

دليل الصحفي والإعلامي

المحترف

فصل الخطاب

في الصحافة والإعلام

الكاتب الصحفي

قطب الضوي

الكتابة الصحفية

W

الطبعة الأولى

1443هـ - 2021م

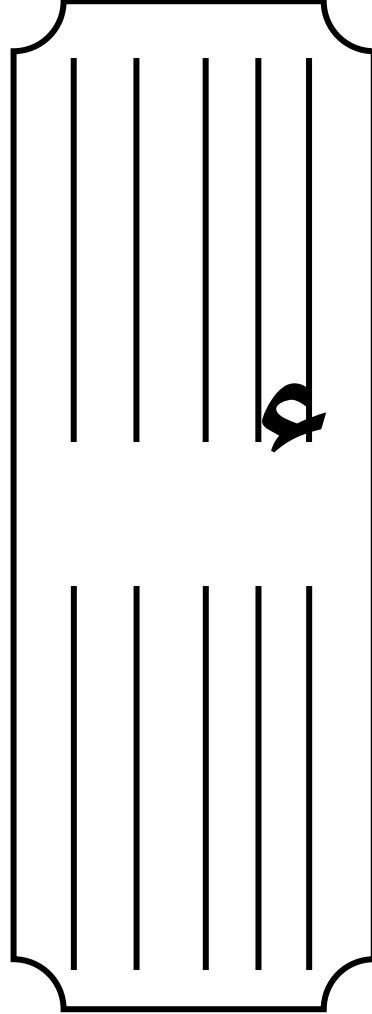
دار الروضة

للدراستات الإنسانية

2 درب الأتراك خلف الجامع الأزهر

ت: 25066884 - 01223608995

darelrawdams@yahoo.com



رقم الإيداع: 2020/21559

التوقيع النولي / 5-8112-90-977-978

المرشد

الوضاح

مقدمة

إن مفهوم الصحافة في ظل سيادة ونمو وسائل الاتصال أضحى متسعاً ليشتمل عدداً من الفعاليات الإعلامية، لا بد أن ندرك أن الصحافة هي الوسيط الورقي الذي اعتاد القارئ التعامل معه.

رغم وجود تعددية سياسية وإعلامية فإنه لا ينفي امكانية توحيد توجهات المنظومة الإعلامية عبر آليات مختلفة تبدأ من مصادر التمويل ونهي عند تركيز ملكيات وسائل الإعلام في يد نخب اقتصادية ذات توجهات سياسية متوافقة.

إن وسائل الإعلام تقوم بوضع أجندة الجمهور بصورة مباشرة من خلال دفعها لاهتمام بالقضايا عبر إبرازها وتلعب قوة وسائل الإعلام كوسيط اتصالي فعال ودوراً هاماً في هذا الصدد، إن أجندة الرأي العام تؤثر في أجندة النخب السياسية ذلك في النظم الديمقراطية التي تسعى للاستجابة لمطالب واهتمامات ناخبهم.

كما إن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مستقلاً علي أجندة صناع السياسات إذ هم يستخدمونها منصة تعرض اهتمامات الرأي العام.

قد تكون صحافتنا العربية هي الصحافة الوحيدة المنفردة في العالم – وإن اختلفت درجات التردد التي لم تمارس الحرية بالصورة التي يتحدث عنها المفكرون والمنظرون وتاريخ صحافتنا العربية يقول: إن الصحف العربية الأولى التي ظهرت في العالم العربي لم تكن صحفاً خاصة ولكنها كانت – وبعضها لا يزال – مطبوعات حكومية كما أنها كانت تحت رقابة الحكومات العربية – ولهذا فقليلاً ما تطرح – بين استثناءات قليلة تلك التساؤلات المتعلقة بأنظمة الحكم وسياساتها وتوجهاتها ذلك إنها في مفردتها العربية.

تظهر أهمية هذا الكتاب "فصل الخطاب في الصحافة والإعلام .. دليل الصحفي والإعلامي المحترف" إلي تقديم محاضرات مبسطة موجزة للدارسين حول مفهوم الصحافة والإعلام وتزويد الدارسين بالمهارات التي يحتاجها الدارس لصقل قدراته وتنمية موهبته في مجال العمل الصحفي والإعلامي عامة هذا الكتاب يقيم أوضاع الصحافة المتخصصة ويرصد التطورات التي طرأت من أجل تطويرها لتواكب

التطورات العالمية في ظل ما يشهده العالم من ثورة تكنولوجية وانفجار معلوماتي عبر الإنترنت.

يقع هذا الكتاب في عدة فصول.

الفصل الأول: الكتابة الصحفية

الفصل الثاني: فن كتابة الحوار

الفصل الثالث: صحافة الشؤون الخارجية

الفصل الرابع: الصحافة الرياضية

الفصل الخامس: الصحافة الفنية

الفصل السادس: صحافة الجريمة

الفصل السابع: صحافة الأطفال

الفصل الثامن: الصحافة البيئية

الفصل التاسع: الصحافة الجامعية

الفصل العاشر: الصحافة المحلية

الفصل الحادي عشر: الصحافة العمالية

الفصل الثاني عشر: الإخراج الصحفي

وفي الختام أود أن يحقق هذا الكتاب هدفه الاستراتيجي في توصيل المعلومة للدارسين لتنميته وتطوير قدراتهم في هذا المجال.

الكاتب الصحفي

قطب الضوي

خصائص الكتابة الصحفية

حظيت "الكتابة" باهتمام غير مسبوق من جميع الأمم، خاصة العرب، قديما وحديثا، باعتبارها أبرز وسائل التحصيل والتعبير والتعليم والتثقيف، فضلا عن كونها السبيل إلى تسجيل تاريخ الأمم والشعوب، وإنجازاتها في شتى العلوم والمعارف بمختلف المجالات.

واهتمت المعاجم العربية ببيان مفهوم كلمة "الكتابة" ضمن تعريفها بمشتقات الفعل "كتب". ومن ذلك:

- الكتاب: صناعة الكاتب، وحرفته.
- لغة الكتابة: لغة الإنشاء من أدب ونحوه، أو اللغة التي يستخدمها المثقفون في كتاباتهم.

- كَتَبَ الكتاب: صَوَّر فيه الأفكار والألفاظ بحروف الهجاء.
- والكتابة تحم إلي المتلقي أسلوب الكاتب – طريقته – في عرض أخباره، وموضوعاته، وأفكاره، ومعلوماته، ومقترحاته، وآرائه، ودراساته، وإنتاجه العلمي في مختلف المجالات علي القراء والمستمعين والمشاهدين.

وقد عرّف ابن خلدون الكتابة – في صدر الفصل الثلاثين من مقدمته الشهيرة – بأنها⁽¹⁾: "صناعة شريفة من خواص الإنسان التي يُميّز بها عن الحيوان، وتطلع علي ما في الضمائر، وتتأدي بها الأغراضُ إلي البلاد البعيدة، فنُقضي الحاجات، ويُطلع بها علي العلوم والمعارف وصحف الأولين، وما كتبوه من علومهم وأخبارهم، فهي شريفة بهذه الوجوه والمنافع".

وأفرد "الجاحظ" صفحات مهمةً من كتابه "الحيوان" لبيان فضل الكتابة، فجعلها حافظة العلم وحصانته، وأداة النفع به ووسيلته.

(1) عبدالرحمن بن محمد بن خلدون: مؤسس علم الاجتماع الحديث، ولد في تونس، وعاش في مصر نحو ربيع قرن، تُوفي عام 1406م، ودفن بالقاهرة.

يقول: "لولا الكتب المدونة والأخبار المخلدة، والحكم المخطوطة التي تُحصن الحساب وغير الحساب، لبطل أكثر العلم، ولغلب سلطان النسيان سلطان الذكر، ولما كان للناس مفرغٌ إلى موضع استذكار.

ولو تم ذلك لحُرِمنا أكثر النفع؛ إذ كنا قد علمنا أن مقدار حفظ الناس لعوالم حاجاتهم وأوائلها لا يبلغ من ذلك مبلغا مذكورا، ولا يغني فيه غناء محمودا، ولو كُلف عامة من يطلب العلم ويصطنع الكتب ألا يزال حافظا لفهرست كتبه لأعجزه ذلك، ولكُلف شططا، ولشغله ذلك عن كثير مما هو أولي به..⁽¹⁾.

والكتابة "علم" و"فن" فهي "علم" من حيث التزامها أصولا وقواعد علمية، لا يجوز إغفالها بأي حال. وهي "فن" لأنها تقبل "التزود" بخبرات الكاتب، و"التجمل" باختياراته اللفظية، وتراكيبه اللغوية، والاحتفاء بإبداعه الشخصي، وتسخير فنونها للرقى بجملة وعباراته، والسمو بأفكاره، وآرائه.

والكتابة "تنويع" لعمليات مهمة يمر بها الكاتب قبل أن يشرع في تدوين أفكاره وآرائه ومقترحاته ومعلوماته، أبرزها القراءة؛ فلا كتابة صحيحة دون أن تسبقها قراءة جيدة، تستهدف تثقيف الكاتب، وتعميق وعيه بالقضايا محل اهتمام المجتمع، وإتاحة الفرصة واسعة أمامه لجمع ما شاء من معلومات وبيانات عن الفكرة أو القضية أو الموضوع الذي اختاره للكتابة.

ويتلزم مع القراءة: "التفكير" الذي كرم الله به الإنسان وميزه. وإذا كان التفكير لازما لكل إنسان، فهو ألزم بالنسبة إلى الكاتب. ومن أبرز مقتضيات التفكير الفهم والإدراك والوعي، ودقة التحليل، وحسن الاستنتاج، وسلامة الاستشهاد.

(1) عمرو بن بحر الجاحظ: كتاب "الحيوان" تحقيق عبدالسلام هارون، ط2، ج1، ص47.

وباجتماع القراءة والكتابة تتحقق للإنسان فوائد عظيمة، منها: العلم، والتقدم، والتحضر، واكتساب المهارات النافعة في مختلف المجالات، ومعرفة أحوال الأمم الماضية، والاستفادة منها.

ولأهمية القراءة في حياته، وتأثيرها الكبير في تكوينه الأدبي، يقول الأديب العالمي نجيب محفوظ⁽²⁾: "تأثرت كثيرا بلغة المنفلوطي، وبأسلوبه البليغ. كانت لغتنا العربية جيدة في ذلك الوقت، ومع السنوات توالى قراءاتي، فعرفت جيل الرواد الذي أدين له بالكثير: العقاد، وطه حسين، والمازني، ومحمد حسين هيكل، وبعدهم توفيق الحكيم، ويحيى حقي"⁽¹⁾.

ومن مزايا الكتابة العربية أنها تعتبر "حال المخاطب" أو المتلقي أساسا لا يجوز تجاهله في اختيار أسلوب الكتابة.

فما يوجه إلي شخص أو مجموعة أو فئة ذات مستوى فكري أو تعليمي أو ثقافي معين لا يصلح لمخاطبة شخص أو مجموعة أو فئة ذات مستوى فكري أو تعليمي أو ثقافي مختلف.

وتعد "الكتابة الصحفية" من أبرز العلوم والفنون التي تقوم عليها صناعة الإعلام بجميع وسائله: المقروءة والمسموعة والمرئية، وفي كل مجالاته، ومختلف تخصصاته.

وتتميز الكتابة الصحفية بجمل سهلة بسيطة، وعبارات مُشوّقة جذابة موجزة، قادرة علي تغذية عقل المتلقي، وتلبية احتياجاته الإعلامية والتعليمية والثقافية ... ونحوها.

والحاجة ملحة إلي تنمية مواهب الشباب، وتدريبهم جيدا علي الكتابة خلال سنوات الدراسة، حتي نضمن استعدادهم الكامل لإنتاج نصوص صحفية

(2) نجيب محفوظ: روائي مصري كبير، وأول عربي حاز جائزة نوبل في الأدب.

(1) من حوار نشرته صحيفة "الأهرام" في عددها الصادر صباح الجمعة 9 ديسمبر 2011، أجراه الأستاذ محمد سلماوي.

وإعلامية صحيحة، واضحة الدلالة، بعيدة عن الأخطاء التي تقلل من شأن الكاتب، وموضوعه، وصحيفته، أو وسيلته الإعلامية.

وإذا كانت الكتابة "متعة" للكاتب الفاهم الواعي؛ فإنها غذاء لعقل القارئ، الأمر الذي يلزم الكاتب بأن يحرص علي تقديم زاد معلوماتي معرفي لقارئه في المجال الذي تخصص فيه؛ فلا حاجة للقارئ إلي كتابات لا تنفعه بجديد، وتردد – بشكل أو آخر – ما يعرفه، ولا تضيف إليه، بل تضيع وقته فيما لا يفيده.

والحديث عن خصائص الكتابة الصحفية يقتضي الإشارة السريعة إلي أنواع أخرى من الكتابات شاع استخدامها بين قطاعات عديدة في المجتمع، لتحديد سماتها، وخصائصها، وتمييز الفوارق بينها وبين الكتابة الإعلامية، ومن أبرز تلك الكتابات: الكتابة العلمية، والكتابة الأدبية، والكتابة بالعامة.

فالكتابة "العلمية" تتميز بالتركيز التام علي الحقائق العلمية في شتي مجالات العلوم والمعارف، وتتسم بالجدية الكاملة في تقديم المعلومات، والصرامة الشديدة في التزام جميع الثوابت العلمية.

وتجمع "الكتابة الأدبية" بين الحقيقة والخيال، وتعتمد علي الصور البلاغية، والمحسنات اللفظية، وتأتي شعرا أو نثرا، وقد تجمع بينهما.

أما "الكتابة بالعامة" فتأتي – في أحد أوجهها – نتيجة ضعف الاهتمام باللغة العربية.

وسواء كان النزوع نحو الإفراط في استخدام "العامة" مقصودا لإقصاء اللغة العربية، والنيل من مكانتها كما يري البعض، أو يقع من باب الاستسهال والجهل والإهمال وفق رؤية آخرين، فإننا أمام ظاهرة "غريبة" علي الكتابة الصحفية، ويجب التخلص منها، والعودة إلي لغتنا السليمة السهلة البسيطة.

فإذا ذهبنا إلى الكتابة الصحفية و جدناها تستمد الكثير من سماتها وخصائصها من شخصية الكاتب التي تؤثر بشكل أو بآخر في إنتاجه من المواد التي يُعدها للنشر أو البث.

فليس منطقيا أو مقبولا أن نطالب الصحفي بكتابة "موضوعية" قبل أن نطالبه بأن يكون متسما بصفة "الحيادية" في أدائه المهني، فلا "موضوعية" كاملة في الكتابة الإعلامية دون "حيادية" تامة من الكاتب أو الإعلامي قبل أن نطمئن إلى أنه شخصا يلتزم "المصداقية" في أدائه.

إن الصحفي هو العنصر الأساسي في نجاح العمل الصحفي في كل مراحله، وخاصة مرحلة الكتابة، ولذا تجب العناية بتكوينه مبكرا، وإعداده علميا، وتدريبه عمليا، وتشجيعه وتحفيزه، وهذا كله يؤدي ثماره المرجوة عندما يبدأ في مرحلة التعليم.

وللكتابة الصحفية أثرها المميز في دعم ثقافات الأمم والشعوب و حمايتها، كما أن لها دورا بناء مؤثرا في سلوك الأفراد والجماعات والمجتمعات، باعتبارها لغة سهلة بسيطة محل اتفاق أبناء المجتمع، كبيرهم وصغيرهم، عالمهم ومتعلمهم، شبابهم وفتياتهم.

ومن أهم خصائص الكتابة الصحفية ومزاياها: الوضوح، والإيجاز، والمصداقية، والواقعية، والموضوعية، والمعلوماتية، وسهولة الفهم، وتجنب الألفاظ الأجنبية.... وغيرها.

وتعد "مطابقة الحقيقة" أبرز دلائل تحقق "المصداقية" في الكتابة الإعلامية، سواء كانت أخبارا أو تقارير أو تحقيقات أو حوارات.

وتتحقق "الواقعية" بالدقة الكاملة في نقل تفاصيل الأحداث والوقائع، وهي سمة أصيلة للكتابة الصحفية، ولا يجوز تجاهلها.

أما "الموضوعية" فتعني التعبير الدقيق المتوازن الشامل عن القضية أو الحدث بجميع أبعاده وأطرافه، وتقديم الحقائق والمعلومات والبيانات بأمانة كاملة، وحياد تام، وإحاطة غير منقوصة.

ويستهدف اشتراط "المعلوماتية" في الكتابة الصحفية البعد عن العبارات الإنشائية غير محددة الدلالة، فالكتابة الصحفية لا تقبل الحشو، ولا تتحقق بأحاديث الأمانى والأوهام، وإنما تعتمد علي المعلومات والحقائق والبيانات، وتشترط الحصول عليها من مصادر موثوقة بطرق مشروعة، والتيقن من صحتها ودقتها ونفعها.

وضمن "الوضوح" يقتضي استخدام كلمات متداولة علي ألسنة الناس، والبعد عن الكلمات الغريبة والمهجورة، وكذلك الكلمات التي توحى بأكثر من معنى – التورية – حتي لا تكون سببا في تشويه الدلالات، وخط المعاني.

وتبرز أهمية خاصة "سهولة الفهم" التي تتميز بها الكتابة الصحفية في مراعاة أحوال المتلقين من جميع فئات المجتمع علي اختلاف ثقافتهم، ودرجات تعليمهم، وتنوع أعمارهم، وتباين خبراتهم، ومن ثم لابد من أن يتمتع النص المكتوب بسهولة الفهم من الجميع.

ويتجلي "الإيجاز" غير المُخل في أمرين متلازمين، هما: قلة عدد الكلمات، وكثرة المعاني والدلالات. ويتحقق بالبعد عن التطويل، وحذف الكلمات الزائدة، وتجنب التكرار.

وتتميز الكتابة الصحفية بالحرص علي "ترتيب الأولويات" بوضع المعلومات والحقائق والبيانات في قدرها الحقيقي، ومكانتها من الأهمية دون تهويل أو تهوين.

وفي جميع الأحوال ينبغي أن يكون موضوع الكتابة متصلاً بقضية تشغل
القراء، أو بمعنى آخر يستحق الكتابة والنشر.

كتابة العناوين الصحفية

يكتسب العنوان أهمية كبرى باعتباره ضرورة مشتركة بين جميع فنون الكتابة الصحفية والإعلامية، فلم يعد مقبولا لدى الكاتب والمتلقي معا مادة صحفية أو إعلامية دون تصديرها بالعنوان المناسب⁽¹⁾.

ومع كل تطور في العمل الصحفي والإعلامي تزداد أهمية العنوان، وتتأكد الحاجة الدائمة إلي العناية به، لتعظيم دوره في ترسيخ مكانة الوسيلة الإعلامية، وتوسيع انتشارها، ودعم تأثيرها في الرأي العام، وجذب المزيد من المهتمين بالإعلام إليها، وربطهم بها، والتيسير عليهم في التواصل مع المواد المحببة إلي نفوسهم.

والعنوان الجيد يُعمق ثقة المتلقي في الوسيلة الإعلامية، ويُبرز تميزها، خاصة إذا أدركنا حقيقة أن العنوان نص يعتمد علي الإيجاز والتركيز والاختصار من ناحية، ويقدم أكبر قدر ممكن من المعاني والدلالات والإيحاءات من ناحية أخرى، كما يتمتع بالجاذبية والتشويق والبساطة والوضوح والبعد عن الكلمات الغريبة.

ولاشك في أن وجود العناوين في صدارة الأخبار والموضوعات دائماً، وحرص الصحيفة والوسيلة الإعلامية علي حُسن توظيفها والإفادة منها في جذب المتلقين؛ يجعلان البعض يتعامل مع صياغة العناوين علي أنها فن خاص من فنون الكتابة، يأخذ بأيدي المبدعين فيه إلي صفوف المحررين المميزين، ويجلب لهم شهرة سريعة وواسعة بين أقرانهم.

(1) محمد الدسوقي: "العناوين الصحفية: وظائفها، أنواعها، كتابتها" - الأهرام - 2012 .

ويجب أن نعي جيدا حقيقة أن كتابة العناوين من المهام الأساسية لكل محرر، وأن تميز البعض – أو حتي تخصصهم – في هذا المجال لا يجوز أن يدفع غيرهم إلي ترك هذه المهمة اعتمادا علي الآخرين.

وينبغي أن يعتمد كل صحفي إلي الوفاء بمهامه التحريرية كاملة، وفي مقدمتها كتابة العناوين المناسبة لموضوعاته.

إن البعض يعزف في كتابة العناوين الصحفية لما تتطلبه من إيجاز شديد من ناحية ودلالة واضحة من ناحية أخرى، علي الرغم من أن كثرة التدريب علي هذا الفن تُكسب المحرر مهارة الكتابة باختصار وتركيز ووضوح وتشويق دون الإخلال بالمعاني والدلالات والمعلومات والبيانات.

وتُجمع المعاجم العربية علي تعريف العنوان بأنه " ما يُستدل به علي غيره" أو "ما يُستخدم لإظهار غيره".

وهذا المدلول اللغوي يُعبر بوضوح عن أهم أهداف استخدام العناوين في وسائل الإعلام عامة، والصحافة خاصة.

وتبرز العناوين في كثير من الاستخدامات الصحفية والإعلامية المعاصرة بصورة مختلفة، وفي وسائل متعددة، أهمها:

- الصحف الورقية
- وكالات الأنباء
- أثير الإذاعة وشاشات التلفزيون
- المواقع الإخبارية الإلكترونية
- الرسائل الخبرية القصيرة عبر الهاتف
- الإعلانات بمختلف وسائل الإعلام

يكتسب العنوان الصحفي أهميته من "ثلاثية الوظائف" التي يؤديها تجاه الوسائل الإعلامية عامة، والصحيفة خاصة، والمادة الإعلامية، والمتلقي علي النحو الآتي:

- **وظائف العنوان تجاه الوسيلة الإعلامية عامة والصحف خاصة:**
- تحديد السمات الخاصة للصحيفة أو الوسيلة الإعلامية (الشخصية).
- تعميق هويتها، وإبراز اهتماماتها، والأسس العامة لسياستها التحريرية.
- تحقيق تميزها بين الصحف المنافسة.
- بيان ثراء الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية بالأخبار والموضوعات والمقالات في المجالات: السياسية، والاقتصادية، والرياضة، والثقافية، والعلمية، والأدبية، والفنية... ونحوها.
- الترويج للصحيفة، وجذب القراء إليها، وتشجيعهم علي شرائها وقراءتها؛ باعتبارها سلعة منافسة في مواجهة العديد من الصحف المطروحة علي القارئ.
- تجميل صفحات الصحيفة، وتحويلها إلي ما يشبه اللوحات الفنية التي تجذب أعين القراء، وتجعلها تنتقل بين المواد المنشورة براحة وسهولة، ورغبة في المزيد من المعرفة، والاستمتاع القراءة.
- **وظائف العنوان تجاه المواد الصحفية والإعلامية:**
- تلخيص الخبر أو الموضوع.
- إبراز أهم المعلومات والحقائق.
- بيان تنوع المواد الإعلامية، وإبراز أنواعها، ومجالاتها.
- إظهار ثراء الموضوعات بالمعلومات والدلالات.
- تحقيق التشويق اللازم لجذب القارئ إلي المادة الصحفية.

- بيان أهمية المادة من خلال موقعها علي الصفحة أو ترتيبها في الإذاعة.
- منح أهمية خاصة للمواد المنشورة.
- يمثل العنوان وجودته وبساطته ووضوحه أبرز عوامل التشويق والجاذبية للمواد الصحفية والإعلامية.
- **وظائف العنوان تجاه القارئ:**
 - تأكيد تنوع المادة الصحفية ومساعدة القارئ علي اختيار ما يناسبه.
 - إقناع القارئ بأهمية الخبر أو الموضوع، ودفعه إلي قراءته.
 - تشجيع القارئ علي قراءة مواد أخرى في ترتيب متأخر من اهتمامه.
 - تقديم صورة مبسطة للقارئ المتعجل عن أهم الحقائق والمعلومات.
 - إظهار ثراء الأخبار والموضوعات بالمعلومات.
 - تنمية الوعي الصحفي لدي القارئ، لدعم التقارب الفكري، وزيادة التفاهم والتفاعل بين الكاتب وقرائه.
- وعلي الرغم من أن أنواع العناوين الصحفية تقترب من أربعين نوعاً فإننا نستخدم منها عدداً محدوداً، الأمر الذي يحرم القارئ – والكاتب أيضاً – من ثراء العناوين.
- والتعريف بأنواع العناوين يستهدف إحاطة الكاتب أو المحرر بمضامينها وأهدافها والجوانب الفنية اللازمة لإتقان كتابتها، حتي تحقق وظائفها تجاه الصحيفة والمادة الصحفية والقارئ. وهذا التنوع في العناوين يثري الكتابة، ويتيح للمحرر فرصة اختيار العنوان المناسب.

فن الحوار

مقدمة:

يعد الحوار الصحفي من أبرز فنون مهنة الصحافة، التي تتطلب مهارات خاصة، لما يتطلبه من تحديد الهدف، وجمع المعلومات، وتحديد المحاور، ومروراً بإدارة الحوار، وتسلسل الأسئلة، وتوليد بعضها، من إجابات الضيف، وانتهاءً بالقدرة علي تقييم أهم محتويات الحوار وصياغة العناوين، والمقدمة والمحتوي، ولكل عنصر، أسرار ومهاراته للخروج بعمل ناجح. وبعيداً عن التعقيدات، والتعريفات الأكاديمية، يعرف المحاضر الحوار علي النحو التالي:

هو لقاء يجريه الصحفي، مع شخص ما، لتحقيق هدف محدد سلفاً، علي علم أن ما يدلي به سيأخذ طريقه للنشر.

إذن، أخطر خطأ يقع فيه الصحفي هو تحديد الشخصية، قبل تحديد الهدف، لذا ينتج حوار ضعيف، عندما يكون إجراء الحوار هدفاً في حد ذاته، لمجرد تقديم إنتاج للصحيفة.

ومن هنا، يمكن تحديد خطوات إعداد الحوار الناجح بما يلي:

- 1 – تحديد الهدف الذي يسعى الصحفي إلي تحقيقه.
- 2 – البحث عن مصدر أو أكثر لمحاورتهم بحيث تتوفر فيهم شروط تحقيق الهدف.

- 3 – الإعداد الجيد للحوار بجمع المعلومات وتنقسم إلي:

أ – جمع المعلومات التفصيلية عن القضية موضوع الحوار.

ب – جمع المعلومات التفصيلية عن المصدر الذي ستجري الحوار معه.

4 – إجراء الحوار.

5 – مرحلة الصياغة والإعداد للنشر.

ومن تلك الخطوات يمكن استخلاص أنواع الحوارات، ومواصفات الحوار النجح، ومهارات إدارة الحوار، وصياغته.

أولاً: أنواع الحوارات

انطلاقاً من الهدف

1 – حوار المعلومات: وفي هذا النوع يكون هدف الصحفي الحصول علي معلومات جديدة، حول قضية معينة، علي سبيل المثال: البحث عن آخر مستجدات مفاوضات سد النهضة، أو التعرف علي معلومات جديدة عن النظام التعليمي الجديد، وآليات تطوير منظومة التعليم الفني والتدريب المهني.

2 – حوار الرأي: وهو الحوار الذي يكون الهدف منه الوقوف علي آراء المختصين في قضية ما.

3 – حوار الشخصية: وهو الحوار يكون الهدف منه الغوص في أعماق شخصية ما، حققت إنجازات، أو شغلت الرأي العام، للوقوف علي جوانب خافية في شخصيتها، والاطلاع علي مؤثرات تكوينها، وخبراتها، ومعاركها، والعوامل التي بلغت بها إلي ما وصلت إليه.

4 – حوار التسلية والامتناع: وهي الحوارات التي تُجري بهدف تسلية وإمتاع القارئ أو المشاهد، مثل حوارات مع الأطفال النابهين، أو مع الفنانين خاصة الكوميديان.

ثانياً: الحوار الناجح

1 – تحديد الهدف بوضوح، واختيار الشخصية المناسبة، فعلي سبيل المثال ، إذا كان الهدف من الحوار المعلومات حول النظام التعليمي الجديد، فإن وزير التربية والتعليم والتعليم الفني، الشخص الأنسب لإجراء الحوار أو من ينوب عنه في اختصاص التطوير.

2 – الإعداد الجيد، من خلال جمع المعلومات التفصيلية والدقيقة عن القضية، فبقدر المعرفة تكون القدرة علي الحوار والمواجهة، وتحقيق الانفرادات الخبرية من الحوار.

3 – الإلمام بالمعلومات عن المصدر (طباعه الشخصية، آخر تصريحاته الصحفية، حواراته السابقة)، كل هذا يحول دون تكرارك لأسئلة سبق أن أجاب عليها لزملاء آخرين، فعليك الإلمام بكل ما صرح به هو أو غيره، حتي تبحث معه عن الجديد، أو إزالة اللبس حول معلومات سابقة، وإلا سيكون حوارك مجرد تكرار لمعلومات قديمة مستهلكة.

4 – القدرة علي إذابة الجليد، في بداية اللقاء بسؤال تمهيدي، أو عبارات مجاملة مستقاة من المعلومات الخاصة بالشخصية.

5 – تجنب الأسئلة الصدامية، عند بدء الحوار مع المصدر، والتدرج في المواجهة للوصول للذروة.

6 – القدرة علي طرح أسئلة توليدية، تفسيرية، أو مواجهة بمعلومات تخالف وجهة نظر المصدر.

7 – طرح أسئلة تولد عناوين.

8 – صياغة الحوار بأسلوب احترافي، مشوق، عاكس لأجواء إجراءاته بحيث يقدم ما لم يذكر صراحة.

سلسلة الحوارات

ما هو الفرق بين حوار والسلسلة؟

الفرق يكمن في القضية والهدف، فهناك قضايا لا يكفي حوار لمعالجتها، مثال ذلك سلسلة حوارات "مصر إلي أين؟ حوارات في الحاضر والمستقبل"، مصر إلي أين سياسياً؟ أم اقتصادياً أم علمياً؟ أم ثقافياً أم في سياستها الخارجية؟ فمثل هذا السؤال يحتاج لسلسلة حوارات مع متخصصين. كذلك الحال مع سلسلة "التعليم الفني إلي أين؟" لا يملك فرد الإجابة عن ذلك بل يحتاج لمجموعة من المختصين.

شروط نجاح سلسلة الحوارات:

- 1 – وضوح الهدف
- 2 – التخطيط الجيد
- 3 – اختيار المصادر القوية ذات الصلة الوثيقة بالهدف
- 4 – تقسيمها إلي محاور دون الإخلال بالرابط الموضوعي
- 5 – اختيار عنوان ثابت جامع للحلقات يتحقق فيه الإيجاز والإبداع، مع وضع عناوين ثانوية لكل حلقة تميزها.

نماذج لغاوين بها أخطاء

- رئيس السكة الحديد يحيل مسؤولو محطة مصر برمسيس لتحقيق
- تعليم الاسكندرية يستقبل العام الدراسي بـ 25 مدرسة جديدة.
- لقاء مفتوح بين محافظين الإسماعيلية الجديد والسابق مع القيادات التنفيذية والإعلاميون والشباب.
- 3 مليار جنيه قيمة السيارات وقطع الغيار المفرج عنها بجمارك الإسكندرية
- مروان محسن ومحمد محمود بديلين لكوكا وسام مرسى.
- صحيفة سعودية: التعويل علي إيران في أي مشروع سلام بالمنطقة ضرب من ضروب المستحيل
- ضبط 44 عمالات أثرية بميناء برج العرب
- تحرير 1702 مخالفات مرورية وضبط 1004 متهما هاربا بالبحيرة
- ضبط 1469 متهمين هاربين وتحرير 1714 مخالفات بالبحيرة
- إنشاء منطقة لوجيستية جديدة علي مساحة 20 فدان بـ "كفر الشيخ"
- الغصبان: أهمية كبيرة لإظهار التراث البورسعيدي في المرحلة القادمة وبناء الإنسان
- أمن بني سويف يحقق في أزمة بين ثقافة بني سويف والحماية المدنية
- القبض علي عاطل بحوزته 35 تذكرة هيروين مخدر للاتجار بالمنيا
- القبض علي هارب من السجن المؤبد بالمنيا
- ضبط ورشة لتصنيع الأسلحة بمغاغة
- المتحدث الرئاسي: السيسي أكد علي أهمية دور مصر في تعزيز العلاقات الصينية بالقارة الإفريقية

- "علاء والي" يناشد "المحافظين" مواجهة غلاء الأسعار لرفع المعاناة عن كامل المواطنين
- باستخدام العقارات المهدئة القضاء علي ظاهرة انتشار الدواب الشاردة ببورسعيد
- إصابة عامل بحروق متفرقة في حريق كافية بأبو المطامير
- 65 مليون جنيه لإنشاء الطريق الدولي الساحلي بـ "كفر الشيخ"
- إصابة طالبتان بحالة تسمم إثر تناولهن وجبة كبدة بالبحيرة
- إزالة فورية لـ 76 حالة تعدي علي أملاك الدولة والري بـ "ديروت"

مفهوم الصحافة المتخصصة

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

1 – يقارن بين الصحافة العامة والصحافة المتخصصة.

2 – يذكر مستويات الصحافة المتخصصة.

3 – يحدد مجالات الصحافة المتخصصة.

4 – يميز بين أنواع الصحف المتخصصة.

العناصر:

1 – أهمية التخصص في الصحافة.

2 – تعريف الصحافة المتخصصة.

3 – مستويات الصحافة المتخصصة.

الفصل الأول

مفهوم الصحافة المتخصصة

أولاً – أهمية التخصص في الصحافة:

نحن نعيش في عصر الصحافة المتخصصة، وما أكثر الشواهد والأدلة التي تدعم هذا القول، في فرنسا مثلاً هناك أربعون مجلة نسائية متخصصة، وفي الوقت الذي يتراجع فيه توزيع الصحف العامة في فرنسا بنسبة 3.3%، يزداد توزيع الصحف المتخصصة بنسبة 10.2%.

وعلي حين تحصل الصحف الفرنسية المتخصصة علي 3.2% من حجم الإعلانات الصحفية، لا يزيد نصيب الصحف اليومية العامة علي 22.8% من هذه الإعلانات. وفي الولايات المتحدة الأمريكية تصدر عشرة آلاف مجلة، من بينها ثمانية آلاف مجلة متخصصة.

وفي كل عصر تصدر بالولايات المتحدة 200 مجلة جديدة، بينها 160 مجلة متخصصة...!

وهناك أمثلة مشابهة في إنجلترا وألمانيا الغربية، وبقية دول غرب أوروبا.

ورغم عدم وجود بيانات دقيقة عن الصحافة في المعسكر الشرقي، فإن الصحف العلمية المتخصصة كانت تشكل 14% من حجم الصحف التي تصدر بالاتحاد السوفيتي السابق...!

ويعترف تقرير دولي مهم لمنظمة اليونسكو بازدهار الصحافة المتخصصة في الوقت الذي تتزايد فيه مصاعب الصحافة العامة، حيث يذكر أن :

"الصحافة الدورية تنقسم بصفة عامة إلى قسمين رئيسيين، مطبوعات ذات اهتمامات عامة واسعة تستهدف التوزيع الجماهيري، ومطبوعات تخاطب جمهوراً.

ومن العرض السابق يستبين مفهومنا لاصطلاح الصحافة المتخصصة، إذ نميل إلى القول بأن الصحافة المتخصصة تقوم علي ركنين أساسيين، وهما:

الأول: المادة الصحفية المتخصصة.

والثاني: الجمهور المتخصص من القراء.

وعلي ضوء هذا الفهم، نعتقد بوجود نوعين من الصحف المتخصصة، وهما:

النوع الأول: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء، فالصحيفة النسائية أو الطبية أو الهندسية أو الإدارية أو الاقتصادية، تقدم مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين.

النوع الثاني: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء، كالصحيفة الرياضية أو الصحيفة الفنية، تقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص.

ويدخل في هذا النوع من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة، مثل الجرائد اليومية العامة، والمجلات الأسبوعية العامة.

ومن هذا المنظور فإن مفهوم الصحافة المتخصصة يشمل – في رأينا – كلاً من الصحف المتخصصة، والصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

ثالثاً: مستويات الصحافة المتخصصة:

ومن الضروري أن نشير إلى مستويات في الصحافة المتخصصة:

المستوي الأول: نراه في الصفحات المتخصصة في الجرائد اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة، فهذه الصفحات موجهة للقارئ العادي، الذي غالباً ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات حول مجالات النشاط الإنساني المتعددة، كالسياسة والاقتصاد والاجتماع والأدب والعلم والفكر والدين. وقد صارت هذه المعلومات التي تنشرها الصفحات المتخصصة تشكل جوهر (الثقافة العامة) التي يحصل عليها المواطن العادي القارئ للصحف.

المستوي الثاني: نراه في الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية. وهذه تقدم مادتها للقارئ متوسط الثقافة، الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية.

المستوي الثالث: نراه في الصحف العلمية المتخصصة، وقد تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية. وهي صحف تتابع نشر أحدث الأبحاث والدراسات الجديدة التي وصل إليها التطور في كل تخصص. وهذه الصحف موجهة إلى القارئ المثقف ثقافة عالية، وتكاد تكون بديلاً عن الكتاب. وقد أخذت هذه الصحف في الانتشار بحيث صارت تغطي معظم النشاطات الإنسانية المعاصرة، فهناك مثلاً صحف تتخصص في الطب، وأخرى في الهندسة، وثالثة في القانون، ورابعة في الشؤون الاقتصادية، وخامسة في الزراعة، وسادسة في الفكر أو الفن أو الأدب أو الإعلام، وبمرور الوقت يزداد نمو هذه الصحف بحيث دخلت مرحلة (تخصص التخصص) فلم يعد يكفي مثلاً وجود صحيفة متخصصة في الإعلام، وإنما صارت هناك صحف متخصصة في الصحافة، وأخرى في الراديو، وثالثة في التلفزيون، ورابعة في السينما، وخامسة في

المسرح، وسادسة في الكتاب، وسابعة في الإعلان، وثامنة في العلاقات العامة، وهكذا الأمر في بقية التخصصات الأخرى.

ملخص الفصل الأول

تناول هذا الفصل ما يلي:

1 – الصحافة الدورية تنقسم إلى قسمين رئيسيين، دوريات ذات اهتمامات عامة، ودوريات تخاطب جمهوراً من نوع خاص.

2 – الصحافة المتخصصة تعد منبرا للمناقشة، وأداة لنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب من مختلف التخصصات التي تسعى إلى التأثير على متخذي القرار، ويخدم قطاع كبير من الصحف المتخصصة الاهتمامات السياسية والاقتصادية والثقافية والترويحية عن طريق إشباع الحاجات المتعددة لجماعات متنوعة من القراء.

3 – الصحافة المتخصصة تقوم على ركنين أساسيين، وهما: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء؛ فالصحافة النسائية أو الطبية أو الهندسية أو الإدارية تقدم مادة صحفية متخصصة للقراء متخصصين، والنوع الثاني، الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحيفة الرياضية أو الصحيفة الفنية، والتي تقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص. ومن هذا المنظور فإن مفهوم الصحافة المتخصصة يشمل كلاً من الصحف المتخصصة، والصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

4 – المستويات الثلاث للصحافة المتخصصة: المستوى الأول نراه في الصفحات المتخصصة في الجرائد اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة، والمستوى الثاني نراه في الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية، والمستوى الثالث نراه في الصحف العلمية المتخصصة، وقد تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية أو سنوية.

أسئلة علي الفصل الأول

س 1 – قارن بين الصحافة العامة والصحافة المتخصصة.

س 2 – ما هو تعريف الصحافة المتخصصة؟

س 3 – اذكر مستويات الصحافة المتخصصة.

أنشطة يقوم بها الدارس

1 – اقرأ جريدة الأهرام، وتعرف علي الصفحات المتخصصة بها.

2 – اقرأ مجلة روز اليوسف باعتبارها مجلة عامة، واقرأ مجلة الأهرام الاقتصادي باعتبارها مجلة متخصصة، وتعرف علي الفروق بينهما.

الفصل الثاني

صحافة الشؤون الخارجية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

- 1 – يشرح صحافة الشؤون الخارجية موضحاً نشأتها وتطورها.
- 2 – يحدد مصادر الشؤون الخارجية في الصحافة.
- 3 – يقارن بين أساليب كتابة الشؤون الخارجية في الصحافة.

العناصر:

- 1 – نشأة الشؤون الخارجية في الصحافة وتطورها.
- 2 – المصادر الصحفية للشؤون الخارجية.
- 3 – كتابة المواد الخارجية في الصحافة.

الفصل الثاني

صحافة الشؤون الخارجية

المبحث الأول

نشأة الشؤون الخارجية في الصحافة وتطورها

يقصد بالشؤون الخارجية في الصحف الإشارة إلى نوعين من العمل الصحفي: الأول يتعلق بالأقسام الخارجية في الجرائد والمجلات، والثاني يتعلق بالجرائد والمجلات المتخصصة في الشؤون الخارجية.

وفي الحالتين، فإن عمل الشؤون الخارجية في الصحيفة يقوم علي متابعة الأحداث الجارية علي الصعيد الدولي، وإعداد المواد الصحفية التي تتناول الشؤون الخارجية للنشر في الصحيفة.

والشؤون الخارجية بالصحف لا يقتصر عملها علي كتابة الأخبار الخارجية، وإنما تشمل أيضاً تفسير هذه الأخبار وتحليلها والكشف عن أبعادها ودلالاتها، وذلك عن طريق كتابة التقارير الصحفية والتعليقات الصحفية، وإجراء المقابلات الصحفية وإعداد التحقيقات الصحفية الخارجية.

ويوجد بالصحف المتخصصة في الشؤون الخارجية وكذلك بالأقسام الخارجية في الصحف، محررون يقومون بترجمة برقيات وكالات الأنباء العالمية وإعادة صياغتها لإعدادها للنشر، إلي جانب متابعة غالبية ما ينشر في الصحف الأجنبية أو ما يذاع في الإذاعات الأجنبية لاختيار الصالح منها وإعداده للنشر.

وللشئون الخارجية مراسلون دائمون في العواصم الدولية المهمة، وهم يوافون الجريدة بكل ما يجري في هذه البلدان من أحداث وتطورات.

وكذلك تقوم الشؤون الخارجية بإرسال بعض المحررين إلى المناطق التي لا يوجد بها مراسل دائم في حالة وقوع أحداث مهمة بهذه المناطق، وذلك للقيام بتغطية سريعة وشاملة لهذه الأحداث، ثم العودة إلى مقر الصحيفة.

ولقد عرف القسم الخارجي في الصحف الأوروبية في فترة مبكرة من نشأة هذه الصحافة وخاصة في إنجلترا وفرنسا، حيث كان لبعض الصحف الكبرى التي تصدر بهما – مثل (التايمز) اللندنية و(الديبا) الفرنسية – مراسلون دائمون في المستعمرات التابعة لكل منهما، بالإضافة لوجود مراسلين بالعواصم الأوروبية الأخرى المهمة في ذلك الوقت مثل فيينا وبرلين وموسكو وروما. وكان لبعض الصحف الأوروبية مراسلون في نيويورك وبعض المدن الأمريكية الكبرى مثل واشنطن وشيكاغو ولوس أنجلوس.

وقد كان للتطورات المتلاحقة في وسائل المواصلات والاتصال أثرها الكبير في تطور نشاطات الأقسام الخارجية بالصحف، فقد كان للتقدم الذي طرأ على الخدمات البريدية في القرن التاسع عشر دور كبير في الحصول على الأخبار الخارجية ونشرها ثم أحدث اختراع التلغراف علي يد (صموئيل مورس) نقلة أخرى مهمة في الحصول على الأخبار الخارجية؛ حيث أمكن عن طريقه إرسال 20 كلمة في الدقيقة، ثم جاء اختراع التليفون علي يد (جراهام بل) ليحقق الاتصال الفوري والمباشر بين المحرر الخارجي والمصدر من ناحية وبين المراسل الخارجي وصحيفته من ناحية ثانية مهما تباعدت المسافة بين كل طرف منهما.

ومع بداية القرن العشرين اخترع (ماركوني) الراديو، الذي أمكن استخدامه في عام 1917 لنقل الأخبار الصحفية بين لندن وواشنطن.

وفي عام 1933 اخترع الألمان التليكس، ومنه اشتق جهاز التيكس الذي استخدم لنقل الأخبار الصحفية الدولية، والذي مكن من إرسال 67 كلمة في الدقيقة.

ورغم أنه قد أمكن إرسال الصور عن طريق الراديو مع بداية الخمسينيات من هذا القرن، إلا أن الأمر كان قاصراً علي الصور الفوتوغرافية، وغالباً ما كانت تصل غير واضحة. وتضيق منها بعض التفاصيل الدقيقة، ولكن اختراع جهاز (الفاكسميلي) وهو ما يمكن أن يطلق عليه (جهاز الإرسال عن بعد) أو جهاز النسخ عن بعد) أو جهاز إرسال النصوص اللاسلكية)، فقد مكن الصحف من إرسال الصور الواضحة بكافة أشكالها بالإضافة إلي إرسال النصوص المكتوبة أيضاً، وبذلك أمكن إرسال صفحات كاملة مطبوعة من الصحف عبر الدول أو القارات بواسطة موجات الراديو وذلك عن طريق تغذية جهاز الإرسال بالمادة الصحفية، ليستقبلها جهاز استقبال مماثل في مكان آخر بعد دقائق.

وقد أحدث هذا الجهاز طفرة كبيرة في عمل القسم الخارجي، حيث حقق له نقل الأخبار والموضوعات والصور والصفحات الكاملة من الجريدة في دقة وسرعة، بالإضافة إلي عامل السرية لما ينفرد به مراسلوه من أخبار، والتي كانت عريضة للتسرب عبر وسائل الاتصال القديمة.

ولقد تطور نظام الفاكسميلي حيث زود بجهاز كمبيوتر ضاعف من قدرات الجهاز الذي أصبح في إمكانه إرسال واستقبال 50 صفحة في وقت واحد.

وقد توافق هذا التطور مع البدء في استخدام (البريد الإلكتروني) وهو الذي أمكن عن طريقه إرسال المواد الصحفية علي شكل أرقام بواسطة الكمبيوتر، وهو الأمر الذي حقق سرعة كبيرة في وصول المواد الصحفية الخارجية إلي الصحيفة.

وقد أصبحت غالبية هذه الخدمات الاتصالية متوفرة للكثير من الأقسام الخارجية في الصحف سواء الصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة أو الصحف التي تصدر في المجتمعات النامية.

وإن كان من الضروري الاعتراف بأن الأقسام الخارجية بالصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة قد توسعت في استخدام النظم الإلكترونية الحديثة، مثل نظم إرسال (النصوص المرئية)، وهي نظم تجمع بين شاشات التليفزيون من جهة وأجهزة الكمبيوتر والتليفون والأقمار الصناعية من جهة أخرى، وهي تقوم علي الإرسال في اتجاهين، وتسمح للمحرر الخارجي الجالس في الصحيفة أن يشاهد المصدر وأن يسأله وأن يشاهده وهو يجيب عن أسئلته، وأن يسجل هذه الإجابة بالصوت والصورة.

وهذه النظم تسمح أيضاً للمرسل الخارجي بكتابة نص الخبر أو التقرير الصحفي الخارجي وإرساله من موقع الحدث نفسه إلي مقر الجريدة، بل إنه يمكن المرسل الخارجي من الاتصال ببنك المعلومات الإلكتروني في الصحيفة للحصول علي المعلومات الخلفية أو أية تفاصيل يحتاجها لكتابة الخبر أو التقرير قبل أن يبعث به جاهزاً للنشر الفوري في الصحيفة وذلك من مكان الحدث نفسه مهما كان يبعد عن مقر الصحيفة.

ولقد بدأ الاستخدام الفعلي لهذه الأنظمة المتقدمة في نقل الأخبار الخارجية منذ عام 1976، حين استخدمتها وكالة اليونايته برس لتغطية أولمبياد مونتريال، ولتغطية انتخابات الرئاسة الأمريكية في نفس العام.

وقد انتقل استخدام هذه النظم المتقدمة في نقل الأخبار من وكالات الأنباء العالمية إلى الصحف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوروبا، ولكنها لم تستخدم حتي الآن في الصحف التي تصدر في المجتمعات النامية لعدم وجود البنية الأساسية الاتصالية التي تتيح استخدام مثل هذه النظم، وإن وجدت بعض الاستثناءات، مثل جريدة الشرق الأوسط السعودية التي تصدر من جدة ولندن والرياض وباريس في نفس الوقت عن طريق نقل صفحاتها كاملة، بواسطة نظام (إرسال النصوص اللاسلكية)، وقد تبعتها في ذلك صحيفة الأهرام المصرية التي تصدر طبعة دولية من العاصمة البريطانية.

وقد عرف القسم الخارجي في الصحافة العربية بعد فترة قصيرة من نشأتها في النصف الأول من القرن التاسع عشر، وكان يطلق عليه (قسم التلغرافات) واقتصر عمله في ذلك الوقت علي ترجمة برقيات وكالات الأنباء الأجنبية إلى اللغة العربية ونشرها كما هي، ثم تطور القسم بعد ذلك ليصبح اسمه (قسم الترجمة) وإن لم يزد دوره في هذه الفترة عن دوره في الفترة السابقة، اللهم إلا في زيادة عدد محرريه، وكذلك قيامه بالترجمة من بعض الصحف والمجلات الأجنبية إلى جانب ترجمة برقيات الوكالات.

وقد تطور القسم الخارجي في الصحافة العربية بعد نهاية الحرب العالمية الثانية إلى الشكل الذي نراه عليه اليوم في الجرائد والمجلات العربية وصار اسمه (قسم الشؤون الخارجية) أو (القسم الخارجي).

وإذا كانت الصحافة الغربية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية قد عرفت المجالات المتخصصة في الشؤون الخارجية مع بداية هذا القرن، فإن الصحافة العربية تفتقر إلى مثل هذا اللون من الصحف المتخصصة في الشؤون الخارجية باستثناء تجربة إصدار

دار النهار اللبنانية لجريدة أسبوعية باسم (النهار الدولي) التي سرعان ما تحولت بعد فترة قصيرة إلى مجلة أسبوعية باسم (النهار العربي والدولي) في عام 1981 .
كذلك أصدرت دار الأهرام المصرية مجلة فصلية متخصصة باسم (السياسة الدولية) وذلك في عام 1965 .

وقد أصبح للعديد من الصحف العربية اليوم مراسلون دائمون في بعض العواصم الدولية المهمة، وتاريخياً كانت جريدة الأهرام المصرية هي أول صحيفة عربية تعين مراسلين دائمين لها في بعض العواصم الأجنبية، والأهرام أيضاً أول من أقامت مكاتب صحفية خاصة بها خارج البلاد، وقد امتدت هذه المكاتب من بومباي في الهند إلى نيويورك، وكان أول مكتب لها أنشأته في باريس ونشرت أول رسالة صحفية بعث بها مراسلها في باريس في 30 أكتوبر 1879 .

وكانت الأهرام أيضاً هي أول صحيفة عربية تبعث بمراسل متحرك لها خارج مصر؛ إذ بعثت ببشارة تكلا في صيف 1881م إلى الأستانة عاصمة تركيا منها إلى بعض العواصم الأوروبية حيث أجري العديد من الأحاديث الصحفية مع زعماء وقادة ووزراء البلاد التي زارها.

وفي عام 1884م سافر سليم تكلا أحد أصحاب الأهرام إلى (لندن) ليحضر المؤتمر الدولي الذي أطلق عليه اسم العاصمة البريطانية، والذي كان يناقش (المسألة المصرية) ومستقبل الاحتلال البريطاني لمصر، وهو المؤتمر الذي اشتركت فيه كل من إنجلترا وفرنسا وتركيا وانتهى إلى الفشل.

وقد بعض سليم تكلا من لندن بالعديد من التقارير الصحفية التي تسجل وقائع المؤتمر ومواقف أطرافه المختلفة، وكشف في هذه التقارير عن أسباب فشل المؤتمر.

أما أبرز المراسلين الدائمين في الصحافة العربية فقد كان (نقولا حداد) الذي كان يعمل مراسلاً دائماً لجريدة (الجريدة) المصرية في مدينة نيويورك الأمريكية، ومن أشهر التقارير الصحفية التي بعث بها إلى الجريدة، سلسلة التقارير التي كشفت عن أسباب الأزمة الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة من 1907 إلى 1912، وكيف واجهت الحكومة الأمريكية ظاهرة الشركات الاحتكارية التي بدأت في الظهور في ذلك الوقت، وكان أول من كشف عن الطرق السرية التي استخدمتها الشركات الرأسمالية الأوروبية للسيطرة على الاقتصاد المصري وتدمير الصناعة الوطنية المصرية التي كانت ما تزال وليدة في ذلك الوقت، وذلك لكي تحتكر السوق المصري بدون منافس.

وهناك خلاف في وجهات النظر حول التغطية الصحفية للنشاط الدبلوماسي الذي تقوم به وزارة الخارجية في الدولة التي تصدر بها الصحيفة، وكذلك التغطية الصحفية لنشاطات البعثات الدبلوماسية العاملة في هذا البلد، فبعض الصحف لا تفرق بين عمل المحرر الخارجي وعمل المحرر الدبلوماسي، وتتنظر إليهما باعتبارهما شيئاً واحداً، بحيث تجعل النشاطات الدبلوماسية من مسئوليات القسم الخارجي.

وهناك صحف أخرى تفرق تفرقة واضحة بينهما، بحيث تخصص قسمً مستقلاً للشئون الخارجية، وقسماً آخر مستقلاً للشئون الدبلوماسية.

وهذه التفرقة تقوم علي اعتبار أن النشاط الأساسي للمحرر الدبلوماسي هو تغطية أخبار وزارة الخارجية في البلد الذي تصدر به الصحيفة ومتابعة السياسة الخارجية لهذا البلد في مجالاتها واهتماماتها المتعددة، بالإضافة إلى تغطية نشاطات السفارات الأجنبية ونشاطات المنظمات الدولية أو فروعها العاملة في هذا البلد.

وهذه الصحف تنطلق من فرضية تري أن هناك عاملين رئيسيين يفرقان بين عمل المحرر الخارجي والمحرر الدبلوماسي وهما:

الأول: أن المحرر الخارجي يهتم أساساً بالسياسة الدولية، في حين أن المحرر الدبلوماسي يهتم أساساً بالسياسة الخارجية لبلده.

والثاني: أن المحرر الخارجي يهتم بنشاطات الدول في المجال الدولي، بينما المحرر الدبلوماسي يهتم بنشاطات هذه الدول داخل بلده فقط.

ويلاحظ أن الصحف الكبرى تميل إلى التفرقة بين القسمين، في حين أن الصحف الصغرى تفضل المزج بينهما.

وتنفرد الصحافة العربية بقضية خلافية أخرى، وهي خاصة بتغطية الشؤون العربية في هذه الصحف فبعض الصحف توكل هذه المهمة إلى أقسام الشؤون الخارجية بها في حين يقوم البعض الآخر بإنشاء أقسام مختلفة للشؤون العربية، وتاريخياً فقد ظلت الشؤون العربية جزءاً من اهتماماً القسم الخارجي بالصحف العربية حتي نهاية الحرب العالمية الثانية، حين بدأت بعض الصحف تنشئ أقساماً مستقلة للشؤون العربية، وذلك مع بدء حصول العديد من الدول العربية علي استقلالها الوطني، وإنشاء الجامعة العربية، ثم انتشار فكرة القومية العربية وما يرتبط بها من طموحات لتحقيق الوحدة العربية، وهي فكرة سيطرت علي الحركة السياسية العربية طوال الخمسينيات والستينيات من هذا القرن.

ويلاحظ أن مواقف الصحف العربية من الشؤون العربية تختلف حسب السياسة التحريرية للصحيفة والتي غالباً ما تكون انعكاساً للسياسة العربية التي تنتهجها الدولة التي تصدر بها الصحيفة، فإن بعض الصحف العربية التي تتبني فكرة القومية

العربية، تعتبر الشؤون العربية جزءاً من النشاطات الوطنية المحلية وتعطيها نفس الاهتمام الذي تنظر به إلى شئونها الداخلية.

ويقوم هذا الاتجاه علي أساس الاعتقاد بأن الاحتفاظ بمراسل مقيم في الخارج، يكلف الصحيفة نفقات باهظة، فضلاً عن أن بقاء المراسل في منطقة واحدة لفترة طويلة، يفقده الإحساس باهتمامات القارئ المحلي للصحيفة التي يعمل بها، كذلك قد تغيب عنه سياسة الصحيفة، وهي التي تحدد نوع الأحداث الذي يهتم بها الصحيفة، كذلك فإن غياب المراسل فترة طويلة عن مجتمعه المحلي، يجعله غير ملم بالظروف السياسية والمهنية التي تعمل فيها صحيفته والتي غالباً ما تتغير من فترة لأخرى.

ومع تقديرنا لوجاهة بعض الانتقادات التي توجه للمراسل المقيم، ولعل أهمها أن التغطية الشاملة للأحداث العالمية التي تقوم بها وكالات الأنباء العالمية لم تعد تترك مجالاً كبيراً أمام المراسل المقيم للانفراد بالأخبار الدولية المهمة. إلا أنه يبقى أمام المراسل المقيم دور كبير في تغطية ما وراء الخبر من ظروف وملابسات، وإمكان إجراء العديد من المقابلات الحية مع بعض الشخصيات التي لها علاقة بالحدث. وهذه التغطية الصحفية لا تقل أهمية في صحافة اليوم عن تغطية وقائع الحدث نفسه.

ولعل هذا هو الذي يجعل الصحف الكبرى لا تستيع أن تعتمد اعتماداً كاملاً علي وكالات الأنباء، وإنما تحرص علي أن يكون لها مراسلون مقيمون في الأماكن المهمة بالعالم، بل إن أهمية الصحف وقيمتها تقاس اليوم، لا بعدد القراء ولا قوة النفوذ السياسي فقط وإنما أيضاً بما تملك من مراسلين دائمين في مناطق العالم المتعددة.

والكثير من الصحف الكبرى في العالم إدراكاً منها لأهمية المراسل الخارجي فإنها لا تسمح لمحريها الخارجيين بالعمل كمراسلين مقيمين أو متجولين إلا بعد قضاء فترة

معينة في العمل بمقر الصحيفة. فالمحرر الخارجي في الصحف الأمريكية لا يرسل في مهمات خارجية إلا بعد قضاء خمس سنوات كاملة في العمل بالقسم الخارجي.

وفي الصحف البريطانية يمنح المحرر الخارجي إجازة إجبارية بأجر لمدة عام أو أكثر كل عدة سنوات؛ وذلك للحصول علي دبلومات جمعية في بعض تخصصات السياسة الدولية.

ومما سبق يتضح لنا أهمية التكوين المهني للمحرر الخارجي، الذي لم يعد يكفيهِ اليوم أن يكون ملماً بأكثر من لغة أجنبية، ولا أن يكون ماهراً في الترجمة من هذه اللغات إلي اللغة التي تنشر بها الصحيفة التي يعمل بها، وإنما يجب أن يكون بجانب ذلك كله متنوع الثقافة ومتعدد القدرات، حتي يمكنه أن يكتسب مهارتين في وقت واحد:

الأولي: الكتابة في أكثر م مجال لأن عمل القسم الخارجي لم يعد يقتصر علي الأحداث السياسية وحدها، وإنما امتد نشاطه ليشمل جميع المواد الخارجية التي تنشر في الصحيفة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو رياضية.

ولذلك لابد أن يكون المحرر الخارجي قادراً علي الكتابة في كافة المجالات.

والثانية: الكتابة في مختلف أنواع وألوان الفن الصحفي من خبر وتحقيق وحديث وتقرير وتعليق ومقال.

والمراسل الخارجي مطالب دائماً بأن يوفر وسيلة اتصال مناسبة ومتمرة مع صحيفته في أي موقع عمل يذهب إليه، حتي لا تفجئه الظروف بفقدان الاتصال بصحيفته، فلا يعود لما يحصل عليه من أخبار قيمة إذا لم تصل إلي الصحيفة في الوقت الملائم.

كذلك علي المراسل أن يختار الأوقات المناسبة للاتصال، بحيث تتناسب مع ظروف طبع الصحيفة، كذلك عليه أن يختار أدوات الاتصال المناسبة للمنطقة التي يعمل فيها،

وخاصة في دول العالم الثالث، والتي يعاني أكثرها من ضعف وسائل الاتصال وعدم توافرها في كل الأوقات، مثل الخدمات التليفونية أو خدمات التليكس أو البريد الإلكتروني.

ويلاحظ أن الكثير من الصحف العالمية تحرص اليوم علي أن يكون المراسل الخارجي محرراً ومصوراً في نفس الوقت، وباتت تشترط في المراسل الخارجي أن يكون ملماً بقواعد وفنون التصوير الصحي، وذلك لكي يقوم بتصوير موضوعات الصحفية بنفسه دون حاجة إلي مصور. ومن المنطقي أنه في حالة وجود شخص واحد يستطيع أداء عمل يقوم به اثنان، فلا مبرر لزيادة النفقات، وخاصة عندما يتطلب الأمر من الصحيفة إرسال من يغطي لها حدثاً دولياً مهماً خارج حدودها فإن قيام المراسل بالتحريير والتصوير معاً يوفر للصحيفة نصف النفقات، كذلك فإن المراسل الصحفي غالباً ما يكون أكثر فهماً لطبيعة الصور التي يحتاجها موضوعه، وكون المراسل هو نفسه المصور يجعله أقدر علي تصوير اللقطات التي يعتقد أنها أصلح للتعبير عن موضوعه الصحفي ورؤيته له، في حين أنه مهما بلغت درجة التفاهم أو التجانس بين المراسل والمور فقلما يستطيع المصور التقاط الصور التي تعبر عما يدور في ذهن المراسل تماماً.

والمراسل الخارجي يجب أن يتعود علي العيش في أغلي الفنادق وفي أرخصها في الوقت نفسها، فكثيراً ما تضطره الظروف إلي التعامل مع مختلف الطبقات الاجتماعية، فعليه أن يعرف كيف يتعامل بنجاح مع الجميع في سبيل الحصول علي مادته الصحفية.

والصحف الكبرى لا تixel بشيء من المال علي مراسليها، فهي تتكلف بكل نفقاتهم، فتدفع للمراسل بجانب أجره، نفقات الفندق، ونفقات طعامه وتنقلاته، وكذلك نفقات

مقابلاته ودعواته للآخرين، وبعض الصحف الكبرى تسمح للمراسل الخارجي بحرية التصرف في النفقات الاستثنائية دون الرجوع إلى الصحيفة، وخاصة في الحالات الطارئة.

وعلي سبيل المثال فقد باغت القرار المفاجئ للرئيس الراحل أنور السادات بزيارة القدس الكثير من المراسلين الأجانب في القاهرة، ولم يصدقوا أنه يمكن أن ينفذ قراره إلا قبل ساعات قليلة من سفره، فاضطر بعضهم إلى تأجير طائرة خاصة حملتهم إلى القدس لتغطية الزيارة وقد دفعوا أجراً للطائرة مقداره سبعون ألف دولار أمريكي دون أن يستشيروا صحفهم...!!

ولا يجب أن تقتصر شبكة علاقات المراسل الخارجي علي أعلى مستويات السلطة، وإنما يجب أن تمتد هذه الشبكة إلى رجل الشارع العادي، إذ كثيراً ما يفتقد المراسل تفسيراً لبعض الظواهر عند كبار المسؤولين بينما يجد هذا التفسير عند المواطن العادي، وعلي سبيل المثال فإن رغبة بعض المسؤولين الأجانب بالقاهرة في التعرف علي سر الشعور بعدم الاهتمام الذي أبداه المصريون تجاه مصرع الرئيس الراحل أنور السادات في يوم 6 أكتوبر عام 1981م، قد فاقت درجة اهتمامهم بالكثير من تفاصيل وتداعيات حادث الاغتيال نفسه..!

والمراسل الخارجي مطالب بأن لا يدع مشاعره الشخصية تتحكم في الحقائق التي يحصل عليها، فإن من شأن ذلك أن يفقد تقارير المراسل الموضوعية في التناول، فهذه الموضوعية هي التي تعطي لكتابات المراسل مصداقيتها من ناحية وتكسبه احترام القراء من ناحية ثانية

ويرتبط بذلك ضرورة أن يحرص المراسل علي عدم الوقوع في أسر الصور الجامدة عن الشعوب أو الأشخاص أو المشكلات، فإن من شأن ذلك أن يفقده إمكانية رؤية الحقائق، والانزلاق إلي ترديد المقولات الشائعة مهما كانت مخالفة للواقع.

وعلي سبيل المثال، فإن الكثير من المراسلين الأجانب وخاصة القادمين من الصحف الأمريكية والأوربية الذين يقومون بتغطية بعض أحداث الوطن العربي، يأتون في اذهانهم الصور الجامدة عن العرب والتي تكونت لديهم في بلادهم خلال المناهج الدراسية أو من خلال وسائل الإعلام، وهي غالباً صور سلبية، فنراهم لا يفكرون في اختبار مدي صدق أو خطأ هذه الصور، وإنما يتجهون تلقائياً إلي البحث عما يؤكد هذه الصور الجامدة ويدعمها في أذهانهم...!!

وعمل المراسل الخارجي لا يخلو من خطورة علي حياة المراسل أو حرية، وقد اعترف بذلك تقرير لليونسكو ذكر فيه: "المراسلون العاملون في بلدان جنبية يتعرضون لخطر الاجراءات الانتقامية، فهم يعتبرون عادة شهوداً يسببون الحرج ويصبحون بالتالي هدفاً مفضلاً للهجمات، إذا ما هاجموا الحكومات القمعية. وقد تعرض بعضهم للقتل من قبل القوات العسكرية أو شبه العسكرية، ولنتذكر الصحفيين الثمانية الذين اختفوا ولم يظهروا قط في كمبوديا، أو المخبّر الصحفي الذي قتله ببرود أعصاب أحد ضباط ما يسمى بالحرس القومي في نيكاراغوا، وف عام 1977 سجلت منظمة العفو الدولية 104 مراسلين كانوا مسجونين أو مفقودين في 25 بلداً، وأسفرت المعلومات التي جمعها معهد الصحافة الدولي عن فترة مدتها 15 شهرا ما بين 1976 – 1978 عن الأرقام التالية: 24 صحفياً اغتيلوا و57 صحفياً جرحوا أو عذبوا أو اختطفوا".

وقد صدرت العديد من القرارات والتوصيات من قبل الكثير من المنظمات الدولية تطالب بحماية الصحفيين أثناء تأدية واجباتهم المهنية، ولكن ذلك كله ما يزال حتي الآن حبراً علي ورق ولم يجد أدني اهتمام من قبل الدول التي تنتهك حقوق الصحفيين وحرياتهم!..

وفي الوقت نفسه، فإن بعض المراسلين يخضعون للاستغلال من قبل أجهزة المخابرات، حيث تدفع نقوداً للمراسلين لتزويدها بالمعلومات، بل إن بعض أجهزة المخابرات تدفع ببعض عملائها للعمل كمراسلين لبعض الصحف كستار لأنشطتهم الحقيقية، ولاشك "أن هذه الممارسة بغیضة تماماً ويمكن أن تقوض الثقة في مهنة الصحافة، وقد أعلنت اتحادات الصحفيين مراراً وتكراراً أن قيام الأعضاء بأداء خدمات أو قبول مكافآت من أي مصدر آخر غير رب عملهم المعروف هو تصرف غير أخلاقي".

ثانياً: وكالات الأنباء:

ارتبط ظهور وكالات الأنباء بوجود الصحف، وقد تطور نشاط الوكالات بالتطور الكبير الذي شهدته الصحافة مع مطلع القرن التاسع عشر، وأخذت الوكالات تلبي احتياجات الصحف المتزايدة للأخبار بشكل عام وللأخبار الدولية بشكل خاص.

وقد اكتسب نشاط وكالات الأنباء الأوروبية طابعه الدولي منذ منتصف القرن التاسع عشر؛ حيث تحولت الرأسمالية الأوروبية إلي رأسمالية صناعية واقترن ذلك بالتوسع الاستعماري لفتح أسواق جديدة للرأسمالية الناشئة. وقد لبّت وكالات الأنباء حاجة الصحف الأوروبية إلي أخبار التجارة والمال وتطورات السوق وأحوال المستعمرات.

ومن ناحية أخرى، فقد كانت وكالات الأنباء هي المصدر الرئيس إن لم يكن المصدر الوحيد للأخبار الدولية التي تنشرها الصحف التي تصدر بالمستمرات. ولعل ذلك هو

مرجع ما تشكو منه اليوم غالبية الدول النامية (المستعمرة سابقاً) من تبعية صحفية وإعلامية!..

ثم كان لظهور الصحف اليومية الجماهيرية دور آخر فعال في تطوير نشاطات وكالات الأنباء، وذلك لحاجة هذه الصحف الملحة إلى التغطية الخبرية السريعة للأحداث الدولية.

وحتى نهاية الحرب العالمية الثانية كانت تنفرد بالسيطرة علي حركة نقل الأخبار الدولية في العالم خمس وكالات للأنباء هي: وكالة الأنباء الفرنسية (هافاس سابقاً) ورويتر البريطانية والاسوشيتد برس واليونييتد برس انترناشونال الأمريكيتين، ثم وكالة تاس السوفيتية.

ويرجع النفوذ الكبير للوكالات الخمس علي حركة الأخبار الدولية إلي "تقدمها وقومة الوسائل التكنولوجية التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في أنحاء العالم، وكل وكالة منها لها مكاتب في أكثر من مائة دولة وتستخدم عدة آلاف من الموظفين المتفرغين والمراسلين غير المتفرغين، يقومو بجمع مئات الألوف من الكلمات كل يوم وتوزيع ملايين الكلمات علي النطاق المحلي والعالمي، وكل منها يصدر أبنائه عي مدار الـ 24 ساعة في اليوم إلي الألوف من الوكالات القومية والصحف المشتركة ومحطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من 100 دولة وجميعها يقدم خدمة منتظمة يومية في العادة بالعربية والإنجليزية والفرنسية والألمانية والبرتغالية والروسية والأسبانية، وبعضها يقدم برامج أيضاً بلغات أخرى".

وفي الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية بدأت الوكالات الوطنية في الظهور، وذلك نتيجة لاستقلال غالبية الدول التي كانت واقعة تحت الاستعمار الأوربي.

وفي الفترة من عام 1945 وحتى عام 1949 ظهرت إلي الوجود 25 وكالة أنباء وطنية، وف عام 1960 كانت قد ظهرت 23 وكالة وطنية جديدة في قارتي آسيا وأفريقيا فقط..!

ويوجد الآن أكثر من 100 دولة لدي كل منها وكالة أنباء وطنية خاصة بها، وفي أفريقيا توجد 26 وكالة أنباء وفي آسيا توجد 19 وكالة و28 وكالة في أوربا و11 وكالة في أمريكا اللاتينية وثلاث وكالات في أمريكا الشمالية ووكالتان باستراليا، أما الوطن العربي فقد أصبحت به تسع عشر وكالة وطنية للأنباء.

ومن أبرز الوكالات الوطنية، وكالة أنباء ألمانيا الشرقية التي أنشئت في عام 1946 ولها مراسلون في أكثر من 55 دولة، وتوزع حوالي 100 ألف كلمة في الداخل والخارج من بينه احوالي 40 ألف كلمة للخارج وباللغات الألمانية والروسية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية، وهناك وكالة تانيوج اليوغسلافية، ولها عشرة مكاتب داخل البلاد و30 مكتباً في الخارج وتوزع حوالي 30 ألف كلمة من الأخبار الخارجية يومياً.

وهناك: وكالة دويتش برس الألمانية ووكالة أنباء الصين الجديدة وكيودا اليابانية وانسا الإيطالية ووكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية.

وتوجد "دول أخرى عديدة في مناطق أخرى من العالم تملك وكالات أنباء وطنية تزداد أهمية، وبعضها يحتفظ بمكاتب خاصة به أو مشتركة مع وكالات أخرى ومراسلين في الخارجين لاستقصاء الأنباء وتوزيعها، ومعظم الوكالات الوطنية لديها شبكة من المراسلين كل في بلدها، أما بالنسبة للأخبار الخارجية فهي تدفع اشتراكات لاستقبال الأخبار الخارجية وتقديم الأخبار المحلية أو لتبادلها مع وكالتين أو أكثر من وكالات الأنباء العالمية، وبعضها إما يشترك في خدمات تؤديها وكالات وطنية أصغر

سواء من الدول المجاورة ومن دول ترتبط معها بعلاقات وثيقة، ومع ذلك فما زالت وكالات الأنباء في عدد من الدول دون مستوى وكالات الأنباء بمعناها الصحيح وإنما هي مجرد مكتب لجميع وتوزيع الأنباء الرسمية ولممارسة نوع من الحراسة علي الأنباء الواردة من الخارج".

ويلاحظ أن العديد من وكالات الأنباء الوطنية تضطر "نظراً لعدم توافر شبكة مراسلين خاصة بها وإمكانيات تقنية كافية إلي الاشتراك في وكالات الأنباء العالمية سعياً منها للحصول علي المعلومات والأنباء التي تجري في العالم".

وبرم ما يشوب العلاقات بين الوكالات الوطنية والوكالات العالمية من عيوب، إلا أنه بتعاون الاثنين معاً "أمكن إيجاد نوع من التيسير للحصول علي الخبر من مصدر مع تأييده بمصادر أخرى متنوعة".

ورغم وجود ثماني عشرة وكالة أنباء عربية، إلا أنه يلاحظ أن الكثير من هذه الوكالات العربية أقرب ما يكون إلي "مكاتب إعلامية تابعة لوزارات الإعلام مباشرة، وإنتاجها ضعيف قياساً بالسيل الكثيف الذي تنتجه كبريات وكالات الأنباء العالمية خصوصاً فيما يتعلق بأنباء العالم، وحتى فيما يتعلق بالأنباء المحلية ذاتها، فليس من الغريب مثلاً أن تنتقل الوكالات العربية عن الوكالات الأجنبية أحداثاً تجري في محيطها الجغرافي الثقافي والوطني، ويفسر هذا الوضع ضعف هياكل وكالات الأنباء العربية البشرية منها والفنية، كذلك ضعف مواردها المالية وميزانياتها وقلة عدد المكاتب التابعة لها، ووجود مكاتب تابعة لبعض الوكالات لا يعني في حد ذاته ضمان تدفق مرضٍ للأنباء، إذ إن هذه المكاتب غالباً ما تكون مصالح ملحقة بالسفارات والهيئات الدبلوماسية العربية".

وتثير السيطرة شبه الكاملة لوكالات الأنباء الخمس الدولية علي حركة تداول الأنباء قضية عدم التوازن في تدفق الأنباء بين الدول المتقدمة والدول النامية، ذلك أن الوكالات الدولية تسيطر علي 80% من حركة الأنباء في العالم، بينما لا يزيد نصيب المجتمعات النامية عن 20% من هذه الأنباء، علماً بأن شعوب هذه المجتمعات تشكل قرابة ثلاثة أرباع سكان الكرة الأرضية..!

وعلي سبيل المثال: فإن وكالة اسوشيتد برس الأمريكية تبعث تبعسين ألف كلمة يومياً إلي آسيا، في حين تبعث وكالة يونيتد برس الأمريكية بمائة ألف كلمة يومياً إلي آسيا، ويبلغ حجم ما ترسله وكالة الأنباء الفرنسية إلي آسيا ثلاثين ألف كلمة يومياً.

وفي نفس الوقت لا يزيد ما ترسله كافة الوكالات الدولية من آسيا كلها علي أربعين ألف كلمة فقط..!

ولمواجهة هذا الاختلال في تدفق الأخبار الدولية بين الدول المتقدمة والدول النامية نتيجة لسيطرة الوكالات الخمس الدولية علي حركة تبادل وتدفق الأنباء العالمية اتخذت العدل من الدول النامية عدة مبادرات منها إنشاء الوكالات الإقليمية أو شبه الإقليمية للأنباء مثل إنشاء الدول المتحدة بالانجليزية في منطقة الكاريب لوكالة أنباء دول الكارين (كانا CANA) ومقرها دكار بالسنغال، وقد أنشئت بقرار من منظمة الوحدة الأفريقية.

وتم إنشاء وكالة الأنباء الآسيوية، ووكالة أنباء الدول المصدرة للبترول (الأوبك). وفي عام 1975، أنشئ مجمع وكالات أنباء الدول غير المنحازة وقد بلغ عدد أعضائه في عام 1978 خمسين عضواً.

ومن شأن التوسع في إقامة وكالات الأنباء الإقليمية، ثم تدعيمها بالإمكانات المادية والبشرية والتكنولوجية أن يحد إلى درجة كبيرة من الاحتكار الذي تمارسه وكالات الأنباء الخمس الكبرى علي حركة تداول الأنباء الدولية.

ثالثاً: الخدمات الصحفية الخاصة:

تحصل بعض الصحف علي خدمات صحفية خاصة، في مجال الشؤون الدولية عن طريق الاتفاقيات التي تعقدها مع بعض وكالات الأنباء أو مع بعض الصحف العالمية أو دور النشر الكبرى في العالم، وذلك للانفراد بنشر بعض الأخبار أو الموضوعات أو الكتب أو المذكرات المهمة التي تحصل عليها هذه الهيئات العالمية ومن ذلك حصول صحيفة الأهرام القاهرية علي حق نشر كتاب "موت رئيس" عام 1964م. الذي وضعه "وليم مانشستر" عن الرئيس "جون كيندي" .. وكذلك حصول الأهرام علي مذكرات "انطون إيدن" رئيس وزراء انجلترا السابق أيام عدوان 1956 علي مصر.. ومذكرات الرئيس الساق الأمريكي السابق "جونسون". وفي أثناء حرب أكتوبر سنة 1973 خصص الأهرام صفحة يومية تحت اسم "أنظر العالم علي المعركة" لنشر الكثير من الموضوعات الصحفية والتحليلات السياسية لتطورات المعركة العسكرية وانعكاساتها علي السياسة الدولية والتي انفراد الأهرام بكثير منها مستفيداً بهذه الاتفاقيات الخاصة، وفي عام 1975م نشر الأهرام أيضاً قصة "جاكلين كيندي" مع زوجها الرئيس الأمريكي الراحل "جون كيندي" والمليونير اليوناني "أرسطوا أوناسيس".

ومن ذلك أيضاً حصول صحيفة الجمهورية القاهرية علي حق نشر مذكرات الماريشال السوفيتي "زوكوف" عن فترة الحرب العالمية الثانية، وحصول صحيفة

"الشرق الأوسط" التي تصدر في لندن علي حق نشر مذكرات "هنري كيسنجر" وزير الخارجية الأمريكي الأسبق.

وهذه الكتب أو المذكرات وغيرها مما يدخل في نطاق الخدمات الصحفية الخاصة؛ يقوم القسم الخارجي بترجمتها وإعدادها للنشر في الصحيفة.

رابعاً: الإذاعات الأجنبية:

يوجد في كثير من الصحف قسم للاستماع أو الالتقاط، وهو يتكون من مجموعة من الكبائن التي تضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجي دقيقة جداً وعن طريقها تقوم الجريدة باستقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.

وأهمية قسم الاسماع تبرز في حالة قيام اضطراب أو انقلاب أو ثورة داخلية أو ما يشبه ذلك في أي دولة، حيث يكون الراديو هو الوسيلة الوحيدة لمعرفة أخبار هذا الانقلاب أو تلك الثورة، وذلك من خلال البيانات التي تذيعها حكومة الانقلاب أو الثورة.

وهناك أيضاً حالات أخرى يمكن لقسم الاستماع أن يلعب فيها دوراً مهماً وخاصة في الساعات الأخيرة أو الحاسمة التي تسبق الطبع.. وخاصة في نقل نتائج المباريات الرياضية المهمة التي تقع في أنحاء متفرقة في العالم وفي توقيتات مختلفة من بلد لآخر.. وكذلك نقل نتائج الانتخابات المهمة كذلك التي تجري في الولايات المتحدة أو غرب أوروبا أو في الهند مثلاً.. ويضاف إلي ذلك نقل نتائج المناقشات أو القرارات التي تصدرها الجمعية العامة للأمم المتحدة أو تلك التي يصدرها مجلس الأمن وخاصة خلال الأزمات الدولية الحادة.

وفي حالات كثيرة يحقق قسم الاستماع سبقاً صحفياً أو انفراداً للصحيفة بخبر مهم عن صحيفة أخرى لا تعطي لقسم الاستماع الأهمية الكافية.

كذلك، فإن الصحيفة يمكن أن توفر نصف ساعة علي الأقل وهو الوقت الذي كانت ستستغرقه عملية نقل وكالات الأنباء العالمية للخبر الذي أذاعته وإرساله إلي مقرها الرئيسي ثم إعادة إرسالها من هناك إلي الصحف المشتركة في هذه الوكالة.

خامساً: الصحف الأجنبية:

كما أن هناك خمس وكالات أنباء دولية تحتكر حركة تدفق الأنباء الدولية في العالم، توجد أيضاً خمس صحف دولية كبرى تكاد تكون المصدر الرئيسي للتعليقات والتقارير الدولية، وعنها تأخذ غالبية الصحف التي تصدر في العالم عامة والتي تصدر في الدول النامية خاصة، تحليلها وتفسيرها للأحداث الدولية.

وهذه الصحف هي:

التايمز والصنڊاي تايمز البريطانيتين، ولوموند الفرنسية، وتايم ونيوزويك الأمريكيتان!!

وإذا كان الطابع العام الغالب علي نشاط وكالات الأنباء الدولية هو التغطية الخبرية للأحداث الدولية، فإن الطابع العام الغالب علي نشاط الصحف الدولية الكبرى هو التغطية التحليلية للأحداث الدولية.

إن الطاقات المادية والتكنولوجية والبشرية المتاحة للصحف الدولية الكبرى تمكنها من التحليل العميق والسريع في نفس الوقت لأبعاد ودلالات الأحداث الدولية المهمة، تخدمها في ذلك بنوك المعلومات، وشبكة للمراسلين المقيمين والمتجولين، ومصادر في أعلى مستويات اتخاذ القرار في غالبية دول العالم.

وفي بعض الأحيان تعتبر الصحف الدولية الكبرى مصدراً للأخبار الدولية المهمة، فإن لهذه الصحف شبكة من المراسلين الذين يقومون بتغطية الأحداث العالمية، وهو الأمر الذي يمكن هذه الصحف في حالات كثيرة من الانفراد بعدد غير قليل من الأخبار التي تنشرها وتحقق بذلك سبقاً صحفياً علي وكالات الأنباء العالمية.

ومن الملاحظات الجديرة بالانتباه: "أن الأخبار المحلية المهمة في المجتمعات النامية والتي يمكن أن يكون لها صدى دولي، غالباً ما تمنع عن الصحف التي تصدر في المجتمعات النامية، وتمنح لمراسلي الصحف الدولية الكبرى، فأكثر زعماء الدول النامية يحدبون إعطاء التصريحات والأخبار المهمة لمراسلي الصحف الدولية فهم يفضلونها عن الصحفيين الوطنيين؛ بحيث تنرد الصحف الدولية الكبرى بنشر أخبار الدول النامية وعلي لسان زعماء هذه الدول وتضطر الصحف الوطنية أن تنقل أهم أخبارها الوطنية من الصحف الأجنبية.

وما أكثر ما يلتقي زعماء الدول النامية بمراسلي الصحف المتقدمة! وما أندر ما يلتقي أي من هؤلاء الزعماء بالصحفيين من أبناء وطنهم!.

المبحث الثالث

كتابة المواد الخارجية في الصحافة

تتشابه صفحات الشئون الخارجية بالجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية مع المجلات المتخصصة في الشئون الخارجية، سواء أكانت أسبوعية أم شهرية أم فصلية أم سنوية في استخدام كافة فنو الكتابة الصحفية من خبر وتقرير وحديث وتحقيق ومقال، وإن انفردت بعض المجلات الشهرية، وغالبية المجلات الفصلية والسنوية بالتوسع في استخدام ألوان من الكتابة من (الدراسة) و(البحث) و(المقال العلمي)، وهي أقرب إلي الكتابة العلمية منها إلي الكتابة الصحفية، كذلك فالأساليب اللغوية لهذه الألوان من الكتابة، وكذلك بناؤها الفني ينميان إلي الكتابة إلي الكتب أكثر مما ينتميان إلي الكتابة إلي الصحف.

ولذلك نميل إلي استبعادها من مجال فنون الكتابة الصحفية إلي مجال الكتابة العلمية، وهو أمر خارج عن نطاق هذه الدراسة.

وكذلك تتشابه صفحات الشئون الخارجية بالجرائد والمجلات مع المجلات المتخصصة في الشئون الخارجية في استخدامها لقوالب حديثة في فنون الكتابة الصحفية، حيث يغلب علب البناء الفني للخبر الخارجي قالب الهرم المقلوب بأنواعه، في حين يغلب علي البناء الفني للتقرير الخارجي والمقال الخارجي والتعليق الخارجي قالب الهرم المعتدل بأنواعه.

ويلاحظ أن التقرير الصحفي يغلب عليه الطابع الخبري، وإن كان لا يخلو من رأي، وأن المقال والتعليق الخارجي يغلب عليه طابع التحليل، وإن كان لا يخلو من أخبار.

أما الخبر الخارجي فيقتصر علي سرد الوقائع أو التصريحات أو المعلومات دون أي تشويه؛ أي محاولة للتعبير عن رأي، وإلا فقد صفته كخبر..!

وهناك أسلوبان رئيسيان يستخدمان في كتابة المواد الخارجية:

أولاً: أسلوب التغطية الخبرية الشاملة للحدث الخارجي:

ويقوم هذا الأسلوب علي تقسيم التغطية الخبرية للحدث الخارجي إلي جزئين، الأول: خبر رئيسي ينشر في الصفحة الأولى من الجريدة، والثاني: أخبار مساعدة تنشر بالصفحات الخارجية داخل الصحيفة، علي أن يستقل كل خبر منها بزاوية معينة من الحدث.

وهناك ثلاث طرق لكتابة هذا النوع من الأخبار:

الطريقة الأولى:

تقيم وقائع الحدث الخارجي، وذلك لاختيار أهم واقعة لتكون الخبر الرئيسي، علي أن تتحول بقية الوقائع إلي أخبار مساعدة.

الطريقة الثانية:

تلخيص النقاط الرئيسية في كل واقعة من وقائع الحدث في خبر رئيسي، علي أن تتحول جميع وقائع الحدث إلي أخبار مساعدة.

الطريقة الثالثة:

دمج جميع وقائع الحدث في خبر واحد، تنشر مقدمته في الصفحة الأولى، وتنشر بقية التفاصيل في الصفحات الخارجية بداخل الصحيفة.

ويستخدم قالب التغطية الخبرية الشاملة للحدث الخارجي في حالة الأحداث الدولية المهمة، كنشوب حرب، أو ثورة، أو وقوع انقلاب، أو زلزال، أو أية أحداث مماثلة تهم الرأي العام الدولي كله.

ومن النماذج البارزة لهذا القالب التغطية التي قامت بها الصحف الأوروبية والأمريكية لحادث اختطاف أربعة من الفدائيين الفلسطينيين للباخرة الإيطالية. وما أعقبها من قيام الطائرات المقاتلة الأمريكية باختطاف الطائرة المدنية المصرية التي كانت تقل الفدائيين الأربعة، وهي في طريقها إلى تونس.

ثانياً: أسلوب التغطية الخبرية الجزئية للحدث الخارجي:

يقوم هذا الأسلوب علي اختيار واقعة معينة من الحدث، والتركيز عليها. أما بقية وقائع الحدث فهي تقدم كتفاصيل أقل أهمية، أو تقدم باعتبارها معلومات خلفية للحدث.

ويستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الجرائد اليومية، التي لا يسعها الوقت لتقديم تغطية خبرية شاملة، كذلك فهي تكتفي بتغطيتها الجزئية للحدث يومياً علي اعتبار أن تغطيتها للأحداث الجارية (المتحركة) يوماً بعد يوم يمكن أن تعتبر تغطية شاملة للحدث الخارجي، ولكن علي أعداد متتالية..!

وهناك ثلاث طرق لكتابة هذا اللون من التغطية الخبرية الجزئية:

أولاً: التركيز علي زاوية واحدة من زوايا الحدث مع تجاهل بقية الزوايا والوقائع، باعتبار أنها لا تهم قراء الصحيفة.

ثانياً: التركيز علي زاوية معينة في الحدث مع الاهتمام ببقية تفاصيل الحدث، فتقتصر هذه الزاوية علي مقدمة الخبر، في حين يترك جسم الخبر لإيراد بقية تفاصيل الحدث.

ثالثاً: التركيز علي واقعة معينة في الحدث، علي أن تقدم بقية الوقائع الأخرى كخلفية وثائقية عن الحدث.

وفي حالتى التغطية الخبرية الشاملة والجزئية للحدث الخارجى، لابد من مراعاة عدة اعتبارات من أهمها:

1 – أن القارئ للخبر الخارجى، وخاصة فى الصحف اليومية الجماهيرية، لا يتحمل قراءة التفاصيل الدقيقة المسهبة للحدث؛ حيث إن هذه التفاصيل تنهك القارئ، وقد تجعله يتوقف عن متابعة قراءة الخبر، وذلك لعدم درايتة بكثير من الظروف والملابسات التى تم فيها الحدث، لذلك لابد أن يركز الخبر على الوقائع الأساسية للحدث.

2 – أن الحدث الواحد قد يختلف صده وتأثيره ومدى جاذبيته، حسب علاقة القارئ بالحدث، وكلما كان هناك ارتباط من أنواع بين القارئ والحدث الخارجى، كلما زادت أهميته بالنسبة له، ولعل ذلك يفسر الأهمية الكبرى لحدث خطف السفينة الإيطالية اشيل لورو، حيث ينتمى ركبها إلى العديد من الجنسيات المختلفة، مما يجعل صحافة الدول التى ينتمى إليها الركاب تهتم بالتغطية اليومية لوقائع الحدث، كرد فعل لاهتمامها بسلامة مواطنيها.

فالخبر الخارجى يجب أن يحرص – كلما أمكن ذلك – على مخاطبة أحد مراكز الاهتمام المحلية عند القارئ.

3 – أن كثرة الأحداث الدولية وتشعبها وتنوعها وامتدادها باتساع الكرة الأرضية بأسرها، تجعل المعلومات الخلفية فى الخبر ذات أهمية كبيرة، حتى يستطيع القارئ للخبر الخارجى أن يلم بأبعاد الحدث وملابساته.

4 – أن القارئ للخبر الخارجية غالباً ما يتمتع بعقلية مختلفة عن عقلية مواطن البلد الذي وقع فيه الحدث، لذلك لابد للمحرر الخارجي أن يراعي في إعادة صياغته للأخبار الدولية طرق السلوك العقلي والنفسي لدى القارئ الخارجي، وهو الأمر الذي يعني ضرورة إعادة صياغة الأخبار الخارجية من جديد مهما تعددت مصادرها بحيث يعاد ترتيب الوقائع التي يتضمنها الخبر لإبراز الحدث الأقرب إلى اهتمامات القارئ الخارجي، ومن الضروري انتقاء الأخبار وتنقيحها وتنسيقها، بحيث تناسب القارئ الخارجي، ويجب ألا يتم هذا علي حساب وقائع الحدث، فإن ترتيب الأولوية في وقائع الحدث يجب ألا يعني، بأي شكل من الأشكال، تشويه الوقائع أو تجاهل جوانب منها.

5 – من الضروري للمحرر الخارجي بشكل عام والمراسل الخارجي بشكل خاص مراعاة المساحات المتخصصة لتغطية الخبر الجاري إلى الصحيفة، فالصحف غالباً ما تطلب من المراسل كتابة الحدث في حدود مساحة معينة أو في عدد محدد من الكلمات. ولابد للمراسل أن يلتزم بدقة بهذه المساحات، فإذا طلبت منه الصحيفة أن يكتب الخبر في حدود خمسمائة كلمة، فلا يجب أن يكتبه في ألف كلمة أو في مائتي كلمة فقط؛ فإن ذلك يعني ضياع وثمن ثمين قبل طبع الصحيفة في جمع الخبر، ثم اختصاره في حالة ما إذا كان أكبر من المساحة المتخصصة، أو تغيير تصميم الصفحة الخارجية لإضافة خبر جديد، أو محاولة زيادة كلمات الخبر بمعلومات خلفية في حالة ما إذا جاء أقل من المساحة المخصصة.

وفي كلتا الحالتين، فإن عدم الالتزام بالمساحة المتخصصة يربك النقل في القسم الخارجي وخاصة في الصحف اليومية. وفي حالات الأحداث التي تقع قبل أوقات طبع الجريدة بفترة قصيرة.

ذلك أن توفير دقائق جوهرية قبل الطبع قد يحقق للصحيفة سبقاً صحفياً علي غيرها من الصحف أو وكالات الأنباء.

6 – أن بعض برقيات وكالات الأنباء قد تختفي وراءها أهدافاً سياسية أو دعائية مستترة، والتجربة التاريخية تؤكد أن وكالات الأنباء رغم ما تدعيه من استقلال، إلا أنه تعكس الأهداف والمصالح السياسية للدول التي تنتمي إليها.

والمحرر الخارجي لابد أن يحذر الوقوع في براثن الأهداف والأغراض غير الظاهرة للوكالات، وذلك بحرصه علي المقارنة والموازنة بين حيثيات الوكالات المختلفة حول كل خبر. وعلي ضوء خبر المحرر الخارجي باتجاه كل وكالة والسياسات التي تخدمها، يستطيع أن ينقي الخبر مما قد يشوبه من أهداف غير ظاهرة، ويقدم الخبر للقارئ خالياً من أي غرض إلا نشر الحقيقة.

فالمحرر الخارجي في تعامله مع وكالات الأنباء مطالب بالحرص علي تقديم الأخبار بشكل موضوعي غير متحيز، وأن يحرص عند ترجمة أخبار الوكالات وعند إعادة صياغتها لإعدادها للنشر الصحفي أن ينقيها من بعض المصطلحات أو المفاهيم التي تتعارض مع المصالح الوطنية، وعلي سبيل المثال فإن الكثير من وكالات الأنباء الدولية تذكر المقاومة الفلسطينية في برقياتها تحت كلمة (إرهابيون) فواجب المحرر الخارجي في الصحف العربية أن يرفض استخدام هذه المصطلحات وأن يغيرها بالمصطلحات التي تتفق مع المصلحة العبرية، وهو بذلك يغير من الحقائق الواقية، وإنما يعبر عن رؤية مختلفة للمقاومة الفلسطينية. فأغلب مراسلي وكالات الأنباء الغربية لا يتفهمون الكفاح الفلسطيني المسلح كطريق لتحرير وطنهم المغتصب، ويعتبرون العمليات الفدائية داخل الأرض المحتلة، مجرد عمليات إرهابية يدفع ثمنها مدنيون أبرياء، في حين أن الصحفي العربي ينظر إلي إسرائيل كدولة اغتصبت

أرضاً عربية بالقوة الغاشمة، وبالتالي فإن حق المقاومة الفلسطينية في مقاومة الاحتلال الصهيوني حق مشروع، وأن المدنيين الإسرائيليين ليسوا مواطنين أبرياء، وإنما هم إرهابيو اغتصبوا أرضاً ليست لهم وشرّدوا شعباً عربياً من وطنه..!

وهناك فنان رئيسيان يستخدمان في كتابة المواد الخارجية وهما:

أولاً: فن التعليق الخارجي:

فن التعليق الداخلي شكل من أشكال فن المقال الصحفي وهو يقوم علي تحليل وتفسير الأحداث الدولية وكشف أبعادها ودلالاتها المختلفة وهو يتميز بالعناصر التالية:

1 – أنه يستخدم حينما لا يكون الخبر الخارجي أو التقرير الخارجي كافياً لتوضيح أبعاد الحدث الخارجي للقارئ.

2 – وهو يستخدم – أيضاً – في حالة رغبة الصحيفة في الكشف عن وجهة نظرها الخاصة في الحدث الخارجي لارتباطه بسياسة الصحيفة أو لعلاقته ببعض الجوانب المحلية وتري الصحيفة أنه لا بد من إطلاع الرأي العام المحلي علي موقف الصحيفة من هذا الحدث.

3 – والتعليق الخارجي يقوم علي محاولة إبراز علاقة الحدث الخارجي ببعض الظروف الأخرى التي قد لا تكشف عنها وقائها الحدث نفسه، وسواء كانت هذه الظروف تتعلق بالماضي أو الحاضر.

4 – والتعليق الخارجي قد يستهدف إقامة مقارنة بين الحدث الخارجي وأحداث أخرى حتي يتمكن القارئ من استيعاب دلالات الحدث، فالتعليق الخارجي يقيم علاقات مترابطة بين الحدث وغيره من الأحداث للكشف عن المغزي التاريخي للحدث في سياق الظروف المحيطة به.

5 – وإذا كان التعليق الخارجي يستهدف إبراز رأي الصحيفة في الحدث الخارجي، بحيث لا يوقع باسم كاتبه وإنما يترك بدون توقيع علامة فإنه لا يعبر عن رأي محرر معين وإنما عن رأي الصحيفة وسياستها.

أما إذا كان التعليق لا يستهدف سوي إبراز وجهة نظر المحرر الخارجي في الحدث، فلا بد أن يوقع باسم كاتبه حتي لا تتحمل الصحيفة مسئولية هذا الرأي.

والمعروف أن هناك مساحة من الحري يجب أن تتاح للمحرر الخارجي في تناول الأحداث الدولية وهي المساحة التي توجد بين حق المحرر الخارجي في التعبير عن رأيه فيما لا تعارض فيه مع سياسة الجريدة!... فهو ليس مطالباً دائماً بالتعبير عن سياسة الصحيفة، وإن كان لا يجب عليه أن يعارض هذه السياسة، وبين عدم التعبير عن سياسة الصحيفة، ومعارضتها مساحة كبيرة من الحرية يمكن للمحرر الخارجي أن يستخدمها في تعليقه علي الأحداث الدولية!!

ثانياً: فن التقرير الخارجي:

يقوم التقرير الخارجي علي سرد التفاصيل الكاملة للحدث الخارجي ووصف الظروف التي تم فيها الحدث وعرض الشخصيات التي ترتبط بالحدث.

وبذلك يجمع التقرير الخارجي في آن واحد بين جميع خصائص فن التقرير الصحفي بأنواعه الثلاثة: التقرير الإخباري، والتقرير الحي، وتقرير عرض الشخصية، وذلك علي النحو التالي:

1 – أن التقرير يقوم علي تغطية حدث خارجي معين عن طريق تقديم كافة التفاصيل اللازمة له. وهو بذلك يقوم بجميع وظائف التقرير الإخباري.

2 – أن التقرير الخارجي يتطلب التسجيل الحي الواقعي لحدث علي الطبيعة عن طريق وصف الظروف التي أحاطت بوقوع الحدث. والمناخ الذي تم فيه والعوامل التي أدت إليه.

وهو بذلك يقوم بجميع وظائف التقرير الحي.

3 – والتقرير الخارجي لابد له من عرض مواقف الشخصيات التي ترتبط بالحدث واتجاهاتها وآرائها، وتحليل دوافع كل شخصية لها علاقة بالحدث، بالإضافة إلي رسم الملامح الشخصية لهذه الشخصيات.

وهو بذلك يقوم بجميع وظائف تقرير عرض الشخصية.

وهناك أربع طرق لكتابة التقرير الإخباري، وهي:

الطريقة الأولى:

التركيز علي الجانب الإخباري في الحدث، بحيث تحتل وقائع الحدث الجزء الأكبر من التقرير الخارجي، علي أن تقدم الأجزاء الخاصة بالظروف التي أدت إلي الحدث والشخصيات المرتبطة به، كمعلومات خلفية للتقرير.

الطريقة الثانية:

التركيز علي وصف الظروف المحيطة بالحدث والمناخ الذي تم فيه والعوامل التي أدت إليه، علي أن تقوم تفاصيل الحدث والشخصيات التي ترتبط به، كمعلومات خلفية للتقرير.

الطريقة الثالثة:

التركيز علي عرض ملامح الشخصية أو الشخصيات التي ترتبط بالحدث علي أن تقدم تفاصيل وقائع الحدث والظروف المحيطة به كمعلومات خلفية لتقرير.

الطريقة الرابعة:

المزج بين العناصر الثلاثة، فتتضمن مقدمة التقرير الخارجي ملخصاً لأهم وقائع الحدث وأهم الظروف المحيطة به وأهم الشخصيات المرتبطة به، أما جسم التقرير فيوزع بالتساوي علي العناصر الثلاثة. علي أن يبدأ جسم التقرير بالعنصر الذي يراه كاتب التقرير أنه الأكثر أهمية، علي أن يتبعه العنصران الآخران حسب أهمية كل منهما لكاتب التقرير. أما خاتمة التقرير فتترك لكي يسجل فيها كاتب التقرير انطباعه النهائي عن الحدث أو توقعاته لردود الأفعال حياله، أو التداعيات المستقبلية للحدث نفسه..!

ملخص الفصل الثاني

تناول هذا الفصل ما يلي:

1 – المقصود بالشئون الخارجية في الصحف، مع الإشارة إلي نوعين من العمل الصحي: الأول يتعلق بالأقسام الخارجية في الجرائد والمجلات، والثاني يتعلق بالجرائد والمجلات المتخصصة في الشئون الخارجية، وفي الحالتين فإن عمل الشئون الخارجية في الصحافة يقوم علي متابعة الأحداث الجارية علي الصعيد الدولي، وإعداد المواد الصحفية التي تتناول الشئون الخارجية للنشر في الصحيفة.

2 – العاملان الرئيسيان بين عمل المحرر الخارجي والمحرر الدبلوماسي، وهما:
الأول: أن المحرر الخارجي يهتم أساساً بالسياسة الدولية، في حين أن المحرر الدبلوماسي يهتم أساساً بالسياسة الخارجية لبلده.
والثاني: أن المحرر الخارجي يهتم بنشاطات الدول في المجال الدولي، بينما المحرر الدبلوماسي يهتم بنشاطات هذه الدول داخل بلده فقط.

3 – المصادر الخمسة الرئيسية للشئون الخارجية بالصحف، وهي المحرر الخارجي والمراسل المقيم أو المتجول ووكالات الأنباء والخدمات الصحفية الخاصة والإذاعات الأجنبية والصحف الأجنبية.

4 – الأسلوبان الرئيسيان المستخدمان في كتابة المواد الخارجية في الصحافة وهما:
أسلوب التغطية الخبرية الشاملة للحدث الخارجي، وأسلوب التغطية الخبرية الجزئية للحدث الخارجي.

5 – الفنان الرئيسيان المستخدمان في كتابة المواد الخارجية في الصحافة، وهما فن التعليق الخارجي وفن التقرير الخارجي.

أسئلة علي الفصل الثاني

س 1 – ما تعريف الشئون الخارجية في الصحافة؟ وكيف نشأت الشئون الخارجية في الصحافة المصرية؟ وكيف تطور؟

س2 – ما أهم المصادر الصحفية للشئون الخارجية؟

س3 – قارن بين أساليب كتابة الشئون الخارجية بالصحافة.

س4 – ما هي فنون الكتابة الصحفية للشئون الخارجية؟

أنشطة يقوم بها الدرس

1 – اقرأ الصفحة الخارجية بجريدتي الأهرام والأخبار محاولاً التعرف علي أساليب كتابة الشئون الخارجية بهما، وكذلك التعرف علي أهم الفنون الصحفية المستخدمة في هذه الصفحات.

2 – حاول أن تعيد كتابة بعض التقارير الخارجية المنشورة بالجرائد والمجلات المصرية مستفيداً مما عرفته عن فنون الكتابة للشئون الخارجية.

الفصل الثالث

الصحافة الرياضية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

- 1 – يذكر المقصود بالتغطية الصحفية للشئون الرياضية ومراحلها.
- 2 – يحدد مصادر الشئون الرياضية في الصحافة.
- 3 – يقارن بين طرق الكتابة الصحفية للشئون الرياضية.

العناصر:

- 1/3 تطور الاهتمام بالشئون الرياضية في الصحافة.
- 2/3 مراحل التغطية الصحفية للشئون الرياضية.
- 3/3 مصادر التغطية الصحفية للشئون الرياضية.
- 4/3 الكتابة الصحفية للشئون الرياضية.

الفصل الثالث

الصحافة الرياضية

المبحث الأول

التغطية الصحفية للشئون الرياضية

• تطور الاهتمام بالشئون الرياضية في الصحافة:

لقد ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في غرب أوروبا. وإن لم تحتل الرياضة نفس أهمية أخبار التجارة والمال والبنوك وحركة السوق، وخاصة أن ظهور الصحافة ارتبط بازدياد نفوذ الرأسمالية الأوروبية واهتمامها الطبيعي بالنشاطات الاقتصادية.

ولقد ظلت الشئون الرياضية تحتل مرتبة أقل أهمية من الشئون السياسية والشئون الاقتصادية في صحافة القرن التاسع عشر، ولكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت طريقها إلي الصفحات الأولى من الصحف مع بداية القرن العشرين، وقد ارتبط ذلك بازدياد عدد قراء الصحف وظهور الصحافة الشعبية، ومنذ ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف، أداة لجذب أكبر عدد من القراء.

ومع الوقت لم يعد الاهتمام بالشئون الرياضية قاصراً علي الصحف الشعبية وإنما امتد الاهتمام إلي صحف النخبة وإن لم يكن بنفس قدر اهتمام الصحف الشعبية.

وبعد الحرب العالمية الثانية، بدأت تنتشر المجالات الرياضية المتخصصة، وبعدها بفترة قصيرة بدأت مرحلة أخرى وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ويمكن تسميتها بمرحلة تخصص التخصص أو التخصص الدقيق، حيث ظهرت صحف

متخصصة في رياضة معينة؛ فهناك مجلات لرياضة كرة القدم، وأخري لرياضة البيسبول وثالثة متخصصة في الملاكمة ورابعة في كمال الأجسام وخامسة في التنس وسادسة في سباق السيارات، وسابعة في سباق اليخوت وثامنة في سباق الدراجات وتاسعة في سباق الخيول وعاشرة في الصيد أو في التزحلق أو في البولينج أو في المصارعة أو في صيد السمك.

وبالنسبة للصحافة العربية، فقد عرفت الاهتمام بالشئون الرياضية في فترة متأخرة نسبياً، وقد ارتبط ذلك باستقلال العديد من الدول العربية بعد الحرب العالمية الثانية وظهور الفرق الرياضية الوطنية التي صارت تشترك في المسابقات المحلية والإقليمية والدولية.

وقد احتلت رياضة كرة القدم موقع المقدمة في اهتمامات الشعوب العربية، وبالتالي في اهتمامات الصحف العربية، وبعد أن كانت أخبار الرياضة وشئونها لا تحتل أكثر من عمود أو أكثر في الصحف العربية الصادرة قبيل الحرب العالمية الثانية، صارت الصحف العربية بعد الحرب، وبعد نيل الاستقلال الوطني، تفسح العديد من صفحاتها للشئون الرياضية، بل صارت للشئون الرياضية صفحة أو أكثر يومياً في كل صحيفة، وهناك بعض الصحف التي تصدر ملحقاً أسبوعياً للرياضة.

وفي السنوات العشر الأخيرة بلغ اهتمام القراء العرب بالشئون العربية حدا دفع البعض إلي إصدار الصحف والمجلات الرياضية المتخصصة، وعلي سبيل المثال فإن مصر يصدر بها الآن ست جرائد أسبوعية متخصصة في الرياضة وهي: جريدة (الأهلي) التي يصدرها النادي الأهلي، وجريدة (الزمالك) التي يصدرها نادي الزمالك. وجريدة (الأهلوية) التي يصدرها بعض مشجعي النادي الأهلي وجريدة (الكورة والملاعب) التي تصدر عن دار التحرير، وجريدة (الرياضي) التي تصدر

عن دار التعاو وجريدة (أخبار الرياضة) التي تصدر عن دار أخبار اليوم. بالإضافة إلى مجلة متخصصة هي (الأهرام الرياضي) وتصدر عن مؤسسة الأهرام.

وبالإضافة إلى ذلك تصدر مجلة (آخر ساعة) ملحقة رياضياً باسم (المجلة الرياضية) يوزع مع المجلة وإن كان منفصلاً تماماً عنها.

وفي لبنان تصدر مجلة (الوطن الرياضي) الأسبوعية ومجلة (المصارعة الحرة) التي تصدر نصف شهرية، وفي الكويت تصدر مجلة (الرياضي العربي) وهي أسبوعية.

وفي قطر تصدر مجلة (الصقر) الأسبوعية، وفي دولة الامارات العربية المتحدة تصدر مجلة (الرياضة والشباب)، وقد شملت ظاهرة الهجرة الصحفية العربية، الصحافة الرياضية، إذ تصدر من روما مجلة عربية باسم (الشباب العربي) و(رياضة وفنون) ومن باريس تصدر مجلة (الفائز) وهي مجلة شهرية.

وإدراكاً من الصحف العربية لتزايد اهتمام القارئ بالشئون الرياضية، قامت بتوسيع تغطيتها الصحفية للشئون الرياضية، بحيث شملت أخبار الرياضة في العالم، وخاصة نتائج المسابقات الدولية، وكثيراً ما تبعث الصحف العربية بالعديد من محرريها الرياضيين لحضور المباريات والمسابقات الدولية مثل: كأس آسيا وكأس أفريقيا والأولمبياد ومباريات كأس العالم في كرة القدم، وخاصة أنه لا توجد مسابقة من هذه المسابقات إلا وتشترك فيها بعض الدول العربية، أو تستعد للمشاركة فيها أو على الأقل تحرص على متابعتها من أجل الاستفادة بكل جديد فيها.

ولقد نتج عن الاهتمام المتزايد للصحف بالشئون الرياضية أن ارتفع عدد الصحفيين العاملين بالأقسام الرياضية في الصحف والمجلات.

وقد وصل الأمر أو كاد أن يكون لكل لعبة محرر متخصص في الكتابة عنها.

• مراحل التغطية الصحفية للشئون الرياضية:

وهناك ثلاث مراحل لتغطية الحدث الرياضي:

المرحلة الأولى: وهي تقوم علي التغطية التمهيدية للحدث الرياضي عن طريق الحصول علي المعلومات الكافية عن الفرق المتنافسة، وظروف كل فريق وإمكانياته، واحتمالات فوزه أو هزيمته، واستعداده للمباراة، ونشر هذه المعلومات غالباً يأخذ طابع التغطية الإخبارية.

المرحلة الثانية: وهي تقوم علي التغطية التسجيلية للحدث الرياضي، عن طريق الوصف الدقيق لسير الحدث وتطوره، ووصف وقائعه مع تسجيل النتائج النهائية لهذا الحدث.

ونشر هذه المعلومات غالباً ما يأخذ طابع التغطية التحليلية.

المرحلة الثالثة: وهي تقوم علي التغطية التقييمية للحدث الرياضي في طريق تقييم أداء كل طرف من أطراف الحدث الرياضي مع الكشف عن الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية في أداء كل منهما واستخلاص الدروس المستفادة.

والتغطية الصحفية للشئون الرياضية بمراحلها الثلاثة، لابد أن تنطلق من كون (الصراع) يشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان.

والتغطية الرياضية لابد أن تدور حول هذا المحور، فهي غالباً ما تقوم علي صراع بين فريقين أو أكثر، وكل منهما يسعى إلي الفوز، فالرياضة بذلك تقنين (مشروع) ومهذب للصراع الإنساني، وهي بذلك تفرغ الطاقات المكبوتة أو الكامنة داخل الإنسان.

والمحرر الرياضي يجب أن يدرك أن أقلية من القراء هم الذين يمارسون الرياضة، وأن الذين يشاهدون المباريات أكثر من الذين يمارسونها، ولكن الذين يقرأون عنها أكثر بكثير من الممارسين والمشاهدين..!

وعلي سبيل المثال، ففي مباريات كرة القدم، يمارس اللعب فعلاً اثنان وعشرون لاعباً فقط!.. في حين أن الذين يذهبون لمشاهدة المباراة في اللعب يعدون بالآلاف. أما الذين يقرأون عن المباراة فقد يصلون إلى مئات الألوف!..

معني ذلك أن المحرر الرياضي يغطي المباراة للذين لم يشاهدوها، ولا بد أن يجعلهم يشعرون وهم يقرأون تقريره عن وصف المباراة. كما لو أنهم يحضرون المباراة فعلاً!..

ولكن بدخول التلفزيون في مجال التغطية الرياضية بالصوت والصورة، تغيرت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة، فالمحرر الرياضي يكتب اليوم لجمهور سبق له أن شاهد المباراة في التلفزيون، لذلك تحولت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة من الوصف الدقيق لوقائعها، إلى التحليل العميق لخط سيرها والتقييم الدقيق لأداء اللاعبين والحكام والمتفرجين، فالتخيل والتقييم أصبح أهم من الوصف والتسجيل في التغطية الصحفية للشؤون الرياضية.

• مصادر التغطية الصحفية للشؤون الرياضية:

إن قيام المحرر الرياضي بالتغطية الصحفية لحدث رياضي، يعني ضرورة الحصول علي البيانات والتفاصيل الخاصة بهذا الحدث والمعلومات المتعلقة به، وكذلك الظروف المحيطة بالحدث، والشخصيات المرتبطة به، وكيف تم ومتي؟ وأين؟ وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث الرياضي مالكاً للمقومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر.

"فهناك فرق بين الحدث وبين الخبر، فالحياة مليئة بملايين الأحداث التي تقع كل يوم، بل كل لحظة، ولكن من بين هذه الملايين من الأحداث عدد قليل يتحول إلي أخبار عندما يكون مالكاً للمقومات التي تجعله يستحق النشر، فالتغطية هي التي تحول الحدث إلي خبر يستحق النشر".

ويستقي المحرر الرياضي معلوماته عن الحدث من عدة مصادر منها اللاعبين، والحكام والمدربون والمسؤولون عن الأندية والاتحادات الرياضية، ومن جمهور الرياضة أيضاً وخاصة المشجعون للفرق المتنافسة".!

ومن الضروري أن تكون للمحرر الرياضي علاقات وثيقة بأكبر عدد من المسؤولين عن الرياضة والمشتغلين بها سواء كانوا من اللاعبين أو المدربين أو الإداريين أو الحكام، وأن يكون المحرر دائم التردد علي النوادي الرياضية متابعاً لأخبارها مدركاً لخفاياها وخبايها وعارفاً بمشكلاتها وقضاياها.

إن تكوين المصادر الرياضية للمحرر الرياضي لم يعد عملية سهلة، كما يتصور البعض، ذلك أن مجال عمل المحرر الرياضي قد اتسع نطاقه، بحيث صار يضم داخله العديد من التخصصات.

ولنستعرض مثلاً عدد اللعبات التي يجب علي الصحافة الرياضية تغطيتها يومياً أو أسبوعياً، هناك مثلاً اللعبات الشعبية مثل: كرة القدم والبيسبول والملاكمة والسباحة والسباقات المختلفة، سباق السيارات، سباق الدراجات، الجري، وهناك لعبات متوسطة الشعبية مثل المصارعة والباسكتبول والهاندبول والتنس وكمال الأجسام ورفع الأثقال وهناك لعبات أقل شعبية وإن كان يجب علي الصحافة الرياضية عدم إهمالها مثل الجولف والشيش والبلياردو والاسكواش والتزلح والهوكي والبولو والصيد والبولينج.

وتختلف أهمية كل لعبة حسب طبيعة كل شعب، فإذا كانت كرة القدم هي اللعبة الشعبية الأولى في كثير من دول العالم، فإن البسيبول هي اللعبة الشعبية الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية، كذلك فإن مصارعة الثيران مازالت تتمتع بشعبية كبرى في بلد كاسبانيا.

وهناك لعبات ذات طابع طبقي، فالتنس مثلاً والاسكواش والجولف والتزحلق ذات طابع أرستقراطي، في حين أن كرة القدم والمصارعة والملاكمة ذات طابع شعبي. والصحافة الرياضية في كل مجتمع يجب أن تعكس علي صفحاتها الاهتمام الشعبي باللعبات المختلفة.

وأول درس في التغطية الصحفية للشئون الرياضية، هو ضرورة قيام الصحيفة الرياضية بدراسة مدي الشعبية التي تتمتع بها اللعبات المختلفة داخل المجتمع الذي تصدر به، ثم عليها أن تعكس هذه الشعبية في حجم التغطية الصحفية لهذه اللعبات. وليس معني ذلك إهمال الصحافة الرياضية للعبات الأقل شعبية، وإنما لابد أن توجه إليها جانباً من اهتمامها، فلكل لعبة جمهور مهما كان عدده، وتغطية الصحيفة لهذه اللعبة، معناه كسب مزيد من القراء هم جمهور هذه اللعبة، ومن مجموع جماهير اللعبات غير الشعبية، قد نجد الصحيفة نفسها قد نجحت في جذب عدد كبير من القراء...!

المبحث الثاني

الكتابة الصحفية للشؤون الرياضية

للمحرر الرياضي أن يستخدم في كتابة الشؤون الرياضية كافة فنون الكتابة الصحفية المعروفة من خبر وحديث وتحقيق ومقال، ولكن الصحافة الرياضية تتميز بثلاثة فنون صحفية وهي: فن التقرير الرياضي أو فن وصف المباريات، وفن التعليق الرياضي، وفن عمود (الثرثرة) الرياضية، وسوف نتعرض لكل منها بالتفصيل:

أولاً: فن التقرير الرياضي:

التقرير الرياضي فن يهتم بوصف المباريات. والمباريات هي محور الحياة الرياضية، لذلك لابد للمحرر الرياضي وهو في مرحلة إعداد التقرير الرياضي، أن يعمل علي الحصول علي كافة المعلومات عن الفرق المتنافسة، مثل متى يبدأ اللعب؟ وأين؟ وتشكيل كل فريق، وعليه قبل بداية المباراة أن يتأكد مما إذا كان قد حدث تغيير في اللاعبين أو في مواقعهم، حتي يمكنه أن يتابع بعد ذلك المباراة في دقة وسهولة.

والتقرير الرياضي يقوم علي التتبع الحرفي لأحداث المباراة، مع التركيز علي الوقائع البارزة فيها، ثم تحليل جوانبها المختلفة، وهو يهتم أيضاً بوصف جو المباراة ورد فعل الجمهور تجاه سير اللعب وتجاه النتيجة، والتقرير الرياضي يجب أن يجسد للقارئ (روح المباراة) حتي تكتسب المعلومات الواردة في التقرير نبضها الحي، فالمعلومات الباردة تقتل التقرير ولا تجذب القارئ إلي تكملة قراءته.

والبناء الفني للتقرير الرياضي يقوم علي قالب الهرم المعتدل. أي ينقسم إلي ثلاثة أجزاء: مقدمة وجسم وخاتمة.

مقدمة التقرير:

يبحث المحرر الرياضي عن أهم واقعة في المباراة، لكي يجعل منها المدخل الطبيعي للتقرير، وقد تضم المقدمة نتائج المباراة واسم الفريق الفائز وأسماء اللاعبين الذين حققوا الأهداف.. مثلاً:

سجل الخطيب كابتن فريق الأهلي هدف الفوز في مرمي نادي الزمالك في الدقيقة الأخيرة من مباراة أمس، وبذلك كسب الأهلي مصر: 2/3.

ومثلاً:

سجل فريق الأهلي بأدائه الرجولي أمس انتصاراً 2/3 ضد فريق الزمالك وحصل علي كأس مصر للمرة العاشرة علي التوالي.

ومثلاً:

أخيراً فاز الأهلي بالكأس، بعد ما توقع الكثيرون خروجه من المسابقة. وقد توج كفاح عام كامل بهزيمته لفريق نادي الزمالك أمس 2/3 في أكثر من مباريات الموسم إثارة.

جسم التقرير:

يأتي الوصف الكامل لوقائع المباراة. ولابد أن يحتوي الجسم علي العناصر التالية:

1 – عدد أهداف المباراة ونصيب كل فريق منها.

2 – كيف حدثت الأهداف.

3 – المقارنة بين أداء الفريقين المتنافسين، علي أن تشمل المقارنة نقاط الضعف ونقاط القوة في كل منهما.

4 – نجوم المباراة، وهم اللاعبون الذين حققوا الأهداف، أو كان لهم دور مؤثر في تحقيق الأهداف أو في حماية شبكاتهم من الأهداف.

5 – المناخ الذي جرت فيه المباراة، حار أو بارد، ممطر أو صحو، وهل كان لذلك تأثير علي سير المباراة أو علي النتيجة.

6 – انفعالات المتفرجين وخاصة مشجعي الفريقين، وردود أفعالهم تجاه النتيجة.

7 – الجو النفسي الذي جرت فيه المباراة، هل هو جو هادئ أو متوتر أم سيطر عليه الانفعال؟ وهل حدثت تجاوزات من اللاعبين أو المتفرجين؟ (روح المباراة).

8 – صراع الدقائق الأخيرة من المباراة، وكيف أنهى كل فريق المباراة.

9 – النتائج التي ترتبت علي المباراة، وأثرها علي مستقبل كل فريق، وعلي المسابقة كلها.

10 – المعلومات الخلفية للمباراة، وهل هي المباراة الأولى بين الفريقين أم العاشرة؟ وما نتائج المباريات السابقة بينهما، وغير ذلك من المعلومات التي تلقي الضوء علي كل من الفريقين.

هذه هي العناصر العشر التي يجب أن يتضمنها جسم التقرير الرياضي، وقد يخصص المحرر الرياضي فقرة مستقلة في جسم التقرير لكل عنصر منها، وقد يمزج أكثر من عنصر منها في فقرة واحدة، وهذه أمور ترتعن بطبيعة المباراة ورؤية المحرر الرياضي لها.

ومن الضروري أن يتأكد المحرر الرياضي من أن عدد الأهداف التي ذكرها في جسم التقرير التقرير مطابقة لعدد الأهداف التي ذكرها في المقدمة.

خاتمة التقرير:

يقوم المحرر الرياضي بالتقييم النهائي للمباراة ولأداء اللاعبين والحكام وسلوك المتفرجين، ولا مانع من أن يأخذ هذا التقييم شكل الدرجات التي تمنح لكل من شارك في المباراة، علي أساس أن هذه الدرجات تعتبر تلخيصاً سريعاً ومباشراً لرأي المحرر الرياضي في المباراة. ويستوعبها القارئ بوضوح.

البناء الفني للتقرير الرياضي

المقدمة

- 1 - نتائج المباراة
- 2 - اسم الفريق
- 3 - اللاعبين الذين حققوا الأهداف

الجسم

- 1 - عدد الأهداف لكل فريق
- 2 - كيف حدثت الأهداف
- 3 - المقارنة بين أداء الفريقين
- 4 - نجوم المباراة

5 – المناخ الذي جرت فيه المباراة

6 – انفعالات الجمهور المتفرج

7 – الجو النفسي الذي جرت فيه المباراة

8 – صراع الدقائق الأخيرة من المباراة

9 – النتائج التي ترتبت علي المباراة

10 – المعلومات الخلفية عن المباراة وأداء الفريقين

الخاتمة

التقييم النهائي للمباراة، ولأداء اللاعبين والحكم ورد فعل الجمهور

ثانياً: فن التعليق الرياضي:

يقوم فن التعليق الرياضي علي شرح وتفسير ونقد وتحليل المباريات الرياضية، فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب السلبية والإيجابية في أداء كل فريق من الفرق المتنافسة.

أما البناء الفني للتعليق الرياضي فهو يقوم علي قالب الهرم المعتدل، فهو يتشابه من هذه الناحية مع فن التقرير الرياضي، وبذلك يضم ثلاثة أجزاء: المقدمة والجسم والخاتمة.

مقدمة التعليق:

يشير الكاتب إلى نتيجة المباراة مذكراً القراء بأهم وقائعها ومن الزاوية التي تتلاءم مع تقييمه لهذه النتيجة.

مثل:

رغم فوزي فريق نادي الزمالك علي نادي المقاولون العرب 1/2، إلا أنه لم يقدم العرض القوي الذي يتناسب مع بطل كأس أفريقيا..!

ومثل:

عوض فريق المحلة جمهوره عن الهزيمة التي ألحقها به المقاولون في الأسبوع الماضي، فأسعده بانتصار كبير علي أرضه حققه علي المصري 1/3 وبأداء عالي المستوي وإن اتسم بالندية.

ومثل:

انتهت مباريات الأسبوع الثاني من الدوري العام، والنتائج التي تحققت خلاله لم تسفر عن مفاجآت حقيقية، وإن كشفت عن ضعف مستوي الفرق الأربعة التي خرجت من جميع المباريات بالتعادل.

جسم التعليق الرياضي:

يبدأ الكاتب في تحليل المباراة، ويقيم طريقة أداء كل فريق، وهل طبق كل منهما طريقة اللعب التي وضعها المدرب، ومدى نجاح كل فريق أو فشله في تطبيق هذه الخطط، ولذلك فمن الضروري أن يتضمن جسم التعليق الرياضي العناصر التالية:

1 – تحليل طريقة اللعب عند كل فريق.

2 – تقييم أداء كل فريق.

3 – تقييم أداء أبرز اللاعبين.

4 – تقييم أداء الحكام والمساعدين .

5 – تقييم مستوى المباراة ككل.

خاتمة التعليق الرياضي:

يلخص الكاتب الرياضي وجهة نظره في المباراة، ثم يقدم اقتراحاته لعلاج السلبيات التي ظهرت في أداء الفريقين المتنافسين، وقد يقدم بعض النصائح للاعبين أو للأندية.

المقدمة

1 – الإشارة السريعة إلى نتيجة المباراة

2 – التذكير بأهم وقائع المباراة

3 – زاوية نقدية للمباراة

الجسم

1 - تحليل طريقة اللعب عند كل فريق

2 – تقييم أداء كل فريق

3 – تقييم أداء أبرز اللاعبين

4 – تقييم أداء الحكم والمساعدين

5 – تقييم مستوى المباراة ككل.

الخاتمة

1 – ملخص لوجهة النظر النهائية للكاتب في المباراة

2 – اقتراحات لعلاج السلبيات في أداء الفريقين

4 – نصائح للاعبين أو للأندية

ثالثاً: فن العمود الرياضي:

العمود الرياضي، فن يقوم علي تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة في مختلف الشئون الرياضية، وهو في ذلك يختلف عن فن التعليق الرياضي الذي يقوم علي النقد العملي الموضوعي للحدث الرياضي. فالطابع العام لفن التعليق الرياضي هو طابع التقييم الرياضي الموضوعي، أما الطابع العام للعمود الرياضي فهو طابع التعبير الذاتي، ولعل ذلك هو السبب في كون الصحافة الأوروبية تطلق عليه عمود (الثرثرة)، حيث يتحدث الكاتب إلي القراء، كما لو كانوا أصدقاء يتجاذبون أطراف الحديث، ولذلك فإن لهذه الأعمدة شعبية كبيرة لدي قراء الصحف الرياضية، وغالباً ما يجنح هذا العمود إلي طابع (السخرية) اللاذعة من الأندية ومن اللاعبين، وكثيراً ما يتضمن جانباً من الذكريات الرياضية للكاتب، وقد يدور العمود الرياضي حول موضوع واحد، وقد يتضمن أكثر من موضوع رغم مساحته المحدودة، فهو عندئذ أقرب إلي الانطباعات الخاطفة أو التعليقات السريعة.

والعمود الرياضي يقوم علي أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب وقرائه لذلك قد يتضمن العمود رداص علي بعض رسائل القراء، وقد ينشر جنباً من هذه الرسائل، ولذلك فالصحيفة الرياضية تعطي كتاب العمود الرياضي حرية أكثر

من لتي تعطيها للمحرر الرياضي، فهو عندئذ أقرب إلي الانطباعات الخاطفة أو التعليقات السريعة.

والعمود الرياضي يقوم علي أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب وقرائه لذلك قد يتضمن العمود رداً علي بعض رسائل القراء، وقد ينشر جانباً من هذه الرسائل، ولذلك فالصحيفة الرياضية تعطي كتاب العمود الرياضي حرية أكثر من التي تعطيها للمحرر الرياضي، فهي إذا كانت تلزم المحرر الرياضي الالتزام بسياسة الصحيفة، فإنها لا تلزم كاتب العمود بالالتزام الدقيق بهذه السياسة، وإن كانت لا تسمح له بمعارضتها!..

والبناء الفني للعمود الرياضي يقوم علي قالب الهرم المعتدل، إذا ما تضمن موضوعاً واحداً، أما إذا كان عبارة عن مجموعة من الفقرات، كل منها يسجل انطباعاته عن موضوع مختلف، فلا يلتزم العمود بهذا القالب. وفي حالة ما إذا كان العمود يدور حول موضوع واحد، فمن الضروري أن يتضمن – شأنه في ذلك شأن التقرير الرياضي والتعليق الرياضي – ثلاثة أجزاء: المقدمة والجسم والخاتمة.

مقدمة العمود الرياضي:

لابد وأن ينطلق الكاتب من زاوية متميزة تجذب القراء ويمهد بها الكاتب لموضوع العمود مثل:

الجمهور فعلاً هو اللاعب رقم 12 الحاسم في لقاء بعد غد بين الأفريقي التونسي، حتي يكسب الزمالك بجدارة تؤهله لاجتياز العقبة قبل الأخيرة في البطولة الأفريقية!..

ومثل:

لكل قسم شرطة مأمور واحد، ولكن ليس شرطاً بالضرورة أن يكون للزمالك مأمور واحد..!

جسم العمود الرياضي:

يشرح الكاتب فكرته أو يسجل تفاصيل انطباعه عن الحدث الرياضي، ولا مانع من أن يذكر جانباً من ذكرياته التي تتعلق بموضوع العمود، وقد يشير الكاتب إلي خطاب بعث به إلي قارئ مهتم بالرياضة، وقد يعلق علي رأي سبق نشره في صحيفة أخرى أو علي حديث سمعه في جلسة ما أو في برنامج إذاعي أو تليفزيوني، أو تريح ألقاه مسئول رياضي.

خاتمة العمود الرياضي:

غالباً ما تكون جملة مؤثر، أو لفظة ساخرة أو نقداً لاذعاً أو دعوة للقارئ للاهتمام بمسألة معينة، وقد تكون نصيحة إلي لاعب أن نادٍ رياضي، وقد تكون مجرد انطباع يضاف إلي الانطباعات التي سجلها في جسم العمود.

البناء الفني للعمود الرياضي

المقدمة

1 – فكرة جديدة

2 – زاوية مبتكرة تهم القارئ

الجسم

1 - شرح الفكرة

2 – انطباعات الكاتب عن الحدث

3 – بعض ذكريات الكاتب المرتبطة بالحدث الرياضي

4 - الإشارة إلى خطاب من قارئ

5 - تعليق علي رأي منشور أو مذاع

الخاتمة

- 1 - جملة مؤثرة 2 - لفظة ساخرة 3 - نقد لازع 4 - دعوة القارئ للاهتمام
بمسألة معينة 5 - نصيحة للاعب أو لنادٍ 6 - انطباع أخير
- لغة الكتابة الرياضية:**

من الضروري الحرص علي البساطة والوضوح في لغة الكتابة الرياضية، وذلك لأن النسبة الغالبة علي قراء الصحف الرياضية من محدودي الثقافة وإن لم يمنع هذا من وجود قراء للصحافة الرياضية ينتمون إلي المستويات الثقافية والتعليمية العالية.

ولكن المحرر الرياضي يكتب للأغلبية، ولا بد أن يراعي قدراتها الثقافية. وفي هذا المجال بالذات من الضروري أن تشير إلي عدد من الصحفيين الرياضيين العرب الذين نجحوا في (نحت) لغة صحفية جديدة في الصفحات الرياضية ويبرز في مقدمة هؤلاء الناقد الراحل "نجيب المستكاوي" رئيس القسم الرياضي السابق بصحيفة الأهرام الذي يتميز بلة صحفية رياضية أخذتها عنه بقية الصحف والمجلات بل وبقية وسائل الإعلام في العالم العربي.. وأهم ما كان يميز لغة المستكاوي هو البساطة في التعبير وكثرة استخدام الألفاظ والمصطلحات والتراكيب اللغوية الشعبية مثل "الشواكيش"، والعناتيل، والمجري" وغير ذلك من المصطلحات والأسماء التي يطلقها علي النوادي والنجوم والتي تلاقي قبولا شعبياً من غالبية القراء.. ومن ناحية أخرى هناك بعض المحررين الرياضيين قد يلجؤون إلي أسلوب الإثارة في الكتابة الرياضية وخاصة في رياضة الأندية الرياضية وهو أسلوب خطر إذ قد يخلق عند عشاق

هذه الرياضة نوعاً من التعصب الأعمى كثيراً ما يؤدي إلى حوادث مؤسفة بعيدة تماماً عن الروح الرياضية، ولكن هذا لا يعني أنه ليس من حق الصحافة أن تثير المنافسة بين الأندية وبين اللاعبين والمدربين والمسؤولين عن الأندية، ولكن المنافسة شيء وإثارة التعصب شيء آخر.

ملخص الفصل الثالث

تناول هذا الفصل ما يلي:

1 – المراحل الثلاث لتغطية الحدث الرياضي: المرحلة الأولى وهي تقوم علي التغطية التمهيديّة للحدث الرياضي، والمرحلة الثانية وهي تقوم علي التغطية التسجيلية للحدث الرياضي والمرحلة الثالثة، وهي تقوم علي التغطية التقييمية للحدث الرياضي.

2 – مصادر استقاء المحرر الرياضي معلوماته عن الحدث الرياضي والتي منها اللاعبون والحكام والمدربون والمسؤولون عن الأندية والاتحادات الرياضية ومن جمهور الرياضة أيضاً وخاصة المشجعين للفرق المنافسة.

3 – استخدام المحرر الرياضي في كتابة الشؤون الرياضية كافة فنون الكتابة الصحفية المعروفة من خبر وحديث وتحقيق ومقال، ولكن الصحافة الرياضية تتميز بثلاثة فنون صحفية وهي: فن التقرير الرياضي أو فن وصف المباريات وفن التعليق الرياضي وفن عمود (الثرثرة) الرياضية.

أسئلة علي الفصل التالي

س 1 – ما مراحل التغطية الصحفية للحدث الرياضي؟

س 2 – اذكر مصادر التغطية الصحفية للحدث الرياضي.

س 3 – قارن بين فنون الكتابة الصحفية للحدث الرياضي.

أنشطة يقوم بها الدارس

1 – اقرأ الصفحات الرياضية في الصحف والمجلات المصرية وكذلك الصحف الرياضية المتخصصة محاولاً التعرف علي مصادر التغطية الصحفية لبعض الأحداث الرياضية المنشورة بهذه الصحف.

2 – حاول أن تعيد كتابة بعض الأخبار والتقارير الرياضية المنشورة بالصحف مستفيداً مما عرفته عن فنون الكتابة الصحفية للشئون الرياضية.

الفصل الرابع

الصحافة النسائية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

1 – يحدد مفهوم الصحافة النسائية.

2 – يذكر مجالات التغطية الصحفية للصحافة النسائية.

3 – يستعرض مجالات الصحافة النسائية

4 – يميز بين أساليب الكتابة الصحفية للشئون النسائية.

العناصر

1- مجالات التغطية الصحفية للشئون النسائية.

2- أساليب الكتابة الصحفية للشئون النسائية.

الفصل الرابع

الصحافة النسائية

المبحث الأول

التغطية الصحفية للصحافة النسائية

يتسع مفهوم الصحافة النسائية ليشمل مجالين رئيسيين:

الأول: صفحات المرأة في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية أو الشهرية.

والثاني: المجلات المتخصصة في الشؤون النسائية، سواء كانت أسبوعية أو شهرية أو فصلية.

وقد عرف النوع الأول من الصحافة النسائية في فترة مبكرة من تاريخ الصحافة. ولكن المجلات النسائية المتخصصة لم تظهر بشكل واضح إلا في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.

وقد شهدت هذه المجلات نهضة شاملة عقب نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث اتسع المجال أمام المجلات النسائية مع نجاح حركة تحرير المرأة في بلدان كثيرة، واحتلال المرأة مواقع مؤثرة عديدة، خاصة في غرب أوروبا وشرقها. وفي الولايات المتحدة الأمريكية، فقد بلغ عدد المجلات النسائية في الولايات

المتحدة الأمريكية 240 مجلة، من بينها 60 مجلة توزع أكثر من مائة ألف نسخة، وفي فرنسا توجد 40 مجلة نسائية متخصصة، اقترُب توزيع بعضها من نصف مليون نسخة، فمجلة (إل) الأسبوعية توزع 450 ألف نسخة، وتوزع مجلة (ماري فرانس) الشهرية 630 ألف نسخة.

وفي مصر أكثر المجلات توزيعاً (حواء) و(نصف الدنيا) النسائيتان الأسبوعيتان.

وقد يصل عدد صفحات بعض المجلات النسائية إلى ثلاثمائة صفحة، وقد يرتفع العدد إلى خمسمائة صفحة في الأعداد الخاصة.

وقد دخلت المجلات النسائية في السنوات الأخيرة مرحلة (تخصص التخصص، بمعنى أنه من بين المجلات النسائية وجدت مجلات تتخصص في مجال واحد فقط في مجالات اهتمام المرأة مثل (المرأة والموضة). و(المرأة والأناقة)، و(المرأة والمطبخ) و(المرأة والمكياج) و(المرأة والطفل) و(المرأة والديكور) و(المرأة والصحة) وهكذا..!

إن مجلة "البوردا" الألمانية مثلاً تخصصت في الأزياء، بينما تميل مجلة "ماري كلير" الفرنسية إلى التركيز على التجميل والموضة.

وفي حين تتبنى مجلة "ف. ماجازين" الفرنسية الدفاع عن حقوق المرأة وتهتم بمشكلات المرأة العاملة، ونجد مجلة "إل" تركز على الحياة الاجتماعية للمرأة ومتابعة أخبار اللامعات من نجوم المجتمع..!

وهكذا لم تتحقق نبوءة (آرثر مكوين Arthur Macwan) رئيس تحرير صحيفة سان فرانسيسكو إكزمنير (San Francisco) التي تصدر عن

مجموعة هيرست الصحفية، عندما ادعي "أنه كلما تحررت المرأة وحصلت علي المزيد من الحقوق، قلت الفروق بين صحافة الرجل وصحافة المرأة، ذلك أن تزايد مشاركة المرأة في الحياة العامة وطرقها لأغلب مجالات العمل التي كانت من قبل حكرا علي الرجل، سوف يؤدي إلي التقارب بين اهتمامات المرأة واهتمامات الرجل، مما يقلل الحاجة إلي وجود صحافة نسائية متخصصة، تماماً كما لا توجد صحافة خاصة بالرجل"....!

ولكن التجربة أثبتت العكس وعلي غير ما توقع "آرثر مكوين" فقد اتضح أنه كلما اتسعت حريات المرأة، زاد إحساسها بالاستقلال عن الرجل، وزادت حاجتها إلي صحافة نسائية تجسد هذا الاستقلال وتدعمه.

إن تزايد دور المرأة في الحياة الإنسانية المعاصرة يكاد يضع مصير الصحف المعاصرة في قبضة المرأة!.

ذلك أن 70% علي الأقل من دخل الصحيفة المعاصرة يأتي من الإعلان، ومعني ذلك أن الصحف لا يمكن أن تعيش أو تستمر بدون الإعلان!..

والإعلان التسويقي؛ أي الذي يعتمد علي ترويج السلع، بشكل أكثر من 90% من حصيله الصحف من الإعلان.

فإذا كان ما بين 85% و 90% من المشتريات تقوم بها النساء، فمعني ذلك أن حياة الصحف المعاصرة أصبحت بين يدي النساء!..

لذلك لم يعد يكفي أن يتوجه المعلن إلي المرأة، وإنما صار من الضروري أن يضع كل محرر في الصحيفة رغبات المرأة واحتياجاتها واهتماماتها نصب عينيه وهو يعد مادته الصحفية للنشر.

معني ذلك أن وجود أبواب خاصة للمرأة في الصحف والمجلات لا يعني إهمال المرأة في بقية الصفحات، فالمرأة يجب أن تكون عنصراً مشتركاً مع الرجل في كل باب من أبواب الصحيفة، سواء في السياسة أو الاقتصاد أو الأدب والفن أو الرياضة والجريمة..!.

وفي المجتمعات التي لا تخضع فيها الصحافة لتحكم الإعلان – كما هو الشأن في المجتمعات الاشتراكية وبعض المجتمعات النامية، حيث تعتمد الصحف في تمويلها على الدعم الحكومي أو الحزبي – يأتي الاهتمام الصحفي بشئون المرأة، انعكاساً لتطور وضعية المرأة في المجتمعات، حيث باتت المرأة تشكل عنصراً مهماً من عناصر الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويكفي التدليل على ذلك بأن 55% من القوي العاملة في الاتحاد السوفيتي قبل انهياره من النساء..!

والتغطية الصحفية للشئون النسائية تقوم بتقديم إجابة عن السؤال التالي:

ماذا تريد المرأة أن تقرأ؟

إن المرأة بطبيعتها أكثر تركيزاً على ذاتها، إنها تقضي وقتاً طويلاً في محلات التجميل، وتقضي أوقاتاً أطول أمام المرأة، وهي لا تبخل بشيء على ملابسها أو مكياجها، والمرأة تشغلها كثيراً مسألة الصحة والمرض؛ لأنها يرتبطان بأمر جوهري في حياتها وهو جمالها.

والمرأة في الواقع العملي تتحمل داخل الأسرة قدراً من المسؤولية أكبر من الرجل؛ حيث إن الزوج الذي يتحمل غالباً ميزانية الأسرة، ولكن الزوجة هي التي تتولي غالباً إنفاق هذه الميزانية، فهي التي تختار أنواع الأطعمة، وهي التي تختار أثاث المنزل وديكوره، وهي التي تختار ملابسها، وملابس أطفالها.. وربما ملابس الزوج، وهي التي تختار الفيلم أو المسرحية التي تشاهدها الأسرة،

وهي التي تقرر أين وكيف سيمضون عطلة نهاية الأسبوع، وهي التي تقرر أين يقضون إجازة الصيف، وهي التي تختار الهدايا للأقارب والاصدقاء، وقد لا تتجاوز الحقيقة إذا قلنا: إنها هي التي تحدد - أيضاً - الصحيفة أو المجلة التي تقرأها الأسرة..!

وباختصار هي التي يصدر عنها غالبية القرارات داخل الأسرة.

وعلي هذا الأساس، يمكن حصر التغطية الصحفية للشئون النسائية في المجالات التالية:

أولاً: شئون الموضة والأزياء والأناقة:

إن دور الصحافة النسائية لا يقف عند المتابعة المستمرة لابتكارات بيوت الأزياء العالمية والمحلية فحسب، وإنما يجب أن يمتد إلي حق اختيار التصميمات المناسبة للقارئ، إن التصميمات التي تنشرها مجلات النخبة الثرية غير تلك التي تنشرها مجلات الطبقة الوسطى، أو الطبقات المحدودة الدخل.

كذلك، فإن حق اختيار الصحيفة للأزياء لا يجب أن يعني فرض الذوق الخاص لمحررة شئون الأزياء والموضة بالصحيفة، وإنما يجب اشتراك القارئ في الاختيار، ويتم ذلك عن طريق استطلاع رأي القارئ باستمرار في هذه الموضة، سواء بالاستعانة ببريد القراء، أو الاستطلاعات الصحفية، أو (استمارة استبيان) ترفق بالصحيفة.

والصحافة النسائية تستطيع أن تقدم للقارئات العديد من الخدمات في هذا المجال، كما يمكن أن ترشد القارئة إلى كيفية حياكة الأزياء بنفسها وتستطيع أن ترشدها إلى أصلح الأقمشة التي يمكن استخدامها، وبالأسعار التي تتناسب مع دخلها.

إن الصحافة النسائية تستطيع بذلك أن تضع قارئاتها في توافق مع الحياة العصرية وبتكلفة تتفق مع إمكانياتهن المادية.

ثانياً: شئون التجميل:

مكياج المرأة أصبح ضرورة للحياة العصرية، والصحافة النسائية تستطيع أن تساعد المرأة على اكتشاف المكياج المناسب لشخصيتها ولبشرتها ولعمرها.

ومحررة شئون التجميل تعلم جيداً أن المرأة تقضي وقتاً طويلاً أمام المرأة، وقد يكون ذلك في بعض الأحيان بسبب شعور المرأة بعدم الثقة بجمالها، وهو ما يضطرها كثيراً إلى الاستعانة بخبراء التجميل، ودور المحررة هنا أن تجعل من نفسها خبيرة تجميل لكل قارئة، فتقدم لها الإرشادات التي تغنيها في حالات كثيرة عن خدمات محلات التجميل.

ويدخل في هذا المجال تغطية التسريحات الجديدة، والعطور الجديدة واستخداماتها، بالإضافة إلى متابعة المبتكرات الجديدة من أدوات التجميل وأسعارها، وكيفية استخدامها.

ثالثاً: شئون الطعام والمطبخ:

التغطية الصحفية لشئون الطعام والمطبخ في الصحافة النسائية لا يجب أن تقف عند مجرد إرشاد المرأة إلى كيفية طهو بعض الأطعمة أو الأكلات المعينة، وإنما يجب أن تساعد المرأة في اختيار أقل الأطعمة تكلفة وأكثرها فائدة للجسم،

وهي مطالبة – أيضاً – بمتابعة أسعار الأطعمة، ولا منع من مهاجمة محاولات رفع أسعار بعضها، وعليها أن تدعو السلطات المختصة بمراقبة الأسعار ومحاولة ضبطها لصالح الأسر المحدودة الدخل.

والمطبخ – أيضاً – لا يعني الطعام وحده؛ وإنما يعني في نفس الوقت أدوات إعداد الأطعمة، والتكنولوجيا المنزلية تتقدم يوماً بعد يوم، وتقدم العديد من الابتكارات التي توفر الكثير من جهد المرأة ووقتها، والصحافة النسائية مطالبة بمتابعة هذه المبتكرات وأن تعرف بها المرأة، وأن ترشدها إلي كيفية استخدامها والاستفادة منها.

رابعاً: شئون الأثاث والديكور:

المرأة هي التي تختار أثاث منزلها عند الزواج، وهي التي تقوم بتجديده بعد الزواج، وهي أيضاً التي تقوم بترتيب المنزل وتنظيمه، واللمسات الشخصية ضرورة حتمية عند الاختبار لاختلاف المشارب والأذواق، والصحافة النسائية تستطيع أن تقدم العديد من الخدمات في هذا المجال، إنما تقوم بدور (خبير الأثاث) و(مهندس الديكور) بالنسبة للقارئ.

وهذا يتطلب من الصحافة النسائية أن تستعين بفريق متخصص من خبراء الأثاث ومهندسي الديكور حتي تستطيع إرشاد القارئة إلي الأثاث المناسب لإمكانياتها المادية، والملائمة للحياة العملية العصرية في الوقت نفسه، وكذلك توجيه القارئة إلي كيفية تزيين المنزل وتجميله بالديكور المناسب وبأقل النفقات.

ويجانب ذلك، فالصحافة النسائية مطالبة بالمتابعة المستمرة للابتكارات الجديدة التي تقدمها معارض الأثاث والديكور، وبالإضافة إلي بذل الجهد لتطوير المفاهيم المتعلقة بحجم المنزل وعدد الغرف بما يتلاءم وأسلوب الحياة

العصرية، مع مساعدة القارئ علي كيفية الاستفادة من المساحة المحدودة للمنازل الحديثة، واستغلال كل ركن فيه.

خامساً: شئون الزواج وعلاقة الرجل بالمرأة:

كان الزواج ومايزال حلم المرأة الأبدى، وفي الماضي كان الزواج هدفاً في حد ذاته، فهناك كثيرات تزوجن لمجرد الخوف من الوحدة.

وقد اختلف النظرة إلي الزواج في المجتمعات الصناعية المتقدمة، حيث المرأة في هذه المجتمعات تستطيع أن تعيش بمفردها دون أن تخشي حرجاً، وبعضهن يفضلن الوحدة علي الوحدة السييء.

وسوف يظل الزواج وعلاقة المرأة بالرجل الموضوع المفضل عند المرأة القارئة، والصحافة النسائية لابد أن توظف هذا الاهتمام في عرض المشكلات التي تواجه هذه العلاقة، بهدف إقامة جسر من التفاهم بين الطرفين، ومن الخطأ تجاهل شئون الرجل في الصحافة النسائية، فأرقام التوزيع تؤكد أن نسبة لا يستهان بها من الرجال تقرأ الصحافة النسائية، وعلي سبيل المثال فإن 32% من قراء مجلة (ماري فرانس) من الرجال..!

لذلك لم يكن غريباً أن تعلن مجلة (بيبا) الفرنسية أنها "وجدت من أجل زوجين يملان!"، أو أن تخصص مجلة "الشرقية" العربية جزءاً مستقلاً من صفحاتها للرجل تحت اسم (الشرقي).

والرجل يقرأ الصحافة النسائية من أجل مزيد من الفهم للمرأة، والصحافة النسائية لابد وأن تساعد الرجل في أن يفهم المرأة ويتفهم ظروفها، فإن من شأن ذلك أن يحل الكثير من مشكلاتها.

وموقف الصحافة النسائية من الرجل يختلف حسب سياسة كل صحيفة، فهناك صحف نسائية تنطلق من النظر إلى الرجل باعتباره خصماً تاريخياً للمرأة، وتفسر التاريخ البشري علي أنه تاريخ الصراع بين الرجل والمرأة، وأن الوضع المتميز للرجل في الحياة الاجتماعية لم يحدث لخصائص طبيعية في الرجل وإنما بسبب قهر الرجل للمرأة وأن الاستبداد في التاريخ كان ثنائياً، أي استبداد فرد أو مجموعة أفراد لغالبية الشعب، واستبداد جماعي من الرجال للنساء!. وأن تحرير المرأة يكون بإرجاع البشرية إلى الوضع الطبيعي؛ أي وضع المساواة الكاملة بين الرجل والمرأة، ولأن الرجل لن يتنازل عما اغتصبه من حقوق المرأة بإرادته، لذلك لابد من إرغمه علي هذا التنازل.

وهناك صحف نسائية أخرى تنطلق من النظر إلى الرجل باعتباره شريكاً للمرأة، هي تخاطبه بهدف كسبه إلى جانب حقوق المرأة، وهي تري أن أكثر الحريات والحقوق التي حصلت عليها المرأة في القرن الحالي، تنازل عنها الرجل طواعية للمرأة، وأن أكثر المطالبين حقوق المرأة كانوا من الرجال!

وهناك نوع ثالث من الصحف النسائية يعتقد أن المشكلات بين المرأة والرجل قد حلت، وأن معركة المرأة من أجل المساواة قد ربحت في المجتمعات الصناعية المتطورة، وأنه لم تعد هناك مطالب جديدة للمرأة، وبالتالي فإن وظيفة الصحافة النسائية في هذه المجتمعات تكمن في تقديم الخدمات الصحفية التي تساعد المرأة في الاستمتاع بحياتها.

سادساً: شؤون المرأة العاملة:

إن دخول المرأة لميدان العمل، فرض علي الصحافة النسائية مسؤوليات جديدة، إذ مطلوب منها أن تشجع المرأة علي ارتياد مجالات عمل جديدة كانت من قبل

حكراً علي الرجل. وعليها أن تثبت أن دخول المرأة إلي ميدان لم يكن خطأ، بأن تقدم نماذج ناجحة من النساء العاملات.

والمرأة العاملة تتحمل مسئوليتين: مسئولية الأسرة، ومسئولية العمل، واستمرارها في العمل رهن بنجاحها في أداء الاثنين معاً، والصحافة النسائية تستطيع أن تقوم بتقديم خدمات للمرأة في هذا المجال، وفي ذلك تقول (بول فويه) رئيسة تحرير مجلة بيبا الفرنسية:

"نحن نتوجه إلي المرأة العاملة ونعرفها إلي طريقة العناية بمكياجها في البيت من أجل الذهاب إلي المكتب دون أن نضطر إلي المرور علي الحلاق مثلاً، بالنسبة إلي الموضة، نحن نقدم موضة تستطيع أن ترتديها المرأة في عملها، نحن نلاحظ أن مجلة "ماري كلير" رائدة في تقديم الموضة الحديثة. هذا حسن، لكن ما الفائدة من هذه الريادة إذا ما كانت ثلاثة أرباع تلك الموضة لا يمكن الاستفادة منها، إن محررة باب الموضة في - بيبا - علي اطلاع دائم علي اتجاهاتها في دور الأزياء، ونحن نختار مما تقدمه لنا من يتناسب مع المرأة الأنيقة التي تعمل، كذلك الأمر فيما يتعلق بقسم المطبخ في المجلة، إن تخطيطنا يتجه إلي تقديم وجبات لا تتجاوز مدة تحضيرها الخمس والعشرين دقيقة، المشرفة علي هذا القسم تنطلق من مبدأ السرعة في تحضير الوجبة والحفاظ علي نوعيتها الغذائية، لهذا السبب هناك تركيز علي المأكولات المحضرة والمجمدة ويمكن الانتهاء من طهيها خلال ربع ساعة من تحسين مذاقها. طبعاً نحن نقدم وجبات خاصة لأيام العطل والأعياد ولأوقات فراغ تحب أن تقضيها المرأة في البيت".

وفي النهاية، لابد من التأكيد علي أن التغطية الصحفية للشئون النسائية لا تقتصر علي المجالات الست السابقة، فهناك مجالات أخرى لا تقل عنها أهمية مثل تربية الأطفال ورعايته ومثل المشكلات النفسية للمرأة، ومثل العلاقات الاجتماعية للمرأة.

كذلك، فإن تزايد الدور الإنتاجي للمرأة في المجتمع الحديث، يضيف كل يوم مجالاً جديداً للتغطية الصحفية.

المبحث الثاني

الكتابة الصحفية للشئون النسائية

إن الكتابة الصحفية للشئون النسائية تخضع لاعتبارين أساسيين:

الاعتبار الأول:

إن الصحافة النسائية، هي صحافة القارئة العادية، ونقصد بذلك أن غالبية القارئات ينتمين إلى الطبقة المتوسطة، كما أن أكثرهن من متوسطي التعليم والثقافة. وهذا الأمر يفرض علي الصحافة النسائية ضرورة الالتزام بصفات ثلاثة وهي:

الأسلوب البسيط، والتعبير الواضح، والعرض المباشر للأنباء والمعلومات والآراء والأفكار.

ومعني ذلك أن الصحافة النسائية يمكنها استخدام كافة الكتابة الصحفية التي تعرفها (الصحافة العامة) مثل: الخبر الصحفي والحديث الصحفي والتحقيق الصحفي والتقارير الصحفي والمقال الصحفي، ولكن بشرط أن تلتزم المعالجة الصحفية لهذه الفنون بالصفات الثلاث السابقة.

الاعتبار الثاني:

إن الصحافة النسائية تركز اهتمامها علي الشئون الخاصة بالمرأة مثل شئون المنزل ورعاية الأسرة، وشئون الحب والزواج، وشئون الأناقة والجمال. بالإضافة إلي مشكلات المرأة بشكل عام.

كذلك يغلب علي الصحافة النسائية طابع (صحافة الخدمات) فهي تقدم للقارئات أحدث الأطعمة وطرق طهيها، وأحدث الموضوعات في الأزياء والمكياج، وأحدث العطور والأثاث والديكور، وغير ذلك من الخدمات النسائية.

معني ذلك، أن خصوصية الشئون النسائية، بالإضافة إلي طابع الخدمات الذي يميز الصحافة النسائية، يتطلب ضرورة الاستعانة بفنون صحفية متميزة في الكتابة الصحفية.

وفي هذا المجال يمكن أن نميز ثلاثة فنون صحفية تنفرد بها الكتابة الصحفية للشئون النسائية وهي:

أولاً: تقرير المادة المدعمة بالصور:

يقوم البناء الفني لهذا التقرير علي قالب الهرم المقلوب، وهو القالب الذي يضم مقدمة وجسم فقط، بحيث تشمل المقدمة العناصر الرئيسية للحدث أو الواقعة، أما جسم التقرير فيشمل تفاصيل الحدث أو الواقعة، ويتميز هذا التقرير بأن المقدمة تشتمل علي كافة الجزء المكتوب من التقرير، في حين أن الجسم يشتمل علي الصور المصاحبة له فقط.

وذلك علي النحو التالي:

1 – مقدمة التقرير:

وتضم الجزء المكتوب من التقرير وهي تصف العناصر الأساسية للحدث أو الواقعة وهي:

(أ) مكان وقوع الحدث.

(ب) زمان وقوع الحدث.

(ج) كيف وقع الحدث.

(د) الأشخاص الذين يرتبطون بالحدث.

(هـ) الظروف المحيطة بالحدث.

وهذا الجزء يكتب مستقلاً عن الصور المصاحبة له.

2 – جسم التقرير:

وهو يقتصر علي الصور المصاحبة للتقرير، وهذه الصور تقدم التفاصيل الدقيقة للحدث، بحيث تختص كل صورة بشرح جانب من التفاصيل وهنا يقوم (كلام الصورة) بدور مهم في شرح أبعاد الصورة ودلالاتها، وكلام الصورة قد يتخذ شكل الـ (Culine) وهو الكلام الذي يشرح الصورة وينشر بأسفلها، وقد يتخذ شكل الـ Caption وهو الكلام المفسر للصورة والذي يشرح غالباً فوقها.

وهذا النوع من التقارير الصحفية يستخدم كثيراً من الموضوعات المتعلقة بعروض الأزياء أو أدوات التجميل أو الأثاث والديكور، فإذا ما طبقنا تقرير المادة المدعمة بالصور علي عرض للأزياء مثلاً، فإن مقدمة التقرير ستشمل كافة الجزء المكتوب منفصلاً عن الصور وهو يبين اسم العرض ومكانه والوقت الذي جري فيه، ثم أبرز بيوت الأزياء المشاركة بالعرض، وأبرز الشخصيات التي حضرته، وأسماء العارضات اللاتي شاركن بالعرض فيه، ثم انطباع الجمهور عن العرض.

أما جسم التقرير فهو يحتوي علي الصور المصاحبة، وهي تقدم أبرز الأزياء التي قدمت في العرض، بحيث تختص كل صورة بزي معين، وأن يتضمن (كلام الصورة) جميع البيانات الخاصة بهذا الزي.

تقرير المادة المدعمة بالصور المبني علي قالب الهرم المقلوب

مقدمة التقرير

- 1 – مكان وقوع الحدث 2 – زمان وقوع الحدث 3 – كيف وقع الحدث 4 – الأشخاص الذين يرتبطون بالحدث 5 – الظروف المحيطة بالحدث

جسم التقرير

الصورة المصاحبة

ثانياً: تقرير الصور المتتابعة:

يقوم البناء الفني لتقرير الصور المتتابعة علي قالب المستطيلات المتساوية، فهو يتكون من جسم فقط، ولا توجد به مقدمة، ذلك أن عنوان التقرير يلعب دور العنوان والمقدمة معاً.

ويضم هذا التقرير عدة صور متتابعة، بحيث تختص كل صورة بجانب معين من جوانب الحدث، ويقوم كلام الصور بدور الشرح والتفسير لأبعاد الصورة ودلالاتها.

ويستخدم تقرير الصور المتتابعة في كتابة الشئون الخاصة بعروض الأزياء، وأدوات المكياج أو التسريحات الجديدة أو غير ذلك من الشئون النسائية.

تقرير الصور المتتابعة المبني علي قالب المستطيلات المتساوية

العنوان الرئيسي لتقرير

صورة + كلام الصور

صورة + كلام الصورة

صورة + كلام الصورة

صورة + كلام الصورة

ثالثاً: التقرير المباشر للخدمات النسائية:

إن التقرير المباشر يلبي احتياجات الصحافة النسائية باعتبارها (صحافة خدمات)، وهو يقوم علي تقديم الإرشادات والنصائح المباشرة للقارئة في مجالات اهتماماتها المختلفة.

ويقوم البناء الفني للتقرير المباشر علي قالب الهرم المعتدل، أي أنه يضم ثلاثة أجزاء: مقدمة وجسم وخاتمة؛ وذلك علي النحو التالي:

1 – مقدمة التقرير المباشر:

وهي تقتصر علي إبراز الهدف الرئيسي للتقرير بحيث تجذب انتباه القارئة إلي أهمية الخدمة التي يقدمها التقرير.

مثال ذلك:

"هل تغسلين شعرك بطريقة صحيحة؟

وهل تعرفين نوع شعرك؟ وهل هو من النوع الدهني أو الجاف؟

وهل شعرك خفيف ودائم التساقط؟

إن الاهتمام بشعرك دليل قاطع علي الاهتمام بأناقتك وجمالك، أما إذا كان شعرك يبدو في حالة سيئة، فهذا يعني أنك قد تشكين من صحتك؟

إليك يا سيدتي النصيحة الذهنية للاحتفاظ بجمال شعرك!".

2 – جسم التقرير المباشر:

هو يضم عدداً من الفقرات، كل منها تعالج فكرة معينة، تشرح جانباً من الموضوع، وهذه الجوانب تشمل العناصر التالية:

- (أ) المعلومات الجديدة عن الموضوع.
- (ب) المعلومات الخلفية عن الموضوع.
- (ج) عرض الزوايا المختلفة للموضوع.
- (د) الإرشادات المباشرة المتعلقة بالموضوع.

خاتمة التقرير المباشر:

وهي تتضمن ثلاثة عناصر:

- (أ) تلخيص الهدف الرئيسي للموضوع.
- (ب) التركيز علي إبراز جانب واحد من الموضوع، يعتقد أن له تأثيراً أكبر من غيره.
- (ج) دعوة القارئة إلي اتباع سلوك معين يتناسب والحقائق الجديدة التي يقدمها الموضوع.

التقرير المباشر للخدمات النسائية المبني علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

- 1 – تحديد وإبراز الهدف الرئيسي للموضوع .
- 2 – تساؤلات تطرح الهدف المباشر للموضوع.

الجسم

- 1 – المعلومات الجديدة عن الموضوع
- 2 – المعلومات الخلفية عن الموضوع
- 3 – عرض الزوايا المختلفة للموضوع
- 4 – الإرشادات المباشرة المتعلقة بالموضوع

الخاتمة

- 1 – تلخيص الهدف الرئيسي للموضوع
- 2 – التركيز علي إبراز جانب معين من الموضوع
- 3 – دعوة القارئة إلي اتباع سلوك معين

ملخص الفصل الرابع

تناول هذا الفصل ما يلي:

1 – مفهوم الصحافة النسائية الذي يشمل مجالين رئيسيين: الأول: صفحات المرأة في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية أو الشهرية، والثاني: المجلات المتخصصة في الشؤون النسائية، سواء، كانت أسبوعية أو شهرية أو فصلية.

2 – حصر التغطية الصحفية للشؤون النسائية في المجالات التالية وهي: شؤون الموضة والأزياء والأناقة، وشؤون التجميل، وشؤون الطعام والمطبخ. وشؤون الأثاث والديكور، وشؤون الزواج وعلاقة الرجل بالمرأة، وشؤون المرأة العاملة.

3 – تميز ثلاثة فنون صحفية تنفرد بها الكتابة الصحفية للشؤون النسائية وهي: تقرير المادة النسائية المدعمة بالصور، وتقرير الصور المتابعة، والتقرير المباشر للخدمات النسائية.

أسئلة علي الفصل الرابع

س1 – ما مفهوم الصحافة النسائية؟

س2 – ما مجالات التغطية الصحفية للشؤون النسائية؟

س3 – تناول بالشرح فنون الكتابة الصحفية التي تنفرد بها الصحافة النسائية.

أنشطة يقوم بها الدارس

1 – اقرأ بعض الصحف العامة والمجلات العامة، وتعرف علي الصفحات النسائية بها، وفنون الكتابة المستخدمة فيها.

2 – اقرأ مجلتي نصف الدنيا وحواء، وتعرف علي فنون الكتابة الصحفية المستخدمة بهما.

الفصل الخامس

صحافة الجريمة

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- 1 – يعرف مفهوم التغطية الصحفية لشئون الجريمة.
- 2 – يذكر عناصر التغطية الصحفية لشئون الجريمة.
- 3 – يميز بين أنواع وشروط التغطية الصحفية لشئون الجريمة.
- 4 – يصف مصادر التغطية الصحفية لشئون الجريمة.
- 5 – يقارن بين أساليب الكتابة الصحفية لشئون الجريمة.

العناصر:

1 – عناصر التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

2 – أنواع التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

3 – شروط التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

مصادر التغطية لشئون الجريمة.

أساليب التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

الفصل الخامس

صحافة الجريمة

المبحث الأول

التغطية الصحفية لشئون الجريمة

الجريمة حدث غير مألوف، ولا يتفق مع الناموس الطبيعي للحياة؛ ولهذا السبب فإن كثيراً من الجرائم تستحق أن تتحول من حدث إلى خبر ينشر في الصحف؛ إذ إن كل حدث ليس بالضرورة أن يصير خبراً؛ فالحدث يظل مجرد حدث ولا يتحول إلى خبر إلا حين ينشر أو يذاع، فنحن نشهد كل يوم ملايين الأحداث التي تقع في أرجاء العالم الشاسعة، ولكن لا يرقى من هذه الأحداث إلى مرتبة الخبر إلا تلك الأحداث التي تستحق أن تنشر في الصحف أو تذاع من الراديو أو من التلفزيون؛ فقيمة الحدث تتحدد بمدي قابليته للنشر.

فإذا وصلت طائرة مثلاً إلى نهاية رحلتها سالمة، اعتبر هذا حدثاً لا يستحق النشر، أما إذا اختطفت الطائرة أو تحطمت في الجو؛ فإن الحدث يتحول إلى خبر يستحق النشر.

ويدخل في مفهوم الجريمة كل خرق للقوانين؛ كالقتل والخطف والاعتصاب وجرائم العرض والشرف والسرقة والاختلاس والتبديد والسب والقذف والانحراف بالسلطة واستغلال النفوذ والنصب والتحايل علي القوانين، ويتسع مفهوم بعض الصحف لصحافة الجريمة حيث تغطي حوادث التصادم، وقد لا يكون وراءها قصد إجرامي مثل حوادث الغرق والانتحار وسقوط المباني وتحطم

الطائرات وسقوط القطارات والحرائق، ولعل ذلك هو السبب في تسمية الصفحة المتخصصة في نشر أخبار الجريمة في كثير من الصحف بصفحة (الحوادث).

وإذا كانت الجريمة في حد ذاتها حدثاً غير مألوف، فإن هناك جرائم غير مألوفة، أي إن تناقضها مع الناموس الطبيعي للحياة مضاعف، وهو الأمر الذي يكسبها أهمية أكثر عند النشر؛ مثال ذلك:

الشاب الذي قتل أمه وكيلة الإذاعة وأباه الطبيب، وحاول قتل شقيقته المذبةعة..!، والزوجة التي قتلت زوجها وابنها الصغير بمساعدة صديقها وبعلم ابنتها الكبرى.

والجرائم لا تنحصر في حوادث القتل والسرقة والاعتصاب، إن هناك جرائم أخرى لا تقل أهمية من وجهة نظر القارئ عن الجرائم السابقة مثل الفضائح المالية والرشاوي والانحرافات الخلقية وسوء استخدام السلطة والمحسوبية، وفي هذا المجال فإن صحافة الجريمة يمكن أن تلعب دوراً مهماً في تنظيم المجتمع من الفساد عندما تلاحق حالات الانحراف والفساد في المجتمع وخاصة في المجتمعات الديمقراطية، ولقد نجحت الصحف في أوروبا والولايات المتحدة في أن ترسل بالعديد من السياسيين وكبار رجال الأعمال والنقابيين المنحرفين إلى السجون، بل لقد نجحت بعض الصحف في الكشف عن الانحراف في أجهزة مقاومة الجريمة نفسها، فساهمت في إصلاح السجون والكشف عن انحرافات بين رجال القضاء، وعن حالات للفساد واستغلال النفوذ بين رجال الشرطة. وهناك وجهتا نظر في المعالجة الصحفية لشئون الجريمة:

الأولي: تري أن التوسع في نشر أخبار الجريمة يساعد علي انتشارها ويشجع علي ارتكابها، خاصة وأنه غالباً ما تمر فترة زمنية طويلة بين وقوع الجريمة

وبين صدور الحكم فيها، بحيث لا يقرن نشر الجريمة بالعقاب الذي يناله المجرم عنها، وبالتالي فالقارئ يقرأ أخبار الجريمة بدون أن تضمن قراءته العقاب الذي ناله المجرم، لذلك يطالب أصحاب هذا الرأي الصحف "بأن تقلل ما أمكن من المساحة التي تعطيها لأخبار الجريمة وأن تحتاط في الطريقة التي تنشر بها قصة الجريمة والصور التي تصحبها عادة. ويؤكد أصحاب هذا الاتجاه رأيهم بالعديد من الدراسات والأبحاث العلمية التي أثبتت تأثر الشباب بالجرائم التي تنشرها الصحف وأن بعض الشباب يقوم بارتكاب الجرائم تقليداً لما سبق وقرأه في الجريدة".

ويلاحظ أن الصحف المحافظة والصحف الاشتراكية تتبني هذا الرأي، فلا تسمح بنشر أخبار الجريمة إلا في أضيق نطاق.

الثانية: تري أن نشر أخبار الجريمة يمنع من تكرارها لما يحققه النشر من التوعية بأساليب المجرمين وكيفية مواجهة الجريمة، وكذلك فإن نشر العقاب الذي يناله المجرم يردع الآخرين عن التفكير في الجريمة.

ويري أصحاب هذا الاتجاه أن الجريمة جزء من الواقع الاجتماعي، وتجاهل هذا الواقع يحرم الصحافة من أداء جزء من واجبها كمرآة للحياة الاجتماعية.

ويقوم هذا الرأي علي أن منع نشر أخبار الجريمة في الصحافة لا يقلل من وقوعها وإنما يزيد من انتشارها، لأنه يحرم الصحافة من حق تنبيه المجتمع إلي خطورتها، وفي كثير من الحالات أدي تجاهل بعض الظواهر الإجرامية في المجتمع إلي انتشارها وتحولها إلي وباء اجتماعي يصعب علاجه، مثل ظاهرة انتشار المخدرات وظاهرة الرشوة والاختلاس، وظاهرة سوء استغلال السلطة والنفوذ.

والرأي الذي نميل إليه في هذه المسألة، هو أن نشر أخبار الجريمة ضرورة اجتماعية لأنه يمكن الصحيفة من أداء وظيفتها الإخبارية في تلبية احتياجات القارئ في الإحاطة بما يجري حوله من أحداث، ولكن بشرط أن تلتزم الصحيفة في عرضها لوقائع الجريمة الصدق والدقة والموضوعية، فلا تضيف إلي وقائع الجريمة أحداثاً لم تقع، ولا تحذف من الوقائع ما يغير معناها أو يوجهها إلي غير وجهتها الصحيحة.

وللصحف أن تقوم بتفسير بعض الجرائم وأن تحلل أبعادها ودلالاتها دون أن تقع في شرك التهويل أو التهوين، أو تلون الواقعة بما يخدم شخصاً بعينه أو يضر بشخص آخر، أي أن تقوم التغطية الصحفية للجريمة علي تقديم الحقيقة وحدها ولا شيء سواها.

عناصر التغطية الصحفية لشئون الجريمة:

توجد سبعة عناصر لابد من توافرها في التغطية الصحفية للجريمة، وهي:

1 – الأشخاص المشهورون الذين لهم علاقة بالجريمة (انتحار مارلين مونرو) و(اختفاء الإمام موسي الصدر) و(القبض علي ماجدة الخطيب بتهمة تعاطي الهيروين) .

2 – الأماكن المعروفة التي جرت فيها وقائع الجريمة (انتحار شاب من فوق برج الجزيرة) و(سقوط سائحة أمريكية من قمة الهرم الأكبر).

3 – عدد الضحايا (مقتل ثلاثة أشخاص وجرح أربعة في مشاجرة بسبب معاكسة فتاة).

4 – حجم الخسائر (3 مليون جنيه خسائر في حريق جاتينييو).

5 - الظروف غير المألوفة التي تمت فيها الجريمة (مصرع ثلاثة متهمين بسبب الثأر أثناء و جودهم بمحكمة أسبوط).

6 - الجوانب الإنسانية أو العاطفية المرتبطة بالجريمة (مصرع ثلاثين شخاً ونجاة طفلة في الخامسة في سقوط عمارة بالدقي).

7 - الطابع الدرامي للجريمة (تقتل زوجها وتقطعه إلى عشرين قطعة وتلقي بها في صناديق القمامة وتجلس لتشاهد الكلاب والقطط تلتهمها).

ومن الضروري أن نشير إلى أن نشر جريمة ما لا يقوم علي أساس توفر كافة هذه العناصر بها، وإنما يقوم علي أساس قيمة ووزن كل عنصر من هذه العناصر السبعة المكونة لخبر الجريمة، فإذا وجد مثلاً خبر توفرت به نسبة كبيرة من هذه العناصر ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة، فإنه يفضل عليه في النشر خبر آخر يضم أقل عدد من العناصر ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة.

أنواع التغطية الصحفية لشئون الجريمة:

هناك أربعة أنواع من التغطية الصحفية لشئون الجريمة، وهي:

أولاً: التغطية عن طريق المعاشة:

وفيها يقوم المحرر بتغطية النشاط الإجرامي عن طريق المعاشة للجماعات الإجرامية لحصر وتسجيل أنماط النشاط الإجرامي.

وهذا الأسلوب وإن كان يتيح الحق في الرؤية إلا أنه تكتنفه صعوبات جمة، منها أن تكلفته مرتفعة للغاية ويحوطه العديد من القيود عند تطبيقه إذا إن الصحفي يتحمل مسئولية أمانة التسجيل ويصعب علي غيره التدقيق مرة أخرى وراءه.

هذا فضلاً عن القيود القانونية التي تحيط بالحرر وتجعله يواجه مشكلة ازدواجية وهي الولاء للقانون من ناحية، والحياد الموضوعي الذي تفرضه عليه تقاليد المهنة من ناحية ثانية إذ يفترض في هذا الحرر ألا يبلغ أجهزة العدالة بما يرتكبه أفراد الجماعات الإجرامية التي أوّتمن علي أسرارها.

ثانياً: التغطية الذاتية:

وهو أسلوب يعتمد علي إقرار أو اعتراف عينة من الجمهور عن بعض الأفعال التي ارتكبوها خلال حياتهم ولم تصل إلي علم أجهزة العدالة، وأهم شروط هذه التغطية هو تأكيد الحرر علي عدم الإشارة إلي شخصية المجرم، وذلك بتجهيل اسمه تماماً. وكذلك التأكيد علي سرية البيانات وعدم استخدامها بأي صورة في مجال التحريات الخاصة لمساعدة رجال الشرطة.

وهناك نوع من أسلوب التغطية الذاتية يقوم علي مقابلة الحرر لبعض المجرمين علي أساس من الثقة المتبادلة مؤكداً لهم ضمان سرية أقوالهم. وأهم عيوب هذا الأسلوب في التغطية الصحفية لشئون الجريمة: عدم القدرة علي التأكد علي صدق الإجابات أو إمكانية تمحيصها، وهناك أيضاً عنصر المقاومة الذاتية عند الشخص المجرم بأن يسجل أو يسترجع ما ارتكبه من أفعال قد طواها الزمن. والمقاومة الذاتية ترتبط دائماً بالمستوي الثقافي للشخص المجرم وإذا كان من الممكن تطبيق مثل هذا الأسلوب في التغطية الصحفية في المجتمعات المتقدمة، إلا أن تطبيقه في المجتمعات النامية يلاقي العديد من الصعوبات أو المقاومة، وخاصة بسبب حاجز الشك بين المجرم والصحافة، ونظرته إلي الصحافة باعتبارها أداة في خدمة السلطات الرسمية.

ثالثاً: التغطية الصحفية لحالات الإجرام الظاهر:

وهي تغطية تنصب علي الإجرام الظاهر، أو ما يسمى بالإجرام الرسمي، وهي الجرائم التي يكشف عن الذين تورطوا فيها ووقعوا في قبضة رجال الشرطة أو مثلوا أمام المحكم ، وهي تغطية تسجيلية لجريمة تمت بالفعل.

رابعاً: التغطية الصحفية لحالات الإجرام الخفي:

ويقصد بالإجرام الخفي: الجرائم التي يصعب توصل رجال الشرطة إليها – بينما يمكن للصحافة أن تكشف عن بعض جوانبها، وقد لا تجد الصحافة صعوبة في متابعة الإجرام الظاهر، ولكنها مطالبة ببذل جهد أكبر لتغطية الإجرام الخفي. وعن طريق هذا اللون من التغطية الصحفية يمكن للصحافة أن تقدم مساعدة حقيقية للشرطة والمجتمع في الوقت نفسه.

مصادر التغطية الصحفية لشئون الجريمة:

هناك خمسة مصادر أساسية للتغطية الصحفية لشئون الجريمة وهي:

أولاً: أقسام الشرطة وسجلاتها:

في أقسام الشرطة تتجمع الجرائم ويحجز المتهمون لفترة من الوقت قبل الإفراج عنهم أو ترحيلهم إلي السجون، لذلك فمحرر شئون الجريمة مطالب بالمرور يومياً علي أكبر عدد من أقسام ومراكز الشرطة، وأن يطلع علي السجلات اليومية للنشاطات الإجرامية، ويختار منها ما يستحق التغطية الصحفية تمهيداً للنشر:

وفي أقسام الشرطة وفي سجلاتها يمكن للحفي أن يعرف أسماء المفقودين وحوادث التصادم، والنزاعات الشخصية، والشكاوي والحرائق، وجرائم السرقة والقتل، وعلي المحرر أن يقيم علاقات وثيقة مع المسؤولين في أقسام الشرطة ابتداء من مأمور القسم وحتى أصغر شرطي فيه.

إن علاقات الصحفي برجال الشرطة هي التي تفتح أمامه الطريق للاطلاع علي سجلات القسم لكي يتمكن من متابعة النشاط الإجرامي اليومي في المنطقة التي يقع فيها مركز أو قسم الشرطة.

وقد ينبهه بعض المسؤولين في القسم إلي الجرائم المهمة، وقد يرحبون بمصاحبته لهم في الحملات التي يقومون بها للقبض علي المجرمين.

ولا توجد قوانين حاسمة تعطي للصحفي الحق في الاطلاع علي سجلات الشرطة، فإن بعض المسؤولين من رجال الشرطة قد يسمحون للصحفي بالاطلاع علي هذه السجلات، في حين يرفض البعض ذلك، وفي الحالة الثانية فإن الصحفي يواجه بصعوبات بالغة في متابعة النشاط الإجرامي اليومي، ولا يوجد علاج لمواجهة مثل هذه الصعوبة سوي الجهد الذي يبذله الصحفي في إقامة علاقات وثيقة مع رجال الشرطة وكسب ثقتهم، بحيث يعاملونه كما لو كان واحداً منهم.

ثانياً: رجال النيابة وجهات التحقيق:

عندما يتم ضبط جريمة ما، تنتقل مسئوليتها من الشرطة إلي رجال النيابة الذين يتولون التحقيق، وبذلك يكونون المصدر الثاني لمحرم شئون الجريمة، خاصة وأن التغطية الصحفية لجريمة ما لا تقف عند حد الحصول علي تفاصيل الواقعة فقط، وإنما لابد من تتبع تطوراتها واستكمال جوانبها المتعددة، فعندما تنشر الصحيفة خبراً عن جريمة قتل مثلاً، نراها مطالبة بمتابعة هذا الخبر لكي تقول للقارئ ماذا حدث بعد ذلك؟ بمعنى أن تجيب عن الأسئلة التالية:

- هل اعترف المتهمون؟
- هل اكتشفت النيابة صحة أقوال المتهمين أم كذبهم؟

- هل هناك شركاء آخرون للجناة؟

- هل هناك ضحايا آخرون؟

- وما تقرير الطبيب الشرعي؟ وهل هو في صالح المتهمين أم في غير مصلحتهم؟

- وهل قررت النيابة حبس المتهمين؟ أم الإفراج عنهم لعدم ثبوت الأدلة؟
كما ري، فالمحرر مطالب بمتابعة حدث الجريمة حتي تصدر المحكمة حكمها في القضية بالبراءة أو الإدانة.

ثالثاً: المحامون:

بمجرد أن تقع الجريمة، وقبل أن تحول إلي النيابة أو بعدها، يظهر دور المحامي الذي يوكله المتهم للدفاع عن موقفه في القضية، وبذلك يصبح المحامي مصدراً ثالثاً من مصادر صحافة الجريمة. وعن طريقه يمكن الحصول علي كافة التفاصيل الخاصة بموقف المتهم في القضية، وفي حالات كثيرة يتمتع رجال الشرطة وجهات التحقيق عن ذكر أي شيء عن جريمة ما للصحفيين، عندئذ يلجأ الصحفي إلي محامي المتهم، فهو بحكم اطلاعه بالدفاع عن المتهم علي علم كامل بكل تفاصيل القضية، وفي عديد من القضايا المهمة وخاصة القضايا السياسية، حصلت الصحافة علي أغلب معلوماتها عن القضية من المحامين، وعلي سبيل المثال في القضية المعروفة باسم (قضية تنظيم الجهاد) وهي المجموعة التي قدمت إلي المحاكمة بتهمة اغتيال الرئيس أنور السادات، فقد امتنعت دوائر الشرطة والنيابة عن الحديث للصحافة، كذلك ضرب نطاق من السرية علي جلسات التحقيق ثم جلسات المحاكمة، ولكن كل معلومات التحقيق والمحكمة كانت تصل إلي الصحف العربية والعالمية عن

طريق بعض المحامين، بل إن بعض الصحف العربية نشرت المرافعات الكاملة لبعض المحامين في القضية.

رابعاً: المحاكم وسجلاتها:

في أثناء المحاكمة، كثيراً ما تظهر خفايا العديد من الجرائم، لم يكشف عنها أثناء وقوع الجريمة أو خلال التحقيق فيها، كذلك فإن سجلات المحاكم قد تتضمن الكثير من الجرائم المهمة التي تنتبه الصحافة إلى خطورتها أثناء وقوعها، لذلك كله فإن سجلات المحاكم وجلساتها تعتبر مصدراً مهماً من مصادر التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

إن موظفي المحكمة مثلاً يعتبرون مصدراً حيوياً للصحفي؛ فهم الذين "يحتفظون" بالمستندات ويساعدون القضاة في إعداد برنامج وتحديد الجلسات، والمحاكمات لجميع القضايا، وكذلك إعداد أوراق الدعوي، وأثناء إجراءات المحاكمة يسجلون كل ما يحدث خلالها ويحددون الأوامر القضائية ويعدون صور الأحكام مقابل رسوم معينة.

ولكن التغطية الصحفية للجريمة في مرحلة عرضها علي القضاء، لابد وأن تخضع لمجموعة من الضوابط، وبعض هذه الضوابط حددتها قوانين، والبعض الآخر تحددها التقاليد الصحفية؛ وفي الحالتين فإن الهدف هو تمكين الصحف من معالجة شئون الجريمة من خلال إقامة توازن وثيق بين حرية الصحافة من ناحية وعدم التأثير علي المحاكمة من ناحية ثانية.

ومن أوجه ذلك التوازن الحرص عند نشر أي شيء يتعلق بمحاكمة المتهمين علي عدم نشر ما قد يساعد علي إدانة المتهم، أو تبرئته كذلك لابد للمحرر الصحفي أن يملك خبرة بالاجراءات القضائية، وأن يتعرف علي

الاصطلاحات القضائية، وأن يكون علي دراية بالنظام القضائي في البلد الذي تصدر به الصحيفة التي يعمل بها.

وعلي الصحيفة أن تحرص علي تغطية المحاكمات المتعلقة بالجرائم التي سبق وأثارت اهتمام الرأي العام عند وقوعها، وهنا يلاحظ أن قلة عدد القضاة في مقابل كثرة القضايا في غالبية دول العالم، تؤدي إلي تأخير الفصل في القضايا، وهذا التأخير قد يصل إلي عدة سنوات وهو الأمر الذي يصرف القراء عن الاهتمام بمثل هذه القضايا.

خامساً: الجناة والمجني عليهم والشهود:

إن الشخصيات المرتبطة بالجريمة تعتبر في حالات كثيرة من أهم مصادر التغطية الصحفية لشئون الجريمة، وهذه الشخصيات تضم ثلاث فئات: الجناة أو المتهمين، والضحايا أو المجني عليهم، ثم شهود الحادث.

ومن الضروري أن تحرص الصحيفة علي التدقيق في المعلومات التي حصل عليها من هذه الشخصيات، فغالباً ما يحاول كل طرف أن يوجه المعلومات لصالحه وعلي الصحيفة دائماً أن تكون دقيقة وموضوعية في تعاملها مع الجميع، وأن تحول بين كل طرف من أطراف القضية وتوجيه الرأي العام لمصلحته.

سادساً: الجمهور:

في بعض حالات الانحراف والفساد السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الأخلاقي، قد تجد الصحيفة صعوبة في الحصول علي البيانات والوثائق التي تكشف الحقائق، وخاصة عندما تمس الجريمة بعض كبار الشخصيات في المجتمع، وفي مثل هذه الحالات يمكن للصحيفة – أن تطلب هذه المعلومات من القراء أنفسهم فمن يعرف شيئاً يبعث به للصحيفة، وقد نجحت هذه الوسيلة

في حالات كثيرة، فقد استطاعت صحيفة وستن ميل البريطانية أن تكشف طرق التحايل في ملكية الأراضي في مدينة كاردف عن طريق كشفها لإحدى حالات التزوير في ملكية قطعة أرض حكومية والاستيلاء عليها وطلبت من القراء موافاتها بالحالات المماثلة، وكان أن وضع بين يديها عشرات الحالات معتمدة بالوثائق والمستندات.

شروط التغطية الصحفية لشئون الجريمة:

وتوجد عدة شروط لابد أن يحرص عليها محرر شئون الجريمة أثناء تغطيته لجريمة ما وهي:

أولاً: عند وقوع جريمة ما، لا يجب أن ينصب الاهتمام علي الجاني، وإنما لابد من توجيه نفس الاهتمام إلي المجني عليه.

ثانياً: لابد من التحقق من شخصيات المتهمين، ومن شخصيات المجني عليهم، فإن وقوع خطأ في نشر بعض الأسماء، قد يسيء إلي مواطنين أبرياء.

ثالثاً: إذا كان من حق الصحيفة نشر أسماء المتهمين بعد إتمام القبض عليهم أو توجيه الاتهام لهم، فإن نشر أسماء المجني عليهم يجب أن تحكم ضرورات أخلاقية أو اجتماعية، ففي الجرائم المتعلقة بالشرف كالاغتصاب أو قضايا الأحوال الشخصية كالطلاق، فإن نشر الأسماء من شأنه أن يسبب أضراراً قد لا تقل عن الضرر الذي تم بوقوع الجريمة ذاتها.

رابعاً: يجب علي المحرر ألا يسمح لوجهة نظره الشخصية أن تؤثر علي معالجته للجريمة.

خامساً: يجب علي المحرر أن يتعرف علي النظام القضائي، وأن يكون ملماً بالقانون الجنائي، وهناك بعض الصحف التي تشترط علي محرر شئون الجريمة أن يكون حاصلاً علي شهادة عليا في القانون.

المبحث الثاني

الكتابة الصحفية لشئون الجريمة

تعتبر الكتابة في شئون الجريمة من أصعب أنواع الكتابة الصحفية، بسبب تعرضها لأمر تمس مصالح الأفراد وسمعتهم، ولذلك فهي تحتاج من المحرر أسلوباً يعتمد على البساطة في العرض والدقة في سرد البيانات والموضوعية في عرض وجهات النظر، حتي لا يضار بريء في سمعته، وأن لا يظلم متهم تظهر في النهاية براءته أو يبرأ متهم يثبت في النهاية إدانته.

كذلك، فإن عدم الدقة قد يعرض الصحفي والصحيفة التي يعمل بها للمساءلة القانونية، ومحرر شئون الجريمة المتمرس يستطيع أن يطوع لغته الصحفية بما يمكنه من تناول أخبار الجرائم بقدر كبير من الحرية دون أن يخالف العرف أو القانون، فإذا كان يريد مثلاً أن يقول إن هذا الشخص مخمور، يمكنه أن يقول إنه غير حريص في حديثه، ويسير متعثراً في خطواته ويكاد يسقط علي الأرض. وإذا كان يريد إفهام مسئول معين بأن له علاقات نسائية مشبوهة فهو يمكن أن يقول:

شاهد (فلان) مع (فلانة) يتناولان طعام العشاء بعد منتصف الليل في أحد المطاعم الفاخرة.

وهذا لا ينفي أن هناك اتجاهاً مؤثراً في الصحافة يري "أن من حق السياسيين ممارسة حياتهم الخاصة، ما دامت نشاطاتهم الرسمية لا تتأثر بذلك مطلقاً".

وصحافة الجريمة – شأنها في ذلك شأن بقية التخصصات الصحفية الأخرى – تستطيع أن تستخدم كافة الفنون الصحفية مثل الخبر والحديث الصحفي والتحقيق الصحفي والتقارير الصحفي والمقال الصحفي.

ويلاحظ أن أكثر الفنون الصحفية استخداماً في صحافة الجريمة هو فن التقرير الصحفي.

ولكن البناء الفني للتقرير يختلف عند استخدامه في مجال صحافة الجريمة عنه في المجالات الصحفية الأخرى، وذلك علي النحو التالي:

أولاً: البناء الفني لتقرير الجريمة المبني علي قالب الهرم المعتدل:
وهو يقوم علي أساس معاملة تقرير الجريمة كالقصة الأدبية، أي من مقدمة وعقدة وخاتمة، بحيث يأخذ شكل الهرم المعتدل يضم ثلاثة أجزاء هي:

1 – المقدمة:

وهي تركز علي زاوية معينة في الجريمة، تكون بمثابة تمهيد يعد القارئ لتقبل تفاصيل الجريمة، وينطلق هذا التمهيد من بداية وقائع الجريمة، ويشترط فيه أن يثير اهتمام القارئ، وأن يجذبه إلي تكملة بقية تفاصيل الجريمة، أي يدفعه إلي الانتقال من قراءة المقدمة إلي قراءة جسم الخبر.

2 – الجسم:

وهو يضم كافة وقائع الجريمة وتفاصيلها الدقيقة، بحيث يبدأ من الوقائع المهمة فالوقائع الأكثر أهمية، بحيث يشمل جسم التقرير العناصر التالية:

(أ) كيف تم الإعداد للجريمة.

(ب) المناخ والجو النفسي الذي وقعت فيه الجريمة.

(ج) تطور الوقائع التي أدت إلي وقوع الجريمة.

(د) الملابسات التي سبقت ارتكاب الجريمة.

(هـ) أسباب الجريمة ودوافعها.

(و) واقعة الجريمة ذاتها، وكيف حدثت، والأشخاص الذين اشتركوا فيها.

3 – الخاتمة:

وهي تضم أهم وقائع الجريمة ونهايتها وهي تشمل العناصر التالية:

(أ) المجني عليهم وأسمائهم، وحالته بعد ارتكاب الجريمة (عدد اوفيات، وعدد الإصابات).

(ب) الجناة أو المتهمون وأسمائهم، وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة.

هل تم القبض عليهم أم تمكنوا من الهرب؟

هل اعترفوا بجريمتهم أم أنكروا الاتهامات؟
هل تم حبسهم رهن المحاكمة، أم أفرج عنهم بكفالة؟
أم أخلي سبيلهم لعدم كفاية الأدلة؟

البناء الفني لتقرير الجريمة المبني علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

- 1 – التركيز علي زاوية معينة في الجريمة.
- 2 – تمهيد يُعد القارئ لتقبل تفاصيل الجريمة.
- 3 – بداية وقائع الجريمة.

الجسم

- 1 – كيف تم الإعداد للجريمة.
- 2 – المناخ والجو الذي تمت فيه الجريمة.
- 3 – الظروف والوقائع التي أدت إلي الجريمة.
- 5 – أسباب الجريمة ودوافعها.
- 6 – واقعة الجريمة نفسه، وكيف حدثت والأشخاص الذين اشتركوا فيها.

الخاتمة

- 1 – عدد الضحايا وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة
- 2 – الجناة وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة

ثانياً: البناء الفني لتقرير الجريمة المبني علي قالب الهرم المزدوج:

يقوم تقرير الجريمة علي أساس المزج بين الهرم المقلوب والهرم المعتدل، بحيث يضم قالب تقرير الجريمة كلا الهرمين، لذلك نجد هذا التقرير ينقسم إلي جزئين:

الأول: مقدمة التقرير:

وتكتب كهرم مقلوب، بحيث تضم أهم وقائع الجريمة، وتبدأ بسرد الوقائع الأكثر أهمية، فالوقائع المهمة، فتشمل عدد الضحايا وأسماءهم، وعدد الجناة وأسماءهم ثم حالتهم جميعاً بعد ارتكاب الجريمة، وهكذا تصاغ المقدمة، كما لو كانت خبراً مستقلاً قائماً علي أساس الهرم المقلوب.

الثاني: جسم التقرير:

وهو يكتب علي أساس الهرم المعتدل، بحيث يعاد سرد وقائع الجريمة منذ بداية الإعداد لها، وكيف تم هذا الإعداد، والجو النفسي الذي تمت فيه الجريمة، ثم تطور وقائع الجريمة والملابس التي سبقتها والأسباب التي أدت إليها، ثم كيف حدثت الجريمة، الأشخاص الذين اشتركوا فيها، ثم ينتهي جسم التقرير بخاتمة تبين المواقف النهائية لأطراف الجريمة من ضحايا وجناة.

وبذلك يكتب جسم التقرير، وكأنه تقرير مستقل مبني علي قالب الهرم المعتدل. ويلاحظ أن قالب الهرم المزدوج في كتابة تقرير الجريمة، يستفيد من ميزات كل من قالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المعتدل، كذلك فهو يلبي احتياجات القارئ المعاصر، الذي قد لا يجد وقتاً لقراءة جميع تفاصيل الجريمة، فيكتفي بالمقدمة فإذا توفر له وقت إضافي تمكن من قراءة جسم التقرير.

البناء الفني لتقرير الجريمة المبني علي قالب الهرم المزدوج (المقلوب والمعتدل)

أهم وقائع الجريمة

- 1 – الضحايا وحالتهم
- 2 – الجناة ومواقفهم القانونية

بداية وقائع الجريمة

تطور الوقائع التي أدت إلى الجريمة

- 1 – الضحايا وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة
- 2 – الجناة ومواقفهم القانونية بعد ارتكاب الجريمة

ملخص الفصل الخامس

تناول هذا الفصل ما يلي:

1 – مفهوم صحافة الجريمة الذي يدخل في كل خرق للقوانين، كالقتل والخطف والاعتصاب وجرائم العرض والشرف والسرقة والاختلاس والتبديد والسب والقذف والانحراف بالسلطة واستغلال النفوذ والنصب والتحايل على القوانين، ويتسع مفهوم بعض الصحف لصحافة الجريمة بحيث تغطي حوادث التصادم والغرق والانتحار وسقوط المباني وتحطيم الطائرات والحرائق، ولعل ذلك هو السبب في تسمية الصفحة المتخصصة في نشر أخبار الجريمة في كثير من الصحف بصفحة (الحوادث).

2 – أربعة أنواع من التغطية الصحفية لشئون الجريمة وهي التغطية عن طريق المعاشية والتغطية الذاتية، والتغطية الصحفية لحالات الإجرام الظاهر، والتغطية الصحفية لحالات الإجرام الخفي وشروط التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

3 – ستة مصادر أساسية للتغطية الصحفية لشئون الجريمة وهي: أقسام الشرطة وسجلاتها ورجال النيابة وجهات التحقيق والمحمو، والمحاكم وسجلاتها، والجناة والمجني عليهم والشهود، والجمهور.

4 – أن أكثر الفنون الصحفية استخداماً في صحافة الجريمة هو فن التقرير الصحفي.

أسئلة علي الفصل الخامس

س1 – ما مفهوم صحافة الجريمة؟

س2 – اذكر أنواع التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

س3 – تناول بالشرح مصادر التغطية الصحفية لشئون الجريمة.

س4 – قارن بين أساليب كتابة فن التقرير الصحفي المستخدم في تغطية شئون الجريمة.

أنشطة يقوم بها الدارس

1 – اقرأ صفحات الحوادث في الجرائد والمجلات المصرية، حاول التعرف

علي أنواع التغطية الصحفية ومصادرها في هذه الصحف.

2 – حاول إعادة كتابة بعض تقارير الجريمة في الصحف المصرية مستفيداً

مما عرفته عن أساليب الكتابة الصحفية لشئون الجريمة

الفصل السادس

الصحافة الفنية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- س1 – يشرح مفهوم الصحافة الفنية.
- س2 – يذكر مجالات التغطية الصحفية في الصحافة الفنية.
- س3 – يستعرض مصادر التغطية الصحفية للشئون الفنية.
- س4 – يميز فون الكتابة الصحفية للشئون الفنية.

العناصر:

- 1 – مفهوم الصحافة الفنية.
- 2 – مصادر التغطية الصحفية للشئون الفنية.
- 3 – أنواع التغطية الصحفية للشئون الفنية.
- 4 – عناصر التغطية الصحفية للشئون الفنية.
- 6 – فنون الكتابة الصحفية للشئون الفنية.

الفصل السادس

الصحافة الفنية

المبحث الأول

التغطية الصحفية للشئون الفنية

يشمل مفهوم الصحافة الفنية، صفحات الفن في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية بالإضافة إلى المجلات المتخصصة في الفنون سواء كانت أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية.

ولا يتسع المفهوم للمجلات العلمية المتخصصة في الفنون، لأن مادة هذه المجلات أقرب إلى البحوث والدراسات الأكاديمية منها إلى فنون الكتابة الصحفية.

وتتسع مجالات التغطية الصحفية في الصحافة الفنية لتشمل العديد من الأنشطة الفنية، ويمكن أن نحصرها في المجالات التالية:

1 – النشاط السينمائي بكل عناصره من ممثلين ومخرجين ومصورين ومنتجين وفنيين وغيرهم.

2 – النشاط المسرحي بما يحويه من مؤلفين ومخرجين وفنيين.

3 – النشاط الإذاعي والتلفزيوني، وخاصة ما يتعلق منه بالتمثيلات والمسلسلات وبرامج المنوعات.

4 – النشاط الغنائي بأركانه الثلاثة: المؤلف والملحن والمطرب.

5 – النشاط الموسيقي.

7 – الفنون التشكيلية بما تتضمنه من نشاطات خاصة بالرسم أو النحت أو التصوير.

ويختلف اهتمام الصحافة الفنية بالفنون حسب درجة شعبيتها ومدى إقبال الجمهور عليها، فهناك فنون أكثر شعبية مثل الأغاني والسينما والتلفزيون، وهناك فنون متوسطة الشعبية مثل المسرح والموسيقى، وهناك فنون أقل شعبية مثل الباليه أو الفنون التشكيلية.

وبشكل عام، يلاحظ أن الصحافة الشعبية تهتم بالفنون ذات الاهتمام الجماهيري الواسع بينما تحرص الصحف المحافظة علي توجيه بعض الاهتمام إلي الفنون الراقية.

ويختلف أسلوب التغطية الصحفية للشئون الفنية حسب طبيعة النظام السياسي والاجتماعي القائم في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة ففي المجتمعات الليبرالية يتم التركيز علي المبادرات الفنية الفردية حيث تهتم الصحافة الفنية بالشخصيات المبدعة أكثر من اهتمامها بالعمل الإبداعي نفسه، فالصحافة الفنية الليبرالية هي صحافة نجوم أكثر من صحافة فنية.

أما في المجتمعات الاشتراكية فيتم التركيز علي الإبداعات الجماعية – حيث ينصب الاهتمام علي العمل الفني نفسه أكثر من الاهتمام بالفنان الذي أبدع هذا العمل.

مصادر التغطية الصحفية للشئون الفنية:

يلاحظ أن المصدر الرئيسي للصحافة الفنية في المجتمعات الليبرالية هم كبار النجوم في السينما والمسرح والأغاني وفي الراديو والتلفزيون، في حين تشكل المؤسسات الفنية العامة المصدر الرئيسي للصحافة الفنية في المجتمعات الاشتراكية.

وبشكل عام، فإن مصادر التغطية الصحفية للشئون الفنية يمكن إجمالها في المصادر التالية:

أولاً: نجوم الغناء والسينما والمسرح والتلفزيون، ومفهوم (النجم) لا يقتصر فقط علي المطربين أو الممثلين، وإنما يتسع ليشمل في كثير من الأحيان كبار الملحنين والمؤلفين في الغناء، وكبار المخرجين في السينما والمسرح والتلفزيون، وقد يشمل المفهوم في بعض الحالات بعض الفنانين مثل المصورين أو المنتجين.

ثانياً: الهيئات والمؤسسات العاملة في مجالات النشاط الفني مثل وزارات الثقافة والإعلام في الدول التي توجد بها مثل هذه الوزارات، ومثل مؤسسات وهيئات السينما والمسرح والإذاعة والتلفزيون، وشركات الإنتاج الفني العامة أو الخاصة.

ثالثاً: أماكن الإنتاج الفني مثل بلاتوهات السينما، استديوهات الإذاعة والتلفزيون، حيث يتم تسجيل أو تصوير الأعمال الفنية سواء كانت أغاني أو أفلام أو مسلسلات أو تمثيلات.

رابعاً: دور عرض الإنتاج الفني مثل دور السينما والمسارح والحفلات الغنائية والمعارض الفنية والمتاحف والمهرجانات الفنية المحلية والدولية. أنواع التغطية الصحفية للشئون الفنية:

هناك ثلاث أنواع من التغطية الصحفية للشئون الفنية، وهي:

1 - التغطية الإخبارية:

وهي تقوم علي متابعة الأحداث الفنية، سواء ما تعلق منها بالإنتاج الإبداعي أو بالأحداث الشخصية للفنان، ويغلب علي هذه التغطية الطابع التمهيدي، ويحتل عنصر (الشهرة) مكاناً متقدماً في أولويات القيم الخبرية عند النشر.

2 - التغطية التحليلية:

وهي تقوم علي عرض القضايا الفنية وشرح وتفسير الأعمال الفنية للكشف عن أبعادها ودلالاتها السياسية أو الاجتماعية أو الفكرية أو الفنية، وهي تهدف إلي مساعدة القارئ علي فهم العمل الفني واستيعاب مغزاه. ويغلب علي هذه التغطية الطابع التسجيلي، وغالباً ما تأخذ شكل الحديث الصحفي أو التحقيق الصحفي، وإن كان فن التقرير الصحفي هو أقدر فنون الكتابة الصحفية علي أداء هذه الوظيفة.

3 - التغطية التقييمية:

وهي تقوم علي نقد الأعمال الفنية والكشف عن العناصر السلبية والإيجابية في هذه الأعمال، وذلك بهدف إرشاد القارئ ومعاونته في اختيار أفضل الأعمال الفنية المناسبة للسماع أو المشاهدة، ويعتبر فن المقال النقدي هو أصلح فنون الكتابة الصحفية لأداء هذه الوظيفة.

عناصر التغطية الصحفية للشئون الفنية:

توجد أربعة عناصر رئيسية للتغطية الصحفية للشئون الفنية، وهي:

أولاً: المساهمون في العمل الفني:

لابد من الإشارة إلي العناصر البشرية التي ساهمت في إبداع العمل الفني وإخراجه إلي الجمهور، وعنصر (الشهرة) هنا يلعب دوراً كبيراً؛ فكلما ازدادت شهرة الشخصيات المساهمة في العمل الفني، ازدادت أهمية هذا

العمل، وبالتالي ازدادت أهمية التغطية الصحفية له، فالأسماء الكبيرة تصنع الأخبار المهمة، والقرء بطبيعتهم يميلون إلى تتبع أخبار اللامعين من نجوم الفن، ولكن هذا لا يعني تجاهل غير المشهورين، فعلي الصحافة الفنية التزام غير مكتوب بتدعيم أصحاب الموهبة ولو كانوا من الناشئين أو غير اللامعين.

ثانياً: مضمون العمل الفني:

إن التغطية الصحفية لابد أن تشمل موضوع العمل الفني وفكرته ومغزاه وأبعاده، حتي يستطيع القارئ أن يفهم العمل وأن يستوعب أبعاده، مع ضرورة التركيز علي الأفكار الجديدة التي يطرحها العمل الفني.

ثالثاً: شكل العمل الفني:

يقصد بشكل العمل الفني الأساليب الفنية التي يقوم بها العمل، وهل هي أساليب ملائمة لمضمون العمل والجمهور المتلقي.

رابعاً: موقف الجمهور:

إن التغطية الصحفية مطالبة بوصف رد فعل الجمهور المتلقي للعمل الفني، ومدي إقبال أو انصراف الجمهور عن هذا العمل، وأسباب ذلك.

التكوين المهني للمحرر الفني:

يختلف التكوين المهني للمحرر الفني عن تكوين محرر الشؤون الخارجية، فإذا كان المحرر الخارجي مطالباً بأن يجيد الكتابة في أكثر من مجال، وأن يجيد استخدام مختلف فنون الكتابة الصحفية، فإن المحرر الفني لابد أن يتخصص في مجال فني واحد، وأن يمارس فنوناً محددة من الكتابة الصحفية، ذلك أن العمل في القسم الفني في الجريدة اليومية أو المجلة الأسبوعية العامة يجري كما لو كان نموذجاً مصغراً للصحيفة نفسها! فداخل الأقسام الفنية. هناك من تقتصر مهمته علي الحصول علي الأخبار فقط، وهناك من يجرون الأحداث الصحفية والتحقيقات والتقارير الصحفية فقط، ثم هناك النقاد الذين تقتصر مهمتهم علي المتابعة النقدية للإنتاج الفني، وكل فئة من هؤلاء المحرري تتطلب إعداداً مهنيّاً مختلفاً عن الأخرى، وقد جرت التقاليد الصحفية في الصحف الغربية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا علي أن يبدأ المحرر الفني الناشئ عمله بالحصول علي الأخبار، ويمكن بعد عدة سنوات أن يسمح له بإجراء الأحاديث وإعداد التحقيقات والتقارير الصحفية

الفنية، ولكن لا يسمح له بأي حال من الأحوال بممارسة النقد الفني إلا إذا كان قد حصل علي تأهيل علمي يؤهله لكتابة النقد الفني، وغالباً ما يوجه المحرر الفني الذي يملك اهتمامات نقدية إلي الحصول علي دراسات أكاديمية في الفن الذي يريد أن يمارس النقد فيه، بالإضافة إلي التأكد من صلاحية أدوات التعبير الفني لديه لكتابة النقد الفني.

ويلاحظ أن ضعف التكوين المهني للناقد الفني في كثير من الصحف التي تصدر في دول العالم الثالث، ينتج عنه العديد من الظواهر السلبية مثل غلبة المجاملات علي النقد الفني، وغياب التقييم الموضوعي للأعمال الفنية وللفنانين مما أفقد النقد الفني في الصحافة مصداقيته، فلم يعد مرشداً للقارئ في اختيار الأعمال الفنية المناسبة للاستماع أو المشاهدة، وأصبح من المؤلف أن نشاهد إقبالا جماهيرياً واسعاً علي أعمال يرفضها النقاد، أو انصراف الجمهور عن أعمال فنية يمتدحها النقاد!.

المبحث الثاني

الكتابة الصحفية للشئون الفنية

في الوقت الذي تصلح فيه كافة فنون الكتابة الصحفية لمعالجة الشئون الفنية، إلا أن البناء الفني لهذه الفنون وأساليب صياغتها تنفرد بمواصفات خاصة تميزها عن غيرها من فنون الكتابة الصحفية في مجالات النشاط الإنساني الأخرى.

ويعود ذلك إلي أمرين رئيسيين:

الأمر الأول: أن الشئون الفنية بطبيعتها ذات جذب جماهيري خاص، وذلك لما تحتويه من عناصر مميزة وهي: الشهرة والعاطفية والإنسانية، فهي لا تلبى احتياجات إخبارية فقط، وإنما تلبى في الوقت نفسه احتياجات ثقافية بالإضافة إلي كونها وسيلة تسلية وترفيه عن القارئ.

الأمر الثاني: أن قراء الصحافة ينتمون إلي فئة محدودي الثقافة أو متوسطيها، مما يفرض علي أسلوب التناول وعلي طرق الصياغة، طابعاً خاصاً يتسم بالبساطة والسهولة والوضوح، والعمل علي الوصول إلي القارئ من أقصر طريق.

ويمكن إجمال فنون الكتابة الصحفية المستخدمة في مجال الشئون الفنية في الفنون التالية:

أولاً: القصة الخبرية الفنية:

رغم أن فن القصة الخبرية الصحفية يكاد ينقرض في بقية التخصصات الصحفية الأخرى، حيث حل محله فن التقرير الصحفي، إلا أن فن القصة الخبرية الصحفية مازال يشهد ازدهاراً في مجال الصحافة الفنية، ولعل مرد ذلك أن النسبة الغالبة من الأحداث الفنية تنتمي إلي (الخبر البسيط) وهو الخبر الذي يقوم علي وصف واقعة واحدة، في حين أن الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من مجالات النشاط الصحفي قد غلب عليها طابع (الخبر المركب)، وهو الخبر الذي يقوم علي وصف عدد من الوقائع والربط بينها.

وعلي سبيل المثال، فإن خبراً عن فيلم سينمائي جديد أو مسرحية جديدة أو خبراً عن فنان معين، غالباً لا يحتاج بالإضافة إلي وصف الحدث سوي للمعلومات الخلفي اللازمة له، في حين أن الأخبار التي تتناول تغييراً وزارياً

أو أزمة دولية أو حرب بين دولتين، أصبحت أخباراً مكركة، غالباً لا تقتصر علي واقعة واحدة، وإنما تضم العديد من الوقائع، وتتشابك مع وقائع أخرى قد تحدث بعيداً عن الواقعة الأصلية، لذلك فإن هذه الأخبار تحتاج إلي تفسير وتحليل. وإلي عرض لبعض الشخصيات المرتبطة بالحدث، وإلي تناول لأبعاد الحدث ودلالاته. وهذا كله يجعل فن التقرير الصحفي هو الفن الأصلح لمعالجة هذه الأخبار، بينما يكفي في القصة الخبرية لمعالجة الأخبار الفنية.

وإذا كان البناء الفني للنسبة الغالبة من الأخبار الصحفية يقوم علي قالب الهرم المقلوب، وهو الذي يضم جزءين اثنين: قمة الهرم وجسم الهرم، وحيث تحتل أهم وقائع الخبر المقدمة، بينما تحتل بقية التفاصيل جسم الخبر بادئة بالتفاصيل المهمة ثم التفاصيل الأقل أهمية.

أما الخبر الفني فإن بناءه الفني يقوم غالباً علي قالب الهرم المعتدل، وهو القالب الذي ينقسم فيه الخبر إلي ثلاثة أجزاء:

المقدمة: وهي تحتل قمة الهرم وتكون بمثابة مدخل يمهد للموضوع، ولا يشترط فيه أن يضم أهم وقائع الخبر.

الجسم: ويضم تفاصيل الخبر، بادئاً بالوقائع الأقل أهمية ثم يندرج إلي الوقائع الأكثر أهمية.

الخاتمة: وهي تضم أهم وقائع الخبر وأكثر أجزائه جاذبية للقارئ. ويلاحظ أن طريقة كتابة القصة الخبرية الفنية تشابه طريقة كتابة القصة والرواية الأدبية التي تحتوي علي مقدمة وعقدة ثم الحل في النهاية، ويبقى أن الفرق الجوهرى بينهما هو أن القصة الأدبية تقوم علي وقائع من صنع الخيال، بينما تقوم القصة الخبرية الفنية علي أحداث واقعية.

كذلك، فإن استخدام قالب الهرم المعتدل في كتابة القصة الخبرية الفنية يرجع إلي أن الأحداث الفنية غالباً ما ترتبط بأحداث درامية أو قصص إنسانية أو جوانب عاطفية من الحياة.

البناء الفني للقصة الخبرية القائم علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

مدخل يمهد للحدث الفني

الجسم

تفاصيل الحدث الفني

الخاتمة

أهم وقائع الحدث الفني

ثانياً: الحديث الفني:

عرفت الصحافة العامة نوعين من الأحاديث الصحفية وهما: الحديث الإخباري وحديث الرأي، وقد أضافت إليهما الصحافة الفنية نوعاً ثالثاً وهو (الحديث الشخصي) أو (الحديث الذاتي)، وهو حديث يستهدف البحث في حياة الفنان، للتعرف علي جوانب حياته المتعددة، كيف يفكر؟ وكيف يمارس حياته اليومية؟ وما أحب الهوايات إلي قبه؟ وما أحلامه؟ وما طموحاته؟. ففي هذا النوع من الحديث الصحفي يتركز الاهتمام علي شخصية المتحدث أكثر من الاهتمام بأخبار المتحدث كما هو الشأن في الحديث الإخباري، أو مواقف وآراء المتحدث كما هو الشأن في حديث الرأي. وفي بعض الأحيان يأخذ الحديث الفني شكل (المذكرات) أو شكل (الذكريات) ولكنه في جميع الحالات يدور حول شخصية الفنان الذي يجري معه الحديث الصحفي.

وإذا كان القالب الفني علي كتابة الحديث الإخباري أو حديث الرأي هو قالب الهرم المقلوب، فإن القالب الغالب علي كتابة الحديث الفني هو قالب الهرم المعتدل؛ حيث يضم الحديث ثلاثة أجزاء وهي:

1 – المقدمة: وهي تهئي القارئ للحوار وغالباً ما تركز علي وصف شخصية الفنان المتحدث أو تصف مكان الحديث، أو تصف روح الحوار، أو الانطباعات الأولية التي أحسها المحرر عند لقائه بالفنان المتحدث.

2 – الجسم: وهو يضم تفاصيل الحوار، حيث يبدأ المحرر بعرض التفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج منها إلي التفاصيل الأكثر أهمية، وقد يأخذ الحوار شكل

السؤال والجواب، وقد يأخذ شكل المذكرات أو الذكريات الشخصية وعلي لسان الفنان المتحدث، وقد تأخذ شكل العرض لحياة الفنان بأسلوب المحرر نفسه دون حاجة إلي سؤال أو جواب.

3 – الخاتمة: وتضم الانطباعات النهائية التي خرج بها المحرر من شخصية الفنان الذي يجري معه الحديث. ويوضح الشكل التالي طريقة كتابة الحديث الفني:

البناء الفني للحديث الفني المبني علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

- 1 – وصف الشخصية.
- 2 – وصف المكان.
- 3 – روح الحوار.
- 4 – انطباعات المحرر الأولية.

الجسم

- 1 – تفاصيل الحوار.
- 2 – سؤال – وجواب.
- 3 – المذكرات الشخية.
- 4 – الذكريات.
- 5 – عرض جوانب شخصية الفنان.

الخاتمة

- 1 – الانطباعات النهائية للمحرر عن شخصية الفنان.

ثالثاً: التقرير الفني:

التقرير الفني هو أكثر فنون الكتابة الصحفية استخداماً في الصحافة الفنية، وإذا كانت الصحافة العامة تعرف ثلاثة أنواع من التقارير الصحفية وهي: التقرير الإخباري والتقرير الحي وتقرير عرض الشخصية، فإن الصحافة الفنية غالباً ما تركز علي استخدام نوعين فقط من التقرير الصحفي وهما:

التقرير الحي وتقرير عرض الشخصية، وذلك لأن فن القصة الخبرية لا يجعل لفن التقرير الإخباري مكاناً في الصحافة الفنية.

1 – التقرير الفني الحي:

وهو يستخدم في تغطية الحفلات والمهرجانات الفنية بالإضافة إلي عروض الأفلام والعروض المسرحية والمعارض والمتاحف. ويقوم البناء الفني للتقرير الفني الحي علي قالب الهرم المعتدل حيث تركز المقدمة علي وصف جانب متميز من صورة الحدث الفني في حين يحتوي جسم التقرير علي التفاصيل الدقيقة وتقييمه النهائي للحدث الفني، وذلك علي النحو التالي:

البناء الفني للتقرير الفني الحي المبني علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

1 – جانب مميز من صورة الحدث الفني.

2 – زاوية جديدة في صورة الحدث الفني.

الجسم

1 – جانب من تفاصيل الحدث الفني.

2 – بقية جوانب صورة الحدث الفني.

الخاتمة

1 – التقييم النهائي لصورة الحدث الفني.

2 – انطباعات المحرر عن الحدث الفني.

2 – تقرير عرض الشخصيات الفنية:

وهو يستخدم في تقديم الملامح الدقيقة لشخصية فنية معينة وذلك عن طريق تحليل الشخصية بأبعادها المختلفة، مع التركيز علي جانب معين بارز من الشخصية، وقد يتضمن التقرير بعضاً من تاريخ الشخصية وأسلوبه في الحياة وبعض أعماله الفنية، وقد يحوي التقرير بعض ذكريات المحرر مع الشخصية أو حواراً مع الشخصية، ولكن الحوار جزءاً أصيلاً في التقرير الذي يجب أن يقدم في النهاية رسماً دقيقاً لصورة الشخصية ليكون بديلاً عن الحوار معها.

ويقوم البناء الفني لتقرير عرض الشخصيات الفنية علي قالب الهرم المعتدل، حيث تركز المقدمة علي وصف جانب بارز من جوانب الشخصية في حين يقدم في جسم التقرير باقي ملامح الشخصية وجوانبها المتعددة، أما الخاتمة فتحتوي علي رأي المحرر في هذه الشخصية أو تقييمه لها، وذلك علي النحو التالي:

البناء الفني لتقرير عرض الشخصيات الفنية المبني علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

وصف جانب بارز من جوانب الشخصية.

الجسم

1 – باقي جوانب الشخصية.

2 – الملامح المتعددة للشخصية.

الخاتمة

1 – رأي المحرر في الشخصية الفنية.

2 – تقييم المحرر للشخصية الفنية

رابعاً: مقال النقد الفني:

مقال النقد الفني هو الأداة التي يستخدمها النقاد الصحفيون في تقييم الإنتاج الفني للكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية، ولإرشاد القارئ ومساعدته في اختيار ما يسمعه أو يشاهده من الأعمال الفنية.

وينقسم المقال النقد الفني إلي نوعين:

الأول: عمود النقد الفني:

وهو أكثر استخداماً في الصفحات الفنية في الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية العامة، وهو يتميز بالإيجاز والبساطة وعدم الإغراق في التفاصيل الفنية الدقيقة والحرص في استخدام المصطلحات العلمية، ويعود ذلك إلي أن هذا العمود موجه إلي القارئ العادي الذي لا يستطيع إدراك أو فهم المصطلحات العلمية في مجالات النقد الفني المختلفة.

الثاني: مقال النقد الفني التحليلي:

وهو أكثر استخداماً في المجالات الفنية المتخصصة، وهو يمتاز بالإسهاب حيث تفرد له المساحات الكافية لاستعراض الخصائص الفنية للعمل الفني ويسمح فيه باستخدام المصطلحات العلمية، وذلك لكون هذا المقال موجه إلي القارئ المثقف والذي يملك الدراية الكاملة بالمصطلحات العامة.

ويقوم البناء الفني لمقال النقد الفني بنوعيه علي قالب الهرم المعتدل حيث تركز المقدمة علي السمة الغالبة علي العمل الفني سواء كانت هذه السمة إيجابية أو سلبية، أما الجسم فهو يحتوي علي عرض موضوع العمل الفني وتحليل لمختلف الجوانب السلبية والإيجابية فيه، بالإضافة إلي المعلومات الخلفية اللازمة عن العمل الفني والأشخاص الذين اشتركوا في إبداعه.

أما خاتمة المقال فهي تضم التقييم النهائي للعمل الفني. وذلك علي النحو التالي:

البناء الفني لعمود النقد الفني القائم علي قالب الهرم المعتدل

المقدمة

السمة الغالبة علي الفني الفني.

الجسم

- 1 – عرض موضوع العمل الفني.
- 2 – الجوانب الإيجابية في العمل.
- 3 – الجوانب السلبية في العمل.
- 4 – المعلومات الخلفية عن العمل والأشخاص الذين شاركوا فيه.

الخاتمة

التقييم النهائي للعمل الفني

ملخص الفصل السادس

تناول هذا الفصل ما يلي:

- 1 – مفهوم الصحافة الفنية، الذي يشمل صفحات الفن في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية، بالإضافة إلى المجلات المتخصصة في الفنون سواء كانت أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية.
- 2 – مجالات التغطية الصحفية في الصحافة الفنية لتشمل المجالات التالية وهي: النشاط السينمائي والمسرح والإذاعي والتلفزيوني والغنائي والنشاط الموسيقي والفنون التشكيلية.
- 3 – مصادر التغطية الصحفية التي تشمل الشؤون الفنية لنجوم الغناء والسينما والمسرح والتلفزيون والهيئات والمؤسسات العاملة في مجالات النشاط الفني، وأماكن الإنتاج الفني مثل بلاتوهات السينما واستديوهات الإذاعات والتلفزيون، وهناك أيضاً دور عرض الإنتاج الفني مثل دور السينما والمسارح والحفلات الغنائية والمعارض الفنية والمتاحف والمهرجانات الفنية المحلية والدولية.
- 4 – ثلاثة أنواع من التغطية الصحفية للشؤون الفنية وهي: التغطية الإخبارية والتغطية التحليلية، والتغطية التقييمية.
- 5 – أربعة عناصر رئيسية للتغطية الصحفية للشؤون الفنية وهي: المساهمون في العمل الفني، ومضمون العمل الفني، وشكل العمل الفني، وموقف الجمهور من العمل الفني.
- 6 – إجمال فنون الكتابة الصحفية المستخدمة في مجال الشؤون الفنية في الفنون التالية وهي: القصة الخبرية الفنية، والحديث الفني، والتقرير الفني، ومقال النقد الفني.

الفصل السابع صحافة الأطفال

وسائل الاتصال والتنشئة الاجتماعية للطفل:

تلعب وسائل الاتصال – ومن بينها الصحف – دوراً في التأثير علي مدارك الأطفال ودوافعهم واتجاهاتهم ومستوياتهم فهمهم واهتماماتهم وأذواقهم ووجهات نظرهم وقيمهم وأنماط سلوكهم، خاصة مع كثافة تعرض الطفل لهذه الوسائل – كما كشفت عن ذلك العديد من الدراسات والبحوث – سواء لما تقدمه هذه الوسائل من المواد الإعلامية المعدة خصيصاً للطفل، أو ما هو موجه للكبار، ويتعرض له الطفل.

ورغم أن الطفولة تشكل عالماً قائماً بذاته، إلا أن ما يصدق علي الأطفال في عمر معين لا يصدق علي أطفال آخرين في عمر آخر، ومن هنا قسمت الطفولة البشرية إلي مراحل، لكل منها حاجاتها البيولوجية والنفسية، التي تتناسب مع النمو الجسمي والعقلي والنفسي والاجتماعي واللغوي للطفل، وهي تقسيمات تختلف من بيئة لأخرى، والحدود الفاصلة بينها تقريبية، فهي متداخلة بشكل جزئي.

ومن هذه التقسيمات حسب المستوي التعليمي: أطفال ما قبل المدرسة، أطفال المرحلة الابتدائية، أطفال المرحلة المتوسطة، أطفال المرحلة الثانوية. وهناك تقسيم آخر إلي الطفولة المبكرة (من السنة الأولى وحتى الخامسة أو السادسة)، ومرحلة الطفولة المتوسطة (من 6 – 8 سنوات)، مرحلة الطفولة المتأخرة (التي تستمر حتس ين البلوغ)، مرحلة الطفولة المتقدمة أو مرحلة المراهقة (وهي مرحلة مهمة رغم خطورتها).

وتصنيف ثالث يقسمها إلي مرحلة الواقعية والخيال المحدود بالبيئة (3-5 سنوات)، ومرحلة الخيال المنطلق (6-8 سنوات)، مرحلة البطولة (8-12 سنة) مرحلة المثالية (12-15 سنة)، وتقسيم آخر يقسمها إلي 3-4 سنوات والميل للحديث عن الذات، 5-7 سنوات (حب المعرفة والاطلاع والتقليد والمحاكاة)، 7-9 سنوات (تحرر الخيال من الواقع والميل إلي

القصص الخيالية)، 9 - 12 سنة (الميل للقصص الواقعية والرحلات والمغامرات)، 12 - 14 سنة (الميل لدراسة العلوم والمهن والاعتماد علي النفس)، 14 - 16 سنة (العاطفة والوجدان والشعور بالشخصية المستقلة عن الكبار).

وهناك وسائل عديدة تلعب دورها في تنشئة الطفل وتربيته وتعليمه وتنقيفه وإعداده للمستقبل، وهي الأسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية وجماعات الأصدقاء ووسائل الاتصال، ومن الأهمية أن تكون النظرة إلي هذه الوسائل متكاملة، وليست بشكل جزئي، إذ إنه من المفترض - نظرياً علي الأقل - أن تعمل بأسلوب يعتمد علي التنسيق.

والتنشئة الاجتماعية هي عملية تعلم تعتمد علي التلقين والمحاكاة والتوحد مع الأنماط العقلية والعاطفية والأخلاقية عند الطفل والراشد، وتهدف إلي إدماج عناصر الثقافة في نسق الشخصية، وإعداد الطفل للاندماج في أنساق البناء الاجتماعي، والتوافق مع المعايير الاجتماعية المقبولة، ومطالب الأدوار الاجتماعية، واكتساب قيم المجتمع الذي يعيش فيه.

ومن خلال هذه العملية يسعى المجتمع إلي تحقيق التوازن بين التأثيرات، وأساليب الضبط الاجتماعي لدي أفراد، وإيجاد التوافق بين حاجات الشخصية، ومطالب البناء الاجتماعي.

وتساعد هذه العملية الطفل علي استيعاب ثقافة مجتمعه وقيمه وعاداته وتقاليده وأعرافه وسلوكياته ومعايير الاجتماعية، حتي يتصرف وفقاً لها، ويراعي متطلباتها حينما يكبر، ثم يقوم بمهمة نقلها إلي الأجيال الجديدة.

وتتم عملية التنشئة الاجتماعية من خلال العديد من المؤسسات التي تمثل شبكة متداخلة من العناصر التي تبدأ بمؤسسة الأسرة، والمؤسسة التعليمية وجماعات الأصدقاء، ووسائل الاتصال في إطار الظروف الاقتصادية والسياسية والعلاقات الاجتماعية، ويحدث الخلل والفوضى في هذه العملية حينما يتعرض الطفل لمؤثرات قد تأخذ صورة التسلية أو اللعب قد لا تتصل بثقافة أسرته، وبأساليب لا تتيح له التفاعل والحوار، ولكنها تفرض عليه سلوكيات وقيماً معينة.

وتحتل وسائل الاتصال مكانة متميزة بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية باعتبارها الوسيط بين المجتمع والطفل.

ونظرح في هذا الصدد أدوار متعددة متوقعة لوسائل الاتصال، منها:

1 – دورها في النمو الاجتماعي والعقلي والمعرفي والوجداني للطفل وإشباع حاجاته.

فوسائل الإعلام يمكنها أن تساعد الطفل علي أن يتعلم أنه في حاجة – إلي جانب شخصيته المتفردة وكيانه الذاتي – إلي أن يكيف هذه الفردية، ويوحدها مع الإطار الاجتماعي الذي يشب فيه وهو الأرة.

كما يمكنها أن تساعد في التعرف علي المهارات اللازمة لمختلف الألعاب، وتكسبه عادات إيجابية، وتعلمه كيفية التعامل مع أقرانه، وكذلك الأدوار الاجتماعية، كما تسهم في تكوين الضمير ومعايير الأخلاق والقيم وممارسة السلوك الاجتماعي المقبول الذي يقوم علي المسؤولية.

ويمكن أن تسهم وسائل الإعلام – أيضاً – في تحقيق الاتزان الانفعالي للأطفال ع طريق إشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، كحاجته إلي الأمن والطمأنينة والحب والنظام والمعرفة والانتماء واعتبار الذات وإكساب القدرة علي التوافق مع المواقف الجديدة.

ولوسائل الاتصال دور في النمو العقلي والمعرفي للطفل عن طريق الإكثار من البرامج العلمية المبسطة، وعرض برامج تتضمن عرضاً للمعالم والمواقع الأثرية والسياحية والمواقع الإنتاجية غير ذلك. كما أنها تساعد في صقل الحس الجمالي والتذوق الفني لدي الأطفال.

2 – دور وسائل الإعلام في توجيه المسؤولين عن تربية الطفل، والذين يلعبون دوراً مهماً في تشكيل شخصيته إلي الأسس العلمية السليمة للتربية بجوانبها المتعددة (صحياً ونفسياً واجتماعياً وثقافياً) حتي يكون لديهم وعي واضح، وفهم شامل لمختلف جوانب هذه العملية.

3 – دور هذه الوسائل في تنمية الإحساس بالانتماء الوطني وتماسك المجتمع من خلال تعريف الطفل بواجباته وحقوقه، والتأكيد علي قيم الديمقراطية والحوار، والاعتراف بحق الآخر وأهمية المشاركة.

4 – الإسهام في اكتشاف مواهب الأطفال وقدراتهم وتنمية طاقاتهم الإبداعية والابتكارية، وإلقاء الضوء علي المتميزين منهم ورعايتهم.

5 – الدور التثقيفي لوسائل الاتصال.

6 - مساندة العملية التعليمية لمساعدة الطلاب علي الفهم والاستيعاب للمادة العلمية يدرسونها.

7 - الدور الترفيهي لوسائل الاتصال، وإيجاد البدائل المناسبة لقضاء وقت الفراغ.

8 - دور وسائل الإعلام في تقديم نماذج السلوك والقوة.

وإذا كان البعض يبالغ في تقدير خطورة دور وسائل الاتصال إلي الدرجة التي تجعلهم يحملون هذه الوسائل المسؤولية عنكل أشكال الخلل التي قد تحدث في عملية التنشئة الاجتماعية للأطفال، فإنه لا ينبغي لنا في الوقت نفسه أن نقلل أو نستهيئ بهذا الدور، خاصة عندما يتعرض الطفل بشكل مكثف لهذه الوسائل في غياب أو ضعف المؤسسات التي يجب أن تلعب أدواراً لا تقل أهمية في عملية تنشئة الطفل، كالأسرة أو المدرسة وغيرها من المصادر التي يتلقي من خلالها الطفل تصوراتهِ عن الطبيعة والناس من حوله.

من هنا فإن الحديث عن فاعلية دور الإعلام ووسائله في التنشئة الاجتماعية للطفل من المهم أن يضع في اعتباره مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تؤثر بشكل أو بآخر، وبدرجة أو بأخري، علي هذه الفاعلية، والتي يمكن أن نجملها فيما يلي:

1 - الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي لكل مجتمع بمشكلاته، والتحديات التي تواجهه علي كافة المستويات، وانعكاسات ذلك علي مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ونشير هنا - علي سبيل المثال - إلي انشغال الوالدين، نتيجة ضغوط الحياة، والسعي وراء البحث عن مصادر لزيادة دخل الأسرة، والارتفاع بمستواها الاقتصادي، إلي جانب السلبيات التي يعاني منها النظام التعليمي، مما قد يؤدي إلي اندفاع الأطفال والنشء إلي التعرض لساعات طويلة للتلفزيون.

2 - واقع مؤسسة الأسرة باعتبارها نقطة البداية في تشكيل شخصية الطفل، ونشير هنا إلي بعض المتغيرات الخاصة بهذه المؤسسة منها:

● مستوي تعليم الوالدين، ودرجة ثقافتهم، وانعكاس ذلك علي مدي وعيهم بدورهم التربوي، مما يؤثر في عملية التنشئة الاجتماعية.

وتكشف دراسة ميدانية في هذا الصدد – أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي والمهني للوالدين، كلما كان الطفل أكثر عرضة لمصادر قصص الأطفال المختلفة، مما يجعله أكثر استيعاباً لقيم الثقافة الحديقة، ومن ثم يصبح أكثر وعياً.

- المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة، حيث يطرح هنا سؤال جوهري هو: هل يمكننا القول إن الطفل المنتمي لأسر ذات دخل أعلى أكثر ميلاً للتعرض لوسائل الاتصال والثقافة عامة، ولوسيلة بعينها؟

وتظهر الدراسة السابق الإشارة إليها أن الوالدين من الطبقة الوسطي يسعون إلى تعريف أطفالهم بمعالم الثقافة الجديدة باعتبارها تحقق الطموحات في التعليم والعمل، بينما يترك أبناء الطبقة الدنيا أبناءهم نهبا قيم وسلوكيات الثقافة الشعبية التي تركز على الحياة في الحاضر دون أن تشجع امتداد الطموحات إلى المستقبل.

- مدي وعي الأسرة باحتياجات الطفل، والأساليب التربوية الصحيحة للتعامل معه في مراحل نموه المختلفة.

3 – المؤسسة التعليمية، يكمن تأثير هذه المؤسسة في إطار النظرة المتكاملة لدور منظومة الإعلام والتعليم والثقافة في تنشئة الطفل، بكل ما تطرحه مؤسسة التعليم والثقافة من فلسفة وأهداف وبرامج ومحتوي وأساليب ووسائل، وما تؤكد عليه من قيم، سواء بشكل مباشر من خلال المحتوى التعليمي، أو غير مباشر من خلال الأنشطة التربوية، فضلاً عن الدور المتوقع من المدرس كمربٍ وتربوي، ومدي استعداداته وتأهيله للقيام بهذه المهام بالكفاءة المطلوبة.

4 – المؤسسة الدينية، ودورها المهم في تقديم الفهم الصحيح للدين، كعقيدة وشعائر وقيم وسلوكيات وقدوة.

5 – جماعات الأصدقاء وتأثيرها على قيم الطفل وسلوكياته من خلال المحاكاة والتقليد، وعلاقات التأثير والتأثر المتبادل، إلى جانب عملية اللعب وممارسة الهوايات وغيرها من الأنشطة التي قد يقوم بها الطفل خارج نطاق المؤسسة التعليمية في الأندية ومراكز الشباب، وغيرها من التجمعات.

6 – الفروق الفردية – التي يجب أن نعترف بها – بين الأطفال ومدي استعداداتهم ودراتهم.

7 – وجود أو عدم وجود اتفاق أو تنسيق حول الخطوط العريضة بين مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تلعب أدواراً في تنشئة الطفل.

8 – مدي وعي وسائل الإعلام والإعلاميين أنفسهم بخصائص الطفل الذي يتعاملون معه وسماته، واحتياجاته واهتماماته، ماذا يريد المجتمع من هؤلاء الأطفال في المستقبل أو لهم؟ من هو الطفل الذي نريد أن نعهده ليتحمل المسؤولية عندما يصبح إنساناً ناضجاً؟

وقد اتضح من عديد من البحوث التي أجريت في هذا المجال أن بعض القائمين علي توجيه الرسائل الثقافية والإعلامية للطفل في مجتمعاتنا العربية والإسلامية لا يعرفون – علي وجه التحديد – ماذا يريدون له، أو منه، أو كيف يؤثر فيه.

فهناك غياب – إلي حد كبير – لرؤية ثقافية تربوية واضحة تنسجم مع أصول الثقافة العربية الإسلامية، وتتفق في الوقت ذاته مع معطيات العصر.

وإن كان من المهم أن نشير هنا إلي تجربة مصر في إنشاء مجلس قومي للأمومة والطفولة مهمته وضع هذه الرؤية والتنسيق مع كافة الأجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية لترجمتها إلي خطط وبرامج تنفيذية، فضلاً عن المتابعة والتقييم.

وقد صدرت عام 1991 الوثيقة الأولى لاستراتيجية تنمية الطفولة والأمومة التي تبنت مفهوم التنمية البشرية، وترجمت إلي خطتين خمسين للطفولة والأمومة كمكونين رئيسيين في خطتي الدولة للتنمية. ومع انتهاء العقد الأول للطفل المصري (1990 – 2000م) صدرت الوثيقة الثانية لاستراتيجية تنمية الطفولة والأمومة في نوفمبر 1991م، وذلك حتي عام 2020، كما تم الإعلان عن بدء العقد الثاني للطفل المصري.

9 – دوافع تعرض الطفل لوسائل الاتصال والإشباع التي تحققها مثلاً: هل يتجه الطفل الذي يرغب في المواد المثيرة للخيال إلي البحث عنها في الكتاب والمجلة والإذاعة والتلفزيون؟ وهي يتجه الآخر المهتم بالقضايا العامة إلي البحث عنها في الصحف والكتب؟

وهل يتجه الطفل لوسائل الاتصال التي تحقق له فائدة أكبر، أم تلك التي تلبى حاجاته العاجلة، أم يبحث عما يفيده مستقبلاً؟

10 – المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية المؤثرة علي تعرض الأطفال لوسائل الاتصال ومصادر المعلومات (الكتب، الصحف، الراديو، التلفزيون) والمستحدثة (الكمبيوتر، شبكات المعلومات العالمية مثل الإنترنت..).

هل هناك ارتباط مثلاً بين النوع أو السن، والتعرض لوسيلة اتصال معينة دون أخرى؟ هل هناك علاقة بين المستوى التعليمي والثقافي للطفل وللأسرة، والتعرض لهذه الوسائل بشكل أكثر كثافة؟

11 – الإعلام الوافد الذي يتعرض له الطفل العربي والمسلم، سواء عبر الأقمار الناعية، أو من خلال إعلامه الوطني ذاته، والذي تم إنتاجه في بيئات مختلفة ليعكس آليات السوق، بما تؤكد من قيم فردية ومادية واستهلاكية تؤثر – بدرجة أو بأخرى وبكل أو بآخر – علي الطفل خاصة من الطبقات المتوسطة والدنيا، وتثير لديه الإحساس بالحرمان والتطلعات التي قد تفوق إمكانيات أسرته، مما قد يدفعه إلي الانحراف أو التوترات النفسية، إلي جانب الشعور بالإحباط الذي قد يصل إلي حد الانفصال عن أسرته، أو اتخاذ موقف عدائي منها لعجزها عن تحقيق رغباته.

فضلاً عن احتمالات تأثير هذا المضمون الإعلامي الوافد علي الهوية القومية للطفل، أو ذاتيته الثقافية.

ووسائل الاتصال الجماهيري التي يتعرض لها الطفل تشمل صحافة الأطفال، سواء الأجزاء الخاصة بالطفل في الجرائد والمجلات العامة أو الصحف الخاصة بالأطفال، وكذلك الإذاعة المسموعة والمرئية (البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تتوجه للطفل) فضلاً عن الأفلام التسجيلية والروائية والرسوم المتحركة (سينما الأطفال) التي تقدم من خلال التلفزيون أو السينما، إلي جانب مسرح الطفل.

وقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث العلمية أن مجلات الأطفال أداة لإعلام الأطفال، وإمتاعهم، وتكوين عاداتهم، ونقل المعلومات والأفكار والقيم لهم، والإجابة عن تساؤلاتهم.

مفهوم مجلات الأطفال:

مجلات الأطفال التي تصدر في الوطن العربي هي المطبوعات الدورية التي تتوجه أساساً للأطفال، ورغم ذلك يحررها الكبار، وهي تقترب من أربعين مجلة، تصدر في معظم الدول العربية، وفقاً للإحصائيات المتوافرة. إن كان الكثير منها غير منتظم في الصدور، كما أن هناك بعض الدول لا تصدر فيها أية مجلة للأطفال، مثل الصومال وجيبوتي.

أما مجتمع الأطفال، الذي تتوجه فيه هذه المجلات، فيشمل مرحلة الطفولة ككل، والتي تمتد منذ الميلاد وحتى سن 15 أو 16 سنة، كما تشير إلى ذلك بعض الدراسات. وهذه المراحل تنقسم بدورها إلى تقسيمات فرعية، يختلف الباحثون فيما بينهم حولها، وحول خصائص كل مرحلة منها.

خصائص مجلات الأطفال:

1 – أنها تعتمد علي تصوير المعاني وتجسيدها من خلال الكلمة المطبوعة الجذابة، عن طريق تحويل الصفحات إلى لوحات فنية ذات جمال ومعني، تناسب قدرات الأطفال علي استخدام عيونهم، وتيسر لهم القراءة.

2 – الاعتماد بشكل أساسي علي الصور باختلاف أنواعها (فوتوغرافية، مرسومة، ساخرة، توضيحية) مع ما تتميز به الصورة كلة يستطيع الأطفال فهمها، مهما اختلفت مستويات ذكائهم وتعليمهم.

3 – أنها تتمتع بجميع ميزات وسائل الاتصال المطبوعة، إذ تيسر للطفل فرص الاختيار من بين المجلات المتاحة في مجتمعه أو بيئته، وتتيح له إمكانيات التحكم في ظروف التعرض، إذ يتاح له قراءتها في أي وقت، وتحت أي ظرف يشاء، كما يمكن أن يستغرق الوقت الذي يناسبه في القراءة حسب مقدرة اللغوية وقدرته علي الفهم، وأن يعود إلى قراءة المجلة، أو موضوعات معينة منها متى يشاء.

4 – أنه – وبمرور الوقت – تتحول مجلة الطفل إلى صديق له، إذ تنشأ بينه وبين شخصيات المجلة وأبطالها وكتابها علاقة شخصية حميمة، ويرسم لهم

صوراً في خياله، ويثق بهم – إلي حد كبير – ويتفاعل معهم، بل قد يصل ذلك إلي درجة التوحد، مما يؤثر إلي نتائج مختلفة قد تكون إيجابية أو سلبية.

أهداف مجالات الأطفال ووظائفها:

1 – لمجالات الأطفال دور في النمو العقلي والوجداني والانفعالي والاجتماعي للطفل، وما يتصل بذلك من قدراته علي التفكير والنقد والتعليق وإصدار الأحكام، والاختيار بين البدائل، مما يتوقع معه مستقبلاً أن تصبح للطفل رؤيته الخاصة للعالم من حوله، كما أن لها دوراً كذلك في إطلاق خيل الطفل وتوسيع مداركه وافاقه.

2 – تمد الطفل بمختلف أنواع المعلومات في شتي مجالات المعرفة (فنون، علوم، تاريخ، جغرافيا، أدب، دين) سواء اتصلت بالطبيعة أو بالبشر، مما يعينه علي فهم الواقع وإدراك ما يحكمه من قوانين، كما يمكن أن تلعب دوراً في تثقيف الطفل وتدعيم ذاتية الثقافة القومية.

3 – لهذه المجالات وظائف تربوية متوقعة، إذ إنها من المفروض أن تمد الطفل بأماط السلوك الاجتماعي المقبول في مجتمعه، والعادات والتقاليد والقيم والاتجاهات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة، وتقدم له نماذج السلوك الذي يستحق الإثابة في مجتمعه، والنماذج الأخرى غير المرغوبة التي يترتب عليها العقاب، وينتظر منها أن تساعد الأطفال علي إدراك الأدوار الاجتماعية المختلفة، وتنمية إحساسهم بالجماعة، والرغبة في مشاركة الآخرين، وأن تساعدهم في الوقت نفسه علي فهم أن لكل إنسان شخصية تميزه وله دوره في الحياة.

4 – يمكنها تدريب الطفل علي القراءة ومهاراتها، وتغرس في داخله حب القراءة، وتساعد علي نمو قاموسه اللغوي.

5 تنمية الذوق الجمالي عند الطفل والقدرة علي تذوق مظاهر الجمال من حوله.

6 – المجلة وسيلة ترفيه للطفل تساعد علي شغل وقت فراغه، وإن كانت هذه الوظيفة قد تطغي أحيانا علي غيرها من الوظائف، كما أن الترفيه في

معظم الأحيان قد لا يكون هادفاً، ولا يحمل أية قيمة حقيقية رغم أنه من الممكن أن تقدم مجلات الأطفال من خلال الترفيه مضموناً مفيداً للطفل، دون أن يتعارض مع ما يتوقعه من متعة..

7 - يمكن أن تلعب دوراً في تشجيع مواهب الأطفال وإبداعاتهم وحفزهم علي التفرد والأصالة للإسهام في تطوير بيئاتهم.

الواقع الراهن لمجلات الأطفال في الدول العربية:

يصدر في الدول العربية العديد من مجلات الأطفال، ففي مصر تصدر مجلة "سمير" الأسبوعية التي بدأت في الصدور منذ سنة 1956، وتعتمد فيما تقدمه من مواد علي مواد مصرية مؤلفة وليست مترجمة، ومجلة "ميكي" التي صدرت شهرية منذ سنة 1959، وأصبحت أسبوعية منذ سنة 1962، وتعتمد علي المواد المترجمة المأخوذة من سلسلة مجلات ميكي الأمريكية بتصريح خاص من مؤسسة والت ديزني، والمجلتان تصدران عن مؤسسة دار الهلال.

إن جانب مجلة "صندوق الدنيا" الشهري، وتصدر عن الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، ومجلة الشباب بمؤسسة الأهرام منذ سنة 1978، ومجلة المسلم الصغير، وتصدر شهرية ع جمعية الأسرة المسلمة ونادي المسلم الصغير منذ سنة 1983، ومجلة علاء الدين التي تصدر عن مؤسسة الأهرام، وملحق صبيان وبنات لجريدة أخبار اليوم الأسبوعية.

وفي السودان تصدر منذ سنة 1946 مجلة "الصبيان" عن وزارة التربية التعليم وهي نصف شهرية، وفي تونس تصدر مجلة "عرفان" وبدأت تصدر منذ سنة 1966 عن الحزب الاشتراكي الدستوري التونسي، ومجلة "شهلول" وتصدر شهرية منذ سنة 1984، وفي العام نفسه صدرت مجلة "قوس قزح" شهرية.

وتصدر في الجزائر صحيفة شهرية للأطفال بين العاشرة والرابعة عشرة باسم "امقيدش" منذ سنة 1969، وهي ذات صبغة عربية، وقصصها ورسومها جزائرية، غير أنها تعاني عدم الانتظام في الصدور، كما أن مجلات الأطفال التي تصدر في المغرب غير منتظمة وهي "أزهار" منذ سنة

1976، و"مناهل الأطفال" في العام نفسه، و"براعم" منذ سنة 1982، وفي ليبيا تصدر مجلة نصف شهرية باسم الأمل.

وتصدر في العراق عدة مجلات للأطفال منها: مجلة "مجلتي" وتصدر منذ سنة 1969 عن وزارة الثقافة والإعلام، وتوجه للأطفال من سن 9 إلى 12 سنة، ومجلة "المزمار" وتخطب المرحلة العمرية من 12 - 17 سنة، وتصدر عن الوزارة أيضاً.

وهناك مجلة "تموز" وهي ملحق لجريدة "الجمهورية" العراقية، وتصدر أسبوعية وتوزع مجاناً مع العدد اليومي المعتاد للجريدة.

أما في دولة الإمارات العربية المتحدة، فتصدر مجلة "ماجد" الأسبوعية عن مؤسسة الإمارات للإعلام منذ فبراير سنة 1979، وتتسم بالطابع العربي في المواد التي تتضمنها.

وكانت تصدر في السعودية مجلة "حسن" أسبوعية عن مؤسسة عكاظ للصحافة والنشر منذ سنة 1974، وتهتم بنشر القصص المصورة الكاملة المسلسلة، وبعضها من قصص القرآن الكريم، وكل شخصياتها ترتدي الزي العربي المعروف، غير أنها توقفت عن الصدور في أوائل الثمانينيات.

كما تصدر مجلة "باسم" الأسبوعية عن الشركة السعودية للأبحاث والتسويق المحدودة (محمد وهشام علي حافظ) منذ سنة 1987 .

وفي قطر تصدر مجلة "حمد وسحر" شهرية منذ سنة 1987 عن وزارة التربية والتعليم، ومجلة "مشاعل" شهرية منذ العام نفسه، وتصدر مجلة "الجوهرة" - وهي مجلة تعني أساساً بشئون المرأة - منذ سنة 1978 ملحقاً للأطفال بعنوان "زهرات وزهور".

وتصدر في الكويت مجلة "افتح يا سمس" شهرية عن المجموعة المتحدة للإنتاج بالاشتراك مع مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك في الخليج العربي منذ سنة 1980 و"العربي الصغير" شهرية كملحق لمجلة "العربي".

كما كانت دار "الرأي العام" الكويتية تصدر مجلة للأطفال أسبوعية منذ سنة 1969 باسم "سعد" ولكنها توقفت عن الصدور.

وفي سلطنة عمان تصدر مجلة "الأشرة ملحقاً للأطفال نصف شهري منذ سنة 1974 باسم "البراعم". وفي سوريا مجلة "أسامة" نصف شهرية، وفي الأردن جريدة "فارد" وهي جريدة يومية تصدر منذ سنة 1975 (وإن لم تتوافر لنا معلومات عن مدي استمراريتها في الصدور) ومجلة "سامر" أسبوعية تصدر منذ سنة 1977 .

كما كانت تصدر عن منظمة التحرير الفلسطينية مجلة "الأشبال الجديدة" شهرية منذ سنة 1985، وتصدر في تونس.

وفي بنان يصدر العديد من مجلات الأطفال، تعتمد علي المغامرات المصورة، وتصدر عن شركة المطبوعات المصورة التي تأسست سنة 1964 وهي "سوبر مان" أسبوعياً، و"طرزان" و"لولو الصغير" وتعتمد علي القصص المصورة المستوردة والمترجمة إلي العربية.

المعوقات التي تواجه صحافة الأطفال:

هناك مجموعة من المعوقات التي قد تقلل من فاعلية دور صحافة الأطفال في الواقع العربي والمصري، وهي:

أولاً:

المنافسة التي تواجهها وسائل الإعلام المطبوعة من جانب وسائل الإعلام الإلكتروني خاصة التليفزيون، بما يملكه من إمكانيات الصوت والصورة واللون والحركة، وكذلك من الوسائل الإعلامية التكنولوجية الجديدة، كالمبيوتر، والفيديو والانترنت بما تتيحه من التفاعلية وإمكانية الاختيار.

وقد تنبعت المجتمعات إلي خطورة تراجع إقبال الأطفال عن القراءة، وأهمية أن يتعود الطفل منذ الصغر علي القراءة حتي لا يكون منفصلاً عن حضارته وثقافته، وكذلك عن ثقافات المجتمعات الأخرى، والتطورات السريعة والمتلاحقة التي تقع في كل بقعة من العالم، من هنا كانت تجربة مصر في السعي نحو استعادة مكانة القراءة عند الأجيال الجديدة من أطفال مصر، والتي قادتها منذ عام 1991 السيدة سوزان مبارك في إطار مهرجان

"القراءة للجميع" والذي استهدف تنمية الشعور بأهمية القراءة، وتشجيع الأسرة علي تنمية عادة القراءة لدي أطفالها.

ويحمل المهرجان هذا العام (2001م) شعار "اقرأ لطفلك" إدراكاً بأن طفل ما قبل سن المدرسة، الي لم يتعلم القراءة بعد، يمكن أن تقرأ له أمه أو أبوه ويفهم يستوعب ما يقرأ عليه.

ثانياً:

يري البعض أن دور المجلات في تنشئة الطفل المصري والعربي مازال محدوداً قياساً لدور وسائل الاتصال الإلكتروني خاصة التلفزيون، للعديد من الأسباب أهمها:

1 – ارتفاع أسعار المجلات قياساً لإمكانيات الأطفال وأسرهم وقدراتهم الشرائية، وصعوبة السعر – في الوقت نفسه – نظراً لارتفاع تكلفة إنتاج المجلة، والذي تتطلبه عملية تحريرها وطباعتها وطباعة جيدة وبالألوان حتي يمكنها أن تجذب الطفل.

2 – الصعوبات الخاصة بتوزيع هذه المجلات، حيث كشفت البحوث – أيضاً – أن هناك مناطق محرومة كلية من هذه المجلات خاصة في الريف والمناطق النائية، إذ اتضح من بعض هذه البحوث أن الأطفال في بعض قري مصر وريفها – علي سبيل المثال – لا يقرأون أية مجلة للأطفال؛ لأنها لا تصل إليهم أصلاً.

ومن هنا أثيرت قضية أن تهتم الصحف العامة (الجرائد والمجلات) بتخصيص جزء ثبت للطفل. ويجدر أن نشير في هذا المجال إلي تجربة جديدة قامت بها مؤسسة "أخبار اليوم" وهي إحدي المؤسسات الصحفية الكبرى في مصر.

ثالثاً:

مازالت مجلات الأطفال التي تصدر حالياً في الدول العربية ومصر تعاني العديد من المشكلات، منها:

1 – قلة عدد المجالات التي تصدر للأطفال قياساً لعدد الأطفال أنفسهم، ورغم أن السنوات الأخيرة قد شهدت زيادة نسبية في عددها، إلا أن هذه الزيادة لا تتناسب مع التزايد المستمر في عدد الأطفال.

وتتعرض العديد من المحاولات لإصدار مجالات جديدة للطفل إلي التوقف نهائياً عن الصدور، بعد أن تعاني لفترات من عدم الانتظار في صدورها.

2 – مازالت مجالات الأطفال تركز – بشكل كبير نسبياً – علي استخدام القصص المسلسلة المصورة، أو ما يسمى الكوميك استريبس Comic Strips^(*)، خاصة وأن الأطفال يقبلون عليها بسهولة قراءتها واعتمادها علي الصور والرسوم والحركة والمغامرة، رغم الانتقادات التي توجه لها من جانب الباحثين والخبراء، حيث يتهمونها بأنها تفسد عادات الطفل القرآنية، وتعود علي القراءة السريعة العابرة لا القراءات الجادة.

3 – لا توجد مجالات متخصصة من حيث موضوعها كالصحف الرياضية إلي جانب القص الواضح، أو الندرة في المجالات ذات الطابع الديني، أو المجالات العلمية الموجهة للأطفال.

ونشير هنا – أيضاً – إلي أنه رغم ندرة مجالات الخيال العلمي في مصر – علي سبيل المثال – والحاجة إلي مزيد من الاهتمام بهذا النوع لما تحققه من تنشيط خيال الطفل، ومساعدته علي تنمية مهارات التفكير العلمي في حل المشكلات من خلال هؤه المجالات كشفت عن العديد من الملاحظات – التي قد تكون لها تأثير غير مرغوب فيها علي تنشئة الطفل – منها:

- تركيز هذه المجالات علي ازاحة الجنس البشري بواسطة جنس آخر مختلف.
- التأكيد علي سيطرة العقول الآلية علي الإنسان.
- الاتجاه نحو استعمار الكواكب الأخرى، والتوجه إلي عوالم أخرى غير عالمنا.
- استخدام الفضاء كساحة للتجسس.

وأشارت دراسة أخرى قامت بتحليل مجلة سمير إلي أن المجلة قدمت بعض الأخبار العلمية المترجمة، والموضوعات المتعلقة بالحاسبات الإلكترونية، إلي

^(*) يقصد بها شريط الصور المتتابعة التي تكون مع بعض الكلمات القليلة السريعة أو الحارارية قصة متكاملة ويكون كل رسم متتابع مشهداً كاملاً يصاحبه في الغالب مطبوع.

جانب قصص الخيال العلمي، كما استخدمت المسابقات – كشكل صحفي جذاب – في تقديم المعلومات العلمية لقراءها من الأطفال.

3 – تتعرض مجلات الأطفال العربية – في كثير من الأحيان – للمنافسة غير المتكافئة من جانب بعض مجلات الأطفال الأجنبية – خاصة الموجهة للأطفال في مرحلة المراهقة – التي انتشرت بشكل أكبر مع تزايد الاتجاه الخاص نحو تعليم الأطفال في مدارس اللغات، وفي ظل نمو ظاهرة العولمة في العقد الأخير من القرن العشرين.

4 – مازال أطفال ما قبل المدرسة، وكذلك الأطفال في مرحلة المراهقة (الانتقال من الطفولة إلى الشباب) يعانون ندرة المجلات الخاصة بهم، وإن تحسنت الصورة قليلاً – في السنوات الخمس الأخيرة – حيث بدأت تصدر بعض المجلات التي مرحلة المراهقة (مثل مجلة كلمتنا باللغة العربية).

5 – والمواد الصحفية المثيرة، ولا يتضح من خلال متابعتها وجود رؤية تربوية مدروسة لمخاطبة هذه المرحلة العمرية الحرجة بكل احتياجاتها ومتطلباتها خاصة مع انتشار التعليم الخاص والأجنبي.

6 – سيطرة وظيفة الترفيه والتسلية – غير المرتبطة غالباً بالواقع الاجتماعي والثقافي للمجتمع – علي ما تقدمه هذه المجلات – في أغلب الأحيان – وطغيانها علي غيرها من الوظائف التربوية والتنشيطية.

8 – عدم اهتمام معظم المجلات بإعلام الطفل بما يجري حوله من أحداث، أو ربطه بمشاكل مجتمعه وواقعه وضعف مساهمتها للتطورات العلمية أو التكنولوجية.

وقد حلت إحدى الدراسات مضمون مجلتي ميكي وسمير للتعرف علي ما تطرحه من مفاهيم سياسية، واتضح من هذه الدراسة أنها ركزت علي مفاهيم تعبر عن نظم سياسية انتهى زمانها، مثل الإمبراطوريات، أو تعبر عن النظم الملكية (ملك، أمير، أميرة).

9 – ندرة مشاركة الأطفال في تحرير مجلاتهم، والتعامل معهم كمتلقين سلبيين، وإن ظهرت بعض التجارب في بعض المجلات، سواء تلك الموجهة لمرحلة الطفولة المبكرة أو مرحلة المراهقة اتجهت لمزيد من مشاركة الأطفال كمندوبين لمجلاتهم، ومحررين لبعض موادها الصحفية.

وفي هذا الإطار – أيضاً – مازال الاهتمام محدوداً – في أغلب الأحيان – بالتعرف علي صدي ما يقدم للأطفال عندهم ومدى تقبله له وتفاعلهم معه لفهم كيف يفكر الأطفال.

10 – مازلنا نعاني نقصاً في المحررين المؤهلين والمدرسين تربوياً ونفسياً وفنياً للقيام بمهام تحرير مجلات الأطفال، والرسامين المتخصصين الخبراء بنفسية الطفل.

نحو صيغة لمجلة أطفال عربية:

هناك مجموعة من التحديات تواجه تطوير مجلات الأطفال – وإعلام الطفل بشكل عام – عينا أن نخطط لمواجهتها بشكل علمي معتمداً علي:

- 1 – تحديد خصائص الطفل الذي سنتعامل معه.
 - 2 – الاستفادة من نتائج البحوث العلمية الخاصة بالطفل.
 - 3 – الاستفادة من التربويين، وعلماء النفس والاجتماع.
 - 4 – التنسيق والتكامل مع كافة المؤسسات التربوية والتعليمية والثقافية.
 - 5 – التدقيق في اختيار الصحفيين الذين يتعاملون مع الطفل (محررين، كتاب، رسامين) وتدريبهم علي مهارات التعامل مع الطفل.
- ونطرح في هذا الصدد بعض الأولويات التي قد يكون من المفيد التركيز عليها في العقد القادم:

1 – البحث عن آليات وأشكال فنية جذابة ومشوقة قادرة علي حفز الأطفال علي المشاركة الإيجابية في الحياة العامة، وإتاحة الحرية للتعبير عن أفكارهم، وتنمية قدراتهم علي النقد والحكم، وإكسابهم العادات التي تبعدهم عن التعميم عن غير أساس علمي.

كذلك حفزهم علي التفكير، وتدريبهم علي الطرق الصحيحة والمنظمة، وإكسابهم القدرة علي التحليل والاستنتاج.

- 2 – الاهتمام بإعداد الطفل لاستيعاب العلم والتكنولوجيا، ومواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة في هذا المجال، والتعامل مع المتغيرات التي تطرحها.
- 3 – نشر الثقافة العلمية عند الأطفال من خلال الكتب العلمية المبسطة ودوائر المعارف وبرامج الأطفال ومجلاتهم وشرائط الفيديو والأسطوانات المدمجة CD .
- 4 – تدريب الأطفال من خلال وسائل الإعلام والمواد الإعلامية الموجهة لهم علي التعامل والتفاعل مع الكمبيوتر والإنترنت.
- 5 – زيادة عدد مجلات الأطفال، وإصدار مجلات جديدة تخاطب بعض فئات الأقال، التي لا تخاطبها المجلات الحالية، وخاصة أطفال ما قبل المدرسة (4 – 6 سنوات).
- ويقترح في هذا الصدد أن تدرس بعض الصحف اليومية الكبرى إصدار ملاحق خاصة للطفل تتوجه إليه مثلما فعلت أخبار اليوم، لا أن تكتفي بالحديث عنه، كما يحدث في أغلب الأحيان. لمواجهة مشكلة الإمكانيات الاقتصادية التي تحول دون شراء الأطفال لمجلاتهم.
- 6 – تربية الأطفال علي احترام الحق في الاختلاف، والتعدد، والتنوع، وتقبل الآخر، والتسامح مع الآخرين، واحترام قيم المشاركة، والحرية، والعدالة، والمساواة، وإكسابهم القيم الديمقراطية.
- 7 - توجيه مزيد من الاهتمام الكمي والنوعي بالإعلام الموجه للأطفال من ذوي الحاجات الخاصة بكل فئاتهم. فالأطفال الذين يعانون من إعاقة ذهنية أو بدنية في حاجة إلي الاهتمام بالمضمون المقدم لهم.
- 8 - إعطاء مزيد من اهتمام مجلات الأطفال لطفل القرية، الأطفال خارج القاهرة، والأطفال في المناطق العشوائية، وكذلك أطفال الشوارع.
- 9 - اهتمام مجلات الأطفال باستمرار الجهود الخاصة بتغيير النظرة التمييزية ضد الطفلة الأنثى في المعاملة، والوضع الاجتماعي، والغذاء التي تحظى به كماً وكيفاً، ورعايتها صحياً، وفي فرص التعليم المتاحة لها، ونوعه والمشاركة في اتخاذ القرار الأسري.
- 10 – حفز مجلات الأطفال علي تقديم روائع أدب الأطفال العالمي بصفة عامة، والمصري العربي علي وجه الخصوص، في شكل فني جذاب.

ملخص الفصل السابع

تناول هذا الفصل دور وسائل الاتصال، ومن بينها الصحف، في التأثير علي الأطفال، وعملية التنشئة الاجتماعية لهم، وذلك في ضوء تقسيم الطفولة البشرية إلي مراحل حب أعمارهم.

ويطرح الطفل الأدوار المتوقعة لوسائل الاتصال – ومن بينها الصحف – في تنشئة الطفل، والعوامل والمتغيرات التي تؤثر بشكل أو بآخر علي فاعلية دور الإعلام، ووسائله في هذه التنشئة.

ويعرض الفصل خصائص مجلات الأطفال، وأهداف هذه المجلات ووظائفها، كما تتناول الواقع الراهن لمجلات الأطفال في الدول العربية والمعوقات التي تواجهها.

وينتهي الفصل بطرح تصور لكيفية التخطيط العلمي لإصدار مجلة عربية للأطفال.

أسئلة وتطبيقات علي الفصل السابع

س1 – حدد المقصود بالمفاهيم التالية:

- صحافة الأطفال
- الكوميك استريپس Comic Strips .
- التنشئة الاجتماعية للطفل.
- مرحلة الطفولة.
- س2 – أكمل ما يلي:

- هناك وسائل عديدة تلعب دورها في تنشئة الطفل من بينهاو.....

- لمجلات الأطفال خصائص متعددة منها:و.....و.....

س3 – اكتب تقارير عملية واقعية حول الموضوعات التالية:

- واقع مجلات الأطفال في الدول العربية.
- متطلبات التخطيط لإصدار مجلة عربية للطفل.
- الأدوار المنوطة بمجلات الأطفال.
- حدود دور مجلات الأطفال في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل.

- س4 – نظراً لطبيعة مجلات الأطفال، فمن المهم مراعاة خصوصية ذلك عند تحرير هذه المجلات. ناقش هذه العبارة موضحاً ما يلي:
- العوامل التي ينبغي مراعاتها عند تحرير هذه المجلات.
 - الأشكال أو الفنون الصحفية التي تتميز بها هذه المجلات، والأشكال التي تشترك فيها مع الصحف الأخرى العامة والمتخصصة.
 - المعايير التي يمكن في ضوءها تقييم مدي فاعلية مجلات الأطفال.

أنشطة يقوم بها الدارس

- 1 – اختر إحدى مجلات الأطفال التي تصدر في مصر.
- 2 – تابع ما تنشره إحدى مجلات الأطفال في مصر – علي مدي شهر – من شرائط الصور المتتابعة Comic Strips ، وانقد هذه الشرائط من حيث الشكل، الموضوعات، القيم التي تطرحها، ملامح الشخصيات المحورية التي تركز عليها.
- 3 – ضع خطة لإصدار مجلة جديدة للطفل في مصر، محدد الأهداف، التبويب، الأشكال أو الفنون الصحفية المستخدمة، نوعية المحررين والرسامين، وكيفية اختبارهم وإعدادهم، شكل المجلة وأسلوب تحريرها وإخراجها وطباعتها.

الفصل الثامن

الصحافة البيئية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- 1 - يحدد مفهوم الوعي البيئي وأبعاده.
- 2 - يتعرف أهداف الإعلام البيئي ومهامه.
- 3 - يقيم التغطية الصحفية لقضايا البيئة.
- 4 - يخطط لتغطية صحفية أفضل للقضايا البيئية.

العناصر:

- 1/8 / مفهوم الوعي البيئي وأبعاده.
- 2/8 الاتجاهات البيئية الإيجابية.
- 3/8 أهداف الإعلام البيئي ومهامه.
- 4/8 الدراسات السابقة حول التغطية الصحفية لقضايا البيئة.
- 5/8 التغطية الصحفية الراهنة لقضايا البيئة
- 6/8 / نحو تغطية صحفية أفضل للقضايا البيئية.

الفصل الثامن الصحافة البيئية

الوعي البيئي:

إن الوعي العالمي بمشكلات البيئة، وإن ظهر متأخراً، إلا أنه نما بسرعة هائلة، بحيث أصبح الإنسان بعد مضي سنوات قلائل حريصاً علي دراسة تأثير أي نشاط يقوم به علي بيئته خاصة الطبيعية، وأخذ الضغط يتزايد من أجل إصدار قوانين تحمي البيئة، واتخاذ احتياطات واجراءات كفيلة بصيانة هذه البيئة من أخطار التدخل الزائد في توازنها الطبيعي.

وحماية البيئة لا يمكن أن تكون مسؤولية الأجهزة الحكومية، أو المؤسسات العاملة في مجالات صون البيئة وحدها، بل لابد من دعم الأفراد لهذه الجهود، ومؤازرة التنظيمات الجماهيرية، سواء الأحزاب السياسية، أو النقابات، أو النوادي الرياضية والاجتماعية، أو الجمعيات الأهلية.

والتشريعات والقوانين الخاصة بحماية البيئة لا تكفي إلا إذا شعر كل مواطن في حياته اليومية بأهمية العمل علي الحفاظ علي بيئته.

ولا يمكن أن يتكون هذا الشعور بدون المعارف البيئية الصحيحة، فإذا كان دور كل فرد حماية نفسه من الضرر الذي يحدثه تدهور البيئة وتلوثها، وحماية البيئة من التدهور، فإن تحقيق إيجابية الفرد في هذا المجال يتطلب ما يلي:

1 - أن يكون الفرد واعياً بالعلاقات البيئية وتفاعلاتها، وأثر عوامل التدهور البيئي علي صحة الإنسان، وجهود التنمية المتواصلة، فالوعي يحفز الفرد علي أداء دوره، ويدفعه إلي المشاركة الإيجابية مع الآخرين في العمل المشترك علي صون البيئة.

2 - أن يكون العمل مبنياً علي الوعي والإدراك القائم علي المعرفة، وهذا يحتاج إلي تثقيف وتدريب وتعليم، ومن هنا يبرز دور وسائل الاتصال باعتبارها مكوناً مهماً في منظومة التعليم والتثقيف والتدريب المستمر.

ووسائل الاتصال يمكنها أن تتيح الإمكانيات لربط المواطنين بما يستجد من المعارف، وما يتجدد من الوسائل والطرق والتكنولوجيا التي تعين الإنسان علي تجنب أضرار البيئة وتدهورها.

كما أن لهذه الوسائل القدرة علي عرض هذه المعارف والمعلومات والتعريف بالتقنيات التي تستخدم لحماية البيئة بأسلوب مبسط وجذاب، ويمكنها أن تنمي

الشعور بحوافز العمل الإيجابي في هذا المجال، وتزود الأفراد بالمفاهيم والمهارات قيم البيئية التي تساعدهم علي مواجهة المواقف البيئية بكفاءة وترشيد سلوكهم البيئي.

مفهوم الوعي البيئي وأبعاده:

لما كانت التجارب والخبرات قد أكدت علي أهمية أن تقوم وسائل الإعلام، ومن بينها الصحف، بنشر الوعي البيئي حتي يصبح الحفاظ علي البيئة حاجة من حاجات الحياة اليومية؛ لأنه بغير هذا الوعي يظل هدف حماية البيئة مجرد شعار يصعب تطبيقه، ومن العسير مراقبته - فإن المقصود بالوعي البيئي إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة، وهو - أيضاً - مساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد علي اكتساب وعي بالبيئة ومشكلاتها، وهو إدراك قائم علي المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها.

وهدف الوعي البيئي أن يصبح المواطن العادي ملماً بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة، ومدي تأثر كل منها بالآخر، ومدي تأثير الإنسان عليها وتأثيره بها. والوعي البيئي غداً مطلباً أساسياً لكل مواطن يعيش في هذا العصر ليصبح قادراً علي مواجهة تحديات ومشاكل البيئة.

وفي هذا الإطار تتحدد جوانب هذا الوعي وأبعاده فيما يلي:

1 - تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشاكل البيئية وخطورتها، ومد المواطنين بكافة المعلومات التي تساهم في المحافظة علي سلامة المحيط البيئي الذي يعيشون فيه.

2 - غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة البيئة، مما يواجهها من مشكلات وما يتهدها من أخطار، من خلال التغلغل إلي جذور العلل الحقيقية في أسلوب حياة كل فرد.

3 - تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، والاتجاه البيئي هو الموقف الذي يتخذه الفرد إزاء بيته من حيث استشعاره لمشكلاتها، أو عدم استشعاره، واستعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات، وتطوير ظروف البيئة علي نحو أفضل، أو عدم استعداده، وكذلك موقفه من استغلال الموارد الطبيعية في هذه البيئة استغلالاً راشداً كان أم جائراً.

ومن أهم الاتجاهات البيئية الإيجابية:

-الاتجاه نحو الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية.

- الاتجاه المضاد تولت تلويث البيئة (الهواء - الماء - الغذاء).
 - الاتجاه المضاد نحو استنزاف الموارد الطبيعية وانحسارها) الثروة النباتية والحيوانية - تجريف الأرض الزراعية - انحسار الرقعة الزراعية).
 - الاتجاه المضاد نحو الإصابة بالأمراض المتوطنة.
 - الاتجاه نحو حماية البيئة) - من التلوث، من الاستنزاف، حماية بعض مكونات البيئة من الانحسار، حماية البيئة من خلال بمقومات التوازن الطبيعي فيها).
 - 4 - ترشيد سلوك الإنسان الخاص بحماية البيئة ورعايتها بفهم ووعي، ودفعه إلى المشاركة الإيجابية بتبني سلوكيات معينة تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة، وتحمل مسؤولياته في الحفاظ عليها.
- أهداف في الإعلامي البيئي ومهامه:**

- 1 - تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة، والمشاركة بفاعلية في حل المشكلات البيئية، وطرح البدائل الملائمة في هذا الصدد.
- 2 - متابعة مظاهر الإضرار بالبيئة والإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف أو تقليل هذه المظاهر.
- 3 - نقد كافة الإجراءات والقرارات التي قد تتخذ، ومن شأنها الإضرار بالبيئة.
- 4 - مراعاة البعد البيئي في تغطية كافة وسائل الاتصال الجماهيري لكافة الأنشطة المجتمعية.
- 5 - تبني أساليب إعلامية جديدة لتغطية القضايا البيئية.
- 6 - تبني رؤية تستند إلى الاحساب بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والسلطات الرسمية، انطلاقاً من أن البيئة تراث طبيعي واجتماعي وثقافي مشترك، ولا بد من العمل على تحقيق التوازن بين البيئة والإنسان، ومراعاة الحقوق البيئية للأجيال القادمة.
- 7 - تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة في معالجة قضايا البيئة، ومن ذلك النظر لقضايا البيئة على أنها تعني مظاهر التلوث ومصادره فقط دون الحفاظ على مواردها، وكذلك مقولة أن التنمية تؤدي بطبيعتها إلى إهدار المصادر البيئية، أو تلوث البيئة، فمن المهم الربط بين البيئة والتنمية، إذ إن تنمية البيئة وتطويرها وتحسينها تتيح الفرصة لحياة أفضل للأجيال الحاضرة والمستقبلية.
- ولا بد من التأكيد على التفاعل بين المجتمع والبيئة، واستخدام أنماط بديلة للحياة،

تتسق مع متطلبات البيئة والحفاظ عليها بهدف ترشيد استهلاك الموارد، وضمان استمرارية إنتاج البيئة، وكلها أمور، وكلها أمور تؤدي إيدي دعم العمليات التنموية في المجتمع.

وتجدر الإشارة إلي أن العديد من مظاهر الإهدار للبيئة العربية يرجع أساساً إلي الفقر والتخلف، كالرعي والصيد الجائرين، والإسراف في استخدام المياه العذبة، وتبوير الأراضي الزراعية، وتجريف التربة، والإهمال في النظافة، والزيادة السكانية العشوائية، وغير ذلك كثير.

غير أن العديد من البحوث والدراسات قد كشفت عن أن وسائل الاتصال الجماهيري ومن بينها الصحف لم تتفاعل - حتي الآن - وبالقدر الكافي في هذا المفهوم الدقيق للوعي البيئي.

ومن هذه الدراسات دراسة حول الإعلام البيئي أشارت إلي وجود قصور كبير في الأداء الإعلامي إزاء معالجة قضايا البيئة - سواء من ناحية قلة الرسائل، أو المساحة المخصصة للموضوعات البيئية، أو انعدام الدقة في المعلومات وعدم استمراريتها، وأن من أهم أسباب ذلك:

حادثة الاهتمام بقضية الإعلام البيئي، وقلة خبرة القائمين علي برامج الإعلامي البيئي، وقلة المصادر البيئية، وبُعد المعالجة عن الطابع المحلي، مما أفقدها الارتباط باهتمام الجماهير.

وأشارت دراسة أخرى إلي أن دور الإعلام في مواجهة مشاكل البيئة يتمثل في ثالث مهام، هي: التنوير بتقديم المعلومات التي تساعد علي اتخاذ القرار، والحفز علي التغيير إلي الأفضل، وخلق الطموحات المشروعة والممكنة دون مبالغة، والدعوة للمشاركة بتغيير السلوك، وتعزيز المشاركة الشعبية بعرض الخطط المتعلقة بالسياسة البيئية علي الجماهير عن طريق وسائل الإعلام بأسلوب مبسط، وبلغة يفهمها عامة الناس.

وفي دراسة أخرى، أشار الباحث إلي ضرورة تطوير معالجة وسائل الإعلام لقضايا البيئة، وأن هذا لا يعني مجرد الإكثار من المقالات أو البرامج، وإنما يقتضي التركيز واتباع الأساليب الجيدة التي توصل المعلومة والرسالة إلي الجمهور.

وأشار هذا الباحث - أيضاً - إلي أن الرؤية الخاطئة لمفهوم البيئة أثرت بشكل كبير علي معالجة وسائل الإعلام، حيث ساد الاعتقاد أن البيئة هي البيئة الطبيعية

فقط دون الاهتمام بالبعد الاجتماعي في القضايا البيئية، مما أثر علي طبيعة المعالجات، وجعلها تتسم بالجمود والجفاف، والنظرة العلمية الضيقة. وركزت دراسة أخرى علي مجموعة من المتغيرات يجب دراستها عند استخدام وسائل الإعلام في الإقناع بقضايا البيئة، هي: تحديد الهدف من وراء المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة، تحديد جماعات الجمهور المستهدف وفئاته، اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للجمهور وتأهيل القائم بالاتصال، توفير المعلومات حول القضايا البيئية، الاعتماد علي استراتيجيات التكرار والإلحاح الإعلامي مع تجنب التشبع.

وعن مراحل دور وسائل الإعلام في إثارة اهتمام الجماهير بالقضايا البيئية، ذكرت إحدى الدراسات أنها أربع مراحل: مرحلة ما قبل تفجر المشكلة البيئية، مرحلة اكتشاف المشكلة والتحمس لها، مرحلة الوعي بتكلفة حل المشكلة، مرحلة تضائل الاهتمام تماماً أو تدريجياً بالقضية.

ومن مقومات نجاح الإعلامي البيئي - كما أوضحت دراسة أخرى - الاعتماد علي المداخل الإقناعية في إطار خطط علمية متكاملة، وتوفير الإمكانيات المادية والفنية اللازمة لتبني الأنماط السلوكية الجديدة، وتغيير الأنشطة الضارة بالبيئة، وتقديم النماذج الرائدة والقذوة الطيبة من جانب القيادات المسؤولة في التصدي لعمليات الإفساد البيئي.

الدراسات السابقة حول التغطية الصحفية لقضايا البيئة:

كما أجريت العديد من البحوث والدراسات حول التغطية الصحفية للقضايا البيئية في الدول المتقدمة والنامية، وفي مصر.

فقد كشفت دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية حول حجم اهتمام صحيفة النيويورك تايمز بالموضوعات البيئية أن عدد هذه الموضوعات ارتفع من 200 موضع سنة 1960 إلي 1600 موضوع سنة 1970، ثم عاد للانخفاض إلي 700 موضوع سنة 1978، ثم ارتفع سنة 1979 إلي أكثر من 1000 موضوع نتيجة لأحداث ثري مايلز ايلاند.

كما أجريت دراسة سنة 1984 في كندا، ظهر منها أن معظم التغطية الإعلامية لشئون البيئة في الإعلام الكندي تتعلق بأحداث البيئة الأجنبية.

وكانت استطلاعات الرأي، التي أجريت في نهاية الستينيات والسبعينيات، قد أظهرت أن هناك تركيزاً علي قضايا بيئية محلية محددة، مثل تلوث الهواء أو

المياه، في حين اتسعت نتائج هذه الاستطلاعات التي أجريت خلال حقبة الثمانينيات لتشمل القضايا البيئية الوطنية والإقليمية والعالمية، إلى جانب القضايا المتعلقة بالأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسات البيئية والتنمية ونوعية الحياة.

وظهر من بحث آخر، قام بتحليل ما نشر وأذيع في الولايات المتحدة عقب حادث بويل في الهند سنة 1984، أن معظم ما ذكر كان عن الحادث نفسه دون أي تعليق علمي، أو مناقشة العوامل الاجتماعية والاقتصادية، التي أدت إلى نقل هذه التكنولوجيا إلى الهند.

وأوضحت دراسة أجريت في الولايات المتحدة سنة 1987 أن الكثيرين من محوري القضايا البيئية ليس لديهم الحساسية أو الاهتمام الكافي بقضايا البيئة، ومعظمهم ذوو خبرة محدودة، ومن ثم يواجهون مشاكل متعددة في عرض الموضوعات البيئية، وأغلبها موضوعات علمية تتطلب مهارات خاصة وخبرة واسعة. وأنهم يعتمدون كلية وبدون تمحيص على آراء بعض الخبراء، وعلى ما تمدهم به المؤسسات المعنية من موضوعات، مما يؤدي في حالات كثيرة إلى عدم عرض الأمور في إطارها السليم، ويؤدي هذا إلى فقدانهم للمصداقية عند تصديقهم لهذه القضايا.

ففي استطلاع للرأي أجري في الولايات المتحدة في العام نفسه، ظهر أن 55% من أفراد الجمهور الذين طبق عليهم الاستطلاع - يعتبرون أن العاملين في وسائل الإعلام يقولون الحقيقة عن الموضوعات البيئية، في حين ذكر 81% منهم أنهم يشعرون أن وسائل الإعلام تميل إلى الإثارة في معالجة هذه القضايا.

وبينت دراسة أخرى أجريت - أيضاً - في الولايات المتحدة أن نسبة كبيرة من الجمهور يرون أن الصحف اليومية والتلفزيون هما أهم مصادر المعلومات البيئية. وإن كان هناك تفضيل للصحف عن التلفزيون في هذا المجال.

وفي دراسة أخرى أجريت في إنجلترا وجد أن 33% يثقون فيما يقدم عن البيئة في الصحف والمجلات الأسبوعية.

وأجريت دراسة في الهند سنة 1979، ظهر منها أن عدد الموضوعات البيئية في بعض الصحف الهندية التي تم تحليلها لم يتجاوز 1200 غالبيتها أخبار عن موضوعات بيئية خارجية، ولم تتعد نسبة الموضوعات التي عالجت مشكلات بيئية داخلية أكثر من 10%، كان معظمها عن تأثير التلوث على آثار تاج محل التاريخية، وعن مشروعات لبناء سد كبير في أحد الوديان.

وفي مصر، لم تتجاوز نسبة تغطية شئون البيئة في الفترة من سنة 1970 حتي سنة 1985 في كل من صحيفتي الأهرام والأخبار ما بين ٥٠٠٪ إلى ٢٠٪ من إجمالي كل مساحتهما خلال كل عام، وبلغت ذروة التغطية عند مناقشة قضية المفاعلات النووية في مصر، وموضوع الصرف الصحي، وأكدت إحدى الدراسات التي أجريت أن أغلب مواد البيئة التي تنشر في الصحف المصرية تعالج من خلال الخبر الذي يمثل ٩٥١٪ من إجمالي الأشكال الصحفية التي عولجت من خلالها موضوعات البيئة وقضاياها، وأنه كان هناك تركيز علي مشكلة التلوث بكافة أنواعه.

وتجدر الإشارة إلي أنه أصبح في مصر مساحات ثابتة أسبوعياً لموضوعات البيئة في الصحف القومية اليومية واسعة الانتشار، وهي صحف «الأهرام» و «الأخبار» والجمهورية.

ملاحظات علمية حول التغطية الصحفية لقضايا البيئة:

أولاً: أن الحديث عن البيئة ومشكلاتها وقضاياها في وسائل الإعلام الجماهيري العربية، ومن بينها الصحف، ظل مهماً لفترة طويلة، وأن الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر حديثاً نسبياً، وأن تناول هذه القضايا محدوداً لفترة طويلة، وتمثل في جهود فردية مشتتة، وبمبادرات ذاتية من بعض الإعلاميين، الذين أدركوا مبكراً خطورة الوضع وتأثيره علي حياتنا وحاضرنا ومستقبلنا.

ثانياً: أن معظم الاهتمام في معالجة قضايا البيئة تركز حول موضوع التلوث بأنواعه، رغم أن التلوث قضية واحدة نشأت من التدخل غير الرشيد للإنسان في النظم البيئية المختلفة مشغلاً التكنولوجيا بأنواعه، فضلاً عما نتج عن هذا التدخل من إهدار للموارد البيئية، مثل تجريف التربة، والصيد الجائر للحيوانات والأسماك الذي يؤدي إلي تدهورها وتعرضها للانقراض.

ثالثاً: مناقشة البيئة بشكل جزئي فردي منفصل، لا يتسم بالاستمرارية والمتابعة والتقويم، وأن الحقائق عن المشكلات البيئية تقدم مبتورة أو غير كاملة أو غير دقيقة، ونادراً ما تحدث متابعة أو تغطية لأسباب ما حدث من الناحية العلمية، مما يترك الجماهير دون إحاطة علمية واضحة.

وبناءً علي الملاحظات السابقة، نستطيع أن نجمل نمطين أو نموذجين أساسيين في أسلوب التغطية الصحفية لقضايا البيئة.

النموذج الأول:

يمثل التغطيات الصحفية التي تركز علي المتابعة الإخبارية، والتغطية الصحفية المبتورة التي تفصل الحدث عن أسبابه ونتائجه، وتركز عليه لذاته، ويقل في هذا النموذج الاهتمام بالتحقيقات الميدانية الموثقة عن البيئة، مما لا يساعد الجمهور القارئ علي تكوين موقف متكامل حول أي قضية، أو حدث بيئي تسنده المعرفة العلمية والآراء المختلفة، والاعتماد بشكل غالب علي المصادر الرسمية، والاهتمام بالقضايا البيئية العالمية علي حساب القضايا البيئية المحلية.

النموذج الثاني:

يتمثل في النظرة المتكاملة لقضايا البيئة في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى، وتتسم المعالجة في هذا النموذج بالاستمرارية والشمول والمتابعة المستمرة، وعدم الاقتصار علي تغطية الأزمات والنكبات البيئية، وإبراز علاقة التأثير والتأثر بين مشكلات البيئة، والمشكلات الحياتية للجماهير، ومدى تأثير ذلك سلباً أو إيجاباً علي مستوي ونوعية الحياة، ويهتم - أيضاً - بالإكثار من نشر التجارب البيئية الناجحة.

نحو تغطية صحفية أفضل للقضايا البيئية:

أولاً - الفئات أو القطاعات التي من المهم أن تتوجه إليها التغطية الصحفية: تستهدف التغطية الصحفية لقضايا البيئة العديد من الفئات أو القطاعات، وتختلف بالطبع الأهداف التي من أجلها نوجه الرسائل الصحفية بالنسبة لكل فئة، كما يختلف الأسلوب وأساليب الاستمالية والإقناع.

وأهم هذه الفئات:

1 - صانعو القرار ومتخذوه من التشريعيين والتنفيذيين، إذ إن هذه الفئة هي المنوط بها إصدار التشريعات والقوانين واتخاذ القرارات والاجراءات الكفيلة بالحد من مظاهر التدهور البيئي، والهدف هو العمل علي زيادة احتمال تبنيهم لسياسة بيئية سليمة.

2 - قادة الرأي في المجتمع من أساتذة الجامعات والمفكرين وعلماء الدين وأعضاء الأحزاب والنقابات، وذلك لإقناعهم وحثهم علي بذل الجهود للضغط علي صانعي القرار في اتجاه إصدار تشريعات أو قوانين مؤازرة.

ثانياً - القضايا البيئية ذات الأولوية والتي من المهم التركيز عليها في المعالجة الصحفية:

هناك العديد من هذه القضايا، غير أن ترتيب أولوياتها يختلف بالطبع من دولة

لأخري، ومن فترة أو مرحلة إلى فترة أو مرحلة أخري، ومن صحيفة لأخري، حسب الظروف الموضوعية التي يراها القائمون علي التغطية الصحفية لقضايا البيئة.

ويمكن إجمال هذه القضايا تحت الفئات الرئيسية التالية:

- 1 - الحفاظ علي البيئة وصيانة مواردها.
- 2 - حماية البيئة من التلوث، مع ضرورة تناولها بشكل صحيح باعتبارها نشأت عن التدخل غير الرشيد للإنسان في النظم البيئية المختلفة مستغلاً التكنولوجيا.
- 3 - الربط بين البيئة والتنمية في إطار استراتيجية التنمية المتواصلة.
- و علي هذا يمكن القول إن هناك الكثير من القضايا البيئية منها:
 - 1 - التوازن بين السكان والموارد.
 - 2 - مشاكل الجوع والعطش علي مستوي العالم.
 - 3 - الإدارة البيئية السليمة.
 - 4 - حماية وترشيد استخدام موارد الأرض، ومكافحة التصحر والجفاف، والاستخدام المجحف للغابات.

ثالثاً - المتطلبات والاحتياجات البشرية والفنية اللازمة لتغطية صحية أفضل لقضايا البيئة:

- 1- تأهيل مجموعة من المحررين الكفاء للتخصص في تغطية البيئة وتدريبهم، ويراعي في ذلك:
 - أن يكونوا من المهتمين بقضايا البيئة المتفهمين لأبعادها، والذين يعتبرون هذا العمل رسالة وقضية يؤمنون بها، وليس مجرد مهمة صحفية، يجب أن يؤديها.
 - أن يكون لديهم الوضوح المعرفي بقضايا البيئة ومشكلاتها التي يتصدي المحرر لمعالجتها.
 - التزود بتقنيات الفن الصحفي ومهاراته.

- 2 - توفير كل المعلومات والحقائق المتصلة بالبيئة ووتوصيلها إلي المواطنين علي اختلاف مستوياتهم الثقافية بشكل جذاب وواضح.
- 3 - الاعتماد علي مصادر لها مكانتها، أو تتمتع بخبرة طويلة، واحترام بين المواطنين، وتنويع هذه المصادر.

رابعاً - المعايير والأساليب الفنية التي يقترح استخدامها لتغطية شؤون البيئة وتحريرها في الصحف:

- 1 - أن تتسم هذه المعالجات بالاستمرارية في إطار استراتيجية لحماية البيئة، يحدد وسائل الاتصال الجماهيري ومن بينها الصحف العامة والمتخصصة.
- 2 - الشمول والتكامل في المعالجات الخاصة بالبيئة في إطار ارتباطها بالسياسات التنموية بعيداً عن المعالجات الجزئية أو الهاشمية أو المبتورة وغير الكاملة لمشكلات البيئة، أو تناولها بمعزل عن سياقها المجتمعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي،
- 3 عدم الاكتفاء بالتغطيات الإخبارية غير المفسرة، أو غير المحللة لقضايا البيئة ومشكلاتها، وتوجيه مزيد من الجهد والعناية للتغطيات التفسيرية المتعمقة لهذه القضايا، وكذلك التغطية الاستقصائية.

ملخص الفصل الثامن

يعرض هذا الفصل تطور الوعي العالمي بمشكلات البيئة، ودور وسائل الاتصال في تنمية الوعي، كما يتناول مفهوم الوعي البيئي وأبعاده من حيث:

١ - تيسير المعرفة البيئية.

٢ - غرس القيم البيئية.

٣ - تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

٤ - ترشيد سلوك الإنسان الخاص بحماية البيئة.

ويتناول الفصل - أيضاً - أهداف الإعلام البيئي ومهامه.

ويقدم الفصل ملاحظات علمية حول التغطية الصحفية لقضايا البيئة، وينتهي بطرح تصور لأسس علمية لخطة تغطية صحفية أفضل لقضايا البيئة تتضمن: الفئات التي تتوجه إليها، القضايا ذات الأولوية في المعالجة الصحفية، المتطلبات والاحتياجات البشرية والفنية، المعايير والأساليب الفنية المقترح استخدامها.

أسئلة وتطبيقات علي الفصل الثامن

س ١ - وضح العلاقة العلمية بين الأمور التالية:

* كثرة استخدام الأشكال الإخبارية للتغطية الصحفية لقضايا البيئة، ومناقشة هذه القضايا بشكل جزئي فردي منفصل.

* الصحفي المتخصص في شئون البيئة ومصادر المادة الصحفية الخاصة بالبيئة.

* الاتجاه البيئي ووسائل الإعلام ومن بينها الصحف.

* البيئة والتنمية والإعلام البيئي.

س ٢ - قارن بين ما يلي مدعماً بأمثلة تطبيقية:

نموذج التغطية الصحفية لقضايا البيئة الذي يركز علي المتابعة الإخبارية . والنموذج المتكامل للتغطية الصحفية لقضايا البيئة.

* الأشكال الإخبارية والأشكال الاستقصائية التي تستخدم في تغطية قضايا البيئة.

* الوعي البيئي والإعلام البيئي.

* المعرفة البيئية والسلوك البيئي.

س ٣ - أكمل:

* من أهداف الإعلام البيئي.

الفصل التاسع

الصحافة الجامعية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- 1 - يميز بين مفهوم الصحافة الجامعية وبعض أنواع الصحف المتخصصة المتداخلة معها في السمات والوظائف.
- 2 - يحدد سمات الصحف الجامعية ووظائفها.
- 3 - يقارن بين مفهومي تحرير الصحف الجامعية.
- 4 - يحلل العوامل المؤثرة في تحرير الصحف الجامعية.
- 5 - يقيم الصحف الجامعية سياسة ومحتوي وتحريراً وإخراجاً.
- 6 - يخطط بأسلوب علمي لإصدار صحيفة جامعية.

العناصر:

- 1 - مفهوم الصحف الجامعية.
- 2 - سمات الصحف الجامعية.
- 3 - وظائف الصحف الجامعية.
- 4 - تحرير الصحف الجامعية.
- 5 - العوامل المؤثر في تحرير الصحف الجامعية.
- 6 - الجوانب الفنية لتحرير الصحف الجامعية.
- 7 - أشكال التحرير الصحفي للصحف الجامعية
- 7 8 - تجربة جريدة "صوت الجامعة" كصحيفة جامعية.
- 8 - تصورات لتطوير الصحف العالمية.

الفصل التاسع

الصحف الجامعية

مقدمة:

تعتبر الصحف الجمعية من وسائل الاتصال التي تهتم بجماعات محلية (*) معينة لتحقيق أهداف معينة، وهناك اتجاه متنام نحو تشجيع هذا النوع من الصحف الذي من المفترض أن يضع مشكلات هذه الجماعات واحتياجاتها في بؤرة اهتمامه، ويعبر عن آمالها وطموحاتها، ويتيح لأفرادها مزيداً من المشاركة في الشؤون العامة، كما أنها تعتبر وسيلة لدعم الديمقراطية، خاة وأن وسائل الاتصال الجماهيري قد لا تستطيع تغطية النشاطات الخاصة بهذه المجتمعات الصغيرة بشكل كاف.

مفهوم الصحف الجامعية:

هناك عدة أنواع من الصحف تتداخل بعض وظائفها وسماتها وخصائصها مع مفهوم الصحف الجامعية ووظائفها وخصائصها.

والصحف الطلابية هي ذلك النوع من الصحف التي تصدرها الهيئات، أو المنظمات الطلابية، أو المدرس، أو الجامعات، ويقوم الطالب بتحريرها وإنتاجها، فيجمعون الأخبار، ويعدون التحقيقات والموضوعات الصحفية، ويكتبون مقالات الرأي، لينشروا كل ذلك في صحيفة تصدر عن المجتمع الطلابي.

وهناك نوع آخر من الصحف الطلابية يمكن اعتبارها صحفاً طلابية عامة، وهي نوع من الصحف المتخصصة، تصدرها دور النشر أو المؤسسات الصحفية العامة بغرض توجيهه إلى الجمهور.

وهناك – أيضاً – أبواب ومواد الشؤون الطلابية في الصحف العامة ونعني بها التغطية الصحفية لأي نشاط طلابي في الصحف العامة (جرائد أو مجلات)، وقد تكون في شكل أخبار، أو تحقيقات، أو أحاديث صحفية، أو صور، أو تعليقات وتتناول أنشطة المدارس والجمعات.

(*) يقصد بالجماعة الصغيرة تجمع عدة مجموعات بشرية في نطاق جغرافي معين، وإن اختلف أعضاؤها من حيث الطبقات الاجتماعية التي ينتمون إليها وأوضاعهم الاقتصادية، كما يختلفون في انتماءاتهم السياسية والاجتماعية وفي نظرتهم العامة وآرائهم.

أما الصحف المدرسية فهي شكل أضيق من أشكال الصحافة الطلابية، يتحدد جمهورها في طلاب المدارس فقط.

والصحف الجامعية هي صحافة تتوجه للمجتمع الجامعي، الذي يمثل الطلاب القطاع الأكبر منه، غير أنها تهتم أيضاً، بدرجة أو بأخرى – بالقطاعات الأخرى التي تنتمي إلى هذا المجتمع الجامعي، وهم الأساتذة والعاملون بالجامعات، وتسعى للتركيز على العلاقات التفاعلية بين أعضاء هذا المجتمع من جهة، وبينهم وبين المجتمع الخارجي من جهة أخرى.

سمت الصحف الجامعية:

1 – أنها وسيلة اتصال مطبوعة، ومن ثم يتحقق لها كل خصائص الوسائل المطبوعة من حيث إمكانية التحكم في ظروف التعرض، وقراءة الرسالة أكثر من مرة.

2 – أنها تحرر بواسطة الطلاب أنفسهم، ومن ثم بمعظم محرريها ليسوا محترفين، بل تعد عملية إصدار هذه الصحف إحدى صور النشاط الطلابي داخل الجامعات، وإن كان هذا لا ينفي إمكانية أن يعمل بها عدد قليل من الصحفيين المحترفين الذي يتولون بعض المهام الإدارية أو التحريرية التي تحتاج لخبرة قد لا تتوفر للطلاب.

3 – هناك درجة من التوجيه للصحف الجامعية من خلال إدارة الكلية أو الجامعة التي تصدر عنها، وهذا التوجيه غالباً ما يواجه بالمقاومة والرفض من الطلاب الذين يعتقدون أن الصحف الجامعية يجب أن تكون بلا قيود.

وظائف الصحف الجامعية:

1 – إحاطة جمهورها علماً بالأخبار الصحيحة والدقيقة والمعلومات الصادقة عن مجتمعها الجامعي، والمجتمع المحلي الذين يقعون في دائرته، ووطنهم والعالم، مما يساعد في تكوين آراء أو اتجاهات أو مواقف إزاء الأحداث الراهنة، غير أنها لا يجب أن تكتفي بمجرد الإعلام أو الإخبار.

2 – عرض القضايا الجامعية، خاصة تلك التي يري الطلاب أنها لات تحظى بالاهتمام الواجب أو العرض الشامل المتوازن من جانب الصحف العامة أو وسائل الإعلام الأخرى.

3 – أن تكون منبراً فكرياً يتاح من خلاله لأعضاء المجتمع الجامعي التعبير عن أفكارهم وآراؤهم واتجاهاتهم، والتي لا يجدون متنفساً لها من خلال وسائل الإعلام العامة.

4 – تكوين صورة صادقة عن الجامعة وأنشطتها التعليمية والبحثية وجهودها في خدمة المجتمع، بهدف تكوين صورة ذهنية طيبة عن الجامعة أو الكلية التي تصدر عنها الصحيفة.

5 – تدريب أعضاء المجتمع المحلي وخاصة الطلاب علي تحمل المسؤولية، واتخاذ القرارات، والاندماج في مجتمعهم علي اختلاف دوائره.

6 – تقديم الخدمات المختلفة لجمهورها بما يحقق لهم الفائدة المباشرة، والمنفعة الشخصية في حياتهم.

7 – إتاحة الفرصة لنشر إبداعات الطلاب المختلفة الأدبية والفنية.

8 – أن يكون وسيلة للتدريب الصحفي للكوادر الصحفية التي تستعد للخروج إلي العمل في هذا المجال.

9 – التسلية والترفيه.

تحرير الصحف الجامعية:

هناك مفهومان للتحرير الصحفي:

الأول: ينظر لعملية التحرير الصحفي كعملية اتصال جماهيري Process متكاملة الأطراف ومستمرة، يقوم فيها القائم بالاتصال (وهو هنا الجهاز التحريري) بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة – (مضمون صحفي معين سياسي أو اقتصادي أو رياضي إلخ).

الثاني: يركز علي التحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة؛ أي أنه العملية اليومية أو الأسبوعية، أو حسب دورية الإصدار التي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية، أو المعالجة لمضمن المادة الصحفية.

ونفضل هنا المفهوم الأول والأشمل لعملية التحرير الصحفي كعملية اتصال متكاملة الأطراف والأبعاد في ضوء إدراكنا أن هذه العملية لا تتم بمعزل عن العوامل الأخرى المتصلة بالعمل الصحفي والنظام الاتصالي في المجتمع ككل.

العوامل التي تؤثر في تحرير الصحف الجامعية:

- 1 – السياسية التحرير للصحيفة. ونعني بها مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون.
- 2 – الجوانب الاقتصادية والإدارية. وترتبط بنمط ملكية الصحف الجامعية التي تكون مملوكة غالباً للجهة التي تصدرها (الجامعة أو الكلية)، ويرى البعض أن هذا يؤثر علي سياسة تحريرها.
- 3 – تكنولوجيا الصحافة: وهي تلعب دوراً مهماً في عملية إصدار الصحف عامة، وتؤثر علي درجة نجاحها التحرير، وتزداد أهمية ذلك خاصة ما تشهده الصحافة الآن من تطور تكنولوجي ضخم.
- 4 – الجهاز التحرير للصحفية الجامعية: ويشمل الجهاز التحريري، التحرير ومساعديه ورؤساء الأقسام والمحريين والمندوبين والسكرتيرة المركزية والفنية ومهمة الجهاز التحريري هي جمع وإعداد كل صحيفة تطبع في الصحيفة.
- 5 – جمهور الصحيفة الجامعية: من المهم لأي صحيفة أن تفهم وتحدد بشكل دقيق قراءها، وذلك من خلال التعرف المستمر والمنظم علي جمهورها من خلال عدة وسائل كتحليل بريد القراء، واتصالاتهم التليفونية واللقاءات المستمرة مع الجمهور.
- 6 – توفير نظام كفاء للمعلومات الصحفية: فالمعلومات هي عصب العملية الصحفية بعامة، والعملية التحريرية بخاصة؛ لأنها هي المادة الخام التي يسعى المحرر الصحفي لجمعها واستكمالها ومراجعتها وتنظيمها وصياغتها، ثم عرضها علي المحرر المسئول لكي يقرر صلاحيتها للنشر.

الجوانب الفنية لتحرير الصحف الجامعية:

تهدف عملية التحرير كصحفي كعملية صحفية فنية إلي عدة أشياء أهمها:

- جعل النص يتناسب مع سياسة الصحيفة.
- تحري الأخطاء قد ترد في الحقائق والمعلومات وتصحيحها.
- جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له.
- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.

- توضيح معاني النص الصحفي وإحيائها.
- خلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبي بين النصوص (المواد أو الأخبار أو الموضوعات الصحفية) المنشورة.
- تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

أشكال التحرير الصحفي للصحف الجامعية:

أي صياغة أو تحرير المواد الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات وأرقام وصور ورسوم في لغة صحفية بسيط سهلة مفهومة محددة دقيقة مقروءة ومناسبة لمستوي قراء الصحيفة وسماتها كوسيلة اتصال مطبوعة. وهناك اتجاهان فيما يتعلق بالمضمون الصحفي، أو المادة الصحفية التي يجب أن تعالجها أو تتناولها الصحف الجامعية: الاتجاه الأول، يري أن يقتصر مضمون الصحف الجامعية علي تغطية الأحداث والقضايا الجامعية فقط.

الاتجاه الثاني، يري أن تعالج الصحف الجامعية القضايا التي تخص المجتمع الجامعي بصفة أساسية، إلي جانب تناول القضايا التي تهم المجتمع ككل بقدر من التوازن، مع ضرورة زيادة نسبة الموضوعات التي تخص المجتمع الجامعي.

تجربة جريدة "صوت الجامعة" كصحيفة جامعية:

تعتبر صوت الجامعة من أوائل الصحف الجامعية التي صدرت في الخمسينيات، وتميزت عن الصحف الشبابية والطلابية الأخرى بأنها معمل تدريب لطلاب قسم الصحافة بكلية الآداب، ثم كلية الإعلام جامعة القاهرة، علي الفنون الصحفية.

المرحلة الأولى: حيث صدرت في أبريل 1958 كمجلة فصلية عن قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة، غير أن توقفت بعد ثلاثة أعداد فقط، بسبب مشاكل مادية.

المرحلة الثانية: صدرت في 18 ديسمبر 1972 كجريدة أسبوعية تصدر يوم الاثنين من كل أسبوع تحت شعار (لسان حال جامعات مصر) ورأس تحريرها المرحوم الأستاذ جلال الدين الحماصي، وظلت تصدر أسبوعياً بشكل منتظم حتي توقفت في أبريل 1976، وكانت أهدافها تكون معماً لتدريب طلاب كلية الإعلام بشكل عملي علي مهنة الصحافة.

المرحلة الثالثة: حيث عادت الجريدة للصدور في 18/12/1978 كجريدة أسبوعية غير أنها توقفت بعد صدور أحد عشر عدداً فقط، وكانت صحيفة معملية يتدرب من خلالها طلاب كلية الإعلام علي العمل الصحفي. المرحلة الراهنة: حيث أصبحت جريدة "صوت الجامعة" تصدر شهرياً في 32 صفحة، غير أنها عادت منذ عام 2001 للإصدار الأسبوعي في 16 صفحة، وتتميز هذه المرحلة بأن كل تجهيزات الصحيفة وطباعتها تتم بالكلية من خلال قسم الكمبيوتر ومطبعة الكلية.

خاتمة:

هناك بعض الأمور، التي نري أنها يمكن أن تسهم في تطوير الصحف الجامعية، يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1 – أن تكون للصحيفة الجامعية سياسة تحريرية واضحة تحدد أولويات اهتمامها، ونسب هذا الاهتمام بكل من المضمون الجامعي والمضمون العام.
- 2 – الاهتمام بالتخطيط السليم والتبويب الجيد لتيسير عملية القراءة، وخلق شخصية متميزة للصحيفة.
- 3 – الحرص علي المعرفة الكافية والموضوعية لاحتياجات المجتمع الجامعي بالرجوع إلي المجتمع نفسه بأسلوب علمي.
- 4 – تجنب ألا تتحول الصحيفة الجامعية إلي أداة للدعاية لإدارة الجامعة أو الكلية التي تصدر الصحيفة عنها، وإن كان هذا لا يعني إهمال تغطية نشاطات الإدارة وتناول سياساتها.
- 5 – زيادة المساحة المخصصة لبريد القراء ومساهماتهم بآرائهم وتصوراتهم في مناقشة قضايا مجتمعهم ووطنهم، والمشاركة في تنمية هذا المجتمع وتطويرها.

ملخص الفصل التاسع

تناول هذا الفصل الصحف الجامعية كنوع من أنواع الصحف تجمع بين انتمائها للصحف المحلية، والصحف المتخصصة العامة، ويميز الفصل بين الصحف الجامعية وبعض أنواع الصحف الأخرى. كما تعرض الفصل لوظائف الصحافة الجامعية، ثم انتقل للحديث تفصيلاً عن تحرير الصحف الجامعية من حيث:

- 1 – العوامل المؤثرة فيه.
 - 2 – الجوانب الفنية لتحريرها.
 - 3 – أشكال أو فنون تحرير الصحف الجامعية.
- ويناقش الفصل تجربة جريدة "صوت الجامعة" كصحيفة جامعية، ويختتم ببعض التصورات العلمية لتطوير الصحف الجامعية.

أسئلة وتطبيقات علي الفصل التاسع

- س1 – صحح العبارات الآتية مبرراً ذلك بأسلوب علمي:
 - الصحف الجامعية هي صحف تصدرها الهيئات أو المنظمات الطلابية أو الجامعات، ويحررها الطلاب تحت إشراف أحد أعضاء الإدارة الجامعية.
 - الصحف الشبابية العامة هي صحف تتوجه للمجتمع الجامعي للتركيز علي العلاقات التفاعلية بين أعضائه.
 - غالباً ما يكون محررو الصحف الجامعية محترفين للعمل الصحفي.
- س2 – وضح العلاقة العلمية بين المفاهيم التالية:
 - نموط ملكية الصحف الجامعية وسياستها التحريرية.
 - نوعية محرري الصحف الجامعية ومستوي أدائها
 - التطور في تكنولوجيا الصحافة، واتجاه الصحف لاستخدام أساليب جديدة للتغطية الصحفية.
- س3 – حدد المقصود بالمصطلحات التالية:
 - الصحف الجامعية.
 - السياسة التحريرية للصحيفة.
 - التغطية الاستقصائية.
 - تيار صحافة الخدمات

س4 – أكمل:

- مصادر تمويل الصحف الجامعية:
- تطرح السياسة التحريرية للصحف الجامعية عدة بدائل منها:
- تهدف عملية التحرير الصحفي كعملية صحفية فنية إلي:

الفصل العاشر

الصحافة المحلية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- 1 – يحدد مفهوم الصحف المحلية.
- 2 – يحلل العوامل والمتغيرات المؤثرة في إنتاج الصحف المحلية فنياً واقتصادياً.
- 3 – يقيم مدي نجاح الصحف المحلية في تحقيق أهدافها.
- 4 – يخطط لإصدار صحيفة محلية فنياً واقتصادياً مراعياً النواحي التحريرية والإخراجية والطباعة.

العناصر:

- 1 – مضمون الصحف المحلية.
 - 2 – بعض الاقتراحات التي تسهم في تطوير مضمون الصحف المحلية.
 - 3 – اقتصاديات الصحافة المحلية:
- نمط الملكية.
 - مصادر التمويل.
 - إنتاج الصحيفة المحلية.
 - الجهاز التحريري للصحف المحلية.
 - جمهور الصحف المحلية.

مقدمة:

إن وسائل الاتصال المحلية عظيمة الأهمية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فتحقيق تماسك الجماعات وتعبئة الموارد المحلية وحل المشكلات التي تؤثر علي الجماعات الصغيرة تحتاج إلي دعم وسائل الاتصال المحلية، ولهذا فإن الدور الذي تنهض به وسائل الاتصال المحلية آخذ في النمو سواء في الدول النامية أو المتقدمة.

وتستخدم هذه الوسائل في الغالب لتحقيق أهداف معينة مثل تشجيع مشروعات التنمية المحلية الخاصة بالصحة وأوجه النشاط الديني والسياسي، وغيرها من الجهود التي تتطلب المشاركة الشعبية.

وهناك مجموعة من الأسباب وراء الاتجاه الخاص بتشجيع استخدام وسائل الاتصال المحلية، مها:

1 – أنه من المفترض أن تضع هذه الوسائل مشكلات منطقتها واحتياجات سكانها في بؤرة اهتمامها.

2 – أنها تشجع الاتجاه نحو مزيد من مشاركة مواطني هذه المنطقة أو الإقليم في الشؤون العامة ودمجها في عمليات التنمية المحلية سواء في وضع الخطط أو تنظيم النشاط اللازم لتنفيذها.

3 – أن استخدام وسائل الاتصال لجماهيرية أحياناً يشكل إهداراً للموارد المحدودة دون مبرر، حيث تمثل استخداماً لوسائل غير ملائمة لفئات مختلفة من الجمهور.

وفي مصر، شهدت السنوات الأخيرة طفرة في الصحافة المحلية، حتي إن المجلس الأعلى للصحافة منذ إنشائه سنة 1981 وحتى سنة 1991 وافق علي إصدار 27 صحيفة إقليمية جديدة – إلي جانب ما كان يصدر من قبل – فضلاً عن اتجاه الأحزاب السياسية إلي إصدار صحف إقليمية حيث ظهرت تسع صحف اقليمية حزبية، ويرتبط هذا مع الاتجاه نحو إعطاء المحليات صلاحيات أوسع والتقليل من مركزية الحكم وتدعيم اللامركزية وصدور قانون الحكم المحلي لسنة 1979 الذي أعطي المحافظ سلطات رئيس الجمهورية، كما أصبحت الجمهورية تنقسم إلي ثمانية أقاليم

بمثابة وحدات إدارية تتمتع بالشخصية الاعتبارية ويشمل كل إقليم عدداً من المحافظات المتقاربة والمتجانسة.

وترجع مبررات هذا الاهتمام المتزايد، في رأي القيادات الإعلامية الرسمية في مصر، إلى الأسباب التالية:

1 – أن الصحافة المحلية تُعبر عن مجتمعها المحلي، آلامه وآماله وطموحاته وتُعمق الوعي المشترك باحتياجاته وتنمي الانتماء إليه.

2 - دور هذه الصحف في دفع عملية المشاركة الشعبية في تنمية المجتمعات المحلية وحل مشاكلها ودعمها للجهود الشعبية والذاتية.

3 – أنها الأقدر علي إيجاد الحلول المناسبة لمشكلات كل إقليم التي قد تختلف عن إقليم آخر مستندة في ذلك إلى الظروف البيئية او المحلية.

4 – أنها بمثابة حلقة الوصل بين المواطن في المجتمعات المحلية وبين مؤسسات الدول الرسمية.

وقد انعكس هذا الاهتمام أيضاً في سلسلة المؤتمرات والندوات واللقاءات التي عقدت لمناقشة أوضاع الصحافة المحلية والإقليمية في مصر ومشكلاتها في محاولة لإيجاد الحلول الممكنة لها ومن أهمها:

- مؤتمر الصحافة المحلية للذين عقدا بمدينة الإسماعلية عامي 84، 1985.
- مؤتمر نقابة الصحفيين الذي عقد سنة 1982.
- ندوة الصحافة المحلية في مصر والتي عقدت بالقاهرة من 18 – 21 أكتوبر سنة 1986.
- مؤتمر الصحافة الإقليمية الذي عقد بالقاهرة من 4 – 6 ديسمبر سنة 1989.

تحديد المفاهيم:

1 – الجماعة المحلية: ويقصد بها تجمع عدة مجموعات بشرية في نطاق جغرافي محدود تختلف من حيث الطبقة الاجتماعية والوضع الاقتصادي.

2 – الصحف المحلية: هي صحف تصدر في دائرة جغرافية محدودة قد تكون وحدات إدارية أو محافظات أو منظمات شعبية وتخاطب مصالح واحتياجات واهتمامات سكان هذه الدائرة الجغرافية.

مضمون الصحف المحلية:

من خلال تحليل مضمون عينة تمثل الصحافة المحلية في مصر المنتظمة الصدور، بلغت 24 صحيفة محلية بين جريدة ومجلة، ظهرت لنا الملاحظات العامة التالية:

أولاً:

1- أن المضمون الغالب في معظم هذه الصحف هو المضمون المحلي بنسبة بلغت في بعض الصحف 94% من إجمالي المضمون المقدم، وذلك في مجلة "صوت الشرقية" وجريدة "صوت السويس" وجريدة "أسوان". كذلك ظهر المضمون المحلي محدوداً في "الإسكندرية الجديدة"، إذ بلغ 36.2% فقط من إجمالي مضمونها، وهذه المجلة تصدر عن رابطة الكتاب والصحفيين، وجاء في بياناتها أنه مجلة حضارية جامعة من الإسكندرية إلي العالم، وقد كشف تحليل مضمونها أن أغلب هذا المضمون هو مضمون إعلاني.

2 - أن كل الصحف المدروسة خصصت جزءاً من اهتمامها للمضمون القوي (أي المتعلق بما يدور في الوطن ككل)، إلا أن هذا ت مبنسب متفاوتة.

ثانياً:

1 - أن أكثر الموضوعات اهتماماً من جانب معظم الصحف المدروسة كانت موضوعات الخدمات (المرافق، الإسكان، المواصلات، الصحة والتعليم، سواء ما اتخذ منها طابعاً عاماً أو طابعاً شخصياً أو خاصاً). كما ظهر أيضاً الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية في الترتيب الثاني في معظم هذه الصحف، واتضح أيضاً أن معظمها تهتم بالمضمون الرياضي.

أما المضمون الاقتصادي فقد بلغ في بعض هذه الصحف 50% كما في مجلة "الإسكندرية الجديدة"، وإن كان معظم هذا المضمون جاء في شكل إعلانات عن مشروعات اقتصادية واستثمارية، 41.3% في "صوت الشرقية"، وتراوح الاهتمام بهذا المضمون في بقية الصحف بين 27.5%، وبالنسبة للمضمون الاجتماعي فقد شكلت الحالات الإنسانية

والتهاني، والتعازي وغيرها من المناسبات الاجتماعية نسبة لا بأس بها منه في معظم الصحف.

2 – ظهر أيضاً من التحليل ضعف الاهتمام بشكل عام بالمضمون السياسي والمضمون الثقافي؛ إذا كان الاهتمام بالمضمون السياسي محدوداً لم يتجاوز 12%، فيما عدا صحفيتين حزبيتين اهتمتا بالمضمون السياسي وهما "إسكندرية الوفد" وبلغ المضمون السياسي بها 38.7% من إجمالي المضمون ككل.

بعض الاقتراحات التي تسهم في تطوير مضمون الصحف المحلية:

1 – لابد من وضع سياسة واضحة وتحديد أولويات الاهتمام وحجمه من جانب الصحف المحلية بكل المضمون المحلي، المضمون القومي والمضمون العالمي، يُراعى فيها إعطاء النسبة الأكبر من اهتمام معقول بالمضمون القومي والعالمي، وبالشكل الذي لا يؤدي إلى طغيان المضمون المحلي على غيره من المضامين ويجعل في النهاية من مواطني المحافظات الأخرى غير القاهرة مواطني محدودي الأفق متعصين لمحافظاتهم.

ولعل عدم التوازن في المضمون الذي تقدمه هذه الصحف المحلية هو الذي يجعل قراءها – كما أشارت نتائج بحث سبقت الإشارة إليه عن قارئية مقروئية الصحف المحلية. – يؤكدون أن الصحيفة المحلية لا يمكن أن تغنيهم عن الصحفية القاهرة.

2 – يقترح أن تُعطي الصحف المحلية مزيداً من اهتمامها للموضوعات السياسية وخاصة ما يتصل منها بالحكم المحلي، علي ألا يتحول إلى دعاية للمحافظ ولسياساته، ولكن من الضروري أن تُعالج هذه الموضوعات بأسلوب نقدي وموضوعي.

3 – من المهم أيضاً زيادة المساحة المخصصة للموضوعات الثقافية والفنية الخاصة بالبيئة المحلية والمواهب والمبدعين داخل هذه البيئة.

4 – يُلاحظ أنه رغم تخصيص هذه الصحف لأجزاء خاصة للمرأة والأسرة إلا أن الموضوعات تُعالج في هذا الإطار لا تختلف عما تعالجه صفحات المرأة والأسرة في الصحف القومية القاهرية.

أي أن المطلوب هو أن يشعر قارئ أي صحيفة محلية بخصوصية الجزء الخاص بالمرأة والأسرة في الصحيفة؛ لأنها ينبغي أن تعكس واقع المرأة والأسرة في مجتمعها المحلي لا أن تكون صورة كربونية طبق الأصل من الصحف القومية، بل وبعضها مُترجم من صحف أجنبية يُقدم طرائف عن المرأة في الالم.

5 – لاشك أن من بين الأجزاء الجيدة التي ظهرت في معظم الصحف المحلية المدروسة الجزء الخاص ببريد القراء ومساهماتهم، وهذا أمر يُحمد لهذه الصحف، وإن كان المطلوب أن تزيد في هذا الجزء المساحة الخاصة بإسهامات مواطني المحافظات بأرائهم في مناقشة قضايا مجتمعاتهم المحلية لا أن يقتصر الأمر – كما هو الآن – على الشكاوي الخاص.

6 – لوحظ أيضاً من التحليل أن بعض هذه الصحف المحلية – رغم أن القائمين علي رئاسة تحرير معظمها هم من الصحفيين الممارسين – تفتقر إلي التخطيط السليم والتبويب الجيد.

7- لوحظ أيضاً من التحليل أن بعض هذه الصحف المحلية لا تُراعي بعض أخلاقيات المهنة في نشرها لبعض المواد الصحفية خاصة أخبار الجريمة والحوادث؛ فقد قامت إحداها، علي سبيل المثال عند نشر خبر خاص باعتداء شاب علي طفل، بتوضيح تفاصيل ما تم ونتائجه بشكل يخدش الحياء العام ويتعارض مع العرف الصحفي السائد.

ولعل ما يؤكد هذا: التقارير المنشورة عن الممارسة الصحفية في الصحف المصرية والتي يُعدها المجلس الأعلى للصحافة والتي أشارت إلي الملاحظات التالية علي الممارسة الصحفية في الصحف المحلية (الإقليمية) في مصر:

1 – عدم مراعاة الدقة في بعض الأحيان.

2 – تكرار نشر الموضوعات نفسها في الصحفية نفسها في أعداد مختلفة.

3 – عدم تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية.

4 – قيام بعض الصحف المحلية أحياناً بنشر أخبار مجهلة

5 – قيام بعضها أحياناً بنشر ما يمكن أن يشكل تعارضاً مع الآداب العامة أو يتنافى مع الذوق العام.

6 – استخدام أسلوب الإثارة والتركيب علي الحالات الاجتماعية الشاذة.

7 - تدعيم التفكير الخرافي.

وإن ظهر اتجاه إيجابي من جانب هذه الصحف تمثل في هبوط نسبة الخروج علي أدبيات المهنة بشكل واضح.

اقتصاديات الصحافة المحلية:

أولاً – نمط الملكية:

وفقاً للتعديلات الدستورية في مصر التي تمت سنة 1980 والتي بمقتضاها خُصص للصحافة الفصل الثاني من الباب السابع الذي حمل عنوان "أحكام جديدة"، وتضمنت أحكام سلطة الصحافة المواد من 206 حتي 211، جاء في المادة 209 منه أن حرية إصدار الصحف وملكيته مكفولة للأشخاص الاعتبارية العامة والخاصة وللأحزاب السياسية طبقاً للقانون وتخضع الصحف في ملكيتها وتمويلها والأموال المملوكة لها لرقابة الشعب علي الوجه المبين بالدستور والقانون.

وتكشف النتائج السابقة أن الصحف المحلية في مصر من حيث الكم تُعتبر معقولة، وإن كان هذا لا يمنع أن نطمح إلي اليوم الذي تصدر فيه صحيفة محلية لكل قرية، ولكن المشكلة التي تواجهها هذه الصحف هي تأثير نمط ملكيتها علي سياساتها التحريرية وعلي أسلوب إدارتها، ويثار في هذا الصدد أمران:

الأول:

مسألة ملكية المحافظة لبعض الصحف، باعتبار ذلك شكلاً من أشكال الملكية العامة للصحف، والتي يري البعض أنها تؤثر علي سياسات التحرير، وقد تحول الصحف المحلية إلي أدوات في يد المحافظ والسلطة التنفيذية المحلية.

وفي حالة زيادة جرعة الطابع الرسمي في بعض هذه الصحف فإن هذا ليس سببه الرئيس ملكية المحافظ لها، ولكن لأن هذا هو الاتجاه السائد في معظم الصحف القومية أو المركزية لا بل وفي وسائل الإعلام الأخرى، خاصة إذا وضعنا في الاعتبار أن الصحف المحلية – وهذا ليس صحيحاً في كل الأحوال

– تحاول تقليد الصحف القومية وأسلوب معالجتها الصحفية وتعتبرها نموذجاً يقتدي به.

الثاني:

مسألة ملكية الأفراد لبعض الصحف، وهو أيضاً أمر محفوف بالمخاطر، فمن واقع دراسة تجربة ملكية الأفراد لبعض الصحف المحلية اتضح أن نسبة تقترب من الربع تخضع لملكية الأفراد، وظهر أن بعض هذه الصحف قد ارتفعت فيها نغمة التعلق والرياء للجهات التنفيذية (المحافظ والقيادات الأخرى في المحافظة) لسبب أو آخر بعضها خاص بالرغبة في الحصول على إعلانات أو ضمان توزيع بعض النسخ عن طريق الاشتراكات... إلخ.

ثالثاً: إنتاج الصحيفة المحلية:

تحتاج عملية إنتاج الصحيفة إلى توافر المرافق والمعدات وتسهيلات الإنتاج في كافة مراحلها (الجمع، الإعداد، التوزيع).

ويدخل في هذا الحديث بالضرورة التسهيلات الفنية والإنشاءات الطباعية. وهذه المعدات والأجهزة والتسهيلات ضرورة لا غنى عنها، فبدونها لا تستطيع الصحيفة أن تصدر، ولما كانت عملية توفير هذه المستلزمات تحتاج لرؤوس أموال ضخمة، فالاستثمار فيها غير مغرٍ للمستثمرين الأفراد لأنها تمثل مخاطرة، كما أسلفنا القول.

وعدم توافر هذه المعدات والأجهزة ربما يكون المشكلة الأساسية التي تجابه الصحافة المحلية وتعوق عملها، وخاصة فيما يتعلق بعملية طباعتها، فغالبية هذه الصحف تضطر لأن تطبع في مطابع المؤسسات الصحفية الكبرى بالقاهرة.

وقد قمنا بدراسة علي عينة من الصحف المحلية بلغت 24 صحيفة محلية لتعرف علي الجهة التي تطبع بها، واتضح أن صحيفتين فقط هما اللتان تعتمدان علي مطبعة خاصة بها وهي "السفير" التي تصدر في الإسكندرية في أربع صفحات يومياً (صفحتان منها للإعلانات المبوبة كالأحكام القضائية وغيره)، وإمكانات هذه المطبعة فقيرة ولا تستخدم في الصحيفة أية وسائل تبيوغرافية – إلا فيما ندر – مما يفقدها الكثير من مقومات نجاح أية صحيفة. والثانية هي "أخبار دمياط" والتي تصدر أسبوعية، ورغم أن هذه الصحيفة تعتبر من أقدم الصحف المحلية في مصر، إلا أنها فقيرة أيضاً.

ويُلاحظ أن وجود مطبعة خاصة بكل منهما أتاح لهما بالفعل فرصة للصدور بشكل دوري ومنتظم يتناسب مع طبيعة الجريدة، أما الصحف الأخرى فتُطبع منذ ظهورها علي النحو التالي:

- تسع صحف تُطبع بمطابع الأهرام بالجلء.
- ثلاث صحف تُطبع بمطابع أخبار اليوم.
- أربع صحف تُطبع بمطابع الأهرام التجارية.
- صحيفتان تطبعان بمطابع دار التعاون.
- صحيفتان تطبعان بمطابع دار المعارف.
- واحد تستخدم مطابع الأوفست بشركة الإعلانات الشرقية.
- واستخدام مطابع غير خاصة بالصحيفة – كما هو الحال بالنسبة للغالبية العظمى من الصحف المحلية – مكلف اقتصادياً إلي درجة كبيرة، فضلاً عن ذلك فإنه يسبب بالضرورة مشاكل فنية ومعوقات إدارية تكون نتيجتها النهائية الحتمية عدم انتظام الصحف المحلية في الصدور وتأخر دورية صدورها خاصة بالنسبة للجرائد التي تبلغ دورية صدورها في كثير من الأحيان شهراً.
- وقد طُرحت في المؤتمرات والندوات العلمية واللقاءات السابقة الخاصة بالصحافة الإقليمية العديد من الاقتراحات في محاولة لعلاج هذه المشكلة، وهي اقتراحات جديرة بالبحث والنظر حتي يمكن الاستفادة منها والأخذ ببعضها.
- ومن ذلك:

- 1 – توفير المطابع الحديثة للصحف المحلية بشروط مُيسرة من خلال إنشاء مطابع مركزية تخدم عدة محافظات في وقت واحد بتقديم تسهيلات طباعية في المؤسسات الصحفية ومطابع الصحف المحلية.
 - 2 – توطين تكنولوجيا الاتصال، ومن بينها تكنولوجيا الطباعة المتطورة لخدمة الصحافة المحلية. وفي هذا الإطار لابد من دراسة تكنولوجيا الاتصال الملائمة التي تعتمد علي معدات بسيطة ومنخفضة التكاليف تكون أيسر وأقدر علي تلبية الاحتياجات العاجلة للمجتمع المحلي.
- والواقع أننا من مؤيدي هذا الاتجاه خاصة وأن هناك نظاماً معاصرة من النشر المكتب تعتمد علي تكنولوجيا الاتصال والصحافة المعاصرة ويمكن عن طريقها، وبعدد محدود من الأفراد قد يكون فرداً واحداً، إنتاج كتيب أو صحيفة،

خاصة وأن هذه الصحف لا يتطلب الأمر أن يكون عدد النسخ المطبوع منها ضخماً.

رابعاً – الجهاز التحريري للصحف المحلية:

تصدر أية صحيفة، وأياً كانت دورية صدورها، عن منشأة صحفية، ويتطلب إصدار أية صحيفة مهما يبلغ حجم جهازها التحريري تضافر جهود ثلاثة قطاعات هي القطاع التحرير، القطاع الاقتصادي والإداري، والقطاع الإنتاجي (الطباعي أو الفني).

وتتم إدارة الجهاز التحرير بمعنى عملية تنظيم وتخطيط وتوجيه الجهاز التحريري، من محررين ومصورين ورسامين وكتاب ومصححين يعملون في أقسام الصحيفة المختلفة، وفقاً لسياسة تحريرية مُحددة وأهداف معينة تسعى الصحيفة لتحقيقها في إطار المنشأة الصحفية التي تنشر هذه الصحيفة.

ومن خلال الدراسة التي قمنا بها علي عينة من الصحف المحلية، وبلغت أربعاً وعشري صحيفة، اتضح ما يلي فيما يتعلق بجهازها التحريري:

1 – أن غالبية رؤساء التحرير من الصحفيين العاملين أصلاً بالصحف القومية بالقاهرة، مما يُفترض معه أن تفرغهم للإشراف علي الصحيفة المحلية التي يرأسون تحريرها غير كامل، وكذلك فإن إقامتها الدائمة بالقاهرة بعيداً عن المحافظات التي يرأسون تحرير الصحف التي تصدرها عنها تفقدهم الكثير من إمكانيات التعرف علي واقع هذه المحافظات والهموم الحقيقية لمواطنيها.

2 – النسبة الأكبر من المحررين من الذين يتخذون الصحافة هواية وأكثرهم لهم يدرسوا الصحافة ولم يتمرسوا علي فنونها مما يؤثر علي مستوي أدائهم الصحفي بالضرورة.

3 – أن نسبة من هؤلاء من الموظفين العاملين بإدارات العلاقات العامة بالأجهزة التنفيذية بالمحافظات، مما قد يُحتمل معه أن تتعارض أحياناً واجباتهم الصحفية في الكشف عن أوجه الفساد والنقد الموضوعي لسياسات هذه الأجهزة والتصدي للمشكلات الحقيقية للمواطنين مع مسؤولياتهم الوظيفية.

4 – أما بالنسبة لإخراج هذه الصحف فمعظمها يعتمد علي سكرتير تحرير أو أكثر من المحترفين من العاملين في الصحف القومية؛ ويترتب علي هذا عدة نتائج:

أولاً: افتقاد هذه الصحف لشخصيتها الإخراجية المتميزة وتشابهها في شكلها ومظهرها الخارجي مع الصحف القومية مما يفقدها خصوصيتها وتميزها، خاصة مع اعتمادها شبه الكامل أو الكامل علي أرشيف هذه الصحف في الحصول علي صورها وغيرها.

ثانياً: عدم تفرغ هؤلاء الفنيين للصحيفة، وهذا يؤثر علي مستواها الفني.

ثالثاً: أن هؤلاء الفنيين يشكلون عبئاً اقتصادياً إضافياً علي الصحف المحلية.

رابعاً: عدم وجود جيل من سكرتيري التحرير الفنيين علي المستوي المحلي، أما الصحف التي لا تعتمد علي سكرتير تحرير محترف فإن شكلها الإخراجي يكون هزيلاً ويفتقر إلي المقومات الأساسية للصحيفة المعاصرة الجيدة.

ويتطلب تصحيح هذه الأوضاع بالضرورة إعداد كوادر صحفية خاصة بالصحف المحلية، يفضل أن تكون من بين أبناء كل محافظة.

وهناك أمران جديران بالاهتمام في هذا الصدد:

أولهما: دراسة خصائص جمهور الصحيفة المحلية وتحديد بدقه، ويتم من خلال البحوث العلمية الجادة التي ينبغي أن تتسم بالاستمرارية وأن يُستفاد فعلاً من نتائجها، وتوضع في الاعتبار عند التخطيط لصدور صحيفة محلية، وعند التخطيط لإصدار أعدادها المتتابة، وعند التفكير في أي تغيير أو تطوير في هذه الصحف (سياسة تحريرية أو مضموناً أو تبويماً أو إخراجاً..).

ثانيهما: التعرف علي مدي متابعة الجمهور المحلي للصحيفة المحلية ومدي رضائه عنها، وما الذي يريده منها، وما الذي ينتظره أو يتوقعه، وما الذي يعجبه أو لا يعجبه في شكلها ومضمونها وأسلوب تحريرها.

ملخص الفصل العاشر

يعرض هذا الفصل المقصود بالصحف المحلية باعتبارها صحفا تصدر عن دائرة جغرافية محدودة لتخاطب مصالح واحتياجات واهتمامات سكانها. وتناقش الوحدة مضمون الصحف المحلية وأولويات اهتمامها ومدى حرصها على الالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة.

كما يتناول الفصل اقتصاديات الصحافة المحلية من حيث نمط الملكية ومصادر تمويلها والمعوقات الاقتصادية التي تواجه هذه الصحف.

ويتطرق الفصل لعملية إنتاج الصحيفة وخاصة التسهيلات الفنية والإمكانيات الطباعية، وتناقش الوحدة الجهاز التحريري للصحف المحلية وجمهور هذه الصحف، وأهمية التعرف على خصائصه واهتماماته واحتياجاته.

ويشير الفصل إلى بعض الأمور المهمة الجديرة بالاهتمام ومنها:

1 – انخفاض قارئية الصحف المحلية لإحساس قرائها – بشكل أو بآخر – أنها لا تعبر عن واقعهم ومشاكلهم.

2 – اعتبار قراء هذه الصحف أن الصحف المركزية هي النموذج الذي ينبغي محاكاته.

3 – أن الصحف المحلية نجحت – إلى حد كبير – في ربط المواطنين ببيئته المحلية.

ويطرح الفصل في النهاية بعض التصورات الكفيلة بتطوير أداء الصحف المحلية.

أسئلة وتطبيقات علي الفصل العشر

س1 – "تحقيق تماسك الجماعات وتعبئة الموارد المحلية وحل المشكلات التي تؤثر علي الجماعات الصغيرة – يحتاج إلي دعم وسائل الاتصال المحلية ومن بينها الصحف المحلية". ناقش هذه العبارة موضحاً:

س2 – ناقش العبارات التالية مناقشة علمية موضحاً رؤيتك الخاصة:

- بعض الصحف المحلية لا تراعي بعض أخلاقيات المهنة.
- الأشكال الحالية لملكية الصحف في مصر المسموح بها قانوناً تمثل عقبة أمام التوسع الكمي والكيفي للصحف المحلية.
- لا تحتاج عملية إصدار صحيفة/ مجلة لتمويل ضخم ومستمر.
- تفتقد بعض الصحف المحلية في مصر للتميز في شخصيتها التحريرية والإخراجية وتكاد تكون صورة ممسوخة م الصحف المركزية.
- س3 – اقترح بعض الحلول والتصورات العملية لمواجهة المشكلات التالية التي تواجه الصحف المحلية:

- عدم كفاية وكفاءة الجهاز التحريري لبعض هذه الصحف.
- نقص التمويل اللازم لإصدار صحيفة محلية قادرة علي المنافسة وملبية لاحتياجات المجتمع المحلي.

- عدم رضا القراء عن الصورة الحالية لبعض الصحف المحلية.

- ضعف تأثير بعض الصحف المحلية في مجتمعاتها المحلي.

س4 – قارن بأسلوب علمي بين الخيارات التالية موضحاً رؤيتك الخاصة:

- أن تكون لكل صحيفة محلية مطبعتها الخاصة أو أن تتجه هذه الصحف للطباعة في مطابع تجارية مملوكة لآخرين.

- أن يكون لكل صحيفة محلية جهازها التحريري الكامل المتفرغ والمؤهل والمدرّب تدريباً جيداً، أو أن تجمع بين الاستعانة ببعض المحررين المحترفين من الصحف المركزية إلي جانب بعض المحررين الخاصين بها.

- يقتصر مضمون الصحف المحلية علي المضمون المحلي الذي يغطي الاهتمامات المحلية لمجتمعها المحلي فقط، أو أن توازن بين المضمون المحلي والمضمون القومي والمضمون العالمي.

- أن تكون الصحيفة المحلية مملوكة عامة للمحافظة أو للمجلس الشعبي أو المحلي أو مملوكة ملكية خاصة للأفراد أو لشركات مساهمة.

الفصل الحادي عشر

الصحافة العمالية

الأهداف:

بعد دراسة هذا الفصل، يجب أن يكون الدارس قادراً علي أن:

- 1 – يميز بين الأنواع المختلفة للإعلام العمالي.
- 2 – يحدد وظائف الإعلام العمالي ومهامه.
- 3 – يحدد سمات الصحافة العمالية المتخصصة ووظائفها.
- 4 – يقارن بين أنواع الصحف العمالية.
- 5- يقيم الصحف العمالية مضمونها وتحريرها وإخراجها.
- 6 – يخطط لتطوير الأداء الصحفي للصحف العمالية.

العناصر:

1 – الإعلام العمالي:

1 – مفهومه وارتباطه بالثقافة العمالية.

2 – أنواعه.

3 – وظائفه ومهامه.

2 – الصحافة العمالية المتخصصة:

1 – مفهومها سماتها.

2 – وظائفها.

3 – أنواعها.

3/ 11 – تجربة الصحافة العمالية في مصر:

3/1 جريدة العمال.

2 – مجلة العمل.

4 – تطوير الأداء الصحفي للصحف العمالية.

الفصل الحادي عشر

الصحافة العمالية

مقدمة:

يقاس تقدم أي دولة بما تملكه من قوي بشرية مدربة واعية تكون مصدرا للإنتاج والابتكار والتجديد والتنظيم والتنسيق والتطوير والتغيير، فالعنصر البشري مهم لدفع عجلة الإنتاج.

وتعد الطبقة العاملة إحدى الركائز الرئيسية التي تسهم في إحداث تغييرات اقتصادية واجتماعية وسياسية في أي مجتمع؛ نظرا لأنها تمثل شريحة كبيرة، فضلا عن أن تطلعات أفرادها ودوافعهم تمثل محركا أساسيا للنشاط الاقتصادي والاجتماعي.

والثقافة العمالية هي سلاسل كاملة من النشاط تأخذ صوراً مختلفة تخصص لإشباع احتياجات معينة تهدف إلى تنمية الوعي الاجتماعي، وإقناع العمال بأن المساهمة في النشاط الثقافي عملية مجزية، وتهتم بشكل كبير بموضوعات القوانين العمالية والعلاقات الصناعية والضمان الاجتماعي وظروف العمل وتاريخ الحركة النقابية والاقتصادية السياسي تطبيقيا.

وليس هناك حد فاصل بين الإعلام العمالي والثقافة العمالية؛ نظراً للتشابك والترابط بين وظيفة كل منهما في إطار المنظومة الثقافية التربوية الإعلامية، إضافة إلى دورهما المشترك في تحديد دور العامل في المجتمع الذي ينتمي إليه، ومدى قدرته على تحقيق التوازن بين حقوقه وواجباته.

ويتم تحقيق أهداف الإعلام العمالي من خلال:

1 – المواد الإعلامية التي تتناول قضايا العمل والعمال، وتنتشر أو تذاع، أو تعرض من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية العامة في شكل أجزاء ثابتة خاصة بالعمال في الصحف، أو برامج خاصة بهم في الإذاعة والتلفزيون.

2 – وسائل وقنوات الإعلام العمالي المتخصص من خلال التنظيمات النقابية، والمؤسسات الإعلامية العمالية، أو المؤسسات الثقافية العمالية.

ويتوقف تحديد دور هذا الإعلام ومهامه وسياساته علي الجهة المنوط به هذا النشاط الإعلامي، حيث تتولي تمويله وتوجيهه في إطار سياساتها وأهدافها... وقد ينبثق هذا النشاط عن العمال أنفسهم ويوجه إليه.

وقد يكون موجهاً من العمال إلي فئات وقطاعات أخرى داخل المجتمع، أو مجتمعات أخرى، أو إلي العمال في مجتمعات أخرى.

ويتميز هذا النوع من الإعلام بأنه يوجه لقطاع أو لفئة معينة من المجتمع، تشارك بقية قطاعات المجتمع نفس الاهتمامات والقضايا ذات الطابع العام، وفي الوقت نفسه تنفرد عنها بالاهتمام بقضايا خاصة ترتبط بظروف وطبيعة عملها، وما يرتبط بذلك من مشاكل واتجاهات وأهداف، مثل قضايا النقابات، ومشاكل العمال، وقضايا العمل والإنتاج والتنمية.

أنواع الإعلامي العمالي:

1 – الاعلام العمالي الموجه إلي العمال:

وتقوم به جهة حكومية، أو وسائل الإعلام المختلفة، أو الهيئات، أو المنظمات التي تعني بشئون العمل والعمال، أو عن العمال أنفسهم، أو عن تنظيماهم النقابية.

2 – الإعلام العمالي الموجه إلي الرأي العام:

وقد يكون موجها من العمال من موقع عملهم أو تنظيماهم النقابية علي اختلاف مستوياتهم إلي الرأي العام للتعبير عن وجهة نظر العمال في القضايا المختلفة، ومطالبة الأجهزة المختصة والمسئولة بحقوق عمالية.

وظائف الإعلام العمالي ومهامه:

1 – التغطية الإخبارية لنشاطات العمال ونقاباتهم وإبراز دورهم في تنمية مجتمعهم.

2 – مناقشة القضايا العمالية والقضايا ذات الطابع العام التي تهم العامل كمواطن.

3 – إتاحة الفرصة للعمال للتعبير عن مشكلهم وطموحاتهم.

4 - التثقيف والسعي للارتفاع بمستوي وعي العمال، من خلال تزويدهم بالمعلومات والمعارف الكافية، وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم.

5 - تسليط الضوء علي التجارب الناجحة والملائمة في مجال التكنولوجيا، وتبسيط النظريات العلمية بشكل يمكن أن يستوعبه العامل، ويجعله يفكر تفكيراً علمياً ليساير التطور.

6 - إبراز صور التفوق والتميز في العمال والنماذج الناجحة من العمال وقياداتهم النقابية.

الصحافة العمالية المتخصصة:

ونعني بها صحفاً متخصصة عامة باعتبارها تركز علي نوعية معينة من المضمون الخاص بالقضايا العمالية المختلفة، وتتوجه إلي جمهور معين، وهو وإن كان ينتمي إلي قطاع معين هو قطاع العمال، غير أنه متنوع الخصائص والسمات والاهتمامات. وتتسم هذه الصحف بما يلي:

1 - أنها وسيلة اتصال مطبوعة، ومن ثم يتحقق لها كل خصائص هذه الوسائل من حيث إمكانية التحكم في ظروف التعرض، وقراءة الرسالة الإعلامية أكثر من مرة، كما أنها تسمح بتقديم مواد وموضوعات أكثر إطالة أو تفصيلات، وهي تعطي للقارئ مساحة أكبر من التخيل، ويمكن الاحتفاظ بها لفترة طويلة نسبياً، والوجوع إليها وهي تناسب التوجه إلي جماهير خاصة.

2 - أن نسبة من محرريها هم أصلاً من العمال وليسوا من الصحفيين المحترفين، وإن كان هذا لا ينفي إمكانية أن يعمل بها عدد قليل من الصحفيين الممارسين الذين قد يتولون بعض المهام التحريرية.

وظائف الصحافة العمالية:

1 - إحاطة جمهورها من العمال بالأخبار الصحيحة والدقيقة والمعلومات الكافية عن مجتمعهم العمالي ووطنهم والعالم.

2 - عرض القضايا العمالية، خاصة تلك التي لا تحظى غالباً بالاهتمام الكافي، أو العرض الشامل المتوازن من جانب الصحف العامة، أو وسائل الإعلام الأخرى.

3 – أن تكون منبرا يتاح من خلاله للعمال وقياداتهم النقابية التعبير عن أفكارهم واتجاهاتهم، وتوفير مناخ جيد يعبرون في إطاره عن آرائهم حول ما يتعلق بقضاياهم وقضايا مجتمعهم ووطنهم.

4 – تكوين صورة صادقة عن المجتمع العمالي وأنشطته وجهوده في خدمة المجتمع، وخلق نوع من التفاهم المتبادل بين الأطراف الثلاثة في هذا المجتمع (العمال – أصحاب الأعمال – الحكومة).

5 – الإسهام في تحقيق مشاركة العمال في اتخاذ القرارات والاندماج في مجتمعهم، وإتاحة الفرصة لهم لمزيد من المشاركة في الشؤون العامة، ومن ثم فهي تعتبر وسيلة لدعم الديمقراطية.

6 – تقديم الخدمات المختلفة لجمهورها بما يحقق لهم الفائدة المباشرة والمنفعة الشخصية في حياتهم.
7 - التسلية والترفيه.

أنواع الصحف العمالية:

1 – الصحف العمالية العامة:

وهي تتسم بتنوع موضوعاتها في إطار الاهتمامات العمالية، وتتوجه لجماهير العمال ككل.

2 – الصحف العمالية المتخصصة:

وتهتم بتقديم موضوعات متخصصة لفئة أو قطاع من جماهير العمال، كالعاملين في قطاع النسيج، أو الحديد والصلب، أو الإسكان أو غير ذلك.

ويرجع تاريخ إنشاء أول صحيفة عمالية – كما ذكر ذلك الباحثون الذين أرخوا للصحافة العمالية – إلي عام 1912، حينما صدرت جريدة (الوضاح) عن حزب المقاصد المشتركة الذي تأسس ليكون حزبا عماليا، غير أن الحزب وجريدته لم يستمر أكثر من بضعة شهور.

وظهرت في بداية العشرينيات بعض الصحف العمالية الأخرى، منها مجلة (العمل) التي كان يصدرها عبدالعليم المهدي، ومجلة (النقابة) ولم تستمر هذه الصحف طويلا. ومع تأسيس الحزب الشيوعي المصري عام 1921، صدرت بعض الصحف العمالية.

وجريدة (العمال) التي صدرت عام 1966 عن الحركة العمالية في الاتحاد العام لعمال مصر الذي تأسس سنة 1957، والذي بدأ نشاطه الإعلامية بإصدار نشرة شبه دورية باسمه لتتشر أخبار ونشاطا ووجهات نظر الاتحاد في مختلف القضايا المطروحة، وكانت توزع علي النقابات العامة والمؤسسات الصحفية والإعلامية مجانا حتي أكتوبر 1966، حيث صدرت مجلة شهرية باسم (العمال) تتضمن أخبار ونشاطات الاتحاد ومختلف تنظيماته وقضايا العمال والإنتاج، وأصبحت أسبوعية تصدر كل خميس (في الفترة من مايو 1968 حتي يوليو 1972).. حيث أصبحت تصدر بعد ذلك يوم الاثنين من كل أسبوع.

ويرأس مجلس إدارتها رئيس الاتحاد العام لنقابات عمال مصر، ورئيس تحريرها سكرتير الإعلام لاتحاد عمال مصر.

ونعرض فيما يلي لنتائج الدراسة:

جريدة العمال:

1 – تصدر الجريدة أسبوعيا (يوم الاثنين) في 8 صفحات، ويرأس مجلس إدارتها رئيس الاتحاد العام لنقابات عمال مصر، ويرأس تحريرها سكرتير عام النقابة.

2 – يمثل الجمهور المستهدف للجريدة في العمال بمختلف تخصصاتهم وقطاعاتهم والتنظيمات النقابية، وكذلك بعض قطاعات القراء الأخرى من غير العمال الذين قد يقرأون الجريدة.

3 – ظهر من التحليل أن الجريدة تخصص 74% من مساحتها (في المتوسط) للموضوعات الخاصة بالعمال وقضاياهم التي تتسم بالخصوصية في إطار ظروف العمل والعلاقات النقابية، في حين تخصص 26% من مساحتها (في المتوسط) للموضوعات ذات الطابع العام (سياسي داخلي أو خارجي) اجتماعي، ثقافي وفني (و ديني..).

مجلة العمل:

توصيف الوضع الحالي للمجلة:

ويتمثل ذلك في الملامح التالية:

- 1 – تصدر المجلة شهريا باللغة العربية في عدد صفحات يتفاوت من عدد لآخر، فقد يصل إلى 64 صفحة في عدد معين، وقد يبلغ 90 صفحة في عدد آخر.
- فضلا عن الأعداد الخاصة التي يتجاوز عدد صفحاتها 150 صفحة، وإن كانت نسبة كبيرة من هذه الزيادة في الصفحات تخصص للإعلانات.
- 2 – تستهدف هذه المجلة، والتي تصدر عن وزارة القوي العاملة، العمال كمواطنين وكطرف في علاقات العمل، وتركز علي الفكر العمالي.
- 3 – أن السياسة التحريرية للمجلة – كما طرحتها في أعدادها الأولى – وإن كان من البديهي أن يكون قد طرأ عليها تغييرات جوهرية، خاصة مع تغير النظام الاقتصادي من النظام الاشتراكي إلي نظام الاقتصاد الحر، تتمثل فيما يلي:

- 1- أنه تصدر من أجل رجال الأعمال والاقتصاديين والمديرين ورجال الشركات.
- 2 – أنها وسيلة اتصال مباشر بين وزارة العمل من ناحية، والعمال وأصحاب الأعمال من ناحية أخرى.
- 3 – أنها متخصصة في بحث ومناقشة ومعالجة كل ما يتصل بمسائل العمل والعمال، والمشاركة في التوعية القومية والفكرية.
- 4 – هناك بعض الأمور الجديدة في المجلة، مثل:
- 1 – اختيار اسمها، فهو اسم يتكون من كلمة واحدة، ويتسم بالوضوح وسهولة النطق والترديد، ويتفق مع أهدافها.
- 2 – قطع المجلة (القطع المتوط) جيد، ومتوسط عدد الصفحات معقول في ضوء صدورها شهريا.
- 3 – تستخدم المجلة نوعا لا بأس به من الورق يتفق مع طبيعتها كمجلة عمالية، وطباعتها جيدة، وتستخدم الألوان في بعض صفحاتها.
- 4 – تبويب المجلة شبه ثابت، ويتضمن الأجزاء التالية:

• جزء خاص بالمحتويات.

• عزيزي القارئ؛ وهو مقال يوقعه رئيس التحرير بالحرفين الأولين من اسمه.

- ترويسة المجلة.
- كلمة التحرير (صفحتان) يكتبها رئيس التحرير.
- باب إخباري (أربع صفحات) بعنوان "بانوراما العمل"
- باب إخباري يغلب عليه طابع التحليل (ثلاث أو أربع صفحات) بعنوان "مجري الأحداث".
- أحاديث أو تحقيقات أو تقارير صحفية.
- باب إخباري (صفحتين) بعنوان "أخبار عربية".
- أحاديث أو تحقيقات أو مقالات أو أعمدة رأي أو تقارير إخبارية.
- باب ثابت (صفحة) عنوان "سؤال وجواب حول التأمينات الاجتماعية".
- تحقيقات أو مقالات رأي.
- باب ثابت عنوان "دفتر أحوال الشركات".
- باب بعنوان "هنا نلتقي".
- باب بعنوان "كان ياما كان".
- باب بعنوان "أخبار النقابات".
- باب بعنوان "وراء شكواك".
- مجموعة إعلانات تشغل عدة صفحات.

5 – تتضمن صفحة الغلاف الأولي (الصدر) صورة، أو مجموعة صور فوتوغرافية موضوعية، أو شخصية، تتصل بأحداث أو موضوعات داخل العدد وأحيانا تكون عبارة عن رسم تعبيري عن حدث أو موضوع داخل العدد مثل عدد أغسطس، حيث ظهر رسم لشعلة، وبعض المعالم المميزة لمصر، كالأهرامات الثلاثة والسنبلة وأجندة تحمل 23 يوليو 1997 وعنوان "الثورة مستمرة".

أما صفحة الغلاف الأخير (البطن)، فتخصص لإعلان تهاني في كل الأعداد التي تم تحيلها.

وتنشر المجلة في صفحتي الغلاف الداخليتين إعلانات أيضا (تهاني أو إعلان تجاري مثل إعلان عن شركة الشرق للتأمين).

6 – ظهر من التحليل أن المجلة تخصص 40% من مساحتها للإعلانات، و23% من مساحتها في المتوسط للموضوعات الخاصة بقضايا العمل والعمال،

و27% من هذه المساحة في المتوسط للموضوعات ذات الطابع العام (سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي، فكري، ديني..).

وأن نسبة الموضوعات الخاص بقضايا العمل والعمال بالنسبة لإجمالي المواد التحريرية في المجلة – غير الإعلانية – 55% في المتوسط، والمواد ذات الطابع العام 45% في المتوسط.

وفي ختام هذه الدراسة، هناك بعض الملاحظات العامة تري أنها يمكن أن تفيد في تطوير الأداء الصحفي للصحف العمالية، وهي:

1 – ضرورة تحديد سياسة تحريرية واضحة ومتميزة لكل صحيفة؛ بمعنى القواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي تقدم بها المضمون وموقفها ورؤيتها وأسلوبها، وذلك في إطار نمط ملكيتها وتبعيتها ومصادر تمويلها وإمكانياتها المالية والإدارية والفنية والتكنولوجية.

2 – أهمية تحديد القراء المستهدفين بكل صحيفة من خلال التعرف المستمر والمنظم عليهم من خلال عدة وسائل، مثل تحليل بريد القراء واللقاءات المستمرة مع الجمهور، وكذلك من خلال بحوث القراء وهو الأسلوب الأكثر دقة في فهم وتحديد سمات القراء، ومن ثم يعرف الجهاز التحريري من يقرأ الصحيفة؟ وما سماته؟ وما عاداته في القراءة؟ وما تقديراته لما يقرأ؟ وما المواد التي يفضلها أو لا يفضلها، وما رأيه في الصحيفة ككل؟

وهذه أمور في غاية الأهمية تنفيذ المحرر الصحفي في توجيه رسالته الصحفية بالأسلوب الذي يناسب قارئه.

ورغم أن الصحف العمالية – عادة – هم من العمال والقيادات النقابية؛ مما يعني أن المسؤولين عن تحرير هذه الصحف يعرفون من هم قراؤهم، وأهم خصائصهم واحتياجاتهم واهتماماتهم. ولكن هذه الميزة قد تتحول إلي عقبة في سبيل تطوير الصحف العمالية، وذلك حينما يطمذن أعضاء الجهاز التحريري إلي ذلك ويتفقدون علي الاهتمام بالتعرف علي اهتمامات قرائهم واحتياجاتهم، وهنا تتحول الصحيفة إلي أداة تعبر فقط عن أعضاء جهازها التحريري.

3 – أهمية الاستمرار في تأهيل الكوادر الإعلامية العمالية القادرة علي العمل في الصحف العمالية، والتي تملك الاستعداد والقدرات المناسبة لذلك، وكذلك الاهتمام بالتدريب المستمر والمتطور للكوادر التي تعمل فعلا لتحديث معلوماتها وتطوير مهاراتها بما يتفق مع التطورات الراهنة في تكنولوجيا الصحافة.

- 4 - ضرورة توفير نظام كفاء للمعلومات الصحفية بالصحف العمالية، فالمعلومات هي عصب العملية الصحفية بعامة، والعملية التحريرية بخاصة.
- 5 - ضرورة الاهتمام بالتخطيط السليم للعمل الصحفي لهذه الصحف، والتبويب الجيد والثابت لتيسير عملية القراءة وخلق شخصية متميزة للصحيفة.
- 6 - زيادة المساحة المخصصة لأبواب رسائل القراء والمساحات التي تخصص لمساهماتهم بأرائهم وتصوراتهم، بما يخص مجتمعهم العمالي خاصة، ووطنهم عامة.

- 7 - استخدام أسلوب ولغة صحفية بسيطة ومفهومة عند قطاعات الجمهور المستهدف لتقديم المواد الصحفية بشكل جذاب ومستوي فني متميز.

ملخص الفصل الحادي عشر

يناقش الفصل الصحافة العمالية في إطار منظومة الإعلام والثقافة العمالية التي تسعى لإشباع احتياجات معينة تهدف إلى تنمية الوعي الاجتماعي وإقناع العمال بالمساهمة في المناشط الثقافية.

وينقسم الإعلام العمالي إلى نوعين: الموجه إلى العمال، الموجه إلى الرأي العام، ويتناول هذا الجزء – أيضا – وظائف الإعلام العمالي ومهامه.

ويحدد الفصل مفهوم الصحافة العمالية المتخصصة وسماتها، ووظائفها إلى جانب أنواع الصحف العمالية والفروق بينهما، وهي الصحف العمالية العامة، والصحف العمالية المتخصصة.

ثم يخصص الفصل جانبا من اهتمامه لدراسة حالة لصحيفتين عماليتين تصدران في مصر هما جريدة العمال، مجلة العمل.

وينتهي الفصل ببعض التوصيات التي تكفل تطوير الأداء الصحفي للصحف العمالية.

أسئلة وتطبيقات علي الفصل الحادي عشر

س1 – قارن بين صحيفة عامة وصحيفة عمالية متخصصة من حيث:

- الأهداف.
- المضمون.
- الجمهور المستهدف.
- الأشكال الصحفية.
- الأسلوب الصحفي.

س2 – أكمل:

● من وظائف الإعلام العمالي:

-
-
-
-

* من سمات الصحف العمالية المتخصصة:

-

-

-

-

* من الجهات التي قد تصدر عنها الصحف العمالية:

-

-

-

-

* ما الأشكال والفنون الصحفية الأنسب لمعالجة المضمون الخاص بالعمال:

-

-

-

-

* من الأمور التي يمكن أن تسهم في تطوير الأداء الصحفي للصحف العمالية:

-

-

-

-

س3- قارن بين ما يلي مدعما بأمثلة تطبيقية كلما أمكن:

- الإعلام العمالي والصحف العمالية.
- التقارير الإخبارية المفسرة والقصص الإخبارية الشاملة.
- سمات الصحف العمالية العامة والصحف العمالية المتخصصة.
- التبويب والإخراج.
- س4 - ناقش المقولات التالية:
- ليس هناك ضرورة للتمييز بين معالجة القضايا العمالية في الصحف العامة ومعالجتها في الصحف العمالية.
- يفضل أن تستخدم المجالات العمالية الأشكال الإخبارية خاصة الأخبار السريعة القصيرة.
- تعد التسلية والترفيه هي الوظيفة الأساسية للصحف العمالية العامة.
- لا بد أن تقتصر الصحف العمالية المتخصصة علي تناول القضايا والموضوعات الخاصة بالعمال فقط.
- التقارير الإخبارية المفسرة والقصص الإخبارية الشاملة هي الأنسب لمعالجة القضايا العمالية.

أسئلة يقوم بها الدارس

1 – اختر صحيفة يومية عامة، ومجلة أسبوعية عامة، وصحيفة عمالية عامة، واخضع المواد الصحفية الخاصة بالعمال المنشورة علي صفحاتهم للتحليل لمدة شهر مقارنا بينهم من حيث:

- الجمهور المستهدف.
- أسلوب المعالجة ونقاط التركيز.
- الأشكال أو الفنون الصحفية المستخدمة.
- القضايا الأكثر اهتماما من جانب كل منهم في إطار القضايا العمالية بشكل عام.
- مقترحا بعض تصوراتك العلمية لتطوير التغطية الصحفية للقضايا العمالية بهذه الصحف.

2 – اختر إحدى القضايا العمالية المهمة التي تري أنها تستحق أن تكون ملفا شهريا في إحدى الصحف العمالية مقترحا الموضوعات، الفنون الصحفية المقترح استخدامها، الكتاب أو أفراد الجهاز التحريري الذين تقترح مشاركتهم.

3 – ضع خطة علمية وتصميماً صحفياً لصحيفة عمالية عامة تصدر في مصر من حيث:

- الأهداف والسياسة التحريرية.
- التبويب.
- الفنون أو الأشكال الصحفية المستخدمة.
- التصميم الأساسي.
- فئات الجمهور المستهدف.

الإخراج الصحفي

إعادة تصميم الصفحة الأولى

صالة تحرير السن تايمز جريدة معروفة بسمعتها من حيث العمل الشاق الدءوب الذي يترتب عليه في الغالب شعور بالقلق والتوتر الناتج عن الاعتماد علي البحث والتجربة.

لم تستخدم السن تايمز في عملها لسنوات طويلة استراتيجية ثابتة بالنسبة لتصميم شكل الصفحة الأولى.

ولكن بحلول أواخر فترة التسعينات أرادت الجريدة تحقيق الانتشار بحيث تصل إلي القارئ الذي اعتاد قراءة الصحف ذات الحجم العادي (broadsheet) التي تطبق تركيبة الصفحات العادية (beadsheet) من حيث المحتوى ولكنها تنطق مثل الصحف الصفراء (tabloid) من حيث الشكل التصميم.

جاءت الفرصة عندما اتفقت مجموعة من المحررين جمعت بينهم الرغبة في تحقيق مستوى في الجريدة يسمح لها بأن تنال إعجاب القارئ الشاب المتيسر من الناحية المادية، وبذلك تمثل التحدي الذي واجهته جريدة السن تايمز أثناء سعيها للارتقاء إلي مستوى أعلى في السوق هو ألا تفقد الميزة التي تتمتع بها بوصفها المصدر الحيوي الذي تعتمد عليه المدينة.

تلقي فريقنا تكليفاً بإعادة تصميم جميع أقسام الجريدة، بدءاً من الوسط تدريجياً إلي الأول وقد ساعدنا هذا الأسلوب علي تعديل تفكيرنا تعديلاً دقيقاً أثناء القيام بعملية عرض الأقسام التي أعيد تصميمها، وعندما أصبحنا مستعدين لإعادة تصميم الصفحة الأولى، تبلورت في أذهاننا الفكرة عن ما نريد أن كون (من نحن) والشكل الذي نريد أن نظهره.

تمثلت أهدافنا في الآتي:

1 – تشكيل هوية الصفحة الأولى بحيث تنال إعجاب القارئ رفيع المستوى بدون تجاهل جمهور الأساسي.

2 - وضع عناصر قابلة للقياس حتي نتمكن من عرض القصص الخبرية بأكثر من طريقة وبمستويات مختلفة في الحجم.

قمنا باختبار التصميمات الجديدة اختباراً دقيقاً قبل البدء في التنفيذ، ومن ذلك أنن اقمنا بتطبيق الأدوات الأساسية وأسلوب التفكير الخاص بالتصميم الجديد علي الصفحات السابقة وبذلك أدركنا كيفية تنويع أساليب العرض، يوم بطئ من حيث الأخبار؟ تحقيقات ناجحة وهامة تنشر علي عدة أيام؟ يوم الأخبار المحلية الهامة؟ يوم الأخبار العالمية التاريخية؟ ماذا لو أراد المحرر وضع إشارة ضخمة إلي خبر في أعلي الصفحة؟ ماذا لو أراد المحرر نشر موضوعات أقل أهمية ولكنها مازالت مهمة بحيث تظهر في الصفحة الأولى مشيراً إليها في أعلي الصفحة (يطلق عليها حسب التعبيرات الخاصة بالعاملين في عملية تحرير جريدة السن تايمز refer وهذا التعبير وغيره عبارة عن مجموعة تعبيرات اتفق عليها فريق العالمين لخلق وسيلة للتفاهم بينهم وتطبيق فلسفة العمل الجديدة)؟ ولذلك قمنا بعمل 15 تصميم جديد للصفحات الأولى التي من شأنه أن تنجح في ظل المشاكل المتعددة. وقد كان هذا هو المنتج النهائي الذي خرجنا به في آخر شهر نوفمبر.

دعني أقسمها لك.

لوحة الاسم: لوحة جديدة يظهر عليها اسم الجريدة قام بتصميمها جيم باركنسون وقد خرج فيها تماماً عن الطراز القديم المألوف القوطي Gothic وقام التصميم علي نسخة من Big Caslon بتصميمها وتعديلها خصيصاً لنا حسب مواصفتنا.

اللون: قمنا باستخدام مجموعة من الألوان ثابتة وأكثر تناغماً، حيث استخدمنا في المساحة المخصصة للموضوعات الأقل أهمية refer التي يشار إليها في أعلي الصفحة وهي المساحة التي نطلق عليها "النهر" (اتفقوا علي هذه التسمية نسبة إلي نهر شيكاغوا) اللون الأخضر الفاتح الذي حصلنا عليه من الصور التي التقطناها لنهر شيكاغو ثم استخلاص اللون، واستخدمنا خلفية من اللون الرمادي الفاتح أو البيج علي نطاق واسع حتي نتمكن من تجميع و الفصل بين البنود، كم استخدمنا الأحمر الطوبي حتي نحقق التضاد وتوضيح المحتوى.

الأوفست: استبدلنا الخط Nimbus و Garmond بمجموعة الخط المفضلة لدي الجميع interstate ، حيث ساعدنا استخدامه في شكله المضغوط علي نشر

المانشتات الرئيسية للموضوعات الهامة علي مساحة عمودين، وفي نفس الوقت تسهيل قراءته في الشكل العادي بالحجم الصغير وهذا الخط يتمتع بتنوع شكله من حيث الوزن والعرض ولذلك رأينا أنه يحقق لنا مستوي المرونة الذي نرجوه.

أما عن الخط Font Bureau Constructa فهو يعتبر وجهتنا الجذابة الذي نستخدمه في المساحات التعريفية والإشارات الدالة علي الأقسام (flgs) وقد شعرنا وكأنه مصنوع من أشعة حديدية، كما رأينا أنه يعكس الطراز المعماري الذي تتميز به المدينة الغالب عليها وهو طراز Mies Van de Roe وتاريخ الطاحونة الحديدية المعروف عن شيكاغو، في حين يستخدم البونت Big Caslon في كتابة التحقيقات أو عندما يستدعي الوضع استخدام برنامج serif .

العناصر القابلة للقياس: أتاح لنا التصميم الجديد مجموعة أفضل من الأدوات تساعدنا علي رفع أو خفض صوتنا تبعاً لنوع الأخبار المنشورة سواء كان إيقاع اليوم بطيء أو مكثف أو بين الاثنين.

ويتمثل العامل المساعد علي تحقيق النجاح هنا في استخدام العناصر المرنة بدلاً من القواعد الصارمة والسريعة، فنحن لا نحكم علي تحقيق النجاح بناء علي تنفيذ الأنواع المختلفة بنفس الطريقة تماماً كل يوم حيث أننا ندرك أن القارئ لا يحكم بهذه الطريقة، كما أننا نعمل من خلال نماذج تصميم الصفحات ومجموعة الإرشادات المتعلقة بها في حين أننا نستعين بالعديد من المصممين العاملين بمفردهم (Freelance)، ونحن اليوم وبعد مرور عام مازلنا متشوقين لتجربة أفكار جديدة علي الصفحة الأولى، وهذا هو أهم عائد بالنسبة لنا من هذه المغامرة.

هذه إشارة لتصميم الصفحة الأولى التقليدية والعناصر التي نستخدمها يومياً:

الخط (يشير هذا التعبير إلي الموضوع الرئيسي).

الصورة

Offie (يشير التعبير إلي الموضوع الثاني من حيث الأهمية).

River النهر

الموضوعات الأصغر ولكنها علي درجة من الأهمية تجعلها تنشر في الصفحة الأولى بنود أخرى يري المحرر نشرها في الصفحة الأولى.

كلمة واحدة تشير لحالة الطقس

وقد توصلنا أثناء الاجتماع الذي عقدناه بعد الظهر إلي قرار بشأن الخط، والصورة، والموضوع الثاني، والنهر وعدد من الاحتمالات بالنسبة للموضوعات الأصغر refers التي يمكن حذف بعضها حسب المساحة المتوفرة.

وبعد ذلك قمنا بإدارة مسارات السلطات، وفي اليوم العادي يقوم روب برسم تصور مبدئي في صالة التحرير ويعرضها علي كبار المحررين.

يعرف الخط كما ذكرناه أعلاه علي أنه الموضوع الرئيسي في اليوم ويكتب باستخدام Interstate Bold Compressed علي أن تكون كل الحروف الكبيرة Capital بحجم 85 نقطة علي الأقل، ويمكن نشره علي مساحة واسعة تصل إلي 5 أعمدة أو مساحة ضيقة في عمودين فقط، كما يتضمن هذا العنصر أيضاً جملة تظهر أسفل العنوان الرئيسي (deck) بالإضافة إلي بعض الكلمات، وفي بعض الأحيان نتخلي عن كتابة الكلمات أو نستخدم أساليب أخرى في تناول ال deck خاصة عندما نكون بصدد التعامل مع موضوع هام وضخم.

أما ال offie فهو الموضوع رقم اثنين وبالتالي فهو يشغل المرتبة الثانية من حيث حجم المانشت في الصفحة (مع مراعاة أن هذا لا يحدث دائماً) وبوضع ال offie في موضوع متميز مرتفع أو يمكن تصميمه بأسلوب يدل علي أهمية. يجب أن تكون علي استعداد لاستبدال ال offie في أي وقت أثناء الليل حتي وإن استدعي ذلك إعادة تصميم غالبية الصفحة.

لوسي (في إشارة للممثلة التي كانت بطله مسلسل أحب لوسي وهي امرأة ذات شعر أحمر) – مانشت رئيسي يكتب باللون الأحمر.

تكتب عناوين الموضوعات التي تأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية Interstate Condensed إلا أنها أقل في الحجم كما أنها توضع في جزء أسفل في الصفحة، ويتمثل التصميم الإجمالي في استخدام الخط Interstate 10 الخفيف.

يمكن نشر الصورة علي أنها عنصر واضح في حين لا يقتصر استخدامها علي النماذج التقليدية، وتستخدم الصورة في توضيح الموضوع الرئيسي أو الهام line ولكن غالباً ما تنشر الصورة بحيث تشير إلي موضوع آخر هام منشور في الصفحات الداخلية، كما يمكن أن تكون أيضاً صورة منشورة بمفردها غير متصلة بأي موضوع أو مدمجة مع عناصر ترويجية أخرى حتي تؤدي دور offie أو عنصر مقالة هامة centerpiece .

استطلاعات رأي

الموضوع الثاني

رسم بياني

مجموعة صورة متعددة

قصة خبرية – عمود

الدمج بين العناصر هو المفتاح:

تتمثل القوة في اكتشاف وسائل حديثة لدمج العناصر الهامة والخروج بوسائل جديدة، يجب ألا تحصر نفسك في النطاق الضيق لتفسير كيف يجب أن يبدو ال offie أو الصورة أو العنوان المنشور في أعلي الصفحة.

إن تعريف المربع السحري Magic box هو الاستشهاد quote أو عنصر الحوار الذي يمكن أن يظهر في أي موضع من الصفحة.

النهر هو أكثر عناصر الصفحة مهارة ففي معظم الوقت يستخدم النهر للإشارة إلي موضوع هام عن الترفيه أو الرياضة، كما يخدم أيضا في مجال معلومات التاريخ والطقس.

تتراوح مساحة النهر بين المساحة الشاسعة بحجم دلتا نهر المسيسيبي أو الضيقة بحجم الجدول المتدفق من الجبل بمعنى أن مساحة النهر غير محددة يمكن أن تكون شاسعة أو ضيقة، ولكن يظل النهر هو أحد العناصر الهامة التي تؤثر في شكلنا كصحيفة

ولذلك حتي إذن خالفنا العرف المعتاد عليه يجب أن يظهر جزء بسيط منه علي الصفحة.

التفاصيل التي تساعد علي جذب القارئ

المربع السحري

العناوين التي تصدر في أعلي الصفحة

تساعدنا الفلسفة التي نتبعها المتمثلة في المرونة خاصة عند الحصول علي الموضوع الهام الضخم.

نتجه لاستخدام تصميم الكتابة بالخط Big Caslon عندما يستدعي الموقف ونذكر علي سبيل المثال قسم التغطية الخاص الذي تناول الرئيس رونالد ريجان وأرف كوبسينت كاتب الأعمدة الأسطوري الذي عمل معنا ومات في العام الماضي، وعندما عثرنا علي صدام في حفرة قمنا بتكبير خط العنوان الرئيسي ولذلك كان يجب تضيق النهر حتي أنه لم يسع إلا كتابة التاريخ فقط.

سلسلة سيارات النقل التي كتشفت عن الفساد في حكومة المدينة. كما يستخدم عندما تكون أخبار الرياضة متسارعة وهامة. يصبح نمط الكتابة ثقيل ويتحول الإطار من اللون الأسود إلي الرمادي والأحمر.

عناصر ومبادئ التصميم

قائمة تحوي نصائح مختصرة للتصميم

الخط:

- 1 – استعمل الخط في توصيل الحالة المزاجية أو تعزيز فكرتك.
- 2 – استخدم الخط في التنظيم وذلك من خلال ربط أو فصل العناصر.
- 3 – استخدم الخطوط حتي تتمكن من توجيه القارئ.
- 4 – استخدم الخطوط لتشكيل خطوط للتقسيم تهدف إلي إضفاء الشكل الهيكلي وتوحيد شكل الصفحة.
- 5 – في حالة عدم الضرورة لن يفيد استخدام الخطوط القارئ بل يؤدي إلي التششتيت والابتعاد عن فكرتك التي تود عرضها.

الشكل:

- 1 – استخدم الأشكال حتي تتمكن دعم مفهومك.
- 2 – عليك ألا تستخدم الأشكال بغرض التزيين، حيث أن هذا من شأن أن يضعف الإخراج.
- 3 – استخدم الأشكال في التنظيم.

النسيج:

- 1 – فكر في الدور الذي سيلعبه النسيج في الصفحة.
- 2 – يجب أن يكون النسيج داعماً للمفهوم.

التوازن:

- 1 – استخدم التوازن الذي يناسب المطبوعة التي تقوم بنشرها ويلائمها.
- 2 – استخدم أسلوب التوازن الذي يخلق الحالة المزاجية.

التضاد أو المعاكسة:

- 1 – استخدم التضاد أو المعاكسة لدعم وتعزيز الفكرة.
- 2 – استخدم التضاد أو المعاكسة في الشكل، والنسيج، واللون، والأوفست أو الطباعة.
- 3 – هل بالغت في استخدام التضاد؟

التوحيد:

- 1 – استخدم خطوط تقسيم الصفحة بقدر المستطاع حتي تضي علي الإخراج الوضع الهيكلي.
- 2 – أخرج خارج إطار خطوط تقسيم الصفحة حتي تضي علي التصميم الحيوية.
- 3 – استخدم أسلوب التوحيد حتي تمكن من قيادة عين القارئ عبر العناصر المختلفة.
- 4 – هل تبدو خطوطك، والمربعات التي تحوي النصوص، وغيرها من العناصر في الصفحة وكأنها تنتمي لبعضها البعض؟
- 5 – عليك حذف أية عناصر تؤدي للتشتيت.

اللون:

- 1 – دافئ ولطيف.
- 2 – غامق وفاتح.
- 3 – هل تنجح القيم التي تستخدمها في التصميم أم أن اللون يستخدم في محاولة لإنقاذ التصميم السيء؟
- 4 – هل تساعد الألوان التي اخترتها علي دعم القصة الخبرية؟

**المحاضرات النظرية للمعدين
للعمل التليفزيوني**

قد يخطر ببالك يوم من الأيام أن تكون مراسلاً تليفزيونياً لقناة ما وهذه المهنة من وجهة نظرك قد تكون سهلة ولكن هي في الأساس مهنة قد يكون أحياناً من خلالها البحث عن الحقيقة أو المعلومة أو الخبر ولكن غالباً ما تكون البحث عن المتاعب.

وتأكد إنه لا يولد الإنسان عالماً كلنا نتعلم – المراسلون والإعلاميون كغيرهم من الكثير يولدون ويصنعون بمعنى قد تكون موهوباً ولديك كارزما وان لم تكن كذلك ممكن أن تكون بالتدريب والتعليم والممارسة ولا بد أن تأخذ القرار وتضع الهدف وتقاتل كي تحققه والقرار لك وأصعب ما يقابل المراسل والإعلامي الجديد وتضع الهدف وتقاتل كي تحققه والقرار لك وأصعب ما يقابل المراسل والإعلامي الجديد هي عقدة الخوف من الفشل والخجل من المشاهدين فلا بد من الثقة في النفس والتخلص من الخوف ولا تخشي الظهور أو العمل من المشاهدين ولا تخف من الأخطاء وتأكد أنك ستكون مقبولا من البعض ومكروها من الآخرين بدون أي سبب فكن واثقا مما تؤديه وحدد هدفك وجاهد لتحقيقه.

ولكي تكون مراسلاً جيداً لابد من الاستماع الكثير وبتركيز للتقارير والقنوات الفضائية ومشاهدة العديد من المراسين والممارسة ثم التدريب والتسجيل لنفسك والإعادة ودراسة الأداء وتحليل الأخطاء وتقييم نفسك.

وقبل كل شيء يجب علي كل من يعمل بالعمل الإعلامي أن يكون ملتزماً في المواعيد وخاصة أن البرامج مرتبطة بتوقيات وخروج الأورداً مرتبطة بمواعيد تحرك ومواعيد بداية الأحداث وكذلك لابد للمراسل أن يتمتع ببعض الصفات منها النزاهة والصدق والأمانة وأن يكون هناك حاجزاً ما بين المراسل والمصدر ولا يكون له فضلاً عليه في أي شيء حتي يكون قادراً علي أداء عمله بأريحية ودون ضغوط أو وضع اعتبارات لمجاملات سابقة من المصدر تضعه في موقف حرج من قول الحقيقة أو عدم العدالة.

كيفية إعداد برامج تليفزيونية

تعتبر وظيفة "معد البرامج" من الوظائف المهمة هي العمود الفقري لأي برنامج تليفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبني عليه بقية العناصر في التليفزيون (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج، أسلوب عملها).

كما أن هذه العناصر تحول ما كتب علي الورق إلي واقع مرئي.

من هو معد البرامج التليفزيونية؟؟

هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التليفزيوني علماً بأن هذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة.

ما معنى كلمة إعداد؟؟

هل المعالجة الفنية لنص من النصوص حتي يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التليفزيون كوسيلة إعلامية.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد اعتماداً كلياً علي السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع لأشخاص المشاركين والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم علي كافة الخطوات والترتيبات وصياغة الأسئلة التي يستخدمها مقدم البرنامج في حوار مع الضيوف وكتابة بعض النقاط المهمة التي تنير الطريق أمام مقدم البرنامج.

وفي كل الأحوال يجب علي الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر أولاً في كيفية ظهور ما يكتبه علي الشاشة، كما أن علي معد البرامج أن يستوعب جيداً مقوماً صياغة الرسالة التليفزيونية، وكيفية استخدام كل عناصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التليفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد.

فالصورة ومكوناتها وزوايا تصويرها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر علي الكاتب أن يوضحها في

النص الذي يكتبه علي شكل تعليمات، سواء أكان النص دراميا أو غير درامي، علاوة علي استخدام عناصر الصوت ومكوناته والتعبير عنه في النص.

وكل هذه العناصر المرئية والصوتية مع تفهم الأساسيات التقنية للتلفزيون أجهزة الإنتاج من كاميرات غرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج والحدود التي يفرضها، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيله أو عرضه مباشرة.. كل هذه المقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني.

مواصفات معد البرامج؟؟

يفصل أن يكون معد البرامج موهوبا بمعنى أن يكون لديه الاستعداد الشخصي والرغبة في الكتابة والإعداد، ثم عليه بعد ذلك صقل هذه الموهبة وتنميتها بالمران والممارسة ولكي تسير تجربة المعد بنجاح فهي في حاجة إلي تنمية مستمرة، ويتأتي ذلك بالدراسة العلمية المتعمقة والاشتراك في الدورات التدريبية المتخصصة.

1 - التمكن من اللغة العربية والإنجليزية.

2 - القدرة علي التعبير عن الأفكار وتتجلي هذه القدرة علي مقدرته علي الكتابة.

3 - القدرة علي الحصول علي المعلومات من خلال قدرته علي القراءة والاستماع.

4 - يكون لديه مستوي معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيه.

5 - المعاشية الكاملة للواقع والإحساس الشديد بمشكلات مجتمعه.

6 - القدرة علي التخيل والابتكار.

7 - الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.

8-الإلمام بالتشريعات والقوانين الإعلامية. فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية ومقوماتها.

9 - الإلمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة والتاريخ والاقتصاد والمجتمع والرياضة، وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءا لا يتجزأ من مدركات الكاتب ورصيда مهما من الأفكار والمعلومات التي كثيرا ما تعينه علي أداء عمله.

10 - التزود بالثقافة التي تتصل بالتخصص الذي يتم العمل فيه.

11 - أخيرا المرونة والقدرة علي مواجهة المفاجآت، وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج التلفزيوني أولاً وأخيراً، حيث يخضع للمفاجآت والظروف المتغيرة في كثير من جوانبه، فقد يرفض أحد الضيوف الحضور في لحظة حرجية، وقد يتعذر الحصول علي موافقة السلطات لتصوير برنامج ما أو لقطات في مكان معين، كما قد يتعذر التصوير في مكان ما لسبب فني خارج عن الإرادة، وهذه المفاجآت تتطلب من المعد أن يكون مرناً أو أن تكون لديه القدرة التي تمكنه من مواجهة مثل هذه المفاجآت.

ولذلك يقال إن المعدين الذين أحدثوا تفوقاً وبروزاً في هذا المجال لم يبرهنوا علي أنه موهوبون فقط بل إنهم قادرون كذلك علي تحمل التوترات الهائلة النجمة عن طبيعة العمل التلفزيوني وتحت ضغط مواعيد تحدد تحديداً دقيقاً، سواء فيما يتعلق بالتسجيل داخل الاستوديوهات أو التصوير والنقل الخارجي أو البث المباشر من الاستديو.

ومن هنا فإن الكتابة الجيدة وإن كانت شيئاً ضرورياً ومطلب أساسياً فإن ذلك لابد أن يتم في إطار المواعيد والأوقات المحددة التي تتوافق مع طبيعة العمل الإذاعي وظروفه التي قد تضطر الكاتب لمواجهة حالات معينة تقتضي اختصار النص أو إعادة كتابته أو إضافة معلومات جديدة.

مراحل إعداد برنامج تلفزيوني؟؟

1 - اختيار الفكرة أو الموضوع

يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وقضاياها واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده. وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة، والقراء للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات.. كل هذه تمثل روافداً مهمة لخلق أفكار جيدة؛ لأن الفكرة هي "رأس مال المعد".

ولابد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.

2 - تحديد الغرض من الفكرة أو الموضوع

أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية، والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيه كالبرامج الرياضية وبرامج المنوعات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية.

3 - البحث العلمي أو جمع المادة العلمية للفكرة أو الموضوع

تبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار علي الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتي المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

أنواع البرامج التليفزيونية:

1 - برامج الحديث المباشر

وهي عبارة عن المادة الإعلامية التي يقدمها أحد المتخصصين إلي جمهور المشاهدين، ويعتمد علي أسلوب السرد، ويكون لشخصية المتحدث أثر كبير في تحقيق الحديث لأهدافه، إضافة إلي حسن الأداء وسلامة اللغة ووضوح الهدف.

2 - برامج المناقشات أو الندوات

وهي من أكثر البرامج جاذبية؛ لأنها تعكس وجهات نظر مختلفة وآراء متعددة وتضفي لونا من ألوان الحرية في النقد والتعبير عن الرأي.

3 - برامج الحوار أو المقابلات

وهي من أكثر البرامج التليفزيونية انتشارا، وينقسم هذا النوع من البرامج إلي ثلاثة أقسام حوار الرأي، ويعتمد علي استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما، حوار المعلومات، ويهدف للحصول علي معلومات أو بيانات تخدم هدفا معينا، حوار الشخصية، ويستهدف هذا النوع تسليط الضوء علي شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد، ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج علي اختيار الشخصية المناسبة ومدي كفاءة مدير الحوار، وطريقة وضع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة وفي الوقت نفسه قوية وواضحة، ولا تكون الأسئلة مما يحتمل

الإجابة عنه بنعم أو لا، ولكن يفضل اختيار أسئلة تسمح للضيف بأن يخرج إجابات تقريرية أو تفسيرية، ويفضل أن يبتعد المعد عن الأسئلة الإيمانية التي تتضمن في طياتها الإجابة التي يجب أن يرد بها الضيف، ومن المهم أن يستفز المعد الشخصية المجري معها الحوار بأسئلة تجعله يقدم معلومات جديدة ومشوقة أو آراء مهمة.

ويظل هناك عوامل معينة تساعد علي نجاح البرنامج في كل نوع من هذه الأنواع، منها جدية، الفكرة، واحتياج الناس للموضوع، وتنوع المصادر وتكاملها بحيث تعبر عن كل الاتجاهات المتربطة بالظاهرة، ودقة المعلومات ونسبها إلي مصادرها.

كما ينبغي التأكيد في النهاية علي أهمية أن يقوم المعد بجمع المعلومات الكافية عن الشخصية وعن الموضوعات، التي تساعد وتساعد فريق العمل المتعاون معه علي إخراج العمل بالشكل الذي يخدم الغرض الذي قام من أجله.

أشرنا من خلال مقال (الوظيفة.. المعد) إلي أن هناك نوعين من النصوص التليفزيونية: النص الكامل، والذي يتولي فيه كاتب البرنامج التليفزيوني تجهيز نص كامل يتحكم في كل عناصره ويحدد كافة تفاصيله الكلمة والصورة والموسيقى التصويرية، وينتشر هذا النموذج في البرامج الدرامية والتسجيلية.

أما النوع الآخر والذي يتوقف علي أن يقوم المعد فقد بتحديد الخطوط الرئيسية التي يمكن أن تسير الحلقة في إطارها، كوضع عنوان الحلقة ومحاورها واختيار المتحدثين فيها، والتساؤلات المطروحة عليهم وحيز الوقت المستغرق لكل محور من المحاور.

صفات معد البرمج التليفزيوني

- 1 - أن يكون لديه مهارة البحث والوصول إلي المعلومة من مصادرها الموقوفة.
- 2 - أن يكون لديه مهارة الكتابة والإعداد، فهو أساس صحفي لذا عليه احتراف الكتابة وتناول القضايا الشيقة والخروج بموضوع مميز.
- 3 - أن يكون لدائم الاطلاع علي الصحف والمجلات والإذاعات التليفزيونية والأحداث.

4 - أن يكون لديه معرفة كاملة بالشخصيات العامة والاعتبارية بمختلف تخصصاتهم.

6 - أن يكون لديه ويمتلك عدد كبير من العلاقات والمصادر.

6 - أن يكون لديه ويمتلك العديد من الأفكار والقدرة علي تطويرها والمتابعة المستمرة لها.

7 - المعرفة بأساسيات الكاميرا والإخراج والتصوير والأمور الفنية الأخرى.

8 - سرعة البديعة والتطوير الدائم للمهارات والقدرات والقراءة المتعمقة والثقافة.

9 - احترام المشاهدين وعدم الاستخفاف بعقولهم، والتعامل بمهنية وموضوعية وحياد.

10 - التمتع باللباقة والذكاء الاجتماعي وذلك للنجاح في تكوين علاقات مع المسؤولين والزملاء والمصادر.

(2)

التقرير التليفزيوني

تعريف التقرير التليفزيوني

هو القدرة علي إيصال الفكرة في مدة زمنية قصيرة بعد تحديد الموضوع وجمع معلومات موثقة عنه.

التقرير التليفزيوني الميداني

هو التقدير الذي يجب أن يتمتع فيه المراسل باللياقة البدنية والذكاء وحسن التصرف وأن يكون له مواصفات خاصة وخبرات في التعامل مع المواقف والمحيطين وأن يكون مهياً لمواجهة أي ظروف لأنه من الممكن أن يؤدي الخطأ الميداني بها إلي فقدان التقرير بل في بعض الأحيان إلي فقدان المراسل نفسه.

أهم مميزات التقرير الميداني

- 1 - المراسل هو المسئول الأول والأخير عن المادة المعلوماتية بالتقرير.
 - 2 - المراسل هو المسئول الأول والأخير عن المادة الفيلمية بالتقرير.
 - 3 - المراسل هو المسئول عن مظهره وأسلوبه ومهارة الحوار مع الضيف والتعامل مع الكاميرا.
- فيما عدا ذلك فإن التقرير التليفزيوني الميداني تنطبق عليه جميع معايير التقرير التليفزيوني كوحدة الموضوع ووضوح اللغة وقصر الجمل وتقسيم التقرير لأجزاء منطقية مترابطة.

القواعد التي يجب اتباعها في التقرير التلفزيوني

أولاً: -

يجب تحديد موضوع التقرير بعناية وما هو الحدث وعدد الكلمات التي ستقرأ في الثانية وإعداد قائمة بعدد اللقطات المصورة والأرشيفية وإعداد المادة المعلوماتية له ولا بد أن تكون كلمات التقرير في المرتبة الثانية والصورة لها الأولوية أولى.

ثانياً:

اجراء بحث كمل وشامل حول التقرير بشتي جوانبه والحصول علي المعلومات الكافية لعمل التقرير من مصادر ومراجع موثوق منها لعمل تقرير مميز.

ثالثاً:

البناء الأولي للتقرير بعد الالمام بالمعلومات الأساسية والتأكد من سمعة المواقع التي أخذت منها المعلومات وتأكد من مصداقياتها وعمل تصور واضح لأماكن التصوير والضيوف المحتملين في التقرير.

رابعاً:

التجهيز اللوجستي للتقرير وتحديد أماكن التصوير والضيوف المختارين واجراء الاتصالات بالمعنيين بالأمر وعمل التصاريح اللازمة للتصوير وتحديد الميزانية والعاملين بالتقرير والأطراف التي لها رأي في التقرير لتحديد موعد المقابلة والتصوير ولا بد من ترتيب أصحاب الرأي الآخر وأصحاب الآراء المحايدة والاتصال بالمعنيين في الجهات الرسمية التي يتطلب الحصول منها علي تصريح وتسجيل الملاحظات التي تسهل كتابة التقرير وتسجيل معلومات المصادر.

خامساً:

وضع ملخص للتقرير في المقدمة (استند ابر) يعرض كخبر قصير يعبر عن مضمون التقرير ويتميز بالتركيز والضغط علي بعض الكلمات واستخراج بعض الكلمات الافتتاحية منه وترتيب الأحداث في شكل فيلم تسجيلي صغير وفي سياق درامي مسلسل.

سادساً:

الاهتمام بالمقدمة ولا بد من ترك خمس ثواني في بداية ومقدمة التقرير يعرض من خلالها بعض الصور والمؤثرات الصوتية الحية للحدث قبل البدء في التقرير وإثارة القاريء في مقدمة الموضوع لدفعه لاكمال التقرير واعطاء فكرة علي المعلومات الأساسية التي ستكون في التقرير وضمان حصول القاريء علي تصور عام للتقرير بعد قراءة المقدمة.

سابعاً:

طعم الموضوع بالأدلة التي تدعم فكرة التقرير الرئيسية وتكون موثقة ومعتمدة سواء من مصادر مكتبية أو تليفزيونية أو من الإنترنت أو من شخصيات لها علاقة بالتقرير وأي صورة بالتقرير يجب ألا تستمر أكثر من 20 ثانية ولا يسمح بأكثر من ثلاث لقاءات ويجب ألا يكون وجه المراسل غير معبر عن حالة رضي أو قبول بمحتوي التقرير والحدث الذي يغطيه التقرير ولن يكون المراسل محايداً وطبيعياً ولا بد أن تكون كلماته ومظهره معبراً عن الحدث وواقعه.

ثامناً:

ضع خاتمة بها استنتاجات وأفكار نهائية تمثل التقرير فالخاتمة وأيضاً المقدمة يجب أن تبدأ وتنتهي بأقوي خبرين ولقطتين ولا بد أن تكون بليغه وموجزة وبها ملخص التقرير لأن ما يرسخ بذهن المشاهد هي الصورة الأخيرة وإنما (الأعمال بالخواتيم).

الاعتبارات التي يجب مراعاتها في عمل تقرير تليفزيوني

- 1 - الأداء الصوتي (التلوين – تنوع سرعات القراءة – تمييز بعض الكلمات والضغط عليها – إظهار مخارج الحروف – الصوت الحيوي الغير ممل بوتيرة واحدة).
- 2 – في أي حالة من الأحوال لا يزيد التقرير عن ثلاث دقائق .
- 3 – يجب أن يكون كل شيء محسوب عدد البراجرافات وعدد الكلمات وأوقات المؤثرات الصوتية أو المقاطع المضافة واللقاءات وظهوره واستناد المراسل.
- 4 – لغة الجسد للمراسل لابد أن تكون معبرة عن الحدث وظروف التقرير.

أنواع التقارير

1 - التصريح

(هو اللقاء المباشر المصاحب لأسئلة وإجابات) وهو ليست له مدة محددة.

2 - التقرير التقليدي

(وهو اللقاءات ثم الماتريل ثم اللقاءات ثم الماتريل) وليست له مدة محددة.

3 - التقرير الناريشن

(وهو الذي يبدأ وينتهي بـ استند ابر) وبينهما لقاءات ومادة فيلمية وهو المتبع في نشرات الأخبار والقنوات الإخبارية والرياضية المحترفة (مدته تكون من 4 - 5 دقائق).

الصورة في التقرير التلفزيوني

وعلي المراسل أن ينقل إجابات كل ذلك في تقرير للمشاهد بطريقة جذابة وفي سيناريو واضح وأيضاً المراسل أن يعلم ما تمثله الصورة بالنسبة للتقرير التلفزيوني ومعرفة كيفية استخدامها لأن في الصورة تأثير عميق ودائماً في الصورة العين تغلب علي الأذن وتبقي الصورة في الذاكرة لما لقوة الصورة من تأثير علي عقل الإنسان والأهم من كل ذلك لا يجب خداع الجمهور بصور وتصريحات مفبركة ولا تركب المشاهد.

الألوان في التقرير التلفزيوني

تمثل الألوان تأثيراً كبيراً علي المضمون وتعتبر رسائل موجهه ومعبرة هناك ألوان مريحة - مثلاً اللون الأزرق ودرجاته - وأيضاً ألوان مثيرة - مثل الأحمر وتعطي الألوان هوية للصورة.

الصوت في التقرير التلفزيوني

صوت المراسل لابد أن يكون جيداً وأن يكون متمكناً من اللقاء وعنده بيان في النطق ومخارج ألفاظه سليمة وحركات جسده المصاحبة لابد أن تكون مناسبة لصوت

ومزاج النص وعلي المراسل دوما أن يقوم بتحويل أفكاره إلي قصة وصور تليفزيونية وإذا كانت القصة لا تستحق فيجب التوقف علي الفور.

2 - البناء

وهو هيكل التقرير ووضع طريقة منظمة لشرح القصة وتسلسلها الزمني والربط المنطقي لكل عناصر التقرير وأن تكون كلمات وأدوات ربط التقرير بليغة ومشوقة وتضيف رونقا للتقرير ويجب علي المراسل أن يكتب ليعبر لا ليؤثر.

To express not to impress

وعلي المراسل أن يدع التقرير يتنفس ويسمح بلحظات صمت في التقرير التليفزيوني وأن يتجنب الإكثار من الأرقام والاحصاءات واستخدام الجرافيك قدر المستطاع وتجنب الجمل والأمثال والحكم والعبارات المكررة التي ملها المشاهد ويجب تجنب الكتابة الوصفية الدقيقة وأن تكون خاتمة التقرير قوية وتلخص الحدث ويجب علي المراسل أن يجعل المشاهد يحكم علي النهاية وأن يحتفظ ببعض المعلومات للنهاية ولا بد أن يكون النص دائماً بسيطاً وأن تكون الكلمات المكتوبة للأذن وتذكر أن العين تغلب الأذن والصور أكثر تعبيراً دائماً.

3 - الترتيب الزمني

التقرير التليفزيوني الجيد هو الأقرب إلي الفيلم السينمائي القصير الذي يختصر زمنا ومراحل طويلة التي يكون الهدف منها هو الحبكة الدرامية ولا بد علي المراسل أن يضع في اعتباره التساؤلات التي تدور في ذهن المشاهد.

4 - كتابة النص

لا بد من بذل الكثير من المجهودات في اختيار الجملة الافتتاحية للتقرير والتي بعدها هي التي تحدد أن المشاهد سيستمر في مشاهدة التقرير أم سيقرب المحطة وعلي المراسل الجيد أن ينقل الجو العام للحدث للمشاهدين وأن يجعلهم داخل الحدث يحسونه ويستنشقونه ويشعرونه سواء بالرغبة أو السعادة حسب جو الحدث الذي ينقله المراسل.

5 - تركيب التقرير

بداية لا تضع صوراً لملء الفراغ ولا تكتب كلمة دون أن يكون لها صورة وحاول جاهداً أن يكون للتقرير بناء درامي واستخدام أقصر الجمل وأقواها إيقاعاً وتوظيف الصوت المصاحب واللقطات الميدانية بصورة مقنعة ومتماسكة، أما صوت المراسل فلا بد أن يكون طبيعياً ومتلونا ومتماشياً مع الأحداث وفي بعض الأحيان يلجأ المراسل للصور الأرضية مرة واحدة ولا بد من توضيح ذلك.

بعد الانتهاء من عمل التقرير اقرأه بصوت مرتفع وتأكد من استخدام اللغة السليمة الخالية من الأخطاء واللحن والمفردات والأيحاءات والمحافظة على الحيادية وتأكد أنك التزمت معايير العمل الإعلامي من دقة وموضوعية وإنصاف وتوازن وشفافية وحياد.

أخيراً وضع التقرير في سياقه المناسب وارتباطه بالأحداث وذلك بالتنسيق مع الإعداد في غرفة التحرير بالقناة.

ظهور المراسل في التقرير التلفزيوني

إذا كان ظهور المراسل لابد منه في التقرير فيجب أن يكون لذلك مبررا وأن يضيف شيء للتقرير وأن يكون ظهوره خفيفا علي المشاهدين.

هناك بعض الأمور المهمة التي يجب أن يأخذها المراسل في الاعتبار:

- 1 - الوقوف في مكان له علاقة بالقصة .
- 2 - أعرف لماذا تفعل ذلك.
- 3 - سياسة المحطة التي تعمل بها لها رأي في شكل التقرير.
- 4 - تعريف بالمحطة أو القناة التي تعمل به.
- 5 - إظهار حقيقة يصعب علي الكاميرا إظهارها والحديث عن الأحداث التي لا تستطيع الكاميرا الوصول لها وما نسميه ما هو خلف الكاميرا.
- 6 - لابد من اضافة المصادقية علي التقرير.
- 7 - اعطاء مختصر القصة أو الحدث.
- ممكن استعراض شيء معين مثل أن يكون شيء في يد المراسل أو يشير علي شيء.
- 8 - يجب علي المراسل التحدث علي ما تصوره الكاميرا وليس الكاميرا.
- 9 - علي المراسل أن يعرف ماذا ستقول في الوقفة ولا تزد علي ثلاثة براجرافات من - خمس عشرة إلي عشرين ثانية وإذا كان لدي المراسل كلام كثير مثل الأقوال المقتبسة فسوف تطول (البيس تو) كاميرا .

خاتمة التقرير

Piec e. To camera (PTC)

ولا مانع من استخدام فكرة تدوين معلومات لكن الجمهور يفضل أن يراك بدون فكرة .

- 10 - الظهور يكون بشكل مناسب ولا تملل في الوقفة بإظهار حركات عصبية تظهر أنك متوتر واستخدم حركاتك الطبيعية.

- 11 - في لقطات المشي امش أولاً ثم تحدث ثم أنه كلامك وأكمل المشي.
(والمشي في التصوير يكون إذا كان هناك داع لذلك فقط).
- 12 - تحرك ببعض أعضاء جسمك (التفت بوجهك أو أشر بيدك إذا كان لذلك معني).

طرق ظهور المراسل في التقرير التلفزيوني

الأول: ظهور سمعي (قراءته وتعليقه علي التقرير)

الثاني: ظهور جسدي (وهو الظهور صوت وصورة) إذن متي يظهر المراسل في التقرير.

في حالتين الأكثر شيوعا التي يظهر في نهاية التقرير (بيس تو كاميرا)

P.T.C Pacp. To. camera

الحالة الثانية يظهر المراسل وسل التقرير وظهوره كرابط بين البراجرافات وظهوره يعطي مصداقية وطمأنينة حتي لا يكون هناك مجال للشك والطعن في صحة التقرير.

ومتى نلجأ للظهور وسط التقرير يكون ذلك عند الانتقال من موضع لآخر وكل ظهور يكون له ما يبرره وفي حالة دخول التقرير في أجواء زمانية مختلفة بمعنى امتداده من النهار لليل أو العكس إذن يجب أن يظهر المراسل كفاصل مقنع للربط بين الزمنيين.

كيف تكون مراسلاً ناجحاً

- 1 - أن تكون صاحب مظهر جيد ومهذب ومحتشم ومعبراً عن الحالة المزاجية لأحداث التقرير فملابس المراسل الميداني تختلف كثيراً عن ملابس المذيع في الاستديو وإلا تكون دائماً مصدراً للإثارة بل من الممكن أن تساهم في حل مشكلة (13).
- 2 - أن يرافقك دائماً القلم والورقة لتدوين كل ما يدور وترجمته لفقرات بالتقرير وأن يتميز دائماً المراسل بالجرأة والتصميم علي كشف السلبيات (3).
- 3 - الحصول علي أكبر قدر من الصور واللقطات التي هي أساس التقرير المصور ومحاولة الاجادة وعمل انفرادات دون يأس ولا يخاف من الفشل (23).
- 4 - قوة الشخصية والثقة في النفس وعدم اليأس والتعامل باحترام مع الآخرين. ومحاولة فهم طبيعة المكان الذي سيتم عمل التقرير فيه وعدم الخجل وتجاهل نظرات (المتفرجين) والسيطرة علي الموقف استخدام الحزم إذا لزم الأمر (8).
- 5 - جمع معلومات كافية عن الشخصيات أو الأحداث التي سيتم عمل التقرير عنها وأن يكون صاحب رسالة إنسانية بجانب عمله المهني (5).
- 6 - لا بد أن يكون لديك مواعيد سابقة مع الشخصيات التي ستقوم بعمل التقرير معها وأن تكون ملتزماً في المواعيد وأن يكون بينك وبينه حاجزاً في التعامل ومساحة من الود والاحترام (6).
- 7 - أن يكون لدي المراسل لغة سليمة ولباقة وقدرة حوارية في النقاش وتوجيه الأسئلة وأن يكون لديه من الذكاء في تحليل شخصية الضيف حتي يستطيع توجيه الأسئلة المناسبة.
- 8 - أن يكون لدي المراسل من الفطنة والذكاء والحلم والتصرف مع المواقف عندما يواجه من الضيف أو تصرف غير لائق منه (16).
- 9 - أن يكون لديه تواضعاً وسعة صدر لتقبل كل الآراء (16) وأن يكون حذراً حتي خارج الهواء.
- 10 - يجب أن يكون المراسل مثقفاً ولهما ولديه معلومات كافية عن الشخصية أو الموضوع الذي سيتم عمل التقرير بشأنه.
- 11 - الاهتمام بالأعمال الأولي ربما تكون تراث وذكري (21).
- 12 - مراسل عن طريق التليفون (27).

- 13 - السيطرة علي الضيوف والشخصيات وزير ومحافظ ورئيس لجنة وعُين وتسليم جوائز (27).
- 14 - مراسلين وملاحظات لو مش تمكن أنسي.
- 15 - نختم بالموقف الذي يتمناه المراسل في كل وقت (34).

التدريبات العملية لإعداد المراسل التليفزيوني

- 1 - كل متدرب يؤدي اتصال تليفوني مع الاستوديو.
- 2 - كل متدرب يقوم بعمل الاستند ابر لمقدمه وختام التقرير.
- 3 - كل متدرب يقوم بعمل الناريش الخاص بالتقرير وفقراته حسب القواعب المنظمة لعمل التقرير التليفزيوني الناجح ملخص (التقرير في الاستند ابر) يعرض في خبر قصير ويتميز بالتركيز والضغط علي بعض الكلمات ولا يمكن لمراسل أن يتكلم بدون أن يتحرك ولا يستخدم لغة الجسد.
- لا بد ان نترك 5 ثواني في بداية التقرير يعرض من خلالها بعض الصور أو المؤثرات الصوتية للحدث قبل البدء بنطق كلمات التقرير.
- 4 - تقسيم المتدربين لمجموعات لعمل مجموعات ناريشن ولقاءات وحوارات التدريب علي المواقف المختلفة التي من الممكن أن تواجه المراسل (كمضايفات الجماهير أو ترك الضيف للقاء أو استفزاز الضيف ودراسة طبيعة شخصيته وطريقة التعامل معها) .
- وأي صورة بالتقرير لا تستمر أكثر من 20 ثانية ولا يسمح بأكثر من ثلاث لقاءات وأن يكون وجه المراسل غير معبر عن حالة رضي أو قبول لما يحدث وأن يكون طبيعيا ومحايدا وكلماته وملابسه وألوانها معبرة ومحايده.
- (بعد ذلك عرض تقارير المتدربين والاستماع لبعض الملاحظات منهم).

مشروع الدورة

كل مشترك يقدم مشروع للدورة عبارة عن:

- 1 - تقرير ناريشن لحدث ما.
- 2 - لقاءات وتصريحات عن موضوع ما.
- 3 - كيفية التعامل مع المواقف الميدانية.

التقارير التليفزيونية

- 1 - كيف تكتب تقرير بطريقة احترافية.
- 2 - تضرر السياحة في شرم (خارج التخصص).
- 3 - منع الإعلاميين من دخول اتحاد الكرة (جراة وتصميم التقرير).
- 4 - تقرير شيوخ التشجيع في بور سعيد (مواكبة الحدث والتنكر).
- 6 - تقرير الكابتن عز الدين يعقوب (تقرير إنساني).
- 6 - وصول كأس العالم للمطار (تقرير علي الهوا ووصف تفصيلي بورقة).
- 7 - أحمد فتح الله ستاد النيل المكيف - اصفاء المرح علي الاستديو ووصف ما وراء الكاميرا.
- 8 - تقرير حسام حسن والجمهور والدروس المستفادة (كيف تتعامل مع الجمهور).
- 9 - ستاد النيل الاتحاد وإنبي و جماهير الاتحاد والدروس المستفادة 2/17
- 10 - الشرطة وسموحة (وصف ما هو خلف الكاميرا والدروس المستفادة).
- 11 - حلمي طولان (وإبعاد الرجل ال في الكادر وتوصيل صوت أهل اللاعب المتوفي).
- 12 - قصة حسام وإبراهيم (درس مستفاد بعد أن غادر الضيف وأصبحت لوحدي).
- 13 - طولان وفرج أحمد جمال (ودور المراسل في تهدئة النفوس).
- 14 - تقرير اللواء أحمد جاد منصور.
- (واستعداد المراسل أنه ممكن يكون مذيع في أي لحظة) وتقرير إسكاي لاسكواش وتقرير فروسية أكاديمية الشرطة.
- 15 - تقرير الكاتبة سكينة فؤاد في بورسعيد رفع الحصار عن بور سعيد بعد الحادث.

- 16 – مشكلة سعفان ودور المراسل في ضبط النفس والسيطرة ع الموقف.
- 17 – مستر فييرا وتببته وعدم فلسفة المراسل في استعراض اللغة.
- 18 – كوميديا المراسلين (محاولة لقاء محمد صلاح) صح أم خطأ.
- 19 – مشكلة غراب ومهيب وعدم لمس الضيف.
- 20 – قبل لقاء كابتن ميمي عبدالرازق (لابد من الاحتراس طالما انت أمام الكاميرا).
- 21 – لقاء أبو تريكة التاريخي (الاحتفاظ بالأعمال القديمة).
- 22 – لقاء تاريخي مع حازم إمام وإبراهيم وحسام حسن.
- 23 – محاولة عمل لقاء مع محمد صلاح.
- 24 – شريف عبدالحميد رئيس مباحث إسكندرية.
- 25 – وقوع المراسلين بالماء لعدم اختيار الأماكن المناسبة.
- 26 – طالما في يدك المايك وانت أمام الكاميرا قبل الهواء (احذر).
- 27 – مكالمة المدينة الشبابية وكيف تقوم بتوصيل صوتك ومشكلتك.
- 28 – أجواء وعدم وجود ضيف في ستاد برج العرب.
- 29 – لقاء البطلة الجزائرية الأولمبية حسيبة بالمرقة واستغلال الحدث في وجود نجم وبأي إمكانيات وكاميرا خاصة.
- 30 – ختام دوري مراكز الشباب وفوز العماروة والسيطرة علي الضيوف الكبار وزير ومحافظ ورئيس لجنة أولمبية.
- 31 – كتاب القلعة الخضراء وإعلان شوبير والمعد والمراسل والمؤرخ.
- 32 – فيديو مجمع نموذج لعمل فاصل.
- 33 – ضبط النفس من الاستفزازات مهم جدا للمراسل.
- 34 – قبلة من برازيلية للمراسل جهاد يوسف ماذا يفعل؟

هوامش ومراجع الكتاب

- 1 - الصحافة المتخصصة تأليف الدكتور فاروق أبو زيد أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة والدكتورة ليلى عبدالمجيد أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة - برنامج بكالوريوس الإعلام مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- 2 - محمود علم الدين مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية رسالة دكتوراة غير منشورة كلية الإعلام 1984.
- 3 - ماكبرايد - شئون : أصوات متعددة وعالم واحد الاتصال والمجتمع اليوم وغداً اليونسكو (الشركة الوطنية للنشر والتوزيع) الجزائر - 1981 - ص 491 - 492 .
- 4 - عواطف عبدالرحمن قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث: الكويت عالم الفكر 1984 - ص 82 .
- 5 - شفيق محمود عبداللطيف وكالات الأنباء رؤية جديدة القاهرة دار المعارف 1978 ص 30.
- 6 - مصطفى الصمودي النظام الإعلامي الجديد الكويت - عالم الفكر 1985 ص 226 .
- 7 - فاروق أبو زيد. فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية - الطبعة الثانية دار الشروف بيروت 1981 ص 201 .
- 8 - خليل صابات وسائل الاتصال نشأتها وتطورها الطبعة الثانية القاهرة الأنجلو المصرية 1982 ص 48 .
- 9 - محمد سلماوي محرر الشؤون الخارجية القاهرة مطبعة أطلس 1971 .
- 10 - فايز فرانسى : الصحافة الاشتراكية - دمشق معهد الإعداد الإعلامي 1971 ص 29 - 30 .
- 11 - عبدالطيف حمزة - المدخل في التحرير الصحفي القاهرة دار الفكر العربي 1956 ص 29 - 30 .
- 12 - صلاح عبدالمتعال حجم الجريمة من الاحصاءات الرسمية المجلة الجنائية - القومية يوليو - نوفمبر 1978 - ص 136 - 140 .

- 13 - هونبرج جون الصحفي المحترف ترجمة مشيل ت كلا القاهرة مؤسسة سجل العرب ص 676 .
- 14 - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري القاهرة العربي للنشر والتوزيع 1990 .
- 15 - جمالك - باريس أكتوبر 1985 .
- 16 - الكاتب الصحفي محمود دسوقي الكتابة الصحفية .
- 17 - الكاتب الصحفي أيمن عبدالمجيد فن الحوار .
- 18 - المجلة - لندن 13 مارس سنة 1981 .
- 19 - حواء - القاهرة 2 نوفمبر 1985 .
- 20 - الأهرام 30 أكتوبر 1979 ، 12 ، 18 ، 23 أغسطس 1981 .
- 21 - الأهرام. 23 أبريل 1984 .
- 22 - عاطف العبيد : الإعلام وقضايا البيئة. دراسة تطبيقية علي سلطنة عمان، في : معهد الدراسات والبحوث العربية، الإعلام العربي والقضايا البيئية، 1991 .
- 23 - مصطفى كمال طلبة: المشكلات البيئية القومية ومساهمة الإعلام والاتصال في مواجهتها، الهيئة العامة للاستعلامات، مجلة النيل، العدد 40 ، السنة العاشرة، يناير 1990 .
- 24 - سلامة أحمد سلامة: الوعي العام وحماية البيئة في مجلة التنمية والبيئة، العدد 27، فبراير 1989 .
- 25 - عصام الحناوي: ضرورة وجود خطة قومية لتنمية الوعي البيئي، مجلة التنمية والبيئة، العدد الرابع، يناير 1987 .
- 26 - نجوي كامل: دور الصحافة في مواجهة المشكلات البيئية، في : كتاب قضايا البيئة في التعليم الإعلامي، كلية الإعلام UNEP ، و 1995 .
- 27 - برنامج الأمم المتحدة للبيئة: الإعلام البيئي: دراسة ونماذج، ترجمة برعي حمزة مني الطاهرة، تونس، 1987 .
- 28 - مصطفى كمال طلبة: الصحافة وقضايا البيئة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 29 ، ديسمبر 1992 .
- 29 - خليل صابات: الصحافة والتوعية بالقضايا البيئية، في كتاب "الإعلام العربي والقضايا البيئية"، معهد البحوث والدراسات البيئية، 1991 .

- 30 - أحمد عاطف حسن: الثقافة العمالية بين المعوقات والإنجازات في مجلة تنمية المجتمع، ص 43 - 47 .
- 31 - السيد الطاهري: الإعلام العمالي ودور النقابات في مجلة تنمية المجتمع، ص 26 - 32 .
- 32 - السيد محمد سلامة: الوظيفة الاتصالية للصحافة العمالية، الدار البيضاء، للطباعة، 1991 ..
- 33 - صلاح عبداللطيف وغازي عوض الله: دراسات في الصحافة المتخصصة، المجموعة الإعلامية للطباعة والنشر، جدة، المملكة العربية السعودية، 1411 هجرية.
- 34 - عماد الدين حسن: الثقافة العمالية ودورها في مجل التنمية الشاملة، في: مجلة تنمية المجتمع، العدد الرابع، السنة 12 ، 1988 .
- 35 - عماد الدين حسن : رؤية مستقبلية للتنقيف العمالي في مصر، في : مجلة تنمية المجتمع، العدد الرابع، السنة 16 ، 1992 .
- 36 - فاروق أبو اليزيد: فن الكتابة الصحفية، القاهرة، دار المأمون للطباعة والنشر، 1981 .
- 37 - ليلي عبدالمجيد: الجمهور في السياسة الاتصالية المصرية، ورقة بحثية مقدمة إلي الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1985 .
- 38 - ليلي عبدالمجيد : مقدمة في وسائل الاتصال، جدة، مكتبة دار زهران للنشر، 1993 .
- 39 - ليلي عبدالمجيد ومحمود علم الدين: فن التحرير الصحفي، المفاهيم والأدوات، دن، 1995 .
- 40 - مجلة تنمية المجتمع، العدد الثاني، السنة التاسعة (عدد خاص عن الثقافة العمالية)، 1985 .
- 41 - محمد معوض: الإعلام العمالي بين النظرية والتطبيق، الاتحاد العام لنقابات عمال مصر، المؤسسة الثقافية العمالية. 1991 .
- 42 - محمد معوض: تأثير التطور في تكنولوجيا المعلومات علي أساليب المعالجة وصناعة النشر المطبوع، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989 .

- 43 - يحيى أبو بكر: الإعلام العمالي والعلاقات الإعلامية للنقابات بين محاور الثقافة العمالية في مجلة تنمية المجتمع، 15 - 19 .
- 44 - فاطمة القليني وآخرون: الإعلام والمجتمع، دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1998 ، ص 319 .
- 45 - زكي الجابر: الإعلام والمؤسسة التعليمية، إشكالية الرسالة الإعلامية والمنهج الدراسي في: مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، السنة الرابعة، العدد 12، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1984، ص ص 127 - 147 .
- 46 - سلوي إمام : دور وسائل الإعلام في تنشئة الطفل في: مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 50 ، القاهرة، المركز العربي للدراسات الإعلامية، يناير - مارس 1988 .، ص ص 38 - 57 .
- 47 - غازي عوض الله: الإعلام والمجتمع، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1995، ص ص 66 - 69 .
- 48 - إلهام عفيفي: أثر البيئة الاجتماعية علي الطفل، مؤتمر الطفل وآفاق القرن الحادي والعشرين، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة 1993، ص 45 وما بعدها.
- 49 - نادية سالم : قراءات في بحوث الاتصال الجماهيري والطفل المصري، مؤتمر الطفل وآفاق القرن الحادي والعشرين، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1993 ص 57 وما بعدها.
- 50 - ليلي عبدالمجيد: نحو صيغة لمجلة أطفال عربية، مؤتمر الطفل وآفاق القرن الحادي والعشرين، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1993 ، ص 95 .
- 51 - ج.م.ع، رئاسة مجلس الوزراء، المجلس القومي للطفولة والأمومة، المؤتمر القومي للطفولة: نحو رؤية استراتيجية لتنمية الطفولة والأمومة، نوفمبر 1999 .
- 52 - فايزة عبدالمنعم سليم: الثقافة الإعلامية والطفل العربي، المؤتمر السنوي الأول لمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، فبراير 1993 .

53 - راجية قنديل: دراسات الطفل ووسائل الإعلام والثقافة في التسعينيات: تحليل من المستوي الثاني لنتائج الدراسات المصرية، الشركة المتحدة للطباعة والنشر، د.ت.

54 - راجية قنديل: الطفل المصري ووسائل الإعلام: التعرض ودوافع التفضيل، المؤتمر العلمي الأول لمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 1993 .

55 - حسن شحاتة وفيولت فؤاد: المفاهيم والقيم السياسية في مجالات الأطفال المصرية، المؤتمر السنوي السادس للطفل المصري، مركز دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، أبريل 1993

كيف تكون مراسلا ناجحا

1- أن تكون صاحب مظهر جيد ومهندم محتشم ومعبرا عن الحالة المزاجية لأحداث التقرير فملابس المراسل الميداني تختلف كثيراً عن ملابس المذيع في الاستوديو وألا تكون دائماً مصدراً للاثارة بل من الممكن أن تساهم في حل مشكلة (13) .

2 - أن يرافقك دائماً القلم والورقة لتدوين كل ما يدور وترجمته لفقرات بالتقرير وأن يتميز دائماً المراسل بالجرأة والتصميم علي كشف السلبيات (3) .

3 - الحصول علي أكبر قدر من الصور واللقطات التي هي أساس التقرير المصور ومحاولة الاجادة وعمل انفرادات دون يأس ولا يخاف من الفشل (23).

4 - قوة الشخصية والثقة في النفس وعدم اليأس والتعامل باحترام مع الآخر ومحاولة فهم طبيعة المكان الذي سيتم عمل التقرير فيه وعدم الخجل وتجاهل نظرات (المتفرجين) والسيطرة علي الموقف استخدام الحزم إذا لزم المر (8).

5 - جمع معلومات كافية عن الشخصيات أو الأحداث التي سيتم عمل التقرير عنها وأن يكون صاحب رسالة إنسانية بجانب عمله المهني (5) .

6 - لابد أن يكون لديك مواعيد سابقة مع الشخصيات التي ستقوم بعمل التقرير معها وأن تكون ملتزماً في المواعيد وأن يكون بينك وبينه حاجزاً في التعامل ومساحة من الود والاحترام (6) .

7- أن يكون لدي لمراسل لغة سليمة ولباقة وقدرة حوارية في النقاش وتوجيه الأسئلة وأن يكون لديه من الذكاء في تحليل شخصية الضيف حتي يستطيع توجيه الأسئلة المناسبة.

8 - أن يكون لدي المراسل من الفطنة والذكاء والحلم والتصرف مع المواقف عندما يواجه إحراجاً من الضيف أو تصرف غير لائق منه (16) .

9 - أن يكون لديه تواضعاً وسعة صدر لتقبل كل الآراء (16) وأن يكون حذراً حتي خارج الهواء.