا تتعارض مع الحالية والمصدقية والقدرة على موافاة القارئ بكافة التفاصيل التي يحتاج إليها والتي لا تجعله يتخلى عن وسيلته الاعلامية المفضلة ويتركها طواعية إلى وسيلة أخرى لأن فيها المشهد أوفى وأكمل وأكثر تشويقاً وهنا يجب أن ننوه أن التشويق والإثارة والحالية لا يجب أن يتعارض بأى حال من الأحوال مع القيم والأخلاقيات والأعراف الإعلامية من أجل بناء مجتمع قائم على المبادئ والتقاليد التي تنادى بها الأديان السماوية ومواثيق الشرف الإعلامية.

ثانياً : تعريف الصورة الاعلامية

هناك العديد من التعريفات التي تناولت الصورة عموماً والتي سنقوم

بتناولها في السطور التالية:

أولاً : تعريف الصورة في بعض المعاجم العربية التقليدية :

(أ) تعريف الصورة في (مختار الصحاح) :

الصور بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة، وصورة تصويراً

فتصور وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لى والتصاوير والتماثيل.

(ب) تعريف الصورة في (المصباح المنير) :

الصورة : التمثال، وجمعها صور مثل غرفة وغرف وتصورت الشيء مثلت

صورته وشكله في الذهن فتصور هو وقد تطلب الصورة ويراد بها الصفة كقولهم

صورة الأمر كذا أى صفته ومنه قولهم صورة المسألة كذا أى صفتها.

(ج) تعريف الصورة في (لسان العرب) :

صور.. فى أسماء الله تعالى المصور وهو الذى صور جميع الموجودات

ورتبها فأعطى كل شئ منها صورة خاصة وهيئة مفردة تتميز بها على اختلافها

وكثرتها، والجمع صور وقد صوره فتصور - والصور بكسر الصاد لغة فى

الصور جمع صورة وتصورت الشئ توهمت صورته فتصور لى والتصاوير

والتماثيل.

(د) فى بعض دوائر المعارف العربية الحديثة:

تعريف الصورة فى (دائرة معارف القرن العشرين)

صورة : جعل له صورة - تصور الشئ توهم صورته.

(هـ) تعريف الصورة فى (الموسوعة الثقافية).

صورة فى البصريات تشابه أو تطابق للجسم تنتج بالانعكاس أو الانكسار للأشعة الضوئية، تتكون أيضاً بواسطة النقوب الضيقة، الصورة الحقيقية تتكون كنتيجة لتلاقى الأشعة على حاجز.

صورة ذهنية : حضور صورة فى الذهن للأشياء التى سبق أن أدركها بحاسة من الحواس.

(و) تعريف الصورة الإعلامية الخاصة بالحملات الإعلامية :

للدكتور رفعت عارف الضبع

(الصورة الفنية، البيضاء والسوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالى المهم، الواضح والجذاب، للعبارة وحدها أو مع غيرها، فى صدق وأمانة وموضوعية ونقاء وخالية من الشوائب ، عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة بمادة تحريرية معينة تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو على شاشة تليفزيونية أو جهاز الحاسب الآلى أو توزعها وكالة أنباء أو صور، على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار، وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع، والتى تلتقطها عدسة مصورها بطريقة مفاجأة، أو تحصل عليها بمعرفة المحرر، أو الوكالات أو من مصور محترف أو حر أو من أحد الهواة، أو نقلاً عن وسيلة نشر أخرى، أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب.. وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، تقدم بواسطة أحد هذه المصادر نفسها، أو بمعرفة مركز المعلومات أو أرشيف الصور الخاص

بوسيلة النشر، أو دور المحفوظات والوثائق، كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص، أو أى رسام آخر ما دامت مناسبة).

وبذلك تعد الصورة سجلاً حياً معبراً عن كل اللحظات التى رصدتها هذه الصورة وكل الملابس التى أحاطت بإطارها، بل من الممكن أن تخلد فى ذهن الفاعل ولا يمكن نسيانها عبر الزمان خاصة إذا ارتبطت هذه الصورة بأحداث موسمية تم تذكرها فى أوقات محددة خلال كل عام فبالنظر إلى هذه الصور المسجلة لهذه الأحداث يسترجع القارئ أو الجمهور كافة الأحداث التى سجلتها هذه الصور وهناك العديد من الصور التى خلقتها كاميرات مصورين بارعين والأمثلة عديدة.. مثل صورة الكعبة المشرفة والمسجد الحرام والمسجد الأقصى ومسجد الرسول محمد صلى الله عليه وسلم.

تاريخ الصورة الإعلامية

الصورة من أهم روافد الفنون القديمة المرتبطة بتواجد الإنسان وكما أن لكل شئ أصل وتاريخ فإن للصورة هى الأخرى بدايات تاريخية لا يمكن تجاهلها ولا التغاضى عن مراحل تطورها التى مرت بها حتى استطاعت أن تصل إلى ما هى عليه وتساير مقتضيات الحياة الصحفية والإعلامية لأننا لا نكون مبالغين إذا قلنا أن الإعلام مبنى على الصورة فى الأساس وإن إعلاماً بلا صورة هو إعلام ناقص. وانطلاقاً من أهمية الصورة سوف نعرض التدرج التاريخي للصورة فى السطور القادمة.

كانت الصور هى أول شئ لجأ إليه الإنسان البدائي للتعبير عن نفسه وعن أفكاره بدليل أن أول الحروف الهجائية فى اللغة الإنسانية الأولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالإنسان الأول مثلما حدث فى اللغة الهيروغليفية وغيرها من لغات الشرق القديم.

واستمر هذا الوضع حتى ظهر فنانون قادرين على التعبير بالصورة رسماً باليد واستمر ذلك حتى أوائل القرن الثامن عشر.

وتبدأ قصة التصوير الفوتوغرافي في يناير ١٨٣٩م عندما أعلن اكتشاف (داجير) Daguerre في أكاديمية العلوم بباريس ليصبح هذا الاختراع متاحاً للعالم كله من قبل الحكومة الفرنسية وكان التطور الحقيقي في استخدام التصوير الفوتوغرافي في الصحف ١٨٨٠م عندما تم إنتاج الصور الظلية بطريقة الهافتون halftone من خلال استخدام شبكة.

وفي ٤ مارس ١٨٨٠م ظهرت أول مرة في صحيفة Daily Graphic أول صورة فوتوغرافية باهتة السواد رديئة الطباعة وإن وضح فيها بعض من ظلال اللون الرمادي، وكانت الصورة لمنظر طبيعي لمكان يدعى shantytown بمدينة نيويورك وكان هذا هو الميلاد الحقيقي للصحافة المصورة.

وفي أواخر القرن الماضي، ظهرت في الصحف المصرية الصور الفوتوغرافية المحفورة بطريقة التدرج الظلي، وبدأ ذلك في المجلات ثم في الجرائد مع الإعلانات، ولكنها لم تظهر مع مواد التحرير إلا في بداية القرن الحالي وكان ذلك في صحيفة (الجريدة) التي تعد أول صحيفة مصرية وعربية تستخدم صوراً فوتوغرافية في يوليو ١٩٠٨م بصورة لمدحت باشا زعيم الإصلاح الدستوري في تركيا.

وأدت أحداث الحرب العالمية الأولى ١٩١٤م إلى أن أصبحت الصور بأنواعها من المعالم التيبوغرافية المهمة في الصحف المصرية وفي العشرينات لعبت الأهرام دوراً مهماً في تطوير الصورة الصحفية وشهدت على ذلك الأعداد الصادرة في ١٩٢٦م.

وظل الاهتمام بتحسين الصورة وجودتها قائماً من جانب (الأهرام) وظهر ذلك في تعاونها المتزايد مع وكالات الأنباء المصورة مثل رويترز وقوس. ولكن هذا التطور الذي شهدته الصورة الصحفية في مصر في ذلك الوقت كان معتمداً فقط على النواحي الفنية المتعلقة بإنتاج الصورة الظلية، فقد كانت الصورة الظلية في تلك الفترة تتسم بالجمود ولا تعبر عن أي انفعالات.

ولكن فى النهاية نود أن نؤكد على نقطة هامة جداً وهى أنه بعد التطورات
العديدة التى مرت بها الصورة الصحفية والتى أوصلتها فى النهاية لمرحلة النضج
خلقت نوعاً من المنافسة بين الصورة الصحفية وبين التليفزيون.

ولكن رغم المنافسة التى تلقاها الصحافة من التليفزيون فى نقل صور
الأحداث ومجريات الساعة، يظل للتصوير الفوتوغرافى خاصية مميزة وفريدة،
وهى قدرته على عزل وتجميد وتسجيل لحظات معينة من الزمن، وهو الشئ الذى
لا تستطيعه آلة التليفزيون.

فالصورة ليست بطاقة تعريف بقدر ما أنها بلورة تلخص حدثاً بأكمله
وأحيانا تختزل ما يدل على حقبة بأسرها، وإذا كانت السطور الصحفية المكتوبة
هى أول مسودة للتاريخ.

فالصورة أفادت فى التعرف على مجتمعات وعلى عادات وتقاليد لم تكن
لتعرف من دونها فلقد كانت الصورة أول بروفة انطباعية لتاريخ (الأميش) جماعة
أو طائفة أو نحلة أمريكية (بكسر الحاء) يعيش أفرادها فى مجتمع شبه منغلق على
الذات فى ولاية بنسلفانيا شمال شرقي الولايات المتحدة، ينتمون فى أصولهم
العرقية إلى الأرومة الجرمانية إذ جاء أسلافهم مهاجرين من ألمانيا وجاراتها، ولا
يزالون يحتفظون بميزاتهم اللغوية الألمانية الهولندية فضلاً عن مذهبهم الدينى الذى
ينتمي إلى تعاليم كالفن وهو تطوير لتعاليم (مارتن لوثر) رائد البروتستانتية الشهير.
مجتمع (الأميش) هذا ما برح يرفض التعامل مع منتجات العصر الحديث من
راديو وتلفاز وهاتف وموتورات وطبعا سيارات.. ويصل الأمر إلى حد تحاشى
استخدام الكهرباء فى غالب الأحيان والى تفضيل المحراث اليدوي الذى تجره
الخيول على الجرار الزراعي المعروف. من الطبيعي إذن أن تكون زيارة هذا
المجتمع الفريد من الأشياء التى تجذب الزائرين أو المقيمين فى الولايات المتحدة..
وعندما قام البعض بزيارة هؤلاء القوم وكانوا قرعوا الكثير عن أعراق هؤلاء القوم

وأنماط سلوكهم، زاد مرافقوهم في الرحلة تحذيرا يستلقت النظر كثيرا حين قالوا:
 القوم في مجتمع الأمايش مضيافون مسالمون وفي حالهم كما سترون — لكن حذار
 من شيء واحد وهو أن يحاول أحدكم التقاط صورة لواحد منهم.. هذا وإلا فهو
 الويل والثبور وعظائم الأمور. عقائد أهل الكاريبي طبعاً لا اكتمك أننا تحوطينا
 للأمر من شتى جوانبه وأتينا في واقع الأمر أيضاً نجحنا في التقاط، أو هو اقتناص
 بعض اللقطات لهذا الأسلوب الفريد من حياة البشر في آخر القرن العشرين حياة
 بلا راديو أو سيارة أو تلفون وأحيانا بغير كهرباء.. ومع ذلك فلم ننجح في التوصل
 إلى ما يفسر هذا الرفض للتصوير أو أننا وجدنا بأنفسنا آراء وتفسيرات عدة.. منها
 تفسير كاريبي مثلا نسبة إلى أهل أمريكا الوسطى والجنوبية ومنطقة البحر
 الكاريبي بتراتها المنقل بالخرافة والممعن في التعاطي مع عناصر الميتافيزيقا التي
 تحيط الناس هناك مظلة من أدغال الغابة وكهوف الجبال وطبوف الماضي
 وأصوات الأسلاف وتراث عصور الاسترقاق في إطار هذا كله يؤمن الناس بحكاية
 القرين بمعنى أن لكل إنسان قرينا يضاويه ويتطابق معه.. ومن ثم فالصورة إنما
 تعكس كيان القرين في الأساس.. وكم تصمد تقاليد السحر المشعوذ الأسود في بلد
 مثل هايتي وهي تقاليد الفودو المنتشرة في الولايات المتحدة ذاتها إلى استحضر
 قرين العدو اللدود. على شكل (عروسة) من ورق أو من جلد أو قماش وبعد تلاوة
 الطلاسم والرقى والتعاويذ اللازمة يتم الفتك بالدمية في ظل قناع غريبة بان
 التنكيل إنما يطالب العدو ويصيبه أو سوف يصيبه.. والأمر في كل حال ينطوي
 على تنفيس شحنة الانفعال النفسي وتصريفها إزاء الخصوم والمنافسين من خلال
 هذا الاستخدام لعمليات التجسيد والترميز.. وتلك أمور منتشرة ذائعة بين كل
 الشعوب، ومنها شعوبنا في وطن العروبة والإسلام وخاصة في المجتمعات —
 النائية أو الريفية أو المنعزلة لسبب أو لآخر.. ألا ترى مثلا أن أخوتنا في مصر
 يطلقون على نيجانيف الصورة الفوتوغرافية اسم (العفريتة) آية على نفس فكرة

القرين.. ثم الم يدخل بنا العلم السوبر — حديث في مآهات واريباكات فكرية وعقائدية وسلوكية لم تألفها البشرية من قبل، في حالة نجاح عمليات الاستساخ، حيث يحق ساعتها أن تجد أنفسنا بإزاء سؤال حائر يقول (من) الذي تم استساخه أو (ما) الذي تم استساخه: اهو الأصل أم الصورة؟ اهو الجوهر أو العرض؟ الكائن أم القرين؟ فلينظر العلم ساعتها ماذا يرى؟

ولقد تعددت وجهات نظر المفكرين والمشاهير من الأدباء والفلاسفة وكذلك المجتمعات حول التصوير والصورة فمثلاً أنوريه دي بلزاك (سيد الرواية الفرنسية في القرن الماضي) رفض أن يلتقط له أحد صورة برغم أن اختراع الفوتوغرافيا في أيام بلزاك جاء بمثابة فتح علمي وتقني من فتوحات التقدم التكنولوجي؟ ذات يوم اسر بلزاك إلى واحد من أصدقائه بأنه يخشى ذلك الصندوق العجيب المخيف الذي يسمونه الكاميرا (ومعناها في الاشتقاق اللاتيني هو الغرفة الصغيرة) قال بلزاك: كل مخلوق يا صاحبي يتشكل كيانه في رأي من طبقات بعضها من فوق بعض بل هي متداخلة مع بعضها البعض إلى ما لا نهاية ولذلك فكل صورة تلتقطها الكاميرا هذه إنما تختلس أو تختزل واحدة من تلك الطبقات البالغة الدقة إلحاق الإعجاز فإذا أمعنت الكاميرا في تصوير المرء المسكين فإنها تجرده من طبقات وجوده ذاته تأخذها من كيانه وتحولها إلى صور مطبوعة.. ما الذي يبقى، بالله عليك، سوى شغاف من ذاكرة.. أو هياكل بغير جوهر أو مضمون..

ونحمد الله سبحانه أن التاريخ لم يقف كثيراً عندما ذهب إليه خيال الروائي عند العبقرى الفرنسي بلزاك.. وآلا حرم العالم من سجل غاية في الثراء والحيوية من الصور واللقطات التي أغنت عن صفحات وأحيانا مجلدات أو فنقل أنها ألقت أضواء كاشفة على ما كان المؤرخون يعكفون على تسجيله وتسويره من صفحات ومجلدات.

فنحن لا نستطيع أن نصور المستقبل، ولكننا نستطيع أن نصور الحاضر الذي لا يلبث أن يصبح ماضيا منقزيا ولكن يظل يعيش معنا لأن الكاميرا

استطاعت أن تسجله فتضمن له الاستمرار والبقاء. وكم من صورة فوتوغرافية استطاعت أن تتكلم بلسان بليغ وفصاحة لبيبة ومنطق مبين عن ويلات الحرب أو وعود السلم أو معاناة البشر أو عبءة الحدثن أو إنجازات الإنسانية حين تتفوق فتبدع وتشد، أو حين تسف فترد أسفل سافلين حيث الغدر والوحشية والجريمة واستغلال الإنسان للإنسان وفي كل حال.. فالصورة من إنجازات البشرية حين تتفوق وتتحد من أجل الإبداع وربما جاءت الكاميرا بوصفها إحدى الجولات المظفرة في صراع الإنسان مع الزمن أو على الأقل في تعاطيه وتفاعله مع دورة الأيام.. وكم شغف الفلاسفة من أيام الإغريق، ومن بعدهم فلاسفة العرب المسلمين بعنصر الزمن، وعده ووعيده، بدايته وخواتيمه، مآثره وعبرته إلى أن استطاع الإنسان، على ضعفه أن يحرز هدفا في مرمى شبكة الزمن فاخترع الكاميرا التي يصفها الكاتب الأمريكي (لانسى مورو) في عبارة موجزه بارعة تقول:

أنها وسيلة نسجن بها اللحظة الزمنية في مستطيل مصقول. إن هذه الصورة الملتقطة، هذه المستطيلات المصقولة كما يصفها (لانس مورو) لا تثبت أن تتجمع وتتراكم ويجري تصنيفها وفرزها وتبويبها فتصبح بحق سجل الذاكرة للجمعية العمومية الشاملة للمجتمعات والأمم والشعوب.

أما الناقد (سوزان سونتاچ) فتقدم إلى هذا التوصيف إضافة تقول فيها أن الصورة، أي صورة يحيطها جو طبيعي ومتلازم من شعور الحنين أو شجن الذكرى وهو ما نترجم به مصطلح (النوستالجيا) في أدبيات الغربيين وهو مرتبط حكما، بشغف الماضي حيث كل صورة إنما لتسجل لحظة من لحظات الماضي سواء استندعت مطالعتها أو تأملها دمة في الماضي، أو زفرة تنهيد من أعماق الصدور.. أو حتى عاودتنا لدى قراءة الصورة زمة الشفتين أو جفاف الحلق تعبيرا عاودنا عن غضب مخزون وحنق ظل في الأعماق مكتوماً. طبعا تصدق مثل هذه الأحاديث على الصورة الصحفية بالدرجة الأولى.. الصور الخصوصية أو الحميمة

— الشخصية تظل بداهة محمية بأعراف الخصوصيات من حيث هي بعيدة عن الشأن العام. وحتى صور الشأن العام لا تتمتع جميعا بتلك البلاغة المؤثرة ولا بالحيوية التي تجعلها في كل مرة شاهدا على التاريخ تأمل مثلا معظم صور استقبالات أولياء الأمور (بمعنى مقاليد الحكم وليس مجلس الآباء في المدارس) أن صورهم لا تكاد تعني شيئا اللهم ألا إنها صور استقبالات في موانئ أو في مطارات.. نفس الابتسامات الرسمية نفس الأبسطة الحمراء (لماذا لم تتغير إلى ألوان أخرى وقد يفرق الواحد منهم أو يشتمز من اللون الأحمر) نفس القامات المتصلبة لتجريدة حرس الشرف.. طفلة تقدم زهورا للضيف الكبير لا يكاد يراها الضيف الكريم ولا يكاد يلمس باقة الزهر.. لا يتأمل جمال ألوانها مثلا ولا يتسم أريجها النواح أن كان لها أريج ولولا الملامة لذبلت الزهرات إذ جلبها رجال التشريفات منذ باكر الصباح.. والضيف الكبير يعرف ولا شك قيمة الورد والبنفسج والفل والياسمين وحتى الريحان والأقحوان، ويعرف أن الخالق جل وعلا خلق هذا الجمال كله كي تتأمل اختلاف ألوانه وبدائع تدويره وننعم بعطر منه فواح لكن الضيف الكبير لا يقبل هذا كله.. بل يتناول طاقة الزهر ويستلمها لفوره إلى واحد مزروع في صف من وراءه.. ولو ترى ما الذي يحدث لو توقف واحد من هؤلاء الضيوف الكبراء بعيد الاستقبال الرسمي وبدأ يقلب بين يديه باقة الزهر التي تقول نشرات الأخبار أن أهدتها إليه طفلة من أهل الأمصار التي يقوم بزيارتها.. ساعتها تنكسر رتابة الناموس ويلطم مدير البروتوكول خديه وقد تنور أزمة دبلوماسية، فكل شيء معد سلفا، وكل شهر يسير عند أهل البروتوكول حسب قواعد مرسومة بل متكلسة منذ أيام الداهية الفرنسي ناليرات، وربما منذ أيام بلاط شارلمان في دولة الروم أو بلاط كسرى أنوشروان، صاحب الأيواف في دولة فارس، والله اعلم. والصورة الرسمية، البروتوكولية، لا تكاد تعكس شيئا.. أنها تسجل واقعة قبل أن تسجل (حدثا) تدون لحظة انقضت من دورة الزمن، ومن ثم تساوي قيمتها

ما يدونه دفتر الأحوال أو أضاير السجل المدني في هذا البلد أو ذاك. تصاوير الشأن العام الذي يعنينا في مثل هذا المضمار، هو كما المحنا الصورة البليغة التي تكاد تغني عن ألف مقال، تلك التي تسجل حركة أو نقطة تحول، أو لحظة مشهودة من دورة التاريخ، تلمحها، فإذا بها تشع ألف ومضة.. نقرأها فإذا بها تبعث في ذكاء ألف عبرة.. تتأملها فإذا بك تزداد وعيا بعصر مضى وتحفزا لعصر في ضمير الغيب، وبمناسبة قراءة الصورة الصحفية أو تأمل صورة الشأن العام كما قد نسميها، قد لا يخفى عليك أن زملاء مهنتنا في صحافة الغرب مثلا يستخدمون مهنيين متخصصين قصرا وحصرا في كتابة الكابشن، أو كلام الصورة كما يقول تعبير الصحافة العربية المعاصرة. ولكن المشكلة، كما يوضحها الصحفي الأمريكي (لانس مورو) تكمن انه انطباع يدوم ويستمر وقد يصعب تحويله لأنه يكون قد استقر في وجدان الناس، واستقر معه تفسير الصورة الذي ارتضوه لأنفسهم حين شاهدها وتأثروا بإبعادها وشخصها وظلالها ودلالاتها، واخطر أنواع الانطباعات — كما هو معروف — هو الانطباع الأول الذي يكاد يتحول إلى فكرة ثابتة، في هذا المجال بالذات، يضرب الصحفي الأمريكي المذكور مثلا نراه نموذجيا وفي غاية البلاغة على خطورة الانطباع المتولد عن الصورة الصحفية. والصورة معروفة من أيام حرب فيتنام وقد ذاعت شهرتها في حوليات زماننا من حقبة الستينات إبان اشتعال تلك الحرب وحتى عصرنا الراهن منذ التقطها الفنان (ايدي آدمز) المصور الصحفي في وكالة (اسوشيتد برس) في أول فبراير عام ١٩٦٨م وقد فازت بجائزة بوليتزر الشهيرة في عام ١٩٦٩م لأفضل صورة صحفية ومن يومها أصبحت الصورة شاهدا على الوحشية في حرب فيتنام كما تقول مجلة (تايم) في عددها التذكاري الخاص الذي أصدرته في بداية عقد التسعينات الحالي عن أهم الصور الصحفية صور الشأن العام كما أسميها منذ اختراع كاميرا التصوير قبل ١٥٠ عاما.

حدث في شوارع سايجون اصل الحكاية أن (المصور ادامز) كان في مدينة سايجون عاصمة فيتنام الجنوبية وقتها وكانت محكومة بنظام (نجوين فان ديم) العميل للولايات المتحدة وكانت تجتاحها معارك الشوارع بين القوات الموالية لأمريكا وطلائع ميليشيا (الفيت كونج) القادمة من الشمال لتحرير الجنوب وطرد الأمريكيين بالصدفة المحضة، تواجد المصور (آدمز) خلال عملية اعتقال بدت روتينية في الأساس لضابط مأسور من قوات (الفيت كونج) الشيوعية الشمالية، تصور صاحبنا (آدمز) انه بإزاء صورة عادية مثل آلاف الصور المألوفة التي تسجل حادثة قبض وتوقيف، كان الأسير رجلا ضئيل الحجم، حافي القدمين يرتدي ملابس مدنية وكانت يده موثوقتين خلف ظهره، يقول المصور (آدمز): ركضت إلى موقع الأسير ومعى الكاميرا، ارتقبا لأي تطور، وبغير سابق إنذار فوجئت برئيس شرطة سايجون (نجوين كالون) وقد اخرج مسدسه وصوبه إلى رأس الأسير ثم أطلق رصاصة واحدة لا غير تم إعدام الأسير في عرض الشارع، وطبعا لم يفت كل هذا الهول عن عين الكاميرا التي سجلت كل شيء. نشرت الصورة في طول العالم وعرضه، شاهدها العالم، انتابت العالم صدمة الروع وسارع إلى إدانة السلوك الوحشي الصادر من عملاء أمريكا ومن قوات أمريكا نفسها، المشكلة الكامنة وراء الصورة، كما أكدت الملابس، أن الضابط الأسير المغدور كان قد سبق إلى قتل أفراد من معارف رئيس الشرطة القاتل وكان ذلك في موقع قريب من نفس الشارع في سايجون. لكن كان سهم الصورة البليغة قد نفذ، ولم يتوقف احد عند الخلفيات أو الظروف أو الملابس أو المبررات، عاين العالم وقوع جريمة اغتيال في عرض شارع في مدينة ما، في وضح النهار، وعايش لحظة بوم من مسدس، ولحظة قبيل انطفاء شعلة الحياة، وطالع ذراع الشرطي القاتل ممدودة بمسدس وراعته قسماات القتل، وقد أسبل عينيه وكزّ على أسنانه وقد ارتسمت على ملامحه التاعسة إمارات الهول المتوقع الرهيب. يعلن الكاتب (لانس مورو) قائلا:

الأسير لم يحظ بقاض يحاكمه، ولكنه حظى بمصور التقط نهايته وسجل مصيره في صورة اتخذت لنفسها مساراً مستقلاً وعاشت حياة خاصة بها، وغيرت التاريخ. وكم من صور عمقت معارفنا وشكلت وعينا، وغيرت التاريخ.

رابعاً : أنواع صور الحملات الإعلامية

هناك أكثر من تصنيف للصور التي تنشر في الاعلام سواء الجرائد أو المجالات أو التلفزيون أو النت ، وكل تصنيف يمثل زاوية معينة وينظر إليه على هذا الأساس.

والصورة الاعلامية يمكن تصنيفها من زاويتين :

-الزاوية الأولى : الشكل الفني

-الزاوية الثانية : المضمون

(أ) تصنيف الصور الاعلامية من حيث الشكل الفني :

١-الصورة المفردة : single

فقد تكون صورة شخصية بورتريه أو صور لمكان فهي صورة واحدة تنشر بمفردها وتؤدي وظيفتها وتستعمل بكثرة في الجرائد خاصة مع الأخبار.

٢-سلسلة صور : series

وهي تعبر عن مجموعة من وجهات النظر المختلفة حول قضية أو موضوع معين خلال فترة زمنية معينة والتي عادة ما تكون طويلة.

٣-المشهد المتعاقب : sequence

عن مشهد أو مجموعة من اللقطات لموضوع واحد وفي فترة زمنية قصيرة مثل : مشهد متعاقب يضم صور لمباراة كرة وسير الكرة بين اللاعبين أو صورة أحد المسؤولين يلقي خطاباً يوضح انفعالاته المختلفة خلال إلقائه الخطاب أو أثناء الحديث فتتشر أكثر من صورة متعاقبة لشخص واحد أو أكثر من انفعال.

تعرضنا فيما سبق لتصنيف الصورة الاعلامية من حيث الشكل الفني والآن سنتعرض لتصنيف الصورة الاعلامية من حيث المضمون.

(ب) تصنيف الصور الاعلامية من حيث المضمون:

أى الرسالة التى تحملها الصورة إلى المتلقى ومن هذه الزاوية نجد صورة إخبارية وصور موضوعات. صور موضوعات ذات جانب إنسانى، أو صورة تمثل شخصية محور الموضوع أو صور جمالية.

١- الصورة الإخبارية : News picture

هى عبارة عن موضوع متكامل تعرض الصور تفاصيله متفوقة على الألفاظ والعبارات، وتكون هذه الصور عادة ذات حجم كبير وقد توضع عادة فى الصفحة الأولى أيضاً، وهذه الصورة قد توضح الحدث نفسه أثناء حدوثه أو توضح النتائج والتداعيات التى أسفر عنها الحدث.

٢- صور الموضوعات feature pictures

صورة الموضوع هى التى تهدف إلى نقل أو توصيل صور عن تفاصيل عن أحداث أو وقائع أقل سرعة وأضعف للنشاط الإنسانى، وهذا النوع من الصور يمكن أن يؤجل يوماً أو أسبوعاً أو شهراً وتنتشر فى أى وقت مع موضوعها لأنها لا ترتبط بتوقيت أو حدث إخبارى عاجل بل ترتبط فقط بموضوعها الاعلامى.

وتتفاوت الموضوعات التى تعبر عنها الصور الموضوعية من وسيلة اعلامية الى أخرى بل من صفحة إلى صفحة أخرى داخل نفس الجريدة، وتشمل موضوعات الصور الموضوعية الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وموضوعات الحوادث وتبرز أهمية الصورة الموضوعية فى أوقات الأزمات.

أشكال الصور الموضوعية :

وتوجد ثلاثة أشكال رئيسية للصور لكل منها نقاط القوة والضعف التى تتناسب مع سمات إخراجية معينة.

١- المستطيل الأفقى : الأكثر شيوعاً فى الصور الإخبارية وهو الأقرب للواقع.

٢-المستطيل الرأسى : الأكثر مرونة وديناميكية، حيث يقوم بعملية خداعية فى تصميم الصفحة نظراً لعمقه الرأسى داخل الصفحة، فتبدو الصورة الرأسية كما لو كانت مصاحبة لأى موضوع مجاور لها.

٣-المربع : أكثر الأشكال جموداً، ولذا يتجنبه بعض المخرجين تماماً.

٣-الصور التى تمثل شخصية هى محور الموضوع :

هى التى تمثل شخصية محور الموضوع سواء أكانت هذه الشخصية مهمة أم لا وينبغى أن تتمتع الصورة الشخصية الصحفية بالحركة والحيوية.

وتكون هذه الصور عادة على عمود واحد إلا إذا تناولت أكثر من شخص فإنها تكون على عمودين، وهذه الصورة أيضاً تصاحب موضوعها حينما يكون.

وفى بعض الأحيان تنشر أكثر من صورة شخصية فى الموضوعات الطويلة وفى هذه الحالة تقوم الصحيفة بترتيبها بشكل أفقى أو رأسى وأحياناً تزواج فى ترتيبها بين الشكلين وتراعى الصحيفة فى هذه الحالة أيضاً التنوع فى مساحات هذه الصور مما يضىء عليها حيوية وحركة.

وبعد تحول الصحف المصرية إلى طباعة الأوفست، أتاحت هذه الطريقة الجديدة للصور الشخصية وضوحاً أكبر فى تفاصيلها، خاصة أنها صغيرة المساحة إلا أن إمكانيات الطريقة الجديدة أغرت المخرجين على إتباع طرق غريبة فى وضع هذه الصور على الصفحة مثل وضعها فى إطار يحتوى على أكثر من صورة شخصية ثم إمالة هذا الإطار، ومن عيوب ذلك، عدم وضوح تفاصيل الصورة، حيث يستلزم رؤيتها إمالة القارئ لرأسه، أو إمالة الصفحة نفسها.

أشكال الصور الشخصية

يقصد بشكل الصورة الشكل الهندسى الذى تظهر عليه الصورة بعد طبعتها، وتختلف الأشكال التى تتخذها الصور ما بين المستطيل والمربع والدائرى والبيضاوى، بالإضافة إلى الأشكال الأخرى غير المألوفة التى تظهر عليها الصور فى بعض الأحيان.

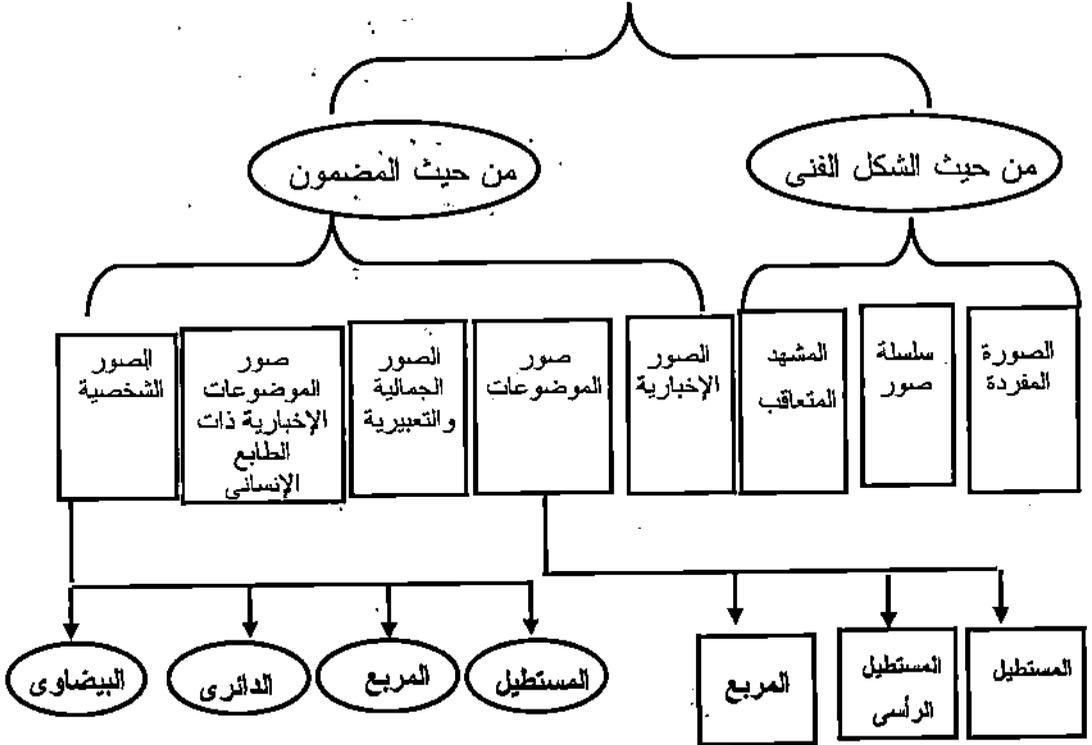
٤- الصور الجمالية والتعبيرية :

وهذا النوع من الصور تعرض الإبداع الفنى للمصورين وبراعتهم فى هذا المجال، بالإضافة إلى قدرتهم على توظيف لغة الشكل فى هذا النوع من الصور التى قد لا تتضمن قيمة خبرية.

٥- صورة الموضوعات الإخبارية ذات الجانب الإنسانى :

هذه الصور تتأنى أهميتها من الحدث الذى ترتبط به، وهى عادة يغلب عليها الطابع الإنسانى وتتم بالبساطة فى الزاوية الإخبارية التى رغم ذلك لا يمكن إنكار أهميتها.

تصنيف الصور للحملات الاعلامية



شكل تخطيطى يوضح تصنيف الصور

خامساً : خصائص صور الحملات الإعلامية

للصورة الصحفية عدة خصائص مهمة جداً يجب التطرق إليها وهي كالاتى:

(أ) خصائص من زاوية الشكل :

١-الحجم المناسب.

٢-الوضوح

٣-التنوع

٤-الجاذبية

(ب)خصائص من زاوية المضمون :

١- أن يكون المضمون إخبارياً حديثاً.

٢- أن يلتف المضمون بأبرز صفات الخبر.

٣- خصائص إخبارية.

٤- الصور التى تعكس مضمونها عنصر الصراع

٥- الصور التى يعكس مضمونها عنصر الجنس

٦- الصور التى يعكس مضمونها عنصر الإحساسات

٧- الصور التى يعكس مضمونها عنصر التقدم

٨- الصور التى يعكس مضمونها عنصر الأصالة

خصائص صور الحملات الاعلامية

خصائص من زاوية المضمون	خصائص من زاوية الشكل
أن يكون المضمون إخباريا حديثا	الحجم المناسب
أن يتصف المضمون بإبراز صفات الخبر	الوضوح
خصائص إخبارية	التنوع
الصور التي يعكس مضمونها عنصر الصراع	الجاذبية
الصور التي يعكس مضمونها عنصر الجنس.	
الصور التي يعكس مضمونها عنصر الإحساسات.	
الصور التي يعكس مضمونها عنصر التقدم.	
الصور التي يعكس مضمونها عنصر الأصالة	

سادساً : أهمية الصور فى الحملات الاعلامية :

تمهيد:

على مر العصور كان الاهتمام حاضرا بمجال الصورة على اختلاف ثقافة الشعوب وأدواتهم في التفكير والتصوير معا وهذا الاهتمام نابع من الإيمان بأهمية الصورة.

فلا توجد فترة من تاريخ الإنسان خالية من إنتاج الصور أو التفكير في الصورة، ومن أمثلة ذلك الصورة البلاغية في الأدب العربي وأهمها الشعر، ويدل على ذلك اهتمام النقاد والأدباء القدامى بالصورة البلاغية والصلة المركبة القائمة بين التصوير والتصور وبين اللفظ والمعنى والتخييل والواقع والذهني والمتجسد.

والصورة حقيقة متلازمة مع حقيقة التفكير توافق إدراك الإنسان وسعيه إلى السيطرة على الطبيعة.

ومن هنا يعمد بعض الفنانين إلى رسم صور شخصية للملوك والعظماء تنفذ بعد قرون من رحيلهم، رغبة في تحديد ملامحهم الفيزيائية، وهو بذلك يقوم

بعمل توثيقي يلمّ فيه المعلومات المتناثرة في الكتب عن شكلهم وصفاتهم، أو تدفعه تلك المعلومات لاختراع قسماتهم الصورة المكرسة في الخيال الجمعي عنهم، ومن أمثلة ذلك رسم آخر ملوك غرناطة "أبو عبدالله الصغير" تخيله توفيق طارق أنه رجل مربع مترهل الجسد، جالس بتراخ بين الجاريات والراقصات، وتعبّر هذه الصورة عن السبب في سقوط غرناطة.

وقد كان المصورون الشعبيون يتخيلون الأبطال الذين توصلهم إنجازاتهم الخارقة إلى محبة الناس لهم إلى مرتبة تفيض عن مرتبة الناس العاديين فيصورونهم على هيئة مثالية فيها من الجمال والقوة والكمال وأمثلة ذلك : صورة أبي زيد الهلالي، وصورة الإمام علي بن أبي طالب وصور ابنه الإمام الحسين والعباس عليهم السلام، وكذلك صور عنزة وعبلة من خلال هذه الصور يتحدّد مسار الفن والعلاقة بين المتخيل والواقع ومفهوم الجمال وشكل إنتاج الأعمال الفنية، وموقف الفنان من الشخصية المرسومة أو المتخيّلة .

أهمية الصورة في الحملات الاعلامية

فالصورة الصحفية تقف جذباً إلى جنب مع الحروف في نقل الرسالة الإعلامية من خلال صفحات الصحيفة إلى القراء، فإذا كانت الحروف تستمد أهميتها من أنها تحمل مضمون الرسالة الإعلامية، الذي يعدّ توصيله إلى القارئ هو الهدف الرئيسي من وراء إصدار الصحيفة فإن الصورة تسهم بلا شك بشكل فعال في توصيل ذلك المضمون بطريقة أفضل إذا أحسن اختيار الصورة الجيدة والمعبرة.

الصورة لغة عالمية يفهما الجميع والصورة عموماً تكمل الروايات الخبرية وتستخدم في تصوير جوانبها، ولذلك فإن الصورة أصبحت الآن مادة أساسية من مواد الاعلام وذلك ليس كعنصر إخباري فحسب بل أيضاً كعنصر جمالي وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء كما تعبر عن الأخبار

والأحداث، وأعنى بذلك الصورة الفوتوغرافية والرسوم التي يخرج أغلبها للوجود كراى للوسيلة الاعلامية.

فالصورة إذن تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة اعلامية متكاملة إلى القارئ الذى لم يعد يقنع بمجرد القراءة عن الأحداث، وإنما يريد معاشتها، وبخاصة أنه يعيش اليوم عصر الاتصال بالصوت والصورة من خلال قنوات التلفزيون العاملة طوال الأربع وعشرين ساعة إلى جانب تقنية الوسائط المتعددة multi media.

ولا تغدو الحقيقة إذا أكدنا أننا نعيش فى عصر الصورة فالصورة لم تعد عنصراً جمالياً فقط بل عنصراً إعلامياً وظيفياً. وهناك مثلاً حينما يقول إن صورة واحدة تعادل ألف كلمة ولذا يجب على وسائل إعلام الدول النامية أن تكثُر من استعمال الصورة بالإضافة إلى ذلك فإن القارئ المعاصر لم يعد يقنع بمجرد وصف لفظى لحادث ولكنه يرغب فى رؤية صورة له وتستطيع الصورة أن تعرض ما لا يستطيع الصحفى عرضه بالوصف اللفظى، والصورة تعرض الموضوعية والتكامل والدقة فى لحظة واحدة، بجانب أنها لا تطلب من القارئ إرهاقاً عقلياً، كما هو الحال فى المقال أو القصة أو غير ذلك.

والصورة لها دور مهم فى عملية إخراج الصحف، فعندما يريد المخرج أن يبرز موضوعاً مهماً من صفحة معينة يستخدم الصورة مع هذا الموضوع ليلفت إليه نظر القارئ.

وتهتم الصورة أيضاً فى عملية الإخراج من خلال كونها عنصر تبيوغرافى يتميز بالنقل والسواد بدرجات مختلفة، ولأنها تستغل فى تثبيت أركان الصفحة وجذب انتباه القارئ وتوجيه حركة العين وفقاً لما تتطلبه طبيعة الأخبار المنشورة عليها. كذلك فإنها تضىء على الصفحة طبيعة الأخبار المنشورة عليها والحيوية والحركة بما تقوم به مع العناوين من كسر لحدة السطور الرمادية الباهتة للمتن، وما تضيفه من رتابة وجمود.

ويحدد حجم الصورة المنشورة فى الوسيلة الاعلامية عدة عوامل منها :

١- أهمية الموضوع الذى تصفه الصورة.

٢- عدد الصور المنشورة فى الصفحة الواحدة.

٣- درجة وضوح الصورة ذاتها.

والتصوير الفوتوغرافى كوسيلة جديدة لتسجل المعلومات وكوسيلة اتصال قد أصبح أحد القوى البصرية الأولية فى حياتنا. أصبح مهما كالكلمة المطبوعة تماماً. فالتصوير الفوتوغرافى لا يستطيع فقط أن يسجل اللحظات ذات الدلالة من الناحية الشخصية ولكن من الناحية الاجتماعية أيضاً أصبح التصوير الفوتوغرافى أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعى للمستقبل وللأجيال القادمة، كما أن استخداماته فى إمدادنا بالمعلومات المتعددة الأنواع والمجالات يصعب حصرها.

فالصور تمثل لغة مرئية يمكننا من خلالها أن نسجل بصدق ما لنا من خبرات داخلية أو خارجية عن عالم لا نستطيع التعبير عنه.

ويمكن لصورة واحدة أن تتسبب فى أحداث وقرارات مصيرية... فقد كانت الصورة التى التقطها سائق صومالى يعمل مع طاقم صحفى بريطانى السبب الرئيسى الذى اضطر الإدارة الأمريكية إلى إصدار قرارها بسحب قواتها من الصومال.

وكانت الصورة تمثل عدد كبيراً من الصوماليين وهم يمثلون بجنّة جندى أمريكى فى أحد أزقة مقديشيو، مما كان كوقع الصدمة فى كل بيت أمريكى، وجعل غالبية الشعب الأمريكى تدعو إلى سحب القوات الأمريكية من الصومال دون إبطاء.

إذن فلا شك أن الصور يمكن أن تجذب القراء إلى الجريدة وتساعد فى دعم موقف الصحيفة فى المنافسة مع التليفزيون، ووسائل الإعلام الأخرى التى تتنافس من أجل الاستحواذ على وقت القارئ.

فالصور الجيدة يمكن عن طريقها توصيل المعلومات إلى القراء، حيث تجذبهم إلى متون القصص الخبرية التى تحتوى على مزيد من المعلومات.

ورغم منافسة التليفزيون للصحافة في هذا المجال فإن الصورة المطبوعة تتميز بخاصية فريدة، وهي قدرتها على عزل لحظات معينة من الزمان الشيء الذي لا تستطيعه آلة التصوير التليفزيوني ، ووجود الصورة التي تجسد الحدث أمام القارئ، تتيح له فرصة تأملها والتفاعل معها، ومع ما يحيط بها من مادة أو ما يصاحبها من تعليق.

وفي النهاية نود القول بأنه لعل القدرة التأثيرية للصورة الفوتوغرافية هي التي جعلتها أكثر أنواع الصور شيوعاً بين الصحف في العالم الآن، مع أن القدرة على نشرها بالوضوح المطلوب قد تأخرت عن الرسوم الخطية، وقد تطور نشرها شيئاً فشيئاً مع كل تطور يصيبه فن عن التصوير الفوتوغرافي عموماً، وطرق إنتاج الأسطح الطباعية بخاصة، وذلك مع تطور أنواع الورق والأحبار والآلات الطباعة. وقد تجلى هذا التطور في المساحات التي تحتلها الصور الفوتوغرافية من صفحات الصحيفة.

سابعاً : وظيفة الصورة الاعلامية :

الصورة الاعلامية عنصر تبيوغرافي مهم جداً في كافة الفنون الإعلامية سواء كان ذلك في الصحافة أو التليفزيون أو حتى الإذاعة التي تسعى إلى رسم صورة ذهنية لكافة الأحداث التي ترصدها ومن الملاحظ أن للصورة الصحفية العديد من الوظائف المهمة التي انطلقت من أهميتها في العمل الإعلامي بوجه عام وفي العمل الصحفي بوجه خاص ومن الممكن التعرض إلى هذه الوظائف كالتالي:

وظائف الصورة الاعلامية

يمكن رصد وظائف الصورة المختلفة في النقاط التالية :

١- الوظيفة الإخبارية :

أي أن تنقل أخبار وغالباً ما تكون الصورة أهم بل أنجح وسيلة إعلامية في الجريدة بأكملها فيوسعها أن تعطى المضمون أو الهدف الإخباري بسرعة أكثر

وبوضوح أفضل من التعبير اللفظي وتستطيع الصورة أن تظهر في جميع الأحوال لحظة خاصة من وقائع الأبناء بشكل مفصل ومستفيض.

ويرى بعض علماء الصحافة أن التصوير الصحفي الحديث بقدرته على الكشف عن التفاصيل الدقيقة في الحدث كثيراً ما يتفوق على مشاهدة الحدث الواقع فعلاً والقارئ الحديث لا يستطيع أن يصنع بمجرد وصف لفظي لحادث أو الاجتماع أو لموقف ما من المواقف وإنما يود أن يرى هذه الأشياء بعينية، والعدسات المركبة في آلات التصوير هي عيون القراء في العصر الحديث.

فالصورة الواحدة تعادل ألف كلمة ومن المؤكد أن العدسة المركبة في آلات التصوير تنسم بالموضوعية أكثر من عين الإنسان (البشرية) فعدسة الكاميرا تلتقط ما تراه بالدقة والتفصيل أما عين الإنسان فتتأثر في رؤيتها للأشياء بالكثير من العوامل الذاتية المتداخلة.

٢- الوظيفة السيكولوجية

التفكير بالصورة العقلية



الأفـراد

فئة البصر	فئة السمع	فئة الحركة	فئة مختلفة
-----------	-----------	------------	------------

لقد عرف الإنسان قيمة الصورة منذ فجر التاريخ واستخدمها في تسجيل تاريخه لتتوارثه الأجيال، فلو عدنا إلى آثارنا الفرعونية العظيمة لوجدنا الدليل الأكبر على مكانة الصورة وأهميتها، فمن خلالها عرضوا لنا آثارهم الخالدة ومنها فهمنا حياتهم وحرورهم ويومياتهم وسلوكهم وعاداتهم ومعتقداتهم وكل شيء في حياتهم، وذلك نابع من إدراكهم للأثر العظيم الذي تقوم به الصورة في نقل الرسالة.

فالصورة عنصر ضروري بالنسبة لشكل الصحيفة فهي أحد العناصر البصرية التي تنقل للقارئ مضموناً متكاملأً بشكل محدد، فالصورة لغة عالمية يفهمها الجميع، والصورة عموماً تكمل الروايات الخبرية وتستخدم في تصوير جوانبها.

وهناك مثل صينى يقول (إن صورة واحدة تعادل ألف كلمة) فالصورة تستطيع أن تعرض مالا يستطيع الصحفى أن يعرضه بالوصف اللفظى والصورة تعرض الموضوعية والتكامل والدقة فى لحظة واحدة بجانب أنها لا تتطلب من القارئ إرهاقاً عقلياً، كما هو الحال فى المقال أو القصة أو غير ذلك.

إذن فالصورة تلبى حاجة سيكولوجية لدى الإنسان وكذلك تسد بعض المتطلبات العقلية والنفسية وهى تشبع حاجة القارئ إلى القراءة والإطلاع وتؤثر فيه باستغلال قوى اللفظ والصورة.

وأهمية هذه الصورة فى حالة الحروب والكوارث، كما تشبع الصورة بعداً آخر على الشخصية التى تستحق أن ينشر عنها شيئاً أو تصورها وإن كان محور الصورة السيكولوجية دائماً هو المعنى الذى توحى به الصورة.

٣- عنصر تيبوغرافى:

الصورة عنصر تيبوغرافى يتميز بالثقل والسواد بدرجات مختلفة، ولأنها تستغل فى تثبيت أركان الصفحة وجذب انتباه القارئ وتوجيه حركة العين وفقاً لما تتطلبه طبيعة الأخبار والموضوعات المنشورة عليها، لذلك فإنها تضيف على الصفحة حيوية وحركة كما تقوم به مع العناوين من كسر لحدة السطور الرمادية الباهتة للمتن، وما تصفه من رتابة وجمود.

وتستخدم الصورة للمساعدة فى تصنيف الأخبار حسب أهميتها شأنها فى ذلك شأن العناوين، وللفصل بين العناوين العمودية فى قمة الصفحة.

والصورة فى الصحافة الحديثة تشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والمسافات البيضاء فى بناء جسم الصحيفة أياً كان شكلها وطريقة إخراجها وهى كالعناوين من حيث تفاوت أهميتها من صفحة لأخرى باعتبارها أحد الأتقال اللونية القوية أو عنصر أساسى لبناء الصفحة.

وثمة قاعدة تقول : إن صورة على كل صفحة سواء كانت صورة إخبارية

أو لقطة خاصة تعد النواة التى يتم حولها تصميم صفحة جذابة.

رابعاً : وظيفة بصرية :

حيث إن للصور دوراً فعالاً في جذب انتباه القارئ والاستحواذ عليه، ويتفق مصمموا الصحف على أن الصور اللافتة للنظر ربما تكون أفضل الوسائل لجذب عين القارئ إلى الصحيفة.

وعلى الرغم من أن الصور بأنواعها المختلفة يمكنها تسجيل تفاصيل الأشياء بشكل قريب من الواقع كما إنها تستطيع جذب الانتباه بشكل أسرع وأقوى. ويرى بعض التيبوغرافيين أن الاستخدام الناجح للصور والكلمات بشكل متتابع على الصفحة يكسب الصحيفة قوى جيدة كوسيلة بصرية.

خامساً : وظيفة اتصالية :

إذ أن الصورة وظيفتها الإخبارية التي ناقشت بها الكلام فى الصحافة الحديثة، ومهما تكن الكلمات فى حد ذاتها نافذة ومؤثرة، فالصور أقدر على ربط مضمونها بالحياة، وقد زادت أهمية الصور والرسوم الصحفية فى العصر الحديث بعد نجاحها فى وسائل الإعلام الأخرى، التى تعتمد أساساً عليها وهى المجلة المصورة والسينما والتلفزيون.

كما أن الصور تشترك مع الكلمات فى عملية نقل الأخبار، ذلك أن الصور والرسوم غالباً ما تنقل المعلومات المطلوبة بشكل أوضح مما تستطيع الكلمات، فضلاً عن أنها تستعمل لإشباع فضول القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء.

وفى النهاية يمكننا القول أن التصوير الفوتوغرافى كوسيلة جديدة لتسجيل المعلومات وكوسيلة اتصال، قد أصبح أحد القوى البصرية الأولية فى حياتنا، فالتصوير الفوتوغرافى لا يستطيع فقط أن يسجل اللحظات من الناحية الشخصية ولكن من الناحية الاجتماعية أيضاً ولذلك أصبح التصوير الفوتوغرافى أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعى للمستقبل وللأجيال القادمة كما أن استخداماته فى إمدادنا بالمعلومات المتعددة الأنواع والمجالات يصعب حصرها.

٤- وظيفة جمالية :

فضلاً عن الأهمية التيبوغرافية للصورة فإن لها كذلك قيمتها الجمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ، فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر ملئ بالحيوية والنشاط والتروع ويصطبغ عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة من قبل قارئها.

فالصورة تعتبر وسيلة مطالعة لتسلية القراء تفوق في ذلك غيرها من الوسائل ولعل ذلك ما جعلها قاسماً مشتركاً بين الصفحات المختلفة في الصحف الحديثة.

وتتضح أهمية الصورة الصحفية أيضاً بالنظر إلى أنواعها المتعددة إذ لا تقتصر الصورة من الناحية التيبوغرافية على الصور الفوتوغرافية فحسب بل تمتد لتمثل الرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة كالرسوم الساخرة والصور الشخصية اليدوية والرسوم الإيضاحية بما فيها الجرائد والرسوم التعبيرية، ومن المعلوم أن للرسوم اليدوية أهمية كبيرة في النقد والسخرية والتسلية والاحتمال.

٥- الصورة في الحملات الاعلامية توثق إنجازات الوطن

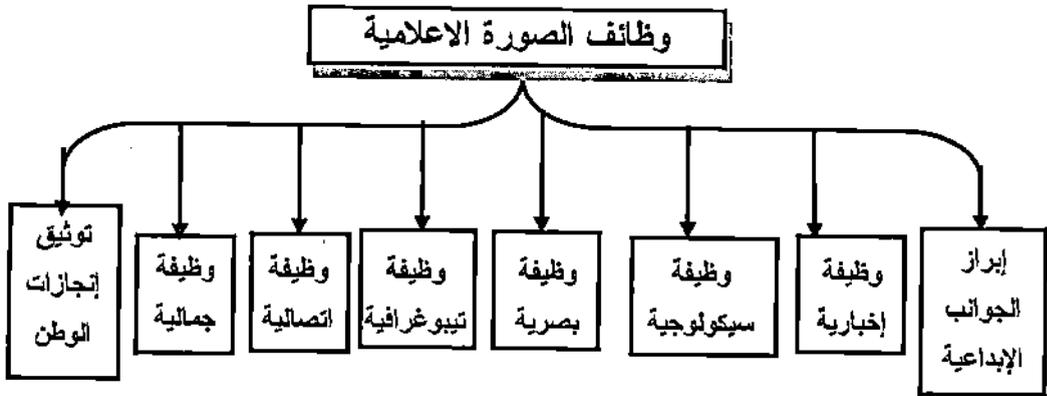
تتصف الصورة الاعلامية بأهميتها في عملية التوثيق للأحداث والإنجازات وحتى الأنشطة والفعاليات المختلفة التي تشهدها بلادنا في كل يوم.. ولا شك أن العام الماضي كان عاماً حافلاً بمئات الإنجازات والأحداث التي حدثت في بلادنا وفي مختلف مناطقنا ومحافظاتنا فكانت الصورة بالمرصاد لهذه الأحداث وتلك الإنجازات فوثقتها.. الكثير منها كالعادة نشرت في حينها في صحافتنا المحلية والصحافة الخليجية والعربية والعالمية والبعض ما زال في أرشيف صحفنا ووسائلنا الإعلامية..

٦- إبراز الجوانب الإبداعية :

ولا شك أن الصورة الاعلامية التي يبذل المصورون المحترفون في التقاطها تعتبر بما تحمله من جوانب إبداعية وفنية صوراً وطنية عميقة بروحها الفياضة والمعبرة

عن أسْمى حب وانتماء لهذه الأرض الطيبة فإذا كانت اللوحة التشكيلية تسجل بالمشاعر والعواطف جوانب من جماليات الوطن فالصورة الفوتوغرافية تسجل بتلقائية وتقنية أحداث الوطن خاصة مع نزوعها نحو الالتزام الثابت بفعاليات وأحداث الوطن المختلفة من إنجازات وأخبار.. ومن الواضح أن هناك روحاً أخلاقية وخلقة تتسم بالجمالية التي يهتم بها الفنانون المصورون.. من حيث زاوية اللقطة.. وأبعادها الفنية وجمالية المكان ومن حيث ما يضيفه الحدث والمناسبة لها من أبعاد وتأثير وأهمية أيضاً..

وعموماً يمكننا القول أن الصورة الاعلامية لها تأثيراتها في العمل الصحفي.. أخلاقية وتربوية قوية في مفاهيم القراء والذي بعضهم له فهمه الدقيق لأبعاد وجماليات الصورة الممتازة والجيدة والمتميزة حد الروعة..؟ إلى جانب أنها وسيلة إعلام وتوثيق عظيمة الأثر والفعالية لبلوغ الأهداف المرجوة من تسجيل أحداثها.. وحقيقة الأمر أن الصورة الصحفية وفي هذا الزمن المتطور استطاعت ومن خلال الكاميرات الحديثة تسجيل وتوثيق آلاف المشاهد بدقة واضحة وفي وقت قصير جداً.



شكل تخطيطي يوضح وظائف الصور الاعلامية

إخراج الصورة للحملات الإعلامية :

تمهيد :

اليوم تمثل الصحافة المصورة أهم اتجاهات الصحافة الحديثة، وهي تعتمد بصفة أساسية على فن الصورة الصحفية بأشكاله ومعالجاته المتنوعة، فهذا النوع من الصحافة يجيد استخدام وتوظيف الصورة الصحفية في صياغة الأخبار ووصف أحداثها، بشكل أقوى وأكثر تأثيراً من الكلمات، والصحافة الحديثة اليوم وفي هذه الآونة بالذات، يجب أن تجيد استخدام فن الصورة الصحفية على صفحاتها وتعتمد عليه بدرجة كبيرة أكثر مما مضى، لأن هذا الفن هو المعين الأكبر للصحافة المطبوعة، في المنافسة الشديدة وغير المتكافئة التي يواجهها الإعلام المطبوع الآن مع الإعلام الإلكتروني، كالراديو والتلفزيون ومئات الفضائيات التي تقدم البث المباشر للأحداث على مدار الأربع والعشرين ساعة، تستخدم في ذلك وسائط عديدة لا تتوافر بحال للصحافة المطبوعة، كالصوت والنص والصورة واللون والحركة والمؤثرات الصوتية وغيرها، ناهيك عن وسائل الإعلام الجديدة كالصحافة الإلكترونية وتقنية الوسائط المتعددة والإنترنت، تلك الأخيرة التي تعد خير مثال لثورة المعلومات التي يعيشها العالم الآن، وهو ما نتج في الأساس عن إمكانية تحقيق الاندماج بين ثورة الحاسبات الإلكترونية من جهة، وثورة وسائل الاتصال من جهة أخرى، وتعد الإنترنت هي خير نتاج لهذا الدمج بين الثورتين. بلغ الأمر إلى حد أن أصبح مستقبل الصحافة المطبوعة «قاب قوسين أو أدنى» في إطار هذا الخضم الهائل من المعلومات الرقمية.

التشبث بوسائل التعبير

ولهذا كله، يجب على الصحافة الحديثة أن تتشبث بكل ما لديها من وسائل للتعبير ونقل المعلومات، وبخاصة أنها قليلة، إذ تكاد أن تنحصر فقط على الحروف والصور الساكنة غير المتحركة، ولذا يجب على أجهزة الاعلام أن تولي الصورة

الصحفية قدر الاهتمام ذاته الذى توليه للنص، الأمر الذى نلمسه حاضرا وبقوة على صفحات الصحف الغربية، فى حين نراه غائبا فى الأغلب الأعم على صفحات الصحف العربية.

ومفهوم الصورة الصحفية هو فى الحقيقة تعبير يتسع ليشمل الصور الفوتوغرافية والتليفزيونية والرسوم اليدوية المختلفة، ومعروف أن الصحيفة - وكذلك أى مطبوع - لا يخرج تكوينه عن خمسة عناصر تبيوغرافية و جرفيكية، تشتمل على عناصر مقروءة، كحروف العناوين والنصوص الصحفية، وعناصر مرئية، كالصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة، كالرسوم الكاريكاتورية، والرسوم التوضيحية والتخطيطية، والرسوم التعبيرية، والبورترهات، إلى جانب الألوان والفواصل بين الموضوعات المتجاورة على الصفحة الواحدة.

والغالبية العظمى من الصحف العربية تغفل التوظيف والاستخدام الصحيح لفن الصورة الصحفية على صفحاتها، ويأتى ذلك فى الغالب نتيجة لعدم إدراك قيمة الصورة الصحفية كوسيلة اتصال، وينسحب ذلك بالطبع على التقدير الذى يلقاه المتعاملون مع هذا الفن داخل الصحيفة، مثل المصورين الذين يُنظر إليهم داخل الصحيفة، وبخاصة من السادة المحررين، وكأنهم مواطنون من الدرجة الثانية، فالإنسان عدو ما يجهل، فهم لا يعرفون أنه إذا كان المحرر أو الكاتب يمتلك الكلمة، ولا يغفل أحد قوة الكلمة وتأثيرها، فذاك المحرر يجب أن يضيف إلى معرفته أن الصورة الصحفية التى هى ملك ومن إنتاج المصور المغلوب على أمره، تعد سلاحا أقوى بكثير فى تأثيره من الحروف والكلمات، إذا أحسن التقاطها من جهة، وأحسن توظيفها على صفحات الصحيفة من جهة أخرى.

أيضا من الإشكاليات الموجودة دوما فى معترك العمل والإنتاج الصحفى، والناجمة أيضا عن إغفال السادة المحررين لقيمة الصورة الصحفية، ما يحدث دوما ويكاد أن يكون بصفة يومية من مشادات ومشاحنات كلامية وغيرها ما بين المحرر

من جهة، ومخرج الصحيفة أو الصفحة من جهة أخرى، الذى من المفترض أنه يدرك جيدا القيمة الاتصالية للصورة الصحفية، ودورها الفعال فى تحقيق إخراج جذاب للصحيفة، فالمحرر إذا طلب منه المخرج اختصار خبر أو موضوع ما، سرعان ما يبادر المحرر بقوله ولماذا نختصر من الأفضل أن نلغى صورة من الصور أو نصغرها" فيرضخ المخرج فى معظم الأحيان ويحذف هذه الصورة ويصغر تلك فتخرج الصفحة بإخراج رتيب وممل وغير جذاب، والسبب فى ذلك طبعا أن غالبية السادة المحررين ينظرون إلى كلماتهم التى خطوها وكأنها كلمات مقدسة لا ينبغى للمخرج أو غيره المساس بها!!!

ويغيب عن هؤلاء أن الصحيفة الناجحة هى التى تحقق أعلى المعدلات من عمليتى جذب الانتباه وإثارة اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء، لأكبر عدد ممكن من الموضوعات المنشورة على صفحات الصحيفة، وبالطبع فإن عملية جذب الانتباه هى عملية بصرية، يحققها الإخراج الجيد للصفحات، الذى يركز فى الأساس على العناصر الجرافيكية المنشورة على الصفحة، ويأتى على رأسها الصورة الفوتوغرافية، أما عملية إثارة الاهتمام فهى عملية ذهنية، يحققها المضمون والتحرير الجيد، وهى تلي فى الحدوث عملية جذب الانتباه، وإن لم يحدث جذب انتباه القارئ للموضوع الصحفى أولا، لن تحدث بالضرورة إثارة اهتمامه بالموضوع، ومن ثم لن تُقرأ الحروف والكلمات تلك «المقدسة» التى خطها هؤلاء السادة المحررون!! من الغالبية العظمى من القراء الذين اشتروا الصحيفة بالفعل.

ولهذا كله، نجد أن صفحات الصحف العربية مليئة بالصور الفوتوغرافية الشخصية منها والموضوعية، ولكن معظم تلك الصور لا تحقق الغرض من نشرها، بل أن البعض لا يستحق المساحة الغالية التى استهلكها على صفحات الصحيفة. فالصور الفوتوغرافية على صفحات معظم الصحف العربية تتشر فى الأغلب الأعم لأسباب هى فى الواقع بعيدة كل البعد عن الوظيفة والقيمة الحقيقية

للصورة الصحفية، فنجد بعض الصور تنشر فقط لمجرد ملء فراغات أو مساحات متبقية على بعض صفحات الصحيفة، وثانية تنشر لمجرد تزيين صفحات الصحيفة، وثالثة تنشر على مساحات صغيرة جدا لا تحقق الحد الأدنى من الوضوح لمضمون الصورة، إذ تفقد الصورة تأثيرها إن فقدت وضوحها، فصورة واحدة ضخمة على الصفحة، أفضل من عدة صور صغيرة المساحة، وأكثر تأثرا في نفس القارئ وتحقيقا لإخراج جذاب للصفحة.

فثمة أسس علمية عديدة للتوظيف الصحيح لفن الصورة الصحفية على صفحات الصحف، تلك الأسس من المفترض أن المصور على دراية كاملة بها، وكذلك مخرج الصحيفة، لكن هذا وحده لا يكفي فالمهم أيضا أن يدرك ذلك السادة المحررون والمسئولون عن الصحيفة، فالصورة الصحفية ينبغي النظر إليها والتعامل معها من قبل كل العاملين بالصحيفة على أنها وسيلة اتصال شأنها شأن الحروف والكلمات، بل أنها تتفوق على الكلمات في أحيان كثيرة، كأن يتم استخدامها، على سبيل المثال، في نقل معان وإيحاءات معينة بشكل غير مباشر لا يمكن بحال نقلها بواسطة الكلمات نظرا لدواعي مجتمعية وسياسية كثيرة قد تمنع التصريح بتلك المعاني، وبخاصة مع ما تنتيحه الآن المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من إمكانيات هائلة، من خلال الحذف أو الإضافة أو إبداع التراكيب المصورة ذات الدلالة، وغيرها من المعالجات الفنية التي يمكن إضافتها الآن على الصورة الصحفية بكل سهولة ويسر وفي ثوان معدودة، بواسطة برامج معالجة الصور، ويأتي في مقدمتها برنامج "أدوب فوتوشوب"، حتى أن المقولة الشهيرة بأن «الكاميرا لا تكذب» أصبح لا مكان لها الآن في ظل الإمكانيات الفائقة للمعالجة الرقمية للصورة الصحفية.

الصورة تعادل ألف كلمة وإن كانت فإن تلك المقولة لا تنطبق إلا على الصورة الجيدة فقط، تلك التي تضيف للموضوع الصحفي أو الشرح الذي تقدمه الكلمات، والصورة وثيقة الصلة بالموضوع، وهي التي لا تكرر ما بداخل النص،

«فمثلا أفضل صورة في مباراة رياضية هي تلك التي تصف تسجيل الهدف الوحيد أو هدف الفوز في المباراة».

أيضا تأتي الصورة الصحفية على صفحات معظم الصحف العربية، وهي تفتقد أهم السمات التي تتعلق بالمضمون الجيد للصورة الصحفية، إذ نجد الغالبية العظمى منها تنشر وهي جامدة.. صامتة.. ومشنجة!!! مما يفقد هذا الفن الجميل دعائمه، بعض مواصفات الصورة الصحفية في النقاط التالية :

(١) أن تتسم بالثقلانية والفجائية والحركة، (٢) تتفاعل الصورة مع الحدث، كأن تتعجب أو تتساءل أو تشير أو تراقب...الخ، بما يجعلها أكثر جذبا للانتباه وأكثر تأثيرا في نفس القارئ وتعبيرا عن الموضوع ونطقا بالمعنى، (٣) لا ينظر أصحابها إلى العدسة والمفعمة بالحيوية، ويتأتى ذلك باختيار اللقطات الجديدة والمبتكرة والزوايا غير التقليدية، وبخاصة بالنسبة لصور الشخصيات المهمة، التي يكثر نشر صورها على صفحات الصحف وفي الصحيفة ذاتها وشاشات التلفاز من يوم لأخر، ولذا، يفضل الاستعانة بفن "البيورترية" وهو الصور الشخصية اليدوية إلى جانب الصور الفوتوغرافية، بالنسبة لتلك الشخصيات الشهيرة والمهمة، وذلك درءا للملل الذي ينجم بالضرورة عن ظهورهم المتكرر وبصفة يومية على صفحات الصحف وشاشات التلفاز.

عيوب في الصور الاعلامية المنشورة بالحملات الاعلامية :

١- لا يتوافر بها عنصر حداثة المضمون سواء للصور الشخصية أو الموضوعية، فعلى سبيل المثال تنشر الصحيفة صورة شخصية لشخص ما، وهو في ريعان شبابه، في حين أنه في الواقع بلغ من العمر أرذله!! وهكذا يراه قراء الصحيفة في الواقع، وعلى شاشات التليفزيون، في حين يروونه في صحيفتهم قد استعاد صحته وعافيته.. ماشاء الله!!!

٢- لا ينبغي تكرار نشر الصورة الواحدة شخصية كانت أو موضوعية أكثر من مرة واحدة، في العدد الواحد من الصحيفة، لأنه ببساطة إن جاز نشر الخبر

أو الموضوع الصحفى أكثر من مرة فى العدد الواحد من الصحيفة، يجوز إذن تكرار نشر الصورة ذاتها فى العدد نفسه من الصحيفة، وفى الواقع نجد الكثير من الصحف العربية تكرر نشر الصورة الواحدة مرتين بل ثلاث - بخاصة صور الأشخاص - ليس فى العدد الواحد بل على الصفحة الواحدة من الصحيفة فى بعض الأحيان، الأمر الذى يعكس النظرة الخاطئة لفن الصورة الصحفية لدى تلك الصحف. وهذا يدعونى إلى التأكيد مرة أخرى على ضرورة أن يُنظر للصورة الصحفية، على أنها لا بد وأن تنقل معلومة، وإن كانت كذلك، فلا يصح بأى حال تكرار نشر المعلومة ذاتها على الصفحة نفسها أو العدد نفسه من الصحيفة.

٣- جاءت المعلومة وكأنها قد تم جمعها بينط صغير جدا، فجاءت غير مقروءة.. غير واضحة، ومن ثم لا تحقق الغرض المرجو من نشرها بالصحيفة، وقد تفرد الصحيفة مساحة معقولة للصورة الواحدة، ولكن لم يحسن المخرج ومن قبله المصور النقاط أو إخراج الصورة على نحو جيد، يمثل استغلالا جيدا للمساحة التى احتلتها الصورة على الصفحة، كأن نجد الصورة سواء الشخصية أو الموضوعية وقد فردت لها الصحيفة مساحة كبيرة، ولكن لم يتم إجراء القطع لها على نحو صحيح، فيبدو الهدف الرئيسى فى الصورة صغيرا جدا، لا يشغل سوى مساحة ضئيلة من الكادر، تاركا بقية المساحة لأهداف ثانوية لا تفيد فى توصيل المعنى المرجو من نشر الصورة، بل أنها تشوش على الهدف الرئيسى فى الكادر، باختصار يفضل دوما التركيز فقط على الهدف الرئيسى بحيث يبدو واضحا جليا ومن ثم مؤثرا وناطقا بالمعنى، مع استبعاد كل الأهداف والفراغات الثانوية التى لا تفيد فى توصيل المعنى المنشود من النقاط ونشر الصورة بالصحيفة.

وسوف نتناول ما سبق بشئ من التفصيل فى هذا المبحث المتعلق بإخراج الصورة الصحفية من حيث القطع، المساحة، الشكل، الكلام، اختيار الصورة.

(أ) إخراج الصورة الاعلامية

تختلف الصحف عموماً في طريقة تناولها للصور باختلاف أسلوبها في الإخراج، وسياسة تحريرها، وتفاوت إمكاناتها المادية والتكنولوجية فالصحف المحافظة إخراجاً وتحريراً تتميز عادة بقلّة عدد الصور وصغر حجمها، في حين أن نوعاً آخر من الصحف يبالغ في نشر الصور سواء من حيث العدد أو الحجم. وإلى جانب المبالغة في عدد ومساحة الصور، فإن الصحف التي تتسم بالإثارة تعتمد في إخراجها إلى التفنن في باقى جوانب المعالجة التيبوغرافية للصور المنشورة على صفحاتها، سواء كان ذلك من حيث القطع أو الشكل أو بإضفاء العديد من التأثيرات الخاصة على الصورة بهدف زيادة قدرتها على جذب انتباه القارئ وإثارة اهتمامه وقبل التطرق إلى مزيد من التفاصيل يجدر بنا أن نوضح ماذا يقصد بالإخراج وهو كالاتى:

المقصود بإخراج الصورة :

هو تحديد الشكل الفنى الذى تظهر به الصورة فى الصحيفة، من حيث موقعها فى الصحيفة، ومكانها داخل صفحة معينة، وأسلوب العرض أو طريقة التقديم : هل على نصف عمود أم على عمود أم أكثر، هل هى مربعة أو مستطيلة أم بأركان دائرية أم مفرغة (ديكوبيه) ؟ هل سوف تحذف أجزاء منها أم سوف تكبر أو تصغر هل سوف تضاف إلى صور أخرى لتكون صورة جديدة ذات تأثير أقوى ؟ أم ستمزج برسوم ؟ أو عنوان أو عدة عناوين؟ وإخراج الصورة الصحفية لا يقل أهمية عن إخراج العنوان أو متن الموضوع بل قد يحتاج إلى مهارة وخبرة أكثر.

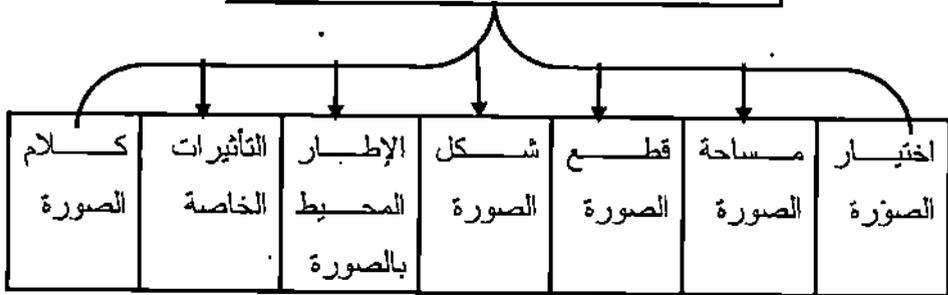
فإن تكبير صورة جيدة قد يحقق لها الوصول إلى قلب القارئ بسرعة والتأثير فى ذهنه ويظل يذكرها طويلاً أكثر من مقال كبير، كذلك فإن تصغير حجم الصورة ليتناسب مع إخراج الصفحة له أهميته أيضاً.

وإخراج الصورة ليس عملية عشوائية بل يخضع للعديد من المراحل المهمة كالآتي:

خطوات إخراج الصورة :

يمر إخراج الصورة بمجموعة من الخطوات تظهر في الشكل التالي :

خطوات إخراج الصورة الاعلامية للحملات



شكل تخطيطي يوضح خطوات إخراج الصورة الاعلامية

أولاً : خطوات إخراج الصورة :

اختيار الصورة :

يعد اختيار الصورة هو الخطوة الأولى في عملية الإخراج للصورة في الصحيفة وذلك باختيار الصورة الصالحة للنشر والذي يمكن التحقق منه عندما نرى الصورة على أنها وسيلة فن تطبيقي وليس فن جميل أى ليست فقط وسيلة للتعبير الجمالى.

فالمقصود بالصورة هنا هي الصورة المعبرة التي تنطبق بالمعنى وتكمل للقارئ متعته بالنبأ، حيث أصبحت الصورة الجيدة عملية أساسية وحيوية في حياة الصحف، مع ازدياد عنف المنافسة بين الصحف بعضها البعض من جهة وبينها وبين وسائل الإعلام من جهة ثانية، بل تطورت عملية الربط بين الصورة والنبأ، فأصبحت مهمة علمية تركز على قواعد أساسية بدون تطبيقها تصبح الصورة في واد والنبأ في واد آخر.

معايير الصورة الاعلامية الصالحة للنشر

إن اختيار الصورة الصحفية التي تصلح للنشر تخضع للعديد من الاعتبارات التي يتم بناء عليها اختيار الصورة الصالحة للنشر خاصة في ظل الثورة الرقمية الهائلة والتقدم التكنولوجي والهائل الذي جعل الصور سيلاً متدفقاً لا نهائى وأعطى فرصة للمصور الصحفى لرصد المزيد من الأحداث طوال الوقت. ولكن ليس كل ما يتم الحصول عليه يمكن نشره ولكن هناك عدد من القواعد والأطر التي استقر عليها العلماء والخبراء والمتخصصين لأسس مهمة لانتقاء الصورة التي يمكن الاعتماد عليها وتحقق نجاحاً وتكمل مهمة الصحفى وهذه المعايير هي كالتالى :

١- الحيوية

٢- التلقائية

٣- ارتباط الصورة بالحدث المعبرة عنه

٤- وضوح الصورة وقدرتها على توصيل المعنى

٥- إنسانية الصورة

٦- الناحية الجمالية للصورة.

٧- نقاء الصورة.

وستتناول هذه الاعتبارات كل على حده بالتفصيل فيما يلى :

١- الحيوية :

فلا بد أن تتسم الصورة بالوضوح وخاصة في التفاصيل الدقيقة فبدون ذلك

لن يتم عمليات حفر الصورة وتوضيحها وطباعتها بعد ذلك بنجاح.

وتشير الحيوية أيضاً إلى الصورة المفعمة بالحياة والحركة وبالتالي فهي

تشير إلى الصورة الصحفية الحقيقية، لأن الصحافة بوجه عام تعكس مختلف أوجه النشاط الإنسانى.

فالصورة الخالية من الحياة والحركة تصيب القارئ بالركود والملل، وهناك طرق ووسائل متعددة يمكن استخدامها من جانب المصور الصحفي لإضفاء الحيوية على الصورة وتجنب الركود والملل وذلك من خلال استخدام اللقطات المتنوعة غير المعادة وكذلك التنويع فى الزوايا.

وذلك لأن الصورة الصحفية يجب وأن تعبر عن التفاعل والحركة وتوضح انفعال الشخص الظاهر بها، والذي من شأنه أن يبرز عنصر الحيوية والحركة وكذلك يمكنه الإيحاء بمضمون النبأ.

٢- التلقائية :

ويقصد بالتلقائية قدرة المصور على إظهار عنصر المفاجأة فى الصورة، أى تظهر الانفعالات الطبيعية للأشخاص الموجودين فى الصورة دون التحضر للصورة، وخصوصاً فى الصور الشخصية وذلك لأن الصور التلقائية تعطى إيحاء بالحياة على الصفحة وذلك على العكس من الصورة غير التلقائية التى تضىء الجمود وعدم الحياة على الحدث أو المضمون وعلى الصفحة أيضاً، وتعتبر أكثر الصحف تلقائية هى تلك الصحف التى تعبر عن الأحداث لحظه حدوثها مثل حوادث السيارات أو القطارات دون تجهيز مسبق لها.

فى حين تنتشر بعض الصحف كثيراً من الصور التى تخلو من الحركة والحياة بل جاءت فقط لمجرد تحسين شكل الصحيفة وإعطائها مظهراً جذاباً، وعلى الرغم من أن ذلك يعد من المهام التبوغرافية للصورة على الصفحة إلا أنه يعد استخداماً فقيراً لها وتحجيماً لدورها الفعال فى نقل الرسالة الإعلامية إلى القراء جنباً إلى جنب مع الحروف.

ومن عيوب الصورة فى بعض الصحف أن الصور الشخصية تخلو من أى انفعال حيث تأتى الصورة غالباً مأخوذة لهؤلاء الشخصيات من خلال استوديوهات التصوير فلا يكون لها تأثير خاصة وأنها تخلو من تعبيرات الوجه فى الأزمان

والمسرات كالإيماءات والتكثيرات والابتسامات، مما يزيد من تأثير الصورة وفعاليتها في التعبير عن الموضوع، نظراً لقيمة هذه التعبيرات الرمزية لدى القراء. ومن العيوب أيضاً التي تستخدمها الصحف والتي تضعف من تأثير الصورة إلى حد كبير هو استخدام نفس اللقطة للشخص نفسه أكثر من مرة على صفحات العدد الواحد أو في أعداد متقاربة ومن المعروف أن الصور المفعمة بالحياة تتركز في صفحات الرياضة والفن وغيرها من الصفحات الخفيفة.

٣- الناحية الجمالية للصورة :

الصورة الصحفية الجيدة هي التي يتميز سطحها بالمعان الذي يعكس أكبر قدر من الأشعة، وبوجود تباين بين أضوائها وظلالها، وليس المقصود بالتباين هو مجرد تجاوز المساحات البيضاء والسوداء، وإنما المقصود هو تدرج الظلال تدرجاً دقيقاً مع قدر من التفاوت بين البياض والسواد، وذلك لإبراز ملامح الوجه وتفاصيل الأشياء.

ويفضل استخدام الصور المتوسطات الدرجات عن الصور الداكنة حيث تصبح الصورة على قدر كبير من الإتقان والقوة، وذلك لأن النسخة تفقد من قوتها بعد الطبع، وخصوصاً التكبير الذي يظهر عيوب الصورة على العكس من التصغير الذي يعطى غالباً نتائج جيدة.

ولقد وجد أن الطباعة بالطريقة البارزة تؤدي إلى عدم وضوح الصورة، في حين يمكن الحصول على صورة أكثر وضوحاً وأخف حدة بسهولة من خلال استخدام نظام (الأوفست) في الطباعة.

٤- وضوح الصورة وقدرتها على توصيل المعنى :

ويمكن تحقيقه إلى أقصى درجة في الصورة الخالية من الأشخاص، فهو يشير إلى الصور ذات الدلالة أي الصور التي تهدف إلى توصيل معنى معين للقارئ وتحقق هذه الصورة جذب انتباه القارئ ودهشته، فالقارئ يتجنب من رؤيته

لبعض الأشياء على غير المعتاد، لذلك تحتاج هذه الصور إلى كلمات أكثر تشرح ما تحمله الصورة من معانٍ كامنة وتزيد من دهشة القارئ.

وترجع قيمة هذا النوع من الصور إلى القيمة الفعلية والمعنوية والأدبية العميقة، وليس معنى ذلك أن كلا من هذه الصور يحمل معنى منفرداً واحداً، فالتناس يرون بذاكرتهم وأهوائهم، لكي يرون بعيونهم، مما يجعل ثمة اختلافاً فيما بينهم من حيث المعاني التي يخرجون بها من الصورة نفسها.

٥- إنسانية الصورة :

إن المصور الصحفي النابه هو الذي يحرص على الاهتمام بالجانب الإنساني للصورة لأن الاهتمام بالجانب الإنساني في الصورة يزيد من قيمة الصورة ويعمل أيضاً على جذب عدد كبير من القراء.

ويمكن لصورة واحدة أن تحمل في طياتها الجانب الإنساني أن تتسبب في أحداث وقرارات مصيرية ومثال على ذلك تلك الصور التي نشرتها بعض الصحف للإساءة عن الرسول محمد صلى الله عليه وسلم وأثرها البالغ في إيقاظ الضمير العالمي بغض النظر عن حاجز اللغة لدرجة جعلت الجمعية العامة للأمم المتحدة تدين هذه الصور، كما تمت مقاطعة المنتجات وتجميد العلاقات الدبلوماسية بين الدول الإسلامية ودولة الدنمرك.

وليس معنى ذلك أن يفرق الصحفي في تصوير المآسي الدامية، فيعرض صور الضحايا والمنكوبين عرضاً مثيراً، إذ أن هناك عاملاً آخر لا يقل أهمية وهو للذوق السليم، فالصور الفظيعة البشعة كالجرائم الوحشية والحوادث المروعة وصور جثث القتلى والجرحى والمشوهين تبعث على الاشمئزاز والنفور والتقزز.

وعادة ما يظهر هذا النوع من الصور التي تتسم باللمسة الإنسانية على صفحات صور المعارضة السياسية وذلك من أجل جلب السخط وإثارة الجماهير ضد الحكومة والحزب الحاكم.

ورغم التأثير الذى قد تحدثه هذه الصور ذات اللمسة الإنسانية إلا أن الإكثار من نشرها فى الصحف قد يؤدي إلى نتيجة عكسية حيث ينفر القراء من هذه الصور والصحيفة، بالإضافة إلى أن هذا الأمر لا يتفق مع الأخلاقيات الخاصة بالصورة الصحفية.

٦- ارتباط الصورة بالحدث المعبرة عنه :

إنه لمن المهم جداً أن تكون الصورة الصحفية مرتبطة ارتباطاً وثيق بالحدث أو المضمون الذى تصاحبه ويجب أن تضيف جديداً أيضاً، وذلك لأن الصورة التى لا ترتبط بالموضوع أمر غير مقبول، وفى هذه الحالة يكون نشر هذه الصورة إجراء يضيع مساحة غالية من الصفحة التى كان يمكن استغلالها فى نشر عناصر أخرى.

وإن كان يمكننا أن نتنازل فيها عن الحيوية والثقافية إلا أننا لا يمكننا أن نتنازل عن ضرورة احتواء الصورة على معلومة وإلا ستصبح عنصر دخيل على الموضوع.

وهو الأمر الذى لا ينال عناية بعض الصحف ، إذ تلجأ الصحيفة أحياناً إلى وضع صورة شخصية وموضوعية تحتل مساحات كبيرة، وهى لا تمت بصلة للموضوع المصاحب لها على الصفحة، وقد ينجم ذلك الإجراء نتيجة لاختصار الموضوع دون النظر إلى الصور المصاحبة، كأن يقوم المحرر ببتز جزء من الموضوع يحمل أقوال شخصية معينة إزاء الموضوع الصحفى فى حين يغفل المخرج عن استبعاد صورة هذا الشخص من بين الصور الشخصية المدرجة للنشر بمصاحبة الموضوع.

٧- نقاء الصورة :

يجب أن تكون الصورة الصحفية التربوية خالية من الشوائب نقية ليس بها مشاهد مرفوضة مثل صورة شارب الخمر أو صورة لسيدة عارية الثياب تثير

الغرائز أو صورة لغمز أو لمز أو صورة لرجل أخرج لسانه أو صور ساخرة للرموز الدينية أو السياسية حتى لا تؤثر تلك الصور المرفوضة سلباً عن الأطفال ليقلدوها أو على المشاهد العادي لتحدث له الاشمئزاز.

ثانياً : مساحة الصورة :

تعد المساحة التي تشغلها الصورة على الصفحة من العناصر المهمة والضرورية والتي ترتبط أيضاً ارتباط وثيق بالتأثير المطلوب إحداثه على القارئ عند رؤيته لهذه الصورة.

وهناك مجموعة من الاعتبارات التي تؤثر في تحديد مساحة الصورة على الصفحة بصورة مباشرة.

وهذه المتغيرات هي :

١- قيمة الصورة :

يجب أن يتم تحديد المساحة التي تشغلها الصورة على الصفحة وفقاً لأهمية الصورة وليس تبعاً للمساحة المتاحة على الصفحة، وذلك حتى تؤدي الصورة الوظيفة المطلوبة منها وتحدث الأثر المرجو في نفس القارئ.

إما إذا تم اختيار مساحة الصورة وفقاً للفراغ المتاح على الصفحة فهذا يؤدي إلى فشل الصورة في إحداث التأثير المطلوب منها.

٢- موقع الصورة :

إن موقع الصورة في الصحيفة يؤثر على المساحة المحددة لها فمساحة الصورة في صفحات الفن والرياضة يختلف عن مساحتها في الصفحات الجادة، فمن المعروف أن الصفحات الترفيهية مثل صفحات الفن والرياضة تميل إلى استخدام الصور ذات المساحات الكبيرة، ونفس السمة موجودة في صفحات التحقيقات وذلك لأنها تعتمد على مشاهدة الجمهور، والتأكيد على أهمية التحقيق.

وذلك على العكس من الصفحات الجادة والتي لا تميل إلى استخدام الصور على مساحات كبيرة.

٣- القراءة الواضحة :

من المهم أن نتضح انقرائية الصورة، لأن الصور التي يعجز القارئ عن قراءتها وإدراك التفاصيل الموجودة بها غير صالحة للنشر، ووضوح القراءة أهم من التأثير.

ولكن هل المساحة المخصصة للصورة تعطى تأثيراً لدى القارئ؟ فالصورة الشخصية إذا نشرت بحجم كبير في بعض الظروف يكون تأثيرها على القارئ أشد وبخاصة إذا كانت تعبيرات الوجه تتماشى مع اتجاه الموضوع لذا ينصح التيبوغرافيين بتكبير الصورة بسخاء.

ويجب مراعاة نقطة مهمة في عملية التصغير والتكبير وهي أنه لا يتأثر مظهر الصور بعد طبعها ونشرها بالمجلة من جراء عمليتي التصغير والتكبير مع استثناءات بسيطة حيث أن الصورة التي تصور وبها عيوب تبرز عيوبها بشكل واضح إذا تم تكبيرها ولهذا لا بد أن يراعى في تكبير وتصغير الصورة الجودة النهائية لها بعد الطبع.

٤- نوعية الصورة : تختلف المساحة المستخدمة في الصور الشخصية عن المساحة المستخدمة في الصور الموضوعية ولكن عموماً فإن مساحة الصورة موضوعية كانت أم شخصية لا تخرج عن فئات ثلاث :

- (أ) أن تنشر الصورة باتساع العمود الواحد، وغالباً ما تكون هذه الصورة شخصية.
 - (ب) أن تنشر باتساع أكبر من العمود (عمودان فأكثر) ومعظم الصور الموضوعية على هذا الاتساع.
 - (ج) أن تنشر الصورة باتساع نصف العمود، وهنا تسمى مثل هذه الصور الإبهامية وهي صورة شخصية في المقام الأول.
- مما سبق يتضح أن الصور الموضوعية تحتاج إلى مساحة أكبر نوعاً ما

من الصور الشخصية، فالصور الموضوعية تزيد مساحتها عن العمود الواحد على عكس الصور الشخصية التي عادة ما تشغل عمود واحد والتي يسهل على القارئ إدراكها.

أما الصور الموضوعية غالباً ما تحتوى على تفاصيل عديدة ودقيقة يتطلب إبرازها وسهولة إدراكها مساحة أكبر تسمح لها بتحقيق ذلك الهدف البصرى فضلاً عن توافر رغبة الصحف عادة في استخدامها كعنصر إثارة، مما يدفعها إلى فرد مساحات أكبر لها على صفحاتها، ويتفق التيبوغرافيين على أن الصورة الموضوعية التي تزيد مساحتها عن عمود واحد يجب تجنب نشرها على الإطلاق. ومن الأمور التي يجب اجتنابها أيضاً هي نشر الصور على مساحة لا تتجاوز العمود وهذا يفقدها تفاصيلها ووضوحها، وبالرغم من أن بعض الصحف قد تتخذ هذا الإجراء بغية كسر حدة رمادية المتن إلا أن ذلك يفقد الصورة قدرتها على توصيل الرسالة الإعلامية المطلوبة.

وفيما يتعلق بالصورة الشخصية فهي تنتشر على عمود واحد، ولكن بعض الصحف كما سبق وذكرنا تستخدم الصور الإبهامية وهي التي لا تزيد مساحتها عن نصف العمود والتي أثارت جدلاً بين التيبوغرافيين إذ يرى البعض أن الصور التي لم تستحق النشر على عمود لا تستحق النشر على الإطلاق، في حين يؤيد البعض الآخر نشرها على أساس أنها تساهم في كسر حدة الرمادية التي تصفها سطور المتن المتراكمة.

ومن المعالجات المستخدمة للصور الإبهامية وصفها متمركزة وسط اتساع العمود، مع ترك النصف المتبقى بياضاً على الجانبين ولهذا الاستخدام فوائد كثيرة في نظر البعض فهو يجنب وضع سطور المتن المجاورة بما تسببه من إرهاق للقارئ في أثناء قراءتها، كما أن البياض على الجانبين يجذب الانتباه أكثر للصورة مما يزيد من تأثيرها.

٥- السياسة الإخراجية للصحيفة :

وهي تعد جزء لا يتجزأ من السياسة التحريرية للصحيفة، فهناك الصحف التي تنتهج الإثارة الإخراجية عموماً، وفيها عادة ما تفرد مساحات ضخمة للصور والعناوين المنشورة على صفحاتها على حساب المساحات المخصصة لحروف المتن وهذا على عكس الصحف المحافظة التي تتعامل بحرص شديد مع الصور والعناوين والألوان وغيرها، في حين تنتهج الصحف المعتدلة نهجاً وسطاً بين الاتجاهين.

٦- أهمية الموضوع :

هناك علاقة وثيقة بين أهمية الموضوع وبين المساحة المجددة للصورة الخاصة بهذا الموضوع وكلما كان الموضوع مهماً وحيوياً احتاج إلى صورة كبيرة في مساحتها والعكس.

٧- وجود أكثر من صورة على الصفحة الواحدة :

في بعض الأحيان يتم استخدام أكثر من صورة في الموضوع الواحد في الصفحة، أو أكثر من صورة في موضوعات مختلفة على الصفحة الواحدة. وفي هذه الحالة فإن الموضوع الرئيسي تنشر صورته على مساحة كبيرة تعبير عن سيادة الموضوع ومكانته، وذلك أيضاً تمييزاً له عن المواضيع الفرعية الأخرى.

أما إن كان الموضوع الواحد به أكثر من صورة فإن الصورة التي تمثل الفكرة الرئيسية ينبغي أن تكون أكبر من الصور الأخرى وذلك لخلق نوع من التباين يؤدي إلى الوضوح والإبراز.

وينبغي الابتعاد عن الصور المتساوية في الحجم، حتى لو كانت كلها كبيرة المساحة، لأن ذلك يضعف من تأثير كل منها، كما أنها توحي بأن المخرج لا يمتلك دليل على أن إحداها أفضل من الأخرى، ولا ينبغي ترك الأمر للقارئ ولا تستخدم

إحدى الوسائل الإخراجية الفعالة، وهى التباين فى الحجم حيث إنها تعد مؤشراً مهماً على أهمية الصورة.

ثالثاً : قطع الصورة :

الصورة شأنها شأن القصص الخبرية والمقالات التحريرية قد تكون طويلة جداً أو قصيرة جداً، فالأخيرة يجب أن تحرر لتقول فقط ما ينبغى أن يقال، وتعاد صياغتها لتؤكد فقط على ما ينبغى أن يعرفه القارئ، كذلك بالنسبة للصور يجب إجراء القطع كى يتم تركيز انتباه القارئ على الجزء المهم فى الصورة.

والمفهوم الصحيح لعملية القطع يتضح من خلال مرحلتين مهمتين يقوم

بهما المخرج الاعلامي:

١- أن يفرق المخرج بين نوعين من الصور، الصور الفوتوغرافية photograph والتي تعتمد جودتها على الإضاءة السليمة وضبط الصورة فى بؤرة العدسة، والصورة الاتصالية picture وتعتمد جودتها على قدرتها على تأدية وظيفتها الاتصالية.

٢- بعد أن يكون المخرج قد وجد الصورة الاتصالية داخل الصورة الفوتوغرافية، يجب قطع أى أجزاء من الصورة لا تمثل شيئاً حيوياً فى هذه الصورة.

القطع فى الصور الموضوعية :

بالنظر إلى قطع الصورة الموضوعية فى الصحف لوحظت مجموعة من

الظواهر :

الإبقاء على مساحات وأشكال ليست ذات أهمية بالنسبة للموضوع الأساسى

فى كثير من الصور الموضوعية وهو ما يعرف بالقطع الفضفاض فتأتى الصورة ضعيفة فى التأثير، أو قطع أجزاء مهمة بالنسبة للمضمون وكأن يتم القطع من أسفل رؤوس الأشخاص الظاهرين بجزء يسير وفى ذات الوقت يبقى جزء كبير من الخلفية لا قيمة له.

وقد يقوم بعض المخرجين بقطع الصورة بطريقة ينجم عنها اتجاه الحركة للمنظر الظاهر فيها، بالإضافة إلى القطع الذي ينجم عنه بتر رؤوس بعض الأشخاص الظاهرين.

القطع فى الصور الشخصية :

بالنسبة إلى القطع فى الصور الشخصية فى الصحف لوحظ ما يلى:
الإبقاء على مساحات خالية على جانبى الوجه الظاهر فى الصورة لا أهمية لها مما يجعل الصورة تأخذ شكل المستطيل الأفقى، أو قد يتم ترك جزء من الكتفين والصدر ومساحة خالية فارغة على جانب الوجه مما يجعل الوجه يبدو صغيراً ويسلبه فاعليته وتأثيره.

وأهم ما يمكن عمله فى الصورة الشخصية إزالة ما هو زائد، ويرى بعض التيبوغرافيين أنه عند قطع الصورة الشخصية يجب أن تترك مساحة فى أعلى الصورة وعلى جانبيها ويكون هذا الإجراء مريحاً عندما تكون الأنف فى منتصف مساحة الصورة، أو أعلى قليلاً.

وفى النهاية يجب أن ندرك أن هناك بعض الأمور الواجب مراعاتها فى إجراء القطع وهو أن وجود مساحة خالية فى الصورة تقدم مضمون الصورة بطريقة إيجابية.

كما يجب التفريق بين نوعين من القطع :

١- القطع الروتينى :

والذى يقوم بحذف الزوائد.

٢- القطع الخلاق :

وهو الذى يقوم بتعريف القارئ بأن هذا الجزء من الصورة هو محور الخبر.

رابعاً : شكل الصورة :

يقصد بشكل الصورة الشكل الهندسى الذى تظهر عليه الصورة بعد طبعها وتختلف الأشكال التى تتخذها الصورة ما بين المستطيل والمربع والدائرى

والبيضاوى، بالإضافة إلى الأشكال غير المألوفة التى تظهر عليها الصورة فى بعض الأحيان، وتكون نتاجاً لتفكير المخرجين الصحفيين حتى تناسب هذه الأشكال ما تصحبها من موضوعات.

وعملية تحديد شكل الصورة لا تخضع لرغبة المخرج بشكل مطلق فمضمون الصورة يحد من ذلك فى أحيان كثيرة، فلا يمكن وضع صورة لشكل مربع فى إطار مستطيل إلا إذا جاء ذلك على حساب القطع الصحيح للصورة الذى يظهر تفاصيلها كاملة.

وبمعنى آخر يمكن القول أن شكل الصورة هو :

التخطيط الذى تكونه الحواف الخارجية للصورة outline ويوكل لشكل الصورة دور كبير فى زيادة قدرتها على جذب الانتباه، وهو ما قد يدفع بعض المخرجين إلى التفنن فى شكل الصورة، سعياً وراء تحقيق قدر أكبر من جذب الانتباه.

الأشكال الهندسية للصورة :

١- هناك عدد من الأشكال الهندسية التى تم الاستعانة بها فى إخراج الصورة الصحفية وهذه الأشكال تنحصر بين الأشكال المربعة أو المستطيلة أو حتى الدائرية نهاية بالأشكال المفرغة (الديكوبيه) ويمكن التطرق إلى كل شكل من هذه الأشكال بمزيد من الشرح كالاتى :

أ-المستطيل :

اتخذت معظم الصور فى الصحف العربية الشكل المستطيل سواء الأفقى أم الرأسى، ويبين أن استخدام هذا الشكل يرجع إلى الحرية التى يتيحها للصحف فى استخدامه بشكل طولى أو عرضى حسب ما يترأى للمخرج الصحفى وحسب ما يفرض الموضوع ومضمون الصورة نفسها كما أن الشكل المستطيل هو أقرب الأشكال الهندسية تحقيقاً للنسبة الذهبية golden rectangle وتقضى النسبة الذهبية

التي توصل إليها اليونانيون بأن أكثر الأشكال راحة للعين هو الشكل الذي تقترب أبعاده من نسبة ٣ : ٥ ومضاعفاتها.

وهناك وجهة نظر أخرى تقول بأنه كلما ابتعدت الصورة عن النسبة الذهبية كلما زادت حيويتها وحركتها التي تضيفها على الصفحة، نظراً لشكلها غير المألوف بالنسبة للقارئ مما يؤدي إلى جذب انتباهه.

والمستطيل يساعد على توصيل مضمون الصورة ببساطه، كما يعد المستطيل أفضل من المربع لأنه في حالة المستطيل يكون لدى المصمم حرية مطلقة في استخدام المساحة طولياً أو عرضياً، ويتوقف تفضيل المخرج لأحد ضلعي المستطيل على الآخر على عامل مهم وهو علاقة المسطح الأفقي للمنظر بارتفاعه فالوضع الأفقي يمثل زيادة الأول عن الثاني في حين يمثل الرأسى زيادة الثاني عن الأول.

وللمستطيل عدة أشكال هي كالاتى :

١- المستطيل الأفقى :

الأكثر شيوعاً فى الصور الإخبارية، وهو الأقرب إلى الواقع.

٢- المستطيل الرأسى :

الأكثر مرونة وديناميكية، حيث يقوم بعملية خداعية فى تصميم الصفحة نظراً لعمقه الرأسى داخل الصفحة، فتبدو الصورة الرأسية كما لو كانت مصاحبة لأى موضوع مجاور لها.

ولقد وجد أن المستطيل الأفقى يغلب على الصور الموضوعية يليه المستطيل الرأسى فى حين تأتي بعض الصور فى الشكل المربع أو القريب منه على صفحات بعض الصحف ومنها الصفحات الرياضية فتجئ فاترة وجامدة وهو ما لا يتناسب مع طبيعة الأحداث الرياضية التي تموج بالحيوية والحركة والنشاط، ومن الملاحظ أن الصور الشخصية قد تأخذ شكل المستطيل الأفقى أحياناً وهو ما لا يتناسب بالطبع مع الشكل الطبيعي للوجه.

وغالباً ما يتم ذلك بسبب شيئين:

١-القطع الخاطئ :

عن طريق استئصال جزء من الناحية العلوية للرأس مع القطع من أسفل الرقبة وبذلك يتبقى جزء بسيط من الكتفين ومساحة فارغة على جانبي الوجه، وهذا يعطى الصورة شكل المستطيل الأفقى.

٢-تحقيق درجة عالية من الوضوح للشخص الموجود فى الصورة :

وذلك عن طريق تكبير الصورة وإجراء القطع فوق الحاجبين وأسفل الأنف وهنا الصورة تأخذ شكل المستطيل وبالتالى تصبح جذابة لخروجها عن المألوف.

٢-الصورة المقوسة الأركان :

تستخدم فى العديد من الصحف وهو إجراء يعاب عليها لاستخدامها لها على كافة الصفحات سواء الصفحات الجادة أو الخفيفة، وهذا يدل على عدم مراعاتها لطبيعة الصورة المقومة، لأنه يفضل استخدامها فقط على صفحات الفن والأدب والرياضة فى حين لا يفضل تلك الاستخدام على الصفحات الإخبارية والتحقيقات.

والصحف تستخدم هذا النوع من الصور على سبيل التنويع مع الصور ذات الحواف الحادة المستقيمة، بالإضافة إلى أن الصور المقوسة الأركان تحقق نوعاً من الجمع بين طابع القوة الذى تمثله الخطوط المستقيمة وطابع الرشاقة والليونة الذى تحمله الخطوط المنحنية وذلك إلى جانب توفيره للمزيد من الوضوح.

وهناك بعض الأخطاء التى قد تحدث عند استخدام الصور المقوسة الأركان حيث تأتى الصورة صغيرة فيتم تقويس أركانها بدرجة كبيرة مما يفسد منظرها ويجعلها تقترب من الشكل البيضاوى، أو يتم تقويس ركنين متقابلين فقط من الصور، ورغم ما يحققه ذلك من تنوع داخل أشكال أركان الصورة الواحدة إلا أنه يعد تكلفاً من المخرج ليس له مبرر.

٣- الأشكال الدائرية ومشتقاتها :

وقد تتخذ الصورة الصحفية الشكل الدائرى، وبالرغم من أن الدائرة قد تبدو ظاهرياً فقيرة، إلا أنها غنية جداً، لاحتوائها على إمكانية خلق اشتقاقات كثيرة منها الشكل البيضاوى الذى يتسم بميزة المستطيل وهى إمكانية اتخاذه أحد الوصفين الرأسى والأفقى، بالإضافة إلى أنه أحد الأشكال المريحة للعين لخروجه عن الانتظام الهندسى المألوف، ولقد ارتبط الشكل البيضاوى بالصور الملتقطه قديماً عند بداية ظهور صور التصوير الضوئى، لذلك فإن بعض الصحف تنشر صور الشخصيات التاريخية بحيث تكون بيضاوية الشكل للإيحاء بالقدم.

وتعد الدائرة من الأشكال التى يسهل رؤيتها أكثر من غيرها، وقد قاس علماء النفس كمية الطاقة العصبية التى تتطلبها رؤية الهياث فوجدوا أن الدائرة هى الأسهل، وهذا دليل على قوة الأشكال الهندسية البسيطة وتمتلك الدائرة قوة ديناميكية فى الخط والوضع، فالخط الخارجى للدائرة لا يملك أى قوة استقرارية وهو يعطى شعور بالحركة مما يوفر قوة جذب أكبر من الأشكال الاستاتيكية.

وبالرغم من كل ما سبق فإن هناك عدة ملاحظات على الشكل الدائرى:

الشكل الدائرى يعد أكثر الأشكال صعوبة فيما يتعلق بالتحكم فى العناصر المكونة للصورة بداخلها، ففى الصور ذات الشكل الرباعى يسهل على المخرج أن يقطعها من طرف واحد أو طرفين أو أكثر بحيث يحذف أى أجزاء غير مرغوب فيها، والأمر يختلف بالنسبة للصور الدائرية، فإذا حدد محيط الدائرة العناصر المطلوب إبرازها فى أعلى الصورة وأسفلها فإنه قد يظهر على جانب الصورة مناطق يحسن استبعادها، ولكن المشكلة هى أن تقطع حواف الدائرة تفاصيل مهمة فى الصورة سواء الشخصية أو الموضوعية، ولا شك أن هذا ينتج عن كون الصورة كبيرة المساحة فى حين أن محيط الدائرة المطلوبة صغيرة نسبياً مما يؤدي إلى الاستغناء عن أجزاء مهمة من الصورة.

كما نلاحظ أيضاً إسراف بعض الصحف في الاعتماد على الصور الدائرية وهو الأمر الذي يجب تجنبه وذلك لأنه يؤدي إلى إضاعة الهدف المقصود من وراء استخدام الشكل الدائري.

وفى بعض الأحيان قد تقوم باستخدام عنصر آخر كعنوان بشكل مستطيل اعتقاداً منها بأن التكوين الدائري فقير.

وفى بعض الأحيان قد يتم وضع صورتين شخصيتين فى شكل دائرة بحيث يحتل كل منهما نصف الدائرة رأسياً ويعد هذا إجراءً وظيفياً عندما يأتى فى موضوع عبارة عن مواجهة بين الشخصين داخل الدائرة، مع مراعاة أن يكون اتجاه الحركة فى الصورتين متقابلاً.

وهناك أشكال أخرى :

الصورة الديكوبيه :

ومن أكثر أشكال الصور لفتاً لنظر القارئ الصورة المفرغة خلفيتها (الديكوبيه) حيث يتم قص الحواف حول موضوع الصورة لحذف الخلفية المحيطة به لتظهر هذه الخلفية بيضاء عند الطبع وتتميز الصورة المفرغة بإيرازها لعنصر الحركة.

ونظراً لما تمثله الصور مفرغة الخلفية من رشاقة وسلاسة وليونه، حيث تحتوى الصورة على منحنيات عديدة، فإنه يفضل استخدامها على الصفحات الخفيفة فى حين يكون من غير المناسب استخدامها على الصفحات الجادة، ومن ثم يؤخذ على بعض الصحف استخدامها فى بعض الأحيان على الصفحات الإخبارية أو صفحات التحقيقات السياسية، حيث يستحسن الحفاظ على الخطوط المستقيمة للصور التى تتناسب حداثتها مع الطبيعة الجادة لمثل هذه الصفحات.

ويجب على المخرج أن يتجنب تفرغ خلفية الصور ذات الحواف البيضاء أو الباهتة، لأن هذه الحواف سوف تختلط ببياض الصفحة حولها فتصبح معالم الصورة عند الحواف.

ولتجنب هذا الأمر تلجأ بعض وسائل الاعلام إلى الأساليب التالية :

- تسويد حواف الصورة.
- استبدال أرضية رمادية شبكية بخلفية الصورة الباهتة
- التفريغ الجزئي للصورة بهدف توفير مساحة على الصفحة.
- استبدال أرضية من ورق (الجريزيه) بخلفية الصورة الباهتة.

المثلث :

وهناك أشكال هندسية أخرى مثل المثلث الذي تستخدمه الصحف مع الصور والموضوعية الكبيرة بحيث يكون الجزء المراد إبرازه في منتصف المثلث حيث تزيد المساحة، ولكن يعيب على هذا الشكل إظهاره لعناصر غير مستهدفة من الصورة خصوصاً عند التقاء الأضلاع.

ويعيب بعض التبيوغرافيين على استخدام المثلث مع الصورة الشخصية لأنه لا يتلائم مع أبعاد الوجه الإنساني، مما يوحى بالتكلف وعدم الراحة. شبه المنحرف :

يعد شبه المنحرف من الأشكال التي قد تستخدمها الصحف أيضاً، ولقد أصبح الأمر سهلاً عليها بعد استخدام الطريقة الملساء، ولكن يعيب هذا الشكل زيادة المساحة المتاحة في جانب وضيقها في الجانب الآخر. وهناك أيضاً ما يسمى بالصور ممزقة الجوانب، وغالباً ما يستخدم هذا الشكل للصورة لإعطاء دلالة معينة.

كلام الصورة

على الرغم من القول الشائع بأن الصورة تتحدث عن نفسها، فإن القارئ يحتاج في أغلب الأحوال حين يطالع صورة صحفية إلى تعليق بسيط ييسر فهمها، بل يوكل بعض التبيوغرافيين للكلام الأهمية الكبيرة التي تحتلها الصورة على الصفحة، على أساس أن صورة مع تعليق من عشر كلمات قد تعادل في قيمتها ما تشغله من مساحة على الصفحة.

وهكذا يحتاج القراء إلى كلام الصورة ليعرفوا من فى الصورة ؟ وعن أى شىء تدور ؟ فعلى الرغم من أن الجريدة أو المجلة - بطبيعة الحال - تنتشر صوراً عديدة لرجال سياسية ورجال فن وشخصيات من المجتمع يمكن تمييزهم بسهولة بواسطة القراء نجد أن هناك قاعدة صحيفة هامة تقول : لا تدع صورة فى الصحيفة بدون كلام أو تعريف حتى لو لم يتعد مجرد سطر واحد يحمل اسم صاحب هذه الصورة.

فلا يجب على المحرر أن يقلع عن كتابة كلام الصورة اعتقاداً منه بأن القراء قادرون على تمييز هذه الشخصيات المشهورة أو الأماكن المعروفة، وذلك لأننا نعيش فى عصر العولمة والسرعة فيمكن أن نرى أكثر من وجه جدي فى اليوم الواحد، مما يجعل من قدرة القارئ على التعرف على كل الشخصيات المشهورة والتمييز بينها أمر بالغ الصعوبة.

وكذلك الصور الإخبارية هى الأخرى فى حاجة إلى تعليق يوضح بعض جوانبها أو يلفت نظر القارئ إلى عنصر ما كان ليلتفت إليه أو يفهمه، حتى الصور الجمالية التى لا تحوى أية قيمة إخبارية تحتاج إلى كلمات تصاحبها، تشير إلى بعض النواحي الفنية فيها، حيث إن كلام الصورة لا يعرف بالأشخاص ويفسر العلاقات فحسب، بل يحدد وقوع الحدث الذى جمدته الصورة فى لحظة ما، ويشير إلى تفاصيل دقيقة فى الصورة ويحاول أن يستخرج منها معانى معينة.

ويجب أن نؤكد على أن كلام الصورة ينبغى أن يكون مقتصراً ومركزاً يدخل فى الموضوع بصورة مباشرة دون مقدمات أو تفاصيل لا أهمية لها ولكن ليس مفهوم التركيز هنا هو الإخلال الذى قد يكون له نتيجة سلبية كأن يثير الحيرة فى نفس القارئ أو التساؤل لعدم تمكنه من فهم الموقف الموجود فى الصورة.

من يكتب كلام الصورة ؟

ليس هناك من قاعدة ثابتة تحدد ذلك ولكنه يتنوع من صحيفة لأخرى :

١- المصور الذى يلتقط الصورة.

٢- محرر الصورة picture editor

٣-سكرتير التحرير التنفيذي

٤-المحرر الذى يكتب القصة الخبرية

٥-المراجع

٦-أحد المحررين بصالة التحرير

أنواع كلام الصورة :

هناك أربعة أنواع وأشكال رئيسية للكلام أو التعليق المصاحب للصورة وهى :

١- كلام أو تعليق يصف صورة هى جزء من قصة إخبارية تجرى أحداثها داخل الصورة، وهنا ينبغى أن يكون مختصراً.

٢- كلام يصف صورة تنشر فى صفحة وتنتشر قصتها الإخبارية أو موضوعها الصحفى فى مكان آخر من الجريدة أو المجلة وهنا ينبغى أن يكون مفصلاً موسعاً، وأن يشار بشكل تذكيرى إلى القصة الخبرية أو الموضوع والصور الأخرى إذا كانت موجودة.

٣- كلام يصف صورة لا ينشر معها موضوع أى يكون هو التعليق الوحيد المصاحب لها لذلك ينبغى أن يكون شاملاً كاملاً، يضم كل الحقائق التى تعبر عنها الصورة.

٤- كلام يصاحب صورة تصف قصة إخبارية وليس هناك حقائق كافية بداخلها تجعلها تقف بمفردها بدون صورة وتصلح للنشر، لذلك ينبغى التوسع والتفصيل فى كلام الصورة بحيث يكون وافياً وقد يضم اقتباسات من الأحاديث التى دارت بحيث يعرف القارئ بكل أبعاد الصورة.

المعالجة التحريرية لكلام الصورة :

يشترك فى ذلك مصمم الصحيفة وصالة التحرير، حيث يجب أن يكون كلام الصورة قصيراً قدر الإمكان، فمن الأمور المضیعة للوقت والمسببة للقلق أن

يذكر كلام الصورة الكثير من التفاصيل التي تحتوى عليها القصة الخبرية المصاحبة للصورة، فالصورة وكلامها يجب أن يقودا القارئ إلى القصة الخبرية وهذا لن يحدث بالطبع إذا كانت الفقرة الأولى من القصة الخبرية مجرد صدى لكلام الصورة المصاحبة لهذه القصة، وبالتالي يحسن ألا يكرر كلام الصورة شيئاً ذكر في متن الموضوع المصاحب للصورة.

المعالجة التيبوغرافية لكلام الصورة :

تشمل جوانب المعالجة التيبوغرافية للصور الصحفية عدة جوانب أساسية هي:

١- الموضع

٢- اتساع الجمع

٣- حجم الحروف وكثافتها

٤- الأرضية

٥- البياض بين الصورة وكلامها

وستتناول كل جانب بالشرح والتفصيل على حدة فيما يلي :

١- الموضع :

أثبتت الممارسة الصحفية أن كلام الصورة يمكن أن يأخذ أكثر من موضع بالنسبة للصورة المصاحبة، فقد يوضع في أعلاها أو في أسفلها أو على أحد جانبيها أو يفرغ داخل الصورة، وللمخرج الصحفى حرية كاملة فى اختيار الموضع الذى يحتله الكلام، ولكن بشرط أن يضع نصب عينيه دائماً أن تكون الصورة وكلامها وحدة بصرية واحدة بحيث لا يفقد القارئ أبداً الرابطة بينهما.

فكلام الصورة يجب أن يكون قريب منها، وأن يسير فى اتجاه حركة العين على الصفحة بحيث يقبها الإرهاق والإرباك.

ومن أكثر مواضع كلام الصورة انتشاراً فى الصحف هو وضع كلام الصورة أسفلها وهذا هو الموضع المناسب لأنه يتفق مع مسرى العين، فالعين تشاهد الصورة أولاً ثم الكلام أسفل الصورة.

ومما يعيب هذا المكان أحياناً هو أن تضع الصحيفة كلام الصورة في إطار أسفل جزء متوسط منها مع استغلال الأجزاء السفلى الموجودة على يمين كلام الصورة ويساره لعنصر المتن.

وفي الواقع فإن هذا الإجراء يتسم بعييبين أساسيين هما :

١- أن وضع كلام الصورة في إطار يؤدي إلى جعله عنصراً مستقلاً عن الصورة، ولا يحقق الترابط العضوي معها، والذي يعد في النهاية جزءاً مكماً لها.

٢- إن إحاطة كلام الصورة بالمتن يؤدي للقارئ إلى اعتباره جزء من المتن وذلك رغم فصله عن المتن بإطار.

ومن هنا يحسن التخلي عن مثل هذا الإجراء، واتخاذ المكان الطبيعي لهذا الكلام بأن يوضع بطريقة أفقية أسفل الصورة.

وفي الوقت نفسه تلجأ بعض الصحف إلى وضع الكلام في أعلى الصورة وهو من المواضيع التي يجب تجنبها، حيث يكون الكلام بذلك كماً مهملاً.

فعين القارئ تنجذب إلى الصورة ذات النقل الأكبر وتطالعها من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار، وهنا قد لا تعود العين في حركة عكسية لقراءة الكلام الموجود في أعلاها.

وأحياناً أخرى، تضع الصحف الكلام على أحد جانبي الصورة، وفي هذه الحالة يكون أمام المخرج الصحفي أحد احتمالين، إما وضع الكلام على يمين الصورة أو على يسارها.

وتخضع بين الموضوعين لثلاثة اعتبارات أساسية هي:

١- اتجاه الحركة.

إن وجود اتجاه حركة في الصورة يستدعي وضع الكلام بجانب الصورة بحيث يتفق واتجاه الحركة بها.

٢-المسرى الطبيعى لعين القارئ :

ويمكن الوصول إليه فى حالتين هما عدم وجود اتجاه حركة قوى فى الصورة ذاتها، وعدم وقوع الصورة على الأعمدة الخارجية للصفحة.

٣-موقع الصورة على الصفحة :

ينبغى وضع الصورة بحيث يشير اتجاه الحركة فيها إلى داخل الصفحة وليس إلى خارجها، وبخاصة فى حالة وقوعها على الأعمدة الخارجية للصفحة.

٢-اتساع الجمع :

يقصد به الاتساع الذى يمكن أن يصل إليه هذا الكلام، واتساع سطور هذا الكلام مقارناً بالاتساع الذى تشغله الصورة، ويمكن لكلام الصورة أن يمتد حتى اتساع ثلاثة أعمدة، ويمكن ألا يزيد عن عمودين، ويمكن التوفيق بين هذين الرأيين، وذلك بالنظر إلى حجم الحروف المستخدمة فى الجمع فإن كان كلام الصورة مجموعاً ببنت ٩ المعدنى فيحسن ألا يزيد اتساعه على عمودين وإن كان مجموعاً ببنت ١٢ فيمكن أن يمتد اتساعه إلى ثلاثة أعمدة فيحسن أن يقسم كلاهما إلى أنهر يترك بينها فراغ أبيض.

أما عن اتساع الكلام مقارنة باتساع الصورة، فيرى بعض التيبوغرافيين ضرورة أن يمتد الكلام بعرض الصورة بأكمله، على أساس أن ذلك يسهم فى ربط الصورة بكلامها باعتبارها عنصراً تيبوغرافياً واحداً، كما أنه من شأنه أن تبدو الصورة وكلامها كوحدة بصرية واحدة أمام عين القارئ إلا أن ذلك يصعب تطبيقه فى كل الأحوال حيث يتطلب عدداً كافياً من الكلمات وإلا اضطر المخرج إلى استخدام الكشائد مع بعض الحروف، مما يسئ إلى منظرها الطبيعى، وهو ما يتكرر كثيراً فى بعض الصحف.

٣-حجم الحروف وكثافتها :

من الملاحظ أن حجم الحروف المستخدم فى جمع كلام الصور فى الصحف فى أغلب الأحوال هو الحجم نفسه المستخدم فى جمع حروف المتن، وهذا

لا يؤدي إلى أي تمييز تيبوغرافي بين المتن وكلام الصور.

ولذلك فيرى التيبوغرافيون ضرورة أن يجمع كلام الصورة من حجم أكبر من الحجم المستخدم في المتن وكذلك من كثافة أعلى، على أساس أن ذلك يسهم في كسر الفجوة البصرية بين الصورة شديدة النقل والكلام الخفيف، فالحروف الكبيرة السوداء قريبة من القيمة الظلية للصورة، مما يجعلها يبدو أن كوحدة بصرية واحدة.

ومن المعروف أن الحروف السوداء أكثر جذباً لبصر القارئ بعد أن يفرغ من مطالعة الصور مباشرة وتعد الحروف الكبيرة أكثر وضوحاً مما لا يرهق بصر القارئ في أثناء قراءتها، يضاف إلى ذلك أن الحروف السوداء الكبيرة تحقق تميزاً تيبوغرافياً للكلام عن المتن المجاور، مما لا يجعل الأمر يختلط على القارئ. لذلك فإن من الأوفق أن يكون كلام الصورة متجانس مع كثافة الصورة ويمكن الوصول إلى ذلك بوسيلتين :

١- أن تكون الحروف المستخدمة في كلام الصورة بنط أسود.

٢- تكبير حجم البنط المستخدم مع كلام الصورة.

٤- الأرضية :

إن وضع الحروف السوداء على أرضية بيضاء يخلق نوع من التباين يؤدي إلى تسهيل عملية إدراك الحروف لدى القارئ، وأدى استخدام طباعة الأوفست إلى استخدام الأرضيات الباهتة والداكنة بكثرة، وكذلك التداخل بين أجزاء الصور وبين الأرضيات المستخدمة الأمر الذي أدى إلى وضع كلام الصورة على الأرضية نفسها والذي يصعب قرأته في أحيان كثيرة، بالإضافة إلى أن استخدام الأرضية السالبة مع كلام الصورة يعمل على التقليل من السرعة في القراءة. وأحياناً تكون القصة الخبرية التي تصاحبها الصورة، هي كلام فقط، ويتم وضع هذا الكلام على أرضية الصورة، بحيث يكون مفرغاً بلون أرضية الورق.

وتصعب قراءته لسببين رئيسيين :

١- استخدام بنط ١٠ الأسود، وهو بنط صغير لا يظهر بوضوح عند تفرغته من أرضية قاتمة.

٢- اختلاف التدرجات الظلمية أحياناً في الصورة مما يؤدي إلى اختلاف درجة التباين بين كلام الصورة والأرضية من جزء إلى آخر، ولا سيما إذا تم تفرغ جزء من كلام الصورة من الأرضية القاتمة، وطبع الجزء الآخر بالسواد على الأرضية الباهتة.

٥- البياض بين الصورة وكلامها :

يعد الفراغ الأبيض المتروك بين الصورة وكلامها عاملاً مهماً في تحديد الرابطة بينهما، فزيادة البياض زيادة مبالغاً فيها يؤدي إلى انفصال الكلام عن الصورة، ومن ناحية أخرى فإن المبالغة في تقليبه حتى يكاد الكلام يلتصق بالصورة يؤدي إلى صعوبة التقاط عين القارئ لهذا الكلام ويقترح بعض التيبوغرافيين ألا يقل هذا البياض عن نصف كور، ويحسن ألا يتجاوز تسعة بنط.

فينبغي ترك بياض بين الصورة والكلام الموجود أسفلها أقل من البياض المتروك بين الكلام والتمن الموجود في أسفله، وهو الأمر الذي تغفله الصحف في أحيان كثيرة، حيث يأتي البياض متساوياً في أعلى الكلام وفي أسفله أحياناً.

ومن جهة أخرى، لما كان كلام الصورة يتكون عادة من فقرة واحدة، فإن ترك فراغ في بداية السطر الأول أمر لا داعي له، كما أن عدم ترك هذا الفراغ يميز جمع كلام الصورة عن جمع سطور المتن.

معالجات أخرى لكلام الصورة :

بعد أن تناولنا بالشرح المعالجة التحريرية للصورة الصحفية وكذلك

المعالجة التيبوغرافية، وجد أن هناك معالجات أخرى لكلام الصورة هي :

١- استخدام كلام واحد لأكثر من صورة، يصل عددها أحياناً إلى أربع صور وذلك بوضع الكلام بحيث يمتد أسفل الصور المتجاورة أفقياً أو رأسياً، مشيراً في داخل الكلام إلى كل صورة طبقاً لموقعها، باستخدام عبارات مثل: وفي الصورة الوسطى، وعموماً يعد استخدام كلام واحد من صورة إجراء ممقوتاً لدى التيبوغرافيين لأنه يضع القارئ في مهمة صعبة، وهي محاولة الربط بين الوجوه والأسماء في كل صورة، وهي مهمة معقدة بالنسبة للقراء.

ويجب ألا يكتب من كلمات العنوان حتى لا يفقد الموضوع قيمته وإذا كان في الصورة أكثر من شخص يراعى دائماً (البروتوكول) والابتداء بكتابة اسم صاحب الوظيفة الكبرى ثم التي هي أقل وهكذا وعندما يكون في الصورة أكثر من عشرة أشخاص، فيعمل بجوارها ما يسمى بمفتاح الصورة key line drawing عبارة عن رسم مصغر للصورة تكتب عليه الأرقام، وتحت كلام الصور وكل اسم تحت الرقم الذي حدده الرسم.

٢- وضع أكثر من كلام لأكثر من صورة في مكان واحد، مع استخدام سهم يربط بين كل صورة وكلامها، ورغم أن هذا الإجراء يجعل لكل صورة كلامها المستقل، إلا أن تجميع كلام عدة صور في مكان واحد من شأنه إبعاد كل صورة عن كلامها، مما يضعف الرابطة بينهما، في حين يعد الكلام جزءاً لا يتجزأ من الصورة ذاتها، وهو ما دعا بعض التيبوغرافيين إلى التنبية إلى ضرورة تجنب ذلك على أساس أنه يصعب على القارئ مهمة ربط كل كلام بصورته.

وينبغي ألا يستخدم في جمع كلام الصورة حروف تكون من الثقل أو كبر الحجم بحيث يطغى على الصورة نفسها، ويحول اهتمام القارئ عنها، وعندما يكون اتساع الصورة بين عمود وثلاثة أعمدة، فإن كلامها يمكن أن يمتد على طول هذا الاتساع، أما إذا كانت الصورة على أربعة أعمدة أو أكثر فلا ينبغي أن تمتد سطور الكلام بطولها بل يجب تقسيمه إلى أعمدة يفصل بينها فواصل

طولية أو مسافات بيضاء، لأن الأسطر التي تمتد على أكثر من ثلاثة أعمدة تتعب العين وتصعب القراءة ويلاحظ أن يمتد كلام الصورة، موازياً لعرضها تماماً، أى أضيفه قليلاً من اتساع العمود أو الأعمدة المخصصة للصورة.

٣- استخدام الأرضيات فى طبع كلام الصورة أو وضع دوائر أو مربعات صغيرة سوداء أو شبكية أو مفرغة من داخلها، فى بداية الكلام أو فى بدايته، ونهايته، ويعد ذلك من الإجراءات المستحبة فى نظر البعض على أساس أنه يحقق نوعاً من التباين بين كلام الصورة والمتن المجاور له على ذات الصفحة كما أنه يؤدى إلى جذب انتباه القارئ إلى الكلام، وبخاصة إذا كانت كثافته قليلة، كأن يكون مكوناً من عدد قليل من الكلمات أو من بنط أبيض أو بنط صغير.

٧- عنوان كلام الصورة :

من المعروف أن عنوان كلام الصور يتم جمعه باستخدام حجم أكبر من المتن، وعادة ما يرتبط الحجم الذى يجمع به عنوان كلام الصورة على السياسة الإخراجية التى تتبعها المؤسسة الصحفية، وقد يتم وضع عنوان الكلام أسفل الصورة، أو يوضع على يمين الكلام أو الوسط.

ومن جهة أخرى يمكن الاستغناء عن وضع عنوان مستقل لكلام الصورة، بوضع كلمة أو جملة استهلالية فى بداية الكلام، تجمع بين أكبر أو تكون ذات كثافة أعلى من بقية الكلام أو الأثنين معاً.

٨- الإطار المحيط بالصورة :

بعد البياض أفضل وسيلة لتسييح الصورة وثمة قاعدة فى هذا المجال تقضى بضرورة ترك كود واحد بياضاً موزعاً بالتساوى على جانبي الصورة مقابل كل عمود من اتساع الصورة، فوضعه على عمود واحد، يترك ستة أيناظ بياضاً على الجانبين، تزداد إلى كود واحد على كل جانب من الصورة فى حالة نشرها على عمودين وأيما كانت مساحة البياض حول الصورة فيجب أن يحيط به من كافة الجوانب.

ومن الملاحظ أن بعض الصحف لم تراخ أية قاعدة من هذه القواعد التيبوغرافية التي تحكم استخدام البياض حول الصورة في أحيان كثيرة فهو يعاني عدة عيوب واضحة هي :

- ١- التقنير الشديد في مساحة البياض على جوانب الصورة.
- ٢- الإسراف الشديد في مساحة البياض حول الصورة.
- ٣- عدم توزيع البياض بشكل متساوى على جانبي الصورة.
- ٤- يوصى التيبوغرافيون بأنه عندما تنتشر الصورة على الأعمدة الخارجية للصفحة، يجب أن توضع بمحاذاة متن العمود الأول أو الأخير، بحيث لا تترك أي بياض على الجانب الخارجي تجنباً لاختلاط بياض الهامش.

وظائف كلام الصورة

إن الصورة هي منظر وكلام يعقب هذا المنظر وهذان العنصران لا يمكن فصلهما عن بعضهما ومهما كانت الصورة في غاية الوضوح والتعبير فهي بذلك لا يمكن أن تتخلى عن كلام يكمل ما يجب أن تقدمه الصورة من مضمون إلى القارئ ولوضع كلام الصورة معايير وأطر معينة يتم صياغة هذا الكلام في نطاقها ولا تخضع هذه العملية للعشوائية أو الصدفة وذلك ما سوف نستعرضه في السطور القادمة.

١- جذب عين القارئ إلى محتوى الصورة:

وذلك عندما كان المحرر يرى أهمية في ذلك كما كان مخرج الصحيفة يغلب ذلك أحياناً، وبعد أن ثبت أن هذا الكلام هو من عناصر الجذب وخصوصاً إلى التحقيقات الصحفية.

٢- التعليق على الصورة :

كأسلوب حديث لم تعرفه المرحلة الأولى أو الثانية، إلا في أحوال قليلة ولكنه هنا يكاد يكون طابعاً بالنسبة للعدد الكبير من الصور المصاحبة للحملات السياسية والتحقيقات السياسية وتحقيقات المشكلات حيث يمثل هذا اللون من كلام

الصورة، الطابع الأنسب بالنسبة للتحقيقات المتخصصة من علمية وعسكرية واقتصادية وذلك بالإضافة إلى وظيفتها الإخراجية الهامة.

٣- إضافة بعض المواد التحريرية :

وذلك كاتجاه صحفى حديث، يعنى بأن تضاف بعض معالم التحقيق المهمة، خاصة تلك الخبرية الطابع إلى كلام الصورة مما يعد تطويراً للأسلوب الذى كان منتشرأ خلال المرحلة السابقة، والذى كانت الصحيفة تتبعه كتقليد للصحف والمجلات الأجنبية، كذلك فإن هذه الإضافات كانت تأخذ فى أحيان كثيرة أسلوب وضع المادة التحريرية الهامة، التى يضيق عن استيعابها الحيز المخصص للتحقيق الصحفى، كما اتخذت أسلوباً آخر يتصل عن قرب بهذا الأسلوب الأخير وذلك عندما كانت الصحيفة تخصص هذا الحيز من الفراغ الموجود أسفل الصورة أو جوارها لوضع بعض البيانات والأرقام والإحصائيات الهامة والمختصرة مما لا يحتمله معنى التحقيق الصحفى نفسه.

تاسعاً : أخلاقيات الصورة الإعلامية فى الحملات الإعلامية

أخلاقيات الصورة أن تقول كل شئ عن ما حدث أو جزء فقط وقد تشوه أو تحرف أو تقول بشكل سئ ما حدث وقد تحذف تفاصيل هامة أو تشمل تفاصيل تخلق انطباعاً غير صحيح وقد تكون الصورة محملة فى كتابتها بكلامها بأكثر مما فى داخلها.

ولقد أثار (جيمس راسل ويجيز) رئيس التحرير السابق لجريدة الواشنطن بوسطن خلال محاضرة له فى جامعة نورت داكوتا قضية موضوعية الصورة الصحفية حين قال.

إن الكاميرا تستطيع أن تكون فضولية، محيرة، غير خجولة وكاذبة غير صادقة، ويقول أيضاً بأن الصورة قد تكون مضورة وممثلة للفعل (الحدث) ولكنها تفشل فى أن تقول حقيقة ما حدث بالتفصيل، وأضاف قائلاً بأن الكاميرا لا تقول

الحقيقة وهذا يؤدي إلى إثارة الشك حول الوسائل الإعلامية من جانب القراء، وأنهى حديثه قائلاً بأن الصورة قد تكون صارخة وقد تكون مجرد وسيلة لسرد الأحداث ولكنها إذا حملت انطباعاً مزيفاً أو مشوهاً فمن الأفضل من وجهة نظره تركها بدون نشر.

ولقد أصبحت الصورة أمر واقع بالفعل لدى الجمهور بعد اختراع التصوير الفوتوغرافي في النصف الأول من القرن التاسع عشر، واعتبر العالم الصورة حقيقة لا تكذب باعتبارها تقوم بتسجيل لحظة من الزمن.

وقد تعرضت الصور للتحريف في الصحف النصفية الشعبية التي تهدف أساساً إلى الإثارة، والتي بدأت في العشرينات من القرن الماضي، في نشر صور لرجل له رأسان أو امرأة لها جسم سمكة، ويطلق على هذه العملية الفوتومانتج photomontage والتي كانت تمثل أخطر عمليات تغيير ملامح الصورة بالحذف أو الإضافة أو التركيب، وقد تهدف إلى تشويه صورة ما، وتقديم انطباع سيئ عن موضوع أو أشخاص في الصورة، أو مجموعة الصور، وتتم هذه العملية عن طريق قص أجزاء من أكثر من صورة ثم تركيبها معاً، ثم طبعها في النهاية كصورة واحدة.

وهو نفس تكتيك المونتاج السينمائي الذي يضع لقطة قبل لقطة أو بعدها ليعطي تأثيراً معيناً، وقد تستخدم في مشهد له غرض موضوعي جيد مثل: صور الاحتفال بالناس بطول شهر رمضان المعظم. في أكثر من مكان أو لجان امتحان الثانوية العامة، أو لغرض سيئ مثل صورة مركبة تبين أن حكم المباراة كان متحيزاً ضد لاعبي نادي معين خلال المباراة.

بيد أن عملية (الفوتومونتاج) تعاني من القصور وعدم الدقة والإتقان في بعض الأحيان، يجعل اكتشاف أن الصورة ملفقة أمراً ليس صعباً للغاية، أما اليوم وبعد دخول الكمبيوتر إلى هذا المجال فإن اكتشاف عدم الدقة والخداع الموجود في الصورة أمر صعب جداً.

ومن الأمثلة التي تدل على قدرة الكمبيوتر على تحريف الصور الفوتوغرافية، قيام صحيفة (ميركيوري نيوز) Mercury news الأمريكية بنشر عنوان عريض يقول : (ما الخطأ في هذه الصورة ؟) وكان هذا العنوان يعلو صورة فوتوغرافية ملونة احتلت صدر الصفحة الأولى من قسم (العلم والطب) قبل أيام من انعقاد (مؤتمر التصوير الفوتوغرافي الرقمي digital photography conference) الذي كانت تكفله الصحيفة مع رعاة آخرين، وقد ركز المقال الذي نشرته الصحيفة أسفل هذه الصورة على المشكلات الأخلاقية في تطبيق تكنولوجيا الكمبيوتر على التصوير الفوتوغرافي الاخبارى.

ولا يمكننا إنكار أن التكنولوجيا الحديثة قد ساعدت على سهولة معالجة الصورة وسرعة نقلها، ولكنها أيضاً كان لها جانب سلبي في كونها جعلت التعرف على الخداع في الصورة بعد إجراء التعديلات والتغييرات أمراً بالغ الصعوبة، الأمر الذي يهدد قيمة الصورة ووضوحها كأداة لنقل الوقائع والأحداث والحقائق دون تزيف.

ولقد جعل ذلك من الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدامات الصورة الصحفية مجالاً مهماً لدراسات الصور الصحفية، وذلك لأهمية الصورة والأدوار العديدة التي أصبحت تؤديها بفاعلية في المجال الصحفى والتطورات العديدة التي شهدتها إنتاج الصورة وخصوصاً خلال السنوات العشر الأخيرة.

ومن القضايا الأخلاقية المهمة المثارة في هذا الموضوع هى قضية مصداقية الصورة الصحفية، حيث تمثل المصداقية متغيراً وسطاً بين الإعلام والتأثير فى الرأى العام، ومن ثم فإن القول بأن دراسة علاقة الصحافة بالرأى العام تقتضى دراسة مصداقية الصحافة لدى الجمهور يبدو منطقياً إلى حد كبير.

ولقد اهتمت العديد من الدراسات بدراسة الآثار السلبية التي تترتب على فقدان الصحافة لمصداقيتها والتي تمثل الأساس الفعال لتأثيراتها خاصة الدراسات

التي تناولت تأثير الصحافة وحدودها وفقاً لتأثير المتغيرات السياسية أوقات الأزمات، فقد ناقشت دراسة جولد مان الدور الذي تدخلت به الحكومة البريطانية في حرية الصحافة خلال الحرب العالمية الثانية.

ولقد طالبت الجمعية القومية للتصوير الصحفي في الولايات المتحدة الأمريكية بعد انتشار الصور المركبة الخادعة بضرورة العودة إلى الأمانة والنزاهة وشرف المهنة.

ولقد دفع ما حدث أيضاً لإعادة النظر في القول بالمأثور القديم (إن الصورة لا تكذب) لأنه يعتبر الآن بمثابة مزحة بين المصورين الفوتوغرافيين، ولكن في نفس الوقت تحاول بعض الجرائد استعادة صدق هذا القول وتدعيمه مرة أخرى لدى القراء.

وتعد إحدى الوسائل المستخدمة في هذا الاتجاه لتدعيم المصداقية في الصورة الفوتوغرافية، نشر السطر الخاص باسم المصور credit line والذي يحدد المصور أو المصادر الأخرى للصورة المنشورة، وهو الأسلوب الذي تتبعه وكالة (أسوشيتد برس) منذ عشرين عاماً مع كل صورة تنقلها إلى الجرائد المشتركة فيها. وتميل بعض الجرائد أيضاً إلى كتابة اسم المصور الذي التقط الصورة أو المصدر الخاص بها كنوع من التقليد الصحفي، ولقد كان ذلك في بادئ الأمر بغرض أن من حق المصور أن ينشر اسمه على الصور التي تنشر له، ولكن في الوقت الحاضر أصبح اسم المصور بمثابة وسيلة لضمان ثقة القراء.

عاشراً : مصادر الصورة الإعلامية

تحصل الصحف على الصورة الفوتوغرافية من عدة مصادر بعضها داخلية من داخل الصحيفة والأخرى خارجية عن طريق اشتراكها في وكالات الأنباء أو وكالات الصور أو المراسلين الموجودين بالخارج أو الصحف والمجلات الأخرى، أو أرشيفها الخاص.. ويمكن إيجازها فيما يلي :

١-وكالات الأنباء العالمية :

من الطبيعي أن تكون (الوكالات الكبرى) أو (الوكالات الأم) فى مقدمة هذه النوعية من المصادر، ونقصد بها وكالات الأنباء العالمية.

(International News Agencies) تلك التى تقف فى مقدمتها (وكالة هافاس)، (رويتر)، وإذا كانت قد اقتسمت الأخبار العالمية و أصبحت كل وكالة منها تختص بالتوزيع والتغطية فى منطقة من المناطق فإن الوضع لم يرض رجال الصحافة الأمريكية ومن هنا ظهرت للوجود الوكالة الأمريكية (الأسوشيتد برس) Associated Press وكذلك وكالة أنباء الإتحاد السوفيتى (تاس) Tass.

٢-مصورى الصحيفة نفسها أو أعضاء قسم التصوير بها :

وقسم التصوير هذا قد يكثر عدد العاملين فيه أو يقل حسب حجم الصحيفة وإمكانياتها وعدد محرريها ففى الصحف الصغيرة قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ويستخدمون عدد قليل من آلات التصوير ومعدات الطبع والتحميض.

أما فى الصحف الكبرى فهناك عدد كبير من المصورين ومعامل وأدوات متطورة وتشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير فى الصحيفة، وبعض الصحف الصغيرة قد تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الأنباء والرسوم ومكاتب العلاقات العامة.

٣-السفارات والقنصليات :

تعتبر السفارات والقنصليات من المصادر المهمة والتى تتصل بالبلد الذى تمثله، حيث تزود به المجلات والصحف ووكالات الأنباء، وتزداد الحاجة للسفارات والقنصليات كمصدر فى وقت الزيارات أو الأحداث الساخنة..

٤-قسم التصوير فى الصحيفة :

يقوم قسم التصوير فى الصحيفة بعقد اجتماع كل صباح يتم فى هذا الاجتماع تقويم لنشاط أفراد القسم فى اليوم السابق، وذلك بعد الإطلاع على نتيجة

فى أعداد اليوم السابقة، وبعد ذلك تتم عملية التجهيز للعمل فى اليوم الجديد من خلال تحديد المهام الخاصة بكل مصور فى قسم التصوير.

٥-المصورون الأحرار :

ويعمل المصورون الأحرار فى مكاتب خاصة بهم خرة،وقد يجمع بعضهم بين العمل الرسمى والعمل الحر، وقد يكون مصور حر تماماً يعمل لحساب نفسه، أو أنه قد تقاعد من عمله فأصبح يعمل حرأ.

وعموماً فإن الصحف تحصل على الصور من هذه الأنواع المتعددة من المصورين الأحرار.

٦-وكالات خاصة بالصور والرسوم :

وهى وكالات للتصوير الإخبارى، وهناك وكالات لصور الموضوعات ووكالات لصور الأشخاص، وفى عملية استقبال الصحيفة لهذه الصور تستعين بعدد من الأجهزة الخاصة التى وفرها التقدم التكنولوجى.

٧-المصورون الهواة :

وهم أفراد عاديون هوايتهم التصوير قد يكونوا طلاب أو معلمون أو أطباء أو كبار فى السن أو ضباط أو مرشدين سياحين، قد تسنح لهم الفرصة بالتواجد بالقرب من الأحداث المهمة كتصادم قطارين أو اغتيال شخصية هامة أو أحد النجوم فيلتقطوا هذه الصور على سبيل الهواية.

٨-جهاز الراديو أو التلغراف :

وهى النقل والتصوير بواسطة ذبذبات الراديو، ومن خلالها تمكن الفنيون من إرسال الوثائق المكتوبة والمخطوطة على الآلة الكاتبة أو المطبوعة وللصور الفوتوغرافية بالراديو.

٩-الجمهور :

قد يكون قراء الصحيفة أو جمهورها مصدر للصور الصحفية والمعلومات بالنسبة للصحيفة، وذلك من خلال تقديمهم لهذه الصور للصحيفة.

وتزداد قيمة هذا المصدر في حالة عدم تواجد مراسل الصحيفة أو مصورها في قلب أحد الأحداث الهامة، في حين تواجه أحد أفراد الجمهور والتقط صور لهذا الحدث.

١٠-التليفزيون :

يملك التليفزيون العديد من الإمكانيات المادية والبشرية والفنية والتجهيزية التي تعمل في مجال الصورة التليفزيونية مما لا يتاح لعشرات الصحف مجتمعه، خاصة محطات التليفزيون الكبيرة، والسرية، بما يمكنه من توسيع مجال خدماته أو تعاونه ليكون في خدمة بعض الصحف والمجلات أو تسعى هذه إلى استثمار الإمكانيات التصويرية الرائعة لهذا الجهاز فتحصل منه على بعض الصور بطريقة أو بأخرى.

١١-وكالات الأمم المتحدة وفروعها المتخصصة :

من المعروف أن للمنظمة الدولية الكبرى (الأمم المتحدة) أجهزتها الرئيسية المكونة من : (الجمعية العامة - مجلس الأمن - المجلس الاقتصادي والاجتماعي - مجلس الوصاية - محكمة العدل الدولية - الأمانة العامة) كما أن هناك (الوكالات المتخصصة) العديدة ، ومما يقدم لوسائل النشر عامة والوسائل المطبوعة خاصة العديد من الصور المتميزة بعدسات مصورى أجهزة الإعلام الخاصة بها ومن أهمها هنا منظمة اليونسكو، اليونسيف.

١٢-الصحف والمجلات الأجنبية :

قد تصادف الصحيفة في بعض الأحيان صعوبة في الحصول على الصور المتعلقة ببعض الموضوعات من المصادر الأصلية لها، فتضطر في هذه الحالة إلى إعادة طبع ما نشرته الصحف والمجلات الأجنبية من صور تمكنت من الحصول عليها حول هذا الموضوع.

١٣-قسم المعلومات في وسائل الاعلام :

ويمثل الأرشيف قسم المعلومات في الصحيفة وتوجد كل الصور التي حصلت الصحيفة عليها حول الموضوعات المتعددة، سواء تم نشر هذه الصور أم لا و يمكن الوصول لهذه الصور بسهولة من خلال الرقم المسلسل لها.

الحادي عشر : الألوان فى الصورة الاعلامية

يعد اللون من أهم عناصر التجسيد لما له من تأثيرات نفسية كان الإنسان قد أدركها، قبل أن يجرى العلماء بحوثهم فى هذا المجال، حيث تبين أن للألوان تأثيرها فى جذب الانتباه أو التوجيه أو الإثارة، وتلعب الألوان دوراً مهماً فى تحقيق الانسجام والتوازن فى الأشكال فى العين وفى كسب الانتباه وفى إرضاء ميل الفرد نحو ألوان معينة، وذهب علماء النفس إلى تأكيد أهمية الألوان فى النفس، خصوصاً وأن الألوان تساعد فى تقديم الأشكال بطريقة مؤثرة، نظراً لاتصال اللون بالحس.

ولقد زادت استخدام الألوان فى الصحف (جرائد ومجلات) فى السنوات الأخيرة زيادة هائلة بحيث أصبحت الألوان قاعدة فى المجلات فى الصور وفى المتن، وأصبح الاستثناء هو صدور مجلات أو صور غير ملونة لأن المجلات تعتبر السوق الأول لتسويق الصور الملونة.

ويرجع زيادة استخدام اللون فى الصحف بشكل عام والصور الملونة على وجه الخصوص إلى عوامل عديدة أهمها :

- ١- الدور الرئيسى الذى تلعبه الألوان فى الحياة الإنسانية.
 - ٢- التطورات التكنولوجية.
 - ٣- زيادة استعمال الطباعة الملساء وتطويراتها المختلفة.
 - ٤- زيادة استعمال اللون فى وسائل الإعلام المختلفة.
 - ٥- الوظائف المؤثرة التى يقوم بها اللون فى الطباعة والتى تلعب دوراً هاماً فى نجاح استخدام الصورة كوسيلة اتصال بالجمهور لنقل مضمون معين بكفاءة وبفاعلية أنجح من المادة المكتوبة بمفردها.
- وذلك بالإضافة إلى أن الألوان الطباعية للصحيفة المطبوعة تزيد من قيمة الصحيفة من وجهة نظر القراء، وترفع سعر الإعلانات إذا استخدمت فى تلوينها، وتعطى الموضوعات التحريرية الملونة شكلاً مختلفاً كل الاختلاف، ولقد علق

المتخصصون على دراسة الألوان، فالفيزيقيون يهتمون باللون باعتباره موجات اهتزازية لها تردد معين وتولد من مصادر للطاقة، في حين يركز الفسيولوجيون بأبحاثهم على أثر الكون في الخلايا الموجودة في الجهاز العصبي، أما الفنان فينظر إلى اللون كأداة تعاونه في التعبير أو الترميز.

فليس هناك شك في أن تلوين الصورة الفوتوغرافية أيضاً يضيف عليها المزيد من الواقعية وجذب بصر القارئ، بالإضافة إلى دعم موقف الصحيفة التنافسي في مواجهة الصحف الأخرى من ناحية، وموقفها في مواجهة وسائل الإعلام من ناحية أخرى، وخاصة أننا في عصر صار اللون فيه لغة عالمية في السينما والتلفزيون والملصقات وسائر مناحي الحياة، والصحف لم تستطع أن تسارع في استخدام الألوان المركبة لطباعة الصور الفوتوغرافية الملونة في بداية الأمر ولكنها حاولت القيام بتلوين الصور الفوتوغرافية الملونة نظراً لدورية صدورها الطويلة نسبياً، ونوعية الورق المستخدم، وطريقة طباعتها، وهي كلها عناصر ليست في صالح الجرائد بحال من الأحوال.

عموماً فإن خبراء الفنون الطباعية أن الصحف المطبوعة بالألوان تجذب انتباه القراء بسرعة أكبر من المطبوعات العادية.

والسبب في ذلك عدة أمور أهمها:

١- عين القارئ غير معتادة على قراءة الصحف الملونة، فإذا طبع أحد العناصر بلون ما، فإنه يبرز أمام القارئ أكثر مما لو طبع بالأسود وحده.

٢- ثبت أن العين تتأثر بالألوان الزاهية أكثر من تأثرها بالألوان الباهتة.

٣- يتميز كل لون بطول معين لموجاته الضوئية، وهو ما يجعل تأثير كل لون يقع على شبكة العين مختلفاً عن أي لون آخر.

٤- الألوان تمثل الواقع خاصة عند استخدامها في طبع صور فوتوغرافية ملونة بالألوان الطبيعية الكاملة فتصبح وكأنها جزء من الواقع الذي يراه القارئ حوله فعلاً بالألوان.

الألوان فى صور الحملات الإعلامية

فى بداية استخدام الألوان فى الصور الفوتوغرافية فى المجالات كانت بعض المجالات تنتشر الصور ملونة من خلال طبعها بحبراً أخضر قائم أو بنى قائم لجذب بصر القارئ، وقد برعت الأحبار الملونة فى التعبير عن التدرجات للصور الفوتوغرافية كما كفلت طريقة الروترغرافور التى استخدمتها بعض المجالات فى طباعتها الوضوح والحدة لهذه الصور.

ولكن مع الأحوال التى تغيرت فى خلال هذه السنوات تغيراً كبيراً، لم يكن للمصور بد من مجازاة هذا التغيير، فبعد أن كانت مهمته مقصورة على تسجيل الحوادث وتصويرها، أصبح من الواجب المحتوم عليه أن يتناول مختلف المسائل والموضوعات التى يتحدث عنها الناس.

ولقد كانت بعض المجالات تقوم بتقديم صور فوتوغرافية ملونة بأكثر من لون لإحدى الشخصيات المهمة، مع الحرص على التنوية عن الصور الملونة على صدر الغلاف وخاصة فى أعلى جزء من صدر الغلاف، ورغم أن المجلة كانت تزعم أن هذه الصورة ملونة إلا أنها لم تكن كذلك بالضبط، حيث كانت المجلة توظف لونين أو ثلاثة ألوان فى طبع الصورة عن طريق الفصل الميكانيكى لبعض أجزاء الصورة ووضعها فى اللون وليس عن طريق فصل الألوان.

واتسمت هذه الصور الملونة بالمساحة الصغيرة فلقد كانت تصل مساحتها إلى 23×17 سم، وهى مطبوعة على ورق مقياس 30×22 سم، ولا شك أن عدم طبع هذا النوع من الصور مصاحباً للمادة التحريرية كان يرجع إلى صعوبات كثيرة يمكن حصرها فى ضبط ألوان هذه الصور وكلفه استخدام أكثر من لون فى طبع ملزمة كاملة من ملازم المجلة، فى حين استخدمت بعض المجالات طبع بعض الصور الفوتوغرافية على الصفحات الداخلية، ولكن هذا الإجراء لم يكن موفقاً تماماً حيث بدت هذه الصور غير واقعية، ويجمع معظم التيبوغرافيين على أن طبع

الصور الظلية باستخدام اللون المنفصل يؤدي إلى فقدان الصورة لبعض تفاصيلها، ذلك أن هذا اللون يكون أضعف من الأسود ويظهر الشكل الناتج عن ذلك وكأنه باهتاً أو مغسولاً، وهو الخطأ الذى وقعت فيه بعض المجلات ، ولهذا كلما كان اللون أفتح قل الخطر الناتج عن نشر صورة فوتوغرافية بلون آخر غير الأسود، ومن هنا يمكن استخدام الألوان البنية والخضراء والزرقاء القائمة أكثر أمناً.

وتطور الأمر بعد ذلك وأصبحت المجلات تستخدم ثلاثة ألوان طباعة الصور الفوتوغرافية وهذه الألوان هى الأحمر والأصفر والأسود وذلك بتلوين أجزاء من الصور بطريقة الفصل الميكانيكى وليس فصل ألوان، وظهرت بعد ذلك الصور المطبوعة بالألوان المركبة واستمر التطور بالتدريج حتى وصلت إلى ما نحن عليه الآن فى عصرنا الحالى وخاصة بمساعدة التكنولوجيا الحديثة.

الألوان فى الصور فى الحملات الاعلامية :

يفضل أغلب الأطفال الألوان الدافئة الزاهية، بينما يفضل الكبار الألوان الهادئة، وهناك بوجه عام ألوان تبعث على السرور والبهجة إذ تجلب الهدوء والارتياح إلى النفس، بينما هناك ألوان أخرى تثير فى النفس الكآبة، فاللون الأحمر من الألوان المثيرة التى ترمز إلى القوة والدم وشدة التأثير وهو رغم ذلك كله لون يفضله الكثيرون ويرتاحون إليه لأنه من الألوان الزاهية المشرقة.

فاللون الأزرق يرمز إلى الصفاء والهدوء، وكذلك الحال بالنسبة إلى اللون الأخضر فهو لون مهدئ وترتاح إلى رؤيته النفس، ويبعث الأصفر فى النفس البهجة والفرح بينما تبعث الألوان البنفسجية القائمة شيئاً من الكآبة، بينما تعبر الألوان الأرجوانية عن الخصوية والرخاء، ولكن لا ينبغي أن يعتبر المخرج الصحفى هذه الارتباطات قوانين قاطعة.

الألوان فى الصور الفوتوغرافية فى الجرائد :

بدأ استخدام الألوان فى الجرائد فى مصر منذ أوائل الأربعينات من هذا القرن وذلك فى جريدة (المصرى) لتسبق بذلك صحيفة الأهرام التى بدأت فى

تلوين بعض الصور الفوتوغرافية فى أواخر الستينات متأخرة بذلك عن صحيفة
المصرى بما يقرب من تسعة وعشرين سنة.

وقد بدأ استخدام الألوان فى الصور الفوتوغرافية فى الجرائد بطريقة الطبع
النحتى بطبع هذه الصور بلون واحد سواء أحمر أو أزرق وخاصة على الصفحتين
الأولى والثالثة.

ولكن هذا الأمر لاقى معارضة من قبل بعض التيبوغرافيين وذلك للأسباب
الآتية :

١- عدم وضوح الصور المطبوعة بهذه الطريقة لقلّة شدتها اللونية وتداخلها
مع حروف المتن والعناوين، وربما لو طبعت هذه الصور بالأسود دون
استخدام الطبع النحتى لكانت أقوى تأثيراً وأكثر وضوحاً.

٢- أن الصفحة الأولى صفحة إخبارية يجب ألا يستخدم فيها اللون لمجرد
الزينة، فالطبع النحتى يمكن أن يستخدم مع قصة أو قصيدة شعر وما شابه
ذلك، حتى يضى لمسة جمالية لا تحتاجها الصفحة الأولى، فالقارئ لا
يغنى جمالاً فى هذه الصفحة بل يغنى أخباراً يقرأها وصوراً يشاهدها
توضح له سير معارك الحرب العالمية الثانية التى كانت تنور رحاها فى
ذلك الوقت.

معانى الألوان عند التيبوغرافيين :

لقد اعتاد التيبوغرافيون عن التعرض لموضوع الألوان أن يفرقوا بين
معنيين رئيسيين لهذا المصطلح التيبوغرافى :

الأول : البياض الموجود بين العناصر التيبوغرافية وحولها بلون الورق نفسه.

الثانى : الألوان الطباعية الصبغية المغايرة للأبيض والأسود التى توجب
استخدام أحبار أخرى غير الأسود.

وبالنسبة للمعنى الأول للألوان فإنه مما لا شك فيه أن البياض من العناصر

المهمة التى يجب أن تتوافر على الصفحة إذ أنه يوضح العنصر التيبوغرافى الذى

يوجد حوله ويضئ الصفحة ويريح بصر القارئ في أثناء القراءة وفقاً للمواضع الذي يوجد فيها.

أما بالنسبة للمعنى الثاني للألوان من الناحية التيبوغرافية فإن أهمية الألوان الصبغية للصحيفة المطبوعة لم تعد أمراً خافياً على العامة والمتخصصين على حد سواء، فهي تزيد من قيمة الصحيفة من وجهة نظر القراء، وترفع سعر الإعلانات إذا استخدمت في ثلوثها، وتعطى الموضوعات التحريرية الملونة شكلاً مختلفاً كل الاختلاف عن غيرها.

وظائف اللون في الصور :

يؤدي اللون المستخدم في الصور مجموعة من الوظائف المهمة والتي تتربط مع بعضها البعض من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة منها وأهمها هو تحقيق الهدف من الاتصال البصري.

وهذه الوظائف التي يؤديها اللون في الصور هي :

١- خلق انطباع موات.

٢- وظيفة سيكولوجية.

٣- التذكير

٤- جذب الانتباه.

٥- الانقراطية.

وستتناول شرح كل وظيفة على حدة فيما يلي :

١-خلق انطباع موات :

تعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي يستخدم فيها اللون لمساعدة القارئ على فهم واستيعاب الرسالة، وذلك يحدث من خلال إثارة اهتمام القارئ نحو هذه الرسالة مع التركيز على عدم الاعتماد على جذب الانتباه فقط.

٢-وظيفة سيكولوجية :

يرى علماء النفس أن الألوان تؤثر على سيكولوجية الأفراد، فكل لون يحمل في طياته دلالة وإيحاء معين يعبر عنه وفكرة يثيرها في نفس القارئ عندما

يرى هذا اللون.

فمثلاً نجد اللون الأزرق يرمز إلى الصفاء والهدوء، أما اللون الأصفر فنجدّه يعبر عن البهجة والفرح، واللون الأخضر هو لون مهدئ ترتاح النفس إلى رؤيته، بينما تبعث الألوان البنفسجية الكآبة في نفس الفرد، وهناك الألوان الحارة مثل اللون الأحمر.

وكل منها له هدف ومغزى وكذلك فكرة يهدف إلى تحقيقها أو إقناع القارئ بها، فالوظيفة هنا تقوم على الاتصال مع القراء على أساس الرموز والإيحاءات.

٣- التذكّر :

سبق وذكرنا أن الألوان لها تأثير سيكولوجي على القارئ، وهذا التأثير السيكولوجي يؤدي إلى ارتباط اللون بأفكار أو بأشياء معينة يؤدي إلى نوع من التأثير على الذاكرة، فواقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسى يساعد في عملية التذكّر والاسترجاع والاستدعاء، وقد تأكدت قيمة اللون كوسيلة للتذكّر منذ بدء استخدامه في الإعلان.

ويميل العديد من الناس في وصفهم لشيء إلى الإشارة إلى لونه لأن اللون له قيمة تذكارية عالية لذا يجب السيطرة عليه واختياره مسبقاً لأنه يساعد القارئ على تذكّر ما شاهده.

٤- جذب الانتباه:

جذب الانتباه هو الوظيفة الأساسية للون وتقوم على أساس التباين فبإضافة لون ناصع إلى صورة أو لوحة مطبوعة باللون الأسود تزيد درجة الانتباه إليه وقد أظهرت الاختبارات النفسية أن عدد الناس الذين يتنبهون إلى اتصال مطبوع يزداد باستعمال الألوان، وعندما نقول جذب الانتباه فإننا نشير إلى موقف يتضمن رد فعل من القارئ أو المشاهد.

أولاً : أنه قد تم جذبه.

ثانياً : أنه قد أثير اهتمامه في حالة إذا كان ما قد جذبه قد استولى على اهتمامه

وكما قلنا يبنى جذب الانتباه على استغلال التباين فلون فاتح مع اللون الأسود يعطى تبايناً كبيراً، ومن الممكن استعمال ألوان باردة مثل الأزرق والبنفسجى والأخضر فى مواجهة الألوان الحارة أو الساخنة كالأحمر والبرتقالى.

٥- الانقرائية :

إن ما يحدثه اللون من تأثير على سيكولوجية الأفراد جعلهم يقوموا بنوع من الربط بين أشياء معينة أو منتجات معينة وبين اللون، وذلك انطلاقاً مما سبق وذكرناه أن كل لون له دلالة معينة وفكرة يوحى بها للقارئ.

ولكن فى بعض الأحيان قد يحدث ارتباط غير واضح لدى القارئ الأمر الذى يكون له تأثيره السلبى، وهذا يقودنا بدوره إلى نقطة مهمة جداً يجب التركيز عليها وهى ضرورة البحث قبل اختيار اللون مع عدم الوثوق فى الحكم الشخصى فقط.