

الفصل الثاني وسائل الإعلام المقروءة

تمهيد:

تعد وسائل الإعلام المقروءة أقدم الوسائل الإعلامية ظهورًا، وأقدم وسائل الإعلام المقروء هي: الكتب؛ لأن الكتاب ونشره يعد وسيلة إعلامية تحقق أهداف وسائل الإعلام في التأثير على الفكر ونقل الثقافة.

ويلي ذلك: ظهور الصحافة، ونقصد بالصحافة هنا: صناعة إصدار الجرائد والمجلات؛ وذلك باستقاء الأخبار وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث ومقالات وأعمدة وجمع الصور والإعلانات، والقيام بنشر كل ذلك إما في صحيفة أو مجلة.

وعلى هذا تستخدم كلمة (صحافة) للدلالة على معنيين:

أ- المهنة الصحفية (Journalism).

ب- ما ينشر بالصحف (Press).

والصحف هي: كل ما يطبع على ورق ويوزع في مواعيد دورية، وتنقسم من حيث الشكل وطبيعة المضمون إلى: جرائد، ومجلات. كما تنقسم من حيث مواعيد الصدور إلى: يومية - أسبوعية - شهرية.. إلخ.



وتتميز الصحف عن غيرها من وسائل الاتصال بعدة ميزات، منها:

- القدرة على التنوع في تقديم مضامين ووجهات نظر مختلفة في آن واحد.
- يمكن للقارئ أن يختار وقت القراءة ومكانها.
- المشاركة الإيجابية من القارئ، حيث تتطلب القراءة قدرًا من النشاط والتركيز من جانبه، وبذا: يغلب على القارئ أن يكون مثقفًا ويسهل معه البيان بالحجة والمنطق^(١).

خصائص الصحافة بوصفها وسيلة اتصال:

الإعلام المكتوب هو وسيلة اتصال مطبوعة، ويتكون من: الكتب، والكتيبات، والصحف، والمجلات، والنشرات.

والصحيفة هي وسيلة اتصال مطبوعة دورية تتأثر بالزمن، وتُعرَّف بأنها: أي مطبوع يصدر بصفة دورية تحت عنوان واحد، والصحافة هي عملية إصدار الصحف المطبوعة، وتشكل الصحافة بإصداراتها المختلفة من جرائد ومجلات وسيلة اتصال مطبوعة دورية، تختلف سماتها ووظائفها عن غيرها من المطبوعات غير الدورية، مثل: الكتب، والمطويات، والملصقات، والنشرات.. وغيرها.

خصائص الصحيفة:

وللصحيفة باعتبارها وسيلة اتصال مطبوعة سماتها، التي تتضمن المزايا والنقائص بالمقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى: المسموعة، والمسموعة المرئية.. ومن ذلك:

(١) بتصرف عن: الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق (٤/ ١٤٩١).



١- الإعلام المكتوب (بصفة كلية) يعتمد على حاسة البصر، ويعمل على استخدام ملكة التدبر والتفكير؛ ولذا: فهي تحتاج إلى جهد، كما تتميز بأنه يمكن للقارئ إعادة قراءة الرسالة أكثر من مرة؛ ليستوعبها في حال عجزه عن ذلك من أول مرة.

٢- الإعلام المكتوب يُمكن القارئ من السيطرة على ظروف التعرض له أو قراءته، في أي وقت وفي أي مكان، مما يتيح لقارئها فرصة كافية لاستيعاب معناها وإعادة النظر في تفاصيلها.

وإذا كانت الصحيفة- كما يقول خبير الاتصال الجماهيري الأمريكي إريك بارنو- هي الوسيلة الوحيدة الخالية من الصوت البشري، مما يفقدها العنصر الذي تستمد منه وسائل الإعلام المسموعة والمسموعة المرئية دفئًا وتأثيرًا، فإن هذا العيب يتحول إلى ميزة؛ ففيها لا يلهث القارئ وراء الصوت، حيث يمكنه أن يسبق الكلمات أو يتوقف عند بعضها متذوقًا، ويستطيع أن يرتد إلى الوراء، ويستطيع أيضًا أن يسقط بعضها.

٣- يحتاج الإعلام المقروء من ناحية أخرى إلى خيال مستمر ومتصل، فالصحافة تحتاج من القارئ إلى مشاركة خلاقية وجهد إيجابي لا تتطلبه بعض الوسائل الإعلامية الأخرى، ويرجع ذلك إلى أن العناصر الإعلامية في حالة الطباعة أقل هيكلية في بنيتها من العناصر الإعلامية المسموعة والمرئية، فالقارئ لا يواجه متحدثًا مرئيًا أو مسموعًا كما في الراديو والتلفزيون والسينما، وبذلك يجد أمامه حرية كثيرة في التخيل وتصوير المعاني وفهم التلميحات اللبقة والرموز والتفسيرات المتعددة وقراءة ما بين السطور.



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقرّوة

ومن أجل هذا يُرَجَّح أن تظل الصفحة المطبوعة مصدرًا رئيسًا لتغذية العقل المدقق، وكانت الصحافة في عهدها الأول تخدم مثل هذا العقل فقط ولا تفيد غيره؛ ولذلك لم تجد مسوغًا لجذب انتباه القراء أو لدفعهم للقراءة، ولكنها أصبحت الآن- وبعد أن وصلت إلى جماهير جديدة وعريضة- وسيلة اتصال جماهيرية هائلة.

٤- أن لكل نوع من أنواع المعلومات والأخبار التي تشتمل عليها الصحف والمجلات وظيفة اجتماعية معينة: فتقارير الأخبار المحلية تضع القارئ في القدرة على تصورها وتُطلعُه على الآراء المتنوعة حول تلك القضايا وتجعله متفاعلاً معها، وهو هدف مجتمعي، أما الأخبار الدولية والخارجية فإنها تجعل القارئ مشاركًا في الأحداث العالمية.

٥- تعد الصحافة عند مخططى الإعلام من أفضل الوسائل للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير صغيرة الحجم؛ لأن استخدام الوسائل الأخرى في الوصول إلى هذه النوعية من الجماهير مكلف للغاية.

٦- أن الصحافة المطبوعة- مقارنة بالإنترنت- تفتقد إلى التفاعلية، وتفتقد أيضًا إلى الوسائط المتعددة، وإلى عدم التزامنية، كما أنها تختلف في دورة حياتها، التي قد تكون يومية، أو أسبوعية، وقد تمكنت كثير من الصحف من التغلب على هذا العيب بإنشائها مواقع لها على الإنترنت.



خصائص المجلة:

تتميز المجلة بوجه عام بما تتميز به الصحيفة، ولكنها تنفرد عن الجرائد في الآتي:

١- عدد المقالات أكثر؛ لأن المجلة لا تكون يومية وإنما هي غالباً أسبوعية أو شهرية، لذا: فهناك تعويض بالمقالات والتحقيقات عن الأخبار التي تتميز بارتباطها بالزمن.

٢- مساحة عرض المقالات أكبر: بسبب الحجم الأكبر للمجلات عن الصحف فإنه من المقبول في المجلات - ولا سيما المتخصصة - أن تفرد لكل مقالة مساحة تبلغ صفحاتها أحياناً عشر صفحات وربما أكثر (حسب كونها متخصصة أو عامة)، ومثالها هنا: مجلة البيان والمجلات المحكمة التي تصدرها الجامعات.

٣- اهتمام المجلة بالإخراج الفني أكبر من الصحيفة، فضلاً عن الإمكانيات المتاحة بالمجلة، مثل: الأوراق المصقولة - الألوان - التصميمات، وبعض المجلات تُصمَّم كل صفحة فيها وتلَوَّن بشكل مختلف وبما يخدم الموضوع.

٤- يختلف مضمون ما تقدمه المجلة حسب نوعها وتخصصها، فلو كانت متخصصة - كالدعوية، أو الصناعية، أو الرياضية - فإنها تحمل مضموناً متخصصاً، ولو كانت عامة فإنها تحمل مضامين متنوعة شريطة أن تحقق أهداف المجلة، مثل: مضمون يحمل الطابع الخبري، وآخر التفسيري، وثالث النقد، ورابع الإبداع، وخامس التسويق (الإعلان).. وكل هذه المضامين تتطلب فرّقاً من المحررين تقوم على تنفيذها.



٥- يتناسب عدد المحررين عكسيًا مع درجة تخصص المجلة، فكلما كانت أكثر تخصصًا قلَّ عدد المحررين، وبالعكس.

أنواع الصحف:

تنقسم الصحافة إلى أنواع وفقًا ل: محتواها- وشكلها- وأوقات ظهورها- ومكان انتشارها، ويجب ملاحظة أن شكل الصحيفة وحجمها ونوع الورق واللون وعنوان الصحيفة وغلافها.. من العوامل التي تؤثر في توزيع الصحف وتصنيفها، وأن جميع هذه العناصر تخضع لتصرف الناشر، ومع ذلك فلا يمكن فصل العاملين عن بعضهما.

ويمكن تقسيم الصحافة بالإضافة إلى ذلك وفقًا لمادتها الغالبة إلى: (صحف الخبر) و(صحف الرأي)، وقديمًا كان يظهر هذا النوع من الفرق بشكل واضح، أما الآن فلا يقوم بدور كبير، وخصوصًا بين الصحف الصباحية، حيث يتفق الناشرون والصحفيون والقراء على أن واجب الصحافة هو نشر الأخبار وتوضيحها بالتعليق، ولكن قد يقف وراءها جماعات اقتصادية كالبنوك وأصحاب رأس المال وصاحب العمل ونقابات العمال، إذ يهم كل هذه المنظمات أن يكون لديها وسيلتها لنشر آرائها، وعمومًا فلكل صحيفة اتجاه ما، حتى ولو كان هذا الاتجاه ضعيفًا، ويتضح ذلك عند كتابة التعليق أو المقال الافتتاحي.

وباختصار توجد الآن الأنواع الآتية من الصحف:

١- الصحافة الوطنية:

وتوزع على الصعيد الوطني في الدولة كلها، مثل عديد من الصحف المشهورة التي لا تخلو منها بلد من البلدان- العربية، وغير العربية-، وغالبًا ترتبط تلك



الصحافة في البلدان النامية بطريقة أو بأخرى بالدولة، حيث تمتلكها كلياً أو جزئياً، وتحرص الحكومات على الاستفادة من وجودها للترويج لسياساتها.

٢- الصحافة الإقليمية:

وتوزع على الصعيد الإقليمي في المديرية، وأحياناً على الصعيد المحلي، وهي غالباً ما تنقسم إلى نوعين:

أ- صحف إقليمية كبيرة ذات طبعات متعددة، ويكون فيها التحرير والإعلان إقليمياً، وغالباً تسمى باسم المدينة التي تصدر منها، وتتميز تلك النوعية بالمتابعة الحثيثة للمدن الصغيرة وأخبارها فيما لا تتبته له الصحف الكبرى.

ب- صحف إقليمية متوسطة وصغيرة، وغالباً ما تتحد هذه الصحف في جماعات تحريرية منظمة تجمع بين أقسام تحريرها، ولا يُرسل لها من الناشر إلا الغلاف، وفقاً لقواعد معمول بها، وتحاول كل صحيفة أن تكيّف نفسها مع أذواق قرائها كمّاً وكيفاً، وتتعاون مثل هذه الصحف في مجال الدعاية.

٣- صحف الشارع:

يباع أكثر من ٩٠٪ منها في الشارع، ويراعى عند إخراجها هذا العامل؛ لتجذب القارئ غير المتخصص، وأحياناً تستهدف عواطف الجمهور وغرائزه، ومن ثم: تسعى لنشر أخبار الجريمة والفضائح والجنس، وتسمى في الغرب بالصحف الشعبية.



٤- الصحف الأسبوعية (السياسية، وغير السياسية):

وتشبه في مساحة الصفحة والإخراج الصحف اليومية، وكثير منها متخصص في لون معين كالرياضة، ولكنها أقرب إلى المجلة منها إلى الصحيفة، وذلك يرجع لفقدتها عنصر الآنيّة والعالمية في الأخبار.

٥- الصحف المحلية المجانية:

وهي نشرات للدعاية والتسويق، وليس لها أي صبغة تحريرية، ومن المستحسن عدم وصفها بالصحيفة؛ لأنها تفتقد كل جوانب التحرير، وليس لها من الصحيفة إلا شكلها.

٦- الإصدارات المترجمة من الصحف العالمية:

أو النسخ الموزعة محلياً لجرائد عربية، تطبع أو تحرر خارج البلد، أو نسخ الجرائد المشهورة عالمياً وتوزع في بلدان أخرى بلغتها نفسها، وهي تعتمد على الأخبار والأحداث العامة، إضافة لكونها تعتمد على المقالات والرأي الذي لا يتقيد بمكان، ويكتبها ويحررها كتاب كبار.

لغة الكتابة الصحفية:

تعد اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام لغة خاصة لها سمات تميزها عن غيرها؛ فهي تسعى لتحقيق هدف معين، هو إيصال المعلومات والأخبار والأفكار في أسرع وقت وأضيق مساحة. فأسلوبها يتسم باليسر والإيجاز والوضوح والمباشرة. وكل ذلك تفعله بما لا يخالف قواعد اللغة النحوية السليمة:



- وميل اللغة الصحفية للاختصار يجعلها تميل دومًا للاستغناء عن الجمل الطويلة والتكرار والزوائد اللغوية.. وغير ذلك.
- وتتجنب اللغة الصحفية أيضًا المبالغات، فهي لا تسوق الخبر بصيغة أفعل التفضيل؛ لأنها تقلل من دقة الخبر، مثل: انتصرنا في أكبر المعارك، ونقول بدلاً منها: انتصرنا في معركة كبرى.
- وليكون الموضوع حيويًا وحاضرًا ومستمرًا، فإن لغة الصحافة تميل لاستخدام الفعل المضارع، لا سيما في العناوين، مثل: (الحكومة تستجيب لطلبات الموظفين وترفع الرواتب)، بدلاً من: استجابت ورفعت، مؤسسة (كذا) الخيرية تدعم وتكفل... إلخ.
- ولمزيد من الوضوح يتجنب الصحفي استخدام الألفاظ والعبارات التي تحمل معنيين ولو في اللغة الدارجة، مثل: كلمة (قرطاس).
- كما يُفضّل المبني للمعلوم على المبني للمجهول عند التحرير الصحفي إلا للفت النظر، فقد يزيد الخبر قوة أحيانًا الصياغة بالمجهول.
- تجنب استخدام الجمع المركب، فالطريق يجمع على (طرق) لا (طرقات) فهي جمع للجمع.
- ويُتجنب جمع أسماء الجنس؛ لأن مفرداها يدل على الجمع، مثل: المطر بدلاً من الأمطار، كما يجب استعمال التثنية في مواضعها الصحيحة، فلا يقال: سار على قدمه، ولا: على أقدامه، بل يقال: سار على قدميه^(١).

(١) فن التحرير الصحفي، د. ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٦ (ص ٢٥).



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

- كما أن لغة الصحافة تعتمد على عناصر مساعدة تعينها على إيصال الرسالة بشكل أوضح، مثل: الصور، والرسوم البيانية، وهندسة العناوين.. وغير ذلك من الأشكال الفنية التي تدخل في عملية الإخراج الصحفي.
- ويمكننا إجمالاً أن نشير إلى خصائص لغة الصحافة في الآتي:
- ١- لغة موجزة: حتى تنضبط بظروف المساحة، وتُبعد الملل عن القارئ.
- ٢- لغة واضحة: تستعمل الألفاظ الشائعة، وتبتعد عن الغريب أو الغامض من الألفاظ الذي لا يفهمه القارئ.
- ٣- لغة جذابة: تُجمل نفسها بأسلوب رشيق بليغ لا يخلو من جماليات وتراكيب لغوية بديعة جزيلة، ولكنها في الوقت نفسه تلتزم بصفتي الاختصار والوضوح.
- ٤- لغة مبتكرة: فهي تُعبّر عن روح العصر ومتطلباته، وتجمع بين التراث والمعاصرة، فهي تطور الملكات اللغوية للقارئ بما تستحدثه من كلمات وتعبيرات وتراكيب^(١).

طريقة كتابة الخبر:

هناك ثلاث طرائق تقليدية (قوالب فنية) لرواية الخبر الصحفي، هي:

١- طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصي):

ويقوم هذا القالب الفني على ثلاثة أجزاء: مقدمة تحتل قمة الهرم، وهي مدخل يمهد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوي على أهم ما فيه، ثم جسم الخبر، وبه

(١) انظر: الوظيفة الإعلامية لفن المقالة، بتصرف، محمد علي الأصفر، منشورات جامعة الفاتح بليبيا،

١٩٩٨ (ص ٢٠٤ - وما بعدها).



تفاصيل أكثر أهمية في الحدث، وهو في شكله البنائي يبدأ بالتفاصيل الأقل أهمية، ثم التدرج بعد ذلك لتفاصيل أكثر أهمية حتى نهاية الخبر، وفيها أهم قيمة يحملها الخبر، وينتشر ذلك في الكتابات الروائية والأدبية والحوادث..

وفي طريقة الهرم المعتدل يحزر الخبر بأسلوب درامي قصصي، وترتب وقائع الخبر حسب وقوعها الزمني.

ويتضمن الخبر بهذه الطريقة: بداية، ووسطاً، ونهاية للخبر، ويكتب بالترتيب الزمني لا حسب أهمية الأحداث، وتصل الأحداث فيها للذروة في نهاية السياق^(١). وقد تستخدم تلك الطريقة -بالإضافة لسرد بعض الأخبار بها- في فنون التحرير الأخرى، مثل: التقرير - التحقيق - المقال.. إلخ.

مثال:

سرد لموقف من بدايته لنهايته: (عانت جموع الموظفين في ---) من قلة الرواتب الشهرية؛ حيث أصبح الراتب بالكاد لا يكفي أحدهم إلى نصف الشهر. ومن ثم: بدأت دعوات زعماء العمال للتكتل والمطالبة بزيادة الرواتب. وجمعت توقيعات العمال لرفعها للمسؤولين. ولكن تلك الخطوة لم تُفض لتنتيجة مرضية. ففكر العمال في طريقة أخرى، حيث قاموا بإضراب جزئي عن العمل من الساعة الثامنة حتى العاشرة صباحاً.

(١) فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، بتصرف (ص ١٤٧ - وما بعدها).



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

وهنا شعر المسؤولون بأهمية التفاوض معهم، فاختاروا منهم ممثلين عن كل الأقسام، وعقدوا اجتماعاً، وظل الأمر بين شدّ وجذب حتى وصلت المفاوضات إلى حلول وسط نقلها الممثلون لزملائهم فقبلوها، واتَّفَقَ على التنفيذ بدءاً من الشهر القادم).

ففي هذه القصة الإخبارية عُرض الموضوع بصورة سردية، راعت ترتيب الأحداث، واختصرت الوقت أيضاً بمثل قوله (وظل الأمر بين شدّ وجذب.. إلخ)؛ لأنها تفاصيل لا تهم القارئ كثيراً.. لاحظ هنا أن السرد أجاب عن التساؤلات المشهورة (ماذا؟، من؟، متى؟، أين؟، كيف؟، لماذا؟).

٢- طريقة الهرم المقلوب:

وهي الأكثر شيوعاً في صياغة الأخبار، وتعد أهم أنواع القوالب الفنية لكتابة الخبر وأكثرها انتشاراً، وهي أفضل أنواع القوالب الفنية للكتابة في الصحافة التقليدية والإلكترونية أيضاً بلا منازع، وفيها يحرر الخبر وفقاً لأهمية تفاصيله، يأتي في عنوانه وفي أول سطر فيه أهم الأحداث وذروة الخبر، ثم تنسحب الأهمية إلى أسفل متضمنة تفاصيل تاريخية ومزیداً من المعلومات الجانبية.

مثال:

إطلاق سراح مجند اختطف على الحدود المصرية الإسرائيلية (عنوان).

الاستهلال: نجحت جهود أجهزة الأمن بالتنسيق مع مشايخ سيناء (من؟) فجر اليوم (متى؟)، في إطلاق سراح مجند تعرض للاختطاف (ماذا؟) من قبل عصابات التهريب بسيناء خلال خدمته (لماذا؟) قرب العلامة الدولية العاشرة، جنوب معبري رفح وكرم أبو سالم على الحدود مع إسرائيل (أين؟).



المتن: وقال مصدر أمّني: إن عصابات التهريب أطلقت سراح المجدد (أ.ع)، وعاد إلى مقرّ خدمته، وجرّي التحقيق معه في محاولة للتوصل إلى الجنّة. مزيد من التفاصيل: وكان مجموعة من المهريين اختطفوا المجدد في أثناء قيامهم بمحاولة تهريب عبر الحدود بين مصر وإسرائيل، وقام المسلحون بإطلاق سراحه بعد انتهاء عملية التهريب بعد هروبهم في الصحراء.

٣- طريقة قالب الهرم المقلوب المتدرج:

وفيها تُرتّب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها، وفقاً لقاعدة الأهم فالأهم. وهذا ما يعني أن الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات كما هو الحال في المؤتمرات الصحفية أو البيانات السياسية والندوات.

مثال:

العنوان: نتائج مؤتمر (---) الصحفي تعدّ بحل المشكلات العالقة.
أنهى مؤتمر (---) المنعقد في الفترة (---) بمدينة (---) وقائع جلساته.
واختتم رئيس المؤتمر (---) الجلسة الأخيرة بتوصيات المؤتمر، وكان أهمها (تسرد بالأهم فالأقل أهمية) وقد حازت النقطة (٢) على إجماع المؤتمرين، بينما اختلفوا بنسبة ٤٨٪ - ٥٢٪ على النقطة (٤)، وفي الختام حدّد موعد المؤتمر التالي بتاريخ (---) في مدينة (---).



مكونات الخبر الصحفي:

أي خبر صحفي سواء أكان مفردًا (يحتوي على واقعة إخبارية واحدة)، أو مركبًا (يضم أكثر من واقعة أو أكثر من خبر)، يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية، هي:

- العنوان.
- المقدمة (الاستهلال).
- جسم الخبر (المتن).

أ- العنوان:

قد يتكون من سطر واحد، أو من عدة سطور، وقد يُنشر على عمود واحد، أو أكثر من عمود.

ويهدف العنوان لتحقيق الوظائف الآتية:

- إعطاء تقرير سريع عن محتوى الخبر (خلاصة).
- جذب انتباه القارئ للخبر بطريقة صياغة جذابة، مع التركيز على إحدى زواياه.
- منح الخبر قيمة عالية كلما كان العنوان كبيرًا وملونًا.
- تجميل الصفحة بالعناوين والمساعدة على الفصل بين الأخبار.

القواعد التي تُراعى عند كتابة العنوان:

الاختصار والتركيز - الدقة - الوضوح وعدم الغموض - الموضوعية والبعد عن الرأي - عدم التكرار للكلام فيه - استقلال كل سطر في العنوان بمعنى عما عداه



من السطور إن وجدت - تجنب عناوين النفي والمبني للمجهول - تجنب المجاز - تجنب الكلمات التي توحى بالاحتمال، بل الأصل هو القطع - يكون العنوان مطابقاً للمضمون.

مثال لعنوان موهّم غير دقيق الصياغة: ما جاء في إحدى الصحف: (السنيرة: المشكلة السورية أصبحت قضية داخلية لروسيا)^(١).

فهل يقصد أنه قال التصريح بروسيا، أي: في أثناء وجوده في روسيا؟، أم المقصد أن (مشكلة سوريا هي من القضايا الداخلية لروسيا)؟ وما بين القوسين هو المقصود وهو المقترح للعنوان.

ب- المقدمة (الاستهلال):

جملة أو فقرة مركزة ودقيقة وجذابة، تلخص الخبر أو أهم زواياه، وغالباً تجيب عن كل الأسئلة الستة الإعلامية المعروفة (ماذا؟ من؟ أين؟ متى؟ كيف؟ لماذا؟) أو أغلبها؛ لذا: فالعادة أن تبدأ المقدمة بذكر الحدث أو سببه أو زمانه أو مكانه أو كلفيته، وقد تُستخدم المقدمة المقارنة أو التساؤل أو الاقتباس أو الوصف للحدث، ولا مانع من التجديد والابتكار شريطة أن تتضمن الإجابة عن الأسئلة الستة.

(١) التصريح لرئيس الوزراء اللبناني الأسبق فؤاد السنيرة، معلقاً على ارتباط الأزمة في الثورة السورية بأوضاع الانتخابات الروسية، صحيفة البلد اللبنانية



ج- جسم الخبر (المتن):

غالبًا يتلو المقدمة فقرة ربط، يكمل بها بعض البيانات الأساسية بين المقدمة وجسم الخبر، أو تفسح مجالاً لتصريح منسوب لشخصية ما، أو تُفسّر وقائع الخبر، أو تلخص ما سبق حدوثه.

أما الجسم نفسه فيتضمن مجموعة من الحقائق أو الوقائع المرتبة، إما حسب أهميتها وخطورتها (الهرم المقلوب)، أو حسب ترتيبها الزمني (الهرم المعتدل).

التحرير الصحفي:

الداعية حين يمسك بقلمه ليكتب مقالاً أو خبراً يجب أن يسأل نفسه عن الفكرة وعن أسلوب سرده لها: هل ستكون مستوعبة من القارئ متوسط الثقافة الذي لا يميل للغة المترفعة الملتوية، أم ماذا؟؛ ذلك لأن الترفع المتكلف قد يصرف القارئ فيخسر الكاتب تواصله مع القارئ، وهذا أهم ما ينبغي المحافظة عليه لمن يمارس الإعلام.

وليلاحظ الكاتب أن لغته المستخدمة في الخطابة تختلف عن لغته في الكتابة؛ لأن إيصال المعاني في لغة الخطابة تساعده فيها مجموعة أسباب، مثل المؤثرات الأخرى كافة: كنبرة الصوت، وطريقة الإلقاء، وإشارة اليد، وتعبير الوجه، وكثرة المترادفات.. وهو ما يفتقده في الكتابة للصحافة؛ فلا بد من مراعاة ظروف الكتابة للصحف وأسلوبها.

والتحرير الصحفي باعتباره فناً كتابياً هو نوع من النشر؛ لأن النشر هو كلام مرسل من قيود الوزن والقافية.



والنثر في لغة العرب ثلاثة أنواع: النثر العادي (لغة التخاطب العادية) - النثر العلمي (الذي تصاغ به الحقائق العلمية) - النثر الفني (الكلام المنسق المساق بمهارة ويُعنى باختيار الألفاظ وتراكيب الجمل).

أما التحرير الصحفي باعتباره فناً كتابياً يُعد نوعاً رابعاً، يمكن أن نسميه النثر الصحفي، وهو يقف في منتصف الطريق بين لغة الأدب ولغة الخطاب العادي، وله من النثر الفني حظه من التفكير وعذوبة التعبير، وله من النثر العادي ألفتة وسهولته وبساطته.

واستناداً إلى ذلك المفهوم للنثر الصحفي، فقد أطلق عليه بعض أساتذة الصحافة: الأدب العاجل^(١).

والتحرير الصحفي بوصفه عملية كتابية يُعد أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار من إطار التصور الذهني إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي.

وهذا اللون المشار إليه هو ألصق بالأخبار وصياغتها، بينما المقالات قد تختلف نوعاً ما، فقد تجد من الكُتّاب من يتميز بأسلوب أدبي راق، حيث رضي لنفسه هذا الأسلوب، وهناك من له أسلوب دقيق علمي، خاصة إن كان يكتب في موضوع علمي.

(١) فن التحرير الصحفي، د. ليلى عبد المجيد ود. محمود علم الدين، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٦ (ص ١٦).



وكثير من الكتاب من له أسلوب علمي متأدّب^(١)، أي: يخفف جفاف العلم باستخدام مترادفات أدبية وصور جمالية تجذب القارئ.

مهام التحرير الصحفي:

يجب أولاً أن نميز بين وظائف معينة يقوم بها الصحفيون، ومن ذلك: معرفة أن الوظيفة الأولى فيما يتعلق بالأخبار هي جمع المادة الخبرية في صورتها الأولية، وهي غالباً ما يقوم به من نسميه (مراسل، أو مندوب صحفي).

(١) يرى الدكتور محمود أدهم أن مستويات التعبير العملي الصحفي (أسلوب التحرير) تختلف باختلاف الفنون والأنماط والأطر، حيث تقترب حيناً من المستوى الأدبي، وتقترب حيناً آخر من المستوى العلمي، وتتغير أحياناً أخرى عنهما، ونجد في النهاية أن هذه المستويات الكتابية تتميز بخصائص ومعالم فنية، هي:

المستوى الإخباري: ويكتب بها الأخبار ولو كانت صغيرة.

المستوى التسجيلي: المستخدم للتقارير والقصص الإخبارية.

المستوى التفسيري: لأنواع الحوار والأحاديث.

المستوى الوصفي: وهو متداخل، لكنه لصيق بالأحداث الجارية، وإن كان يُستخدم كذلك في التقارير

والأحاديث واليوميات والأعمدة (رحلات - خواطر - تأملات).

المستوى المتأدّب - أو العلمي المتأدّب -: ويتسم بقدر من الذوق الأدبي من غير مبالغة، ويستخدم

في المقالات والأعمدة واليوميات، خاصة ما يتعلق بالجانب الذاتي، كما يستخدم أيضاً في العناوين

والمقدمات والنهايات للأحاديث والتقارير والتحقيقات.

المستوى العلمي: ويغلب عليه طابع التخصص، مثل: المحرر العلمي، والاقتصادي، والزراعي.

المستوى العام: الذي يجمع بين أكثر من مستوى، أو بينها كلها، ويستخدم أكثر ما يستخدم

في التحقيقات المتميزة والمقالات التحليلية. (الأسس الفنية للتحرير الصحفي، د. محمود أدهم،



وعمل الصحفي هنا هو جمع الأخبار الخاصة بالحياة العامة، واختيار الصالح منها للنشر، وفقاً لمبادئ معينة، ثم تحريرها ونشرها على الرأي العام، ومن هنا تظهر الصلة بوضوح بين الصحفي وبين تيارات الأحداث اليومية المختلفة.

ثم يأتي الخبر (للمحرر) المسؤول، ليختار لها- وبحسب أصول سنشير إليها لاحقاً-: أي قالب من قوالب النشر يصلح له؟.

ثم يبدأ في صياغتها بشكل فني يراعي الأسلوب الصحفي في معالجة مضمون المعلومات أو المادة الصحفية، وتسمى العمليات السابقة بالكتابة.

والمحرر الناجح هو الذي يستطيع الكتابة بلغة صحفية مناسبة، لا يحتاج بعدها لإعادة صياغة بالحذف أو الإضافة أو تغيير الأسلوب.

وبعد انتهاء المحرر من الكتابة تُراجع المادة المكتوبة من قبل المحرر المسؤول (غالباً رئيس القسم، أو مدير التحرير) أو يكتفى بما أنجز، وبحسب نظام الصحيفة، وهذا ما نسميه (التحرير).

وتُرى هذه الفوارق- أي: فوارق الكتابة والتحرير والمراجعة- بوضوح في الصحف الكبرى، بينما تتلاشى في الصحف الصغرى، حيث يقوم الصحفي بواجبات عديدة، وعموماً تصعب التفرقة بين هذه الواجبات؛ لأنها في واقع الحياة متداخلة بعضها مع بعض، وعمل الصحفي لا يقتصر على الكتابة والتحرير فقط، بل يُضم لهذا: تنظيم الأخبار، وصبها في قالب جديد. ومهارة الصحفي وقوته لا يظهرها التحرير فقط، ولكن أيضاً: جمع الأخبار وطريقة عرضها المناسبة في الوقت المناسب، فمهمة تحرير الأخبار اليومية في ذاتها كبيرة، وعملية اختيار الأخبار المهمة من بين آلاف الأخبار اليومية هي في ذاتها عملية صعبة.



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

ومن بين الأعمال التحريرية: جمع الأخبار المتشابهة أو الصلة ببعضها، وتوضيح النصوص الخبرية الغامضة فيها، وفي تيار الحوادث اليومية السريعة يجب على الصحفي أن يعرض آخر الأخبار في شكل واضح. كما يشارك الصحفي في إخراج الصحيفة عن طريق تنسيق الصفحة^(١).

وعموماً فإن التحرير هو عملية تُراجع فيها المادة المكتوبة، وتضبط لغويًا وصحفيًا، بما يناسب سياسة الصحيفة.

ويهدف التحرير إلى تحقيق ما يأتي:

- جعل النص مناسباً لسياسة الصحيفة، وسياسة النشر وقوانينه، بحيث يتجنب ما قد يعود على الصحيفة باللوم أو المحاسبة.
- تصحيح الأخطاء اللغوية، أو تصحيح ما يتعلق بدقة الحقائق والأرقام والأسماء والهجاء.
- مناسبة النص للمساحة المخصصة له.
- تيسير المعاني وتوضيحها، وحذف الكلمات والمعاني الصعبة أو تعديلها.
- الانتباه إلى منطقية الخبر وموضوعيته.
- تحسين الأسلوب في الصياغة لجذب القارئ.
- التأكد من دقة المعلومات الواردة حين الشك فيها، وقد يكون ذلك بسؤال المتخصصين والرجوع للأرشيف.

(١) مدخل في علم الصحافة، د. عبد العزيز الغنام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧ (ص ١٣٠).



- إضافة معلومات أخرى مكملة، خاصة إن تقرر كتابة تقرير أو تحقيق حول الخبر.

ملحوظات يجب الانتباه إليها عند التحرير:

- يجب أن يتضمن الخبر بياناً للمصدر الذي استُقي منه، فإما أن يذكر الصحفي مصدره صراحة؛ أو أن يجعل المصدر مضمراً في الخبر، ربما ليحمي مصدره من اللوم أو التعقب، وعند ذكر ما ينقله عن مصدره - في جميع الخبر - بلفظه يضعه بين علامتي تنصيص (" ")، وإذا نقل فحواه لا يضعه بين علامتي تنصيص.
- يستحسن تغيير الأسلوب في الإشارة إلى المصدر، بمثل قوله: قال - صرّح - أعلن - أشار - أصرّ.. إلخ.
- لا حرج من استخدام ألفاظ معرّبة درج على استخدامها، مثل (الاستراتيجية - الدبلوماسية - التكتيك...)، ولا حرج من استخدام ألفاظ وتراكيب جديدة صحيحة متداولة، مثل: (أعراض الانسحاب) التي تستخدم للإشارة للتخلص من الإدمان.
- استخدام علامات الترقيم ضرورة لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ: كالنقطة (.)، والفاصلة (،)، والشرطة (-)، وأقواس الاقتباس / علامات التنصيص (" ")..
- مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام لتسهيل القراءة، ويحسن كتابة الأرقام من واحد لتسعة بالحروف؛ ويكتب بالحروف كل رقم تبدأ به الجملة، وكذلك أرقام القرون (القرن الثامن عشر)، وبعض الجمل، مثل:



واحد في المئة؛ وما عدا ذلك يكتب بالأرقام، مثل: المبالغ المالية، ونتائج المباريات، والإحصاءات، والأرقام المتعددة، مثل: ١٢ مليون و ١٥ ألف.

• الحرص على إيراد اسم الشخص كاملاً في أول الخبر، والتدقيق في الأسماء والألقاب؛ منعاً للبس، ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه أو استخدام الألقاب، مثل الرئيس أو الملك، وإذا كان الشخص لا يحمل لقباً فيمكن وصفه بالسيد إذا كان عربياً.

• يقسم الموضوع لفقرات، لكن دون أن يطغى ذلك على وحدة الخبر وتجانسه، ودون أن يؤدي الاختصار والجمل القصيرة إلى تهلhel الأسلوب وتداعيه.

• يُراعى ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة عن ٧٥ كلمة؛ وألا تزيد الفقرة عن أربع جمل، وقد يقل حتى جملة واحدة في الفقرة، ويشمل السطر نحو ٣٠-٣٥ حرفاً^(١).

عناصر جودة الخبر الصحفي:

وهي الأركان التي تحدد جودته وصلاحيته للنشر، وإذا خلا الخبر أو الموضوع من أحد هذه العناصر أو الأركان، قلت أهميته، وأصبح نشره محل نظر ومناقشة. ويلاحظ أن أغلب هذه العناصر متعلقة أيضاً بالتقرير والتحقيق والحوار والمقال وكل فنون التحرير.

(١) بتصرف من: فن التحرير الصحفي، مرجع سابق (ص ٢٤ - وما بعدها).



وأهم هذه العناصر ما يأتي:

١ - الجِدَّة (newness) أو الحَالِيَّة (freshness):

ويقصد بها: أن يحمل الخبر مضموناً جديداً، أو أن يقدم زاوية جديدة حول مضمون قديم تمثل أهمية في حد ذاتها.

والداعية الناجح حينما يمارس الإعلام يجب أن يكون موضوعه دائماً يواكب الأحداث، فلا يكون الناس في واد وهو في واد آخر.

مثال: أين كلمته حول الانتخابات - الأحداث العالمية الجديدة - الانتخابات العالمية ونتائجها - الأحداث المحلية المؤثرة والقرارات الحكومية المهمة.. إلخ؟.

لكن لا يحملنه هذا على نسيان أصول دعوته، والمهارة هنا تكمن في كيفية توظيف كل جديد ليرده إلى أصول دعوته دون تعسف في الربط.

مثال: ربط أحداث الربيع العربي بقدرة الله تعالى وإرادته.

٢ - الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة (personal or

public benefit):

فكلما كان الخبر يهم القارئ أو يعود عليه بالمصلحة.. كان قابلاً للنشر، ويقال الشيء نفسه عن المصلحة العامة أو مصلحة المجموع.

ويعلم الداعية أنه أينما وجدت المصلحة فثم شرع الله، والمهم أن تكون هنا المصلحة ثابتة وليست ظنية أو متوهمة أو مهدرة. فالمهدر هو ما يخالف الشرع، مثل المصلحة من بيع المحرمات كما هو ثابت في الشرع.



المهم هنا أن المصلحة المقصودة ما يتعلق بحياة الناس، مثل: الوظائف والأعمال والدراسة، أو توافر المواد الأساسية أو فقدانها، أو المشكلات المحلية أو العالمية ذات الأثر المباشر.

٣- التوقيت (timeliness):

فتوقيت وقوع الحدث وتوافقه مع الظروف العامة يعطيه أهمية كبيرة. والداعية قد يؤخر استعراضه لموضوع ما حتى يأتي وقته المناسب؛ فيكون حديثه عنه في هذا الوقت هو الأنسب.

والمثال الحاضر في هذا: حلول مواسم العبادة كالصوم الحج.

لكن تأمل معي أيضًا: توقيت منع المصريين الغاز عن إسرائيل، وارتباطه بالتفاعلات الداخلية والرفض الشعبي.. يعطيك مثالاً واقعياً.

وهنا عندما يستخدم الإعلام أسلحته لطلب التغيير يجب أن يستفيد من تشكل الرأي العام حول قضايا معينة؛ ليساهم في دعمه أو توجيهه.

٤- الضخامة (huge):

أو العدد أو الحجم، أي: ارتباط الواقعة التي يدور حولها الخبر بعدد كبير من الناس، وهنا يحس الناس من الداعية أنه معهم ويشعر باهتمامهم.

٥- التشويق (suspense):

فالخبر المشوق، مثل القصة البوليسية التي تجعل القارئ يتابع فصولها ويلاحق تطوراتها بلهفة وشوق، وهنا يتدخل أسلوب الطرح للموضوع في التشويق، لكن لا ننس أن الموضوع هنا يكون مشوقاً في ذاته ليكون جذاباً.



مثال: متابعة تطور أحداث ينبني بعضها على بعض، كالثورات - تتبع حلول مشكلات تلفت النظر، كالعودة للتحقق من وعود الحكومات عن تلك الحلول.

٦ - الصراع (conflict):

الحياة قائمة على الصراع: صراع من أجل لقمة العيش، وصراع من أجل البقاء، ليس بين الأفراد فقط، ولكن أيضًا بين الدول والأمم.. وقد يكون ذلك حتى في المنافسات الرياضية.

فتتبع أخبار الصراعات قد يكون جذابًا، لكن يجب أن يحسن الداعية استخدام هذا النوع من الجذب، فلا يستخدمه في تأجيج الصراعات الممنوعة شرعًا، كالاختلاف بين الدول الشقيقة أو المنافسات الممنوعة شرعًا، كالصراع حول المحرمات أو التعصبات العرقية أو الرياضية، لكن في الوقت نفسه: يستفيد من الجاذبية للصراع للدفع بمفاهيم صحيحة، مثل: الحديث عن عقيدة الإسلام أو شريعته وسموها في إطار ما يُعَدُّه بعض المراقبين صراعًا فكريًا مع المخالفين.

٧ - المنافسة (competition):

وهي مكملة للصراع، وهي سمة من سمات الحياة الإنسانية، وهي الدافع إلى الإجابة والتطوير، كأخبار المنافسات الرياضية والانتخابات.. وغيرها.

٨ - التوقع أو النتائج (consequence):

وهي ما يثيره الخبر من توقعات، وما يمكن أن يثيره من أسئلة. وهذا النوع يفيد الداعية حين يكون له نظرة مستقبلية تصدق فيها توقعاته حول قضية ما، وسرعان ما يكتسب مصداقية عالية عند متابعيه حين يصدق توقعه.



٩ - الغرابة أو الطرافة (novelty):

وهي الخروج عن المألوف، وأن يكون مضمون الخبر خلاف ما اعتاد عليه الناس، والمثال المشهور في ذلك: أن يقال: (إن رجلاً عض كلباً) هو الخبر المستحق للتداول، عن أن يقال: (إن كلباً عض رجلاً). والداعية يستفيد من طرافة الأحداث؛ لتكون مدخلاً لما يريد الحديث عنه.

١٠ - الشهرة (famous):

الأسماء الكبيرة والمهمة تصنع الأخبار، والشهرة لا تقتصر على الأشخاص، وإنما تنسحب أيضاً على الأماكن، والآثار، والقضايا، والكتب. وهذه النقطة في غاية الأهمية للدعوة؛ فإن تصريحاً أو فتوى لأحد العلماء يكون له أثره الكبير في تحريك الناس نحو قضايا معينة، ويجب أن نستخدم هذه الجاذبية للشهرة في الاستدلال أو التوجيه.

١١ - الاهتمامات الإنسانية (human interests):

الأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني، هي أكثر الأخبار تأثيراً على عواطف القراء، لذا: فمن المهم الدخول من مدخل القصة، واستخدام حالة واحدة وتتبعها باعتبارها مدخلاً للقضية أو القضايا التي تشبهها.

١٢ - الإثارة (excitement):

ويقصد بها: أن يكون الخبر مثيراً وجذاباً، يشد انتباه القراء لما يحمله من إثارة تتعلق بالغرائر والفضائح والجرائم، ويجب أن تكون الصحيفة معتدلة في نشر الأخبار من هذه النوعية.



والضابط الشرعي في المسألة هو: الإجمال والاختصار في ذكر الفصائح، والتعمية عن الشخصيات، تجنباً للفضيحة المنهي عنها شرعاً، لكننا نستخدم الموضوع بحذر؛ رغبة في عدم تفويت الجزء الجذاب للناس واتباعه باستخراج الفوائد، مثل: الحديث عن بعض جوانب الحياة الزوجية الخاصة بلغة محترمة، وبغية التوجيه أو الإفتاء.

١٣- الأهمية (importance):

وهي أن يتوافر في الخبر أكثر من عنصر من العناصر، مثل: الشهرة، والصراع، والضخامة.. وغيرها.

فنون التحرير الصحفي:

تمهيد:

يستطيع الصحفي من خلال الفنون التحريرية المختلفة أداء الوظائف أو المهام المطلوبة منه.

وهو يختار من تلك الفنون ما يناسب موضوعه، سواءً من حيث حجم الطرح أو أسلوبه، وهذه الفنون التحريرية هي الأشكال الصحفية التي يوصل الصحفي رسالته من خلالها إلى القارئ أو المستقبل لهذه الرسالة.

ومن هنا، فإن التحرير الصحفي هو: الفن الذي يقوم الصحفي من خلاله بالتعبير عما يدور أو يجري في المجتمع من وقائع أو أحداث، من خلال أشكال فنية تتبع قواعد وأسس معينة لا بد أن يعيها الصحفي.



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

وأقدم عمل صحفي هو جمع الأخبار، الذي كان يقوم به المندوب الصحفي، وبعد تحريرها ينتج عنها: الأخبار، وذلك في حالة تحريرها باختصار، بحيث تظهر الحقائق واضحة، أو التقرير في حال التفصيل لخبر واحد.

وأما التحقيق الصحفي: ففيه يعرض المندوب الصحفي ما رآه بطريقة مطولة، وأهم ما يميز التحقيق الصحفي هو حيويته وقرب طريقة عرضه من الواقع، بحيث يتخيل القارئ أنه يعيش ما يقرأ، على عكس كتابة المقال المعبر عن كاتبه، فإن المندوب الصحفي يسرد الواقع باختصار، ملتزمًا في ذلك الواقعية بجانب إبداء رأيه في الخبر، ويطلب من الصحفي تحرير المقال، عندما يكون هناك أمر يستلزم ذلك، بينما التحقيق الصحفي يقتصر على توضيح جانب من الحدث دون أن تكون الصورة كلية كالتي يظهرها التقرير، ويكون ذلك عن طريق الكلمة أو الصورة أو كليهما معًا.

والتحقيق الصحفي هو أهم الأعمال الصحفية، إذ إن وظيفته عرض الأحداث المهمة على الرأي العام بطريقة متكاملة، ويمكن الاعتماد عليه من حيث عرضه للواقع دون تزييف، بحيث يشعر القارئ أنه جزء من الأحداث عينها، والصحفي الناجح هو الذي يبرع في كتابة التحقيق الصحفي؛ لأنه يعطي عن طريق الكلمات ما تعطيه الكاميرا عن طريق عدستها.

المقالات والأعمدة: وتعد من الأشكال الصحفية التي تُقدّم من خلالها مواد الرأي للتأثير على القراء، وإتاحة الفرصة لكبار الكتاب والمحرفين والمختصين لعرض آرائهم للعامة بحرية وأمانة ودقة، دون سعي لتحصيل مكاسب شخصية، وقد تستند المقالات لدراسات علمية وتحليل واقعي لتزيدها عمقًا، وينصح بعض



الباحثين كاتب المقال بأن يكون كالمعلم: يشرح وينصح، ويكون لديه القدرة على التحليل الصائب المتوازن، ولا يكون كالمحامي يُسوِّغ ويجادل^(١).

والمقال: مادة في الصحيفة أو المجلة (أو الموقع الإلكتروني) يعبر بها الكاتب بأسلوب سهل عن فكرة معينة يتلقفها من بيئته، ويُشترط فيها التجدد والابتكار، وهو محاولة لتدبر رأي من الآراء أو اختبار فكرة من الأفكار أو تأمل اتجاه من الاتجاهات، والتعبير عنها بأسلوب سلس جذاب^(٢).

أما المقابلة أو الحوار: فهي حديث الصحفي مع شخصيات مهمة، بقصد الحصول بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على معلومات، وصعوبة المقابلة تتمثل في أن الصحفي لا يستهدف الحصول على الأخبار والمعلومات من الشخصية فقط، ولكن عليه كذلك أن يحافظ على سلامة المشهد العام وسهولته في أثناء المقابلة، كما أنه لا بد عليه أن يجيد طريقة العرض والتوضيح.

ويمكن للحديث الصحفي أن يكشف للصحيفة عما يختبئ وراء الأخبار، كما يمكن بواسطته الكشف عن الإجابة عن أسئلة مجهولة أو على معلومات جديدة، ويصبح الحديث الصحفي من دون قيمة إذا أُخذ مع شخصية معروفة الآراء، لدرجة أن الصحفي لا يعرف ما يضيف إليه من آراء جديدة، وهذا النوع لا فائدة له بالنسبة للأحاديث الصحفية التي تبحث وراء الأخبار.

ويهدف الصحفي من الحديث الصحفي ثلاثة أشياء: إما الحصول على الأخبار، أو على وجهة نظر، أو للتعريف بشخصية.

(١) فن التحرير الصحفي، مرجع سابق (ص ٢٢٤).

(٢) دراسات في الفن الصحفي، د. إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٢ (ص ١٧١).



ولضمان نجاح العمل الصحفي وضمان سيره لا بد من تقسيم العمل: فمن تحرير الافتتاحية، إلى كتابة الأخبار، والنقد، والتعليق، والإعلان، ومن أهم الواجبات الصحفية: أن يختار من بين الحوادث أهمها، ويُخرج منها في وضوح أخبارًا تهم الرأي العام، وهذا العمل الصحفي التقييمي يتطلب من الصحفي أن يكون ذا علم واسع ومقدرة قوية وموهبة لغوية، يمكن بواسطتها أن يعطي الأخبار الشكل واللون المناسب^(١).

التحرير الصحفي والمسؤولية المهنية:

وبكل الأحوال، وفي كل فن من تلك الفنون، لا بد للصحفي أن يعرف اتجاه قارئه؛ حتى يكسب ثقتهم وميولهم، ويبقى مع ذلك مراعيًا لاتجاه الصحيفة وميولها السياسية، وفي الدول الحرة يتحمل كل محرر مسؤولية عمله، وفي بعض الأحيان يتحمل الناشر أو رئيس تحرير الصحيفة المسؤولية القانونية كاملة، والمسؤولية هنا مزدوجة: فمن ناحية تعني المسؤولية القانونية، ومن ناحية أخرى تعني المسؤولية أمام الرأي العام.

والمسؤولية أمام الرأي العام تعني: احترام ما يعرضه عليهم وتحري الصدق والموضوعية، وهذا ما يحتم على الصحفيين التأكد من صحة الأخبار ومحتواها ومنبعها، وعدم نشر الأخبار الغامضة أو الخاصة بشخص ما، إلا إذا رأى أن الصالح العام في ذلك.

(١) مدخل في علم الصحافة، د. عبد العزيز الغنام، مرجع سابق، مختصرًا (ص ١٤١ - وما بعدها).



الأشكال الصحفية تفصيلاً:

والآن دعنا نلقي الضوء أكثر على ما أجملناه من الأشكال الصحفية. وهذه الأشكال هي:

الخبر، التقرير، التحقيق، المقال، الحوار أو اللقاء.

ولنأخذ فكرة أكثر تفصيلاً عن كل واحد من هذه الأشكال:

١- الخبر الصحفي:

الخبر هو أساس الصحافة الحديثة وعمودها الفقري، فمن دونه لا يمكن أن توجد صحافة أو صحيفة، وهو يحقق الهدف الأول في الإعلام، وهو: الإخبار. والأخبار تحقق فائدة كبيرة للمجتمع بالتواصل بين أفرادها، وللقارئ باطلاعه على المستجدات المحلية أو العالمية كافة، سواءً أكان هذا بوجه عام أو في موضوع متخصص يهتم به ويعالجه الإعلام المتخصص، مثل: أخبار التجمعات والمؤتمرات العلمية التي تطرحها المجالات والصحف المتخصصة في موضوع ما (كأخبار مجامع الفقه، ووقت انعقادها، ومكانه، وما يدور فيها.. بالنسبة لصحيفة أو مجلة تختص بالشؤون الفقهية أو الدعوية).

تعريف الخبر:

(الخبر هو: تقديم معلومات مفيدة وجديدة عن واقعة أو حدث أو موضوع معين، يهم أكبر عدد من القراء).

والأخبار شكل صحفي ذو قواعد معروفة، ويعرّف (باستيان) الأخبار بأنها: تقرير عن أكثر الأشياء أهمية وأعظمها شأنًا وأقربها إلى الواقع وأكثرها حداثة^(١)،

(١) مدخل في علم الصحافة، مرجع سابق (ص ١٢٩).



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

ولما كان عنصر الحداثة يقتضي إيصال الأخبار بسرعة؛ حتى يكون للوسيلة الإعلامية سبق دون غيرها، كان لا بد من استخدام وسائل نقل الأخبار الحديثة. ويرجع تقدير حداثة الخبر ومدى أهميته إلى القارئ. والوظيفة الأولى للأخبار: نشر ما يحدث في الحياة وفي المجتمع من تغيرات، ويزداد الاهتمام بالأخبار في أوقات الخطر.

ولا بد من التفرقة بين الخبر والرأي؛ حتى لا يتأثر القارئ بآراء المحررين، ويحافظ على استقلاله عنهم في تكوين آرائه بالنسبة لخبر ما، دون أي تأثير عليه من الخارج، والمقصود من ذلك: الوصول إلى الموضوعية ما أمكن ذلك؛ فالموضوعية المطلقة نوع من الخيال، إذ إن مجرد اختيار وسيلة إعلامية دون غيرها لإيصال حدث إخباري معين، هو في ذاته إنقاص من موضوعيته، وذلك بغض النظر عن الاعتبار الذاتية عند الصحفي في اختيار مواد الأخبار ونشرها وتحريها، وتتجلى صعوبة التفرقة بين الخبر والرأي في التقارير التي يرسلها المراسل الخارجي إلى صحيفته.

ويعكس الأسلوب الذي يحرر به الصحفي الخبر مدى تأثره به، إذ يُظهر الإنسان خلال الأسلوب عقيدته وآماله واتجاهاته وسخطه أو رضاه.

ومن هنا تظهر الصعوبة بوضوح في وضع تعريف شامل للخبر، وعمومًا يمكن القول: إن مفهوم الخبر هو: حادث تهتم به الجماهير، ويمتاز بالآنية، ويؤثر في الرأي العام ويشيره.

ولقد حاولت الصحافة الأمريكية وضع قواعد عامة لكتابة الأخبار، حتى تكون هناك وحدة في التحرير، وتتلخص هذه القواعد في:

- ضرورة الالتزام بالحقيقة في كتابة الأخبار.



- ضرورة كتابتها وعرضها بوضوح.
- ضرورة التزامها بالواقع.

ونشير هنا إلى أن الخبر هو سرد لشيء حدث، وبذلك يمكن التفرقة بينه وبين القصص الخيالية، كما أنه يؤثر في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وإن شئت وجه الدقة فهو: سرد لعلاقات الإنسان المتغيرة والمتبادلة مع بيئته، ومن ثم يمكن القول: إن الحادث ذا القيمة الإخبارية هو الذي يغيّر الأوضاع القائمة.

تكوين الخبر:

ومما يدخل عنصر الوحدة على تحرير الأخبار أيًا كان نوعها: استخدام الإجابة عن الأسئلة الستة: [من؟، ماذا؟، أين؟، متى؟، كيف؟، لماذا؟] مع ذكر مصدر الخبر، وذلك بالإجابة عن: من أين؟. ثم استخدام قاعدة المثلث المقلوب في عملية تحرير جسم الخبر.

ويتكون الخبر عادة من عنوان ومطلع وجسم، وأكمل المطالع هو الذي يحتوي على الإجابة عن الأسئلة الستة، ويكتب جسم الخبر، بحيث يحتوي في المقدمة على أكثر الأجزاء أهمية في الخبر، ثم المهم، ثم الأقل أهمية، ومهمة الجسم هو تفسير العناصر الخبرية التي يحتويها المطالع.

وطريقة المثلث المقلوب ذات أهمية كبرى بالنسبة للصحفي والقارئ: فهي تساعد الصحفي عندما تأتي أخبار قبل عملية الطبع بدقائق، وعندما تقتضي الضرورة نشر الأخبار الحديثة، فيمكن للصحفي عندئذ حذف الفقرات الأخيرة من الخبر، دون أن يؤثر ذلك عليه، ويقوم بنشر الخبر الحديث بدلًا منها، خصوصًا



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

أن كل فقرات جسم الخبر متكاملة في حد ذاتها، وينشر الخبر الجديد في هذه الحالة باختصار، إلى أن ينشر في اليوم التالي بالتفصيل.

وأهمية هذه الطريقة بالنسبة للقارئ، أنه يستطيع أن يلم بالأخبار وفقاً لوقته، وذلك بقراءة المطلع أو بعض فقرات الجسم.

والشكل الآتي يبيّن تكوين الخبر بأجزائه:

العنوان: [..... الخلاصة، أو النتيجة.....]

المطلع: [..... الإجابة عن الأسئلة الستة.....]

الجسم: [.... أكثر الأخبار أهمية.....]

[... الخبر المهم....]

[أقلها أهمية]^(١).

مثال: (خبر عن إعلان حرب، أو قربه، أو حشود عسكرية).

فالعنوان (يبدأ بالنتيجة)، مثل: (إعلان الحرب على دولة كذا).

المطلع: قام وزير الدفاع بدولة كذا (فلان - إجابة سؤال: مَنْ؟) أمس

(الإثنين - إجابة سؤال: متى؟) بإعلان الحرب على دولة (كذا - إجابة سؤال: ماذا؟)،

وعلى إثر ذلك قام سلاح الطيران بشن غارات جوية (إجابة سؤال: كيف؟)

على مواقع (كذا، وكذا - إجابة سؤال: أين؟).

الجسم: (أكثر الأخبار أهمية) وكان الصراع قد نشب بسبب قيامهم بالاستيلاء

على مدينة كذا الاستراتيجية (إجابة سؤال: لماذا؟).

(١) مدخل في علم الصحافة، مرجع سابق (ص ١٣١).



(خبر مهم) وعلى الرغم من الجهود الدبلوماسية المبذولة التي قامت بها دولة كذا، إلا أن ذلك لم يفلح في تخفيف حدة الصراع.

(خبر أقل أهمية) وتأتي الحرب على خلفية صراع تاريخي، هو: كذا.

خاتمة: و بانتظار متغيرات أخرى أو تدخلات من الدول المجاورة سيظل الصراع قائماً والحرب مشتعلة.

خبر آخر بُثَّ بالفعل^(١):

العنوان (يبدأ بنتيجة): القس تيري جونز يحرق المصحف ويث المشهد^(٢) على الإنترنت.

المطلع: قام القس الأمريكي تيري جونز (من؟) بحرق المصحف (ماذا؟)، وبثَّ المشهد عبر الإنترنت (كيف؟) احتجاجاً على اعتقال رجل الدين المسيحي يوسف نادرخاني في إيران (لماذا؟).

الجسم: (أكثر أهمية): وكانت وزارة الدفاع الأمريكية قد ناشدت جونز التفكير بعواقب العمل.

(أقل أهمية) ولم تحصل العملية على تغطية إعلامية تذكر في الولايات المتحدة (أين؟، ويلاحظ من الخبر تضمنه الإجابة عن سؤال: متى؟ بأنه أمس، مثلاً).

(١) بُثَّ على موقع هيئة الإذاعة البريطانية، بتاريخ ٢٩ إبريل ٢٠١٢، والإشارة إلى مصدر الخبر، يجب عن سؤال، وهو: من أين؟.

(٢) لاحظ هنا أن العنوان استخدم الفعل المضارع للتعبير عن الحدث، كما أشرنا سابقاً في الصياغة التحريرية.



(خلفية تاريخية - أقل أهمية) وكان القس قد أشرف على حرق نسخة من المصحف خلال (محاكمة صورية للإسلام) في شهر مارس/ آذار من عام ٢٠١١.

خاتمة: وقد أدان الرئيس الأمريكي العمل الذي أثار ردود فعل عنيفة في حينه، منها: هجوم على مقر للأمم المتحدة في أفغانستان خَلَّف عددًا من القتلى.

صفات الخبر:

وهي ملامحه التي تجعله قابلاً للقراءة، بعد أن يكتبه المحرر، ومن أهمها:

- الدقة، أي: أن ينقل المحرر الخبر بأمانة.
- الصدق والصحة، أي: أن يقوم الخبر على وقائع صحيحة غير مصطنعة.
- الموضوعية، أي: أن تختفي ذاتية المحرر وأهواء الصحيفة أو اتجاهها عند كتابة الخبر، أي: أن يذكر الخبر الحقائق دون تشويه أو تلوين.

كيف يكون الخبر جذابًا؟:

- يزداد انتباه الجمهور للأخبار القريبة منه؛ لأنها تُشبع الحاجة إلى الانتماء والإحساس بالأمن والأمان.
- يزداد إدراك الجمهور للخبر وتذكره له عندما تستمر تغطيته لأيام متتابة (نظرية التكرار)، وهذا يتوقف على استمرار الحدث وتفاعلاته، والحاجة لمتابعة تداعياته.
- تساعد الصورة الإخبارية على الانتباه للحدث وإدراكه وتذكره؛ فالصورة تعبر عن نفسها ربما أكثر من الكلام.



- كلما كان الخبر غير عادي وغير متوقع ازدادت احتمالية أن ينتبه الجمهور إليه ويتذكره بصورة أفضل.
- ينتبه الجمهور لأخبار الصفحة الأولى أكثر من الصفحات الداخلية؛ حيث يؤثر موقع الخبر على الانتباه إليه وتذكره^(١).

أنواع الخبر:

ينقسم الخبر إلى عدة أنواع، وفقاً لطريقة النظر إليه:

فمثلاً من ناحية يُنظر إلى الخبر باعتبار محلّيته أو عالميته، على أساس تعلقه بالمجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة أو بغيره من المجتمعات.

ومن ناحية موضوعه، يمكن أن ينظر للخبر باعتبار تعلقه بموضوع ما: سياسي، أو اجتماعي، أو اقتصادي، أو أدبي، أو رياضي...

من الناحية التوقع، ينقسم الخبر حسب وقوعه إلى: أخبار متوقعة حدوثاً زمانياً أو مكانياً، كنسب فوز مرشحين، أو نتائج امتحانات الثانوية، أو تحري الهلال.. وأخبار غير متوقعة (مفاجئة) لا يُتوقع حدوثها، كحادث أو نشوب حرب، أو حدوث أزمة، أو جريمة.

من ناحية الجهد المبذول فيه ينقسم الخبر إلى: خبر جاهز يأتي من إدارات أو وزارات مثلاً، وخبر مصنوع (أو إيجابي)، وهو الذي يبذل الصحفي جهداً في الحصول عليه وصياغته.

(١) الموسوعة الإعلامية، د. محمد منير حجاب (٣/ ١٠٨٩).



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

من ناحية نوعية الخبر: ينظر إلى بعض الأخبار أنها خفيفة تسلي القارئ وتلفت انتباهه، كأخبار الرياضة، والفن، والحوادث، والطرائف، وهناك أخبار جادة، وهي التي تؤثر في حياة الفرد وتعلق بموضوعات جادة، مثل: الدين، والسياسة، والاقتصاد..

من ناحية التقسيم النوعي: هناك أخبار غير مركبة، وأخبار مركبة، فغير المركبة تتعلق بواقعة واحدة، مثل: حدوث حريق - حالة الطقس - خبر عن شخصية معروفة - جرائم...

والأخبار المركبة تتعلق بوقائع متعددة، ولكنها تدور حول موضوع معين واحد، وهي تتصف بالتعقيد، وغالبًا تحتاج لتفسير أو تعليق يعتمد فيه الصحفي على معلومات خارجية، مثل: الأخبار المتعلقة بالصراعات الدولية، والأداء الاقتصادي، وبيانات الحكومة، والمحاکمات.. إلخ. فلو ذكر الخبر أن شخصًا ما حُكِم عليه بحكم كذا فإنه يحتاج للتذكير بجريمته، وقد يحتاج أيضًا ذكر انعكاسات تلك الجريمة. ولو كان الخبر يتعلق بسياسة تقشف فيحتاج مع ذكره بيان عجز الميزانية. ولو كان الخبر يتحدث عن استعدادات دولة لخوض حرب فيجب التذكير ببعض أحداث الصراع بين الدولتين.. وهكذا.

وقد يكون تفسير تلك الأخبار في سياق الخبر، أو في عنوان الخبر، مثل: (سدًا لعجز الموازنة: الحكومة تعتمد سياسة التقشف)، (بعد أعوام من الصراع توصلت الدولتان لاتفاق سلام).

تفسير الأخبار:

يختلف تفسير الأخبار عن التعليق عليها؛ لأن التفسير يرمي إلى توضيح الأخبار للقارئ، بينما التعليق يختص بإبداء الرأي فيها، والتفسير ضروري لتطور الرأي العام، الذي تتكون غالبيته من رأي عام منقاد تنقصه: الثقافة في الدول المتقدمة، والتعليم في الدول التي في طريق النمو.

وتحتم عدم كفاية رؤية الحدث وفهمه أو قراءته ضرورة وجود تفسير لهذا الحدث.

وتؤيد الأسئلة الستة الخاصة بالخبر ضرورة استخدام التفسير؛ لأن القارئ العادي لم يكتفِ بالحدث نفسه، ولكنه يتطلع لمعرفة: لماذا؟ وكيف وقع الحدث؟، ولذلك: فإنه يقرأ الأعمدة المختلفة في المجلات والصحف الخاصة بهذا الحدث، ليعرف ما وراء الأخبار، وخاصة ما يتعلق بالسياسة الخارجية والعلاقات الدولية، ويصعب على القارئ في كثير من الأحيان التمييز بين الحيادي والمتحيز.

والتفسير الخبري عمل صعب؛ إذ يحتوي على عناصر كثيرة: كوصف المشهد العام، والمكان الذي وقع فيه الحادث، وكيفية وقوعه، ووصف الأشخاص المذكورين في الحادث، أو سرد حياتهم، وتحليل الدوافع الخفية وراء الحادث، وذكر النتائج التي قد تترتب على الحادث.

والتفسير يحتاج إلى باحثين تكون مهمتهم الأساسية البحث في الكتب والرجوع إلى المتخصصين؛ للتعرف على ما يمكن أن ينتج عن الأحداث.

والأخبار التي تحتاج إلى تفسير هي: الاتجاهات، والمشكلات العامة، والأخبار السياسية، والاقتصادية، والعلمية؛ وذلك لجهل القراء عامة بهذه النواحي،



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

ولا بد أن يكون كاتب التفسير متخصصًا في المجال الذي يكتب فيه، بحيث تكون التفسيرات الاقتصادية والعلمية والسياسية أقرب إلى الدراسة العلمية؛ فليس أخطر على القارئ من أن يتولى التفسير شخص يجهل أمر الموضوع المراد تفسيره؛ ومن هنا جاءت ضرورة تخصص الصحفيين.

وينطبق هذا القول على النواحي العلمية؛ لأن الأحداث العلمية وحدها لا يمكن فهمها دون تفسير يكتب بواسطة متخصصين، فهناك الأبحاث الخاصة بالأبحاث الذرية، وغزو الفضاء، والوصول إلى القمر، والأقمار الصناعية، ومكافحة الأمراض، وعمليات زرع أعضاء الجسم.. إلى غير ذلك، وهذه الأخبار تنشر يوميًا في الصحف، وهي وحدها لا تكفي دون تفسير علمي^(١).

٢- التقرير الإخباري:

التقرير هو: وصف تسجيلي دقيق تقدم الصحيفة أو المجلة من خلاله تفاصيل أكثر حول موضوع يهم القراء أو حدث مهم؛ وذلك من أجل التعريف به بشكل أكثر عمقًا من مجرد سرده خبرًا؛ لذا: فالتقرير يهتم بعرض بعض زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الوقائع اليومية، وشرحها وتفسيرها.

ومن وظائفه: تقديم بيانات أو معلومات جديدة عن خبر أو حدث؛ أو إبراز زوايا جديدة عن حدث قديم أو معروف، وتقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للخبر أو الحدث.

ويلتزم التقرير بالموضوعية وعدم التحيز، وفي معظم التقارير تغطى الأخبار الجادة والمهمة، وينصرف بعضها أحيانًا إلى تغطية الأخبار الخفيفة.

(١) مدخل في علم الصحافة، د. عبد العزيز الغنام (ص ١٤٤).



والتقرير فن صحفي يقع بين الخبر والتحقيق، ويستوعب الجوانب الجوهرية والأساسية في الحدث، ويغطي الأحداث الساخنة والجديدة والمتوقع أن يكون لها نتائج مهمة.

ويهدف التقرير إلى إلقاء مزيد من الضوء حول الموضوع؛ بهدف إعلام الجمهور بأمر من الأمور، وتحريك الجمهور نحو التفاعل مع موضوع أو مشكلة معينة.

كيف يكون التقرير ناجحًا؟:

يكون التقرير ناجحًا عندما توفر له العناصر الآتية:

- أن يكون حول موضوع مهم يجذب انتباه القراء.
- يقدم الخلفيات المختلفة حول الموضوع (التاريخية - القانونية - الشخصيات الأساسية).
- الصياغة مختصرة وجذابة.
- تقديم أمثلة للتوضيح.
- يسمح للكاتب بإبداء رأيه وتجاربه الذاتية بما يزيد من وضوح معانيه.
- تُستخدم الصور لدعم التقرير.
- يكون جذابًا إن كان فيه تلخيص حدث مهم بعد انتهائه بشكل جذاب ومركّز (انتهاء مجمع الفقه من مؤتمره وذكر نتائج بحوثه، مثلاً)^(١).

(١) الموسوعة الإعلامية (٢/ ٧٧٠).



٣- التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على الغوص في (أو تشریح) خبر أو مشكلة أو قضية، يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء متعلقة به، ثم يزوج ويؤلف بين كل تلك المعلومات؛ ليصل لحل يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها.

فالتحقيق الصحفي فن يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث، وهو باعتباره فناً قد يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى: كالخبر، والحديث، والرأي، وقد يلجأ للاستفتاء، بالإضافة للبحث، كما يستخدم الصور والرسوم والتوضيحات. ويحقق التحقيق الهدف الإعلامي الثاني، وهو التثقيف أو التفسير للأحداث، مع ما يتطلبه ذلك من شرح وتفسير، وقد يُستخدم أيضاً في التسلية والترفيه حسب موضوعه.

فالتحقيق هو عمل بحثي لكنه يُصاغ في صورة فن صحفي؛ ولذلك تظهر شخصية الباحث (الصحفي في هذه الحالة) ورؤيته فيه، فهو يعبر عنها بشكل أساس، وهذا من الفروق بينه وبين التقرير والخبر.

كما أنه ليس شرطاً أن يُعبّر به الصحفي عن وجهة نظر الصحيفة، وإن كان يجب ألا يتعارض مع سياستها.

ومما يتميز به التحقيق:

- الفكرة الجديدة والمبتكرة.
- عرض الموضوع من جوانبه المختلفة.
- عرض وجهات النظر المختلفة في الموضوع.

كيف يكون التحقيق مؤثراً؟:

يكون التحقيق الصحفي مؤثراً إن راعى كل العوامل الآتية أو أكثرها:

- الاستعانة بالأرقام والإحصاءات والخرائط والرسوم، متى أمكن ذلك؛ لأن هذا يساعد القارئ على الانتباه للتحقيق والإدراك ويساعده على التذكر.
- تعدد العناوين الرئيسية والفرعية تعمل على الانتباه للتحقيق.
- يزداد إدراك التحقيق المصوّر عن غير المصور؛ لأن الصور تعطيه حيوية.
- يزداد الإدراك للتحقيق حينما نستخدم الأدلة والشواهد والبراهين التي تؤيد ما نذهب إليه.
- تعدد المصادر تساعد في إقناع القارئ بالفكرة (مسؤولين - متخصصين - مفكرين - وثائق).
- معايشة التحقيق للواقع وعمله على إيجاد حلول أو إزالة لبس أو كشف غموض.. يجعل القارئ يتابعه بشغف ويدركه بيسر.
- يحب القراء التحقيقات المصورة التي تُعرّفه بمعالم الأماكن وعادات الشعوب، مع ما قد يثيره ذلك من طرائف وصراع وعاطفة تحفز حماس القارئ للمتابعة^(١).

الفروق بين التحقيق والتقرير والخبر الصحفي:

- التحقيق الصحفي يتميز بالتعمق في بحث الأبعاد المختلفة ودراستها للحدث أو القضية. بينما التقرير يكتفي بتقديم صورة سريعة لهذا الحدث، ويقوم

(١) الموسوعة الإعلامية، بتصرف، مرجع سابق (٢ / ٥٧٩).



بالتركيز عادة على جانب منه؛ ومن هذا نستنتج أن التقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر وأقل من التحقيق.

• التحقيق يرمي إلى إقناع القارئ بالرأي الذي يطرحه؛ بحيث يرمي إلى كسب الرأي العام لصالح القضية التي يطرحها بالتوعية من خطرهما مثلاً، أو بالموافقة على الحلول التي يعرضها التحقيق. بينما التقرير ينحصر هدفه في إثارة القارئ لمتابعة الموضوع، عبر تقديم المعلومات والتفاصيل الصغيرة، وفي أحيانٍ قليلة قد يكون الهدف من التقرير مجرد تسلية القارئ وإمتاعه بالمعلومات الغريبة.

• التحقيق يتناول قضية أو مشكلة (البطالة، رغيف الخبز، أسعار الدواء، الأمراض المتوطنة...). أما التقرير الصحفي فهو يتناول خبراً أو موضوعاً يثير اهتمام الجمهور عن طريق نشر المزيد من المعلومات والآراء عن الموضوع المثار.

• التحقيق الصحفي يُستحسن أن يُكتَب بأسلوب سهل مفهوم ولكنه عميق، ولأن هدفه إقناع القارئ فهو يحتاج إلى مساندة تتمثل بالرجوع إلى الدراسات أو الرسوم الإيضاحية أو الأرقام والإحصائيات. بينما التقرير لا يصلح له إلا الأسلوب السهل الواضح، والجمل القصيرة المترابطة التي تحوي أكبر كم من المعلومات والحقائق بأقل قدرٍ ممكن من الكلمات، فهو لا يعتني بالدراسات أو البيانات والإحصائيات أو الرسوم والمخططات البيانية.

• يحيط التحقيق الصحفي بالموضوع الذي يتحدث عنه من كافة زواياه: الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والدينية، والفكرية.. بينما التقرير



يعتمد على زاوية أو زاويتين من هذه الزوايا، بحيث يركّز عليها دون أن يتطرق لباقي الجوانب.

يتفق التقرير الصحفي مع التحقيق الصحفي في خمسة نقاط:

- أنهما يشتملان على فنون صحفية أخرى، كالخبر والتعليق والصور.
- أنهما يكتفیان بالإجابة عن السؤال السادس فقط، وهو: لماذا؟.
- أنهما يكشفان عن شخصية كاتبهما.
- أنهما ليسا مطالبين بالتعبير عن سياسة الصحيفة، ولا يعني هذا أنهما يتعارضان معها.
- أنهما يرسمان صوراً واقعية للحياة والمجتمع.

٤ - المقال:

المقال هو أول الأشكال الصحفية، التي تعبر الصحيفة من خلاله عن رأيها، ولذلك ينشر في الصفحات الأولى، ويُطلق عليه أحياناً لفظ (الافتتاحية)، وللمقال قيمة كبيرة بالنسبة للصحيفة وللقارئ، فبواسطته تعرب الصحيفة عن سياستها وآرائها في جميع الشؤون، دون الاضطرار إلى التلاعب بالأخبار، أما فائدته للقارئ - وخصوصاً العادي - فهو ينتفع بالتفسيرات والآراء الموجودة فيه، والتي غالباً ما تشرح له أموراً يصعب عليه فهمها؛ لعدم امتلاكه للوقت والقدرة الكافية لمعرفة التفاصيل المعقدة للحوادث اليومية.

وهدف كاتب المقال: التأثير في الرأي العام، ولما كان الرأي العام يتكون من فئات مختلفة كان على كاتب المقال أن يكتفي مرة بتفسير الحوادث دون أن يعطي حلاً معيناً، وأن يقدم مرة أخرى اقتراحات معينة لحل المشكلات المعروضة، ومرة



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

ثالثة يحض قراءه على اتخاذ قرارات مباشرة تجاه موقف معين، وللمقال وظيفة كبرى في توجيه الرأي العام، وخصوصاً في الصحف الكبرى؛ حيث يمكن لكاتب المقال أن يوجه السياسة العامة التي تتبعها دولته أو حزبه أو اتجاهه.

وعلى كاتب المقال أن يبدأ في إعداد الخطة الرئيسة للمقال، الذي يتألف من: المقدمة، والجسم، والنتيجة (أو الخاتمة).

ومهمة المقدمة: تهيئة أذهان القراء للموضوع، بواسطة تقديم بيان عن حالة ما، أو حجة سيدافع عنها، أما الجزء الثاني، وهو الجسم: فإنه يباشر التوسع في البيان، والجزء الثالث: يقوم بمهمة الخاتمة أو النتيجة، ويعرض علاجاً للمشكلة المعروض، أو يحث من أجل عمل ما، أو يحمل غاية الكاتب الأساسية في مقطع قوي التركيب.

ومطلع المقال في غاية الأهمية؛ إذ بواسطته يُكتسب القارئ أو يُفقد؛ ولذلك فإن كاتب المقال يختار الملائم لغايته، وله محض الاختيار في ذلك.

وعلى كاتب المقال أن يقدر الموضوع جيداً، وذلك قبل وضع أي مخطط للمقالة، وعليه أن يتأكد من أن لديه جميع الحقائق اللازمة للمقال، وينبغي ألا يظهر أي تعارض في الرأي في الفقرات المختلفة من المقال، فإذا لم تكن افتتاحية اليوم مطابقة مع افتتاحية الغد خلخل ذلك ثقة القارئ بالصحيفة، ومن ثم: يتعد عنها، ويفترض كاتب المقال اطلاع القارئ على الأنباء، ومع ذلك فلا ينبغي أن يكتب في المقال شيئاً قد يُظهر جهل القارئ بالأخبار المهمة والبدهيّات، كما أن عليه تجنب إعادة ذكر الأخبار؛ لأن المقال غالباً ما يتناول موضوع الساعة المنشور في الصحيفة.



وطرائق كتابة المقال متعددة، لأنها تتصل بذات الكاتب أكثر من اتصالها بالموضوع، ويتناول الموضوع حقيقة من الحقائق، ويدعمها الكاتب بالشواهد والأدلة لتعزيز وجهة نظره، وقد يكون القصد من المقال نفي افتراءات أو إقرار للواقع، وعلى الكاتب أن يسرد مقاله بأسلوب شائق موجز وميسر، وأن يحاول جذب القراء إليه بواسطة عرض وجهة نظره في الموضوع، وينبغي للكاتب أن يعرض أفكاره بطريقة منطقية مُنسَّقة وجذابة، وأن يركز على الهدف الذي يرمي إليه من وراء المقال.

ويكون هدف المقال: إما توجيه القراء أو قيادة أفكارهم إلى وجهة يقصدها الكاتب، أو نقد أوضاع غير سليمة، أو تثقيف القراء وتنويرهم، أو دعم قضية ما، أو المدح والتهنئة، أو التعليق على الأنباء^(١).

أنواع المقال:

هناك تقسيمات عديدة للمقال، بعضها يعتمد على مضمونه، وبعضها يعتمد على شكله، وقد يمزج التقسيم بين هذا وذاك، مثل ما يأتي:

أ- المقال الافتتاحي:

وهو مقال ثابت يومي - أو دوري بحسب الظهور - لا يُوقَّع باسم كاتبه، وتُعلَّق فيه الصحيفة (أو المجلة) على الأحداث، وتفسرها، وتشرحها. أو تتنبأ ببعض الأحداث، أو ترد على بعض الأفكار وتقدم وجهة نظرها.. فهو تعبير موضوعي عن رأي الصحيفة (أو المجلة)، وقد يقوم بتحريره رئيس مجلس الإدارة (الناشر)، أو رئيس التحرير، أو كاتب كبير.

(١) مدخل في علم الصحافة، مرجع سابق (ص ١٥٥).



ب- المقال القائد:

وهي المقالات الموقعة بأسماء أصحابها- وقد تقوم بمهمة المقال الافتتاحي عند عدمها-، ويكتبها كبار الكتاب وكبار المحررين، وهي ثابتة الاسم والمكان والزمان في المطبوعة، ويطلق عليها هذا الاسم لأنها تقود أفكار القراء وتؤثر فيهم^(١)، وقد تقوم بمهمة بالون الاختبار لإثارة موضوع ما وقياس استجابة القراء له وتفاعلهم معه.

ج- مقال التعليق:

وهو الذي يقدم إجابات شافية، ويبرز التفاصيل والتائج والاحتمالات حول موضوع ما أو حدث ما؛ لعدم وضوحه في الخبر، أو لارتباطه ببعض الجوانب الغامضة التي تحتاج لبيان وتوضيح، ويقوم بهذا النوع من المقالات أحد الخبراء أو المتخصصين، ولا يشترط أن يكون دورياً ثابتاً، كما أنه يكتب باسم كاتبه؛ لأنه يزيده قوة.

د- العمود الصحفي:

وهو مقال ثابت في مكانه، وتحت عنوان ثابت، قد يقوم بكتابتها شخص واحد أو عدة أشخاص، لكنه يحمل توقيع كاتبه.

ويغطي العمود الصحفي مدى متسعاً من القضايا، من حيث المضمون وإن كان يظهر فيه الطابع الشخصي، وقد يكون في الشؤون العامة، فينطلق من واقعة أو حدث، أو يكون مقالاً نقدياً، يتضمن تقييم الأعمال، أو متخصصاً في شأن كالإقتصاد أو الأدب، أو يكون مقالاً يعبر عن متابعة حدث ما ورأي الكاتب فيه

(١) الأسس الفنية للتحليل الصحفي، د. محمود أدهم، مرجع سابق (ص ٤٥).



(حدث أو فاعليات أدبية أو دعوية مثلاً)، وقد يكون في الموضوعات الإنسانية، فيركز على الجانب الإنساني ويدعو للمثاليات، وقد يستعين فيه الكاتب بآراء متخصصين، وقد يكون عموداً حوارياً يعتمد على فكرة النقاش بين شخصين أو جيلين. ويعرض الكاتب في الحوار وجهات نظره.

هـ - المقال التحليلي:

هو من أبرز فنون المقال وأكثرها تأثيراً، ويعتمد على اختيار حدث أو قضية أو فكرة أو ظاهرة لها أهميتها وسخونتها، ثم معالجتها صحفياً بالتحليل والتفسير والتعليق والتوقع، وأحياناً بتقديم رؤية أو حل أو توصيات.. وهذا النوع من المقال يشبه التحقيقات الصحفية.

ويعتمد هذا النوع من المقال على توافر كمٍّ من المعلومات والبيانات الدقيقة الموثقة، وقد يستفيد من الصور والرسوم، ثم يقوم الكاتب بمعالجة المعلومات وتقويمها وتفسيرها والتعليق عليها، ثم طرح رؤية مستقبلية أو التوصية بالبدائل. والمقال هنا يبدأ بعنوان ثم مقدمة ثم جسم ثم خاتمة، وكثير من مقالات الرأي والسياسة الشرعية وواقع الدعوة وغيرها.. تعتمد هذا اللون من الكتابة.

و - مقال اليوميات:

وهو أيضاً يُنشر في مكان ثابت وموعد وعنوان ثابتين، ويكتبه كاتب صحفيون أو أدباء بارعون يتميزون بجودة الأسلوب وثراء التجارب الإنسانية، وهذا النوع قد يُطلق عليه: عمود، وهو يرتبط غالباً باسم من يكتبه وشهرته، ويختلف عن المقالات الأخرى بكونه يمثل وجهة نظر كاتبه من جهة، ويعتمد على تجاربه وسرده ورأيه وخواطره من جهة أخرى، فكأن تلك المساحة هي ملك له يكتب فيها ما يروق له،



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

وقد يكون بطريقة ساخرة أو جادة، وبوجه عام: فإن من وظائف هذا النوع من المقالات: تفسير الأحداث- نقل الحقائق والأخبار الجديدة والمهمة- تقديم التجارب الناجحة- توجيه القراء- التثقيف ونشر المعارف الإنسانية- التسلية والإمتاع.

الفرق بين المقال والقصة الأدبية:

باختصار: يُعبّر عن الأفكار في القصة بصورة غير مباشرة، وتعتمد على ترك المعاني للتداعي السردي، ومن ثم: يفهم القارئ مراد الكاتب من خلال التعبيرات والأساليب (مثل أن يقول: حبات العرق تتساقط من جبيني، ويدفعني من حولي وكأنني بين شقي رحى، حتى التقطت رغيفين بشق الأنفس).. للدلالة على المعاناة في الحصول على الخبز.

أما المقال عن الموضوع نفسه: فإنه يتطرق للفكرة بشكل مباشر، ويعبر عن أفكاره بوضوح، مثل: معاناة يومية يُعرّض لها المواطنون للحصول على الخبز، بين الازدحام والحر والتدافع، يدفع المواطن ثمنًا يوميًا للحصول على خبز لأسرته.. إلخ.

ويلاحظ أن بعض الكتاب يستخدم الأسلوب القصصي مدخلًا لمقالته، شريطة ألا تستغرقها كلها، وإلا صارت قصة لا مقالة.

هـ - الحوار:

هو لقاء أو مقابلة، تجرى مع شخصية أو أكثر؛ للحصول على معلومات أو حقائق أو بيانات حول بعض الأحداث والقضايا، أو التعرف على وجهات نظر



هذه الشخصية، أو إلقاء الضوء على ملامح الشخصية، أو لتسليّة القراء وإمتاعهم عن طريق سرد الأحداث الطريفة أو الخفيفة.

ويُمكن الحصول على هذه المادة الصحفية عن طريق المقابلة الشخصية وجهاً لوجه، وقد يحصل عليها عبر الهاتف أو الوسائل الإلكترونية الحديثة (سكايب- أو ماسنجر، مثلاً)، أو عبر التراسل بأسئلة مكتوبة وتلقي الإجابات مكتوبة أيضاً. وبوجه عام هناك خطوات لعملية إعداد الحوار:

أ- اختيار شخصية الضيف:

بحيث يكون مناسباً للحديث في الموضوع- ويكون حديثه مهمّاً ومتخصّصاً-، ويجب اختيار أفضل الشخصيات لإجراء الحوار إن كان هناك أكثر من شخصية تصلح له، ومن شروط اختيار الشخصية: أن يتعرف المحاور على طبيعته وظروفه وأفكاره؛ حتى يتجنب ما قد يثيره أو يستفزه، وقد يزيد هذا التعرف أبعاداً أخرى للموضوع إن كان الضيف يحمل فكراً معيناً (كأن يكون داعية متخصّصاً في شؤون الأسرة، يمكن أن يُعرج على انعكاسات موضوع الحوار على الأسرة).

ب- اختيار شخصية الصحفي:

هناك صحفيون لهم شهرة خاصة، وربما بريق لدى الشخصية أو القراء، ويجب أن تتناسب شخصية الصحفي وتخصّصه وشهرته مع مستواها في الضيف والموضوع، وينبغي أن يكون الصحفي في أثناء الحوار غير مسرف في إظهار عواطفه، وأن يكون هادئاً متزناً، يحسن الإنصات ولا يقاطع المتحدث، ولا يبدو كمن يستجوب الضيف، ويلقي سؤالاً واحداً كل مرة بصوت واضح، ويشارك في الحوار بأدب ودون تهيب، ويعيد ترتيب الأفكار بشكل مرّن وفقاً لظروف الحوار.



ج- دراسة الموضوع قبل إجراء الحوار:

وذلك للتعرف على جوانب الموضوع؛ حتى يمكن تحديد محاور الحوار، وتحديد الأسئلة المناسبة، والإبداع في إضافة زوايا للحوار لم يُتطرق إليها.. وكل ذلك يفيد في إضافة مزيد من الإفادة للقارئ.

د- تحديد الأسئلة وترتيبها:

فهناك: أسئلة افتتاحية تمهد للموضوع، وأسئلة لمجموعة الصلب، وأسئلة يختتم بها الحديث، مثل: طلب تلخيص ما سبق، أو طلب نصحه النهائي حول القضية.

ويراعى في الأسئلة أن تكون واضحة وقصيرة وغير غامضة، ويكون السؤال مستفسراً عن فكرة واحدة لا عن عدة أفكار.

وينبغي تجنب الأسئلة التي توحى بالإجابة، أو الأسئلة التي تخرج الضيف (كالسؤال عن ظروفه الشخصية، ومادياته خارج إطار الحوار)، أو الساخرة منه، أو المشككة فيه.

ويفضل عدم طرح الأسئلة بصيغة (هل؟)، التي يكون الإجابة عليها بـ(نعم) أو (لا)؛ لأنها لا تساعد في استخراج الإجابات الثرية من الضيف.

هـ- حسن اختيار وقت الحوار ومكانه:

يراعى تفرغ الشخصية للحوار بعيداً عن الصوراف والمشاغل المختلفة، والأفضل تسجيل الحوار للرجوع إليه حين الحاجة.

الحوار المكتوب مقارنة بغيره:

ينفرد الحوار المكتوب عن الحوارات المسموعة والمرئية بأنه يمكن الحذف منه أو تعديله دون أن يشعر القارئ، بينما الحذف في الحوار المسموع يكون شاقاً (ومستحيلاً في الحوارات الموثقة على الهواء)؛ بسبب اختلاف نبرات الأصوات وتدفق الحوار، وكذلك المرئي أشد صعوبة؛ لأنه من الصعب توليف الصورة بعد الحذف؛ ولذا: فقد يحتاج الحوار المسجّل فيهما إلى إعادة مقاطع بأكملها حين ترتئي أطراف الحوار أن الحاجة ضرورية للحذف.

فصعوبة الحذف التي تواجه الحوار المسموع أو المرئي لا توجد في الحوار المكتوب؛ وهذه نقطة لها إيجابيات وسلبيات في الحوار المكتوب:

من الإيجابيات:

- إمكانية تعديل الحوار المكتوب، والتحقق من الأخبار ونسبتها، والنقول وقوتها... وكذلك: ضبط الحوار لغوياً، وقد تتدخل بعض الأطراف - مثل: رئيس التحرير ومدير التحرير والمصحح اللغوي - في الاطلاع على الحوار وإبداء تعديلات واختيار المانشيتات وإبراز العناوين.
- كما يمكن للضيف الاطلاع على نص الحوار المكتوب وتعديله لو شاء.
- فالنصوص المكتوبة تُعد مسبقاً بتنظيم جيد ودون إسهاب، وهذا يعني أن الحوار المكتوب جيداً يعطي أفكاراً ومعلومات هادفة متلائمة.
- زيادة على ذلك؛ فإن النص المكتوب يمكن الرجوع إليه في أي وقت، فلو قرأ شخص نصاً ولم يفهم شيئاً منه يمكنه القراءة مرة ثانية، وليس الأمر كذلك في الكلام المنطوق، ولذلك ينبغي للمتكلم أن يتأكد من أن السامعين يفهمون ما يقول، إما بإعادة صياغته، أو باسترجاعه، أو بإعطاء أمثلة عليه.



ومن السلبيات:

- إساءة استخدام كل ما سبق الإشارة إليه من تدخلات الأطراف في حجب بعض ما يجب أن يطلع عليه القارئ.
- وقد تُختار عناوين للحوار (من باب جذب القارئ) تبالغ في بعض نقاط لم توفّق حقها في الحوار أو لم تعالج بالشكل المشار إليه، لا سيما حين يكون الاختيار من قبل الإدارة^(١).

وعلى ذلك: فمما ينبغي مراعاته في الحوار المكتوب:

- ١- التنسيق الجيد للكلمات.
- ٢- اختيار حجم الخط ونوعه المناسب لجميع القراء، والبعد عن استخدام خطوط غريبة لا تظهر فيها الحروف بشكل جيد، أو تروق لبعض القراء ولا تروق للآخرين.
- ٣- استخدام الصور بما يساعد في إيصال الرسالة وكسر رتابة الموضوع.
- ٤- وضع عناوين فرعية، وتقسيم الفقرات لنقاط ما أمكن.
- ٥- استخدام الألوان المختلفة لتلوين العناوين والنقاط المهمة في الموضوع، مع عدم الإسراف في استخدام الألوان، وعدم استخدام ألوان مُتعبة للعين أو غير مُوضّحة للكلمات.
- ٦- تنويع الألفاظ والعبارات والكلمات المستخدمة، بحيث يتسم بالثراء اللغوي.

(١) الحوار الإعلامي الناجح، د. ياسر عبد التواب، مرجع سابق (ص ١٢٣).



- ٧- تقديم الفكرة بصورة موجزة قدر الإمكان؛ حتى لا يملّ القارئ.
- ٨- اختيار عناوين جذابة وبدايات مشوقة؛ حتى يُقبل القارئ على قراءة الموضوع وإكماله.
- ٩- إتقان أكثر من أسلوب في الكتابة، كالكتابة العلمية، والكتابة الأدبية، والعلمية المتأدبة.

كيف تنشئ صحيفة أو مجلة؟:

هناك أربعة عناصر تتدخل في عملية إنشاء صحيفة أو مجلة، هي:

أولاً: العنصر المالي.

ثانياً: العنصر القانوني.

ثالثاً: العنصر التخطيطي والإشرافي.

رابعاً: العنصر التنفيذي (التحرير - الإدارة).

فلا بد من تحديد الموقف المناسب (مادياً، وفكرياً) من تلك العناصر للجهة

أو الهيئة التي ترغب في تأسيس صحيفة أو مجلة.

أولاً: العنصر المالي:

تحتاج الأعمال الإعلامية لتكاليف مختلفة، بعض تلك التكاليف يتعلق بالأجهزة والمعدات، وبعضها يتعلق بإعدادات المكان وتجهيزه، والجزء الأكبر منها يكون في عملية الإنتاج داخل المؤسسة وتشغيلها (الطباعة، ولوازمها) ودفع رواتب الموظفين.



ولترشيد النفقات للجهات المتوسطة والصغيرة التي تُصدِر صحفًا أو مجلات، فإننا ننصح بالآ تقنتى هذه الجهة مطابع خاصة بها أو تتولى عملية التوزيع بنفسها، وأن تُسند هذه المهام لشركات متخصصة بدلاً من ذلك، وحين تكبر المؤسسة تدريجيًا قد تجد من المناسب القيام بكل العمليات المساعدة.

وكل تلك التكاليف تختلف من دولة لأخرى، فُتُحسب التكاليف حسب أسعار المكونات في الدولة التي بها الجهة المنفذة للمطبوعة.

• تفصيل لبعض تلك الاحتياجات:

معظم الصحف والمجلات تحتاج إلى الاحتياجات الآتية، بحسب حجم الصحيفة أو المجلة:

- جهاز كمبيوتر شخصي أو كمبيوتر محمول لكل محرر.
- مجموعة طابعات عادية وملونة.
- مكاتب وكراسي لأغلب المحررين والإداريين، تناسب وضعهم الوظيفي.
- حجرة اجتماعات مجهزة بجهاز عرض عن بعد، لمقر الصحيفة أو المجلة.
- غرفة في الأقل لاستقبال المحررين للزيارات.
- تجهيز الغرف بأجهزة تكييف، إذا كان طقس المنطقة يحتاج لذلك.
- غرفة للديسك والتجهيزات الفنية.
- صالة للتحريير وتلقي الأخبار والمتابعة.
- غرفة للأرشفة.



- تجهيزات الأقسام الأخرى بخلاف التحرير: قسم التسويق - الشؤون المالية - الشؤون الإدارية (وقد تضم العلاقات العامة - السكرتارية) - الإعلانات.
 - تجهيزات المواد المستهلكة، وهي تحسب سنويًا: أوراق - أحبار - أقلام - أدوات نظافة - تكلفة الاستضافات - الهدايا والدعاية.
 - تكلفة الطباعة لمدة تكفي ثلاثة أشهر في الأقل (غالبًا) إلى أن تُستردَّ القيم المالية المستحقة من شركات التوزيع، وفي الدول التي بها حركة طباعة جيدة يتكلف العدد لصحيفة عادية (٢٤ صفحة) نحو: سُدس دولار، ومتوسط الطباعة للعدد الواحد لا يقل في دولة كبيرة الحجم عن ٣٠-٥٠ ألف نسخة، وتصل لأكثر من مئة ألف مع الدعاية والتسويق الجيد.
- بينما تكلفة المجلة بعدد أوراق مشابه (٢٤ صفحة) وألوان وورق مصقول ملون (٣ لون، في الأقل) تتكلف نحو دولار، ويُطبع منها في دولة كبيرة نحو عشرة آلاف.. ويلاحظ أن نسبة المرتجعات المعتادة تبلغ نحو ربع المطبوع، فتُضاف تكلفتها على الإنتاج، ويُعوَّض فرق التكلفة من الدعاية أو من الدعم.
- أما في دولة متوسطة الحجم فتقدر أعداد النسخ المطبوعة بنصف الأعداد السابقة، وفي دولة صغيرة الحجم تقدر بربع الأعداد السابقة.
- ويؤثر في نسبة توزيع المطبوعة: نوعية المنتج الذي تقدمه المطبوعة، واختلاف الطبائع الشرائية للقراء من دولة لأخرى، وتأثر الجمهور بالدعاية للمطبوعة، وعدد المطبوعات المنافسة.. كل ذلك يتحكم في نسب التوزيع.
- وعومًا يحتاج الأمر لصبر ووقت ودعاية وتجويد للمضمون والشكل ولفريق تسويق جيد لتوسيع دوائر التوزيع.



ثانياً: العنصر القانوني:

يفضل أن يكون هناك قسم للشؤون القانونية، أو في الأقل المتابعة مع مكتب محاماة متخصص للقيام على الشؤون الآتية:

- الحصول على تصريح للصحيفة، إما من دولة المقر أو من دولة الأخرى، والأول أفضل. وقد يلجأ إلى دولة أخرى (أوروبية أو إفريقية، مثلاً) في حال العجز عن الحصول على التصريح في الدولة نفسها؛ لأنه يكون عرضة للإلغاء أو المنع، وتتحكم في إصدار التصاريح: الظروف السياسية للبلد؛ ففي البلاد التي تفسح للحريات يسهل الحصول على تلك التصاريح ولو لأفراد، وبعض الدول تمنحها لشركات (أي: أكثر من شريك)، وبعض الدول تمنحها لهيئات.
- تجهيز العقود الدائمة والمؤقتة للمحررين والموظفين والمتعاقدين.
- الدفاع عن المؤسسة الإعلامية، سواءً في قضايا النشر أو غيرها من القضايا.

ثالثاً: العنصر الإشرافي والتخطيطي:

وهو يتكون من أصحاب الفكرة الرئيسة لإصدار الصحيفة أو المجلة، وينضم إليهم: الممولون الرئيسون لها، وبعض الخبراء في المجالات الرئيسة (التحرير- الإدارة- التسويق- المالية- الفنية).

وهؤلاء يُطلب منهم تحديد الأهداف العليا، ووضع الخطط والسياسات الكبرى كلٌّ في تخصصه، ثم متابعة تنفيذها مع العناصر التنفيذية.

ويُعد كثير من الخبراء أن التخطيط أول وظيفة ينبغي أن ينشغل المدير بها، فهي مثل الأرضية الخصبة لنمو الوظائف الأخرى، فهي تحدد الأهداف والبدائل



اللازمة لإنجازها، وترسم خريطة العمل للموظفين والأقسام بالمؤسسة على مدى الأيام والشهور والسنوات^(١).

والتخطيط يُعد أهم مرحلة من مراحل العملية الإدارية، فلو لم يكن هناك خطة واضحة ومحددة لما كانت هناك حاجة إلى تنظيم أو رقابة، وينطوي التخطيط على عنصرين: التنبؤ بالمستقبل، والاستعداد لمواجهة المستقبل، ويعمل التخطيط على تحقيق هدف معين، وتحديد وسائل الوصول لهذا الهدف، مع توفير الوقت والجهد وحسن استغلال الإمكانيات واتباع منهج علمي في دراسة المشكلات ووضع الحلول^(٢).

وينقسم التخطيط إلى أنواع متعددة، ويقسم من حيث المدى الزمني إلى ثلاثة أنواع^(٣):

- خطة قصيرة الأجل: وهي تكون سنوية، أو نصف سنوية.
- خطة متوسطة الأجل: من ثلاث سنوات إلى أربع.
- خطة طويلة الأجل: من عشر سنين إلى عشرين سنة.
- وتقوم عملية التخطيط على عدة أسس رئيسة، أهمها:
- تحديد الأهداف.
- تحديد الوسائل اللازمة لتنفيذ الخطة.

(1) Warren R.Plunkett & Raymond F.Attner, Introduction to Management, (Boston:U.S.A,PWS-Kent publishing Company, 1992),P.7.

(٢) إدارة المؤسسات الإعلامية، د. عدلي رضا وعاطف العبد (ص١٦).

(٣) المرجع نفسه.



- التوقيت الزمني للتنفيذ.
- وحدة الخطة، بحيث لا توجد أكثر من خطة.
- مركزية وضع الخطة.
- مرونة الخطة.
- إلزامية الخطة.
- مراقبة تنفيذ الخطة، وتقويم نتائجها.
- التطبيق السليم لمبدأ المشاركة في وضع الخطة.
- التحديد الدقيق لمصادر تمويل الخطة.
- الاهتمام بالجانب الإنساني في الخطة.

رابعاً: العنصر التنفيذي (التحرير – الإدارة):

وهم الذين يُسند إليهم تنفيذ ما انتهى تخطيطه، وهم يقومون بذلك وفقاً للإجراءات الآتية:

أ- قبل الإصدار:

- دراسة الجمهور، ومعرفة احتياجاته.
- دراسة الصحف والمجلات المنافسة، ومعرفة ما تقدمه، وما ستقدمه المطبوعة المزمع إصدارها.
- تحديد الأهداف الفكرية والمالية من الإصدار.
- رسم السياسة التحريرية.



- وضع التصميمات الأساسية للصحيفة أو المجلة، وأبوابها.
- اختيار الكوادر البشرية: الفكرية، والتنفيذية (الثابتة، والمؤقتة) كل حسب تخصصه.
- الاتفاق مع وكالات الأنباء ووكالات التسويق والإعلان.
- الإعداد لحملة إعلانية كبيرة قبيل البدء (ولو من خلال الإعلانات الإلكترونية- الإعلانات عبر وسائل الإعلام الشهيرة- إعلانات الطرق).
- إصدار عدد أو أعداد تجريبية (العدد صفر) وعرضها على المختصين.
- تحديد الموعد النهائي لصدور العدد الأول.

ب- خلال التنفيذ:

- متابعة جودة أداء الموظفين العاديين، مع المراقبة الإدارية المعتادة (حضور وانصراف.. إلخ).
- متابعة التنفيذ وقياسه على مستويات قياسية للمبدعين كل في مجاله.
- اتخاذ قرارات مرنة فيما يتعلق بالتحجير.
- مراجعة المواد تحريرياً ولغوياً.
- تجهيز الصور والبيانات وشروحها.
- إرسال المواد الصحفية والإعلانية لقسم الصف؛ لجمعها بالكمبيوتر، ومراجعتها وتصحيحها.
- المراجعة والتجميع وفقاً للماكتات المتفق عليها في عملية التوضيب.
- النظر في البروفات النهائية قبل الطباعة.





- متابعة عمليات الطباعة وجودتها، والتوزيع .. وفقاً للمخطّط له.
- متابعة التسويق والإعلانات، والسعي لضم مزيد من المشتركين والمعلنين، مع متابعة التنفيذ الإخراجي للإعلانات^(١).

ج- بعد التنفيذ:

- تقويم العدد مقارنةً بما خُطّط له، ومعرفة نقاط القوة أو الضعف.
- الاستفادة من التقويم في الأعداد اللاحقة.
- النظر في الأعمال المنافسة.
- تجميع ما يتعلق بالصحيفة نقدًا أو إشادة، والاستفادة منه.
- قياس الرأي العام فيما تقدمه الصحيفة والتعرف عليه، إما من خلال طرائق القياس المعتادة (الاستبانات، واستطلاعات الرأي) أو الإلكترونية (استطلاعات، وتفاعل مع الموقع الإلكتروني للمطبوعة).

الهيكل الوظيفي للصحيفة:

يختلف عدد الموظفين في الجرائد والمجلات حسب حجمها واتساع نطاق توزيعها. وقد تمتلك المؤسسة الإعلامية عدة إصدارات صحفية وتُجهز جميعًا في مكان واحد، وبوجه عام: فإنه يمكن في المؤسسات الصغيرة إدماج بعض الوظائف ليقوم بها موظف واحد. وبالطبع تختلف المهام وعدد الموظفين في حال الصحيفة الأسبوعية عن اليومية..

(١) فن التحرير الصحفي، مرجع سابق (ص ٣٠).



وسوف نذكر أسماء الوظائف، ونُتبعها بتصوير لأعداد موظفي قسم التحرير:

رئيس مجلس الإدارة:

ويكَلَّف بالإشراف على المهام الآتية: اكتشاف السوق - العلاقات العامة - السكرتارية - المراقبة الاقتصادية. وتتبعه إدارتان رئيستان: التحرير، والشؤون الإدارية والمالية. ويديرهما المدير العام (رئيس التحرير)، والمدير الإداري:

أولاً: المدير العام (رئيس التحرير)، ويتبعه:

- أ- التحرير الخارجي (محررون خارجيون - مراسلون - مساعدون - وكالات الأنباء).
- ب- التحرير الداخلي (محررون - مساعدون - مندوبون - مصححون - رسامون - مصممون (إخراج صحفي، ودسك)).
- ج- الأقسام المساعدة والأرشفة (مواد إخبارية - قسم الوثائق - السكرتارية).
- د- قسم العاملين بنظام المكافآت.

ثانياً: المدير الإداري والمالي، ويتبعه:

- أ- الإدارة (الحسابات - الملفات الإدارية وشؤون الموظفين - الصرَّاف - قسم قانوني - قسم الموظفين - المشتريات - الشحن..).
- ب- رئيس التوزيع (توزيع الفروع - المندوبون - الحملة - الوكالات - البيع بالتجزئة - اشتراكات في المدينة - اشتراكات بعيدة - مبيعات الشوارع - مبيعات مباشرة - عقود مبيعات - الإشهار الذاتي - قسم الإيصال - مراسلون - بطاقات المشتركين - الحسابات - الإحصاء).



الفصل الثاني: وسائل الإعلام المقروءة

ج- قسم الدعاية (الدعاية عبر الفروع- موظفو شباك- مندوبين- وسطاء- التواصل مع المحلات والشركات المشهورة والعالمية- الإعلانات متغيرة- إعلانات محلية- مراسلون- حسابات- إحصاء).

أعداد موظفي قسم التحرير:

تحتاج الصحيفة الأسبوعية للأعداد الآتية من الموظفين في قسم التحرير (وهي مأخوذة من وضع حقيقي لصحيفتين أسبوعيتين مصريتين: النور، والفتح):

رئيس تحرير- مدير تحرير- سكرتير تحرير- ٢ مراجع لغوي- (مراجع شرعي) - مسؤول الديسك، ويتبعه ٢ موظف ديסק- مخرج صحفي، ويتبعه ٢ منفذ و ٢ جرافيك و ٢ مجمّع- مسؤول محافظات، ويتبعه من ٦-١٠ مراسلين- عدد ١٥ محرر- عدد ١٥ كاتب مقالات وأعمدة- رسام- ٢ مصور.

وهذه الأعداد ليس بالضرورة أن تكون بدوام كلي؛ فبخلاف رئيس التحرير، ومدير التحرير، وسكرتير التحرير، ومدير الديسك، والمخرج، ومسؤول المحافظات، يمكن التعامل مع باقي الموظفين بنظام المكافئة أو القطعة.

وبخلاف الموظفين المذكورين في الدوام الكلي- الذين ذكرناهم- نحتاج تقريباً لضعفي العدد الآخر لصحيفة يومية، وغالباً يعيّن كل الفريق المذكور.

أعداد فريق التحرير بمجلة:

يتوقف حجم محرري المجلة وعدد العاملين في جهازها التحريري وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها، وكذلك على دورية صدورها، وأصبح بدهياً الآن في عالم المجلة تناسب عدد المحررين عكسياً مع درجة تخصص



المجلة؛ فكلما ازداد تخصص المجلة قل عدد محرريها وازداد عدد الكتاب الخارجيين^(١).

فمجلة (العربي الكويتية) على سبيل المثال - وهي مجلة شبه عامة - يتكون جهازها التحريري من: رئيس التحرير - ونائبه - المشرف الفني - سكرتير التحرير - مدير التحرير - ثلاثة محررين - بعض المصورين التابعين لوزارة الإعلام.

وتضم مجلة (المختار) التي تقوم على مختارات من التراجم للمقالات (الطبعة العربية): رئيس تحرير - سكرتيري تحرير - سكرتيرة إدارية - مترجمين من الخارج (بالقطعة)؛ وذلك لاعتمادها على ترجمات.

فالمعتاد في المجلات أن تقوم على ثلاثة موظفين أساسيين، وقد تحتاج مثلهم من المحررين، والباقي بالقطعة.. وهكذا قد يزيد العدد قليلاً بحسب توسعها أو تخصصها.

ويحسب متوسط الرواتب وفقاً للعرف السائد بالبلد.



(١) فن التحرير الصحفي، مرجع سابق (ص ٢٩٦).





أسئلة وتدريبات:

- ١- اذكر ثلاث من خصائص الصحيفة بوصفها وسيلة اتصال؟.
- ٢- ما الذي يميز الصحيفة من ناحية الجهد الشخصي للقارئ؟.
- ٣- بعد تعرفك على خصائص الصحافة، ضع خطة دعوية تستخدم هذه الخصائص.
- ٤- بعد تعرفك على خصائص الصحيفة، ضع خطة دعوية تستخدم هذه الخصائص.
- ٥- استعرض الصحف التي تباع في مدينتك، و صنفها حسب نوعها.
- ٦- ما الذي يميز اللغة الصحفية عن اللغة الأدبية؟.
- ٧- اذكر ثلاث من خصائص الكتابة الصحفية.
- ٨- اكتب ثلاثة أخبار بطريقة الهرم المقلوب، وثلاثة أخبار بطريقة الهرم المعتدل.
- ٩- ما هي مهام التحرير الصحفي، بخلاف كتابة الخبر؟.
- ١٠- تتبع الأخبار في إحدى الجرائد، ودوّن ملاحظاتك السلبية عن طريقة الصياغة أو التحرير.
- ١١- ما هي عناصر جودة الموضوع الصحفي؟ وهل يمكن تطبيقها على أوجه العمل الإعلامي الأخرى كافة كالإذاعة والتلفاز؟.
- ١٢- تتبع الأخبار في إحدى الجرائد، ودوّن ملاحظاتك عليها وعلى ترتيب ذكرها، وفقاً لما درست من عناصر جودة الموضوع.



- ١٣- ما هو الخبر الصحفي؟، وما أهميته؟.
- ١٤- ماذا نقصد بتفسير الأخبار؟.
- ١٥- كيف يكون الخبر جذاباً؟.
- ١٦- ما هي الأسئلة الستة الإعلامية؟، وكيف نحققها في صياغة الخبر؟.
- ١٧- تتبع مجلة دعوية، واذكر ما فيها من أخبار، وحللها في ضوء ما درست من حيث: صياغتها، وجاذبيتها.
- ١٨- ما هو التقرير الصحفي؟، وما أهميته؟.
- ١٩- كيف يكون التقرير ناجحاً؟.
- ٢٠- ما هي وظائف التقرير؟، وما وجه اختلافه عن الخبر؟.
- ٢١- تتبع مجلة دعوية، واذكر ما فيها من تقارير، وحللها في ضوء ما درست من حيث صياغتها وجاذبيتها.
- ٢٢- ما هو التحقيق الصحفي؟ وما أهميته؟.
- ٢٣- كيف يكون التحقيق ناجحاً؟.
- ٢٤- ما هي وظائف التحقيق؟ وما وجه اختلافه واتفاقه مع التقرير؟.
- ٢٥- تتبع مجلة عامة، واذكر ما فيها من تحقيقات، وحللها في ضوء ما درست من حيث: صياغتها، وجاذبيتها.
- ٢٦- ما هو المقال الصحفي؟ وما أنواعه؟ وما أهميته؟.
- ٢٧- كيف يكون المقال ناجحاً؟.
- ٢٨- ما هي وظائف المقال؟ وما وجه اختلافه عن الخبر؟.





- ٢٩- تتبع مجلة دعوية، واذكر ما فيها من مقالات، وحللها في ضوء ما درست من حيث: نوعها، وأسلوب صياغتها.
- ٣٠- ما هو الحوار الصحفي؟ وما أهميته؟.
- ٣١- في أي شيء يختلف الحوار الصحفي عن غيره من فنون التحرير؟.
- ٣٢- ما العناصر التي تجعل الحوار ناجحاً؟.
- ٣٣- ما هي إيجابيات الحوار المكتوب وسلبياته؟ وما وجه اختلافه عن الحوارات الإعلامية الأخرى؟.
- ٣٤- تتبع أربعة أعداد من صحيفة عامة، واذكر ما فيها من حوارات، وحللها في ضوء ما درست من حيث: صياغتها، وجاذبيتها.
- ٣٥- اذكر العناصر التي يجب توافرها عند التخطيط لإنشاء صحيفة أو مجلة، وشرح أحدها.
- ٣٦- ماذا نقصد بالتخطيط قبل تنفيذ العمل الصحفي وفي أثناءه؟، وكيف يكون؟.
- ٣٧- ما هي العناصر البشرية والمالية لإنشاء صحيفة يومية في دولة متوسطة الحجم؟.
- ٣٨- ما هي العناصر البشرية والمالية التي نحتاجها لإنشاء مجلة شهرية توزع عالمياً؟.
- ٣٩- خطط لإنشاء صحيفة أسبوعية، مع حصر تكاليفك وذكر خطتك وما تحتاجه من إمكانيات مالية وبشرية.
- ٤٠- خطط لإنشاء مجلة شهرية مع حصر تكاليفك وذكر خطتك وما تحتاجه من إمكانيات مالية وبشرية.

