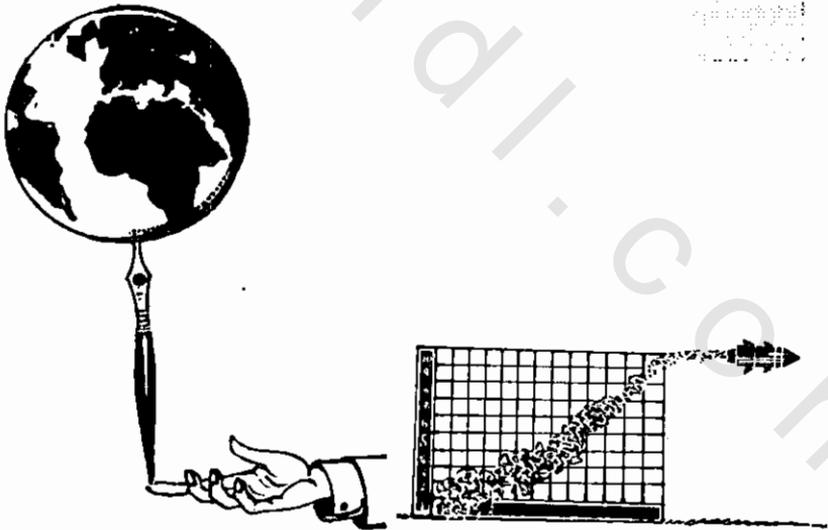


التبويب جغرافيا . . والصفحات المختلفة

٩

التبويب هو مفتاح الجريدة الذى نعطيه للقارئ ليعرف أين يقرأ الخبر الذى يريده ولهذا فهو حلقة التعارف بين القارئ والجورنال ، ومزاج العصر وإيقاعاته .
إن تبويب الصحف يختلف من عصر إلى عصر ومن ظروف إلى ظروف مثلما حدث فى الصحف المصرية وقت حرب أكتوبر ، وما حدث فى حرب الخليج ، وما حدث أثناء الزلزال .



علم التيبوجرافيا ، هو علم توزيع الأشكال الطباعية بطريقة صحفية مقبولة وجذابة إلى حد كبير على صفحات الجورنال ذلك على اعتبار أن الصحيفة بناء يتكون من أعمدة مرئية ، غير مرئية ، وأدوات هذه التيبوجرافيا هي الحروف التي تطبع بها الكلمات ، والحروف نفسها لها مقاسات وأنواع متعددة وهناك الحسط والفواصل والصغار والرسوم بأحجامها المتنوعة ، الصفحة عمود إلى حوار عمود كل واحد منها مختلف ومتشابه مع الآخر !

البياض أيضاً يدخل في التيبوجرافيا ، ليس اللون الأبيض هو مجتمعته !

ولقد جاءت كلمة تيبوجرافيا .. من مصغرها Type تيب أى نوع يتميز أو شكل ولهذا لو ترجمنا كلمة تيبوجرافيا علينا أن نسميها علم « شكليات » أو أدوات تشكيل وتهيئة الصفحة طباعياً .

وإذا كانت التيبوجرافيا هي أدوات تشكيل الصحيفة كما قنا فإن إخراج الصحيفة سوف يتم بهذه الأدوات التيبوجرافية الأشكال ، والإخراج هو الفكر البشرى المتطور الذى يحدد شكل الصفحة ، المفروض أنها متجددة يومياً .

الإخراج هو الوضع فى الصفحة بالفرنسية قالوا .. إنه الميزناج توزيع أدوات التشكيل فوق حيز الصفحة المحدود ، والقيام بعمليات التكبير والتصغير لهذه الأشكال ، للخروج بشكل مادي جديد للصفحة .

■ ولذلك فإن للإخراج دائماً أساليبه التى من أجلها يتحقق دورها فى إبراز شخصية الصحيفة .

تشابه الصحف في مقاساتها ، فهي إما صفحة حجم كبير أو صحف نصفية تابلويد ، وعدد الأعمدة أيضاً شبه متشابهة وإن اختلف في بعض الأحيان ، وهناك بعض التجديدات التي تحدث مثل عمل عمود أكبر وعمود أصغر بأشكال مختلفة . على صفحة واحدة .

■ الشطارة والمهارة هنا هي كيف تجدد صحيفتك كل يوم دون أن تفقد طابعها التي عرفت به واعتز به القارئ ؟



ومن المعروف مثلاً أن صحيفة الديلي ميرور Daily mirror كانت أول صحيفة تطبق في الإخراج منذ نشأتها في ٢٨ يناير عام ١٩٠٤ . والذي حدث مثلاً أن آرثر كرستيا نسن حينما تولى رئاسة تحرير صحيفة الديلي إكسبريس ، نظر إلى الصفحة على أنها بيضاء بدون أعمدة الجمع بمقاسات مختلفة والصور بمقاسات مختلفة تخرج عن تقليدية العمود والعمودين والثلاثة أعمدة والأربعة أعمدة ، صورة عمودين ونصف ، والجمع عمود ونصف وهكذا . بذلك كسر كل القواعد المتعارف عليها .

■ المهم : وضعوا أسساً فنية للإخراج ، وذلك بعد أن وضعوا عدة تقديرات تدور حول القيم النفسية وميول القراء ومدى اهتمامهم بنوعيات الأخبار . مثلاً نظروا إلى الخبر العلمي وقرروا أنه يمثل مكانة أكثر من الخبر السياسي ، وأن الخبر الاقتصادي أهم من الخبر الرياضي أو خبر القتل والجريمة ، وكان السؤال الهام كيف نعرض الخبر الهام ، أى كيف تخرج الخبر الهام على الصفحة ؟ ! وكيف نراعى العوامل النفسية للقارئ ، وعقليته وذوقه وثقافته وعاداته واهتماماته الدينية أيضاً ، وما هو دور الألوان في عرض الأخبار ؟

ثم سألوا أيضاً ماهو سن القارئ الذى يقرأ الصحيفة : وهل عمره يتراوح من السابعة إلى السبعين أم أن قارئ سن الثلاثين الذى يمثل الأغلبية ؟

وأحس المسئولون عن الصحف أن مثل هذه الإجابات ، ليست فقط هى التى تحدد سياسة الصحيفة سياسياً واقتصادياً بل هى التى تحددها فنياً وإخراجياً إلى درجة كبيرة ، بل ومن هنا أيضاً ظهرت الصحف المتخصصة ، صحف تخاطب المثقفين وصحف تخاطب العمال وصحف للفلاحين ، .. واهتم الإخراج بمعرفة عادات الناس عند القراءة .

■ أليست القراءة عادة عند كل الناس ولكنها تختلف من شخص إلى آخر .

وساروا وراء خطوات القارئ : متى يقرأ القارئ صحيفة ، صباحاً أم مساء ، أم مرة واحدة فى الأسبوع فأين ؟ فى المكتب ، فى المنزل ، فى وسيلة المواصلات ، لقد شاهدت بنفسى من يقرأ الصحيفة وهو يقود سيارته ولكن فى إشارة المرور ، ثم كيف يقرأ الصحيفة ، هل يكتفى بقراءة العنوانات . أم يشاهد الصور ويقرأ التعليق وهكذا ماهى الصفحة اللافتة للنظر ؟ هل يقرأ مقدمة الموضوع ؟

■ المهم : يجب أن يكون معلوماً أن قارئ الصحيفة ، غير قارئ الكتاب ، غير مشاهد التلفزيون ، لأنه أيضاً مشاهد السينما غير مشاهد التلفزيون ، والحقيقة أن القارئ هو القارئ وإن اختلفت الوسيلة الإعلامية !

■ وإن مدارس الإخراج تتكون من ثلاث هي :
المدرسة التقليدية والمدرسة المعتدلة والمدرسة الحديثة .
ونظريات الإخراج هي : التوازن والبؤرة والأفقى والوظيفي ،
ومقتضى الحال .

مدرسة الإخراج الأولى تعتمد على التوازن الدقيق التماثلي ، أو
التوازن الشكلي الذي يركز على محور واحد في الصفحة ، تخرج منه
بقية خيوط الصفحة .

أما المدرسة الثانية وهي التوازن الشكلي التقريبي كأن يكون التوازن
ليس بالعناوين فقط ولكن بالخريطة والصورة وما يوضح .
أما المدرسة الثالثة وهي المدرسة الحديثة فهي تعتمد على الذوق العام
وحده ، ومقتضى الحال .

وأحياناً نجد المخرج وقد أمسك بالصفحة واختار الأماكن أعلى
وأسفل ويمين ويسار ويأخذ في تشريح الصفحة والتركيز على بعض
المواد واللعب فيها .

وهناك من يعتبر الإخراج هو مجرد وضع أدواته التيبوجرافية البيضاء
والسوداء على هيئة شجرة أو نخلة ثم يوزع الموضوعات على الأجزاء
الباقية منها .

وأهمية هذه المدارس ، هي عقد صلة تعارف وإلف بين الصحفية
وقارئها بطريقة مميزة ، كأن نسمع قارئاً مثلاً يقول : « أنا إخباري
باعرف مكانها في صفحة الدولة في جريدة الأهرام » .

■ فكرة الإخراج السياسي :

لقد ظلت الصحافة تتحكم في صياغة الرأي العام ، وتشارك في
توجيه اتجاه الريح السياسي منذ نشأتها في القرن السادس عشر ، وحتى

نهاية القرن التاسع عشر وما بعده ، حينما ظهرت وسائل إعلام أخرى بفعل التقدم العلمى ، منها الصور الأخبارية والجريدة السينمائية والإذاعة والتلفزيون .

ولهذا لقد أطلقوا على الصحافة عددًا من الألقاب ليس كنوع من التعريف فحسب ولكن أيضًا ليضيفوا إليها لونا من الغموض ، مثلاً قالوا صاحبة الجلالة ، .. وقالوا السلطة الرابعة .



■ كيف يبدأ المخرج بالعمل فى الموضوع السياسى :

إن الشىء الأول الذى يبرز أمامه هو مدى اهتمام القارئ بالخبر ، أو كيف يحاول شده ليبيع الخبر ولهذا فحجم المتن من الموضوع ونسبته إلى الصفحة أول الأشياء ، ثم يأتى بعد ذلك إختبار الحروف وحجم الحروف وعرض السطر ، وتحديد المساحة أو البياض الموجود ما بين الحروف . داخل الكلمة وبين الكلمات ، داخل الجملة الواحدة أو السطر ، ثم البياض والتوسيع بين السطور أو وضع خطوط تحت السطر . ولهذا فإن الإخراج السياسى هو ليس التكوين الفنى للصفحة وحده ، إنه التكوين السياسى للوحة الصحفية ، وكأننا نقول للقارئ ، اقرأ هذا ، وارك هذا بعد ذلك .

ومن هنا نشأت نظريات الإخراج :

■ التباين : من خلال الأحجام

■ التوازن : تعادل العناصر التيبوجرافية

■ التناسب : وهى ملاحظة الشعب بين العوامل التيبوجرافية

مجتمعة .

■ الإيقاع : ويأتى خلال التكرار المنظم لأى عنصر من عناصر التكوين .

■ التناغم : الهرمونية من خلال السمات والظلال والأبيض والأسود وبقية الألوان .

■ الحركة : من استغلال حركة عين القارئ على الصفحات .

■ الوحدة : كما يسميها الدكتور محمود علم الدين ، وهى التوحد فى فكرة الصفحة .

■ التركيز : وهو فى النهاية هو المطلوب من القارئ ليقراً ويستوعب .

إن عملية الإخراج الصحفى ، تجرى عادة وفقاً لرؤية فنية ، وليس هناك رؤية فنية لا تخضع لرؤية سياسية شاملة ، مفهوم سياسى واجتماعى واقتصادى يحرك عملية الإخراج ولهذا فإن المخرج الصحفى الذى يعيش عصره له رؤية حدسية كما يقول الدكتور محمود علم الدين تعتمد هذه الرؤية على الإلهام الشخصى ، أو الخبرة الناتجة من التجارب الشخصية المتراكمة أو رؤية علمية تعتمد على نتائج بحوث القارئ وبحوث يسر القراءة وبحوث التبيوجرافيا والجوانب الفسيولوجية لعملية القراءة .

■ الذى نريد أن نقوله هنا أن للإخراج لغة ، ولكل صحيفة مفرداتها من هذه اللغة الذى تميز شخصيتها وهذا يتأتى دائماً من التميز فى عناوين الصفحات ، والرسوم المصاحبة للأبواب الثابتة ، ومكان الأعمدة الخاصة واستخدامات الجداول وسمكها ، واستخدام الإخراج العرضى أو الطولى أو كليهما .

بنظرة واحدة من القارئ ، هو يتعرف على صحيفته .

إن الإخراج يخلق الألفة بين الصحيفة والقارئ ، فى سطور كل صحيفة صورته ، العنوان الكبير أعلى صوتاً وكلما قل البسط ، قل رنين السطر أما البياض فهو صمت الخطابة .

إن الإخراج السياسى عادة يخضع إلى عمليات الكبير والتصغير ، ما يقال وما لا يقال ، وعادة الصفحة الأولى من الصحيفة هى المكان الأول للتفوق فى إبراز عمليات الإخراج السياسى ، ومنها يصل القارئ إلى المضمون الصحفى بطريقة جذابة واضحة ترشد القارئ بسهولة إلى معرفة ماتريد الصحيفة أن تلمعه للقارئ من أخبار لها تأثيرها السياسى سواء خارجياً أو داخياً ، وتبرز مثل هذه الأمور عادة فى أخبار الترشيحات والانتخابات الحزبية .

القارئ عادة يخصص وقتاً لقراءة الصحيفة إما فى اليوم أو الأسبوع وهو فعلاً فى حاجة إلى من يرشده إلى قراءة الأهم فالمهم وحتى لا يضيع وقته فى أخبار ليست فى دائرة اهتماماته . وقد ظهرت فكرة برواز الصفحة الأولى الذى يقول ماذا بداخل الجريدة .

وإذا كان العنوان هو الإشارة إلى نوعية الموضوع الصحفى .

فإن المقدمة هه خلاصة الموضوع كله . وقد نشأت المقدمات فى الصحف لسببين شد القارئ لبقية الموضوع ، والاكتفاء بالمقدمة دون الدخول فى التفاصيل ، ومن هنا تولى المقدمة عناية خاصة من المخرج الصحفى .

نراه أحياناً وقد وضع لها حروفاً معينة سوداء ، واستخدم كل عبارة فى سطر واحد ، .. كبيرها وصغرها ، يضعها أحياناً فوق العنوان وأحياناً تحت العنوان ، وتارة أخرى فوق الصورة ، أو بين الصور ،

ولعل أبرز صورة للمقدمة فى الصحف المصرية ، مافعلوه فى الأهرام فى « الأهرام ويكلى » من مقدمة مميزة الحروف وطريقة الجمع بعد العناوين سواء فى أول الموضوع أو فى وسطه .

ويقول الدكتور فؤاد سليم : إن استخدام مقدمة صغيرة للخبر أو الموضوع من خير الوسائل لوصول العنوان بالمتن سواء من ناحية الحجم أو الاتساع وخاصة فى الموضوعات ذات العناوين الممتدة عبر الأعمدة ، والتي تجمع عادة من أنباط كبيرة تصل إلى عدة أضعاف الأنباط المستخدمة فى المتن .

■ وهنا أقول : إنه حتى ولو كان العنوان على عمود واحد والمقدمة على عمود واحد فإنهما يتكاملان بإختلاف البنت بنط كبير جداً فى العنوان ، وبنت صغير فى المقدمة ، باستخدام البياض والفواصل الرفيعة .



وعند توضع الصفحات الداخلية ، وهى التكوين الكامل للجورنال التى تتشكل من الإعلانات والمادة التحريرية وما يدخل فيها من تدايعات أخرى .. يدخل الإخراج ليحدد المطلوب .

ولما كانت وظيفة الإخراج المبدئية هى نقل المعلومات إلى القارئ فإنه يبدأ عادة بتجديد الإعلانات وهناك بعض الصحف التى تضع الإعلانات فى الصفحة بدون فواصل ، وبدون تحديد مما يتوه القارئ عنها . متصورة بذلك أنها تخدم الإعلان ، المهم أن الصراع بين الإعلان ومادة التحرير يجب ألا يتطور ويزيد وهنا يقف المخرج « حكماً ، ليعطى كلاهما حقه ، هناك مثلاً بعض الصحف قد وصلت بإعلاناتها إلى ٦٠٪ من حجم الصحيفة كله ، ولكن هناك بعض

الصحف التي تضع المادة التحريرية الجيدة والحاضرة فوق كل اعتبار بصرف النظر عن الإعلان .

مهمة المخرج هي اخماد هذا الصراع ، وفي ظنى أنه لن يرضى أحداً ، وفي النهاية يتهم من الجانبين بالتحيز للآخر ، ألم أقل لك إن المخرج دائماً مظلوم ! وأن الإخراج مهنة لا يتقنها إلا القليلون !

أكثر من ذلك فقد ابتكرت نظرية إعلانية فى الولايات المتحدة تسمى « Flex Form اللولبى » وهى تعرض إعلاناتها فى الصفحة من تحت إلى فوق ثم بعدها يبدأ المخرج فى رسم الصفحة وقد بدأت فعلاً هذه الفكرة فى التنفيذ وبالتحديد فى صحيفة مثل

. Cowrier express

المهم أن هناك اتصالاً مستمراً بين الإعلان والتحرير لتحقيق الوحدة فى الإخراج يقوم بها المخرج ، فالإعلانات ترسل إلى التحرير شكل إعلانها ، والتحرير يملئ طلباته على الإعلانات ويحذف منها ، وإن كان هذا لا يحدث إلا نادراً ، وعلى المخرج التأكد من اختلاف شكل الإخراج فى الإعلانات عما هو معتاد . فإن القارئ مازال يجب أن يقرأ الإعلان على أنه إعلان - وليس تحريراً ..

والإعلانات ليست شيئاً جديداً فى الصحافة ، ولكن الجديد هو القفزة التى قفزها من الصفحات الداخلية إلى الصفحة الأولى . وقد كان نجاح الإعلانات فى الصحف يعتمد على هؤلاء الذين يوضبون الإعلانات على مختلف الصفحات ، كانوا فى الأصل مندوبى إعلانات سابقين ، لهم خبرة فى السوق مثل واضع الخبر فى الصفحة لابد وأن يكون مندوباً صحفياً ، ونفس الكلام ينطبق على نيس التحرير

الناجح الذى تدل عظمته إذا قرأ زيونه من صفحة ١ إلى صفحة ٩ ، فمعنى ذلك أن المحررين الذين أجهدوا أنفسهم فى الصفحات الأولى لم يكلوا هذا التعب حتى صفحة ٩ .

■ وفى الصفحات المتخصصة : عادة ما تأخذ نوعين من المادة فيغطيان على بعضهما البعض ولهذا فعند الإخراج يجب أن يكون لكل موضوع عناوين خاصة به وعناوين فرعية خاصة أيضاً ، وجمع خاص بمقاس خاص وهذا كان يجهده جامع النصوص قبل الجمع التصويرى ، وليس معنى هذا أن يتحرر المخرج إلى أبعد الحدود ، دون أن يحافظ على وحدة العدد الكلى .

مثلاً : صفحة الرأى .. إنها أصعب صفحة فى القراءة .. الآن ذلك إذا قورنت بصفحة الرياضة ، ومعنى ذلك أنها فى حاجة إلى جهد يتساوى مع الجهد المبذول فى الصفحة الأولى ، إلى عوامل تبيوجرافية مثل صفحة متخصصة ، ويجب أن نستعمل عناوين أكثر سواداً لتكون سهلة القراءة ، وحتى تبتعد عن الشكل الإخراج الإخبارى ، وفى الصحف التى تستعمل الجداول الطولية ، عادة مانراها تستغنى عنها عند إخراج صفحة الرأى كنوع من أنواع التغيير والتمييز عن غيرها من الصفحات .

وإذا استعملت « نقشة » فهى لكى تقطع موضوع القصة فى نهاية الصفحة ، أو لنعطى لونهاً تبيوجرافياً مميزاً فقط وإذا استعملت صورة كاتب المقال فمن المستحسن أن تكون قريبة من العناوين . وهناك تساؤل وحيرة بين المخرج الصحفى ومحرر صفحة الرأى ، يصل أحياناً إلى صراع بدون نهاية وهو : هل نستعمل الصورة

« للتجميل » في صفحة الرأى ؟ هو يقول : لسا فى حاجة إلى صورة لأنها لاتضيف إلى المقال جديدًا .

- المخرج لا يمكن إخراج صفحة لتقرأ بدون صورة ! وعادة ما يكسب الأول الجولة ، ومرة أخرى يكسبه .. الثانى ، واصبح مثل هذا الحوار يحدث دائماً حتى فى الصحف الكبرى .

مثلاً صفحة المرأة : وهى ليست صفحة المرأة وحدها إنها صفحة البيت والعائلة وإذا كانت المرأة عادة تصرف جنيها أكثر من الرجل فإن الاهتمام بها يجب أن يكون زائداً . إن النشاط النسائى له أهمية كبرى سياسياً واقتصادياً واجتماعياً مما يجعلنا نتساءل :

■ بماذا تبدو صفحة المرأة - دائماً - صفحة ضعيفة ؟

الجميع يقولون : الناشر هو المسئول الأول ، فهو عادة لا يهتم بما تقدمه هذه الصفحة ، وهو عادة لا يعرف ما هو المطلوب من هذه الصفحة ، ولهذا فمن الصعب أيضاً على محررات هذه الصفحة ومساعداتها تنفيذ سياسة ليست موجودة .

وإذا عرفت المرأة كيف تصيب الجول ، فإن الناشر بالتالى لا يساعدها إلى الوصول إليه ولهذا فإن أول شىء على الناشر أن يفعله هو أن يضع نصب عينيه عدة اعتبارات أهمها :

ما هى المساحة المتاحة لصفحة المرأة ؟

ما هى المصروفات المستعد لصرفها عليها ؟

ما هو المطلوب نشره فى هذه المساحة ؟ هل هى للتسلية أم للفكاهة

أم من أجل الحياة ؟

على أية حال فهناك بعض التصورات لا تخفى على مخرج صفحة المرأة وهى :

- استخدام عنوان خاص ، وأسماء مختلفة تميز صفحة المرأة .
- استعمال البياض فى العناوين سوف يكسبها راحة فى القراءة .
- الاهتمام بتكبير أخبار الأكل والغذاء والإعلانات عنه .
- لفت النظر دائماً إلى كل كلمة مكتوبة .

إن صفحة المرأة تعتمد بالدرجة الأولى على الصورة سواء كان الموضوع عن الديكور أو عن الأزياء وتعتمد أيضاً على العنوان الكبير مثل « كيف تربين إبتك وتوعين زوجك » ، وكلما كبرت كلمة « كيف » وحدها كانت أشد إثارة ، أو مثل الطريق إلى قلب زوجك هو معدته وكلمة قلب زوجك هى الكلمة الكبيرة البارزة فى العنوان ، وعند توضيب صفحة عن الموضة فإن الجديد يجرنا إلى الأزياء الحديثة وعادة ما نجد المخرج مبرزاً لموديل جديد لفستان فى صورة تحتل جزءاً كبيراً من الصفحة فى مساحة مثلاً خمسة أعمدة ، وفى ارتفاع يناسب مع طول الفستان قد يصل إلى ثلاثين سنتيمتراً أحياناً ، وقد تتحول الإثارة إلى نوع من الجنس ، وإذا كان الفستان مكشوفاً فهو يغرى الرجل قبل المرأة ، ومن هنا نجد الرجال هم أكثر الناس قراءة لصفحة المرأة ! وإخراج القصة أيضاً يحتاج إلى مهارة وضع الرسم مع نظيره العنوان وكذلك « تبنيط » القصة وتوزيع الأبيض والأسود على نصها فى حاجة إلى رؤية ذكية .

حواء ... فى مصر ... لماذا هى ناجحة ؟

بظهور مجلة حواء فى مصر ، دخلت كل بيت وانتشرت خاصة بين الطبقة المتوسطة .

ويوما كان الأستاذ على أمين يعمل رئيساً لمجلس إدارة دار الهلال ، ثم انتقل إلى دار أخبار اليوم وأراد أن ينافس مجلة حواء ، فأصدر مجلة « هي » واستدعى حلمى التونى ، وكان يعمل سكرتيراً عاماً لتحرير دار الهلال وطلب منه الانضمام إلى أسرة أخبار اليوم ، أو أن يعمل سراً معه لتخرج « هي » خبطة صحفية نسائية جديدة ، وذهب حلمى التونى إلى الأستاذ أحمد بهاء الدين رئيس مجلس إدارة دار الهلال فى ذلك الوقت يستأذنه .

فقال بهاء : اعمل معهم ، وكأنتى لم أعرف ! واستعان على أمين بمصمى الأزياء ومصمى المجلات النسائية فى باريس خاصة من مجلة Elle ، وخصهم بحجرة سرية فى أخبار اليوم لتظهر « هي » كما أراد خبطة صحفية ، ولكن « هي » لم تستمر واستمرت حواء التى تخاطب الطبقة المتوسطة ، والتى تبعد بأفكارها إلى أنظار باريس .

وبعد ذلك أرادت صحيفة النهار أن تضرب « حواء » ، فأصدرت « الحساء » ولم تأت بالنجاح المطلوب فدعو السيدة أمينة السعيد لزيارتها ، وللإستفادة بخبرتها وذهبت بدورها إلى الأستاذ أحمد بهاء الدين ، فقال لها ماذا ستقولين لهم عن سر النجاح ، هل هو الحظ مجرداً ! ولكن أمينة السعيد قالت : إن مخاطبة جماهير الناس بمشاكلهم واهتماماتهم بطريقة بسيطة ، هى سر النجاح دائماً خاصة فى مجال المرأة على ورق صحيفة .

المهم : لقد كانت مجلة نصف الدنيا .. مجلة الأهرام .. جرأة .. نقله صحفية حضارية للأهرام إبراهيم نافع ، وسناء البيسى ، وماهر الذهبى . وأحمد الشهاوى وفريق العمل الكبير .

ومثلاً صفحة الرياضة ، فأهمية العنوان الكبير جداً فوق كل اعتبار ، الصورة التي بها حركة ومكبرة ، وتتميز « بالحالية » لها شأن كبير أيضاً ، الاهتمام بالعلامات على الصور لتوضيح فكرة أيضاً مطلوب ، ولكن هنا تبدأ معادلة المخرج الصحفى الصعبة كيف يكبر العنوان ، ويكبر الصورة ، إن القارئ لا يستطيع قراءة موضوعين أو صورتين فى وقت واحد ، ومن هنا فعلى المخرج أن يقوده ويعلمه كيف يقرأ الصفحة ، ! ومن الممكن عمل رسم يوضح أماكن اللاعبين ويساعد القارئ على معرفة موقع كل لاعب من ملعب الكرة .

أكثر من ذلك من الممكن التركيز على وضع الموضوع كله عن كيف سدد اللاعب الكرة بين جانبي الشبكة ؟ ، وهكذا .
هذه مهمة المخرج فى تسهيل قراءة وصف المباراة بالإضافة إلى التعليق . وناهيك عن درجات اللاعبين .

■ و صفحة الرياضة الناجحة :

إن الرياضة فى مصر بدأت خبيراً يزحف بين وقائع الصحيفة ثم تعليقاً صغيراً ، ويوم أن أصبحت صفحة كاملة ، كان ذلك انقلاباً فى الصحافة المصرية ، انقلاب يعبر عن حالة المجتمع الرياضية وحاجته ... والذى نشأ نتيجة للتعليم والتنوير فى كل مجال فى الستينات شمل الرياضة ضمن ما شمل وظهر اسم جهينة « إبراهيم علام » أول صحفى رياضى فى مصر . وتلاه نجيب المستكاوى وعبدالمجيد نعمان .

وأذكر فى وقت ما فى الأربعينات ، كان واحداً مثل الأستاذ محمد على حافظ الذى أصبح فيما بعد وكيلاً لوزارة التربية والتعليم كان من أوائل الذين سافروا فى بعثات إلى السويد ليتخصص فى الرياضة

والكشافة والألعاب السويدية ، نهضة رياضية حكومية تفرض للصحافة دوراً .

الذى نريد أن نقوله : إن الصفحات تطورت مع تطور المجتمع وحاجاته وتابعت كل أحداثه .

■ **ملحوظة:** تجرى الأيام وتتوالى وتصبح الرياضة وعالم الكرة فى مقام السياسة صحفياً ، ولم يعد غريباً أن يكون للرياضة والكرة صحف ومجلات كثيرة تصدر بالعربية فى القاهرة .

ويصدر الأهرام الرياضى ويصبح إبراهيم حجازى رئيساً لتحريرها ، وسامى فريد وحسن المستكاوى لإدارة تحريرها . تحريراً وإخراجاً ، مع فريق من الواعدين حبوشه ، وعطية ، ومحمد حسين ، وجيل آخر .. جيل يفرخ جيلاً إلى أنه جاء أنور عبد اللطيف .

■ صفحة الحوادث بين الإخراج والإحراج :

صفحة الحوادث لم نكتب عنها بعد ، وإن كنت قد قدمت نموذجاً لصحفى الحوادث الأستاذ حسين غانم فى كتاب آخر مما سطرت .

لقد كانت الحوادث طول عمرها هى أكثر الصفحات قراءة ، هكذا قالت لى عمى الكبيرة يوماً ما ، وانتشرت فى الخمسينات من مجلات الحوادث وصحفها ، كل المجلات البوليسية ، وكان واحد مثل برتى بدار ضابط الشرطة السابق يصدر صحفياً من هذا النوع ، بعدها سافر إلى الخارج وعاد لينشئ المطابع ، الصحافة فى دمه .

إن صفحات الحوادث حكاية طويلة لها من يرويهها ، ومحررو الحوادث أنفسهم شخصيات وحواديت ونذكر منهم كامل الدغشى فى الأخبار ، وعلى يبه فى الجمهورية ، وحسين غانم فى الأهرام ، ومحمود

عبد السميع فى الأخبار ، لكن الاسم اللامع الآن محمود صلاح الدين
فنان له حكايات وحكايات . ونسمع عن سمير توفيق رئيسا لتحرير
الحوادث فى أخبار اليوم .

المهم إخراج صفحات الحوادث فى الصحافة المصرية لم يأت بالعرض
منه ، ذلك لدواعى « الإخراج » فى نشر الجريمة كاملة ، وبالصورة
ثم حدود النشر ، والتزامات المجتمع والقانون .

وهنا أقول لقد بدأ محمد حسنين هيكل « محرر حوادث » ، كذلك
مكرم محمد أحمد ، ومحمود مراد ، وسعيد عبد الغنى ، وزكريا نيل ،
ومحمد مصطفى البرادعى ، كثيرون أولهم أستاذ الكل محمود عبد العزيز
ومراجع الحوادث رسلان البمبى ، الشهير جداً .

ووقعت صفحات الحوادث فى معادلة غريبة ، بين الإخراج
وإلحراج !! !

لكنها بالتأكيد دائماً مقروءة يقرأها ضابط الشرطة قبل القارئ
العادى وقبل وكيل النيابة !

ومثلا الصفحات الضاحكة : Comic وعادة ما تأخذ مكانها إما فى
الصفحة الثانية أو فى الصفحة الأخيرة ، وكثيرا ما يطيعونها بالألوان ،
وهى دائماً فى حاجة إلى فنان يرسمها وإلى « طبع » يضبط الألوان .

■ **ملحوظة :** من أشهر المعارك الكاريكاتورية فى صفحات
التسلية ، حينما رسم صلاح جاهين ، الوزير مصطفى أبوزيد فى
صورة كاريكاتورية ، قامت مشكلة بين جريدة الأهرام والمدعى
الاشتراكى ويومها قال الوزير لم يضايقنى شىء من الكاريكاتير ،
سوى طريقة رسم فمى ، وأثار الوزير أيضاً أن الأهرام أثناء دفاعه عن
الرسم ، نشر الكاريكاتير فى صفحته الثالثة مرة أخرى !!

ومثلاً صفحات الشباب TeenPages يراعى المخرج الاهتمام بمادتها مثل المراسلات والخطابات من القراء إلى بعضهم كالتعارف مثلاً ، والاهتمام بصور الشباب وقصص كفاحهم فهي أقرب إلى قلب الشاب قبل عقله الذى يلتهم كل سطر يحبه .

وتطورت مجلة الشباب فى الأهرام وأصبحت من أكثر المجلات الشهرية توزيعاً يصل إلى أكثر من ١٢٠ ألف نسخة ، ذلك لأن رئيس تحريرها عبد الوهاب مطاوع ، أدرك ماذا يريد أن يقول ... وإلى من يقول ...

■ أما التحقيق الصحفى : فهو يختلف فى إخراجته حسب نوعه ، فإذا كان جماهيرياً الدرجة الأولى فهو فى حاجة إلى عنوان ملفتٍ مثير ، بارز وإلى صورة قوية معبرة ، صورة تتكلم مثلما فعل الأهرام حيث عرض تحقيقاً صحفياً عما يدور فى بيروت : موضوع صور الحرب والقتال وخرجت منها صور المسؤولين اللبنانيين على شكل نقط الدم .

وترتيب الصورة والعنوان والمقدمة ، ونص الموضوع ، وتقسيم فقرات ، وتوزيع نسب الأسود والأبيض والحافتون فى حاجة إلى جانب من الدراية إلى شىء من الفن التشكيل ، والفن الصحفى فقرة كاملة فى صحيفة يومية ليس من السهل ، وأية ملل بسيط يصيب القارئ - يجعله يعرض عنه ويلقى بصحيفته .

ومن هنا فإن إخراج التحقيق الصحفى لا يقل أهمية عن كتابته ، وعند إخراج مثل هذه الصفحات عادة ما يسأل المخرج نفسه : ماذا أكبر وماذا أصغر ، الصورة أم العنوان أم المقدمة ، وفن هنا يبدأ فى تخطيط صفحته ، ولعل من أشهر من قدموا مثل هذا الصفحات هو الأستاذ صلاح هلال تحريراً وإخراجاً .

صفحة الأحاديث : تختلف هل هو حديث ذكريات مثل « عبد الرحمن عزام » عن ذكرياته لأمين عام لجامعة الدول العربية أم سؤال وجواب مع مسئول أو وزير أو حديث على هيئة تصريحات ، إن مخرج مثل هذه الصفحة يركز عمله على العناوين ، أما الصورة فهو يأخذ أكثر من صورة للمتكلم ، ويتعمد فيها إظهار حركات وجهه وحركات يديه أو وجه كبير وقد فرغ حوله ديكويه مثل ما فعل الأهرام عام ١٩٦٠ فى عنوان كبير قطع الصورة الوجه الكبير ، ونزل على الرأس والعنوان يقول : ماذا فى رأس مكارىوس ؟ وكان الحديث قد قام به صلاح هلال ، والإخراج قام به توفيق بحرى .

وعادة ما يكون شكل الموضوع بعد الجمع مختلفاً كأن يكون السؤال مجموعاً بنظراً أبيض والإجابة بنظراً أسود أو يكون السؤال على مقياس أقل من عمود والإجابة فى جمعها تملأ العمود كله دون ما يبيض ينكسر ..

واخراج التقرير والماجريات : لابد وأن يعتمد على تقسيم الموضوع إلى فقرات تفصلها العناوين الفرعية الصغيرة ، وإخراج العناوين لابد وأن يكون له سياسة هل يكون العنوان سطرًا واحدًا بعرض العمود أم سطرين على نصف العمود والباقي يبيض ، أم يكون ثلاثة سطور ، هذه من أهم الأعمال التى لا تجعل عمود الصفحة طويلًا ، فالعنوان الفرعى « وقفة » عندها يتنفس القارئ ، وعادة ما تكون الماجريات تحت عنوان ثابت ، مثل ما يحدث عند تسجيل جلسة لمجلس الشعب ، فهناك عناوين ثابتة مثل « تحت القبة » « جلسة مجلس الشعب » ، وهكذا وقد نشر الأهرام فى ٢٨ أبريل عام ١٩٦٦ ٥ تقارير سياسية لسفرائنا فى عواصم العالم ، وبجانب كل عنوان فرعى وضعت

صورة سفير على عمود مثلاً تقرير من قبرص ، وصورة لمصطفى لطفى ، بحث من تايلاند ، وصورة لحسن كامل ، تقرير من باكستان ، وصورة لمحمد حسن العروسي ، عالم أمريكا المتغير ، وصورة لمحمد أمين مفتاح ، دراسة لنشاط مكتب الجامعة العربية في نيويورك ، وصورة لرشاد مراد ، وكان هذا الإبراز كاف لقراءة كل هذه الموضوعات [والنماذج كثيرة كثيرة] .

■ ثم ماذا عن الصفحة العلمية :

* من الصفحات المتخصصة صفحة العلم ، إن الكتابة عن التقدم أدت إليه قفزة الإنسان الهائلة في الفضاء والتي أدت إلى إنعاش هذا النوع من الأخبار ، فقد بدأ ذلك منذ نيل أرمسترونج عام ١٩٦٩ على سطح القمر وخطا أول خطواته وهو يقول : « هذه خطوة صغيرة للإنسان ، ولكنها قفزة هائلة للإنسانية .

الصفحة العلمية ، زلزال في حاجة إلى كتابة وتفسير وصورة ورسم وأيضاً طوارئ وبيئة وطاقة .

إن إخراج هذه الصفحة دائماً في حاجة إلى تبويب ، أبواب ثابتة واختيار ضيف علمي يكتب مقالاً أسبوعياً مفسراً بلغة مبسطة ، أما المخرج الصحفي فعليه بالتأكيد الابتعاد عن إخراجها عن شكل كراس المدرسة والاعتماد على الصورة دائماً وتعليقها من أهم أسباب نجاح هذه الصفحات ، أيضاً لا بد أن نذكر هنا اسم الأستاذ صلاح جلال ، واسم الأستاذ فوزى الشنوي ، وعباس مبروك ، ووجدى رياض وسميرة غبريال وكثيرين . لأن في الطريق نحو محرر علمي يشار له بالبنان .

■ وماذا عن الصفحة الاقتصادية ؟

فى وقت مبكر كانت كتابة الأخبار والتحقيقات والتعليقات الاقتصادية ضرباً من الألغاز فى الصحافة المصرية بالرغم من صدور صحف متخصصة اقتصادية مبكرة مثلما حدث فى الإسكندرية ، عندما صدرت صحيفة التجارة وصحيفة البصير ، وكان الأهرام ينشر أخبار بورصة ميناء البصل .

ذلك كان فى الماضى البعيد فى أواخر القرن التاسع عشر ، ونحن نقترّب من العشرين منه .

الذى حدث بعد ذلك من تطور فى الاقتصاد المصرى ، وظهور طبقة من الباشوات والطبقة البرجوازية أن زاد الاهتمام بالاقتصاد والبورصة ، وما يدور بينهما فظهرت المقالات الاقتصادية بلغة عربية فصيحة تنصح وترشد وتضلل أحياناً !!

وأذكر مرة أن قرأت لمحرقى أخبار اليوم يسخرون من كاتب الأهرام الاقتصادى المشهور عزيز بك ميرزا ، الذى كتب عن غلاء الأسعار شعراً كتب يقول :

مد فى ارتفاع نفقات المعيشة كالت آمال فى ارتقابها له جذرا
تندروا من اللغة الحكيمة فى مواقف ، يجب أن تكون فيه الكلمات
سهلة الفهم .

وظلت الصحافة والصفحة الاقتصادية كتابات لا يفك رموزها ، ولا يعرف تفاصيلها سوى المهتمين بالشئون الاقتصادية ، حتى بداية الثورة ، ولم تنتشر كلمة اقتصاد على ألسنة الناس إلا حينما عرفنا الحصار الاقتصادى ، الذى فرضه الغرب علينا عشية تأميم قناة

السويس ، وسمعتها أغنية من كلمات صلاح جاهين غناء عبد الحليم حافظ ، والحصار الاقتصادى برضه ماذلش بلادى ، لم يكن أحد يعرف تفسر كلمة الحصار الاقتصادى ، فقد كان الجيل الذى سبق يعرف الحصار العسكرى والوجود العسكرى !

وعرفنا المحادثات الاقتصادية ، وعرفنا القروض ، وعرفنا المعونات وعرفنا البروتوكولات الاقتصادية إلى أن عرفنا صندوق النقد الدولى ، وضرورة تسديد الديون فى جدول زمنى لا يعرف التسويف !
أما إذا سألتنى لماذا الصفحة الاقتصادية مازالت غير مقروءة حتى الآن ؟

أقول لقله البيانات ، أو أنها غير مقنعة إخراجياً ، أو أقول لغياب الحقائق والأخبار والتعليقات التى تنقل إلى عقل القارئ وقلبه ، أو أن هناك تحليلاً ذكياً لم ينشر على الأبناء المتناقلة .

أقول هذه وأسأل أيضاً لماذا لا نقدم صفحة اقتصادية عبقرية ، كلها أرقام وتبدو كاللغز المحلول ؟

■ المهم أن الإخراج الصحفى فى مصر يجب أن يكون متناسباً مع الشخصية المصرية أيضاً بمعنى أن الإخراج لا ينفصل عن المجتمع الذى تظهر فيه الصحافة حتى يدركها القارئ ، ويلحقها ويحبها !
وإخراج الصفحة الاقتصادية يجب أن يكون شاملاً بمعنى وضع كل فنون التحرير الصحفية فى خدمة الاقتصاد ، الخبر ، والتحقيق ، والتحليل ، والأرقام ومعناها ، ثم العمود الصحفى ، فهو أيضاً من أهم عناصر نجاح الصفحة ، وأن إخراج العمود الصحفى الاقتصادى عادة لا يقل أهمية عن إخراج أى باب آخر حتى لو ثبتت مساحته ،

ناهيك عن الرسوم البيانية والتوضيحية والجداول الإحصائية التي تخدم المادة الصحفية الأخرى .

إن الأبواب الثابتة جزء من العناصر التي تضيف شكلاً إخراجياً جميلاً في الصفحة ، صحيح أنها مفصولة ، لكنها تؤكد الاتصال مهما تعددت أنغامها ، فهي تحدث التجانس من أول سطر إلى آخر سطر في الصفحة ، السطر المكتوب بالأسود والسطر الأبيض أيضاً والذي يخلو من الكلمات .

الطريف أن هناك صفحات اقتصادية متضخمة الإخراج وصفحات مفلسة خاوية وصفحات تبحث عن مزيد من صفحات لها فائدة وصفحات بدون فائدة تذكر !!

... ..

أما الصحفي الاقتصادي فهو حكاية ثانية ، خاصة إذا عرفنا أن القارئ إذا قرأ خبراً مثيراً في صحيفة ، فإنه إذا ما فرغ من قراءته القى بالجريدة دون أن يكلف نفسه بقراءة اسم الصحفي الذي كتبه ، فما بالنا بالمحرر الاقتصادي ، الذي يجرى وراء الأرقام ليسجلها ويحللها ، إن الرقم المالى هنا أكبر من الصحفي نفسه !!

إذن فهم يعتبرون أن الصحفي الاقتصادي أقل الصحفيين شهرة من الممثلين ونجوم الكرة !

وهناك بعض الصحف التي تعتبر نشر أخبار التجارة والفلوس ضيفاً ثقيلاً على أخبار السياسة والمجتمع والكرة والحوادث والفن .

لقد كان الصحفي الاقتصادي فى الماضى ، هو الذى ينقل أخبار القطن والبورصة إلى الجورنال ، فقط !

الآن المحرر الاقتصادى خاصة فى مصر ازدادت أهميته خاصة بعد معركة الحصار الاقتصادى التى تعرضت لها مصر فى عامى ١٩٥٧ ، ١٩٥٨ ، وكان الحوار فى مصر حول الطريقة التى يمكن لمصر أن تدخل عصر الصناعة . وظهر تعبير المعادلة الصعبة » .

فى هذا الوقت ظهر فى مصر جيل من الصحفيين الاقتصاديين مثل سعيد سنبل ، وإبراهيم نافع ، وماجد عطية ، ومحمود المراغى ، وعبد الرحمن عقل ، وأسامة سرايا ، كلهم كما نعرف اهتموا بالدراسة الاقتصادية الجبارة وكتبوا وحلّلوا الأرقام ، ولهذا كان لهم نفوذ أدبى لدى الصحف ولدى القراء أيضاً . عملوا على تبسيط الكتابة الاقتصادية ، وجعلها مقروءة لكل الناس ، كيف صنعوا صحافة اقتصادية مبسطة دون أن يكون هذا على حساب المادة أو فقدان مصداقيتها للعمق والوقار .

وكتب إبراهيم نافع بابَه المعروف « بهدوء » فى الأهرام ، ووقتها قال لى لأريد أكثر من عشرين سطراً فقط وكان صغيراً وبلغاً . وعمل الإخراج الصحفى على أن تكون الصفحة الاقتصادية مميزة إخراجياً بسيطة وسهلة ، ومتنوعة العنوانات . والمفاهيم والتحاليل .

وحاول الكتاب الصحفيون أيضاً أن يعطوا المعلومة بشكل يساعد القارئ على الوصول إلى تكوين رأى بنفسه فيما يحدث حوله ، وهذا هو بالضبط الكتابة ما بين السطور فى وقت عز فيه ذكر الحقيقة كاملة أو بالتفصيل ..

الآن الصفحة الاقتصادية لا تستطيع صحيفة أن تستغنى عنها ، بل حتى هناك الآن التفكير فى صناعة صحافة يومية متخصصة فى

الاقتصاد ، مثلما تحاول صحيفة (العالم اليوم) وأخذة في اعتبارها صحيفة « الفايتهال تايمز » وجاءت بعدها صحف أخرى كثيرة وملاحق اقتصادية فى صحف أخرى .

لكن الذى يعانىة الصحفى الاقتصادى عموماً هو نقص المعلومات .

لماذا ؟

■ جهاز التعبئة والإحصاء مازالت بياناته تأتى متأخرة عن الموعد الملائم لإعلانها .

■ نشرات البنوك ناقصة المعلومات .

■ تقارير البنك المركزى سرية .

■ تقارير جهاز المحاسبات سرية .

■ الرقابة الإدارية حول سلوك القطاع الاقتصادى لا تنشر . ومع كل ذلك نجح المحرر الاقتصادى فى عملية النشر وهذه هى شطارة هؤلاء الصحفيين .

☆☆☆

هناك فى الولايات المتحدة : فمن الضرورى أيضا لأى محرر يتولى الكتابة عن الميزانية أن يعرف الطريقة التى تنظم الحكومة نفسها ، وكيف تمارس سلطاتها ، ولهذا توجد خريطة مرافقة لأيه ميزانية مطبوعة والخريطة مع الملخص ليست كل شىء فى الميزانية . فهناك شخصيات لها دور فى الميزانية ، كيف نكتب ذلك إنه يتطلب خبرة عملية فى تغطية أعمال الميزانية فى المجلس البلدى لكى يقرر المحرر ،

كيف يؤثر العنصر الإنساني للحكومة فى الطريقة التى تؤدى بها عملها فى مثل هذه الظروف .

مدرسة الميزانية :

إن أهم التعديلات التى أدخلتها وزارة الخزانة فى الولايات المتحدة هى « مدرسة الميزانية » التى تعقد لمدة أيام قبل إعلان الميزانية الفيدرالية . لكى تتاح الفرصة للمرسلين الذين أمضى معظمهم تدريباً خاصاً على الشؤون الاقتصادية ، لكى يدرسوا هذه الوثيقة الهامة ، والتحدث إلى أعلى المسئولية فى أمريكا حولها قبل أن تتم كتابة الموضوعات عن الميزانية للقراء .

■ وهنا علينا أن نذكر نجاح هذه الصفحات إلى فريق عمل كبير بدأ فى الأهرام باسم إبراهيم نافع ، وعصام رفعت ، وعبد الرحمن عقل ، واسامة غيث ، واسامة سرايا ، وكثيرين ... هذا غير ما نعلمه عن سعيد سنبل فى الأخبار ، ومحمود المراغى فى روز اليوسف ، وتفوق عصام رفعت فى رئاسة تحرير الأهرام الاقتصادى الأسبوعى ، وأصبح للأهرام فريق عمل صحفى اقتصادى كبير فى كل مطبوعات وإصدارات الأهرام فى عهد إبراهيم نافع رئيس مجلس الإدارة .

■ والآن وشمس العمر فى طريقها إلى الغروب ، أجد ابنى ياسر صبحى وقد أصبح محرراً اقتصادياً ، فى يوم لم أفكر فيه أن أكتب يوماً فى الاقتصاد فى عالم الصحافة .

■ وسألونى مرة ماذا تفضل عند إخراج هذه الصفحات ؟
■ الصفحة الداخلية : لها إخراج ، أفضله واضحاً ودقيقاً وبسيطاً .
■ الصفحة الخارجية : أفضل فيها استخدام الصور المعبرة

والخرائط .

■ الصفحة السياسية : أفضل فيها الصور الشخصية الواضحة المعبرة التي تتناسب مع الموضوع .

■ الصفحة الاقتصادية : أفضل العناوين الكبيرة والواضحة والرسوم التوضيحية والجداول والبيانات المرسومة .

■ الصفحة الاجتماعية : صور وأخبار كثيرة متفرقة ، ونستخدم فيها البرايز المميزة بمقاسات متنوعة من عمود واثنين وثلاثة .

■ الصفحة الثقافية : التنوع فى استخدام البنط والعناوين الجادة .

■ الصفحة الفنية : الصورة أساس ، ولذلك فيستخدم كل ما يمكن من إبراز لتكلم الصورة عن نفسها .

■ الصفحة الرياضية : العنوان المتكامل الإخبارى ، الصورة ، التعليق أهم ما يميز إخراج هذه الصفحة .

■ الجريمة والحوادث : نفضل فيها العنوان والمقدمة الناصحة بأن الجريمة لا تفيد ... والصورة إن أمكن ولأحب إطلاقاً أن يصحب الحوادث والجرائم رسوماً كالتي تنشر مع الروايات والقصص .

الحقيقة : أن الإخراج يختلف من صفحة التحقيقات والأحداث إلى صفحة الدين إلى الصفحة المصورة إلى الحادثة إلى القصة المسلسلة إلى الرحلات ، وبعض هذه الصفحات فى حاجة إلى أداء تعبيرى مباشر مثل صفحة الدين ، فكل شىء فيها واضح ومباشر والحظ العربى يستعرض نفسه بجمال من رقعة إلى نسخ إلى تعليق أو نستعليق .

وفى هذا كله فإن مشكلة المخرج الصحفى بعد الانتهاء من رسم الصفحة والبدء فى تنفيذها هو ذلك العدو التقليدى المسمى « بالاختصار » ، فعادة ما يكون المقال أو الموضوع أكثر من المساحة

المخصصة له ، فقد شارك المقال فى الصفحة صورة وعنوان وبعض الإعلانات ، وبذلك يلجأ المخرج إلى كاتب المقال ليختصره بنفسه أو يرسله إلى المسئول لاختصاره ، وهذه عملية تأخذ وقتاً طويلاً وجهداً ، وقد يحتاج الموضوع بعد ذلك إلى إعادة جمع أو تدخل فى رواية أخرى هى الجمع والتصحيح ودواليك !

■ إن مشكلة الاختصار تبدأ بأننا لا نعرف ماذا نفعل !
الآن مع كل الآلات الحاسبة ودقة العمل الصحفى فإن كل محرر يعرف بالتحديد وبالضبط : لكن يحدث هناك .. وليس هنا !
كم كلمة مطلوبة لهذا الخبر ، وكم فقرة مطلوبة لهذه القصة الإخبارية .
وكم سطر مطلوب لهذا التحقيق الصحفى ... وهكذا يعملون فى الخارج لكننا مازلنا أمام هذه الأدوات الحديثة العالية القدرة نتعامل معها وكأننا أمام « وابور جاز » !!



بالمناسبة والحديث عن الصفحات المتخصصة فى الصحافة العربية عموداً ، فإننا نرى أن هذه الصفحات أو بعضها سبباً فى بعثرة الأوراق والقضايا ، أو تدهورها فقد شهدت الساحة الصحفية أخيراً ، الصحفيون يعملون نقاداً فى صفحات الأدب والفنانون والرياضيون ، يعملون نقاداً وأيضاً فى نفس الوقت يقدمون بالتأليف الفنى المسرحى والسينمائى ، وتداخلت المهمات فى عصر وزمن يعرف التخصص ولا يعرف غيره !

■ البرواز :

أن نضع الخبر أو الكلام أو العنوان داخل مساحة محددة سواء الطول أو بالعرض بحيث تكون رباعية الفواصل ، هذا هو البرواز الذى يحيط بالكلام المطبوع .

لقد قصدوا باستخدام هذه البراويز أو الاطارات ، إبراز مادة هامة يحيطها البياض من كل جانب ، وهى فى حد ذاتها قليلة الكلمات ، ولذلك فهى تأتى موجزة ومؤثرة فى نفس الوقت .

وقد انتشرت البراويز فى بعض الصحف إذ أحياناً تجد نحو خمسة براويز فى صفحة واحدة بحيث يضعف منها كل برواز الآخر !

وقد استخدموا أيضاً الفواصل والجداول الزخرفية فى هذه الإطارات فأحياناً تجيء الصفحة وكأنها كرنفالات !!

■ البياض :

إن الاتجاه الحديث فى إخراج الصحف الآن هو اعتبار الصفحة لوحة بيضاء غير محددة الأعمدة ، وعلى المخرج أن يضع مادته التحريرية فيها بنفس الطريقة التى يرسم بها الفنان اللوحة . فنية جميلة وأصبح التصميم لإخراج الصحيفة مثلما التصميم الفنى ، وأخذ المخرج يستعمل بعض الفراغات البيضاء الذى هو فى حقيقته سواد محذوف ، وأخذ يستعمله بخذر الفنى المحنك حتى لا يفسد إخراجها بالإسراف فى هذه المساحات وهو يستعمل البياض لتوفير الضوء ، على الصفحة بحيث تريح عين القارئ عندما ينظر إليها فيرى البياض وقد وزع على أجزائها توزيعاً منسقاً ، والإكثار من استعمال البياض يعطى نفس الإحساس بازدهام السطور ، ويتعب النظر ، ولا بد من استخدام الفراغ الأبيض بمهارة فائقة ولا تسمح الصحف عادة باستعماله بالقدر القليل إلا والرقائق والنواصل الرصاصية عادة ما تحقق بياضها بين السطور ، فالغالب على الصفحة اللون الأسود وأن أى بياض يزيد ويوضحه ، وعادة ما نسمع المخرج الصحفى يقول « الحتة ده عايزة بقعة بياض » وزيادة فى استعمال البياض ، فقد قامت بعض الصحف الإنجليزية

بإلغاء الفاصل العمودى الطويل الذى يحدد شكل العمود واكتفى بوضع بياض يساوى واحد كور تقريباً .

والبياض فى الصفحة هو الصمت فى الخطابة - كما نقول دائماً - أين تقف الكلمات ، ومتى تبدأ ، ومتى تنتهى ؟ ونلاحظ هذا البياض عند إخراج مقالات بصراحة ، الشهيرة نبين كل فقرة وأخرى وعند وقفات معينة نجد سطرًا أبيض قد لا نراه ولكننا نحسه ونرتاح إليه .

وإذا كنا نعيش فى عصر « الزحام » فى كل شىء ، فمن الواجب ألا تكون الصحيفة أيضًا مصدرًا لإثارة الأعصاب ، لهذا فإن المخرج الصحفى مطالب بإراحة القارئ وعدم إزعاجه وهى مستلقى يقرأ صحيفة ، وإلا فمصيورها سلة المهملات !

التباين (Contrast) :

وهو من أهم عناصر التصميم بالنسبة للمخرج الصحفى ، يجىء بعدة طرق ، والتباين ويشمل الحجم والمكان واللون يحتاج إلى تدريب لاستعماله بطرق مختلفة وحتى عند استخدام حروف اللغة « أبجد هوز » فىمكن عمل صفحة كلها بحروف دون استخدام رسم أو صورة ، وترى عين القارئ أيضًا ، فيستعمل كل الأبناط وجميع أنواع الحروف دون رتابة ، وفى تناسق .

والتباين فى الحروف واستعماله وفى الصورة وفى استعماله ، وهو باختصار المخالفة بين لونين أبيض وأسود . والمخرج الناجح هو الذى يستفيد منه دون مبالغة ، وعليه أن يحكم فى الصراع الناشئ منه لنجاح صفحته .

■ هل تجدى الحملات الصحفية ؟ :

إن جريدة « أركنساس جازيت » دفعت ثمن تبنيها لقضية المساواة بين البيض والسود في مدارس مدينة ليتل روك ، فقد خسرت مبالغ مالية كثيرة ، واضطر رئيس التحرير هارى آشموور فى النهاية إلى تقديم استقالته ، كما أن العديد من الصحف التى نشرت حملات صحفية ضد بائعى السيارات المستعملة الذين لا ضمير لهم خسرت إعلانات السيارات ، وفى حالة تعتبر كلاسيكية خسرت صحيفة « وول ستريت جورنال » إعلانات شركة جنرال موتورز بها ، لأنها نشرت معلومات عن الطرازات الجديدة للشركة قبل أن تكون الشركة العملاقة مستعدة لإذاعة ذلك ، ولكن الشركة عادت سريعاً إلى الإعلان فى الصحيفة .

وحدث مرة أن رئيس تحرير صحيفة تصدر فى مدينة صغيرة أصابه الإحباط بعد أن حاول شن حملة صحفية جيدة للغاية وفشل فيها ، وفكر فى ترك الحملات نهائياً لأنها لا يقدرها سوى القليل من الناس ، كما حدث أن ج . مونتجومرى كيرتيس عندما كان مديراً للمعهد الأمريكى للصحافة ، تقابل مرة مع رئيس تحرير صحيفة ببلدة مين الذى رفض صراحة أن تكون له أية علاقة بحملة صحفية لتحسين أحوال المجتمع وقال : « يا بنى ، إن هذه المدينة الملعونة لا تستحق شيئاً » .

صحيح أن الحملات الصحفية ليست أمراً سهلاً ، كما أنه ليس من السهل تحقيق أى شىء له أهمية فى المجتمع وبسرعة أو بثمن بخس بمجرد النظر إليه بانزعاج ، ومعظم الحملات تنجح بالعمل الشاق المتصل ، وعندما يؤيدها رئيس تحرير مصمم وناشر مثله . هكذا كانت الحالة مع جريدة « لويسفيل كوريار جورنال » فى حملتها لتشديد

قوانين ولاية كنتكي ضد المناجم المكشوفة ، والتي استغرقت أربع سنوات قبل أن يقرر المجلس التشريعي للولاية ماسمى حينئذ بأنه أفسى تشريع فى أمريكا ضد نظام المناجم المكشوفة ، وفى معظم الأحوال تستغرق الحملة الصحفية المتواضعة وقتاً أكبر بكثير مما قدره رؤساء التحرير أو المحررون فى بداية الحملة .

إن المسألة ليست هل تجدى الحملات الصحفية ، وإنما هى هل الحملات الصحفية ضرورية ؟ . والإجابة عن السؤال الأخير لا بد أن تكون بأغلبية كبرى « نعم » .

« عن كتاب الصحفى المخترف »

■ كيف جاءت فكرة العمود الصحفى ؟ :

هناك علاقة كبيرة بين تطور المجتمع وظهور العمود الصحفى ، إنه جاء نتيجة حاجات فعلية لرغبات القراء كما ظهرت فى اضطرابهم إلى السرعة فى القراءة واختيارهم المواد القصيرة الكلمات التى تعطى معانى أكثر فى زمن أقل .

ولم يظهر العمود الصحفى فى مصر كما يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة فى المرحلة الرابعة من مراحل الصحافة المصرية ، وهى المرحلة التى تقع على وجه التقريب بين عامى ١٩٢٢ - ١٩٤٢ ثم تعددت بعد ذلك أشكاله .

لقد كان العمود الصحفى منذ نشأته مجرد فكرة أو رأى أو خاطر حول واقعة أو ظاهرة وخبر دليل لذلك « ماقل ودل » الذى كان ينشر فى الأهرام ثم فى الأخبار لأحمد الصاوى محمد ثم انتشر فى مصر تحت أسماء ما وراء الأخبار فى صحيفة الزمان ، ورأيت أمس

لمى شاهين فى الأخبار ، ونحو النور لزكى عبد القادر وفكرة لعلى ومصطفى أمين ، وبين السطور لحافظ محمود وخاطر الصباح لأحمد قاسم جودة .

التوقيع أيضاً على العمود الصحفى أحياناً باسم الكاتب ، وأحياناً بأسماء مستعارة كتوقيع الحاج سيد تحت عمود بالبلدى فى صحيفة الجمهورية فى بداية صدورهما .

وكذلك كان الدكتور محمود عزمى يوقع باسم ديدبان فى صحيفة الأهرام .

المهم اختار المخرج الصحفى - الجانب الأيمن أو الأيسر من الصفحة مكاناً للعمود لإحديت الناس لعلى حمدى الجمال ، جاء فى وسط الصفحة .

والأهم هو أن يلتزم الكاتب بعدد من الكلمات لا يزيد وينقص عنها « يضبط يده » وهذه مسألة سهلة صعبة !

أما العمود الصحفى فى الخارج فهناك توسعات للأعمدة الصحفية تشتري منها الصحف ماتريده ، وقد بدأ هذا النوع فى الظهور منذ الحرب الأهلية عام ١٨٦١ ، وكان من أشهر هذه المؤسسات مؤسسة ماكلور ومؤسسة بوك الصحفية .



العمود الصحفى :

هذا المقال قرأته فى أخبار اليوم فى ١٩٨١/١١/٢١ ، عن العمود الصحفى وكانت ظاهرة العمود الصحفى قد انتشرت فى جرائدنا المصرية والعربية بشكل لافت للنظر .

إن العمود الصحفي فن قائم بذاته له خصائصه ومميزاته وطريقة كتابته ، فهو يعرض رأى الكاتب بإيجاز وحنكة وأسلوب مميز دون إطالة أو تطويل .



والعمود الصحفي كما كتبت المحررة زينب عفيفي ، يختلف من حيث الأسلوب والموضوع والتناول من كاتب إلى كاتب فى صحافتنا اليومية . يقول صاحب عمود (فكرة) مصطفى أمين ، التنفس الذى يخرج من بين ضلوعه كل لحظة ويقول : بالنسبة لى العمود الصحفى (هو تنفس) ، أنا أحس كل يوم برغبة فى التنفس ، توجد أنفاس داخلى تريد الخروج فأعبر عنها فى العمود ، ولى تاريخ طويل مع العمود ، فقد بدأت أول ما كتبت العمود فى الثلاثينات فى جريدة اسمها (الجهاد) ، كانت صباحية ، وأوسع الجرائد انتشاراً فى ذلك الوقت ، وكنت أكتب عموداً بعنوان (مشاغبات) بإمضاء (مشاغب) ! .

وللعمود الصحفى خصائص ، وأرى أنه يجب أن يكون فيه شىء جديد ، وأن يكون مختلفاً ، وقصيراً لا أكتب ما يفضله القارئ ، وإنما أكتب ما أفضله أنا ، أكتب ما أتفسه ، تنفس واحد ، يمكن أن يكون صرخة ، دمعة ، ضحكة ، همسة .

والعمود يختلف عن المقال ، فالمقال يكتب أطول من العمود ، وثانياً المقال قد يعبر عن أكثر من شخص ، يعبر عن رأى الجريدة ، أو رأى حزب أو رأى فئة من الناس .

المفروض أن المقال متخصص أما العمود فهو مختلف ، ومتنوع فى موضوعاته التى تتميز بالقصر ، والعمود القصير أصعب من المقال

الطويل ، ولسعد زغلول كلمة مشهورة في خطاب محمد عبده قال فيها : « اغفر لى الإطالة فليس عندى وقت للاختصار » ..
ومن الفرق بين العمود الصحفى فى صحافتنا اليومية والصحافة العالمية ، قال مصطفى أمين فى كلمة واحدة ، لا يوجد فرق ، الفرق الوحيد هو الحرية !

أما الكاتب أنيس منصور صاحب عمود « مواقف » فله رأى مختلف ، هو يقول : الكاتب يكتب لأنه لا بد أن يكتب ، لكن العمود اليومى يختلف عن أى كتابات فهو رأى معروض يومياً فى مساحة صغيرة ، لذلك يجب أن يكون سريعاً ومركزاً ، ويختلف كاتب عن كاتب فى أسلوبه أى فى الطريقة التى يعبر بها ، والإيقاع والطريقة التى يصل بها بالمعنى إلى وجدان القارئ ، لأن القارئ ينتظر من كاتب العمود مزيداً من المعرفة والفائدة ، ويكون الكاتب حريصاً وقريباً من القارئ إذا حدثه عن مشاكله أو عن نفسه بمعنى أن تكون الكتابة مرآة للقارئ ، وكثيراً ما يلجأ الكاتب إلى تجربته الخاصة ، أى أنه يريد أن يؤكد للقارئ أنه صاحب تجربة ، وأنه بذلك يكون فى منتهى الصدق مع نفسه ومع غيره ، ولا خوف على الكاتب من أن يوصف بالذاتية أو بالأناثية أو بالدوران حول نفسه ، ولأن الكتابة الأدبية الذاتية والفنية هى ترجمة ذاتية للكاتب ، حتى إذا اختلفى من المقال كلمة أنا فمن المؤكد موجودة .
وسألت أنيس منصور ما الفرق بين العمود والمقال ، قال : كلمة العمود لا تعنى أنه يشغل عموداً بطول الصفحة ، فأحياناً يكون نصف عمود وأحياناً بضعة سطور ، فالعمود ليس إلامقالاً قصيراً ، وعن الفرق بين عمود الصحافة المصرية والعالمية قال : لا يوجد فرق إلا بين الكتاب أنفسهم وما يتناولونه من قضايا يومية أو موسمية .

السهل الممتع :

ومع (الأفكار المتقاطعة) ، و (معنى الأحداث) ، يحدثنى صاحب هذين العمودين سلامة أحمد سلامة عن كتابة العمود فى صحافتنا فيقول : إن كتابة العمود هى (معالجة) إما لمشاكل عامة ، أو لقطة لزاوية معينة فى قضية أو مشكلة تهتم الرأى العام ، وفى أحيان كثيرة يكون العمود تعبيراً عن موقف شخصى أو رؤية ذاتية أو تأملية لحدث معين ، ويتميز العمود الصحفى فى هذه الحالة بإيجاز شديد ، مع وضوح يصل إلى درجة السهل الممتع ، وفى رأى أن كتابة العمود من أصعب الكتابات مثل القصة القصيرة ، لأنها لا تسمح بتقديم فكرة متكاملة بكل مقوماتها ونتائجها وصعب أن تكون مجزأة أو على حلقات .

والفرق بينه وبين المقال يكاد يشبه الفرق بين القصة القصيرة والقصة الطويلة ، من حيث الإيجاز وتحديد العناصر ، التى تناولها ، وعدم إضافة فى شرح الفكرة اعتماداً على مالدى القارئ من معلومات أو خلفية اجتماعية أو سياسية أو أدبية .

ويضيف سلامة : إن كتابة العمود اليومى فى الصحافة المصرية انتشرت بدرجة جعلت كثيرين من كتاب العمود مضطرين تحت ضغط الإسهام اليومى إلى الاستخفاف أحياناً بذاكرة القارئ ، أو بذكائه ، وتقليد كاتب العمود اليومى ليس له شبيه تقريباً فى الصحافة العالمية ، فقد يوجد عمود يومى يتبادلته أكثر من كاتب ، ولكن لا يوجد كاتب واحد يستطيع أن يقدم كل يوم فكرة جديدة ، وموقفاً جديداً ، ورأياً جديداً فى ٣٦٥ يوماً سنوياً !

عمود ... مجاملات

وفى كلمات قصيرة .. قال محسن محمد : إن العمود المصرى كله مجاملات أو هجوم شخصى ، وتجارب الكاتب هى التى تغلب عليه ، فالعمود ليس للتجارب الشخصية إلا إذا كانت هذه التجارب ، تهم القارئ لكن عمود الصحافة العالمية يكون تخصيصاً ، فهناك كاتب عمود فكاهى ، كاتب عمود سياسى ، كاتب عمود اقتصادى ، إنما فى الصحافة المصرية كاتب العمود هو العبرى رقم واحد يفهم فى الأدب والفن والسياسة ، خبير فى كل شىء !

كتابة العمود فى الصحافة اليومية معناها : المعاناة كل يوم كيف تكون أمامك صورة العالم كله لتأخذ صورة منها ، وهنا الفرق بين كاتب عمود حر ، وكاتب عمود رئيس تحرير فيجب أن يكتب صاحب العمود عن اهتمامات الناس .

العمود مجرد فتجان قهوة :

وصاحب « مجرد رأى » ، الكاتب الصحفى صلاح منتصر يقول : إن كتابة العمود تعنى أن الكاتب وصل إلى درجة من الرصيد ، والمخزون الفكرى ، والعلمى ، والاجتماعى ، والثقافى ، والسياسى ، والأسلوبى الذى يمكنه من مصافحة عقل القارئ كل يوم ، وأعتقد أن العمود يتميز بميزتين الأولى : رشاقة الأسلوب ، والثانية : وحدة الفكر بمعنى ألا يزحم الكاتب عموده بأفكار عديدة وأن يتناولها بأسلوب يرضى أذواق القراء المختلفين فى ثقافتهم . وهو إياتهم وأذواقهم ، ولا شك أن القارئ ينتظر أن يقول له كاتب العمود شيئاً تحترمه عقولهم ، قد يختلفون معه ولكنهم يحترمونه ، وأن يشعر القارئ فى الوقت نفسه بأن الكاتب يعيش معه وليس بعيداً عنه ، فالقارئ

يضع فى ذهنه وخياله صورة الكاتب الذى يقرأ له فإذا كان الكاتب شابًا يصعب على القارئ أن يتقبل منه الحديث كثيرًا من تجاربه الشخصية .

وعن الفرق بين المقال والعمود اليومى يقول صلاح منتصر : المقال عبارة عن وجبة طعام ذهنية مفروض أن تكون متكاملة ، نجد فيها طبق الشورية ، والسلطة ، واللحمة ، والفاكهة ، والشاى ، أما العمود الثابت فهو طبق واحد من كل هذه الأطباق ، بل أحيانًا يكون مجرد فنجان قهوة أو فنجان شاى ، وبالتالي فالقارئ يشعر بعد المقال أنه التهم وجبة دسمة ، لكن العمود يشعر القارئ بعد المقال أنه أكل طبقًا واحدًا ، والصعوبة التى يجدها كاتب العمود هو أن يشكل لقارئه فيما يقدمه من أطباق يومية ، أما عمود الصحافة العالمية فهو نادرًا ما يوجد فيه حديث عن معاناة المواطنين ومشاكلهم ، عمود الصحافة العالمية فيه رفاهية الفكر لكن عمود الصحافة المصرية جزء منه أو كثير منه يتناول مشاكل الشارع ، فى الصحافة العالمية يميل العمود إلى السيامسة أكثر ، ومن أشهر كتاب الأعمدة فى العالم الكاتب « أرت بوكوالد » الذى يكتب فى ٣٠٠ جريدة ، حيث يكتب ٣ مرات فى الأصبوع ، وهو كاتب ساخر ، يتناول مختلف الموضوعات بسخرية يخلط فيها الجد بالهزل .

العمود ... تعبير عن رأى العام :

وكاتب عمود (علامة استفهام) يقول عبد السلام داود : ينبغى أن تكون يد كاتب العمود اليومى على النبض العام لا يرفعها عند لحظة ، فوظيفته الأولى هى التعبير عن محصلة رأى العام ، وما يوافق رأيه الشخصى وما لا يوافق ، وهو ضرورة فى صحافة العصر الخبرية

التي تركز جهدها الأول في متابعة الأحداث بحيادية دون تعليق ،
وأعتقد أن التخصص هو إحدى السمات البارزة لهذا العصر الذي
تعددت فيه فروع المعرفة بحيث لا يمكن الادعاء بأن ثمة عقل ما يستطيع
الإحاطة بها جميعاً ولو كان العقل الإلكتروني !

فالقارئ ينتظر دائماً من كاتب العمود النزاهة المطلقة والشجاعة
والتصدي لكل ما يجده أو يراه مخالفاً للصالح العام ، فإذا لم يكن
الكاتب متخصصاً في الفصائح العامة فالقارئ يفضل على ما أعتقد
أن يتناول الكاتب القضايا العامة ...

ولا شك أن العمود يذل فيه جهد أكبر للإيجاز حفاظاً
على وقت القارئ فهو على حساب وقت الكاتب لصالح
القارئ .

والفرق بين العمود في صحافتنا المصرية والصحافة العالمية هو
الفرق بين الصحافتين !!

عمود المودة ، :

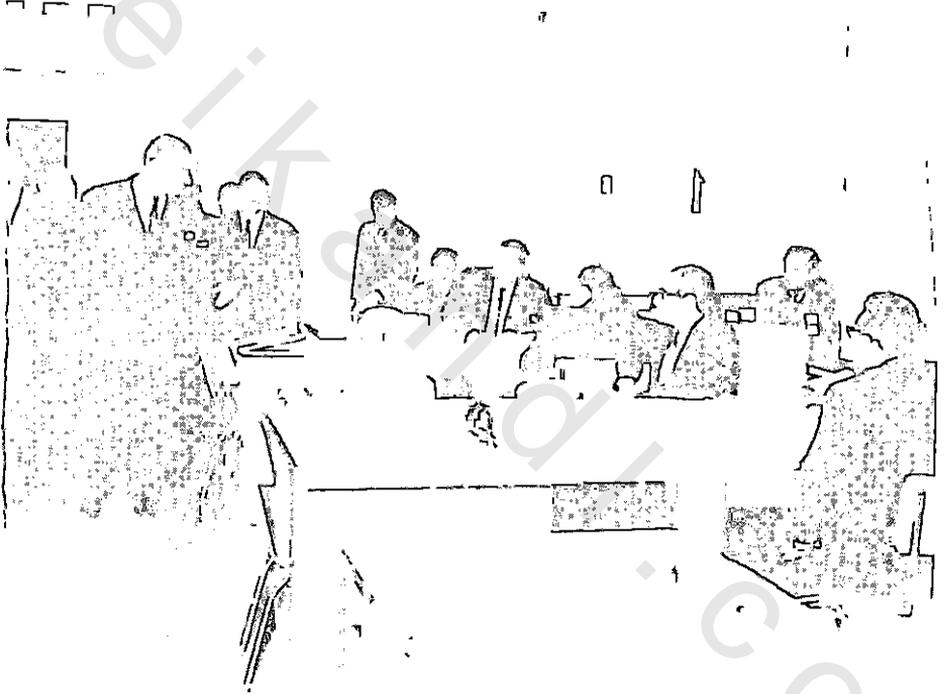
وفي أكثر من « نصف كلمة » قال الكاتب الساخر أحمد رجب :
العمود باختصار يحمل رأياً ، وكاتب العمود يبدى رأيه الشخصي ،
ومن المعروف أن كتاب العمود آراؤهم مستقلة تماماً عن آراء
الجريدة ، وفي عصرنا الحالي ينبغي أن يكون العمود شديد التركيز ،
وشديد الاختصار ، لأن الكاتب اليومي تنافسه أدوات كثيرة مثل :
الراديو ، والتلفزيون ، إنما في الماضي قبل الإذاعة والتلفزيون كانت
الافتتاحيات ، ولم يكن هناك كاتب عمود وإنما كاتب افتتاحيات
تصل إلى صفحات ، وتتطور الزمن ومع تعقيدات الحياة ظهر في

العمود الذى يجب أن يكون شديد الاختصار وشديد التركيز ، وهذا يتطلب معاناة ، وأهم خصائص العمود أن تكون هناك « مودة » بين كاتب العمود وبين القارئ ، لأن كاتب العمود إنسان يدخل للقارئ كل يوم من « ثقب الباب » فينبغى أن يكون هناك خيط روحى يربط بينهما ، فلكى ينجح كاتب العمود يجب أن يكون المتلقى لديه استجابة عاطفية ، وفي مصر الجماهير تعاني من مشاكل حياتية عديدة تضغط عليه ، وكاتب العمود يجب أن يحاول مساعدة الجماهير فى حل مشاكلها عكس ما كان يحدث فى الماضى ، كأن يكتب الكاتب فى موضوعات رومانسية ، يتألق أسلوبها أما اليوم فواجب كاتب أن يسهم فى رفع المعاناة عن الناس ، وأنا لا أفضل الخوض فى التجارب الشخصية ، إلا إذا كانت هذه التجارب لها صفة العموم ولها اهتمامات بالجماهير .

وقال أحمد رجب عن المقالة : إنها دراسة مكتملة العناصر ، تدافع عن وجهة نظر ، لكن العمود عبارة عن « سندوتش » ، المقالة كالغنوة والعمود قيمة موسيقية واحدة ، المقال دراسة لموضوع بعناصره المتكاملة ويكون فيه إضافة للفكر السياسى أو الاجتماعى وإلا كان موضوعاً إنشائياً .

والفرق بين العمود هنا والعمود فى الخارج أن كاتب العمود فى أمريكا مثلاً يكتب عموداً فى ٢٠٠ جريدة فهو يحمل رأيه الشخصى ، وكل جريدة لها اتجاه سياسى ، وبهذه الصفة يمكن لكاتب العمود فى أمريكا أن يكتب فى أكثر من جريدة كما أن هناك العمود الشخصى ، نجد عموداً سياسياً ، عموداً اقتصادياً ، عموداً للسوق المالية ، عموداً عاطفياً .

وعن أشهر عمود أحيل بسببه رؤساء مجالس إدارة إلى التحقيق
كانت حملة على السوق وارتفاع أسعاره في عمود « نصف كلمة » ،
ويقول أحمد رجب قلت في « نصف كلمة » البنكنوت اللي في محافظ
رجال الإدارة في شركة « كذا » معمول من الورق ! ...



• عام ١٩٧٠ ، جمال عبد الناصر يزور صالة التخيرو بالدور الرابع في
مبنى الأهرام وهاهو يدخل الصالة من الباب المواجهة لكافتيريا الرابع ماراً أولاً
بسكرتارية تخريو الصحيفة في ذلك الوقت ، وهم سامى دياب ، وصابر
عبد الوهاب ، ومصطفى سامى ، وأمامه يحيى التكلى وماهر الدهمى وسيمر صبحى .

بيننا الله

الرئيس أعطى أمس إشارة البدء في بناء السد العالي
 عبد الناصر يقول: السد العالي هو رمز لتصميم الأمة العربية كلها على السير في ماء وطنها الكبير البحر
 إننا أعطينا الشغل للعامة أجمع أن الاسم الصغير تستطيع أن تصع إرادتها موضع التنفيذ
 نوديكوف يقول: إن الأمل التي كان شعب لجمهورية العربية يتنفس في بلوغها قد بدأت تحقق



والقوة...
 حياكم...
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...

١٠
١٩٣٦

١٠
١٩٣٦

الأهرام
١٠٠٠
١٩٣٦

١٠
١٩٣٦

١٠
١٩٣٦

المرحلة الجديدة

أعلن عبد الناصر في حديثه إلى الأمة أمس انتهاء فترة الانتقال وبدء مرحلة البناء الوطني
اعطاء سلطة رئيس الجمهورية إلى مجلس للرئاسة
 أعضاء مجلس رئاسة الجمهورية يترعون لعلمهم في المجلس ولا يتولون مسؤولية تنفيذية في الوزارات
 على صبري يرأس المجلس التنفيذي - الوزارة - والمستولية في المجلس مسئولية جماعية
 وزارة العمل يتولاها أحد العمال ويصبح منهم الوزير لأول مرة
 المرأة المصرية تمثل الوزارة لأول مرة - نسبة تولي وزارة الشؤون الاجتماعية



أخبار هامة
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...
 الرئيس...
 السد...
 الأمل...

• صفحة الأهرام الأولى، بنا السد • صفحة الأهرام الأولى، المرحلة الجديدة
 لاحظ حجم المائيت بعرض الصفحة وارتفاعه يصل وي زيد عن ١٥ ستمتوا