

فنون العمل الصحفي (العناوين)

بقلم : الدكتور : مجدى الداغر

العناوين الصحفية:

يستمد العنوان الصحفى خصائصه من ظروف نشأته وتطوره، ويرتبط بطبيعة المجتمع الجماهيرى الذى ينطوى على كتل بشرية غير متجانسة فيما بينها. ومع تطور صناعة الصحافة أصبحت الحاجة ملحة إلى وجود العناوين لتساعد القارئ على اختيار الموضوعات التى تهتمه، وتلبية حاجات القارئ وإشباع رغبته فى المعرفة السريعة لطبيعة الأحداث التى تجرى من حوله. حيث أن صفة الجاذبية فى العنوان تساعد على كسر جمود مادة النص الصحفى المصاحب له العنوان.

وحتى يتحقق للعنوان أهميته يجب الآتى:

- (١) إبراز أهم حقيقة فى الحدث فى مضمون العنوان المصاحب للنص.
- (٢) استخدام الكلمات المألوفة والقصيرة.
- (٣) تجنب التطويل والبعد عن الألفاظ الغريبة.
- (٤) تجنب الكلمات الرنانة التى لا تؤدى إلى معنى.

وظائف العناوين الصحفية:

- (١) تلخيص الخبر.
- (٢) تقديم أهمية للموضوع المنشور.
- (٣) الفصل بين النص المصاحب والمواد الأخرى.
- (٤) إعطاء جاذبية للصحيفة.
- (٥) يدل على نوعية المادة التحريرية التى يرتفع فوقها.
- (٦) يفتح شهية القراء إلى القراءة ومتابعتها.
- (٧) يقدم فكرة سريعة ومركزة للقارئ المتعجل.
- (٨) يقوم على الترويج والتسويق للصحيفة.
- (٩) المساهمة فى تحديد شخصية الصحيفة.
- (١٠) يساعد العنوان القارئ على اختيار ما يرغب فى قراءته.
- (١١) تؤدى العناوين إلى إثارة الحس الفنى للقارئ.
- (١٢) استمالة القراء لقراءة موضوعات معينة.

وظائف العناوين فى الإخراج:

- ١- تحقيق التوازن فى بقية العناصر التيبوغرافية كالصور.
- ٢- المساهمة فى بناء الصفحة، وتحديد هيكلها العام.
- ٣- عنصر جمالى مرتفع الكفاءة.
- ٤- تحقيق راحة للعين أثناء عملية القراءة.
- ٥- التباين بين الدرجة الرمادية الباهتة عن طول أعمدة المتن.
- ٦- المساهمة فى خلق شخصية مميزة للصحيفة.
- ٧- كسر حدة بياض أو سواد الصفحة.

أنواع العناوين التحريرية:

- (١) العنوان الإخبارى.

- (٢) العنوان المقارن.
- (٣) العنوان التساؤل.
- (٤) العنوان الوصفي.
- (٥) العنوان الطريف.
- (٦) العنوان النقدي.
- (٧) العنوان المثل أو الحكمة.
- (٨) العنوان المقتبس.
- (١) العنوان الإخباري:

ويعنى العنوان الذى يحمل معلومات عن الموضوع المصاحب له ويقدم معلومات جديدة تتصل بالخبر الأساسى بحياد تام.

(٢) العنوان المقارن:

ويقوم هذا العنوان على أساس المفاضلة بين الأفكار والآراء وإبراز جوانب التفاصيل، ويعتمد على عنصر المقابلة بين حقيقتين أو أكثر من الحقائق المتصلة بالخبر.

(٣) العنوان التساؤل:

ويكون العنوان على شكل سؤال هام ومثير، ويهم الجمهور، ويفضل ألا يزيد العنوان عن سطر واحد.

(٤) العنوان الوصفي:

ويقوم على رسم صورة وصفية للموضوع فى ذهن القارئ، بحيث تجذبه هذه الصورة لقراءة الموضوع، وهذا العنوان يستخدم الألفاظ القوية التى تدعو القارئ إلى القراءة.

(٥) العنوان الطريف:

ويهتم بالجانب الطريف فى القصة الخبرية بحيث يثير ذلك اهتمام القراء وجذبهم للقراءة.

(٦) العنوان النقدي:

وهو العنوان الذى يتخذ موقف من الأحداث وبالتالي فهو يستخدم بكثرة فى الأحاديث الصحفية والمقالات والتحقيقات.

(٧) العنوان المثل أو الحكمة:

ويكون فحوى العنوان مثل أو حكمة معروفة لدى الجماهير تتفق وطبيعة المضمون الذى يحمله النص الخبرى.

(٨) العنوان المقتبس:

ويكون فى المعتاد مقتبساً من تصريح المسئول أو الشخصية التى يتم إجراء الحوار معها، وقد يتضمن الاقتباس آيات من القرآن الكريم تكون متطابقة مع المضمون الذى يهدف إليه المعنى.

ومن هنا ينبغى عن تحرير العناوين الآتى:

- (١) الابتعاد عن العناوين السلبية.
- (٢) عدم الإسراف فى العناوين الفرعية.
- (٣) أن يحمل العنوان سطر مستقل.
- (٤) البعد عن الألفاظ التى تعطى أكثر من دلالة.
- (٥) الاستغناء عن التفاصيل غير المهمة.

تحرير العناوين الصحفية:

يرى اتجاه أن سكرتير التحرير أو المخرج الصحفى يجب أن يحرر العناوين وهذا ما تراه المدرسة الأوربية والأمريكية.

أما الاتجاه العربى فىرى أن يقوم كاتب المحرر بتحرير عناوينه باعتباره هو الأجر على استخلاص أهم قيم الخبر. وهناك اتجاه يرى ضرورة ترك العناوين لقسم المراجعة والديسك المركزى. أما الاتجاه الجديد فىرى ضرورة أن يكون هناك محرر متخصص فى العناوين مهمته قراءة الموضوعات ووضع عناوين لها وهو فى المعتاد نائب رئيس التحرير. ومن هنا فإن مهارات محررى العناوين لا تأتى من فراغ ولكن وليدة تجارب وخبرات طويلة حتى يتمكن من أداء هذه المهمة بنجاح.