

فن التحرير الصحفي

تأليف

د. ليل عبد المجيد - د. محمود علم الدين

تلخيص

ياسر الهواري

2010

"أولم تأتهم بيينة ما في الصحف الأولى"

طه 133

المفاهيم الأساسية و الأدوات

التحرير الصحفي المفهوم و الخطوات

□ مفهوم التحرير الصحفي

التحرير هو عملية اتصال جماهيري متكاملة أطراف يقوم فيها الصحفي (المرسل) بجمع المعلومات الصحفية و معالجتها و صياغتها كمضمون (رسالة) سياسي أو اقتصادي أو رياضي إلخ و قد يكون ذلك في شكل مقال أو حديث أو خبر ثم يرسل ذلك المضمون من خلال الصحيفة أو المجلة (الوسيلة) إلى الجمهور (المستقبل) وذلك لتحقيق أهداف السياسة التحريرية للوسيلة والتي قد تنحصر في الإعلام و التفسير (في إطار اجتماعي أو اقتصادي أو سياسي إلخ) و تشكيل الرأي العام و رصد ردود أفعاله (رجع الصدى) وذلك من خلال الرسائل النصية و الاتصالات الهاتفية و بحوث إستطلاع الرأي العام والتي في مجملها تفيد الصحفي في إعادة تشكيل رسالته الإعلامية بشكل أكثر قبولا وتأثيرا في ذلك الجمهور.

و التحرير عملية يومية أو إسبوعية (حسب دورية الإصدار) يقوم فيها الصحفي بالصياغة الفنية و الكتابة الصحفية ، و يقصد بالكتابة هنا التحرير وهو إعداد كتابات الآخرين للنشر، و مهمة الصحفي الناجح هو الذي ينجح في الكتابة بلغة صحفية مناسبة و جيدة بحيث يصيغ الحدث بشكل تام بدون الحاجة لمحرر يقوم بالتعديل عليه بالحذف و الإضافة أو تغيير البناء الفني للنص . و من ثم نستشف من ذلك ان مهمة التحرير هي :

1. جعل النص الصحفي يتناسب مع سياسة الصحيفة .
2. تصحيح الأخطاء في المعلومات (كالأسماء و الأرقام و العواصم) و الهجاء .
3. تبسيط المعلومات و توضيح المعاني لغة و إصطلاحا ، و قد يستوجب ذلك تعديل النص عند الضرورة أو إعادة ترتيبه بشكل منطقي بحيث يروق للقارئ .
4. جعل النص يتناسب مع المساحة المحددة له بحيث يسهل عملية الإخراج الصحفي .

ومن ثم يمكن حصر مهام المحرر في : التأكد من دقة البيانات من خلال مصادر معتمدة للمعلومات كخبير قسم المعلومات أو بنك المعلومات إلخ + إعادة صياغة النص لصلقه لغة و أسلوبيا وحذف الكلمات و الجمل والألفاظ الزائدة أو التي تتسم بالصعوبة أو ضعف المقروئية و اختصار النص ليتلاءم مع المساحة المحددة له + إستكمال النص ببعض المعلومات التي تكمله من ناحية المضمون و تجعله يغطي كل جوانب الفكرة +

في هذا الفصل :

المفاهيم و الأدوات

التحرير الصحفي المفهوم و الخطوات

□ مفهوم التحرير الصحفي

□ أسلوب التحرير الصحفي

□ خطوات التحرير الصحفي

السياسة التحريرية و العوامل

المؤثرة فيها

□ سياسة واضحة و محددة

□ سمات القراء

□ أسلوب مفهوم

□ نظام كفاء للمعلومات الصحفية



فضلا عن إعادة صياغة العناوين الرئيسية و الفرعية لأراحة القارئ بصريا و فكريا و ربما إضفتها إذا لم تكن موجودة + و أخيرا دمج نض مع آخر أو عمل إضارة لنص صحفي آخر في نهاية المقالة .

و على ذلك يمكن تعريف التحرير الصحفي بأنه : هو طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تسجيل الأحداث المهمة الحالية والمتجددة ونقل الوقائع والصور المرتبطة بها والتعريف بما أسفر عنه البحث من معلومات حول الأحداث وتفسيرها ومناقشة التصريحات والأفكار والآراء والإتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ونتائجها من منظور مصلحة الفرد والمجتمع والإنسانية والتعبير عن ذلك كله تعبيرا دقيقا وموضوعيا بعبارات قصيرة و متماسكة و جذابة في شكل عمل فني و صحفي يمثل رسالة إعلامية موجهة للقراء وصالحة للطبع و النشر و التوزيع في وقت مناسب و على صفحات الجريدة أو المجلة .

وهذا التعريف يلفت أنتباهنا إلى أهمية تحديد موقع فن التحرير بين أنواع النثر المختلفة ، فأنواع النثر هي :

1. **النثر العادي** : هو الكلام الذي يستخدمه عامة الناس في تواصلهم ببعض و هو يخلو من الجوانب الأدبية التي تعتمد على الزخرفة و الجوانب الفنية التي تعتمد على المصطلحات المعقدة .
2. **النثر العلمي** : يستخدم لصياغة الحقائق العلمية و إبرازها دون عناية بالناحية الأدبية .
3. **النثر الفني** : يستخدمه أهل اللغة و يهتم بفنون الرواية و الزخرفة و اختيار الألفاظ والجمل و هو فن قريب الشبه بفنون الرسم و الموسيقى و الشعر .
4. **النثر الصحفي** : هو فن من الفنون النثرية الواقعية التي تعبر عن الواقع بما فيه من أحداث و آراء و أفكار في إطار ذهني وبلغة مفهوم للقارئ العادي . وهذا الفن النثري يختلف عن الكتابة العلمية المليئة بالمصطلحات العلمية والفنية المحددة التي لا يفهمها إلا المتخصصين ، و في نفس الوقت يختلف عن الكتابة الأدبية التي تعتمد على الخيال والبلاغة ومخاطبة المشاعر . بأختصار هي لغة تعتمد تقف في منتصف الطريق بين النثر الأدبي و النثر العادي الذي يتحدث به عامة الناس في حياتهم اليومية ، فهو يصيغ الحقائق بلغة أقرب إلى لغة الناس و لكن مع الألتزام بقواعد اللغة العربية الصحيحة حتى أن بعض العلماء يطلق على هذا النثر لغة الأدب العاجل .

□ أسلوب التحرير الصحفي

أولا مكوناته : يتكون الأسلوب الصحفي من خمس عناصر هي :

1. **أدوات التعبير (وتتعلق بالصحة النحوية)** : و تتضمن البناء النحوي (الصوتي والصرفي والمعجمي والتركيبية) + التراكيب من حيث الجنس الأدبي والشعري والوصل إلخ + الموضوعات وما تشمله من رؤية وفكر وفلسفة وقيم التي يحملها الكاتب والتأثير المقصود الذي يريد الكاتب أن يحدثه في القارئ .
2. **طبيعة التعبير (وتتعلق بالصحة المنطقية)** : و تتضمن خواص البناء الفكري للنص عامة و الجملة خاصة بحيث تأتي النتائج و الأحكام متفقة مع المقدمات و أن تنظم الفكرة الواحدة في عقد منظوم مع الأفكار المرتبطة بها أو المكملة لها خلال السياق أو المضمون الواحد . و هذه الخواص يمكن حصرها في مجموعتين هما :

خصائص القيم العقلية (التي تجعل الأسلوب واضحا ومنطقيا أو العكس) + خصائص القيم التعبيرية (التي تجعل الأسلوب مندفعاً أو طفولياً) . و توفر الصحة المنطقية للنص إيقاع فكري داخلي بحيث لا تتناقض فيه المعاني مع بعضها البعض و لا تتعارض مع أي حقيقة أخرى في أي ميدان من ميادين العلم .

3. **حدود التعبير (و تتعلق بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغية) :** ويعنى ذلك أنها تنحت الأسلوب وفقاً لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة وشروط البلاغة مع الألتزام بحدود عامة في التعبير هي: فن الكتابة بالمعنى التقليدي (أي الأستخدام الواعي لوسائل التعبير لأهداف أدبية وجمالية) + الأختيار العفوي اللاشعوري الذي يعبر عن طبيعة الكاتب وتجربته + الشمولية (أي تجاوز الصبغ اللغوية ليقدم موقف الأناسان الكلي و رؤيته للعالم) .

4. **مصادر التعبير (و تتعلق بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية):** وهى تتعلق بطبيعة الصحيفة كوسيلة ألتصال جماهيرية (بمطبوعة) بما لها من وظائف وأهداف وسياسات وجمهور ومضمون، وهى تعتمد على ثلاثة مصادر هي : المصدر الحسي و النفسي للتعبير (حيث يتم الكتابة وفقاً للأمزجة والحالة النفسية فنشعر أن الأسلوب طفولي أو عصبي أو نسائي إلخ) + المصدر الإجتماعي للتعبير (فهناك أساليب كلاسيكية ترتبط بتقاليد المهن أو عادات طبقة إجتماعية) + المصدر الوظيفي (فهناك أسلوب إداري أو قانوني أو خطابي). و الصحة الأسلوبية الخاصة تتطلب الألتزام بالمعايير التالية :

A. مراعاة الأبعاد الشكلية: يجب ألا تزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة عن 4 جمل بواقع 75 كلمة كحد أقصى، والسطر ما بين 30 – 35 حرف ، والموضوع يجب أن يقسم على خمس فقرات متساوية الطول مترابطة و متجانسة ، ويفضل الجمل البسيطة القصيرة + إستخدام علامات الترقيم لأنها تسهل على القارئ فهم الموضوع مثل (: ، - { } " () إلخ) .

B. مراعاة الأبعاد الموضوعية: و تتمثل في أحترام قدسية الخبر حيث يجب على المحرر أن يسوقه خالياً من أي رأي و أن يلتزم فيه بالموضوعية عند التحرير و إستخدام العبارات و الألفاظ بدقة + أن يتضمن الخبر إشارة واضحة للمصدر الذي تم إستقاء المعلومات منه ، و بعض الوسائل تذكر المصدر في بداية الخبر ، و بعضها الآخر تذكره متضمناً في النص أو في آخره ، و من حق الصحفي أن يخفي مصدره لحمايته إذا تطلب الأمر ذلك . و لكن إذا ذكر المصدر فيجب أن ينقل الكلام بنصه بين علاماتي الأقتباس " " + و أخيراً ترتيب الخبر بشكل منطقي أو زمني .

C. الأستغناء عن الكلمات الزائدة: كأدوات التعريف وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة والربط التي لا ضرورة لها، والأستغناء عن الجمل الطويلة وعن التكرار، وكذلك عدم إستخدام الصفات وصيغ أفعال التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر فنقول "مبارة مثيرة" أفضل من أن نقول "أكثر المباريات إثارة" .

D. إستخدام ألفاظ بسيطة صحيحة واضحة و جمل قصيرة: إستخدام الألفاظ المعربة الأكثر إستعمالاً بين الألفاظ العربية كالديمقراطية و الديكتاتورية و الدبلوماسية و الحرب الباردة و التكتيك الحربي و الإستراتيجية إلخ + إستخدام الألفاظ المستحدثة حتى لو كانت غريبة على القارئ في بادئ الأمر .

E. إستخدام الأسم الكامل للشخص: ويجب الحرص على ذكر الألقاب كي لا يقود ذلك للخلط بين شخصيتين ، فإذا كان الشخص لا يحمل لقباً فيمكن وصفه بالسيد إذا كان عربياً .

- F. مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام : لتسهيل القراءة مثل كتابة الأرقام من 1 - 9 بالحروف .
5. **مظاهر التعبير** : و تتضمن شكل التعبير (موجز أو تصويري أو إستطراذي إلخ) + جوهر التعبير (قد يكون رقيق أو حزين أو نشط) + الشخص المتكلم (قديم أو حديث أو شاعري إلخ) .

ثانيا تحليل الأسلوب : تقوم عملية التحليل أساسا على دراسة الأختيار، بمعنى أن كل جملة قد جاءت للوجود بسبب أختيار تركيب معين وأختيار كلمات محددة، ومن هنا فإن دراسة الأختيار تساعدنا على أستكشاف أسباب الأختيار (لماذا هذه الكلمة أو تلك؟ لماذا هذه البنية التركيبية؟ لماذا هذا التركيز و لماذا هذا الأسلوب؟) ، ومن ثم فإنه يساعدنا على تفسير كل ما يتعلق بالصيغة والرموز الضمنية في النص. وينبغي أن نفرق هنا بين التحليل الاسلوبي و التحليل الدلالي ، فالأول يبحث في صيغة الرسالة الصحفية والثاني يبحث في معنى الرسالة الصحفية .

و التحليل الأسلوبي يساعد في دراسة الأساليب المختلفة للكتاب الصحفيين و الموازنة بين العلاقات المختلفة و المقارنة بين أساليب الكتاب المعاصرين ، و يتم ذلك من خلال القياس الكمي بأعتبره معيارا موضوعيا منطقيا يساعد على تشخيص السمات السائدة في نص معين أو عند كاتب معين ، ويتم ذلك من خلال وضع علامات على النص عند كلمات معينة (المراد قياسها) بهدف رصد نسبة إستخدامها Ratio و توزيعاتها المختلفة على مساحة النص Distributions ، و يطلق على هذا النوع من الدراسة مصطلح علم الأسلوب الإحصائي Statistical stylistics و هو أحد مجالات الدراسات اللغوية الأسلوبية المعاصرة .

والأسلوب الصحفي يتأثر بطبيعة الوسيلة (جريدة أو مجلة) من حيث الشكل المطبوع (عدد صفحاته ومساحته ونوع الطباعة) ، دورية الصدور (توقيتها الذي يقتضي سرعة الإنجاز والأختصار والتركيز) ، وظيفتها العامة (هي الوظيفة الأولى التي تقدم للرأي العام تقريرا إخباريا بالوقائع اليومية)، طبيعة الجمهور المتنوع الأهتمامات والسمات (السن والجنس والتعليم والثقافة والتوزيع الجغرافي والمهنة والمستوى الإجتماعي)، فضلا عن ظروف المنافسة مع وسائل الأتصال الأخرى، وتعقد الأحداث وتشابكها، وسياسة تحرير الجريدة (التي تقتضي أداء الوظيفة الثانية وهي التفسير والتحليل والشرح لمختلف الوقائع والتجارب السياسية والأقتصادية والرياضية والقانونية والفنية إلخ) . ومن ثم فإن لكل وسيلة (جريدة أو مجلة) أسلوبها الصحفي الذي يتناسب مع تلك العوامل المؤثرة فيها، المهم في النهاية أن يكون الأسلوب الصحفي قادرا على تقديم الأحداث اليومية ببساطة و وضوح ودقة بعيدا عن الأستعارات والكنائيات والتشبيهات والألفاظ الزائدة بحيث يفهما القارئ العادي والمتخصص. وربما تطلب ذلك أختلاف الأسلوب من باب لأخر داخل نفس الجريدة، ومهما تغير الأسلوب من باب لأخر يجب أن يبقى الأسلوب العام للجريدة سهلا في متناول القارئ العادي . و أخيرا يجب أن نبين أنه داخل الباب الواحد هناك أختلاف بين أسلوب الخبر و أسلوب المقال .

ثالثا خصائص الأسلوب الصحفي : و لعل نظرة إلى تاريخ الصحافة بصفة عامة والصحافة المصرية بشكل

خاص تؤكد لنا أنه كانت هناك لغة خاصة بالصحافة تتميز بالخاصيتين هما :

٢٢ أنها تعكس الواقع الاجتماعي و الحضاري و اللغوي الذي يعيشه المجتمع ، فلغة الوقائع المصرية كانت ركيكة و كأن القائمين عليها عجا و ليسوا عربا بينما لغة الصحف أثناء الثورة العربية ففيها إثارة للمشاعر وتستخدم ألفاظ رنانة وهكذا .

٢٣ أنها تعكس تطور أساليب الكتابة العربية و تمثل صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعي و الأدبي و اللغوي ، فصحف القرن الـ 19 في مصر كانت تستخدم أسلوب المحسنات اللفظية و الألفاظ الغريبة و الركيكة تميل إلى الوضوح و البساطة و المنطقية ، بينما برزت مجموعة من المجالات الأدبية و الثقافية في النصف الأول من القرن الـ 20 أثرت لغة الصحافة و الأدب و كان لها أثر عظيم في النهضة الأدبية و اللغوية في الوطن العربي ، و في النصف الثاني من القرن الـ 20 ظهرت لغة جديدة تعتمد على الجمل القصيرة و ذلك على يد صحيفة أخبار اليوم الإيسوعية .

رابعا مستويات التعبير في الاسلوب الصحفي : تختلف مستويات التعبير العملي الصحفي التحريري باختلاف الفنون و الأنماط و الأطر فقد تقترب ن المستوى الأدبي أحيانا و تقترب من المستوى العلمي أحيانا أخرى ، و تتغير في حين آخر و هكذا ، ويمكن تقسيم المستويات الكتابية إلى :

- A. **المستوى الإخباري :** يختص بأساليب تحرير الأخبار بكل أحجامها .
- B. **المستوى التسجيلي (التقريي) :** يختص بأساليب تحرير القصص و الموضوعات و التقارير الإخبارية و الأحاديث الصحفية .
- C. **المستوى التفسيري :** و يختص بأساليب تحرير الأحاديث الأخرى و بعض أنواع التقارير .
- D. **المستوى الوصفي :** و يتداخل مع المستويات السابقة و يختص بأساليب تحرير بعض جوانب الأحاديث و التقارير و التحقيق و مقالات الأعمدة و اليوميات و خاصة تلك التي تنتج بمضمونها العام نحو الرحلات و الخواطر و التأملات و المناسبات و الأعراف و ما شابه .
- E. **المستوى المتأدب :** و هو الأسلوب العلمي المتأدب الذي يقدم مضمون أدبي يتسم بالذوق الأدبي و يظهر في بعض أنواع العناوين و المقدمات و النهايات للأحاديث و التقارير المصورة و التحقيقات الصحفية العامة و خاصة في المجالات الخاصة و كذلك في المقالات و الأعمدة و اليوميات الصحفية الخاصة .
- F. **المستوى العلمي :** و يختص بأساليب تحرير موضوعات متخصصة كالعلوم العامة و العسكرية و الاقتصاد و الزراعة و غيرها من المواد المتخصصة إلخ .
- G. **المستوى العام :** و يجمع بين أكثر من مستوى من المستويات السابقة ، و يجب أن نقول أن تحقيق ذلك لا يتم إلا في إطار عدد من الفنون و الأنماط الصحفية المتميزة هي : التحقيقات الصحفية الخاصة التي تتعلق بالمشكلات و الدراسات الصحفية و الدراسات الشخصية و الحملات و التحقيقات الصحفية + المقالات القائدة الموقعة و المقالات اليومية و المقالات التحليلية = بشرط العثور على الأفكار التي تستحق أن تكون موضوعا لتحقيق صحفي ، و هنا يعمل عدد من المحررين كفريق عمل حيث يصعب على المحرر الواحد أن يطقن عدد من المستويات الفرعية معا في إطار واحد .

□ خطوات التحرير الصحفي

يعد التحرير الصحفي جزءا من نظام عام للأصدار له خطواته وخطته التمهيديّة ، فضلا عن أنه يمثل نظاما فرعيا مستقلا داخل النظام العام لأصدار الصحيفة، ولذا سوف نتناول هذا الموضوع تفصيلا على النحو التالي :

أولا الخطوات التمهيديّة لأصدار صحيفة هي :

1. **إعداد دراسة الجدوي :** تتضمن دراسة الجمهور و معرفة إتجاهاته + دراسة الصحف المنافسة .
2. **إعداد التنظيم الداخلي :** يتضمن تحديد الهدف من الإصدار + رسم السياسة التحريرية + وضع التصميم الأساسي للصحيفة + اختيار النظام الإنتاجي للصحيفة + اختيار الكادر البشري المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة + وضع خريطة تنظيمية للصحيفة تحدد خطوط السلطة و المسؤولية و العلاقات و خط سير النص الصحفي من المحرر إلى المطبعة .
3. **بدأ الخطوات التنفيذية :** و تتضمن الحصول على ترخيص قانوني للأصدار أو التقدم بإخطار + تدبير التمويل اللازم و وضع الميزانية و حساب التكاليف + توفير المقر و التجهيزات التكنولوجية المختلفة للإصدار + الاتفاق مع وكالات الأنباء و وكالات الصورة و الرسوم و المقالات و المعلومات .
4. **إجراء الأنشطة التسويقية :** و تتضمن الإتصال بالمعلنين و حثهم على الإعلان في الصحيفة + فضلا عن الاتفاق مع وكالات الإعلان و التسويق للإستفادة من خدماتهم + إعداد الحمل الإعلانية عن الصحيفة و جدولتها.
5. **إصدار الأعداد التجريبية (الأعداد الزيرو) :** تحديد الموعد النهائي لصدر العدد الأول .

ثانيا خطوات إصدار عدد :

1. **الإعداد :** و يتضمن تقييم العدد الصادر ، ثم التخطيط للعدد التالي .
2. **جمع المعلومات :** من المصادر الداخلية و الخارجية للصحيفة بواسطة المحررين و المندوبين + مراجعة المواد المجموعة و إستكمالها ميدانيا أو مكتبيا .
3. **إعداد الصور و الرسوم :** و يتضمن ألتقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للموضوعات أو الحصول عليها من قسم المعلومات في حالة تعثر الحصول عليها من الواقع + تجهيز الرسوم اليدوية التوضيحية و التعبيرية و الساخرة بواسطة الرسامين .
4. **التحرير المواد الصحفية :** تحرير المواد الصحفية المجمعة في شكل أخبار و موضوعات صحفية و مراجعتها ، و يتضمن ذلك تحرير الكلام و الشروح المصاحبة للصور الفوتوغرافية و الرسوم اليدوية .
5. **تقييم المواد الصحفية :** و يتضمن تقييم كل الأخبار و الموضوعات و اختيار الصالح منها للنشر و التأشير على ما يستوجب أستكمال بعض الجوانب أو الإستبعاد النهائي و ترتيبها داخل أبواب العدد .

6. **تحرير الإعلانات :** و يتضمن جلب الإعلانات الصحفية بواسطة المنديبين و وكالات الإعلان المختلفة و إدارة الإعلان داخل الصحيفة ، ثم تحرير الإعلانات و إخراجها و تنفيذها على ماكينات و إرسالها إلى جهاز التحرير بالجريدة مقترحا عليها الصفحات المطلوب نشرها فيها .
7. **إعداد الماكيت :** و يتضمن توزيع المواد الأخبارية و الإعلانية في شكلها النهائي على صفحات العدد .
8. **إخراج الجريدة :** و يتضمن توصيب الصفحات المختلفة وفقا لخطة العدد و في إطار التصميم الأساسي للجريدة المستقر عليه و وفق الماكيت المعد مسبقا مع مراعاة المساحات بين المواد و أشكال الحروف و البنوط و أحجامها و اتساع السطور و تنسيق الصور و الرسوم بجوار المواد ، ثم إرسال الشكل النهائي إلى قسم الصف لجمعها بواسطة أجهزة الكمبيوتر و مراجعتها و تصحيحها ، و في نفس الوقت إرسال المواد المصورة والمرسومة إلى قسم التصوير لمراجعتها ، ثم تجميع المواد المكتوبة و المصورة وفقا للماكيت المتفق عليه في عملية التوضيب أو المونتاج .
9. **الطباعة و التوزيع :** و تتضمن تجهيز الصفحات بالتصوير الميكانيكي و تجهيز ألواح الطباعة ، و من الملاحظ أن كل الخطوات السابقة تتم الآن بواسطة الكمبيوتر حيث تجرى عمليات الصف و المراجعة و الإستكمال و التصحيح و الإخراج و إنتاج اللوح الطباعي إلكترونيا ، و أخيرا تبدأ المطبعة في عملية طباعة الصحيفة ، و أخيرا التوزيع .

ثالثا خطوات التحرير الصحفي : و هي كما سبق أن ذكرنا تعد جزءا من خطوات إصدار الصحيفة و تختلف خطوات التحرير باختلاف طبيعة النص سواء كان خبر أو (حديث \ تحقيق) أو مقال ، و نستعرضها فيما يلي :

خطوات تحرير النص الإخباري :

1. يتم التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع و المتابع) ، أما المفاجئ فلا يخطط له ، و يتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر و النقاط الرئيسية و جمع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات و من ارشيف المحرر الصحفي الخاص.
2. جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية و الوثائقية .
3. إلتقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفي .
4. مراجعة المادة الصحفية المكتوبة و المصورة لأستكمالها .
5. تقييم المادة الصحفية المكتوبة و المصورة و تحديد صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول (رئيس قسم أو مدير تحرير أو نائب رئيس التحرير أو رئيس التحرير) أو كلهم حسب خط سير النص الصحفي في الجريدة .
6. تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية و التوضيحية و الساخرة التي سوف تصاحب الموضوعات أو تنشر بفرداها.
7. أختيار البناء الفني للنص الصحفي ، أي تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها .
8. التحرير النهائي للنص الصحفي .
9. المراجعة النهائية للنص الصحفي المحرر.
10. التقييم النهائي و تحديد أولويات النشر .

خطوات تحرير النص الغير إخباري (حديث \ تحقيق) :

1. اختيار فكرة النص الصحفي و بلورتها ، ثم مراجعة الفكرة و تحديدها و إقرارها من المحرر المسؤول .
2. جمع المعلومات المتعلقة بفكرة النص من المصادر المكتوبة و المصورة و المرسومة من قسم المعلومات الصحفية أو من أرشيف المحرر الخاص + و من خلال المحرر و فريق العمل + إنقاط الصور و تجهيز الرسوم المناسبة للنص . ثم مراجعة و إستكمال المعلومات التي تم جمعها .
3. تقييم المادة الصحفية المجمعدة و تحديد مدى صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسؤول .
4. اختيار البناء الفني للنص و يقصد بذلك القالب المناسب مثل قالب الحديث الذي يتضمن أسئلة و أجوبة .
5. تحرير النص: يتضمن مراجعة الشاملة للنص الصحفي لغويا و معلوماتيا و أسلوبيا و قانونيا و إستكماله و تعديله.
6. التقييم النهائي و تحديد أولوية النشر .

خطوات تحرير المقال :

1. تحديد فكرة النص الصحفي .
2. جمع المعلومات اللازمة كخلفيات لهذا النص المكتوب و المصور و المرسوم .
3. جمع المعلومات الحالية أو الراهنة .
4. اختيار البناء الفني للنص الصحفي ، أي نوعية المقال و نمطه الفني (مقال إفتتاحي أو يوميات إلخ) .
5. تحرير المقال .
6. المراجعة اللغوية و الأسلوبية و المعلوماتية و القانونية .
7. إستكمال و إعادة صياغة النص في بعض الأحيان إلا بالنسبة لكبار الكتاب المتمرسين .
8. التقييم النهائي و تحديد أولوية النشر .

السياسة التحريرية و العوامل المؤثرة فيها

□ السياسة التحريرية الواضحة و المحددة

لكل جريدة تصدر في العالم رؤية أو فلسفة تحكم عملها اليومي و توجهه و تؤثر عليه ، تلك الرؤية شاملة بمعنى أنها ليست قاصرة على اتجاهها السياسي مثل هل هو ليبرالي أم اشتراكي بل أوسع من ذلك ، فهي تحدد أسلوبها (تقدم تغطية بشكل تقليدي أم تحليلي أم إستقصائي) و مدرستها الصحفية (وقورة أم شعبية أم معتدلة) و إتجاهها (لكل التيارات الفكرية أم تتبنى تيارا فكريا محدد) و مستوى معالجة الأخبار بها (مختصر ، مبسط ، تنقيفي) و طريقة الإخراج (رأسي و الوحدات متداخلة أم أفقي و الكتل المستطيلة) . و من ثم فإن القرار التحريري في الجريدة يعتمد على معايير و قيم منطقية عملية و علمية متفق عليها تشكل متطلبات أساسية لآداء العمل اليومي في الصحيفة بحيث تجيب على سؤالين رئيسيين هما : ماذا أنشر؟ وكيف أنشر؟ ، وهذه هي السياسة التحريرية .

و بناء على ذلك يمكن تعريف السياسة التحريرية بأنها : هي مجموعة المبادئ و القواعد و الخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي و تكون في الغالب غير مكتوبة ، بل مفهومة ضمنا من جانب أفراد الجهاز التحريري و تظهر في سلوكهم و ممارستهم للعمل الصحفي اليومي و هي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى و من موقف لأخر و من فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها .

و هذه المرونة تعني أنها قادرة على طرح عدة بدائل تهتم بالعرض المشوق و تغطية الجريمة و الرياضة و الموضوعات الإنسانية و الطريفة و تقديم مضمون على مستوى رفيع ، فضلا عن تغطية الأخبار بعمق و توازن ، وذلك من خلال المقالات المتممة و المفسرة العامة أو التي تتبنى إتجاهها سياسيا أو حزبيا .

و تتأثر السياسة التحريرية بعدد ضخم من العوامل المتشابكة التي يتعلّق بعضها بالمؤسسة الصحفية من الداخل ، و البعض الآخر بالنظام الإعلامي السائد ، و البعض الثالث بالأوضاع السياسية و الاقتصادية و الإجتماعية و الثقافية السائدة . و نستعرض تلك العوامل على النحو التالي :

1. **الأيديولوجية أو المبادئ التي تلتزم بها الصحيفة و تدافع عنها :** بمعنى مجموعة الأفكار التي تؤمن بها جماعة معينة أو مجتمع معين و تعكس مصالحها و أهتماماتها الإجتماعية و الأخلاقية و الدينية و السياسية و الاقتصادية و الثقافية ، و تقوم بمهمة التبريرات المنطقية و الفلسفية للاتجاهات .
2. **ظروف العمل الصحفي و طبيعته :** حيث تمثل المساحة المحدودة و ضغط الوقت عنصرين حاكمين للعمل الصحفي ، فكم الأخبار دائما أكبر من المساحة المتاحة و التي تأكل المواد الإعلانية جزءا منها ، و من ثم فمعيار النشر هنا هو الأهمية النسبية لكل مادة صحفية و قيمتها الفعلية . مع ضرورة مراعاة أن الأخبار سلعة سريعة التلف فما بات منها لليوم التالي لا يصلح للنشر و من ثم فتحديد أهمية الخبر و اختياره يعد مهمة صعبة .
3. **الجوانب الاقتصادية :** فهناك دائما فجوة بين التكلفة الكلية للنشاط الصحفي و الدخل الذي تحققه من التوزيع و الإعلان ، و تزداد الفجوة كلما أحتاجت الصحيفة لموارد مالية لتطوير أساليب الإنتاج و التوزيع . و هناك عدة عوامل تتحكم في السياسات الاقتصادية لوسائل الأتصال الجماهيرية هي :
 - أ. **السياسة المالية للحكومة و تسعيرها للخدمات الصحفية :** و يتوقف ذلك على نظرة الحكومة للصحافة هل هي مجرد مشروع تجاري و صناعي عادي أم مشروع له أغراض إجتماعية و ثقافية .
 - ب. **الضرائب المفروضة :** فالحكومة قد تفرض ضرائب على نشاط الصحافة أو تعفيها من ذلك أو تقدم لها تسهيلات كتعريفات جمركية و بريدية و هاتفية منخفضة .
 - ج. **المساعدات المالية الحكومية :** كأن تقدم لها قروضا ميسرة و توفر لها ضمانات مقابل شراء معداتها أو تمدّها بالإعانات المالية المباشرة أو تشتري بعض خدماتها ومنتجاتها ، وفي البلاد التي تتمتع بتعدد الأحزاب تقدم الحكومة منحا مالية لكل حزب على أن يخصص جزء منها لدعم الصحافة الحزبية ، و يرى البعض ضرورة التعامل مع هذه المساعدات بحذر بحيث لا تؤثر على أستقلال سياستها التحريرية ، بينما يرى آخرون أنه ما دامت تلك المساعدات تتم طبقا للقانون و وفق معايير عامة فلا مجال للتحوف .

د. **الإعلان** : يعد مصدرا رئيسيا لتمويل الصحف المملوكة للقطاع الخاص ، و يساعد ذلك في تعغطية نفقات الإنتاج و مواجهة متطلبات التجديد و الابتكار، لكنه من جهة أخرى يشكل نوع من الضغط على الصحيفة و لذا يجب أن تهتم الصحيفة بتنوع مصادرها من الإعلانات و إخضاعها لمعايير أخلاقية .

هـ. **المساعدات الخارجية** : و هي تفيد في دعم البنية الأساسية ، والتجهيزات والمعدات ، ومواجهة ندرة موارد رأس المال ، فضلا عن الأستثمارات في مجال التكنولوجيا.

و. **نمط ملكية الصحيفة** : فهناك 3 أنماط هي ملكية الدولة لها مباشرة ، ملكية فرد واحد لها ، ملكية مشتركة من خلال شركة عامة مستقلة أو مجموعة من الشركات المتعاونة .ولكل نوع مزاياه و عيوبه ، فسيطرة الحكومة على الصحف تجنبها مخاطر النزعات التجارية و السعي وراء الربح لكنها في الوقت نفسه تخضع لأشراف حكومي و من ثم فإنها تعبر عن رأي الحكومة و هذا يؤثر في حيادها و قدرتها على تقديم خدمة عادلة متوازنة للجمهور . و العكس صحيح في الملكية الخاصة فهي تسعى للربح الذي يضمن لها البقاء و هي دائما عرضة للمخاطر السوق و لكنها في الوقت نفسه تعبر عن مشاكل الشعب و تبرز الاختلافات الحقيقية الموجودة في المجتمع في إطار الالتزام بالروح الوطنية . و تختلف أنماط الملكية من بلد لآخر ، و الشائع وجود ملكية مختلطة بين النظام الحكومي و الخاص (سواء يهدف إلى الربح أو مملوك لأحزاب سياسية خاصة أو مؤسسات غير حكومية) غير أن الأكثر شيوعا في العالم النظام الخاص و يستثنى من ذلك الدول الأفريقية و الآسيوية و كوبا . و ترى كثير من الدول أن ملكية الدولة لوسائل الأتصال و الصحافة يحد من تعدد مصادر المعلومات و الآراء و يحول دون حرية الإعلام . و من جهة أخرى هناك أسباب قد تدفع إلى احتكار الإعلام مثل الضغط الإقتصادي و الحاجة الملحة لإدخال تكنولوجيا جديدة متطورة في مجال الصحافة ، فضلا عن ظروف المنافسة على مصادر الدخل كالإعلان و التوزيع و ارتفاع تكاليف الإنتاج و الأفتقار إلى مصادر تمويل جديدة و المنافسة بين وسائل الأتصال و القصور الإداري بسبب التضخم العام و أخيرا الخوف من السيطرة الأجنبية الخارجية .

4. **تكنولوجيا الصحافة** : تلعب تكنولوجيا إنتاج الصحف دورا مهما في عملية الإصدار و تؤثر في نجاحها التحريري ، و في كل يوم هناك تطورا جديدا في هذه التكنولوجيا ، و هناك أعتبارات يجب مراعاتها عند نقل تكنولوجيا جديدة أو الإستعانة بها و هي :

أ. **أن تناسب ظروف الدول النامية** و أحتياجاتها التنموية .
ب. **أن تكون التكنولوجيا بسيطة** و غير مكلفة ، أما التكنولوجيا المتقدمة فهي غالية الثمن و تعتمد على الإستغناء عن كثير من العمالة بما يؤدي إلى خلل إجتماعي .

ج. **أن يتم الإعتماد على الذات في تصميم و إنتاج و إستخدام التكنولوجيات** في هذا المجال .
د. **السعي لتحقيق أقصى فائدة من هذه التكنولوجيا** في أقل وقت ممكن و ذلك بتحديد المشاكل التي يحتاج حلها إستخدام تكنولوجيا كخطوة أولى قبل تخصيص إستثمارات لها أو قبول برامج المساعدة الخارجية في هذا المجال .

هـ. **أن يتم زيادة الإعتمادات المخصصة لتشجيع بحوث تطويع التكنولوجيا** و دعمها في المجال .

5. **الجهاز التحريري :** ويشمل رئيس التحرير و مدير التحرير و نواب رئيس التحرير و رؤساء الأقسام و المحررين و المندوبين ، مهمة الجهاز التحريري جمع المواد الصحفية و كتابتها و مراجعتها و تحريرها و إرسال أصول المواد التحريرية للجهاز الفني ، ويتوقف نجاح الصحيفة على مدى التجانس و التعاون داخل الجهاز التحريري . و هناك عوامل تتعلق بالجهاز التحريري تؤثر بشكل كبير في سياسة التحرير وهي :

أ. **كفاءة الأفراد المهنية ،** أو ثقة الحكومة فيهم ، أو أن يكونوا من بين الكوادر الحزبية ، أو أن يشترط إنتماؤهم لنقابة مهنية أو أن يكونوا حاصلين على ترخيص أو إذن بالعمل من جهة ما إدارية أو سياسية .

ب. **ظروف تنشئتهم الإجتماعية و ثقافتهم و إنتماءاتهم الإجتماعية و السياسية .**

ج. **تأهيلهم و تدريبهم ومهاراتهم الاتصالية .**

د. **ظروفهم الاقتصادية و الإجتماعية .**

6. **طبيعة عملية حراسة البوابة :** فالمادة الصحفية في طريقها إلى الجمهور – كما نعرف وفقا لهذه النظرية –

تمر بنقاط أو بوابات يتم فيها إتخاذ قرارات بما يدخل و ما يخرج ، و كلما طالت المراحل زادت نقاط التفتيش أو البوابات ، و هناك مجموعة عوامل تتحكم في إتخاذ القرارات التي تخص النشر و التي يتحدد بناءا عليها ما يسمح بنشره و ما لا يسمح بنشره من كافة النواحي السياسية و القانونية و الأخلاقية و الإجتماعية . فضلا عن وجود معايير يتم وفقا لها إنتقاء المادة الصحفية و منها على سبيل المثال :

أ. **معايير اختيار** الأنباء و نشرها و تتضمن القيم الإخبارية المتعارف عليها ، و هذه القيم محل نقاش طويل حول ضرورة إعادة النظر فيها من أجل تقديم صورة صادقة و شاملة للأحداث .

ب. **معايير التعبير** عن احتياجات فئات من الجمهور وبالذات المحرومة أو المهملة كالنساء و الأطفال و المسنون و المعاقون و سكان الريف ، فمن الملاحظ أن وسائل الإعلام و خاصة الصحافة تركز على فئات معينة لأعتبارات سياسية أو عرقية أو دينية أو لغوية .

ج. **معايير تتعلق بالمصدر**، فمن الضروري خلق توازن بين المصادر الأجنبية و الوطنية حرصا على الثقافة و الهوية الوطنية دون أن نغلق الباب في وجه الثقافات الأخرى حرصا على متابعة الحركة الفكرية .

و لذا لا بد للسياسة التحريرية أن تتخذ قرارات مثل : تعمد إغفال أو عدم إغفال نشر بعض الأخبار أو الآراء + النقد السلوكيات السيئة + حماية سرية مصدر المعلومات + الفصل بين الخبر و التعليق + تحديد مساحة تخص المادة الإعلانية + إعادة النظر في التعريف الضيق للخبر و الأعتبارات التي تحكم ما يجب نشره أو مناقشته + القيم المطلوب التركيز عليها و القيم المطلوب التصدي لها .

7. **جمهور الصحيفة :** يمكن تحديد علاقته الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين : الأول تحديد الجمهور

الذي يقرأ الصحيفة بالفعل و الجمهور المستهدف و معرفة سماته و خصائصه (الجنس و العمر و الحالة النفسية و الإجتماعية و الاقتصادية و الأهتمامات) ، الثاني ما يريده الجمهور و ما يحتاج إليه ، فيجب على السياسة التحريرية أن تلبي رغبات الجمهور و أن توازن بين ما يرغب فيه و بين ما يحتاجه فعليا .

8. **العوامل الوسيطة :** و هي مجموعة من العوامل الوسيطة التي تؤثر على السياسة التحريرية و تتضمن :

أ. **المعايير التي تحكم السلوك الاتصالي في المجتمع وفق سمات المجتمع وحاجاته، والتي تحدد :**

- ٢٤ هدف الاتصال (يهدف إلى الربح أم إلى تغيير إتجاهات و سلوك المجتمع أم إلى لتحقيق الأمرين)
- ٢٥ وظائف الاتصال (الأعلام ، التنقيف ، الحوار ، التنشئة الإجتماعية ، الإعلان ، الترفيه ، التكامل إلخ) و جدير بالذكر أن وظائف الصحافة في الدول النامية تتضمن تغطية الاحداث بدقة و طرح كافة الآراء دون الأقتصار على رأي فئة بعينة (سلطة سياسية أو أقتصادية أو القائمين على الوسيلة) ، و أن تقوم بدور الوسيط بين الحاكم و المحكومين (تنقل سياسة الحكومة و ردود أفعال الجمهور و التعبير عن همومهم) ، و توجيه الرأي العام نحو المشاركة في إدارة المجتمع و تنمية مداركه السياسية بحيث يكون قادرا على إتخاذ القرارات و مساعدة الفرد على تقدير مسؤوليته و دوره كعنصر في المجتمع ، و دعم قضايا التنمية في كافة المجالات و دعم القيم و الهوية الثقافية و الوطنية و الأنتماء إلى الوطن و الوحدة و التكامل الجغرافي و السياسي و دعم الروابط بين الماضي و الحاضر للحفاظ على الأصالة ، و الدفاع عن قضايا الحرية و الإستقلال و المساواة و المساهمة في دعم التفاهم الدولي و تعزيز حقوق الإنسان و مكافحة التفرقة و الحرب . و لكن الواقع أن هذه الأهداف تتعرض للتشويه على أرض الواقع و نشر أنصاف الحقائق .
- ٢٦ طبيعة التغطية (إخبارية خاطفة أم تعليقات أم تفسيرات أم خلفيات أم تقديم آراء جاهزة و فرض قناعات و إعتقادات أم تقديم حقائق و معلومات و وجهات نظر لتتوير الجمهور).
- ٢٧ طبيعة الخدمة (تلبية أحتياجات الجمهور أم السيطرة على فئة معينة لخدمة مصالح فئة ما)
- ٢٨ النموذج الاتصالي المتبع (أفقي أم رأسي) ومدى الأهتمام برفع الصدى وحق الاتصال و مشاركة الجمهور .

ب. **القيود المفروضة على الصحف :** قد تكون مباشرة كوجود رقيب مقيم في الصحف كرئيس التحرير، أو غير مباشرة كالتعليمات الحكومية حول كيفية معالجة بعض الموضوعات و الأحداث ، أو وضع قائمة بالموضوعات و المعلومات المحطور نشرها ، أو مثل ممارسة بعض أشكال الإرهاب ضد الصحفيين كالتهديد والعنف و معاقبة الصحفيين الغير ملتزمين بالتعليمات أو الحرمان من النشر أو الإنذار أو وقف نشاط الصحيفة .

ج. **معايير موثيق السلوك المهني** وتكون في شكل موثيق الألزامية التي تحمل أشكال العقاب للمخالفين لمعايير السلوك المهني و التي تندرج من التأنيب إلى الوقف عن مزاوله المهنة ، كما يمكن أن تأخذ شكل موثيق أختيارية مثل رغبة العاملين و موافقتهم على الموثيق التي تحمي الجمهور من الإستخدام الغير مسؤول أحيانا للصحافة + حماية الصحفيين من التعرض لأي ضغوط ضد ما تمليه عليهم ضمانتهم + حماية حق الصحفيين في الحصول على المعلومات .

9. **العوامل الغير مباشرة التي تؤثر على السياسة التحريرية :** و تتضمن الظروف العامة السائدة في البلاد سياسيا و أقتصاديا و إجتماعيا ، فضلا عن سياسة الدولة العامة .

□ فهم و تحديد السمات قراء الصحيفة

ينبغي التعرف بشكل مستمر و منظم على جمهور الصحيفة من خلال وسائل مثل : تحليل بريد القراء و اتصالاتهم الهاتفية و اللقاءات المستمرة مع الجمهور و بحوث القرائية و بحوث القراء و التي تعد من أكثر الوسائل دقة في فهم و تحديد سمات القراء (من يقرأ الجريدة ، و ما سماته و عاداته في القراءة و تقديراته و المواد التي يفضلها و رأيه الإجمالي في الجريدة) .

□ الاسلوب الصحفي المقروء

لكي نحصل على الأسلوب الراقي المقروء يجب إتباع قواعد الأسلوب الصحفي بشكل عام و توظيف نتائج بحوث المقروئية و صيغها و مقاييسها ، فضلا عن الإستفادة بالكتب و الأدلة في بناء أسلوب صحفي متنسق . و يجدر بنا أن نشير هنا إلى أن بحوث المقروئية تقيس مدى إنقرائية مضمون الفقرات داخل الجريدة و مدى تأثيرها في القارئ ، و ذلك من خلال قياس قدرة القارئ على إستيعاب و فهم للتعرف على مدى سهولة أو صعوبة قراءة المادة التحريرية و الأسلوب و التحرير و اللغة المستخدمة و المعايير و المقاييس المستخدمة .

و الكتابة المقروءة هي الكتابة السهلة الإستيعاب و المفهومة للقارئ المتوسط ، و هذا ما تؤديه وظيفة التحرير الصحفي من خلال مراجعة و صقل النص لغويا و تبسيط العناوين الرئيسية و الفرعية و تزويدها بالصور و الرسوم و وضعها في الحيز المناسب في الصفحة. و فيما يلي نستعرض الأدوات المستخدمة في إعداد أسلوب صحفي مقروء .

1. **مقاييس و صيغ المقروئية :** يعد Boss Clark رئيس تحرير New York Sun في السبعينات من القرن الماضي هو أول من تنبه إلى أهمية مقاييس المقروئية حيث كان دائما يخاطب زملائه (رؤساء التحرير و المحررين) فيقول "أستعملوا كلمات و جمل بسيطة و تذكروا أنكم تكتبون و تحررون للناس" ، و قد جاءت المقاييس في القرن الحالي لتعمق ما قاله Boss Clark فتدرس كل العناصر التي تجعل الكتابة مقروءة معزولة من بعضها و زودت بعدة صيغ أو مقاييس يسترشد بها كمعيار في عمليات تحرير و تطوير الكتابة و في المراجعة .

2. **كتب و أدلة الأسلوب :** إن الكتابة الصحفية تستخدم قواعد اللغة الصحيحة للتعبير عن الحدث دون أن يعطي المحرر أنطباعه الشخصي على الحدث و هذا يتطلب أتساق الأسلوب من خلال قواعد موحدة للأسلوب تجعل القارئ يركز في المحتوى دون أن يشعر بأختلاف بين النصوص المتجاورة ، و هذه القواعد يتم صياغتها في كتب أو أدلة الأسلوب و التي تضمن مثلا : كيفية إستعمال الحروف الكبيرة و الأختصارات و علامات الترقيم و الهجاء و الأعداد . و يرجع السبب في أهميتها إلى : الحاجة إلى أسلوب موحد للغة مما يعطي مظهرا موحدا للجريدة و يوفر على القارئ عملية تخميد الكلمة الصح و معناها + الحاجة للحفاظ على المساحة من خلال

إستعمال كلمات محددة و معبرة و مختصرة + الحاجة لتوفير الوقت الذي قد يضيعه المحرر في تقديم أي الكلمات أو العبارات أو الأرقام أو الأختصارات أصح + إعطاء صورة واضحة محددة عن أسلوب الجريدة الموحدة للقادمين الجدد من المحررين .

3. وكالات الأنباء و كتب الأساليب : قامت وكالة **United Press International** و **Associated Press**

في أواخر الخمسينات من القرن الماضي بتطوير أسلوب كتابة موحد و متسق و شائع من خلال كتابين للأسلوب **Style Book** و أجبرتا مئات الجرائد على إتباعه ، و قد حدث نفور في البداية من جانب الجرائد لكنها بعد فترة صارت المرجع الأسلوبي لتلك الجرائد و في العشرات من مدارس و كليات الصحافة . و في أواخر السبعينات تم تحديث تلك الأدلة بشكل جماعي حيث أثيرت قضايا و حاجات جديدة دعت إلى مراجعة إضافية ، و في 1977 و بعد عامين نشرت كل من الوكالتين كتبا أسلوبية جديدة بشكل كامل و منظم و إستقبل رؤساء تحرير الطبوعات المنقحة من كتابي الأساليب هذين بترحيب شديد . و قد تضمنت محتويات كتابي الأسلوب للوكالتين على أقسام نمطية هي (الحروف الكبيرة و الصغيرة ، الأختصارات ، علامات الترقيم ، الإعداد ، الهجاء) . و لكن طبعتي 1977 تضمنتا توسعات بشكل كبير و مدخل أبجدي مما جعل منهما مرجعين قيمين حيث شملتا الهجاء الصحيح لمئات من أسماء الشركات و المعتقدات الدينية و قواعد النحو و إستعمال الحروف الكبيرة و الصغيرة و الأختصارات و الأقتباس المباشر و جمع الأسماء . وقد تميز أسلوب وكالة **Associated Press** بأحتوائه على قسم مفيد في الجوانب القانونية .

و يمكن تلخيص عمل كتابا الأسلوب بالوكالتين في : "وضع قواعد واضحة و بسيطة مع السماح بإستثناءات قليلة عن القواعد و الأعتقاد بشكل كبير عى قاموس مختار يحكم في المنازعات" . و بينما تتبع كثير من الجرائد هذين الكتابين ، نجد أن هناك جرائد قد طورت كتبا للأسلوب خاصة بها تتضمن في عمومها : إستعمال الحروف الكبيرة و الأختصارات و الألقاب و علامات الترقيم (. ، : () ! { } - إلخ) و الهجاء و الواصلة و الأرقام و مصدر القصة و أسماء المحررين و المحاكم و سياسات التحرير التي تتعلق ببعض جوانب المضمون كالجريمة مثلا . أما الجرائد المحلية الصغيرة تعتمد على وريقات أسلوب **Style Sheet** بالإضافة إلى أساليب و كتب وكالات الأنباء كدليل عام لها .

□ نظام كفاء للمعلومات الصحفية

أولا مفاهيم و تعريفات : إن المعلومات هي عصب العملية الصحفية عموما و العملية التحريرية على وجه الخصوص فهي المادة الخام التي يسعى المحرر الصحفي لجمعها و إستكمالها و مراجعتها و تنقيحها و صياغتها ثم عرضها على المحرر المسئول لكي يقرر صلاحيتها للنشر ، ولكي نفهم مصطلح المعلومات **Information** يجب أن نفرق بينه وبين عدة مصطلحات أخرى هي :

- ❧ **الحقيقة Fact :** و هي الشئ الذي تبين صدقه عن طريق الملاحظة الإنسانية ، و كل مجموعة مختارة من الحقائق تشكل ما يعرف عادة بالبيانات أو المعطيات التي يمكن إستخلاص النتائج منها .
- ❧ **البيانات Data :** هي جمع لكلمة Datum أي بيان، والبيانات قد تكون مجموعة من الأرقام أو الكلمات أو الرموز أو الحقائق أو الإحصاءات الخام الغير مرتبة ولا مقيمة ولا مفسرة وغير جاهزة للاستخدام ولا علاقة بين بعضها البعض ولا تعطي معنى بمفردها مثل تاريخ ميلاد أو رقم أو تصريح مقتضب أو صفة إنسانية .
- ❧ **المعلومات Information :** فإذا ما قيمت و فسرت ونظمت و رتبت وعولجت بتكنولوجيا المعلومات و تم تشغيلها ومعالجتها أصبح في النهاية لها معنى يؤثر في إتجاه و رد فعل وسلوك إنساني يزيد من يقين الفرد تجاه قضية أو مشكلة أو موضوع ، ومن ثم تصبح في هذه الحالة معلومات. والمعلومات هي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لأستعمال محدد بحيث صار للبيانات قيمة بعد تشغيلها (بالتفسير و التحليل و التجميع)، وكي تصير البيانات معلومات يجب أن يتوافر فيها الخصائص هي : الدقة و الخلو من الأخطاء + أن تمثل الواقع و تعبر عنه + ألا تتضمن تفاصيل مبالغ فيها أو إيجاز مخل + أن تكون مناسبة للأستخدام زمنيا .
- ❧ **المعرفة Knowledge :** المعلومات تعتبر حجر الأساس للمعرفة فالتراكم اليومي والأسبوعي للبيانات المقومة والمعالجة ينسج بناء جديد أسمه المعرفة ينضمن المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية والإتجاهات نحو الطواهر والأشياء المحيطة بالفرد والمجتمع في وقت معين، ومن ثم فإن المعرفة تختلف من فرد لأخر ومن وقت لأخر وهذا هو سبب أختلاف إتجاهات وآراء الناس نحو القضايا المختلفة . بأختصار فإن المعرفة تمثل حصيلة جهد وخبرة ومعلومات يمتلكها الفرد أو المجتمع في وقت معين .
- ❧ **العلم Science :** إذا تمكنا من جمع هذه المعارف و تفسيرها بشكل منظم ومنهجي فإننا يمكننا تفسير الطواهر والتنبؤ بها والوصول إلى أحكام وتعميمات عامة تأخذ شكل قواني ونظريات تنتج ما يسمى بالعلم . و المعرفة قد تكون علمية يتم الوصول إليها بإتباع منهج علمي سليم في التفكير أو أن تكون غير علمية كالمعرفة الحسية والميتافيزيقية، وبالتالي فالمقصود بالعلم هنا تلك المعارف التي يتم الوصول إليها بأتباع منهج علمي .
- ❧ **الاتصال Communication :** هو عملية نقل المعاني والأفكار من طرف إلى آخر بهدف المشاركة في الأفكار والمعلومات والمعاني من خلال الاتصال الشفهي أو المكتوب أو المسموع والمرئي، وقد يتم الاتصال بلغة الجسد كالإيماءات وحركات الجسم وبالروائح والألوان وهذا هو مجال أهتمام الدعاية والإعلان و الـ PR .
- ❧ **الأعلام informing :** هو نشاط إتصالي يتضمن عملية المشاركة في المعنى من خلال نقل معلومات معينة من طرف أول (مؤسسة إعلامية) إلى طرف ثاني (جمهور) بهدف تزويده بمعلومات صادقة عن قضايا و ظواهر و مشكلات و مجريات بطريقة موضوعية بما يسهم في تنوير الرأي العام و تكوين رأي عام تجه وقائع و موضوعات و القضايا و المشكلات ، و للإعلام وسائله المختلفة و من بينها الصحافة .
- ❧ **الصحافة Journalism :** هي أحد وسائل الإعلام التي تعني بنشر المعلومات في شكل مواد إعلامية و ثقافية كالقصاصات الصحفية و الصور افوتوغرافية و النشرات و التقارير و الإحصاء و المواد السمعية والبصرية ، المحفوظة بشكل يسهل الرجوع إليها و إسترجاعها عند الحاجة و هذه المواد تتضمن معلومات في شكل أخبار و تحقيقات و مقالات و أحاديث و تقارير و صور و وثائق ، و هي تفيد الصحفي في عمله اليومي .

ثانياً الصحيفة كمؤسسة معلوماتية : تعتبر بمثابة نظام مفتوح للمعلومات يتضمن مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تتخذ يومياً أو إسبوعياً بشكل منظم للحصول على المعلومات ومراجعتها وتجهيزها وتنظيمها وتخزينها ونشر بعضها وإسراجاع البعض الآخر في الوقت المناسب لأحتياجات المحررين الصحفيين ، و الصحيفة كنظام للمعلومات يتضمن مدخلات Input هي المعلومات ، وعملية Processing تتضمن التخطيط التحريري للتعطية الصحفية وجمع المعلومات من مصادرها المختلفة ومراجعتها وإسكمالها ثم التحرير الصحفي لتلك المعلومات ، و مخرجات Output وهي المادة الصحفية المنشورة وكذلك الخدمات المعلوماتية التي يقدمها قسم أو مركز المعلومات أو بنوك المعلومات الداخلية والخارجية المستفيدة في الأساس من المادة الصحفية المنشورة .

و بالتالي فإن الصحيفة كنظام للمعلومات هي عبارة عن كم هائل من المعلومات و مجموعة من المحررين الصحفيين يتولون معالجة هذه المعلومات و نظام يضمن عملية تخزين و معالجة و إسترجاع المعلومات و نشرها و رصد رجع الصدر للعملية التحريرية ككل . و هذا النظام يعتمد على مصادر لجمع المعلومات هي : مصادر بشرية (أشخاص) + مصادر غير بشرية كالوثائق و التقارير ، و من ثم يمكن تصنيف هذه المصادر إلى نوعين :

⌘ **معلومات أولية :** وتتضمن معلومات أولية و تتسم بالفورية و الحالية و الجدية و ترتبط بالوقائع اليومية .
⌘ **معلومات ثانوية :** و تتضمن المعلومات الثانوية أو المكملة أو المساعدة التي سبق نشرها و جمعها و تخزينها في قواعد بيانات لأسترجاعها عند الحاجة ، و هي تقدم خلفيات و تفاصيل و تفسيرات لوقائع راهنة و معلومات أساسية عن الظواهر و الوقائع و المفاهيم .

ثالثاً أهمية المعلومات الثانوية في النشاط الصحفي: فجزء ضئيل من المعلومات يأتي من خارج الصحيفة من المصادر الحية و الوثائق ، أما القسم الأكبر فيتم الحصول عليه من داخل الصحيفة من خلال مركز المعلومات الصحفية و الذي يشكل الذاكرة الخارجية للمحرر الصحفي (RAM) و الذاكرة الداخلية للصحيفة (ROM) ، و تنحصر مهمة مركز المعلومات في جمع و تجهيز و أختزان المعلومات و تنظيمها و إسترجاعها في الوقت المناسب لأهتمامات المحررين و احتياجاتهم الوقتية ، و يتضمن قسم المعلومات الصحفية قطاعين رئيسيين هما :

⌘ **إدارة المكتبة الصحفية :** و تضم قطاعين أساسيين هما :

1. قسم الدوريات : و يتضمن أعداد الجريدة أو المجلة التي تصدرها ، بالإضافة إلى الدوريات المحلية و الدولية الأخرى ، وفي هذا القسم يتم الإعتماد على تكنولوجيا إستطوانات الليزر و الميكرو فيلم و الكمبيوتر في عمليات الحفظ و الإسترجاع .
2. قسم الكتب و المراجع : و يتضمن الكتب العادية التي يقرأها المحرر الصحفي من بدايتها إلى نهايتها و تضم كتب عامة و متخصصة يمكن إعارتها خارج المكتبة . فضلا عن المراجع التي يتم إستشارتها عند الحاجة مثل الموسوعات و القواميس و المعاجم و التراجم و الأدلة و الكتب السنوية و الأطالس و الخرائط و المختصرات و الكشافات و الببليوجرافيات و المستخلصات و قوائم الناشرين و الأطروحات.

⌘ إدارة الأرشيف الصحفي : و يتضمن الآتي :

1. أرشيف المعلومات : و يضم القصاصات الصحفية و التقارير و النشرات و نصوص صحفية أخرى و ملفات عن موضوعات أو أشخاص .
2. أرشيف الصور : و يضم الصور الفوتوغرافية المنشورة و غير المنشورة في الصحيفة في شكل كلاشيهات و أفلام سالبة و موجبة و تضمن صور لأشخاص و موضوعات .

⌘ إدارة البحث و الإحصاء : و تتضمن :

1. وحدة البحث : و مهمتها إعداد البحوث والمستخلصات و الببليوجرافيات و الكشافات و التقارير الإحصائية و الترجمة .
2. وحدة الإنتاج و النشر : لإنتاج المصغراف الفيلمية و موقع المؤسسة على الإنترنت .
3. وحدة الحاسب الآلي : و تشرف على قواعد البيانات و أجهزة نظام المعلومات الصحفية و النظم الآلية التي تخدم المؤسسة الصحفية .



في هذا الفصل : تحرير الجريدة

التخطيط لتحرير الجريدة

إستعمال أدوات البحث العلمي

الأساليب الجديدة للتغطية

تيار صحافة الخدمات

تيار الصحافة الجديدة

الاشكال الإخبارية

الاشكال الإخبارية - التصنيف والمكونات

أنواع التغطية

مراحل التغطية

الاشكال التفسيرية والإستقصائية

أشكال مواد الرأي

الاشكال الأخرى



التخطيط لتحرير جريدة

□ أولاً إستعمال أدوات البحث العلمي الإجتماعي في

جمع المادة الصحفية و تصنيفها و تحليلها

يعتبر البعض العمل الصحفي – خاصة التغطية التفسيرية و الاستقصائية – بأنه بحث علمي ينقصه التدقيق و إتباع المنهج العلمي في جمع و تحليل و تقييم البيانات ، في حين يرى البعض أن البحث العلمي يختلف كلياً عن ذلك ، بل و يجب ذكر خطوات العمل الصحفي في مقدمة مناهج البحث كمحظورات ينبغي على الباحث تجنبها . فيما ترى أي أي الأتجاهين أصدق، وما العلاقة بين الصحفي و الباحث العلمي ، وما وظيفة كل منهما ، و ما هي أوجه التشابه و الأختلاف بينهما ؟ تساؤلات كثيرة نجيب عنها في السطور التالية .

أولاً أوجه الأختلاف بين الصحفي و الباحث العلمي : إن وجه الأختلاف الأساسي

بينهما هو المنهج الذي يتبعه كل منهما في عمله، فالصحفي يقدم تقريراً حالياً للقراء عن الأحداث الراهنة المهمة و الممتعة و هذا التقرير يتدرج من الخبر البسيط إلى الشكل المعقد الذي يعتمد على التحليل و الإستقصاء كالمقالات الأفتتاحية و الأعمدة و التغطيات الإستقصائية. أما الباحث العلمي فيتبع خطوات منهجية تتجاوز حدود الواقع للوصول إلى معرفة علمية جديدة تأخذ شكل قوانين و تعميمات تفسر الظواهر و يمكن تطبيقها عبر المكان و الزمان . و من ثم فالصحف هي وسيلة جماهيرية تستخدمها شريحة كبيرة أما البحث فموجه لفئة محددة هم المجتمع الأكاديمي .

ثانياً أوجه التشابه بين الصحفي و الباحث العلمي : يتفق كلاهما من حيث المبدأ

- و الأهداف العامة و مجال العمل ، و يمكن حصر أوجه التشابه بينهما في أن كلاهما :
1. يعتمد على التحري كمدخل لجمع البيانات و الحقائق ، فضلا عن التقارير و البيانات و الأحكام السابقة.
 2. يحاول الوصول إلى الحقيقة من خلال تحليل الظواهر الإجتماعية و الأقتصادية و السياسية و جوانب سلوك الفرد و حركة المجتمع .
 3. يعتمد على قاعدة أو أساس تجريبي هو الملاحظة و التجربة المباشرة ، فالصحفي

يعتمد على الملاحظة الأولية لحدث مثل محاكمة قاتل ، و الباحث يعتمد على اختبار فرض العدوانية في معمل من معامل علم النفس، فالأساس في الحالتين هو ملاحظة موقف بشكل موضوعي و منهجي بهدف وصف الظاهرة سواء كانت واقعا أو تجرية .

و الموضوعية في البحث العلمي يقصد بها أن تكون علاقة الملاحظين بالشئ حيادية بحيث تكون الملاحظة بعيدة عن أهواء و ميول و مصالح الباحث بالرغم من اختلاف زوايا المشاهدة و من ثم تتحقق النزاهة و الموضوعية في البحث العلمي ، و يهدف في النهاية إلى تقديم تقارير إما تقدم أحكام (بقبول أو رفض) و إما تقدم إستنتاجات . أم الموضوعية في العمل الصحفي فيقصد بها الوصول إلى تقارير و أحكام و بيانات بالتحري الدقيق ليقدّم تقريرا إخباريا واقعا حاليا . و لذا ينصح الصحفيين من دعاة المنهجية العلمية باستخدام التقارير التي تعتمد على الأحكام و الإستنتاجات تفوذهم إلى إختيار تفاصيل معينة لخلق إنطباع معين مثل ما تفعل مجلة تايم الأمريكية .

ثالثا وظيفة كل من الصحفي و الباحث العلمي : يبدأ عمل الصحفي و الباحث العلمي بوجود واقعة أو مشكلة أو ظاهرة ، ثم البحث عن تفسير لها من خلال وضع فرض أو تصور ، ثم جمع المعلومات المتعلقة بالموضوع ، غير أن الاختلاف بينهما في مدى الأمانة في جمع المعلومات و تحليلها و تفسيرها فالباحث يكون أكثر أمانة من الصحفي و هذا ما يدفعه إلى التشكيك في المصادر الصحفية و محتواها .

رابعا أسباب إستخدام أدوات البحث العلمي الإجتماعي في المجال الصحفي :

1. **منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى الإلكترونية و المطبوعة للجريدة :** فقد أثر التلفزيون على الصحافة الأمريكية تأثيرا كبيرا ففي الـ 60s دمر المجلات المصورة العامة و إستولى على ميزانيات الإعلان التي كانت موجهة لها، وفي الـ 70s طال تأثيره الجرائد فسحب منها بعض الإعلانات و جذب إليه جزءا من جمهور الصحف و من ثم أنخفضت أرقام التوزيع . و من جهة أخرى فقد مثلت المجلات العامة وجها آخر من المنافسة للصحف بفضل ما تقدمه من مادة متخصصة و متعمقة بالتحليل و التفسير، فضلا عن زيادة عدد الناصجين و المتعلمية و اختلاف عاداتهم القرائية. وقد دفع ذلك الجرائد إلى تقديم محتوى أكثر عمقا و تفصيلا بالتفسير و الاستقصاء و التحري و تقديم خلفيات عن المواضيع و التغطية الواسعة بهدف منافسة كل من المجلات و التلفزيون بحيث يحس القارئ بالفارق بينها وبين وسائل الاتصال الأخرى .

2. **الأخطاء و المغالطات الصحفية اليومية :** فيسبب طبيعة العمل التي تتطلب السرعة يقعون في أخطاء، ولذا فإن إتباع أدوات البحث العلمي مثلت ضرورة كي لا يقعوا في تلك الأخطاء و المغالطات اليومية مثل :

⌘ التعميم من عينة غير ممثلة : و يحدث هذا عندما يعتقد المحرر الصحفي أن ما حدث في مكان ما أو زمان ما يمكن تعميمه كقاعدة في حين تكون العينة أو الواقعة تمثل تجربة ذاتية لا يصلح تعميمها .

⌘ إساءة إستخدام كلمة عشوائية : فبعض الصحف تستقصي ردود فعل الجماهير تجاه حدث أو قرار ثم تعلن أن نتائج الإستقصاءات عشوائية في حين يكون النص المنشور عبارة عن مجموعة من الأقتباسات لا تحوى أي معلومات عن المجتمع الذي تم دراسته أو حجم العينة ، و السبب هو عدم فهم الصحفيين لمعنى

العينة العشوائية ، فالعينة العشوائية تعنى إتاحة الفرصة لكل أفراد المجتمع للظهور في العينة دون التقيد بنظام خاص في الاختيار أو الترتيب و هذا هو المقصود بالعشوائية ، مثل كتابة أسماء أفراد المجتمع في ورق صغير يتم خلطه ثم اختيار العدد المطلوب دو تمييز بين الأوراق المختلفة و بشكل أكثر تعقيدا يتم الاعتماد على جدول الأرقام العشوائية و هو جدول فيه قائمة بأرقام موضوعة دون أي ترتيب فيتم اختيار عدد من الأرقام يمثل العينة المطلوبه .

٢٤ إجراء إستقصاء رجل الشارع : حيث يتم اختيار عينة على أساس غير علمي بحيث تكون غير ممثلة و توجيه أسئلة لتلك العينة حول موضوعات محددة ثم نشرها في موضوع صحفي و هذا لا يزودنا بمعلومات كمية دقيقة مثل عدد أفراد العينة ، و غالبا ما يكتفى بذكر توصيف عام لتلك العينة مثل الرجال و النساء في محافظة كذا .. أو جماهير منطقة كذا ... أو يورد حجم العينة و نسب الموافقة و الرفض و لكنها لا تكون ممثلة بشكل علمي .

٢٥ الوصول لأستنتاجات سببية غير صحيحة : ففي أحيان كثيرة خاصة في الموضوعات ذات الطابع التفسيري و الإستقصائي ، تصل الجرائد إلى إستنتاجات لأحكام و تقارير بدون سند علمي صحيح كأن تقرر أن هذا الشيء يؤدي إلى حدوث هذا الشيء إستنادا إلى ملاحظات بعض الأشخاص أو إستنادا إلى مقارنة بموقف سابق أو بسبب قناعة رئيس التحرير أو المحرر . مثلا على ذلك أن خبر عن شاب أنهم بالأعتداء على طفلة و أنه كان كثير الأطلاع على المجالات و الأفلام الجنسية ، و هذا يقود ذهن القارئ إلى الأعتقاد بأن كثرة الأطلاع على الإباحيات هي سبب الواقعة .

خامسا الأستفادة الصحفية من مناهج البحث في العلوم الإجتماعية: يمكن أن تكون على مستويين متوازيين:

1. **المستوى الأول :** الأستفادة من الخطوات المنهجية للبحث العلمي في التصدي لموضوع معين من خلال

مجموعة خطوات متسلسلة و متداخلة هي :

(1) الأحاساس بالمشكلة : من خلال الملاحظة المتعمقة و التجرب و الخبرة و الكثرة الإطلاع و التعرف على

وجهات النظر المختلفة في المشكلات و النظرة الناقدة .

(2) دراسة المشكلة : و تحليلها و صياعتها .

(3) وضع الفروض أو التساؤلات : التي يسعى الباحث إلى الإجابة عنها .

(4) تحديد نوه البحث .

(5) تحديد طرق جمع البيانات و تصميمها .

(6) المعالجة الإحصائية : بمعنى تفسير و عرض المشكلة في شكل إحصائي رياضي يسهل معه اختيار العينات

و تفسير نتائجها للوصول إلى إستنتاج علمي سليم .

(7) جمع البيانات وفقا للطرق التي تم تصميمها لتلك العملية .

(8) المعالجة الإحصائية البيانات التي تم جمعها .

9) استخدام النتائج المحددة التي أنتهت إليها الدراسة و التفسير المنطقي لها لأختبار مدى صحة الفروض و الإجابة على التسؤلات التي طرحها البحث .

10) تعميم من خلال النتائج التي توصل إليها البحث على المجتمع الأصلي .

11) التنبؤ باستخدام الفروض و النتائج التي ثبت صحتها للتنبؤ بأحداث معينة في موقف جديدة أو مقبلة بحيث يؤدي هذا التنبؤ إلى مواجهة المشكلات الجديدة قبل أن تحدث .

2. **المستوى الثاني :** الاستفادة من سمات المنهج العلمي في تحسين طرق جمع المادة الصحفية و تصنيفها و تحليلها و الوصول إلى خلاصات ، و من أهم هذه السمات :

1) **التكميم والقياس :** فالأسلوب الكمي يعتمد على الأرقام (أو التكميم) وهو أمر مهم للتفكير العلمي ، و الباحث إذا لم يستطع أن يقيس معلوماته تصبح نتائج بحثه هزيلة و غير مرضية، فالأسلوب الكمي يعطي الباحث مزايا هي : الحصول على نتائج أكثر دقة و تحديد + القدرة على المقارنة و على التلخيص و الاختصار + التعامل مع حقائق بشكل غير مباشر + الوصول لنتائج قوية اعتمادا على الأساليب الرياضية والإحصائية.

2) **الثبات و الصدق في القياس :** الثبات يعنى أن يظل القياس صحيحا مهما تكرر الحدث ، فإذا أستعمل باحثان نفس أداة القياس فسوف يصلان على النتائج نفسها ، أما الصدق فيعنى أن تقيس أداة البحث ما يفترض أنها تقيسه ، مثل توافق درجات الطلاب الذين يسألون عن المادة التي قرأوها حالا مع درجات فهم القراءة . و الثبات و الصدق في القياس يمكن تطبيقهما في القياس العلمي وفي تقدير المعلومات، و الواقع أن الصحفيين يدركون أهمية الثبات بالرغم من أنهم لا يذكرونه بهذا الأسم إلا أنهم يشيرون إليه بمصطلحات أخرى كالموضوعية و الإسناد (أي نسبة الخبر إلى مصدره) ، فالخبر الموضوعي من وجهة نظرهم هو الخبر الذي يمكن قبوله بواسطة شخصين مختلفين يقفان على جانبيين متناقضين في قضية جدلية . و عكس ذلك أن كذب الخبر يأتي عندما يشعر المصدر بأنه يتم إستجوابه أو عندما يسعى الصحفي إلى المعلومات عن طريق أفعال غير أخلاقية أو غير قانونية أو مرفوضة إجتماعية .

3) **النظرية :** هي الإطار الفكري الذي يفسر مجموعة من الحقائق العلمية و يضعها في نسق علمي مترابط و لها دور في البحوث العلمية . و قد تكون قبلية فتعمل كموجهات أساسية للبحوث . صحيح أن الصحفي لا يهدف إلى بناء نظريات علمية منظمة إلا أنها توجهه في خط سير التحقيق الصحفي و في تقرير ما و مهم و يستحق النظر في السلوك الإنساني . لذا ينصح John w. Riley الصحفيين و علماء الاجتماع بالاتفاق بشكل متبادل على نظرية او نظريات يمكن إستعمالها في العلوم السلوكية (على الجانب النظري و التطبيقي) كنظرية السلوك المنحرف في تغطية الأحداث المتصلة بالجريمة و العلاقات السلافية و الأضطرابات العقلية أو إدمان العقاقير وغيرها.

4) **فرض الفروض و اختبارها :** الفرض هو تخمين الحل أو تفسير للمشكلة ، هذا التخمين مبني على المعرفة العلمية و الدراسة الإستطلاعية للموضوع ، ويتميز هذا التخمين بالدقة و التحديد في الصياغة و تظل صلاحيته موضع اختبار، و يحتوي هذا التخمين على علاقة بين متغيرين أو اكثر و تلك العلاقة تصورية و يمكن اختبارها تجريبيا و هو يفيد في توجيه الباحث إلى الحقائق التي يجب أن يبحث عنها و يركز جهوده

فيها + يساعد في الكشف على العلاقات الثابتة القائمة بين الظواهر . و للأسف أن الواقع يقول أن الصحفي غالباً ما يسير وراء تخمين غير علمي و هذا خطأ لأنه كلما أعتد على الفروض العلمية كلما كان تنبؤه بالموضوعات أقرب إلى الواقع و من ثم يسهل عليه أن يبحث عن المعلومات في الإتجاه الصحيح و يكون دائماً له السبق . و ينصح كل من الباحث و الصحفي بألا يعتبر الفرض هو قضية حياته التي يدافع عنها و يبحث عن كل المعلومات التي تؤيدها لأنه إذا فعل ذلك فقدت نتائج بحثه مصداقيتها ، بأختصار ينبغي ألا يخضع التجربة للفرض و إنما ينبغي أن يخضع الفرض للتجربة .

(5) الإستنتاج السببي : و قد يتعلق الإستنتاج بالأحداث اليومية مثل فشل البنك بسبب شائعات لا أساس لها من الصحة عن حقيقة عملائه ، و قد يتعلق الإستنتاج بالأحداث التاريخية تتعلق بزمان و مكان محدد ، و قد يتعلق الإستنتاج بقضايا علمية عامة مثل "الأحباط يولد العدوانية" أو "الحاجات و القيم تؤثر على عملية الإدراك" . و الباحث العلمي يجب أن يمر بـ 3 أنماط قبل أن يفسر السبب و يقدم الإستنتاج ، هذه الأنماط هي : ① تحديد المتغير المستقل و المتغير التابع ② التأكد من أن المتغير التابع لم يحدث في وقت قبل المتغير المستقل ③ إستبعاد أي عناصر أخرى كعوامل قد تؤثر على المتغير التابع . أما الصحفي فمغرم دائماً بأستعمال كلمة سبب في الموضوعات المرتبطة بالرأي و الأستقصاء و التفسير ، و أخرى به أن يسأل نفسه كيف يستطيع الحصول على تلك الأنماط الثلاثة السابقة .

سادسا صحافة التحديد : هي مدرسة صحفية ظهرت في أواسط الستينات من القرن العشرين ، تدعو هذه المدرسة لأستخدام مناهج البحث العلمي الإجتماعي وأدواته في العمل الصحفي. أسس هذه المدرسة Philip Meyer ، بدأ فيليب حياته كصحفي تقليدي ثم حصل على منحة زمالة في جامعة هارفارد 1967 و عاد بعدها ليعمل كمراسل و محرر قومي ، و بدأ في تأليف كتابه "صحافة التحديد" ، و تقوم هذه المدرسة على جانبين هاميين هما :
⊘ الجانب الأول : الإستعانة بخلاصات و أدوات العلوم الإجتماعية خاصة العلوم السلوكية في تخطيط التحرك الصحفي و جمع المادة الصحفية و تصنيفها و تحليلها و الوصول إلى خلاصات منها .
⊘ الجانب الثاني : إستخدام الحاسبات الإلكترونية لكثرة البيانات التي يتم جمعها و صعوبة فرزها و تصنيفها يدويا في عملية تحليل معلومات و بيانات الموضوعات الصحفية و إستخراج العلاقات بينها .

و قد تضمنت هذه المدرسة إستخدام التقنيات الاساسية للبحث العلمي الإجتماعي التي يمكن تصنيفها في أربعة مجالات رئيسية هي :

⊘ المدخل الأول : الملاحظة بالمشاركة

عندما أرادت جريدة The Miami Herald أن تفحص و تتحرى عن ظروف مضحة الأمراض النفسية بولاية فلوريدا قام محرر الشؤون الطبية بالتتكر و الحصول على وظيفة عامل في المستشفى و عمل لمدة أسبوعين 8 ساعات يوميا بدون أن يعرف أحد حقيقته كصحفي ، و قد ساعده ذلك على رصد كثير من تفاصيل العمل في المستشفى . لقد إستعمل الصحفي هنا تقنية الملاحظة بالمشاركة بهدف الحصول على المعلومات و

البيانات التي يتعثر عليه الحصول عليها بشكل طبيعي ، و الصحفي هنا قد يضطر إلى التنازل في مهنة بهدف رصد السلوكيات في المكان المطلوب التحري عنه كمدرس أو بائع خضروات أو متسول إلخ ، و يستخدم علماء الاجتماع و النفس الطريقة نفسها في بحوثهم . و تقنية الملاحظة بالمشاركة تساعد في رسم صورة دقيقة للمجال الذي يقوم الشخص بملاحظته من منظور مختلف يقل فيه الإعتماد على المصادر الرسمية .

هذه التقنية تنسم بميزتين هما : 1 الديناميكية : بمعنى أنها ترصد السلوك الاجتماعي بما فيه من صراع داخلي و تغيرات و علاقات بين الأفراد و الجماعات أثناء العمل 2 الواقعية : بمعنى أنها ترصد السلوك الطبيعي فالمبوحون يتصرفون على سجيبتهم و لا يدركون أنهم تحت الملاحظة .

من جهة أخرى يعيب هذه التقنية : 1 أن مجرد وجود الملاحظة بالمشاركة يمثل عنصر جديد في الموقف و هو (الباحث) لا يستطيع أن يتأكد من أنه يؤثر أو لا يؤثر . 2 أن الملاحظ غير قادر على رصد كل جوانب حركة و تفاعل الجماعة (فالباحث يختار ما يشاهده و موقع الملاحظة يحدد مساحة الملاحظة) ، كما أن الباحث لا يعرف التاريخ الاجتماعي للجماعة و لا دوافعها و لا نواياها و لا تصوراتها الذهنية . 3 الملاحظات يتم إخمادها خلال عمليات التشويه الثنائية في التعرض الإنتقائي و الإسترجاع .

و يواجه هذه التقنية ثلاثة مشكلات هي : 1 أختراق الخصوصية : فالصحفي متنازل يتجسس على ناس ليس لديهم أي فكرة أنهم مراقبون وهذا أمر غير أخلاقي لكنه لا بديل له في مجتمع يعم فيه الفساد و الأستهتار بالقيم ، و تزداد خطورة المشكلة إذا تم أكتشاف الصحفي وحينها لا نأمن رد الفعل تجاهه . 2 الأنغماس : فلا يجب على الملاحظ أن ينغمس بدرجة كبيرة تجعله يغير مجرى الأحداث . 3 التعميم : يحظر تعميم النتائج من ملاحظة واحدة لأنها ليست ملاحظة منهجية منظمة و مخططة .

❏ المدخل الثاني : التجربة الميدانية

أرادت وكالة الأسوشيتدبرس أن تتحرى عن كفاءة أداء الخدمة البريدية فقامت مكاتبها عبر الولايات المتحدة بإرسال خطابات بعضها إلى بعض عبر البريد و رصد وصول الخطابات ، و هذه هي التجربة الميدانية ، و يمكن حصر جوانب التجربة الميدانية في 6 جوانب هي :

1. الجانب الأول – التصميم التجريبي : بمعنى توجيه المتغير المستقل وملاحظة تأثيره على المتغير التابع ، وبعيدا عن تعقيدات التصميمات التجريبية فإن التجارب تنحصر في تصنيفين: الأول يبدو فيه المتغير المستقل في حالة واحدة فقط لتوضيح ما إذا كانت الظاهرة حدثت أم لا، والثاني يبدو فيه المتغير المستقل في حالتين أو أكثر مختلفتين لكي نرى ما إذا كان التغير في الظروف ينتج تغييرا مصاحبا في التأثير .

2. الجانب الثاني – صياغة الفروض : فالفروض تجبر الباحث على تحري الدقة في العلاقة بين المتغيرات و تحديد المتغير المستقل و المتغير التابع و كيف يمكن قياسه ، فلكي تستطيع صياغة الفروض يجب أن تعرف المتغير المستقل و التابع بشكل دقيق .

3. الجانب الثالث – العشوائية : فكي يمكننا تعميم التجربة على المجتمع يجب أن يتم أخذ عينة عشوائية من هذا المجتمع ، و العينة يتم تقسيمها إلى مجموعتين مختلفتين و متعادلتين في الوقت نفسه الأولى مجموعة

- ضبط و الثانية مجموعة تجريب (يتم إجراء التجربة عليها) و ذلك بهدف المقارنة بينهما للتعرف على تأثير المتغير المستقل على مجموعة التجريب مقارنة بمجموعة الضبط وهذا من خلال التحكم في التجربة.
4. الجانب الرابع – التحكم في التجربة : من خلال تثبيت كل المتغيرات في الطرفين اللذين يتم مقارنتهما عدا المتغير الذي يتم تشكيله أو توجيهه و هو المتغير المستقل .
5. الجانب الخامس – الإحصاءات : فبعض التجارب الميدانية الصحفية تحتاج أن تعالج إحصائيا بإستخدام واحد أو أكثر من الأختبارات الإحصائية .
6. الجانب السادس – الأخلاقيات : فالواقع أن معظم التجارب يتم إجراؤها بدون وعي الأشخاص بأنهم تحت التجريب و ذلك بهدف رصد ردود أفعال الأشخاص في مواقف الحياة الطبيعية بدون أن يعوا لذلك كي يتصرفوا بتلقائية ، ولكن ينبغي أن يتم مراعاة الجوانب الأخلاقية في التجربة بمعنى ألا يكون فيها ما يجرح كرامة المبحوث و إلحاق الأذى به ماديا أو سيكولوجيا أو فسيولوجيا .
- والتجربة الميدانية مفيدة للمحرر الصحفي للأسباب التالية :
1. أنها قادرة على عرض علاقات السبب والتأثير، والصحفي مهمته معرفة الأسباب والتأثير خاصة وأن التحليل السببي هو الأساس للتغطية التفسيرية و هي تقنية قوية لعرض السببية حيث أنها بشكل فوري توفر ثلاثة أنماط من الأدلة هي : دليل على ارتباط المتغير المستقل و التابع ، و دليل على أن المتغير التابع لم يحدث قبل المتغير المستقل ، و دليل يلغي عوامل أخرى كالظروف المحددة الممكنة للمتغير التابع .
 2. أنها تسمح للصحفي بملاحظة سلوك شخص ما بدلا من الاعتماد على التعبير اللفظي عن سلوكه (في موقف المقابلة) و الذي قد لا يكون صادقا أو واضحا بشكل كافي ، فضلا عن أنه يتناسب في حالة رصد سلوكيات غير قانونية او غير أخلاقية أو مرفوضة و لا يقرها المجتمع ، و قليل من الناس من يعترف بأخطائه فالملاحظة و التجربة تكون أصدق .
 3. أنها تسمح للصحفي بملاحظة أحداث وسلوكيات تحدث بشكل نادر أو ما كانت لتحدث لولا إجراء التجربة.

⌘ المدخل الثالث : دراسة الوثائق

أراد الصحفيان **James Steele and Donald Barlette** المحرران بجريدة **Philadelphia Inquirer** 1972 أن يحققوا في مسألة المساواة بين البيض و الزنوج في المحاكم ، و كان أمامهم أن يأخذوا طريقا سهلا و هو سؤال القضاة و المتهمين ، غير أنهما قررا أن يسلكا طريقا صعبا و لكنه أكثر توثيقا حيث قاما بدراسة عينة من ملفات القتل و الأغتصاب و الأعتداء قوامها 1374 قضية في الولاية خلال عامين و تم تفريغ نتائج البحث لكل قضية في إستمارة و إدخال هذه الإستمارات على الكمبيوتر لتحليل البيانات ، كما تم إجراء مقابلات مع القضاة و المحامين و المتهمين ، و النتيجة النهائية للمقابلات و فحص السجلات تم تضمينها في 400 ورقة تم نشرها في 8 حلقات بعنوان الجريمة و العدل ، و كشفت النتائج حالة الجرائم التي تقع في المؤسسات التجارية . و ما قام به الصحفيان هو نفس ما يقوم به علماء السياسة و التاريخ و الأجمع في بحوثهم .

و تسمح هذه التقنية للصحفيين بالوصول إلى خلاصات مبنية على قاعدة صلبة من المعلومات و ليست على مزيج من الحديث أو الملاحظة داخل حجرة المحكمة ، و لكن يعيها أنها تحتاج إلى وقت طويل و تمويل كبير و تفهم رؤساء التحرير و الناشرون لعائد هذا الجهد و أن العائد يكون متناسب مع الوقت و الجهد و المال .

و تعتمد هذه التقنية على تحليل المضمون بهدف الوصف الموضوعي و الكمي للمحتوى من خلال إتباع منهج محدد في دراسة و تحليل البيانات المسجلة ، و عموما فإن دراسة الوثائق كأداة من أدوات جمع البيانات تتطلب 3 أمور : ملاحظة المنظمة و ملاحظة الموضوع و الإستنتاج .

❏ المدخل الرابع : إستقصاء الرأي العام

تستعمل إستقصاءات الرأي العام منذ منتصف القرن الـ 19 فيما عرف بحديث رجل الشارع و هو تقليد صحفي عتيق ما زال مستعملا ، مثل سؤال بعض المارة عن مشاعرهم تجاه أغتتيال أحد القادة أو المرشحين للانتخابات القادمة ، و من الأمثلة العملية على ذلك ما يأتي : أرادت جريدة *Louisville Courier Journal* أن تكشف الإتجاهات و المشاعر الفعلية للمواطنين نحو تقسيم المناجم في المناطق المخطط لتقسيمها فعليا ، فقامت بأخذ عينة عشوائية 600 شخص لتمثل السكان الراشدين من 10 مناطق منتجة للفحم و تم توجيه الأسئلة لهم و رصد الإجابات في جداول و تحليلها و نشرها . وهذا هو الإستقصاء، و تقوم الجرائد و المجلات و شبكات الإذاعة بعمليات الإستقصاء لقياس الرأي العام تجاه قضية ما (من رأي الناس عن انواع الطعام على مائدة الافطار إلى رأيهم في مرشحي الرئاسة) .

و قد تقوم المؤسسة الإعلامية بعملية الإستقصاء بنفسها أو تعهد به إلى مؤسسة متخصصة في هذا العمل أو تعتمد على نتائج إستقصاءات الخاصة بمؤسسة أخرى. ويمكن حصر الخطوات الاساسية للإستقصاء في الآتي :

1. تحديد أهداف الدراسة في شكل أسئلة أو فروض .
2. تحديد مجتمع الدراسة و البحث .
3. تحديد العينة من المجتمع الأصلي .
4. تحديد أسلوب جمع المعلومات : عن طريق (المقابلة المباشرة ، التليفون ، البريد العادي أو الإلكتروني).
5. إعداد الأسئلة المحورية و الأسئلة التابعة لها التي تسعى للكشف عن صحة الفرض أو نفيه .
6. إعداد صحيفة الإستقصاء و ترتيب الأسئلة و التعليمات و مراجعة أسلوب الصياغة و طول الأسئلة.
7. إجراء الأختبار القبلي للأستمارة بهدف معرفة مدى نجاحها ، و نتائج الأختبار القبلي تساعد في تعديلها.
8. أختيار الباحثين و تدريبهم و إعطائهم التوجيهات اللازمة بصدد الأستقصاء .
9. جمع البيانات .
- 10.مراجعة إستمارات الأتنيان مكتيبات.
- 11.تفريغ البيانات في جداول و حساب التكررا يدويا أو بالكمبيوتر .
- 12.تحليل البيانات و تفسيرها و عرضها في جداول أو بالرسوم البيانية و كتابة التقرير النهائي .

و الاستقصاء ينبغي أن يتم تغطيته من كل الجوانب ، بمعنى تحديد المؤسسة التي ستمول الاستقصاء و تحديد الجمهور المستهدف و العينة و تصميم العينة ، و الباحثين ، و نوع الأسئلة و مدى فعاليتها و طبيعة الإجابة و مدى دقتها و تعبيرها عن الأهداف ، و تحديد حجم الأخطاء ، و تحديد طريقة تفرغ صحيفة الاستقصاء و تحليل ابيانات .

□ ثانيا الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية

تطور الأساليب : هناك مبدأ أساسي في الفكر الصحفي هو : "الخبر مقدس و الرأي حر و الصحافة عامة" ، و الواقع أن الصحافة الأمريكية لم تستطع أن تفصل بين الخبر و الرأي ، فرؤساء التحرير في عهد المستعمرات كثيرا ما تحيزوا لقضايا معينة في الأعمدة الأخبارية حيث لم تكن هناك أعمدة رأي أو صفحات للرأي ، ثم زاد التحيز مع تطور النظام الحزبي بعد الثورة و تبني الدستور القومي . و في نهاية القرن الـ 18 و بداية القرن الـ 19 حظيت الصحافة الحزبية في الولايات المتحدة بالدعايا النشطة و التغطية المتحيزة حتى أن المؤرخين يصفون تلك الفترة بأنها العصر المظلم للصحافة الأمريكية .

وفي الثلاثينات من القرن الـ 19 بدأت الصحف تنقل أخبار الحرب الأهلية بشكل أكثر موضوعية اعتمادا على الحقائق الخاصة، مما شجع وكالات الأنباء التي حرصت على الموضوعية بحكم أنها تخدم الجرائد ذات إتجاهات متباينة وكان لها أكبر الأثر على نضج الجرائد و إحساسها بالمسئولية في سياستها التحريرية مثل **New York Sun** حيث صارت تفرق بين الخبر و الرأي و تقدم مقدمات إخبارية ملخصة و تستخدم أسلوب الهرم المقلوب في صياغة الحقائق .

ثم ظهرت ظاهرة أندماج الصحف بعضها ببعض و التي أكدت مبدأ الفصل بين الخبر و الرأي حتى أن هذه المقالات صارت تشكل أتجاها يحدد هوية كل صحيفة بحيث يسهل على القراء أختيار الجرائد حسب إتجاهاتهم الشخصية .

التغطية التفسيرية : هي عملية يقوم خلالها الصحفي بالحصول على المعلومات عن تفاصيل واقعة معينة و كل جوانب تطورها بهدف الإجابة على كل الإئلة التي تتبادر إلى الذهن بشأن تلك الواقعة ، ثم كتابة المعلومات بأسلوب صحفي مناسب. و يمكن تقسيم التغطية التفسيرية من حيث توقيت حدوثها إلى تغطية تمهيدية و تغطية تقريرية و تغطية المتابعة. و يبدو أن التطورات التكنولوجية و الكساد و تضخم أجهزة الحكومات قد ساعد في تقديم خلفيات و معلومات لفهم الأحداث، و من هنا ظهرت الحاجة إلى التغطية التفسيرية في الجرائد و المجلات و الإذاعة و التلفزيون.

و تقوم التغطية التفسيرية على أساس التحليل السببي بمعنى أنه كي نفهم الأخبار يجب أن نعرف أسبابها و نفهم المصطلحات و الأدوات و الألفاظ التي يستعملها الناس في مختلف مناحي الحياة و نفهم الحدث الخاص كواحد من سلسلة أحداث له سبب و تأثير . و التغطية التفسيرية تتدرج في المستوى من تفسير كلمة إلى تفسير فقرة أو أكثر إلى

قصة أو أكثر ، و تقدم الوكالات الصحفية (خاصة المتخصصة) خدمة تفسيرية و تحليلية مما فتح المجال أمام توغل جديد للرأي داخل القصص الإخبارية . و نوضح معنى التغطية التفسيرية من خلال المثال التالي : عند تعيين مجلس وزراء جديد فإن التغطية الإخبارية العادية تنشر أن المجلس قد تم تعيينه ، أما التغطية التفسيرية فتتشر لماذا أخذ مثل هذا القرار . و من أمثلة تلك الصحف التي تهتم بهذا اللون **New York Times** . و أخيرا نود أن نوضح الفرق بين التغطية التفسيرية و الرأي ، فالتفسيرية تقدم الخبر بعمق و تشرح جوهر الحدث جامعا كل الحقائق المتصلة به ، في حين الرأي يناقش بشكل صريح و يطرح وجهة نظره .

التغطية الإستقصائية : عندما توسعت الجرائد في التركيز و التحري عن قضايا معينة خاصة قضايا الأنحراف و الفساد ، نشأ لون جديد من التغطية الصحفية سمي بالتغطية الإستقصائية و الصحفيون القائمون عليه يسمون "بالمحققين عن الفساد" ، و قد ظهر هذا التيار في 1902 مع التوسع الصناعي السريع بعد الحرب الأهلية الأمريكية و نقشي الظلم و الشر و الأحتكار و تحالف السياسة و التجارة مما دفع الصحفيين إلى نشر تحقيقات صحفية للكشف عن وثائق رسمية ، و في 1906 بدأ هذا التيار في الأتحسار و تدريجيا بدأ يصعد من جديد في 1911 ، و بالوصول إلى 1912 بدأ الناس يملون هذا التيار، غير أن هذا الإتجاه قد أتى ثماره فبفضل الضغوط التي مارستها الصحف و فضحها لأوجه الفساد بدأت حركات الإصلاح و تجلت في إصدار قانون على مستوى الحكومة الإتحادية حول الغذاء النقي و قوانين تشغيل الأطفال و تعويض العمالة و التعريفية الجمركية و تحقيقات الكونجرس. و المثل الصارخ على هذا التيار هو التغطية الإستقصائية التي قدمتها **Washington Post** التي كشفت تورط نيكسون في فضيحة و ترجيت حيث نجح في كشف تورط الرئيس ريتشارد نيكسون في التنصت على مقر الحزب الديمقراطي و التي أدت في النهاية إلى إستقالة نيكسون بعد إدانته هو و كبار معاونيه 1974 .

المثال التالي هو التغطية الإستقصائية التي تمت عقب فشل محاولة اغتيال الرئيس الأمريكي رونالد ريجان حيث قام فريق من الصحفيين من مجموعة صحف **COX** بالحصول على معلومات من مصدر من الباحث الفيدرالية تشير إلى البندقية التي تمت بها محاولة الاغتيال من نوع **RG14** و هو نوع لم يسمع به من قبل و قد تم جمعها في ميامي و أن أجزائها قد تم جمعها من خارج البلاد ، و بناء على هذه المعلومات بدأ فريق الصحفيين إجراء تغطية صحفية إستقصائية عن البنادق اليدوية و سماتها و أحجامها و أسعارها و مصادرها و أساليب تشغيلها و صيانتها و صناعتها و مورديها و أساليب الحصول عليها و نوعية الجرائم التي تستخدم فيها ، و قد حاولوا الحصول على إجابات من الأجهزة و الهيئات الرسمية غير أن هذه الجهات لم تقدم لهم غير الفتات ، و في نفس الوقت علم الصحفيين من مصدر في الشرطة عن وجود قائمة بهذه البنادق موجودة في وزارة الخزانة و لكنها مخزنة في كمبيوتر و محمية من الفتح ، و لكنهم إستطاعوا الحصول على نسخة منها لكنها كانت مشفرة ، ثم بدأت الرحلة الرغبة في محاولة فك شفرتها و تفسير ما بها من معلومات و من خلال أحد أصدقاء جوزيف ألبرايت (أحد الفريق الصحفي) و الذي كان يعمل في شركة خدمات الكمبيوتر بالقرب من واشنطن علم أن هذه القائمة مكتوبة بشفرة مميزة لأغراض تتصل بالأمن القومي ، و لم يبأس جوزيف و حاول مرار حتى نجح في ترجمة الشفرة و صار لديه في النهاية المعلومات الخام ، و قد كشفت تلك القائمة عن 15 نوع من البنادق الآلية و علاقتها بالجرائم

في 18 مدينة أمريكية و عن كل الخلفيات الإدارية و الإقتصادية الخاصة بها ، و بدأ الصحفيين كتابة موضوعهم على 6 حلقات بعنوان "القتلة ذو الأنوف الفطساء" و في التحقيق الصحفي تم الكشف عن شركات و أشخاص يصنعون أو يستوردون تلك الأسلحة و المعدات التي تستخدم في الجرائم و كل مظاهر العنف و الشغب و سمات تلك الأسلحة و أساليب الحصول عليها .

و يمثل هذا شكل من أشكال الإستقصاء التي أنتشرت في السبعينات بهدف الحصول على الدعم المالي مقابل الأفراد بمثل تلك الإستقصاءات . و في 1968 تم إنشاء صندوق مستقل للتحقيقات الصحفية تموله عدة مؤسسات و أفراد ، و قد نجح هذا الصندوق في تمويل 60 مشروع تغطية إستقصائية خلال الفترة من 1971 إلى 1973 بعضها لم ينشر في شكل تحقيقات صحفية مباشرة لكنه كشف عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المرعبة في النشاط الإقتصادي أو الحياة السياسية ، و عن فساد الحكومة و أشياء أخرى .

و جدير بالذكر أن جائزة بولتزر هي من أرفع الجوائز القيمة في الولايات المتحدة و تعطى في 4 مجالات هي الصحافة و الأدب و الموسيقى و الخدمة العامة ، و تنسب هذه الجائزة للصحفي الأمريكي جوزيف بوليتزر المجري الأصل و الذي هاجر إلى الولايات المتحدة في 1878 و اسس جريدة St. Louis Post Dispatch و اشتري في 1883 جريدة The World و جعلها تخصص في الكشف عن الفساد من خلال حملات إستقصائية عنيفة ، و قد سجلت أعلى ارقام توزيع في عصرها ، و قد اوصى جوزيف قبل وفاته 1911 بأن تستغل تركته البالغة 2 مليون دولار في إنشاء مدرسة عليا لتعليم الصحافة بجامعة كولومبيا بمدينة نيويورك ، و أن تبدأ المدرسة بعد 5 سنوات من عملها في توزيع جوائز لمن يساهمون في تطوير الصحافة و الأدب و الموسيقى و الخدمة العامة . و بالفعل تأسست المدرسة 1912 و بدأت تقدم جوائزها في 1917 ، و الجائزة المخصصة للصحافة تغطي 12 مجال منها الإستقصاء المحلي و التغطية القومية و المحلية و المراسلة الدولية و كتابة موضوع صحفي و كتابة مقال رأي و الكاريكاتير و الصور الإخبارية و صور الموضوعات الصحفية و موضوعات الخدمة العامة و كتابة التعليق و مجالات خاصة غير محددة مسبقا ، و قيمة الجائزة ألف دولار و ميداليا ذهبية .

و في 1976 تأسس إتحاد المندوبي و المحررين الإستقصائيين ، و هو تجمع صحفي لا يهدف إلى الربح ، و قد تأسس على يد محررين إستقصائيين لتشجيع الصحافة الإستقصائية و تنميتها . و في نهاية العام نفسه شكل الإتحاد فريق عمل صحفي بقيادة **Robert Green** لأجراء تغطية إستقصائية عن الجرائم التي أدت إلى اغتيال **Don Balles** محرر جريدة **Arizona Republic** و الذي قام بإستقصاء عن نشاط الجريمة المنظمة في ولاية أريزونا فوضعت قنبلة في سيارته . و قد قاد **Robert Green** فريق العمل الإستقصائي المكون من 36 محرر من جرائد و مجلات و محطات مختلفة في أنحاء الولايات المتحدة ، و أنهى بنشر 23 موضوع عن الجريمة في ولاية أريزونا مما دفع المسؤولين إلى أخذ عدد من القرارات و الإجراءات بصدد الجريمة . و إستكمل فريق العمل الإستقصاء حول موضوع اغتيال **Don Balles** .

و في 1979 تم إفتتاح معهد إستقصاء المحررين و المراسلين بجامعة ميسوري و أعلنت عن خطط لتطوير الأستقصاء و عن جوائز جديدة لأفضل المحررين الإستقصائيين .

و تستخدم التغطية الإستقصائية الأن بشكل متسع في مجالات كشف الفساد في المجتمع و النقد و تقديم الرواية الإستقصائية الشاملة بشكل تتميز به الصحافة عن الراديو و التلفزيون ، و تعتمد هذه المدرسة على الكمبيوتر في تصنيف المعلومات و تحليلها بشكل يساعدهم في الوصول إلى خلاصات كمية دقيقة منها . و يبدو أن دخول التكنولوجيا إلى كل مناحي الحياة بما فيها المؤسسات الحكومية قد سهل مهمة التغطية الإستقصائية في الحصول على ما تحتاجه من معلومات .

□ ثالثا تيار صحافة الخدمات

تطور الأساليب : يعد من التيارات الصحفية التقليدية ، ففي الستينات من القرن العشرين كانت محددة في مجالات بعينها مثل صفحات وجبات الطعام (طبق اليوم) و برامج الراديو و التلفزيون و كشف الطالع و الألباز و الكلمات المتقاطعة و الأفلام السينمائية و الموضوعات التي تفيد القارئ مباشرة و تتعلق بفائدته الشخصية في حياته اليومية مثل "كيف تصنعها بنفسك؟" و ذلك يختص بأوقات الفراغ و الرحلات و الكتب و المسرح و السينما و الطعام و فلاحه البساتين و شؤون المستهلك و العناية بالطفل و الصحة و ما شابه ،

و في السبعينات من القرن الماضي تطورت صحافة الخدمات فأضيف إليها موضوعات الخدمات بحيث لم تعد الخدمة مقصورة على أبواب معينة بالجريدة بل صارت تمثل روح الجريدة و أسلوبها في التوجيه و التحرك الصحفي بحيث يشعر القارئ بأن الجريدة تقدم له خدمة صحفية في كل جزئية و كل مادة صحفية تقدمها .

و يرجع نمو مفهوم صحافة الخدمات و تطوره في نهاية السبعينات و بداية الثمانينات إلى الأسباب التالية:

1. أن الناشرين و المحررين صاروا على وعي بأن القارئ العادي يسعى للحصول على أعلى إستفادة ، و يتفق ذلك مع تفسير شرام لسيكولوجية تقبل القارئ للأخبار و رضاه عنها و هي تلك الأخبار التي يشعر القارئ أنها تفيده في حياته اليومية و تعطيه منفعة حالية دون أن يبذل جهد كبير . و قد كان هذا سببا في ظهور موضوعات المعالم Features ذات المضمون الخدمي في المجالات و الجرائد .
2. أن القارئ يحصل على الخبر بمجرد أن يذيعه الراديو ثم يحصل عليه مرثيا في التلفزيون ثم أخيرا تقدم له الجريدة في اليوم التالي تقرير بالتفاصيل والأبعاد والتحليل والتعليق ثم تأتي المجلة لتضع هذه الأخبار في إطارها المكاني والزمني وتربطها بما سبقها وما لحقها وأحداث وتدرسها بعمق وتأتي وتقدم خلاصتها في تقارير عميقة. وهكذا تحاصر وسائل الإعلام القارئ وتستولي على وقت فراغه وتبقى مشكله مهمة وهي أين يحصل على خدمات عادية صحية وإقتصادية وإستهلاكية وإصلاح المنزل وشراء سلعة ومواجهة مشاكل الحياة اليومية. وهنا وجدت الصحافة الفرصة كي تحل المشكلة دون منافس (إلا في أنظمة الفيديو تيكست والأنترنت).
3. أن بحوث المقرئية قدمت تشير إلى أن لكل قارئ مجال اهتمام مختلف فالشيوخ غير الشباب غير الصغار .

أجمعت البحوث و آراء العلماء على أهمية الصحف و المجالات في تقديم خدمات هامة للجمهور مثل دراسة مؤسسة دالاس ، و يرى المحللين و الخبراء أن إضافة ملاحق خاصة بالخدمات في الجرائد الكبرى يسمح لتلك الصحف بتخطي أزمتها الاقتصادية ، و أسفرت حلقة نقاش عقدتها الجمعية الأمريكية لمحرفي الصحف عن عدة مؤشرات تتعلق بالصحافة و علاقتها بالجمهور و أساليب خدمته ، و تلك المؤشرات هي :

- ⌘ أن المعلومات المفيدة التي تقدمها الصحف تساعد في رفع أرقام التوزيع .
- ⌘ أن الجرائد يجب أن توجه أهتماما أكبر لبعض الموضوعات التي يعنى بها القراء وتتصل بالطريقة التي يمكن أن يحصلوا بها بشكل مباشر وجدي على السلع و الخدمات كسواء سيارة أو إصلاح أجهزة أو طلاء منزل .
- ⌘ أن الجرائد يجب أن تعطي أهتمام أكبر للموضوعات التي تهتم القراء الأكبر سنا و الأكثر عددا من خلال ركن تخصصه الجريدة للمحالفين للمعاش بهدف تسليتهم و إرشادهم إلى هويات مفيدة .

رؤية الصحافة الخدمات و تقنياتها : ينظر ذلك التيار إلى الجانب النفعي و السلوكي و العلمي ، فدعاة صحافة الخدمات يقولون : إن معظمنا غير مجهز لمواجهة المشاكل العالمية العظمى كالفساد السياسي و الإستقطاب الدولي و التضخم و الفقر و الكوارث الطبيعية و غيرها و نحن ننظر إليها و نستعرض عناوينها و نهز رؤسنا ثم نذهب بعيدا عنها ، و وظيفة الصحافة أن تجعلنا نتأثر و نواجه و نتفاعل . ففي 1976 أصاب الجفاف بعض أجزاء الولايات المتحدة و من ثم نقص الماء و الطاقة و قامت الصحافة التقليدية بتقديم أخبار عن الجفاف (ماذا حدث و كيف و لماذا و ما التوقعات المستقبلية) ، لكن صحافة الخدمات أخبرت الناس عما ينبغي أن يفعلوه في مواجهة الحدث و كيف يتكيفون مع مضاعفاته مثل ما فعلت جريدة Los Angeles Times التي قدمت عدة موضوعات عن "كيف تختبر قدرة منزلك على عدم تسرب الماء منه" و "خمس طرق للتكيف مع نقص الماء" و "لكي تكون أمانا تعلم كيف تقرأ مقياس الماء" . و من الأمثلة أيضا أنه عندما نشرت الصحف التقليدية أنباء أنتشار العنف في فلادلفيا قدمت صحف الخدمات مقالات مثل "عشر أماكن خطرة تجنب دخولها عن هبوط الظلام" .

□ رابعا تيار الصحافة الجديدة

سماته : ظهرت في الستينات من القرن العشرين و تتضمن منهجا جديدا في التفكير و أسلوبا مختلفا في التعبير و تعديل في أنماط الأتصال الصحفي التقليدية ، و يتسم هذا التيار ب :

- ⌘ أنه يختلف من حيث الشكل حيث أعتد على الأشكال الإلكترونية الحديثة و رفض فكرة الجرائد التقليدية التي تعتمد على تقديم أخبار متوازنة و موضوعية .
- ⌘ أنه أمتداد لصحافة التنقيب عن الفساد (صحافة المنشورات في القرن الـ 18) و (أسلوب التغطية الأستقصائية في القرن الـ 19) : حيث شجع على الأبداع في التغطية و اللجوء على الأسلوب السردى الروائي ، فضلا عن إضافة جوانب تعبيرية تكمل النص مثل الصورة و الصوت و خلفيات الحقائق و المقارنة بحقائق من التاريخ و المجتمع و الأدب في أسلوب فني يعطي عمقا أكبر للحقائق .
- ⌘ أنه يرفض التحيز و وضع أعمدة الرأي الإخبارية .

دوافعه : يرتبط هذا التيار بـ 3 عوامل أو دوافع مهمة هي :

- ⌘ التغيير الاجتماعي و الثقافي : فقد تميزت الستينات في الولايات المتحدة بالعديد من الأحداث و التغييرات التي يرى البعض أنه لم يحدث مثلها بهذا الحجم و المدى في عقود سابقة ، و كلها في قاع المجتمع الأمريكي كالشغب و عدم الاستقرار الطلابي و الأعتيالات (جون كندي) و الحروب (فيتنام و مجاولة غزو كوبا) و أعتراب الشباب داخل مجتمعه و بدايات الرفض الجزري للعلم و التكنولوجيا الجديدة بكل ما تبعهما من مستحدثات ، و أنطلقت الدعوات إلى مذهب إنساني جديد يدعو الشباب إلى رفض الحياة المادية الطبقيّة المترفة و البحث عن أسلوب حياة بديل من خلال التأمل و الإنغلاق على الذات و حياة الكهوف و المخدرات و الخمر ، كما شهد هذا العقد ثقافة مضادة ترفض المسلمات التقليدية و الأعراف و القيم المجتمعية بشكل متطرف .
- ⌘ رغبة بعض الكتاب و المحررين في اكتشاف بديل للصحافة التقليدية مضمونا و شكلا ، هروبا من الضغوط الإقتصادية و السياسية و روتين العمل اليومي .
- ⌘ المستحدثات التكنولوجية كوسائل الأتصال الإلكترونية و برامج الكمبيوتر و معداته و طابعات الأوفست المتطورة ، فالتلفزيون قضى على المجالات العامة و المصورة ، و أنتهى عصر نشر الكتب مسلسلة في الجرائد . و في نفس الوقت ظهرت طباعة الوفت المتطورة التي تقدم منتجا جيدا بسعر رخيص و دون الحاجة إلى إستثمارات كبيرة حيث أمكن للطباعة الواحدة أنت تنتج عشرات الجرائد الصغيرة . كما سمحت تقنية الطباعة الأوفست استخدام الخطوط اليدوية و الرسوم اليدوية بدون حاجة لأعداد كلاشيهات باهظة ، مما أتاح للفنانين الأندماج مع الصحفيين الجدد .

مدارسه : و يضم هذا التيار 4 مدارس أو إتجاهات صحفية هي :

- ⌘ **إتجاه اللارواية الجديدة :** وهذه المدرسة تتبنى أسلوب الريبورتاج و التي تهدف إلى معالجة القضايا الإجتماعية و الأحداث الجماهيرية في المقالات و الأعمدة الصحفية و بعض الكتب .
- ⌘ **إتجاه الصحافة البديلة :** و هي صحافة التنقيب عن الفساد أو التغطية الإستقصائية و التي تركز على التحقيقات الصحفية في الكشف عن الفساد و منظمات الحكومة و مهاجمة المؤسسات .
- ⌘ **إتجاه الصحافة المدافعة أو المتحيزة :** و ترفض مبدأ الموضوعية التقليدية و تركز على قضايا الجماهير و السياسات و أساليب التغيير الاجتماعي ، ويتم ممارستها من خلال بعض الأعمدة الصحفية و موضوعات المعالم .
- ⌘ **إتجاه الصحافة السرية :** و يعالج القضايا من رؤية عنيفة و متطرفة و يعبر عن ثقافات مضادة لثقافة المجتمع التقليدية ، و تظهر في الصحف الغير جماهيرية و القليلة التوزيع في المناطق الحضرية و في الجامعات و المدارس العليا (بلغ عددها 450 صحيفة توزع 5 مليون نسخة و يقرأها 30 مليون شخص) ، و قد قل أنتشارها في السبعينات مع أنتعاش الحياة السياسية و الأقتصادية و الفكرية و الثقافية و العلمية .

الأشكال الإخبارية

الأشكال الإخبارية – تصنيفها و مكوناتها :

التصنيف: إن الأشكال الصحفية هي الشكل النهائي للحدث أو الفكرة الصحفية ، و هي تمر بمراحل بدءا من التخطيط فالتحرك الصحفي في التغطية لجمع المعلومات من مصادرها و تصنيفها و تحليلها و الوصول إلى خلاصات ثم كتابة الخبر أو الموضوع في إطار تقليدي (صحافة تقليدية) أو في إطار حديث (تيارات صحافة الخدمات أو صحافة التجديد) اعتمادا على أدوات البحث العلمي الإجتماعي و خلاصات العلوم السلوكية في جمع المادة الصحفية و تصنيفها و تحليلها . و أيا كان الإطار الذي يعمل فيه الصحفي فإنه ينبغي أن يقيم ما حصل عليه من أخبار و مراجعتها و إستكمال الجوانب الغير كاملة ثم الكتابة و التحرير و إضافة الرسوم و الصور و الجداول و صياغة ذلك كله في شكل صحفي بسيط و سهل و مفهوم .

و يمكن تصنيف الأشكال الصحفية في 8 مجموعات أساسية ، قد يكون هناك تداخل بينها غير أنها كلها تقوم بأداء وظيفة اتصالية جماهيرية متكاملة الأطراف ، على اية حال يمكن حصر الأشكال الصحفي على النحو التالي :

1. المواد الإخبارية .
2. المواد التفسيرية و الإستقصائية .
3. مواد الرأي
4. مواد خدمية
5. مواد متخصصة و مجمعة .
6. مواد الترفيه و التسلية .
7. مواد إعلانية .
8. مواد مصورة .

مكونات المادة الإخبارية : يستمد المحرر الصحفي أفكار مادته الصحفية من مكونات أساسية هي :

1. الأحداث : و هي الوقائع أو العمليات أو السلوكيات الفردية أو الجماعية أو المؤسسية التي وقعت بالفعل و تطورت و أصبح لها نتائج ذات مغزى بالنسبة للجمهور أو نتائج يتوقع حدوثها مستقبلا ، و هذه النتائج هي الهدف الأساسي الذي تسعى الجرائد و المجلات للحصول على تفصيلاته و جوانبه .
2. الأفكار : هي الرؤى الفكرية و الاقتراحات التي تتسم بالجدة و الأصالة و الأبتكار و الخروج عن المألوف أحيانا و تتعلق بقيم المجتمع و تقاليده و سلوك أفراد و أداء مؤسساته و علاقاته الإقليمية و الدولية .
3. القضايا : هي المحتويات الفكرية و الرؤى التي تحتوي على جوانب الخلاف و التضاد و التباين في وجهات النظر و تحتاج في الوقت نفسه إلى المناقشة بهدف إستجلاء جوانبها و عرض مختلف أركانها و حجج المؤيدين و المعارضين و المحايدين .
4. المشكلات : و هي الظواهر أو الوقائع أو الممارسات السلبية التي يكون لأستمرارها و عدم توقفها وقع سلبي على الجمهور ، و دور الصحفي هنا دراسة أسباب المشكلة و محاولة طرح حلول عملية لمواجهتها .
5. الأراء : هي الإتجاهات المعلنة و المعبر عنها تجاه بعض الظواهر أو القضايا أو المشكلات ، و هذه الإتجاهات تمثل الشخص بصفته الشخصية أو بصفته ممثل لهيئة أو مؤسسة . و واجب الصحفية أن تعرض تلك الأراء بدقة و منطقية و حيادية حتى لو كانت تختلف معها أو ضد توجهاتها الفكرية و سياستها التحريرية .

أنواع تغطية المادة الإخبارية : تقدم المادة الإخبارية تقريراً بالأحداث الحالية التي تهم قطاعات عريضة من الجمهور، ويتم أنتقاء و صياغة هذه الأخبار في ضوء السياسة التحريرية للصحيفة. والعملية التي يقوم خلالها الصحفي بجمع المعلومات وتقييمها وتحريرها تسمى "التغطية الإخبارية" ويمكن حصر أنواعها على النحو التالي :

⌘ من حيث المضمون :

1. التغطية المحايدة : تقدم الحقائق فقط ، أي قصص إخبارية خالية من أي أبعاد أو خلفيات أو رأي متحيز .
2. التغطية التفسيرية : تقدم الحقائق الأساسية مع المعلومات المساعدة و التفسيرية بهدف تفسير الخبر و شرحه و خدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة . و يتطلب ذلك وصف الجو المحيط بالحدث (المكان و الزمان و الأشخاص و بعض المعلومات الجغرافية و التاريخية و الاقتصادية و السياسية عن البلد التي وقع بها الحدث) فضلا عن ذكر الأسباب و الدوافع و النتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة وعقد مقارنات.
3. التغطية المتحيزة أو الملونة : تقدم جانب معين من الخبر و قد يحذف بعض الجوانب التي تتعارض مع وجهة النظر التي يتم تغطيتها .

⌘ من حيث التوقيت :

1. التغطية التمهيدية : يقوم فيها الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع و رصد وقائعه قبل أن تحدث فعلا و تسمى بالقصة التمهيدية .
2. التغطية التقريرية أو التسجيلية : و هي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقع و ما حدث بالفعل و في هذه الحالة لا بد من تذكرة للقارئ بالتطورات السابقة للربط .
3. تغطية المتابعة : و هي التغطية التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث أو وقائع سابقة ما زالت تطوراتها ناقصة .

مراحل التغطية : تمر التغطية الإخبارية بالمراحل التالية :

المرحلة الأولى - جمع الأخبار : يحصل الصحفي على الأخبار من مصادر مختلفة بعضها حي كالأشخاص في المؤسسات و الشركات ، و بعضها غير حي كالوثائق و التقارير و النشرات و التسجيلات المسموعة و المرئية و خلافة ، و يمكن تفصيلها على النحو التالي :

1. المندوب الصحفي : هو صحفي ترسله الصحيفة لجهة ما لتغطية جهة أو قطاع معين ، و يتدرج من مندوب مبتدئ إلى المنسوب المتخصص في تغطية موضوع معين (مندوب علمي ، سياسي ، اقتصادي ، برلماني) إلى المنسوب الخبير الذي يغطي أحداث في مكان ما .
2. مراسل صحفي : هو مندوب الصحيفة خارج الأقليم الذي تصدر فيه ، أما المراسل داخل نفس البلد و لكن خارج المدينة التي تصدر فيها الصحيفة فيسمى مراسل محلي أو إقليمي . و المراسل الخارجي يقيم بصفة دائمة في الخارج ليغطي أخبار تلك البلد التي يقطنها ، و يتميزون بأنهم على دراية بالاتجاهات المختلفة في هذا البلد فضلا عن شبكة علاقاتهم الواسعة و الوثيقة بصانعي الأحداث و القرار و هذا يمكنهم من تقديم تقارير صادقة و

كاملة عن الأحداث في تلك المنطقة . لكن يعيب هذا المصدر أنه يقدم الأخبار بعد فترة من الزمن و أن المراسل يجهل التغييرات الى قد تطرأ على أهتمامات جمهور الصحيفة و سماتهم . و حلا لتلك المشاكل فإن الصحيفة تستدعيهم في المقر الرئيسي من فترة لأخرى لحضور دورات تدريبية تخصصية .

و عموما فإن تكلفة المراسل الخارجي الدائم أمر مكلف نظرا لأنه يتطلب إيفاده نفقات باهظة و لذلك يصعب على اية صحيفة في العالم أن يكون لها مراسلون دائمون في كل عواصم العالم لذا تنتقي العواصم التي تمثل نقاطا مهمة للأحداث التي تهتم الصحيفة بتغطيتها فتوفد عليها المراسلين الدائمين .

و هناك أنواع أخرى من المراسلين : النوع الأول المراسلين المتجولين الذين توفدهم الصحيفة لتغطية الأحداث في منطقة جغرافية معينة و يتخذ من أحد العواصم مقر لأقامته و منها ينطلق لتغطية الأحداث و الفعاليات المختلفة في كل أنحاء تلك المنطقة "مراسل الجريدة في منطقة الشرق الأوسط" ، و يعيب هذا النوع أنه لا يمكنه تغطية حدثين في مكانين مختلفين يحدثان في نفس الوقت غير أنه عموما يقدم خدمة لا بأس بها . و النوع الثاني هو المراسل المؤقت يقوم بتغطية حدث معين "كأحداث المنتدى الأقتصادي بالبحر الميت بالأردن" و يعود إلى مقر الجريدة بانتهاء الحدث .

و تصل رسائل المراسلين إلى المقر الرئيسي بالوسائل السلكية و اللاسلكية كالتليفون و الراديو التلكس و الأقمار الصناعية و الفاكس و الإنترنت و البريد الإلكتروني . و يتوقف عدد المراسلين المحليين و الخارجيين على إمكانات الجريدة الفنية .

3. وكالات الأنباء : هي مؤسسة لديها إمكانيات مادية و بشرية ضخمة تسمح لها بجمع الأخبار ونقلها حيث يتضمن الجهاز التحريري للوكالة شبكة من المندوبين تغطي كل الأماكن المهمة في العالم من خلال مكاتب رئيسية في العواصم الكبرى المؤثرة في السياسة الدولية و العالمية ، و هذه المكاتب لديها عدد من المراسلين و المكاتب الفرعية منتشرة في أنحاء الدولة ، و في الدول الأقل تأثيرا تكتفي الوكالة بمراسل واحد فقط . و ترسل هذه المكاتب تقاريرها إلى المقر الرئيسي للوكالة حيث يقوم جهاز من المحررين في المقر بتحرير هذه الأخبار و إعادة إرسالها إلى المشتركين عن طريق التيكز التي تنقل الأخبار و تنسخها أوتوماتيكيا بحروف كبيرة على أشرطة ورقية عند الطرف المشترك (الجريدة) ، و هناك في مقر الجريدة يتلقى المحررين هذه الأخبار فيقومون بترجمتها و تحريرها وفقا للسياسة التحريرية الخاصة بالصحيفة ثم نشرها . و تقدم الوكالة خدماتها الإخبارية الواسعة عبر العالم مقابل رسوم إشتراك معقولة حيث تشترك الصحف و وسائل الإعلام فيها . و من أهم الوكالات العالمية : وكالة الأنباء الفرنسية و رويتر البريطانية و الأسوشيتد برس و اليونيتدبرس إنترناشونال الأمريكية ، و تلك الوكالات تتحكم في 90% من الأخبار المتداولة في العالم و لا تخصص إلا 30% منها للعالم النامي (الذي يمثل 75% من سكان العالم) . و تتنوع الخدمات التي تقدمها الوكالة ما بين الأخبار و الموضوعات و الصور و الرسوم و المقالات و الطرائف و القصص الخ .

4. قسم الإستماع : و مهمته إلتقاط الأخبار و المواد التي تذيعها محطات الإذاعة الأخرى و شبكات التليفزيون العالمية أولا بأول و ترجمتها إلى لغة الجريدة من خلال مجموعة من المحررين يقيم كل منهم داخل حجرة أو كابينة معزولة الصوت و لدى كل منهم جهاز إستقبال إذاعي على درجة عالية من الحساسية للإلتقاط الدقيق

للإذاعات و جهاز دقيق للتسجيل (كمبيوتر مثلا) يرسل من خلاله أهم الأخبار إلى قسم الأخبار و قد يحتفظ ببعض المعلومات كخلفية للأحداث للاستفادة منها لاحقا . و تزداد أهمية هذا المصدر في حالة الظروف الطارئة كحدوث كارثة طبيعية أو انقلاب أو حرب إلخ حيث تكون الأذاعة المحلية لهذه الدولة هي المصدر الأول و الرئيسي للأخبار .

5. الجرائد و المجالات (المحلية و الأجنبية): تمثل هي الأخرى مصدرا مهما للأخبار يمكن أن تنقل الجريدة عنها في بعض الأحيان بهدف إستكمال أو تصحيح المعلومات إن كانت غير دقيقة.

6. المصاحفون Freelancers و المتطوعون: المصاحف هو شخص يعمل بعض الوقت للصحيفة مقابل أجر و ليس عضو في جهازها التحريري ، أما المتطوع فهو شخص من الجمهور العادي يتطوع بإبلاغ الصحيفة بأي أحداث جديدة تصل إليه ، و ذلك بدون أي التزام مسبق ، و بناءا علي هذه المعلومات تقوم الصحيفة بإرسال مندوبها للتأكد و تنفيذ تغطية كاملة و مفصلة عن الحدث .

7. الإنترنت: ينبغي على الصحفي ألا يهمل ما يتردد من شائعات و عدم تصديق ها لأول وهلة بل يثبت و يتحرى للتحقق من صدقها أو عدمه ، و هذا يتطلب منه إستكمال تفاصيل الحدث لأن الدقة و المصادقية أهم من السبق و الأفراد ، و هنا عليه أن يعتمد على أكثر من مصدر للتأكد من صحة و دقة تفاصيل الحدث ، و هذا يؤكد على صحة المعلومات التي يحصل عليها الصحفي من مصادره الأخرى .

المرحلة الثانية – تقويم الأخبار : بهدف تقرير مدى صلاحيتها للنشر ، و يتم ذلك وفقا للمعايير التالية :

1. معايير تتعلق بالقيم الخبرية : القيم الخبرية هي مجموعة من القيم التي إذا توافرت في الخبر أعطته قيمة ترفعه من مرتبة الواقعة العادية إلى مرتبة الواقعة التي تستحق النشر في صحيفته ، و هناك أختلاف بين الكتاب و الباحثين في هذا المجال حول تصنيف هذه القيم حيث يتم تصنيفها وفقا للانتماء الوطني (مصري ، إماراتي إلخ) و الحقبة التاريخية التي ينتمون إليها (ناصرى أو إشتراكي ، ساداتي أول ليبرالي إلخ) ، و الواقع أن كثير من الكتاب العرب يعتقدون القيم الليبرالية ، غير أن هناك دعوة ملحة الآن لإعادة النظر في المعايير التقليدية لأختيار الأنباء إذا ما أردنا أن ننقل للجمهور في كل أنحاء العالم صورة صادقة وشاملة للأحداث، و يمكن إجمال هذه القيم على النحو التالي ، قيم تتعلق بـ : الأهمية و الضخامة – المنفعة و الفائدة الشخصية – الصراع و ما يرتبط به من توقع و نتائج – الشهرة – الأهتمامات الإنسانية – القرب المكاني و النفسي – التوقيت – الغرابة و الطرافة . بالإضافة إلى ذلك يجب أن يتسم الخبر بالجدة و الموضوعية و الدقة و الصحة .

2. معايير تتعلق بالسياسة التحريرية للصحيفة و المتغيرات المتصلة بها : هذه الجزئية تعرضنا لها بالوحدة الأولى.

غير أننا نؤكد هنا على أنه بناءا على السياسة التحريرية للصحيفة نصل إلى حكم نهائي إما بصلاحية الخبر للنشر، أو عدم صلاحية الخبر للنشر لعدم توافر القيم الخبرية التي تجلعه صالحا للنشر أو لعدم إتفاقه مع السياسة التحريرية ، أو أن الخبر يكون صالح للنشر بعد إستكماله من خلال الرجوع للمصادر الأساسية للخبر لأستكمال المعلومات و الوقائع الأساسية أو من خلال قسم المعلومات بهدف الحصول على حقائق كخلفية تفسيرية للحدث .

المرحلة الثالثة - تحرير الخبر : في هذه المرحلة يتم تحرير الأخبار و صياغتها في قالب صحفي مناسب بحيث يتناسب مع سمات الصحيفة من حيث السرعة والمساحة المحددة والاسلوب البسيط (الذي يعبر عن مناحي الحياة المختلفة وأنها صلة بين القارئ العادي والمتخصص). وأسلوب صياغة الخبر هو أحد أشكال الأسلوب الصحفي الذي يقف في المرحلة الوسطى بين الأسلوب الأدبي والعلمي فيأخذ من الأدب البساطة والسهولة ومن العلم الدقة والوضوح والتحديد ، وتشير بحوث المقروئية إلى أهم السمات الواجب توافرها في النص الخبري كي تكون الرسالة الإعلامية سريعة ومفهومة و سهلة التذكر لدرجة أن الدول الأوروبية و الولايات المتحدة قامت بتطوير معايير ومقاييس لجعل النص الخبري قابل للقياس ، و هذا السمات هي :

1. تجنب استخدام الكلمات الزائدة : كأدوات التعريف و ظروف الزمان و المكان و أحرف الإضافة و الربط و الجمل الطويلة و التكرار و صيغ أفعال التفضيل .
2. إستخدام ألفاظ بسيطة و واضحة وصحيحة لغويا : كالمضارع و المبني للمعلوم و الألفاظ المحددة التي لا تحتمل تأويل أو تحمل أكثر من معنى .
3. إستخدام الألفاظ المستحدثة شائعة الأستعمال أفضل من الترجمة الحرفية أو إستخدام الألفاظ المهجورة .
4. إستخدام علامات الترقيم وأدوات الربط .
5. إستخدام الجمل و الفقرات القصيرة : ينصح بالآلا يزيد عدد الكلمات في الفقرة الواحدة على 75 كلمة و ألا يزيد عدد الجمل في الفقرة على أربع جمل .
6. الترتيب المنطقي المسلسل .
7. الموضوعية : أحترام قدسية الخبر و عدم خلطة بالرأي .
8. ذكر المصدر بوضوح : خاصة إذا كان الخبر يتضمن تصريحاً يحمل رأياً للمصدر .

و هناك طريقتان تقليديتان لرواية الخبر هما : ① طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصي) : و فيه يتم تحرير الخبر بأسلوب درامي قصصي و ترتب الوقائع حسب وقوعها زمنياً حيث يتضمن الخبر بداية و وسط ونهاية ، ② طريقة الهرم المقلوب : و فيه يتم تحرير الخبر حسب أهميته لا حسب وقوعها الزمني أي توضع ذروة الحدث في البداية يليها الفقرات الأقل أهمية و هكذا . و عموماً سواء كان الخبر بسيط (يحتوي على واقعة واحدة) أو مركب (يتضمن أكثر من واقعة) فإنه يتكون من 3 أجزاء رئيسية هي العنوان والمقدمة و جسم الخبر :

1. العنوان : يتكون من سطر أو عدة سطور و ينشر على عمود أو عدة أعمدة ، ويهدف إلى : إعطاء تقرير سريع وخاطف عن محتوى الخبر وجذب إنتباه القارئ إلى خبر ما وإعطاء قيمة للخبر حسب حجمه وموقعه والتركيز على زاوية ما في الخبر وتجميل الصفحة. وينبغي مراعاة القواعد التالية في كتابة العنوان :
- (1) الأختصار و التركيز و الدقة و الموضوعية و الوضوح و البعد عن الرأي.
- (2) أن يشتمل العنوان على فعل (مضارع أو مستقبل مبني للمعلوم) و لكن لا يجب أن نبدأ به العنوان.
- (3) عدم إستخدام الأختصارات (للأسماء و الأماكن) إلا إذا كانت شائعة و معروفة.
- (4) عدم قطع جملة واحدة على سطرين فالأفضل أن يحمل كل سطر جملة مستقلة.

- 5) تجنب تكرار جملة أو كلمة في العنوان و أيضا تجنب النفي و المجاز و الكلمات الإحتمالية.
- 6) أن يكون العنوان مطابق لمضمون الخبر
2. المقدمة : هي جملة أو فقرة مركزة جقيقة وجذابة تلخص الخبر او بعض زواياه المهمة ، و تجيب على 6 أسئلة هي Who, What, When, Where, Why, How . و هناك عدة أنواع من المقدمات هي :
- ❑ المقدمة الساخنة التي تحشد جميع عناصر التشويق في الجملة الأولى منها
 - ❑ المقدمة التصويرية أو التعبيرية التي ترسم صورة حية للشخص الرئيسي في القصة الإخبارية
 - ❑ المقدمة المقارنة التي تبين التناقضات و التباين الذي يعقد من خلال المحرر و مقارنة الأضاد و مفارقات بين الكبير و الصغير و الملهاة و المأساة و الماضي و الحاضر .
 - ❑ مقدمة التساؤل و تتضمن إجابة عنها في جسم الخبر .
 - ❑ مقدمة الإقتباس و تعتمد على إقتباس فقرة مهمة من تصريح لمصدر الخبر .
 - ❑ مقدمة الوصف و تعتمد على شرح الجو العام الذي وقع فيه الحدث .
 - ❑ مقدمة الخطاب المباشر و يعتمد على توجيه الكلام إلى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية و التجاوب.
- و هذا لا يمنع من إمكانية التجديد و الابتكار المستمر المفتوح أمام أي محرر في كتابة المقدمة.
3. فقرة الربط : هي فقرة توجد بين المقدمة و جسم الخبر و تهدف إلى : تكلمة بعض البيانات الأساسية التي قد لا يكون لها مكان في المقدمة ، إفساح المجال لتسجيل تصريح منسوب إلى شخصية ما ، تفسير واقعة من وقائع الخبر ، و أخيرا تلخيص ما سبق حدوثه في فترة سابقة في حالة أخبار المتابعة و قد توضع هذه الفقرة داخل المقدمة فتسمى Tie in و قد توضع بعد المقدمة فتسمى Tie Back .
4. جسم الخبر : و يتضمن مجموعة من الحقائق و الوقائع المرتبة حسب أهميتها أو حسب تسلسلها الزمني في الوقوع ، و قد يكون جسم الخبر عبارة عن ملخص يتبعه فقرة أقتباس فملخص يتبعه فقرة أقتباس .. إلخ .

و هناك مداخل حديثة لكتابة المادة الإخبارية و تحريرها و هي :

1. مدخل التركيز على الفرد : كان بعض الصحفيين في الستينات و السبعينات من القرن العشرين يستخدمون هذا المدخل ، و هو مدخل يعتمد على الأسلوب الأدبي في رواية الخبر من خلال رؤية شخصية أو من خلال التركيز على ج من الكل حيث يركز هذا المدخل على شخص أو جهاز ما يكشف الحدث من خلاله ثم يفسره بعد ذلك بالتفصيل . و فلسفة هذا المدخل تقول أن القارئ العادي في كثير من الأحيان يعجز عن فهم بعض الأحداث الضخمة و القضايا المعقدة و لكنه يفهمها غذا ما تناولها من جانب شخصي أو محسوس أو ملموس فمثلا ميزانية الدولة يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الأسرة ، و هذا يشير إلى أن هذا المدخل يعتمد على صياغة الخبر بشكل يجعله قريب التأثير في حياة الفرد . مثال : بدلا من أن نقول أن ديون الدولة وصلت إلى 4 مليار دولار الأفضل أن نقول أن نصيب الفرد من الدين العام هو 3500 دولار . على أية حال فإن هذا المدخل يتم من خلال الخطوات التالية :
- ❑ الخطوة الأولى : تبدأ بالتركيز على الفرد المنغمس و المتأثر بالحدث و يشغل هذا التركيز مقدمة الخبر.

٢٢ الخطوة الثانية : أنتقال المعنى من المقدمة الشخصية إلى القضية الأضخم و تسمى الفقرة الحتمية ، تلك الفقرة تشمل معظم المعلومات المهمة أو ذروة الخبر التي توجد في مقدمة أسلوب الهرم المقلوب حيث تقدم تفصيلات مركزة و دقيقة و محددة و تحتاج إلى مزيد من الشرح و التوضيح و التفسير و التوسع .

٢٣ الخطوة الثالثة : كتابة فقرة جسم الخبر و تقوم بعملية الأنتقال من الخاص إلى العام حيث يتم عرض القصة الأضخم في ترتيب تنازلي للأحتفاظ بأهتمام القارئ خلال القصة و حتى نهايتها أعتامادا على عدة طرق أهمها : إبراز الفرد و الإشارة إليه داخل جسم الخبر – تزيين الخبر ببعض الطرائف و الأمثال و تلوين الأسلوب – و أخيرا توظيف 3 مداخل إسلوبية تحريرية هي (1) التركيز أو تحديد زاوية أو نقطة معينة أو هدف يمكن التركيز عليه في إطار هذا الحدث بحيث يسهل مهمة تحرير الخبر و جعله أكثر متعة ، (2) التفصيل أو البحث عن تفاصيل دقيقة داخل الحدث أو القضية مع العناية بالأسلوب و الأهتمام و أنسياب الأفكار و تسلسلها ، (3) الفقرات الإنتقالية و هي التي تربط بين فقرة و أخرى بأسلوب رشيق و دون تكلف و دون أن تثير غضب القارئ أو إحباطه أو تعاطفه أو رفضه) .

٢٤ الخطوة الرابعة : هي خاتمة الخبر و هنا نجدها تأتي على خلاف أسلوب الهرم المقلوب الذي تكون فيه الخاتمة أقل المجالات أهمية و تحتوي على تفاصيل زائدة ، و هنا يعود المحرر إلى التركيز مرة أخرى على الشخصي ، و قد تكون خلاصة مركزة أو تقرير موجز للموضوع أو أهم إستنتاجاته .

و هناك تطبيقات مختلفة لهذا المدخل تتفق معه في الخطوات(2،3،4) ولكنها تختلف معه في المقدمة مثال :

– إستخدام المقدمة المسرحية أو مقدمة المشهد : حيث تكون المقدمة عبارة عن مشهد وصفي مؤثر يجذب إنتباه القراء على أن يكون هذا المشهد متصلا بجوهر القصة الإخبارية و في الخطوات التالية يحرص على المحرر على إستمرار الوصف التفصيلي لدعم النقاط التي يصفها .

– إستخدام المقدمة القصصية أو السردية : حيث تعتمد على صياغة الخبر كحكاية أو قصة قصيرة مسلية تروى بأسلوب سردي يربط القصة بجوهر الخبر .

2. مدخل القصص الحوارية المتسعة : يعتمد هذا المدخل على سرد إقتباسات من أقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة في القصة الإخبارية ، وعند إستخدام هذا المدخل يجب أن يكون المحرر قد سجل الحوار الذي دار مع المصادر تسجيلا كاملا حتى يكون أمينا في الإستعانة بالأقتباس .

3. مدخل ضمير المتكلم : و يعتمد هذا المدخل على رواية الوقائع الإخبارية على لسان المحرر الصحفي و من وجهة نظره الشخصية ، و هذا المدخل يخلق نوعا من الحيوية و الأحساس بالمشاركة بين المحرر و القراء و يستحسن في هذه الحالة أن يكون المحرر شريكا في الواقعة الإخبارية كأن يكون شاهدا على كل تطورات الواقعة من بدايتها لنهايتها مثل المباريات الرياضية و الخطب و الإنتخابات و أخبار المحاكمات .

4. المدخل الكرونولوجي (التاريخي أي ترتيب الأحداث حسب زمن وقوعها) : شاع إستخدام هذا المدخل منذ بداية نشأة الصحافة حيث كانت الأحداث تروي حسب ترتيب وقوعها بشكل درامي فتعرض التفاصيل الأقل أهمية فالأكثر أهمية إلى أن تصل إلى ذروة الأحداث في نهاية القصة الإخبارية ، و قد عادت الصحف لأستخدام هذا المدخل بعد أن أضافت عليه بعض التعدي حيث صار يبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة ملخصة لأهم ما في الحدث

أو تساؤل عن أبرز الوقائع أو وصف ثم فقرة إنتقالية إلى بداية التفاصيل ثم خاتمة تلخيصية ، مع مراعاة أن تكون طبيعة الحدث تسمح باستخدام هذا المدخل مثل سقوط طائرة أو قصة إخبارية نسائية ...إلخ .

5. المدخل السردي : يعتمد على أسلوب المقال الذي يسرد الوقائع كما حدثت و بدون أي تغيير .

الأشكال الصحفية :

1. الأخبار القصيرة السريعة Spot News : هي الأخبار التي تقدم العناصر الرئيسية للأحداث الحالية بشكل مركز و مختصر دون تفاصيل في فقرة أو فقرتين على الأكثر و غالبا ما يكون مكانها في الصفحات الأولى .
 2. القصص الإخبارية News Stories : و تغطي الأحداث المهمة بكل جوانبها التفصيلية حيث تجيب على التساؤلات الرئيسية في أكثر من فقرتين .
 3. التقارير الإخبارية News Report : و تقدم الحدث مع خلفياته ، و يناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية و يشيع استخدامه في المجالات الإخبارية العالمية مثل تايم و نيوزويك و غيرها . و يحقق التقرير الإخباري الوظائف التالية : تقديم معلومات جديدة وافية عن الحدث + يبرز زوايا الحدث + يقدم الخلفية التاريخية و الوثائقية للحدث + يقدم تقييم موضوعي للبيانات و المعلومات الواردة في التقرير الإخباري عن طريق الأحكام و الإستنتاجات و التعميمات التي تدلي بها الشخصيات . و يحتوى التقرير على معلومات تفصيلية ، و تحليل لهذه المعلومات و تفسيرها لها و وضعها في إطار عام ، ثم خلاصات أو إستنتاجات لها مغذى ، ثم توقعات و تنبؤات بما سيحدث في المستقبل . و يعتمد نجاح التقارير على مدى إستفادة الصحفي من قسم المعلومات الصحفية حيث يحتاج إلى خلفية بحثية و تعمق في التفاصيل و الأسباب و الدوافع والخلفية التاريخية و الصور الفوتوغرافية و الرسوم اليدوية (التوضيحية و التعبيرية) .
 4. القصة الإخبارية الشاملة Round Up News Story : هذا الشكل يقدم تغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة و متشابهة حيث يتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة و يتم ربط الأحداث بخيط أو مضمون واحد مثل "الأزمة الاقتصادية تلقي بظلالها على أوروبا" أو "تغطية حرب أكتوبر على جبهات القتال في سيناء و الجولان و المواقف العربية في باقي الدول العربية و ردود الأفعال الحلية و الدولية" .
 5. القصص الإخبارية الجانبية Side Bar News Stories : هي عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة و مكثفة و تتصل مباشرة بقصة إخبارية مهمة أو تقرير أخباري منشور في الصحيفة نفسها أو في العدد نفسه من الصحيفة ، و تبرز هذه القصص عادة الجوانب الإنسانية و ردود الفعل تجاه حدث ما ، إضافة إلى عدة أغراض أخرى هي : إبراز تأثير الأخبار المتصلة بها و مغزاها + إضافة بعد إنساني لهذه الأخبار + إضافة معلومات و خلفيات و ردود فعل يصعب وضعها بالصورة المناسبة داخل القصة الإخبارية أو التقرير الإخباري . و من أنماط القصص الإخبارية الجانبية :
- القصة الجانبية الشخصية : تقوم برسم صورة شخصية للمشاهير (داخل الحدث) مستخدمة التعبير بالكلمة.

- القصة الجانبية الإنسانية التي تدعو للتعاطف : و هدفها خلق تعاطف مع نموذج إنساني من خلال قصة إخبارية جادة مثل قصة الطفلة التي ظلت على قيد الحياة لعدة أيام بدون طعام أو شراب أو رعاية بعد وفاة والديها مختنقين بغاز البوتجاز .
- القصة الجانبية التي تقدم ردود فعل : وتتضمن تعليقات تبديها بعض الشخصيات أو الجهات على حدث ما .
- القصة الجانبية النفسية : و يسعى الصحفي من خلالها إلى الغوص في أعماق النفس البشرية ليعكس حالتها المزاجية و التعاطفية في مواجهة موقف مؤثر بحيث يدفع القارئ للتوحد مع الأشخاص الذين يتم ذكرهم في القصة ، مثل ذكر ردود أفعال الناجين من غرق العبارة .
- القصة الجانبية المشرقة أو الباسمة : و تقدم بأسلوب فكاهة أو سخرية بهدف بعث التفاؤل و الأشرار لدى الجمهور، و تستخدم أسلوب الهرم المقلوب حيث تبدأ بمقدمة تحتوي على أهم ما في القصة ثم الفقرة إنتقالية ثم التفاصيل ثم الخاتمة الأكثر مرحا . و قد يستخدم فيها أسلوب السرد الروائي حيث تروي المقدمة بداية الحدث ثم التفاصيل ثم ذروة الحدث في النهاية و هو الأكثر إثارة و مرح للقارئ .
- القصص الخلفية : و هي توضع في قلب القصص الإخبارية و تحتوي على معلومات و خلفيات تاريخية و جغرافية و الدوافع و الأسباب وراء الحدث و الأحداث المشابهة ، و يكثر استخدام هذا الشكل في الصحف الأسبوعية و المجالات الإخبارية .

أشكال المادة الإخبارية في وكالات الأنباء :

1. الخبر الخاطف Flash : و هو خبر قصير مقتضب يصاغ في عدة كلمات قليلة و يحرر بأسلوب تلغرافي يتعلق بحدث على درجة كبيرة من الأهمية و لابد أن ينسب على مصدر مثل : "الخرطوم : إنقلاب عسكري" ، و يصحب ذلك الإعلان حالة إستعداد في أجهزة التحرير لأنه بمثابة جرس إنذار يأتي بعده إضافة فورية بخبر أو خبرين يحتويان على الإجابة على بعض التسؤلات التي تخص الحدث .
2. الخبر المسبق Bulletin : و هو خبر قصير يصاغ بأسلوب موجز لا يتجاوز 35 كلمة و يستخدم لتغطية الأحداث التي تقل أهميتها عن الخبر الفلاش، و هو عملية تكرار موسعة لمضمون الخبر الفلاش ، و عندما تتعدد الأخبار المسبقة التي تتعلق بنفس الحدث يتم ترقيمها .
3. الخبر العاجل Urgent : يغطي حدث مهم لكنه لا يصل إلى مرتبة الخبر المسبق و لا يزيد على 100 كلمة ، و عندما تتعدد الأخبار العاجلة حول حدث واحد يتم ترقيمها أيضا ، و يستخدم العنوان الرمزي Slug الذي يتراوح بين كلمة و ثلاثة كلمات في كل منها .
4. الخبر المستمر Running : يغطي حدثا مهما مازالت وقائعه مستمرة مثل المعارك العسكرية أو المباريات الرياضية أو إجتماعات منظمة ما أو مؤتمر ، و تتضمن تغطيته عناوين رمزية و ترقيمها .
5. الإضافات Takes : يتبع كل خبر مسبق إضافة أو تكملة لما جاء في الخبر المسبق وتتضمن كل إضافة أو تكملة عدد من الكلمات لا يزيد على 150 كلمة ويتم ترقيم كل إضافة مع التذكير في رأس الخبر بالعنوان الرمزي. أما القصة الإخبارية الموسعة فتكرر كل التفاصيل التي وردت في الخبر المسبق وتتضمن تفاصيل

الخبر مرتبة حسب أهميتها و ليس على حسب ترتيب وقوعها ، ويجب تقطيع القصة الإخبارية الموسعة إلى إضافات من 200 كلمة على الأكثر لكل إضافة .

6. التحليل الشامل Round Up : و يضم تحليل شامل حول موضوع واحد بصورة متفرقة على فترات زمنية مختلفة ، مع إضافة خلفيات وثائقية أو تاريخية ، ويشتمل التحليل على أكبر قدر ممكن من التفاصيل عن الحدث و شخصيته. و يجب ألا يزيد التحليل على 600 كلمة .
7. الأخبار الخاصة Specials : و تقدم لمشارك خاص أو بلد معين أو منطقة جغرافية معينة أو قسم خاص من أقسام التحرير، و هي عبارة عن تكملة أو قصة إخبارية يتم تحريرها بإحدى اللغات المستخدمة في المقر الرئيسي للوكالة أو بلغة المشترك . و يسبق الخبر الخاص بالرمز (خاص) و مذكرة (أنتبه) .

المرحلة الرابعة – مراجعة الأخبار : في هذه المرحلة يقوم المحرر بمراجعة الخبر للتأكد من تناسب أسلوب تحريره مع طبيعة الصحيفة وسماتها وخصائص قرائها وسياستها التحريرية ، ويقوم بهذه العملية المحرر المراجع ، وقد يحتاج الأمر إلى إعادة صياغة الخبر مرة أخرى أو تعديل بعض أجزائه كالعناوين أو المقدمة، ومن بين الأهداف الأساسية لعملية مراجعة الأخبار التأكد من دقة وصدق المعلومات الواردة بها ومراجعة أسلوب صياغة الخبر، و في بعض الأحيان يتطلب الأمر إجراء أحد التصرفات التالية :

1. أختصار الخبر : بسبب ضيق المساحة يضطر المحرر إلى حذف بعض الفقرات أو إعادة صياغة الخبر بالكامل
2. حذف بعض الأخبار الأقل أهمية .
3. دمج أكثر من خبر معا : و ذلك في حالة ما إذا كانت تلك الأخبار تدور حول موضوع واحد و شخصية واحدة.
4. ترحيل بعض الأخبار (البواقى): بنشر الخبر في صفحة و بقيته في صفحة أخرى (بعض الصحف ترفض ذلك).

الأشكال التفسيرية و الإستقصائية

أولا الحديث الصحفي

الحديث الصحفي هو مقابلة تتم بين الصحفي و شخصية أو أكثر للحصول على معلومات حول بعض القضايا أو الموضوعات أو للتعرف على وجهة نظره الشخصية في أمور تشغل الرأي العام أو لألقاء الضوء على ملامح شخصيته و تعريف القراء به من قبيل التعريف أو التسلية . و الحديث الصحفي قد يكون وسيلة أو أداة لجمع البيانات

للعدد من الأشكال الصحفية الأخرى كالمواد الأخبارية و مواد الرأي و التحقيقات ، غير أن الحديث الصحفي الذي نتعرض له هنا هو نشر المادة الصحفية التي تم الحصول عليها عن طريق المقابلة الشخصية أو التليفونية .

خطوات تنفيذ الحديث الصحفي :

1. **أختيار الشخصية :** يراعى عند أختيار الشخصية التي يجري معها الحوار أن تكون شخصية مهمة أو مشهورة ، وأن يكون موضوع الحديث قيما ومهما بالنسبة للقارئ، وأن يتم أختيار الشخص المناسب للحديث في موضوع تخصصه، وأن يتم المفاضلة بين عدد من الشخصيات المتخصصة في الموضوع لأختيار الأفضل من بينها .

2. **إجراء دراسة إستطلاعية تمهيدية حول الموضوع :** يتم إجراء هذه الدراسة حول موضوع الحوار للتعرف على جوانب الموضوع و ذلك من خلال جمع المعلومات من الأرشيف و إجراء الأتصالات بالمصادر الخارجية ، و هذا يفيد الصحفي في تحديد زوايا جديدة للموضوع الذي سوف يعالجه و صياغة الأسئلة بشكل محدد بحيث تغطي تلك الزوايا إستنادا إلى معلومات دقيقة وترتيبها بشكل منطقي، فهذا يشعر القارئ بأن المادة التي يتناولها تمثل إضافة جديدة وممتعة . كما أن مذاكرة الموضوع جيدا قبل الدخول إلى الحوار يساعد الصحفي في إدارة الحوار بشكل جيد ويعطي أنطباع إيجابيا لدى الشخصية بأن الصحفي شخص إيجابي و حيوي و مثقف يتفاعل مع ما يقوله الضيف و يطرح نقاط تثري الحديث و ليس مجرد ماكينة تطرح الأسئلة و تسجل الإجابات ، و من ثم فإن هذا يشجع الضيف على الدخول في عمق الموضوع و التفصيل فيه . فضلا عن أن المحرر يستعين ببعض المعلومات و البيانات كخلفية و مادة خصبة عند صياغة الحوار في شكله النهائي .

3. **إجراء دراسة إستطلاعية تمهيدية حول الشخصية :** بمعنى دراسة سيرته الذاتية (مؤهلاته و خبراته و وظائفه و تصريحاته) من الأرشيف الصحفي و من المصادر الأخرى الحية و غير الحية تفيد في تحقيق الآتي : فهم الشخصية المتحدث معها و المدخل المناسب لها مما يعين المحرر في إدارة الحوار بشكل ناجح + التعرف على أفكاره السابقة و تصورات و إتجاهاته نحو الموضوعات و القضايا المختلفة و أسباب ذلك . و إذا كان الصحفي لا يعرف الشخصية فمن الافضل أن يتعرف على صورة الضيف من خلال أرشيف الصور قبل أن يذهب إليه .

4. **إعداد و ترتيب الأسئلة :** في ضوء أهداف الحديث المحددة و الدراسة التمهيدية حول الموضوع و الشخصية يتم تحديد النقاط الرئيسية و الفرعية التي سيتناولها الحديث كمؤشر يساعد الصحفي على إدارة دقة النقاش و قد يكتفي الصحفي بذلك كي يسمح له ذلك بحرية النقاش ، لكن من الأفضل أن يتم ترجمة كل نقطة من نقاط الحديث إلى عدد من الأسئلة المحددة . و عموما يراعى في صياغة الأسئلة ما يلي :

- تجنب الأسئلة التي توجي بإجابة معينة خاصة أسئلة الرأي والتي لا تفيد في معرفة رأي المتحدث الحقيقي.
- تجنب الأسئلة التي تقدم إجابة بنعم أو لا خاصة مع الشخصيات القليلة المتحدث مع الصحف أو التي تحاول التهرب من الإجابة على نوعية معينة من الأسئلة .
- تجنب الأسئلة الطويلة التي تدفع الضيف إلى الملل أو تجعله عاجز عن فهمه .
- تجنب الأسئلة الغامضة أو الغير واضحة أو الغير محددة ، حيث يجب تحديد موضوع السؤال بحيث لا يتعرض السؤال الواحد لأكثر من موضوع .

- تجنب الأسئلة المستفزة أو الهجومية أو الساخرة أو المثيرة للشك أو التي تأخذ موقفا مضادا للضيف أو معه
- تجنب الأسئلة التي لا تقع في دائرة تخصص الضيف .
- أستخدم الأسلوب الغير مباشر في الأسئلة التي قد يجد الضيف حرجا في الرد عليها بشكل مباشر .
- ترتيب الأسئلة بحيث يقود سؤال إلى الأخر و يكمله .

5. **الأستعداد لأجراء المقابلة :** لابد من وضع خطة تحدد فيها الأهداف التي يسعى الصحفي لتحقيقها من وراء

المقابلة سواء كانت الحصول على المعلومات أو التعرف على رأي الضيف و ظروف حياته و إسهاماته الفكرية و الإجتماعية و الإنسانية و السياسية إلخ . و هنا يجب أن يتم تحديد مكان المقابلة بحيث يلائم كل من الصحفي و الضيف ، و أن يتم تحديد موعد مناسب للمقابلة ، و يتوقف نجاح المقابلة على :

- ما يملكه الصحفي من مهارات إتصالية تجعله قادرا على كسب ثقة الضيف ، و هذا يتطلب من الصحفي بعض الذكاء في أختيار المدخل المناسب للتعامل مع الضيف و خلق جو من الود يسمح للضيف أن يتحدث بحرية و يطرح كل ما في جعبته من معلومات و آراء ، و هذا يتطلب من الصحفي أن يتعلم كيف ينصت للحديث بشكل جيد ، فضلا عن ضرورة أن يكون مظهر الصحفي بسيط و غير مغال فيه ، و أن يتعامل مع الضيف بتواضع و يظهر له الاحترام ، و أن يكون حياديا .

- تمكن الصحفي من أدواته الصحفية مثل : دراسة الموضوع و الشخصية جيدا ، و الالمام التام بالسياسة التحريرية ، فضلا عن إلمامه بالأحداث الجارية و قضايا الساعة ، و بكل جديد في مجال الفن الصحفي .

- الظروف المكانية التي يتم فيها إجراء المقابلة (مثل منزل المتحدث معه أو مكان عمله أو مكان عام).
- الظروف النفسية التي يتم فيها إجراء المقابلة (كأن يكون الضيف متوتر أو منفعل أو غاضب أو مريض أو ثقيل السمع) ، كما يتضمن ذلك الصورة الذهنية لدى كل من الصحفي و المتحدث معه .

6. **إجراء المقابلة :** ينبغي على الصحفي أن يلتزم بالذهاب إلى الضيف في المكان و الزمان المتفق عليه لأن ذلك

يعطي أنطباعا جيدا لدى الضيف . و في البداية يجب أن يمهد الصحفي الجو المناسب من خلال طرح اسئلة تقليدية طبيعية في موضوع عام مشترك بينهما أو طرفة أو موضوع يشكل أهتماما خاصا أو شخصا للمتحدث معه و يدير حوله حوار قصير ، و هذا يتطلب من الصحفي مهارة خاصة في الأتصال بالآخرين ، المهم أن يزيل حالة التوتر و يشعر الضيف بالأطمئنان و الأرتياح . و بمجرد أن يشعر الصحفي بأن الضيف قد وصل إلى هذه الحالة يبدأ بطرح أسئلته الخاصة بالموضوع ، و هنا يجب مراعاة الآتي :

- أن يكون الصحفي هادئا و متزنا و ان يطرح الأسئلة بصوت واضح و ببطء بحيث يستطيع الضيف متابعة كلام الصحفي و فهم أسئلته .

- يجب ألا يعتمد الصحفي على إلقاء الأسئلة من الورقة التي أعدت فيها بل عليه ان يكون مستوعبا للأسئلة و يلقيها من ذاكرته و أن يلقي سؤالا واحد في كل مرة ثم يتيح المجال للضيف للإجابة على السؤال .

- الأنصات بشكل جيد فلا يقاطع الضيف أثناء حديثه ، و يفضل أن ينتظر الصحفي دقيقة بعد أن ينتهي الضيف من حديثه قبل أن يبدأ في طرح السؤال التالي فربما شعر الضيف أن عليه أن يضيف شئ للحديث.

- في حالة الضيوف الذين يحبون التطرق لمواضيع خارج مساحة المقابلة يجب على الصحفي أن يتصرف بلباقة لجذب الضيف مرة أخرى إلى المساحة المحددة للحديث .
- تجنب إلقاء الاسئلة بأسلوب الأسئلة والاستجابات و التحقيق البوليسي .
- يجب على الصحفي أن يتجنب أكمل الجمل نيابة عن الضيف حتى لو كان الضيف يشعر بصعوبة في إكمال بعض الكلمات ، لأنه (الصحفي) قد يخطئ في ذلك مما يدفع الضيف لأحراجة برأي مخالف أو التغاضي منعا لأحراج الصحفي و كلا الوقيين غير مرغوب فيه .
- عدم الإسراف في التعاطف مع الضيف .
- يجب أن يكون الصحفي متحفظا في إظهار مشاعره فلا يجب مثلا إظهار الأنبهار أو الاستغراب أو الدهشة لما يقوله المتحدث حول حقيقه معينة لم يكن يتوقعها الصحفي .
- التفاعل في الحوار فلا مانع من أن يعقب على كلام الضيف و إبداء وجهة نظر معينة إذا تطلب الأمر .
- المرونة في المقابلة فإعداد الأسئلة و ترتيبها لا يعنى أنه يجب أن يلتزم بذلك إلتراما حرفيا كاملا فربما أن الضيف قد أجاب بأستفاضة على أحد الأسئلة بما يعفي الصحفي من طرح سؤال تالي يأتي ترتيبه متأخرا .

7. **تسجيل المقابلة :** هناك طريقتان لتسجيل المقابلة هما :

- الطريقة الأولى : أن يتم تسجيل نص المقابلة بأستخدام جهاز للتسجيل مع ضرورة أستئذان الضيف في ذلك حيث أن بعض الضيوف لا يحبون الميكروفون و أجهزة التسجيل مما يخلق حاجز نفسي يفقد المقابلة كثير من التلقائية و من ثم كثير من المصداقية و الدقة في المعلومات ، فقد يدفعه جهاز التسجيل إلى الأفتعال أو التصنع مما يؤثر على طريقة الإجابة و مدى دقتها . غير أنه مما يميز تلك الطريقة أن تسمح للصحفي بالمشاركة الإيجابية في الحوار و ملاحظة تعبيرات المتحدث و نبرة صوته و إن كان من الفيد أن يصاحب ذلك تسجيل بعض النقاط المهمة أثناء الحوار و التي تعين الصحفي أثناء تفريغ التسجيل .
- الطريقة الثانية : الأعتداد على التسجيل في مفكرة أو أوراق ، و هذه الطريقة أصبحت مهجورة لأنها تتطلب تفرغ الصحفي كاملا و من ثم تصرفه عن المشاركة الإيجابية في النقاش فضلا عن أن النقل من التسجيل اليدوي قد لا يكون أمينا لأنك تسمع الكلام مرة واحدة على عكس التسجيل الذي يمكن من خلاله إعادة سماع اكثر من مرة .

8. **تحرير المقابلة :** و تمر بثلاثة خطوات هي :

- **1** التمهيد لصياغة الحديث في شكله النهائي من خلال : مراجعة المادة الصحفية التي تم الحصول عليها سواء كانت آراء أو معلومات و التأكد من أنها كاملة و لا تحتاج إلى إستكمال ، فضلا عن إعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث سواء كانت فوتوغرافية أو مرسومة أو ساخرة أو تعبيرية أو توضيحية .
- **2** أختيار الصيغة أو الأسلوب المناسب مع طبيعة الموضوع ، و من الأساليب المستخدمة :
- ❖ الطريقة التقليدية : وهي تقوم على سرج السؤال و الإجابة عنه (س ، ج) و يعيها أنها مملة و تبدو أقرب إلى الشكل البوليسي .

- ❖ طريقة الحذف : تعتمد على حذف نص الأسئلة مع صياغة إجابات الضيف بأسلوب يفهم منه السؤال المحذوف ، و تتطلب مهارة في الصياغة .
- ❖ طريقة الاقتباس : و تعتمد على عرض أقوال الضيف يتخللها فقرات ربط ، و تتضمن فقرات الربط معلومات عن المكان أو الزمان أو الجو النفسي للمقابلة أو السيرة الشخصية للضيف ، و هذه الطريقة تضيف كثير من الحيوية على النص وتشعر القارئ بالتجاوب و كأنه يشارك الضيف الحوار .
- ❖ طريقة الصياغة بأسلوب المحرر : حيث يصيغ المحرر النص كاملا بأسلوبه في شكل سردي أقرب إلى المقال أو القصة الروائية حيث تتصاعد المواقف إلى ذروة الأحداث أو الحكمة أو حل الحكمة . و هذا يتطلب درجة من الخبرة و التمرس حتى يكون الأسلوب متميز ، كما يتطلب ذلك أن تكون طبيعة الإجابات نفسها تسمح باستخدام هذا الشكل . و عموما يرى البعض أن هذا الشكل يفقد الحديث الصحفي خاصية الحوار التي تضيف الحيوية على الحديث .
- ❖ طريقة المزج بين الاقتباس من كلام الضيف و الأقوال المصاغة بأسلوب المحرر : و يفضل أن يتعلق الاقتباس بالآراء الشخصية بينما الأقوال المصاغة بأسلوب المحرر تتعلق بالمعلومات و الحقائق.
- **3** تحرير الحديث وفق الصيغة التي تم اختيارها: هنا يجب أن نتحدث عن أجزاء الحديث الأساسية و هي :
 - ❖ العنوان : تتطلب مهارة و خبرة و موهبة في إعدادها و ثراء لعوي يمكن المحرر من استخدام الالفاظ المناسبة للمعنى و المساحة، و لا يبدأ الصحفي في كتابة العنوان إلا بعد أن يكون قد أكمل النص و حرره كاملا ، و من شروط العنوان الجيد : أن يجذب القارئ لقراءة المقدمة و معنى ذلك أنه لا يجب أن يقول كل شئ بحيث يشعر القارئ أنه لا أهمية من قراءة الموضوع نفسه ، و أيضا لا يجب أن يترك المجال للقارئ لأن يستنتج أشياء لا تتفق مع جوهر النص + و أن يتجنب الحشو الذي يرهق العين أثناء القراءة، و تجنب تكرار إستعمال الكلمة نفسها في نفس السطر، و تجنب تكرار أفكار العناوين، و تجنب الغموض و الالفاظ التي تنطق بطريقتين مختلفتين و تعطي معنيين + أن يكون كل سطر من سطور العنوان مستقل بذاته و يحمل معنى متكامل و في حالة العنوان الطويل الذي يتطلب أكثر من سطر يجب جمعه كله بنفس البنط + العناوين التساولية يجب أن تتضمن إجابات في الجسم .
 - ❖ المقدمة : هناك 8 أشكال للمقدمة و هي: ① المقدمة الخبرية (تركز على الخبر المهم أو التصريح الجديد)، ② المقدمة التلخيصية (تلخص أهم الأفكار و المعلومات و وجهات النظر التي تطرحها المقابلة)، ③ المقدمة الوصفية (تصف الضيف وسماته الجسمية و النفسية و المكان و الجو النفسي و السلوكي)، ④ مقدمة الحوار (تعتمد على إبراز جزء مهم من الحوار الذي دار بين المحرر و الضيف)، ⑤ المقدمة الاقتباسية (تبدأ بأقوال و تصريحات مهمة مقتبسة بالنص كما وردت على لسان الضيف)، ⑥ المقدمة القنبلة (عبارة عن جملة واحدة قصيرة تبأغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره)، ⑦ مقدمة التساؤل (تطرح أهم الافكار التي سيتم تناولها في صيغة تساؤلات يجيب الحديث عنها)، ⑧ مقدمة التناقض (تقدم المتناقضات في الحديث سواء في الوقائع أو الحقائق أو التصريحات) ❖ الجسم

ثانياً التحقيق الصحفي

تعريفها وأنواعها : التحقيق الصحفي هو عبارة عن تحري و دراسة وبحث حول قضية أو ظاهرة أو فكرة أو مشكلة تشغل أهتمام الجماهير في وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التي تحتاج لأجابة أو لحل ، و يتم التحقيق الصحفي من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بالموضوع سواء كانت حية أو غير حية و إجراء سلسلة من اللقاءات و البحث في الوثائق و التقارير و الملفات سعياً للوصول إلى حلول أو إجابات . و هناك تصنيفان لأنواع التحقيقات الصحفية ، التصنيف الأول يقسم التحقيقات إلى :

❧ **التحقيق المفصل :** تكون فيه الكلمة هي الأساس و تعاونها المواد المصورة (صور، رسوم ، أشكال توضيحية) ، و يبذل الصحفي قصارى جهده في الألتقاء بالمصادر و قراءة الوثائق و الاستعانة بكل وجهات النظر و الآراء المؤيدة و المخالفة لوجهة نظر المحرر ، و يستعين في تحليله و تفسيره بالكمبيوتر ليصنف البيانات و يجدها . و يعتمد التحقيق المفصل على التيارات الصحفية الجديدة بشكل مكثف من حيث الرؤية أو الفكرة أو التخطيط و الأدوات و مناهج البحث العلمي الإجتاعي و تقنياته (خاصة في العلوم السلوكية) .

❧ **التحقيق المصور:** يعتمد على المواد المصورة كعنصر أساسي و تعتبر الكلمة عاملاً مساعداً أو معضداً للصورة ، و قد تخصصت بعض الجرائد اليومية في هذا النوع من التحقيقات ، و هناك وكالات صحفية متخصصة في هذا الشكل على مستوى الولايات المتحدة و أوروبا الآن .

أما التصنيف الثاني فهو للدكتور محمود أدهم الذي يرى تقسيم التحقيقات الصحفية إلى :

❧ **التحقيق الصحفي العام :** و ينقسم إلى عدة أقسام هي :

- 1) التحقيق المشوق : يكون التشويق هو أبرز سماته و الخط الأساسي فيه و يهدف إلى التثقيف و التسلية الرفيعة و الأمتاع الذهني و ذلك من خلال طرح قضايا و صور إنسانية بأسلوب مشوق بهدف التسلية .
- 2) تحقيق المشكلات : و يساهم في كشف العيوب و الثغرات و البحث عن الجوانب السلبية المتمثلة فيما يعانىة الناس من مشكلات في حياتهم اليومية العادية .

3) تحقيق الرحلات ، تحقيق دراسة الشخصية ، تحقيق المناسبات .

❧ **التحقيق الصحفي الخاص**

❧ **أنواع أخرى من التحقيقات :** تتضمن الدراسة الصحفية أو البحث الصحفي، الحملة الصحفية، التحقيق الإعلاني.

فكرة التحقيق الصحفي : إن الفكرة التي تصلح تحقيقاً صحفياً لا بد أن تكون مهمة لأكبر قطاع ممكن من الجماهير المستهدفة ، و ينبغي أن تتسم بالجدة أو تقدم من خلال معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة ، و فيما يلي نستعرض تفاصيل فكرة التحقيق الصحفي :

□ **أولاً مصادرها :**

- (1) تعتمد على وسائل الإعلام العامة كالصحافة و الراديو و التلفزيون و ما تقدمه هذه الوسائل من إعلانات و مواد إعلامية أخرى .
- (2) المشاهدات و التجارب التي يمر بها و يعاينها الصحفي في بيئته المحلية و في المؤتمرات (الصحفية و العلمية و الدينية و الاقتصادية و السياسية) أو في الرحلات أو في مختلف قطاعات و مؤسسات الدولة .
- (3) القصص الأنسانية و الحالات الغريبة و الشاذة .
- (4) المناسبات و الأعياد المحلية و القومية و العالمية و الظروف الجديدة و الطارئة التي تقضي التعرف على آراء الناس و الإجابة على تساؤلات في الانتخابات و في أوقات الأزمات .
- (5) الدراسات و الأبحاث و التقارير و النشرات و الوثائق المختلفة .

□ ثانيا مراحل إعداد التحقيق الصحفي :

(1) التخطيط :

- ❖ تحديد هدف الموضوع و حيزه المكاني و الزماني مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور المستهدف و مدى أتفاقه مع سياسة الصحيفة التحريرية و إتجاهها السياسي .
 - ❖ أختيار التوقيت المناسب لأعداد التحقيق و نشره و ذلك لضمان جذب أنتباه القراء المستهدفين .
 - ❖ الدراسة الإستطلاعية بهدف فهم الموضوع و معرفة جذوره التاريخية و ما سبق أن كتب و قيل عنه (في المصادر البشرية و الصحف و الدوريات و الكتب و الوثائق و التقارير) .
 - ❖ دراسة مبدئية للمصادر التي يمكن أن تساعد في الأدلاء بمعلومات أو آراء حول الموضوع من حيث دقتها و موضوعيتها و مدى تخصصها و أتفاقها مع سياسة و أسلوب الصحيفة و موافقتها على المشاركة في الموضوع .
 - ❖ في ضوء هذه الدراسة ترسم الخطة متضمنه : جوانب الموضوع مرتبة + المصادر البشرية و الوثائق و التقارير و غيرها التي سيتم الرجوع إليها للحصول على معلومات و آراء حول الموضوع .
- (2) جمع المعلومات وتحليلها : يتضمن جمع المعلومات و الوقائع و الآراء من المصادر المختلفة و تحديدها و ترتيبها سواء كانت حية أو غير حية ، ثم مراجعتها و التأكد من أنها تغطي كل جوانب الموضوع و التعرف على كل الآراء ، ثم تحليل المعلومات و الآراء المجمع و تصنيفها بهدف الوصول إلى نتائج و حلول و تصورات مقترحة .
- (3) تحرير التحقيق الصحفي و مراجعته :

- ❖ إعداد المادة للتحرير : يتم فرز المادة المجمع للتمييز بين الصالح منها و غير الصالح ، ثم إستبعاد المواد الثانوية التي لا تعد في صلب الموضوع أو غير متفقة مع سياسة الصحيفة التحريرية و فكرها السياسية ، ثم وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع ، و على ضوء تلك الخطة يتم تصنيف الآراء و المواد المختلفة تحت رؤس عناوين رئيسية تمثل النقاط المهمة في الموضوع .
- ❖ تحرير المادة : يتم هنا صياغة التحقيق في بناء عام يتكون من مقدمة، هيكل أو صلب، خاتمة، عناوين رئيسية . و هذا هو موضوع السطور التالية .

□ ثالثاً أجزاء التحقيق الصحفي :

- 1) المقدمة : يجب أن تكون مشوقة و جذابة لتشد القارئ و تجعله يقدم على القراءة أو تقدم له فكرة عن الموضوع و في نفس الوقت لا تلخص الموضوع كي لا يكتفي القارئ بقراءتها ، و يجب أن تكون قصيرة فلا تزيد عن فقرتين أو ثلاثة . و هناك عدة أنواع من المقدمات هي : مقدمة التباين، التساؤل، الوصف (لشخص أو مكان أو تصرف شاذ)، المعبرة (عن المعاني الإنسانية)، الحوار، المقتبسة. ويستغرق تحرير المقدمة وقتا يقترب من وقت تحرير الهيكل، ونجاح المحرر مرهونا بنجاحه في صياغة الموضوع كله .
- 2) الهيكل : و ينقسم إلى فقرات كل فقرة عبارة عن فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق و ينبغي مراعاة الأتي في كتابة الهيكل :

- ❖ البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم فالأقل أهمية .
- ❖ أن تقود كل فقرة إلى التي تليها في تسلسل منطقي يريح ذهن القارئ و لا يرهقه في متابعة التحقيق .
- ❖ الاعتماد على جمل قصيرة و البعد عن الجمل الطويلة و الاعتراضية .
- ❖ يمكن الإستعانة بعبارات من المصادر التي تحدثت عن الموضوع خاصة في حالة عرض رأي للمصدر فهذا يضيف الحيوية و المصدقية على التحقيق .
- ❖ لا ينبغي أن نبدأ كل فقرة بكلمة يقول فلان .. لأن هذا يقضي على الهدف من التحقيق و يجعله مملا.
- ❖ التناسب المنطقي بين فقرات التحقيق .
- ❖ عرض الحقيقة صحيحة و كاملة و واضحة، وهذا يتطلب عرض الشواهد والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام و الإحصاءات .

- 3) العناوين الفرعية : تأتي في بداية كل فكرة جديدة و يراعى فيها : الأيجاز و الوضوح و التشويق و عدم تكرار العنوان الفرعي لما جاء في العنوان الرئيسي ، و تقديم العنوان الفرعي لمعلومة عن الفقرة التي يتصدرها . و من أبرز وظائف العنوان الفرعي أنه يكون بمثابة محطات تتوقف عندها العين عند القراءة.
- 4) الخاتمة : هي نهاية التحقيق ويقدم فيها المحرر بتركيز شديد تلخيص لما أنتهى إليه التحقيق من نتائج تتمثل في حلول أو إجابات أو اقتراحات ينبغي ألا تزيد على فقرتين و تنتهي بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق .

□ **رابعا قوالب التحقيق الصحفي :** يمكن عرض التحقيق الصحفي في أحد القوالب التالية : قالب العرض (يعرض كل جوانب المشكلة) –القصة (يناسب تحقيق وقائع متسلسلة للأحداث) – الوصف (يصف حادثة معينة كأنهيار عمارة أو سقوط طائرة) –الأعتراف (مع مرتكبي حادث معين) –الحديث (يتناول موضوعا جافا أو علميا) . و هذه ليست قوالب ثابتة أو جامدة لابد أن يلتزم بها المحرر بل إن هناك مجالا كبيرا للأبتكار و التجديد .

□ **خامسا ملاحظات تتعلق بالمحقق الصحفي :** فالمحرر عندما يذهب لعمل تحقيق قد لا يكون له موقف مسبق و لكن لابد و أن يكون له في النهاية رأي و موقف ، و إذا أضفنا إلى ذلك أنه لا يستطيع أن يفلت من تأثير مذهبه السياسي و عقيدته و فكره فإننا نصل إلى مسلمة منطقية و هي أن الفكرة الواحدة يختلف تناولها و معالجتها من صحفي لآخر و من أسلوب لآخر .

□ **الموضوع الصحفي (موضوع المعالم) Features :** هو أحد الأشكال الصحفية التي تستخدم بشكل متسع في

صحافة اليوم وخاصة في الصحافة الأمريكية ، و تعد هذه هي أحد وسائل الصحيفة في مواجهة التغطية التليفزيونية المصورة ، و هناك أكثر من إتجاه في تعريف الموضوع الصحفي نحصرهم على النحو التالي :

(1) الاتجاه الأول : يعرف الـ Features بأنه الموضوع الإخباري الخفيف المصاغ في قالب إنساني أو مرح أو غير جاد أو غير حالي ، و يتضمن القصة الإخبارية الباسمة و الجانبية و السردية ، و كلها قصص إخبارية تختلف عن القصة الإخبارية التقليدية في أنها تركز على الزاوية المرححة أو الجانبية أو الشخصية ، فضلا عن أنها تعتمد على ترتيب الحدث بأسلوب قصصي .

(2) الاتجاه الثاني : يعرف الـ Features بأنه شكل إخباري من الأشكال الصحفية التي تنشر في الجريدة ، و يتضمن الحديث و التحقيق و المقال و التقرير الصحفي .

(3) الاتجاه الثالث : يعرف الموضوع الصحفي بأنه مادة صحفية إخبارية فيها نوع من الأبداع و الابتكار و عدم التقيد بأصول و أسس الأسلوب الإخباري الصارمة الكلاسيكية من حيث الموضوعية و التحديد و التحرير فيها للتعبير و ليس للتأثير ، و يتضمن موقفا جانبيا من الحياة قابلا للأستمرار و يمكن الحصول على مادته و تحريرها ثم نشرها في أي وقت لأنه لا يتقيد بتفاصيل حالية بل يتجاوزها إلى التفسير و التحليل و يضعها في إطار إنساني . و هذا الاتجاه هو الأكثر عملية و منطقية في ظل الممارسات اليومية الشائعة في صالة التحرير الأمريكية في مجال التغطية الإخبارية حيث يميز بين الموضوع الصحفي وباقي الأشكال الصحفية من 3 جوانب هي : التوقيت (حيث لا يرتبط بوقت معين في النشر) ، الأسلوب (حيث لا يتقيد بقواعد التحرير الصارمة بل ربما تجاوزها لمزيد من الذاتية) ، الوظيفة (حيث يهدف إلى الشرح و التفسير و التسلية و الأمتاع الوجداني و التوحد مع مشاعر القراء) .

و من ثم فإن الموضوع الصحفي يعتبر شكلا تفسيريا أكثر منه إخباريا و هو يتسم بالخصائص التالية :

(1) الإبداعية : التي تسمح للمحرر بالابتكار و التجديد في أسلوب الكتابة مع مراعاة الدقة .

(2) الذاتية : حيث يسمح للمحرر بأن يدخل مشاعره الخاصة و أفكاره في الموضوع بأعتبره الأكثر معايشة للموضوع ، مع مراعاة عدم طغيان الأنا في المضمون ، و لذا فإن النصيحة الموجهة للصحفيين هي : "إذا لم تكن مشاركا أساسيا في الحدث فدع نفسك خارج الموضوع" .

(3) التأثير الإعلامي : حيث يقدم وجبة إخبارية دسمة تتضمن معلومات عميقة في قالب من المرح و الخفة يتسم بالطابع الإنساني و ذلك بهدف الإعلام و الأمتاع ، فهي تعطي القارئ سببا آخر لقراءة الجريدة غير الأخبار الجادة الصارمة .

(4) الدوام : حيث يمكن تأجيل نشر هذه الموضوعات لأسابيع أو شهور ، بل هناك بعض الجرائد تنشي ما يطلق عليه بنك المعروضات الصحفية Feature Bank التي يتم تحريرها و وصفها وإخراجها مجهزة للنشر في أي لحظة ، ويتيح ذلك للمحرر فرصة لإعداد الموضوع على مهل وبشكل فيه إبداع و ابتكار .

5) الأسلوب التحريري : فالمحرر هنا كراوي الحدث الدرامي يحكي القصة و يرسم الصورة الذهنية في عقل القارئ بلغة جذابة و سهلة و خيال خصب دون تشويه للحقائق ، و يهدف إلى جعل القارئ يتوحد نفسيا مع الشخصية المحورية في الموضوع .

□ **الحملة الصحفية** : الحملة الصحفية هي عبارة عن توظيف لأشكال صحفية مختلفة وفقا لخطة موضوعة لأثارة قضية أو لغرض موضوع أو لأبداء رأي أو للرد على موقف أتخذته جماعة ما . و تتضمن البحث في أعماق المشكلة و تقديمها إلى الجمهور و المسؤولين بوقائعها الصحيحة المجردة تماما . بأختصار يمكن تعريفها بأنها مضمون أو محتوى في قالب تحريري أو شكل صحفي يهاجم نقطة مستهدفة (شخص أو قضية أو مشكلة) و يتحقق من خلال هذه المضمون أو المحتوى مفاجأة الخصم المستهدف بالحقائق المستندة إلى وثائق و مستندات لتحقيق هدف مباشر و هو إرباك الخصم و هدف غير مباشر و هو التأثير السريع على المتلقي .

يحاول المحرر أن يخلق جوا من الصراع بين القارئ و الطرف المستهدف من الحملة الصحفية (شخص أو أكثر) لأن ذلك الطرف قد تسبب في ظاهرة أو مشكلة أو قضية بسبب سلوكياته أو تصرفاته . و لا يعني ذلك أن ينزلق الصحفي إلى الأسفاف و الشتائم و التجريح بل هو طابع هجومي يتصدى للحملة من خلال الحقائق و المعلومات المدعومة بالوثائق و المستندات و البيانات الدقيقة ، و من ثم فإن العمود الفقري للحملة الصحفية هو الطابع الهجومي المدعوم بالوثائق .

و الحملة الصحفية يتم نشرها في شكل سلسلة متتالية من الموضوعات ، و هنا يجب أن نفرق بين الحملة الصحفية و بين مجموعة المقالات التي تنشر - أيضا - على عدد متسلسل من المقالات و تتعرض بالنقد لقضية أو مشكلة ما ، فالفرق الأساسي هو الطابع الهجومي العنيف والأستناد للوثائق وقوة التأثير الذي يميز الحملة عن الموضوعات الأخرى المشابهة ، فضلا عن أن مضمون الحملة لا يكون فيه مجال للجدل أو الرأي حيث أن الوثائق لا تدع مجالاً للنقاش .

و أخيرا فإن الحملة تستهدف خلق تغيير مادي و القضاء على الانحرافات و السلبيات و تقديم المستفيدين و المخطئين لأجهزة التحقيق لمحاسبتهم على أخطائهم و فسادهم ، و يتضمن ذلك مطالبة الجهات المختصة باتخاذ قرارات معينة أو تبني سياسات جديدة أو إصدار تشريع ما ، و قد يتضمن التغيير تعديل اتجاهات القراء و مواقفهم نحو موضوع الحملة ، أو تنبيه الرأي العام لوضع غير سليم من الخطر إستمراره و تسليط الضوء عليه ، أو الدفاع عن موقف جماعة معينة و تأييدها و مساندتها أو بالعكس مهاجمتها و رفضها و السعي لتشويه صورتها ، و قد يتضمن التغيير تحسين الصورة الذهنية الخاصة بمؤسسة ما أو شخص ما .

و كثير من الحملات يتم إعدادها و التخطيط لها لتلبي احتياجات المجتمع على المدى البعيد ، و البعض الآخر يتم إعداده بعد أنتشار أخبار عن احتمال حدوث انتهاكا أو سوء إستغلال خطير . و يمكن تقسيم الحملات الصحفية إلى نوعين هما :

٢٤ الحملة الصحفية المخططة : و التي يخطط لها جهاز التحرير في الجريدة و يشترك فيها أكبر عدد من كتاب الجريدة و محرريها و تجهز لها الوثائق و الأدلة و الأقوال و الدراسات و البحوث و لا يتم نشرها إلا بعد إستكمالها من جميع النواحي لتصبح صالحة للنشر .

٢٥ الحملة الصحفية المفاجئة : و تتم بدون إعداد مسبق ، بل يفرضها تطور الأحداث في المجتمع ، فقد ينشر خبر صغير تمسك الجريدة بأحد خيوطه و تتابعه في مجموعة من المقالات .

٢٦ التغطية الإستقصائية : هي نوع ثالث ظهر بعد أن توسعت الجرائد في الولايات المتحدة في الحملات على الفساد و الأنحراف ، و يسمى محرروا هذا النوع بالمتقنون عن الفساد Muck Reekers ، و هذا الجزء قد تناولناه بالتفصيل في الجزء الأول من الفصل الثاني (التخطيط لتحرير الجريدة : ثانيا الأساليب الجديدة للتغطية - أنظر التغطية الإستقصائية حتى نهايتها)

خطوات إجراء الحملة الصحفية :

(1) أولا تحديد موضوع الحملة : عندما تصل الصحيفة إلى قناعة بأنها قد أستنفدت كل الطرق في تصديها إلى المشكلات أو القضايا التي تمس أو تهتم قراءها ، و أنه بالرغم من مرور فترة طويلة على الجهود التي تبذلها في هذا الصدد بالتغطية الإخبارية المستمرة و التحقيقات و المقالات و غير ذلك إلا أن المشكلة لا تزال قائمة و أنه لا يزال هناك فساد أو أنحراف أو خلل في جهة ما أو عند مسؤول معين ، عندئذ ترى الصحيفة أنه من الأفضل المواجهة من خلال حملة صحفية تتناول المشكلة أو القضية التي أصبحت مزمنة و تحتاج إلى حسم ، هذه المشكلة تهتم قطاع كبير من الجماهير، و تطالب الحملة الجهات المسؤولة بإتخاذ إجراءات حاسمة لتصحيح الوضع القائم (كإصدار قرار جديد، إلغاء قرار سابق، تعديل أو تطوير سياسة معينة، إصدار تشريع... إلخ) بحيث يحقق مصلحة عامة للمجتمع و الجمهور. و تعتمد الصحيفة على عدة مصادر في تحديد موضوع الحملة نوجزها على النحو التالي :

٢٧ خبرة الصحفي و أحتكاكاته المباشرة و المستمرة و المتواصلة بالجهة أو الهيئة التي يعمل كمندوب لصحيفته بها مما قد يدفعه إلى إدراك وجود خلل ما يستحق البحث .

٢٨ المتابعة الواعية المستمرة من جانب الصحفي لما يقدم من خلال وسائل الإعلام ، فربما كان خبرا صغير أو شكوى منشورة في بريد القراء أو في أحد برامج الإذاعة أو التليفزيون أو حتى إعلان منشور في صفحة الإعلانات المبوبية .

٢٩ التجربة الشخصية للصحفي أو لأحد المتصلين به أو لأحد مصادره ، فضلا عن الصدفة .

٣٠ الشائعات : يجب أن يتقصى الصحفي بحذر حول مدى صحتها ودقتها .

٣١ إستجابات أو طلبات الأحاظ في البرلمان ، و تقارير بعض الأجهزة الرقابية .

(2) ثانيا التخطيط لأجراء الحملة :

١ تحديد هدف الحملة أو أهدافها من البداية ، و هو عادة الكشف عن الأخطاء وأوجه الفساد التي تتسبب في مشاكل واضحة في المجتمع، وتوجيه أصابع الاتهام نحو المسؤولين عن تلك الأخطاء و ذلك الفساد دون الدخول في قضايا جانبية .

٢ ثم تحديد محاور الرئيسية والفرعية للحملة بهدف تغطية الموضوع من كل زواياه اعتمادا على كل المصادر الممكنة و المختلفة .

٣ ثم تحديد فريق العمل المكلف بتنفيذ الحملة وهو في الغالب يتكون من (صاحب الفكرة ، يعاونه بعض المحررين والباحثين)، ويجب أن نشير هنا إلى ضرورة أن يكون المحرر الذي يقود هذا الفريق متخصص في موضوع الحملة كي يسهل عليه معرفة خلفياتها وبدايتها وتطورها وأبعادها وملابساتها وتداعياتها والأطراف ذات العلاقة بها، وأفضل المصادر التي يمكنهم أن تقدم معلومات صحيحة دقيقة و تداعياتها وإمكانات الصحيفة لخدمة أهداف الحملة بمعنى ضرورة تعاون كبار الكتاب و المحللين و كتاب الأعمدة و رسامي الكاريكاتير بالصحيفة بأعتبار كل هؤلاء فريق متكامل .

٤ تحديد الأشكال الصحفية التي سوف تستخدم في تنفيذ الحملة مثل أعمدة الرأي لكاتب كبير ، رسم كاريكاتيري ، تحقيقات ، و لا مانع من مشاركة بعض الأقسام التحريرية الأخرى في دعم الحملة .

٥ اختيار شعار للحملة الذي ينشر مع مختلف حلقاتها و موضوعاتها و هو عبارة عن جملة قصيرة محددة بليغة تلخص هدف الحملة أو جملة مع رسم تعبيرى أو ساخر .

٦ تحديد جدول زمني للحملة و اختيار التوقيت المناسب للنشر ثم اختيار نقطة بداية قوية للنشر .

٧ تحديد أساليب التقويم المرحلي و النهائي للحملة و قد تكون أساليب عشوائية تعطي مؤشرات و ليست نتائج محددة مثل الأعتداع على رسائل القراء، ارتفاع أرقام التوزيع أثناء نشر حلقات الحملة ، أستطلاع الرأي العام ، و أخيرا البحوث العلمية .

(3) ثالثا تنفيذ الحملة :

الخطوة الأولى هى جمع المعلومات حول كل المحاور و بأساليب متعددة بحيث تكون كاملة و صحيحة و دقيقة ، و يتطلب الأمر أن يقوم فريق العمل بإعداد قائمة تتضمن المصادر البشرية غير البشرية التي يمكن الإستفادة منها

– المصادر البشرية مثل (الأشخاص ذو العلاقة بالجهة أو الموضوع المستهدف حيث يمثلون خيط يمسك به الصحفي للتخطيط لحملة خاصة و أن هؤلاء الأشخاص قد تقع تحت أيديهم مستندات هامة، فضلا عن المسؤولين، والمتخصصين الذين يكتشفون من خلال دراساتهم وجود خلل أو فساد في إحدى الجهات، الزملاء من الصحفيين والإعلاميين، القراء بحكم تعاملهم وأحتكاكاتهم بالجهات الحكومية وما يعانوه من فساد وخلل وما يواجهونه من شائعات وتضليل، أعضاء المجالس النيابية والمحلية ، والشخصيات العامة ، وأجهزة التحقيق والرقابة بمختلف هيئاتها) .

– أما المصادر الغير بشرية فمثل (الوثائق والمستندات، محاضر الإجتماعات والجلسات ، وطلبات الأحاطة والأستجوابات في البرلمان ومضابط جلساته ، والمقالات المنشورة حول الموضوع و

خلفيته، والرسوم البيانية والصور والكاريكاتير، وشرائط التسجيل الصوتية والفيديو و وسائل الكمبيوتر التي تتضمن معلومات و تسجيل لوقائع الفساد و الانحراف، والدراسات والبحوث و التقارير العلمية وتقارير الأجهزة الرقابية كالكسب المشروع والأمن القومي ومكافحة التهريب الضريبي، وبنوك المعلومات وقواعد البيانات والانترنت، والتقارير الرسمية كالجهاز المركزي للمحاسبات وتقارير الوزارات والميزانية ولجان تقصي الحقائق، والمذكرات الشخصية للمشاهير ، وتقارير المنظمات الدولية كحقوق الإنسان و البنك الدولي) .

و يتم جمع المادة الصحفية بطريقة تقليدية مثل إجراء المقابلات مع المسؤولين و المتخصصين للحصول على المعلومات و التحري و الاستقصاء و لا شك أنها ليست مهمة سهلة ، فمن الصعب إجراء مقابلة مع أحد المتورطين في قضية فساد أو إنحراف لأنه من المنطقي ألا يفضح نفسه ، و هذا يتطلب من الصحفي و من فريق العمل معه صبر و جهد و إصرار لأن بعض هذه المقابلات ربما تحتاج إلى مراغوة و تحدي خاصة إذا سعى الطرف الآخر إلي التضييل أو إخفاء معلومات تدينه ، و من هنا يضطر الصحفي إلى جمع مادته الصحفية بطريقة غير تقليدية بهدف كشف الأكاذيب بأساليب ملتوية كفحص السجلات و الوثائق التي عثر عليها أو أنتحال صفة بهدف التجسس أو المراقبة أو الملاحظة أو التجربة الميدانية إلخ .

٢ الخطوة الثانية : مراجعة ما حصل عليه من بيانات و إستكمالها و تدقيقها و توثيقها و كشف المتناقضات فيها و فحص الوثائق و المستندات داخليا و خارجيا للتأكد من صحتها و أنها غير مزورة أو مدسوسة أو ملفقة .

٣ الخطوة الثالثة : تبويب المعلومات و تصنيفها و تحليلها و تفسيرها .

٤ الخطوة الرابعة : التأكد من صحة الموقف القانوني و أن الوثائق التي حصل عليها الصحفي يمكن الأستناد لها قانونيا ، بحيث يؤمن الصحفي نفسه و مؤسسته في حالة أي مساءلة قانونية .

(4) رابعا النشر : و يتم وفقا للجدول الزمني المخطط و المحدد فيه عدد المواد الصحفية التي ستنشر و دورية هذا النشر و إتجاه كثافة النشر ، و الشكل الصحفي المقرر (إخباري ، مقالات ، أعمدة رأي ، تحقيقات ، حوارات ، رسوم ، رسائل قراء إلخ) و موعد نشر كل مادة .

(5) التقويم المرحلي : بعد مرور فترة من بداية الحملة يتم إجراء تقويم مرحلي لتحديد ما تم الوصول إليه و كيفية تفعيل الحملة لتحقيق أغراضها . و الواقع أن رسائل القراء قد تكشف للصحيفة زوايا جديدة أو معلومات أو أدلة ترتبط بالموضوع .

(6) إستمرار النشر : بناء على التقويم المرحلي يتم اتخاذ القرار بالأستمرار في الحملة كما هو مخطط لها أو إدخال بعض التعديلات أو عدم الأستمرار والتوقف لفترة معينة لإعادة ترتيب الأوراق و الحصول على مزيد من الوثائق الجديدة أو إعطاء متخذ القرار فرصة مناسبة لأخذ إجراءات تحقق أهداف الحملة .

(7) متابعة النشر

8) ختم الحملة : و تكون الخاتم في مقال افتتاحي بقلم رئيس التحرير يلخص فيه ما حققته الحملة و ما توصلت إليه و ما نجحت في تحقيقه من أهداف قياسا لما كانت تستهدفه فعلا ، و قد يكون في شكل حوار أو ندوة مع مسؤول كبير، و إستعراض للقارات و الإجراءات التي صدرت كرد فعل للحملة .

9) التقويم النهائي و قياس مدى فعالية الحملة و ما حققته من أهداف : و يتضمن ذلك رصد ردود أفعال كل الأطراف (إستجابات المسؤولين و ردود أفعال القراء و مشاركتهم في الحملة) ، فضلا عن رصد مدى تجاوب الصحف و وسائل الإعلام حول موضوع الحملة .

و من المهم أن تشعر الصحيفة بأن مقاومة الفساد الذي يهدد المجتمع هو أحد مسؤوليتها لأن ذلك يرتبط بها بشكل مباشر و غير مباشر ، و عندئذ ينتقل هذا الشعور إلى القارئ فيحس بأهمية المشاركة الفعالة لدعم الحملة او التعاطف مع الصحيفة التي بدون أدنى شك سوف تخرج من الحملة بحزمة من الخصوم و غضب الأشخاص الذين أستهدفتهم الحملة بل و ربما يصل الأمر إلى ساحات القضاء .

و الواقع أن هناك بعض العوامل التي تؤثر سلبا على نجاح الحملة و هي : ضغوط القوانين المقيدة للنشر و حالات الحظر و المصادرة و الوقف الموقت أو الألغاء التي تتعرض لها الصحف التي تقوم بنشر حملات الفساد + الضغوط و الصعوبات في الحصول على المعلومات مما قد يؤدي إلى فشل الصحفي في الحصول على معلومات موثقة و مؤكدة + الضغوط التي قد تمارس على الصحفي للكشف عن مصادره + بعض الحملات قد تؤثر في الجوانب الإجتماعية و الاقتصادية بشكل كبير. و يجب أن ننوه هنا إلى أنه ليست كل الحملات تنجح و تحقق أهدافها ففي بعض الحالات تفشل الحملة ، بل و ربما أدت إلى انخفاض المبيعات و تعرض الصحيفة للمقاطعة ، بل و ربما فقد الصحفي وظيفته أو تعرض للسجن ، فكشف الأسرار و الفضائح و الأخطاء ليس سهلا و ليس مفروشا بالزهور .

و من جهة أخرى فهناك بعض العوامل التي تؤثر إيجابا على نجاح الحملة و هي :

1. أن تكون الحملة محددة لتصل إلى النتائج المطلوبة .
2. الدقة و عدم الخطأ في الوقائع و الحكم عليها و عدم نشر أكاذيب أو تزوير مستندات و نسبتها إلى أشخاص بذاتهم ، و إذا شك الصحفي في بعض المعلومات فيجب ألا يدافع عن معلومات مشكوك فيها.
3. أختيار الوقت المناسب للنشر مراعي الظروف العامة للمجتمع سياسيا و إقتصاديا و إجتماعيا ، و كذلك الظروف الخاصة بالصحيفة .
4. أن تكون الصحيفة مساندة للحملة و فريق العمل ماديا و أدبيا خاصة و أن من بين هؤلاء المحررين من يعرض نفسه لخطر شخصي .
5. استقطاب وسائل الإعلام الأخرى لصفها لتشاركها في الحملة و لو بشكل أدبي .
6. أن يتم مراجعة الوثائق و المستندات مع مستشار الصحيفة القانوني بحيث توقن الصحيفة أنها لن تتعرض لمساءلة قانونية ، و أنها حتى إذا وصلت إلى ساحة القضاء فإن موقفها سيكون سليما .
7. عرض وجهات النظر المختلفة المؤيدة و المعارضة بموضوعية و أنصاف .

8. الحملة الناجحة هي التي توفق في تحريك الهيئات المعنية لتظهر أمام الرأي العام لترد برأيها حول موضوع الحملة إلى جانب إستجابة المسؤولين للتدخل بشكل ما لحل المشكلة أو القضية .
9. يجب كتابة الحملة بطريقة هادئة و منضبطة و دون مبالغة في الأنفعالات و يجب أن تقدم توصيات و اقتراحات للحل .

أشكال مواد الرأي

أولا صفحة الرأي : تقدم أشكال مواد الرأي تعبير الكتاب والقراء على حد سواء عن وجهة نظرهم تجاه القضايا المختلفة، وترى بعض الصحف أن تعرضها مجمعة في صفحة الرأي Editorial Page ، بينما يرى البعض الآخر توزيعها على صفحات الجريدة المختلفة ، ويرى البعض الثالث الجمع بين الأسلوبين كجريدة الأهرام.

وظائفها : تهتم هذه الصفحة بجمع حقائق و خلفيات مركزة عن الأخبار و الأحداث الجارية مما يتيح للقارئ أن يزن الأخبار بمقاييس دقيقة ، بمعنى أدق فإن هذه الصفحة تقوم بالوظائف التالية :

- **توجيه الرأي العام :** حيث تساهم بشكل كبير في تشكيل أجندة اهتمامات القارئ من خلال جذب إنتباهه لأهم الأحداث و أكثرها دلالة و المساهمة في تكوين صورة كاملة للأحداث و ربطها ببعض من بين ما تنشره وسائل الاتصال المختلفة من أخبار كثيرة .
- **تعود القارئ على التفكير :** فيما تعنيه الأخبار و أن يكون له رأي و توجه إيجابي يظهر على صفحات الجرائد و من ثم فإنها تساهم في دفع الناس للمشاركة في صنع القرار .
- **تعكس رأي الجريدة :** و توجهاتها و رأيها و مواقفها من الأحداث سواء أتفق أو اختلف معها القراء .

خصائصها :

- الحرية : تمثل مساحة حرة للتعبير عن الرأي و الحوار بين المواطنين بعيدا عن التعصب و لمختلف وجهات النظر و التيارات السياسية دون إستبعاد أي تيار .
- المرجعية العلمية : تعتمد مقالات الرأي على حصيللة الدراسات العلمية في تناولها لمشاكل الواقع و قضاياها بعمق و تجيب على أسئلة القارئ و تشرح لهم حقائق الأمور بأمانة و دقة و موضوعية و تسعى إلى نتائج من إستقراء الحقائق ، كما أنها تقدم النقاش حول القضايا الرئيسية بتخطيط مدروس حيث تستكتب الكتاب و المتخصصين لكتابة مقالات تحليلية عن آرائهم في موضوع أو قضية مثارة لإضفاء الحيوية على الصفحة .
- المصلحة العامة : فهي تسعى إلى المصلحة العامة و ليست مجالا لمقالات تهدف لتحقيق مصالح شخصية .
- التوازن : تقدم مضمونا متنوعا في الشكل و المضمون بحيث تحقق التوازن في الموضوعات التي تعالج قضايا محلية وقومية ودولية في شتى المجالات (سياسة وأقتصاد وإجتماع) تستهدف التفسير والتوجه نحو فكر محدد .
- مجالا للرأي و الرأي الآخر : فعلى الكاتب أن يدرك أن هناك من يختلف معه في الرأي و أن عليه أن يتحلى بالشجاعة في التعبير عن معتقداته و فلسفته في الحياة .

– معاصرة : أن تساير الإتجاهات المعاصرة في التفسير ، و لا يجب أن تكون الجريدة جامدة نحو ما يتعارض مع مبادئها العامة و مسلماتها بل يجب أن تتحلى في هذه الصفحة بالمرونة .

ثانيا المقال : يعد المقال أحد الأشكال الصحفية التي تستخدم في التعبير عن رأي أو فكر أو قضية حيث يقدم تفسير أو شرح أو تحليل أو محاولة الإقناع . و يعرفه قاموس أكسفورد بأنه : "إنشاء كتابي معتدل الطول في موضوع ما ، دائما ما ينقصه الصقف مما يجعله أحيانا يبدو غير مفهوم أو منظم" ، وقد تعدد تعريفات علماء الإعلام للمقال ويمكن تلخيص تعريفاتهم في التعريف الآتي : هو " مادة في جريدة أو مجلة تقدم وجهة نظر الكاتب من واقع ثقافته و بيئته في صياغة سهلة و مختصرة و مبتكرة و سلسلة ، كما تقدم وجهة نظر المجلة و توجهاتها ، و لأنها وجهة نظر فهم بطبيعة الحالة تقدم زاوية واحدة من الموضوع و على القارئ أن يكمل بقية الزوايا بقرائته المتعددة ، و هى تتضمن المذكرات و الخواطر و التجارية الأولية و الخبرات الشخصية و اليوميات و الاعترافات ، و القارئ لم يعد يهتم بمتابعة هذه المقالات الإنشائية كثيرا مما دفع الصحف إلى تغيير شكله ليصير أقرب إلى البحث أو الدراسة العلمية التي تحلل حدثا أو ظاهرة أو قضية أو فكرة بهدف عرضها و تفسيرها و الأقتناع بها و تحليل أبعادها بلغة سهلة يستوعبها القارئ ذو الثقافة المتوسطة " . و من ثم فإن إعداد المقال يتطلب جهدا في جمع و ترتيب و تحرير المادة قد يكون ذلك الجهد مكتنبا اعتمادا على قسم المعلومات الصحفية بالجريدة أو ميدانيا من خلال الأتصال بمصادر حية ، فضلا عن الجهد المبذول في التفسير و التحليل و التحقيق . و كلما اعتمد المقال على معلومات موثقة و صور و رسوم توضيحية و تعبيرية كلما كان أقرب إلى النجاح .

أنواع المقال الصحفي : يمكن تقسيم المقال من حيث المضمون أو الشكل ، وقد أتفقت على الأشكال التالية :

1. **المقال الأفتتاحي :** يظهر في أفتتاحية العدد و يقدم تعليق على الأحداث أو تفسير أو شرح أو وجهة نظر (الجريدة) و هو يعكس توجه الجريدة و سياستها التحريرية و رؤيتها الخاصة للأحداث و القضايا ، و يكون مدعوما بحقائق و أدلة و إحصائيات ، و يتكلم عن موضوعات تهم الناس و تدافع عنهم و محاولة أفتناع القارئ بوجهة نظرها و تكوين أجندة أهتمام الرأي العام و التنبيه لوجود خلل أو فساد أو إنحراف في قطاع ما و تنوير القراء و ربط الأحداث المنفصلة و وضعها في سياق عام و تدعيم و مساندة سياسة معينة ، و غالبا ما يكتبه رئيس التحرير بنفسه و يكون موقع بأسمه ، و يظهر في الصفحة الأولى أو صفحة الراي .

و هناك تيار اليوم لتطوير فكرة المقال الأفتتاحي من خلال مجلس الأفتتاحيات لأنتاج مقالات أفتتاحية أكثر مقروئية، و المجلس يتكون من رئيس التحرير و محرر صحيفة الرأي و عدد من المحررين يمثلون وجهات نظر متباينة. فجريدة Los Angeles Times مثلا تبنت هذا التيار حيث تضمن مجلس الأفتتاحيات فيها رئيس التحرير و مساعده و طاقم كتاب الرأي و ممثلين عن أقسام الجريدة و أبوابها (باب السياسة الخارجية، باب المحليات إلخ) ، يقوم المجلس بمناقشة أفتتاحيات الجريدة و أتخاذ القرارات التي تحدد سياسة التحرير و المقالات الأفتتاحية المعبرة عنها، و يلجأ المجلس إلى التصويت في حالة الخلاف حول قرار يتعلق بموضوع أو صياغة أفتتاحية معينة، و بعد إقرار الأفتتاحية يعهد بكتابتها إلى أحد أعضاء المجلس و يتم ذلك بشكل دوري و بعد أن يكتب العضو مسودة الأفتتاحية يقرأها أعضاء المجلس للتعليق عليها و إقرارها . هناك تيار آخر يتبنى فكرة

تعيين محرر مسؤول لصحفة الرأي تحت رئيس التحرير ويقوم بكتابتها بنفسه أو يكلف محرر المتخصصين في موضوع الافتتاحية بكتابتها ثم يقوم بمراجعتها وصياغتها وعرضها على رئيس التحرير أو المحرر المسؤول .

و يمكن تقسيم المقال الافتتاحي وفقا للهدف منه إلى الأنواع التالية :

- ❖ المقال الشارح : يفسر الأخبار و يشرح أبعادها و يلتزم بالموضوعية و لا يتبهي أي رأي أو إتجاه .
- ❖ المقال النزالي : ينطلق من آراء مسبقة يريد الكاتب أن يفتق القارئ بأعناقها مستخدما في ذلك أسلوب النزاليات الذي يحتمل شجب الآراء المخالفة ،
- ❖ المقال المتنبئ : يشبه عملية إستكشاف للنتائج المتوقعة و يمكن حدوثها في المستقبل و بناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث و إدراكه لطبيعة القوى التي تحكمه فإنه يستقرأ المستقبل ، و هي لا تحمل توقيع محرر أو كاتب بل تصدر بأسم الجريدة أو المجلة و عادة ما يكون لها عنوان ثابت مثل كلمة اليوم ، رأي الأهرام إلخ ، و يكون لها أيضا موقع و مساحة ثابتا ، و قد يكون مقال واحد يعالج موضوع واحد أو عدة مقالات تعالج أكثر من موضوع ، و قد يتضمن موضوعا أصيلا أو اقتباسات مختصرة من افتتاحيات بعض الصحف المحلية و الدولية كخدمة إضافية للقراء .

و يختلف شكل الافتتاحية في المجلة عن هذا النمط ليأخذ أشكالا متعددة منها : تعليق (على حدث أو قضية) – حوار (بين المحرر و القراء) – موضوع (للتقاش على صفحات المجلة أو في بداية حملة صحفية) – شخصي (بقلم كاتب كبير) – تعريفي (يعرف القارئ بتغييرات جديدة في سياسة المجلة أو شكلها أو أوابنها أو تصميمها أو إخراجها أو تحريرها ، أو خلفية صدور هذا العدد و كأن القارئ يعيش في مطبخ الصحيفة و يتعرف على المعاناة و المتاعب التي تواجه جهازها التحريري لتقديم خدمة صحفية ممكنة) .

و يتميز المقال الافتتاحي عن غيره من أنواع المقالات بالسلمات التالية :

- ❖ أنه يعبر عن سياسة الصحيفة وتوجهه إقناعي و ليس إعلامي بعكس المقال التحليلي أو النقدي أو العمودي.
- ❖ أنه غير موقع لأنه يمثل رأي هيئة التحرير مجتمعة بعكس المقالات الأخرى .
- ❖ له عنوان و مكان و مساحة ثابتة وينشر بانتظام و يتفق معه في ذلك العمود الصحفي وبعض المقالات التحليلية لكبار الكتاب و التي تنشر شكل منتظم .

2. **المقال القائد الموقع :** هي تلك المقالات التي يكتبها كبار الكتاب و رؤساء التحرير و كبار محرري الجريدة

(مثل مقالات رؤساء التحرير في الأهرام و الأخبار و الجمهورية) ، و تحمل عنوان ثابت (مثل بهدوء ، بصراحة ، الموقف السياسي إلخ) ، و تحمل توقيع الكاتب ، و لها موعد ثابت في الصدور (يومي أو إسبوعي أو كل يومان إلخ) ، و تقدم مواجهة مع الأحداث . و تسمى المقال القائد لأنها تقود القارئ نحو إتجاه سياسي أو فكري محدد . وهناك أكثر من وظيفة لهذا النوع من المقالات أبرزها :

- ❖ بالنسبة للصحف التي لا تنشر مقالات افتتاحية فإن المقال القائد يقوم فيها بدور المقال الافتتاحي، أما بالنسبة للصحف التي تنشر مقالات افتتاحية يوميا بانتظام فإن المقال القائد يعتبر المقال الافتتاحي الثاني بالصحيفة.

- ❖ يقدم رئيس التحرير من خلاله رؤيته ونظراته الخاصة للأحداث والتي قد تختلف عن سياسة الصحيفة أو خطتها العامة ، و الدفاع عن رأيه ضد أي هجوم، و هو وسيلة للتواصل بين رئيس التحرير و قراءه .
- ❖ يخدم المسار الديمقراطي حيث يقدم المقال الأفتتاحي غالبا وجهة نظر موجهة (تحمل رأي الدولة) بينما يقدم المقال القائد وجهة نظر أخرى معارضة ، و هو بذلك يقدم وجهة نظر ثانية أو رأي آخر أو موقف جديد مما يضاعف من بروز جانب الرأي في الصحيفة و من ثم فإنه يستقطب أنظار القراء الجدد .
- ❖ يؤدي وظيفة منطاد الأختبار أو بالونات قياس مدى إستجابة القراء و وجهة نظرهم بشأن قرار ينوي المسؤولون إتخاذة أو قانون يصدد إصداره ، فضلا عن أنه قد يقوم بدور المدافع عن قانون أو قضية أو إتجاه ما أو العكس بالهجوم عليه و هو يهدف في النهاية لحماية الناس و وحدة المجتمع و مصلحته .

3. مقال التعليق الصحفي : ظهر هذا النوع كنتيجة طبيعية لتعدد الحياة وظهور قضايا سياسية وإقتصادية وإنسانية وإجتماعية وعلمية معقدة ومتشعبة، فضلا عن تدفق الأخبار والمعلومات ومصادر الأتصال و وسائله الكتابية والمسموعة والمرئية والشخصية مما جعل الناس تغرق في بحر من الحيرة وسط هذا الزخم الإعلامي . ومن هنا جاء هذا الشكل ليخدم إجابة شافية عن أسباب الحدث و توضيح جوانبه و تسليط الضوء على شخصيات غير معروفة عند القراء و لها علاقة بالحدث ، و شرح تداعيات الحدث على المستوى الوطني و العالمي ، و تفسير الحدث و يقدم الخلفيات و التفاصيل و يعلق عليه و يبين رأيه فيه ، و يأخذ المقال شكل تقرير موضوعي يناقش الأخبار الساخنة للغاية و التي يكتنفها الغموض و الشك بسبب تشابك الأحداث فيها بحيث يصعب متابعتها و تحتاج إلى معرفة جزور الموضوع و المعلومات الأساسية عنه كي تكتمل صورته في ذهن القارئ ، كما يتضمن الجوانب الإيجابية و السلبية في الموضوع و زواياه المختلفة و هذا يستقطب مزيدا من القراء بفضل تقديم المعلومات بشكل مركز دون إسهاب أو تقتير و بأسلوب سهل و واضح . الخلاصة أنه يهدف إلى أبداء الرأي حول حدث و واقعة بعد ذكر كل تفاصيلها وأبعادها ونتائجها وأحتمالاته وتطوراتها الحالية والمستقبلية .

4. المقال التحليلي : من أبرز فنون المقال الصحفي و أكثرها تأثيرا في الرأي العام و يعتمد على أختيار حدث أو قضية أو فكرة أو ظاهرة أو رأي ثم معالجته بالتحليل و التفسير و التعليق و التوقع و أحيانا يقدم رؤية أو حل أو توصيات ، و يتكون المقال التحليلي من العناصر التالية :

- ❖ فكرة (قضية ، حدث ، موضوع) : تكون جامعة بين الأهمية و السخونة و يمكن تقسيمها إلى مجموعة من العناصر الفرعية بهدف التبسيط و التوضيح و سهولة الفهم . و تتضمن تلك الفكرة المعلومات التي تم جمعها و تحليلها في ضوء تساؤلات يطرحها أو فروض يحاول إثبات صحتها ثم يستخلص نتائجها .
- ❖ تفسير الظاهرة (أو الظاهرة أو الحدث أو التداعيات المرتبطة بالموضوع) : بمعنى الوصف و التحليل و إيجاد العلاقة و الأرتباط بين الظواهر و الأحداث المختلفة و السبب و لماذا و كيف وقعت الأحداث ، و يتم التفسير في ضوء المتغيرات البيئية التي تدور فيها .
- ❖ التعليق : أو ابداء الرأي في هذه الظواهر و الأحداث و القضايا و الحكم عليها سلبا أو إيجابا أو بمدى قدرتها على التأثير على غيرها .

❖ التوقع أو التوصية : بمعنى إستشراق المستقبل أو تخيل سيناريو قادم .

5. **مقال اليوميات :** و هو من الأشكال التي ظهرت في القرن العشرين و لا تزال منتشرة إلى يومنا هذا و يقوم بكتابتها أدباء و كتاب بارعون متميزون بجودة الأسلوب و ثراء التجربة الإنسانية . و من أمثلتها يوميات عباس العقاد و أحمد الصاوي و طه حسين و محمد زكي و يوسف إدريس و يوسف جوهر و محمود السعدني . و هو ينشر في مكان ثابت و تحت عنوان ثابت و في موعد ثابت و تتناول عدة موضوعات أو موضوعا واحد يقدم رأي أو خواطر أو تجارب و مشاهدات خاصة بقضية عامة تهتم عدد كبير من القراء . و يؤدي وظائف هي :

❖ إعلام القارئ بأهم الأحداث المحلية و العالمية و تساعده على أتخاذ موقف و تكوين رأي و إتجاه فيها.

❖ تفسير الأحداث الجارية و إبداء الرأي في قضية مهمة .

❖ تقديم قذوة من خلال تجارب ناجحة .

❖ تشجيع القارئ على المساهمة في عمليات متعلقة بالتنمية الاجتماعية و المشاركة السياسية .

❖ تكوين رأي عام في المجتمع و التأثير على إتجاهة بالسلب أو الايجاب .

❖ شرح الأعمال الفنية و الفكرية و الثقافية و تقييمها .

❖ التسلية و الأمتاع بنشر الآراء الساخرة و المعلومات الطريفة .

و من أهم أشكالها : الخواطر و التأملات ، الإتجاه الديني ، الاعترافات ، النقدي ، الفكاهي ، القصصي ، الصورة القلمية ، الرحلات ، الغد و المستقبل ، التاريخي ، المختلط و المتنوع . غير أن اليوميات تتميز عن كل تلك الأشكال بالخصائص التالية :

❖ تعدد و تنوع الموضوعات التي يتناولها الكاتب في مقاله (سياسة ، أقتصاد ، مجتمع ، ثقافة ، مشكلات حياتية ، رحلات ، مشاهدات ، خواطر ، تعليقات على الأحداث الجارية) و هي لا تقتيد بالتخصص الموضوعي و إنما تمتاز بالمرونة في أختيار الموضوعات و طرحها .

❖ تعكس اليوميات شخصية الكاتب و خبرته و أهتماماته ، و لذا فإنه يغفر في هذا الموضع للكاتب كثرة ذكر الأنا لأنه من الطبيعي أن يتحدث عن نفسه و خواطره و يومياته .

❖ تقدم يوميات و خواطر و تجارب و أنطباعات الكاتب حيث يبدأ بتناول أمور الحياة من زاوية شخصية فهو يصل إلى الحديث عن الأهتمامات العام من خلال عرضه لذكرياته و تجاربه الخاصة ، و هو يكتب خواطره و أنطباعاته عن الأحداث اليومية .

6. **المقال العمودي :** يكتبه شخص واحد أو عدة أشخاص تحت عنوان ثابت يحمل توقعه في مكان ثابت و بشكل دوري و يميل لغرض رأي أو تجربة أو خبرة ، و هو عبارة عن حوار شخصي بين كاتب و قراء يعبر من خلاله عن مكنوناته و يروي ذكرياته و خبراته و تجاربه و يعطي نصائحه و لا يكتب العمود الشخصي إلا شخص ذو خبرة و معرفة بفتون الصحافة و له تجارب حياتيه في ميادين المعرفة الإنسانية حيث يغطي متسعا من القضايا من حيث المضمون (سياسة دولية و محلية) ، و من أهم أنواع المقال العمودي ما يلي :

- ❖ عمود الشؤون العامة : يتناول الأحداث الجارية بالتعليق الشخصي في شكل قصة أو خاطر أو حوار أو عرض لرسائل القراء ، و قد يختلف رأيه مع رأي الصحيفة و لكن يجب أن يتمتع بشعبية لأنه يعبر بصدق عن الناس ، و قد يكون الكاتب ثابت للعمود مثل "من قريب" لسلامة أحمد سلامة و "مجرد رأي" لصلاح منتصر و "خطوط فاصلة" لسمير رجب . و قد يتنوع الكتاب على نفس العمود من يوم لأخر مثل "وجهة نظر" في جريدة الأهرام و "قضية و رأي" في جريدة الأخبار .
- ❖ عمود الشؤون الإنسانية : يتناول الأحداث من زاوية إنسانية مثالية وبنظرة فلسفية متأملة حيث يترجم فيه الكاتب إحساسه الفطري إلى مشاعر عميقة تتعلق بالإنسان في كل مكان وزمان كالسلام والحب والحرب دون تحديد وقائع معينة أو زمان ومكان بعينه مثل "صندوق الدنيا" لأحمد بهجت و"مواقف" لأنيس منصور، ويجب أن يتسم الكاتب ببعد النظر و سعة الأفق . ويدخل تحت هذا النوع أعمدة الثرثرة والقبل والقال والموضوعات التي تتعلق بنجوم المجتمع والموضوعات التي تخاطب الغرئز الإنسانية كالفضول .
- ❖ العمود الساخر: هو كاريكاتير مكتوب حيث يجسم العيوب و يبرز السلبيات بهدف إصلاحها ، و الكاتب هنا يجب أن يتمتع بخفة ظل و روح النقد و الرغبة في إصلاح المجتمع من خلال النقد اللاذع (دون أن يخرج على اللياقة و الأدب) مثل "نصف كلمة" لأحمد رجب . و يدخل تحت هذا النوع عمود الهوايات و الأهتمامات الخاصة و أعمال الهواة (الشعر و الكتابة الساخرة و مبتكري أساليب الترفيه و التسلية) .
- ❖ عمود رسائل القراء: يتناول رسائل القراء بأشكال مختلفة فقد يعرضها ملخصة مع التعقيب عليها و محاولة إيجاد حلول لمشكلاتهم مستعينا في بعض الأحيان بأراء المسؤولين ، و قد يقوم بإعادة صياغة عدة رسائل لعدة قراء تتناول نفس الموضوع بأسلوب الكاتب الخاص و يعلق عليها و يدير حولها نقاش ، و هذا العمود يعد منبرا للتجاوب التفاعل بين الكاتب و قراءه مثل "ما قل و دل" لأحمد الصاوي محمد و "بريد الجمعة" في جريدة الأهرام لعبد الوهاب مطاوع و "أسألوني" لأمنية سعيد ، و لابد أن نشير هنا إلى ضرورة أن يراعي هذا العمود قيم و تقاليد المجتمع .
- ❖ العمود الحوارى : يتناول موضوعات جدلية تقدم النقاش بين رأيين مختلفين بحكم الأنتماء إلى جيلين (أستاذ وتلميذ، أم وبناتها، شاب و عجوز إلخ) حيث يتم عرضه في شكل ديالوج أو مونولوج بحيث يظهر وجهتى النظر في القضية أو الموضوع نفسه وخبرته وتجربته وسماته الشخصية وظروف جيله. مثل "نحو النور" لمحمد زكي عبد القادر (حيث كان يكتب فيه ما كان يدور من مناقشات في منتداه الإسبوعي بمكتبة بين أجيال متعددة في شكل حوار بين أستاذ وتلميذه) و"على مقهى في الشارع السياسي" لأحسان عبد القدوس .
- ❖ العمود المتخصص : يتناول موضوع معين من زاوية متخصصة في مجال محدد (سياسي، إقتصادي إلخ).
- ❖ عمود اليوميات : تتناول الأخبار بشئى من التحليل مثل "يوميات الأخبار" و هو شكل تقليدي يرتبط بأسلوب المفكرة و قد تطورت و أصبحت تضمن عدة فقرات معنونة لقضية أو قصة أو خبرة أو رحلة أو خواطر إلخ . وعادة ما يكتبها كاتب له وزن وخبرة و تجارب صحفية وأدبية سواء كان دالخ الجهاز التحريري أو خارجه مثل "فكرة" لمصطفى أمين، وللكاتب حرية اختيار الموضوع والزواية التي يتناولها منه وأسلوب المعالجة (درامية ، فكاهية ، ساخرة ، نقدية ، كاشفة ، رزينة إلخ) .

❖ عمود العرض و المتابعة : هو عبارة عن تقرير وصفي أو إخباري عن عمل فني أو أدبي حيث يقدم عرضا للعمل مثل عرض قصة الفيلم و مغزاه و ممثليه في إطار يعطي خلفية عنه وعن مخرجه ومؤلفه و الفريق الفني بدون التدخل بالتقييم و النقد و الحكم عليه ، كذلك مثل عرض كتاب جديد و ملامح عنه من حيث المضمون و الشكل و الأسلوب و ملخص لفصله و تعريف به . و الكاتب هنا متخصص في الشؤون الأدبية أو الفنية. وهذا الشكل تزداد أهميته في المجلات الأدبية والفنية والثقافية والصفحات المتخصصة و الملاحق في الجرائد حيث يتناول شئون الكتاب والأدب والسينما والمسرح والموسيقى والفن التشكيلي .

❖ عمود النقد : يتناول تقييم العمل الفني أو الأدبي و بيان مدى أتفاقه أو أختلافه مع أسس الابداع الأدبي كما يقدم أحاديث وتحقيقات وتقارير صحفية حول العمل الفني أو الأدبي. والمقال النقدي يقوم بالوظائف التالية: وصف جوانب العمل الفني أو الأدبي مضمونا و شكلا + تقييم رؤية المبدع من حيث المضمون و الشكل وفق اسس فنية وأدبية متعارف عليها وإبراز مدى الأصالة والأبداع أو التكرار والتقليد في العمل + مقارنة رؤية المبدع و أدواته بأعماله السابقة وأعمال الآخرين في عصره و تحديد المدرسة الفنية أو الأدبية التي ينتمي لها + تقديم ثقافة فنية وأدبية الراقية للجمهور تعرض الرؤي والأدوات والتيارات الفنية والأدبية بهدف تكوين حس فني و أدبي لدى القارئ يساعده على التذوق بشكل إيجابي و توعية المجتمع ثقافيا. يقوم على هذا العمود محرر متخصص في النقد الأدبي أو الفني، أو فنان (شاعر، موسيقي، رسام، مخرج سينمائي) ويفضل أن يكون الكاتب متمرس في العمل الفني أو الأدبي بالإضافة لألمامه بالاسلوب الصحفي فهو ملم بكل جوانب العملية الأبداعية (مكوناتها وأسسها و تياراتها القديمة و المعاصرة و اسس النقد و مدارسه و تياراته) وقادر على الكتابة بلغة متخصصة وفي نفس الوقت بشكل مبسط يفهمه القارئ العادي . و يندرج تحت هذا النوع شئون السينما و المسرح و الكتاب و الأدب و الإذاعة و التلفزيون .

نود أن نستطرد هنا حول رأي العلماء في النقد حيث يرى أناتول فرانس أن النقد هو عبارة عن ردود فعل للعمل الفني أو الأدبي ، بينما ترى النظرية الإبتاعية أن نجاح العمل الفني مرهون بمدى أتباعه لقواعد الفن و أصوله التي تضدح في الأعمال الكلاسيكية للرواد و في المذاهب الفنية و الأدبية المختلفة ، أما ستيفنسون سميث فقد وضع رأيه في كتاب "حرفة النقد" حيث أشاء على أن عملية النقد تشتمل على ميول الناقد و مدى تأثره بأعمل الرواد و كبار الفلاسفة كأرسطو في فن المسرح . و الواقع أن هناك خلاف بين العلماء حول أهمية الفن في المجتمع هل هو لتحقيق متعة فكرية أو فنية (الفن للفن) أم لمناقشة قضايا المجتمع و التفاعل معها بما يخدم مصالح المجتمع (الفن للمجتمع) . وتمر العملية النقدية بستة مراحل هي:

- 1 تحديد الأفكار والأنطباعات في العمل 2 تحليله 3 تفسيره 4 التوجه إلى القواعد والأصول 5 تقييمه في ضوء كل ما سبق 6 إصدار الحكم النهائي على العمل .

ثالثا خطوات تحرير المقال :

1. أختيار الفكرة أو موضوع و تقييمها و مناقشتها في ضوء كل من السياسة التحريرية و أهتمامات الجمهور و التوقيت و وفرة المعلومات و طبيعة الموضوع .

2. تحديد نوع المقال .
3. جمع المعلومات و الخلفيات اللازمة من مصادر البشرية و الغير بشرية كالمكتبة و الأرشيف و بنوك المعلومات و الأنترنت و المكتبة المحرر الخاصة به .
4. وضع خطة لكتابة المقال .
5. تحديد الإستمالات الأفتناعية (منطقية و عاطفية).
6. كتابة المقال بأجزائه المتعددة (العنوان و المقدمة و الجسم و الخاتمة) .
7. أختيار الصور و الرسوم الملائمة و كتابة الكلام و الشرح و التعليق المصاحب .
8. مراجعة المقال من حيث : دقة المعلومات و الحقائق و منطقية النص و أنساق أفكاره و صحة اللغة و النحو و الأسلوب و مراعاة أخلاقيات الصحافة و السياسة التحريرية و قوانين النشر و الصحة الأسلوبية العامة .

رابعا الكاريكاتير : هي كلمة إيطالية تعنى تحميل الشئ أكثر من طاقته (كاركاتورا Caricature) ، و هو رسوم ساخرة و فكاهية يصحبها نص أو تعليق أو نكتة و نجدها في الصحف اليومية والأسبوعية، و هي ترتبط بظاهرة الضحك على المستوى النفسي و الفلسفي ولكنها تعبر عن الالم الإنساني بشكل ساخر، وموضوعاتها تدور حول القضايا والأحداث والشخصيات التي يثار حولها جدل ومناقشات موسعة حيث تقدمها في شكل كارتوني يبالغ في إظهار العيوب أو الملامح أو المواقف بشكل كوميدي ، و قد ارتبط أنتشار هذا الفن بالتقدم الفني للطباعة و التي مكنت الصحف من طباعة الرسوم ، و قد ساعد أنتشارها على تطور حركة الفنون التشكيلية، ويندرج تحت ذلك الشكل الصحفي شرائط الشرائح الفكاهية و الرسوم الهزلية و النحت الساخر .

فهو عملية أتصال متكاملة ترتبط أهدافها بمحددات فنية و سياسية و مجتمعية حيث يهدف إلى إحداث تأثير في المتلقي في خمس جوانب هي : تثبيت الصور الكامنة لدى المتلقي أو العكس + تعديل الإتجاه السلوكي لدى المتلقي + إثارته + التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقي في تراث الرفض لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة + إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية .

يقوم بالوظائف التالية : النقد (بالإشارة للأشياء التي يمكن أن تؤدي بشكل أفضل أو مختلف) + السخرية (من الجمهور) + تصوير الواقع والتعبير عن هموم القارئ والدعوة للتعبير + حث القراء على التفكير ومحاولة تغيير فكرهم + إدارة الحوار بين الناس + تبسيط القضايا بحيث تصبح مفهومة لدى القراء بشكل كافي لمناقشتها .

و يمكن تقسيم الكاريكاتير إلى نوعين هما : الكاريكاتير السياسي (يتعرض بالسخرية أو الرغبة في الأنتقاص من عوامل القهر المادي السياسية و الإجتماعية و الدينية إلخ) و الكاريكاتير الإنساني (فعندما يعجز الرسام عن مواجهة القهر المادي يتجه إلى السخرية من بني الإنسان في شتى مجالات الحياة من رياضة و فنون و غيرها) .

في الصحف المصرية يكون الرسام هو صاحب الفكرة نفسها مثل صلاح جاهين و حجاز و البهجوري إلخ ، و في بعض الصحف يقوم أحد المحررين بوضع الفكرة و يقوم الرسام بتنفيذها مثلما كان يحدث مع الفنان رخا

بصحيفة الأخبار حيث كان يرسم أفكار مصطفى أمين ، و مثل الرسام مصطفى حسين الذي كان ينفذ أفكار أحمد رجب .

يعتمد رسامو الكاريكاتير على أساليب مختلفة لتوصيل فكرتهم مثل المبالغة و السخرية و الترادف بالألفاظ و التلاعب بالرمز و ربط المواقف ببعض و ذلك بهدف إصاق الرسم (و هو رمز لموضوع ما) بفكرة مقصودة ، و هذا في النهاية يساعد على تعديل سلوك المتلقي . و من ثم فإن الكاريكاتير يعد من مكونات مادة الرأي بما يملكه من قدرة على إعطاء تأثيرات جمالية و فكاهية للأخبار و الموضوعات التي تصحبها أو تعبر عنها . و تحرص معظم الجرائد على أن يكون لديها رسام يستطيع أستيعاب القضايا و الشئون اليومية كمضمون أو مادة تصلح للمعالجة في شكل كاريكاتير ، أما الجرائد ذات القطع المتوسط فتعتمد على الوكالات التي توزع رسوم كاريكاتيرية تعالج في الأساس قضايا و أهتمامات عامة أو قومية .

خامسا رسائل القراء : و تسمى صوت الجمهور (Voice of the people (vox pops أو بريد القراء Letter writers أو المنبر Forum ، حيث تتلقى الجريدة يوميا كثير من الرسائل بالبريد أو اليد أو الفاكس أو البريد الإلكتروني و تتضمن تعليق (على مواد إخبارية أو إستقصائية أو المقالة الأفتتاحية) أو رأي شخصي حول موضوع أو مناقشة أو نقد (لتغطية الصحيفة أو معالجتها لموضوع) أو إضافة أو تأييد أو معارضة أو شكاوى (عامة أو خاصة) أو مشكلات (عامة أو خاصة) أو أخبار جديدة أو إستفهام أو تصحيح (معلومة أو واقعة وردت بالصحيفة) . و هذه الرسائل تعكس إتجاه الرأي العام حتى أن الصحف تقوم بعمل تقرير يومي بناء على رسائل القراء و توزيعه على رؤساء الأقسام و أعضاء مجلس التحرير للأستعانة به في التخطيط اليومي و توجيه العاملين .

و تنشر رسائل القراء في ركن ثابت يحتل مساحة داخل صفحة الرأي (و أحيانا خارجها) ، و ركن رسائل القراء يعتبر منبرا للتعبير عن رأي الجمهور و فرصة لأستطلاع إتجاهات القراء و آراءهم تجاه ما ينشر في الجريدة من قضايا عامة و خاصة . و من ثم فإن هذا الركن يمثل التغذية المرتدة في عملية الأتصال . و نظرا لمحدودية مساحة ركن رسائل القراء قياسا بكم الرسائل التي ترد يوميا إلى الصحيفة فإن المحرر المسؤول يقوم بالإطلاع عليها و تصنيفها و تحديد ما يستحق النشر ثم تلخيص (ما يتناول نفس الموضوع معا) أو نشرها كاملة تحت توقيع صاحبها (يمكن عدم ذكر صاحب الرسالة إذا طلب ذلك) ، مع مراعاة طبيعة الموضوع (بحيث لا يعرض الجريدة للمساءلة القانونية) و المصدر (حيث تستثنى الصحف الرسائل المجهلة التي لا تحمل توقيع) .

الأشكال الأخرى

□ **أولا الأشكال الخدمية :** مع نمو تيار صحافة الخدمات تخطت الصحف مرحلة الخدمات التقليدية داخل أقسام الجريدة كالمرأة و الطفر و الفن إلخ ، لتبرز مجموعة من الأشكال الصحفية المستحدثة المتنوعة في الموضوع الصحفي و المعالم ، و هذه الأشكال هي :

1. **كيف تصنعها ؟** : يتناول ببساطة كيف يمكن أن نصنع شيئاً ما أو نؤديه مثل عشر طرق لتوفير الطاقة بالمنزل ، كيف تصلح صنوبر المياه إذا انفجر ، كيف تقوم بطلاء المنزل بأقل التكاليف ... إلخ ، و يستخدم في تحرير هذه الموضوعات لغة بسيطة و سهلة و مباشرة في العناوين و في المتن و خالية من المصطلحات الفنية و الصناعية مع الإستعانة بالصور الفوتوغرافية و اليدوية .
2. **لقد صنعوها و أنت تستطيع** : يعرض لنشاط شخص أو جماعة مع بيان أو الإيحاء للقارئ بأنه يستطيع أن يمارس نفس النشاط أو يطبقه ، و هنا تروى القصة على لسان أبطالها بالتفصيل .
3. **قصة إخبارية مباشرة** : تحتوى على معلومات تفيد القارئ و تقدم له نصائح أو نماذج تصلح كسلوك مستقبلي بشكل مباشر .
4. **الموضوع الصحفي Feature** : يركز على زاوية أو محور كيفية إتمام أداء الشئ أو كيفية أداء أشياء معينة في ظروف مشابهة لتلك التى تم إنجاز هذا الشئ فيها .
5. **القوائم** : تتعدد أنواعها مثل قائمة بدور للسينما أو معرض للكتاب أو أسعار العملات والأسهم والسندات .

□ **ثانيا الأشكال المتخصصة المجمعّة** : في مواجهة تنوع أهتمامات القراء و رغباتهم و تعددها يسعى المضمون الصحفي بفنائه المختلفة إلى تلبية هذه الأهتمامات من خلال الأقسام المتخصصة بالجريدة و التى تتضمن أخبار و موضوعات و صور و رسوم ، و قد زادت الصفحات المتخصصة في السنوات الأخيرة لدرجة أن الجرائد بدأت تفصلها في ملاحق مستقلة تكاد تكون بمثابة جريدة صغيرة داخل الجريدة الكبيرة و يكون كل ملحق من أبواب وأركان و صفحات للمواد المتخصصة و تنشر بعض هذه الملاحق بشكل يومي ، و بعضها الآخر بشكل إسبوعي (كملاحق الجمعة أو ملحق السينما يوم الأثنين في جريدة الخليج) ، و بعضها الآخر في شكل مجلة توزع مع العدد (كمجلة الصحة في جريدة الخليج يوم السبت). وهناك خمس دوائر متداخلة من القوالب الصحفية المتخصصة و هى :

1. **الملاحق** : تتضمن كل الأقسام المتشابهة أو المتقاربة في المضمون و التى لا يجمعها فقط سوى أنها مواد متخصصة و متنوعة .
2. **الأقسام** : يضم كل قسم عدد من الصفحات المتخصصة تعالج مواد متشابهة في التخصص أو أركان متخصصة أو أبواب .
3. **الصفحات** : تعالج مواد متشابهة في المضمون و تضم أركاناً وأبواباً متخصصة تعالج مضمون واحد كالأدب و الفن و الرياضة .
4. **الركن** : يحتل جزء من الصفحة و يعالج مضمون متخصص واحد مستخدماً أشكالاً صحفية مختلفة .
5. **الباب** : يعالج مضمون متخصص من خلال شكل صحفي واحد أو عدة أشكال مثل باب رسائل القراء أو عمود أخبار رياضية ، و له عنوان ثابت .

مثال جريدة New York Times : كانت تنقسم في الثمانينات على 4 أقسام منها 3 ثابتة طوال الأسبوع و الرابع يتغير كل يوم على النحو التالي : القسم الأول يغطى أخبارية قومية و عالمية ، و الثاني يغطي

العواصم و الأخبار الثقافية ، و الثالث يغطي الأخبار الإقتصادية المحلية و الدولية ، و الرابع يغطي مجالات متخصصة تختلف كل يوم (الأثنين لأخبار الرياضة وأحصاءاتها و أحاديثها و أعمدة الرأي) و (الثلاثاء لأخبار العلوم و مناقشات المجالات العلمية و أعمدة الرأي حول التعليم و أساليب الحياة) و (الأربعاء عن الغذاء و الاسواق) و (الخميس عن شئون المنزل و الديكور و الصيانة و الإصلاح و الحدائق و تسجيلات الموسيقى) و (المجمعة دليل للأحداث و مواد التسلية و المتعة و الفنون الرفيعة و الجماهيرية) . و بالإضافة للأقسام الأربعة السابقة هناك قسم خاص بتغطية منطقة معينة لترويج توزيع الجريدة في مناطق معينة .

مثال جريدة Los Angles Times : تتسم موضوعات المعالم التي تقدم من خلال تلك الأقسام المتخصصة بالأسلوب التفسيري المصحوب بالصور المثيرة ، و هذا هو الشكل الذي كانت تستخدمه جريدة لوس أنجلوس تايمز ، و كانت هذه الجريدة تنقسم إلى 5 أقسام هي : ① القسم الأخباري الرئيسي و يضم ملخصا لكل الأخبار الدولية المهمة و أخبار الولاية و الأخبار المحلية و يتكون من 72 صفحة و يسمى الأخبار الرئيسية ، ② قسم أخبار العاصمة و الأخبار الإقليمية و صفحتي للرأي و الرأي الآخر و صفحة التحليلات يحررها كتاب الأعمدة و يطلق على هذا القسم Metro news ، ③ قسم الشئون الرياضية و الإقتصادية و أخبار السوق و التمويل و يسمى View Section ، ④ قسم اخبار المجتمع و الشئون الثقافية و الإجتماعية ، ⑤ قسم الإعلانات المبوبة ، فضلا عن قسم غير منتظم لموضوعات المعالم يصدر من وقت لآخر ، أما عدد الأحد من الجريدة فيحتوي على أجزاء ثابتة و أركان موضوعات المعالم تحت العناوين التالية :

Home Magazine, Calender, Outlook, Openion, TV news, News, Real estate, Travel.

مثال على الملاحق المتخصصة في الرياضة : تتمتع المادة الرياضية بقراءة عالية كمضمون متخصص يعالج من خلال قوالب مجمعة بدءا من الباب و إنتهاء بالملحق الرياضي، وتشكل مجالا خصبا للمحررين و تكسبهم الخبرة و المهارة العملية اللازمة، وذلك بحكم حيوية هذا المضمون وتنوعه وتجده و واقعيته وحاليته و تعدد مصادره. والمضمون الرياضي يتضمن :

- 1) الأخبار الرياضية الكبرى والعادية : سواء المنقولة عن وسائل الأتصال الإلكترونية أو لا كالأنشطة الرياضية بالمدارس والجامعات والأندية الرياضية والمجتمع المحلي .
- 2) مفكرة المعلومات : و هي أجنده الأحداث الرياضية المستقبلية سواء على المستوى القومي أو مستوى الولاية أو المدينة ، و تشمل أيضا المراجعات النقدية و التوقعات .
- 3) الإحصاءات : و تتضمن نتائج المباريات و مواقف الفرق الرياضية في كل الألعاب .
- 4) معلومات مركزة ومفصلة: عن اللاعبين والمدربين والمديرين وغيرهم ممن لهم دور في النشاط الرياضي.
- 5) مشاركة القراء : من خلال الإجابة على أسئلتهم المختلفة و عرض إنطباعاتهم و آرائهم .
- 6) موضوعات إعلانية : تتوجه لمستهلكي السلع والخدمات ذات الصلة بالنشاط الرياضي كالخيام والأحذية و الملابس وتجهيزات الرياضية .
- 7) موضوعات خدمية : تتعلق بالصحة واللياقة البدنية .

8) الرياضة في وسائل الأعلام : مثل برامج الرياضة في الراديو و التلفزيون كجزء من التغطية اليومية ، و عروض الكتب الرياضية و الطب الرياضي إلخ .

و يتم صياغة هذا الموضوع الرياضي في أحد الأشكال الصحفية التالية :

1) القصص الإخبارية التمهيدية : تقدم معلومات عن المباريات القادمة و توقعات المدربين و المنافسة بين الفرق و التخمين و توقع ما سوف يحدث عندما يتبارى خصوم أقوىاء ، مع التركيز على التفسير .

2) القصص الإخبارية السريعة القصيرة : و هي تفسر الأحداث بالإجابة على كيف و ماذا و لماذا.

3) المعالم Features : و تتناول الصور أو الملامح الشخصية ، قصة الفريق ، لعبة معينة ، البرامج التدريبية ، المنافسة بين الفرق ، جمهور المشاهدين (الروح الرياضية و التعصب) ، قوائم الأرقام و الدرجات للفرق المختلفة و الدوري و الكأس و ما شابه ، قصص شاملة لأكثر من جانب .

و يوصي خبراء الصحافة الرياضية بالأمور التالية في إعداد المادة الصحفية المتخصصة المتجمعة :

1) التركيز على المدخل التفسيري في الكتابة لمواجهة تأثيرات التلفزيون .

2) إبراز أسماء اللاعبين و المدربين والإداريين والمشرفين والمشجعين كعناصر رئيسية في القصة الرياضية.

3) ربط المادة الرياضية بما يسبقها ثم أحداث و ما يليها .

4) موازنة المساحة المخصصة للأحداث الرياضية القومية و المحلية بما يتناسب مع أرقام توزيع الجريدة في هذه الأماكن .

مثال على ملحق الأحد (الذي يصدر في شكل مجلة) : كثير من الصحف اليومية الأمريكية تنشر ملحق يوم

الأحد في شكل مجلة من القطع النصفى (تابلويد) تحت مسمى مجلة الأحد ، و بدأ أنتشارها يزداد في الثلث الأخير من القرن الـ 19 بعد أتساع نطاق الإعلان القومي حيث أعتبرها الكثيرون مجلة عامة تغطي حصاد الأسبوع بأقتضاب ، وقد أنحسرت في الستينات من القرن العشرين مع ظهور التلفزيون حيث كانت توزع كملاحق بطريقتين : الطريقة الأولى أن يتم تسويقها عن طريق الوكالات و تصدرها شركات أو وكالات متخصصة و توزع مع الجرائد بشكل قومي (Tuesday, Family weekly, Prade)، والطريقة الثانية أن تصدر من خلال الجريدة نفسها و توزعها كل أحد بشكل فوري (The New York Time Magazine) ، ثم بدأت في السبعينيات تستعيد شكل المجلة و صارت قادرة على منافسة التلفزيون و بالفعل جذبت إليها الإعلانات التي صارت تحتل حوالي 8% من مساحتها و من ثم زاد توزيعها حيث كان ملحق Family Weekly يوزع في 48 ولاية مع أكثر من 350 جريدة بإجمالي يزيد عن 12 مليون نسخة ، بينما Prade فوصل توزيعها إلى 20 مليون نسخة ، أما Tuesday فتوزع حوالي 2 مليون نسخة. و صارت تستخدم الألوان و تجمع بين فنية الجريدة و المجلة في الشكل و المضمون و تركز على شؤون الأسرة و المجتمع و الألعاب المسلية و الفنون التشكيلية و شؤون المنزل و الملابس و الطعام .. إلخ ، و تحريرها أقرب إلى المجلة .

□ **ثالثا أشكال الخاصة بالتسلية :** تقوم بتقديم مواد للتسلية و الترفيه و الأمتاع و الإسترخاء و قضاء وقت الفراغ

و خلق إيقاع هادئ مثل :

1. **الكلمات المتقاطعة :** و هي من لعبة عالمية حتى أن هناك وكالات متخصصة في بيعها و خبراء يطورونها و يوجد حوالي 42 مطبوع بالولايات المتحدة متخصص في هذا الشكل على جانب الجرائد ، و هي تعالج الموضوعات العامة و المتخصصة و بعضها بالصور و الرسوم و بعضها بالأرقام و هي وسيلة للتنقيف و الترفيه و الإمتاع الذهني و التزويد بالمعلومات الجديدة .
2. **الطالع :** يرفضها النقاد و علماء النفس، و هي تقوم على الحدس و التخمين و علوم الفلك و التنجيم ، و تشمل الأبراج و خطوط الكف .
3. **المسابقات :** فنية و رياضية و ثقافية و إجتماعية مثل : صورة حية تلتقط لشخص وسط جمهور حاشد في مسرح أو مباراة أو مهرجان ثم تقدم جائزة لهذا الشخص في أحتفال جماهيري ، أو مسابقات الجمال ، أو مسابقات تهدف إلى التسلية و ربط الجريدة بقراءها و المجتمع بهدف الترويج و التسويق .
4. **الألعاب :** يندرج تحتها الرياضة الذهنية التي تستخدم الرسوم و الأشكال الهندسية كالمربعات و الدوائر و المسدسات و المنحنيات و إستغلال بعض المعادلات الرياضية المبسطة و القوانين العلمية لتنشيط الذهن .
5. **الألغاز :** و تتضمن معلومات عن أشخاص أو قضايا أو بلد أو معالم مهمة أو ألغاز رياضية حسابية .
6. **القصص المرسومة :** و هي نوعان الأول قصص كوميدية أو تراجمية (كل قصة لها بداية و وسط و نهاية ، و لها حدث و شخصيات و عقدة و حل ، و تحكى من خلال صور مسلسلة في شكل شريط متتابع) ، أما النوع الثاني قصص ساخرة هزلية و تتضمن موضوعات خيالية أو كوميدية تضع إنتقادات لاذعة و ساخرة للسلوك الإنساني و تحمل مضمون أخلاقي و قيمى و تربوي يفيد الطفل و الراشد على السواء .

□ **رابعاً الأشكال المصورة :** تتضمن الصور الفوتوغرافية بأنواعها و الرسوم (الساخرة و التعبيرية و التوضيحية) ، و تقوم بوظيفة جذب إنتباه القارئ و التأثير في سلوكه و إستيعابه بحكم قدرتها التعبيرية و الجمالية و أختزالها لكثير من المعاني و المتضمنات الفكرية و الصحفية . و تهتم بها الصحف حيث تفرد لها جزء كبير من المساحة و تهتم بفنية تحريرها و إخراجها و إستعمال اللون معها ، و قد زاد إستعمالها كمواد مصاحبة في بعض الموضوعات كالجرائم و الحوادث .

1. **الصور الفوتوغرافية :** و يمكن تصنيفها من حيث المضمون إلى : صور أخبارية ، صور موضوعات ، صور ذات جانب إنساني ، صور شخصية ، صور جمالية و تعبيرية . و من حيث الشكل إلى صور مفردة و صور مسلسلة و صور متعاقبة . و يمر إنتاج الصور الفوتوغرافية بعدة مراحل هي :
 - أ. الحصول على الصور: يتم تكليف المصور بالخروج مع المحرر لتغطية الخبر و هناك في الموقع الحدث يتم إنتقاط الصور، كما يمكن الحصول على الصور من مصادر أخرى داخلية و خارجية .
 - ب. بالمعمل يتم التحميص و الطبع و التجفيف .
 - ج. بغرفة الأخبار يقوم المصور أو المحرر أو السكرتير الفني بتقويم الصور و أختيار الصالح للنشر منها ، ثم يقوم المحرر أو السكرتير الفني بكتابة النص المصاحب للصورة ، وقد يكون شرح أو تعليق .

د. بغرفة الإخراج : يتم إخراج الصورة بمعنى تحديد موقعها وحجمها والشكل الفني الذي تظهر فيه (يدويا أو بالكمبيوتر) ، ثم عمل مونتاج الصفحة ككل حيث يتم إعداد الماكيت (يدويا أو بالكمبيوتر) ، وأخيرا التصوير و إعداد الأفلام .

هـ. في المطبعة : يعم تجهيز اللوح الطباعي ، و الطباعة .

2. **الرسوم اليدوية :** من المواد التي يكثر إستخدامها الآن حتى أن wall street journal تفضلها عن الصور الفوتوغرافية و ربما تم مزجها مع الصور الفوتوغرافية و قد كان لتقنية طباعة الأوفست الفضل في أنتشارها ، و يمكن تصنيفها إلى :

أ. رسوم ساخرة (كاريكاتير، شرائط هزلية، رسوم مسلسلة) : تتسم بالطرافة والقدرة على جذب إنتباه القارئ ونقل الفكرة إليه والتعبير عن الرأي بالرسم البسيط الموجز في أقل عدد من الخطوط بحيث يفهم القارئ بنظرة خاطفة ما يريد الرسام أن يقوله، وتعد مكونا أساسيا في صفحة الرأي .

ب. الرسوم التعبيرية : هي رسوم يدوية تصاحب الموضوعات الصحفية كبديل للصور الفوتوغرافية ، و تحقق هدفا جماليا و تعبيريا ، مثل الرسوم المصاحبة للمقالات و التحقيقات الصحفية ، و مثل الرسوم الثابتة (الموتيفات) التي تميز الأبواب و الأركان و الصفحات و الملاحق الثابتة و المتخصصة .

ج. الرسوم التوضيحية : تساعد في عرض الحقائق والمعلومات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق يفسر ويوضح ويلخص المضمون في مساحة محددة ومن ثم يدعم المتن مثل الرسوم البيانية (تلخص الإحصاءات المعقدة في شكل أعمدة)، والمنحنيات (تبين مدى تقلب الظاهرة بشكل كمي)، والجداول (البسيطة والتكرارية والمزدوجة)، الخرائط الجغرافية ، البكتوجراف (رسم بياني يمزج بين الصور والرسوم بالخطوط البيانية والأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة مستغلا تقنية الفوتومونتاج و التروكاج تركيب الصور على الرسم و العكس) ، الدوائر المقسمة إلى قطاعات .

□ **خامسا المواد الإعلانية :** تشكل نسبة كبيرة من مساحة الصحيفة تصل إلى حوالي 60% ، و تمثل الإعلانات حوالي 70% من دخل الصحيفة ، و يؤدي الإعلان 3 مهام هي: الإعلام (حيث يوفر معلومات عن السلع و الخدمات و الأفكار الجديدة) ، و التمويل (حيث يمثل عائدا يساهم بشكل اساسي في تمويل الجريدة) ، و التسويق (حيث يساهم في زيادة الطلب على السلع و الخدمات). و تأخذ المواد الإعلانية في الجريدة أحد الأشكال التالية :

1. **إعلانات المساحة :** يأخذ شكل محدد داخل إطار يميزه، ويضم صور ورسوم وعاون رئيسي وعاوين فرعية و متن قليل ويتم إخرجه بأسلوب الملصق .

2. **الإعلانات الموبوة :** هي إعلانات مجمعة في صفحة مخصصة لذلك وتصنف وفق الموضوع تحت عناوين عريضة شبه ثابتة ومميزة، وهي إعلانات مكتوبة في الغالب وتتضمن إعلانات عن السيارات والعقارات و الوظائف والبيع والإيجار وما شابه .

3. **الإعلانات التحريرية :** يأخذ شكل خبر أو حديث أو مقال ويصحبه رسوم وصور، وللهولة الأولى تظنه خبرا ، وعادة ما يوضع بجانب المادة التحريرية التي تقدمها الجريدة بهدف التغلب على شك القراء و

ريبتهم من الإعلان التقليدي ، وهذا الشكل يكون محاط بإطار مميز يستعمل مع الإعلانات و يوضع فوقه عنوان عام "موضوع إعلاني أو موضوع ممول أو موضوع تسجيلي" .

4. **قسم الإعلانات :** و هو عبارة عن قسم من الجريدة يتكون من صفتين أو أكثر له مضمون معين حول دولة ما أو صناعة أو مؤسسة .

5. **ملحق إعلاني :** هو ملحق مستقل يجمع كافة أشكال الإعلانات السابقة مصنفة ويتعاون في إعداده هيئة التحرير وإدارة الإعلان ، ويوزع مجانا مع الجريدة ويحمل شعارها ولافتتها ويأخذ أحد الأشكال التالية :
① ملحق مطبوع بنفس ورق الجريدة وحجمها وأسلوب الجمع والطباعة ويحمل نفس الملامح التيبوغرافية العامة للصحيفة ، ② ملحق مطبوع من نوع أجود من ورق الجريدة و في حجم أو قطع مختلف ، ③ ملحق مطبوع في شكل مجلة . وتصدر هذه الملاحق بشكل دوري ، و أحيانا تصدرها إدارة الإعلان بشكل غير منتظم في المناسبات أو لتنفيذ فكرة تجمع حولها عدد من المعلنين و يطلق عليها عندئذ إعلانات مجمعة .

□ سادسا أشكال تعرض مواد أخرى :

1. **أشكال تعطي معلومات عن الجريدة :** كأسمها وعنوانها وأسم رئيس تحرير وبعض البيانات الإدارية عنها كأسعار الإعلانات والأشتراقات وأماكن الطبع ومكتب الإدارة ومكاتب التحرير والتوزيع و رقم العدد و السنة و التاريخ و الشعار و رقم الصفحة و الباب و الركن و الملحق .

2. **أشكال تعطي معلومات عن المؤسسة الصحفية التي تصدرها :** هي معلومات عن تطورات جديدة ستقوم بها المؤسسة مثل إصدار طبعة محلية أو دولية أو زيادة عدد الصفحات أو إنضمام كاتب جديد أو تجديد المطبعة أو نشر كتاب جديد أو الإعلان عن حاجة المؤسسة لمحررين أو خطاطين أو عمال إلخ ، أو مناقصات أو مزايدات تتعلق بالمؤسسة أو إصدارات جديدة للمؤسسة .

3. **مواد الحشو أو ملء الفراغ :** تضمن تعليقات وحكم وأمثال ورسائل من القراء وأخبار قصيرة و متخصة من الممكن تأجيلها وتجمع في حروف وإتساع مناسب لملء الفراغ ويستعان بها عند حدوث نقص في المادة المنشورة على صفحات الجريدة ، وبعض الوكالات الآن في الولايات المتحدة تزود مشتركها بمواد الحشو عند الحاجة .

تحرير المجلة كعملية اتصال جماهيري



في هذا الفصل : تحرير المجلة

مضمون المجلة

المرسل (جهاز التحرير)

المتلقي (الجمهور)

الاشكال الصحفية في المجلة



إذا كان تحرير المجلة في جوهره هو تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة إلى شكل صحفي يناسب قراء المجلة ، فإن تحرير المجلة في مفهومه الشامل هو عملية اتصال جماهيري متكاملة الأطراف حيث يقوم المرسل (جهاز التحرير) بإرسال رسالة (مضمون النص الصحفي) عن طريق وسيلة (القوالب الصحفية المختلفة كالخبر والمقال و الحديث و التحقيق إلخ) إلى جمهور (القراء) لتحقيق هدف معين (هو رسالة المجلة و سياستها التحريرية) ، و من ثم فإننا هنا نعالج تحرير المجلة من خلال دراسة 4 أطراف رئيسية هي : المرسل (من قال) والمضمون (ماذا قالت المجلة) والمتلقي (لمن) والشكل (كيف قيل) ، و نستعرضهم على النحو التالي :

مضمون المجلة

يتضمن الرسائل و الأفكار و المعلومات و المفاهيم الواقعية التي تتم صياغتها من خلال أشكال صحفية مختلفة مثل الأفتتاحية و موضوع العدد و العمود و الخبر و التحقيق و الحديث و المواد المصورة وغيرها ، وقد تكون واقعية أو خيالية أو أدبية (كالشعر و القصة و الزجل و المقال الأدبي و الخواطر و التأملات و الروايات الطويلة) . ويتم صياغة المضمون في إطار السياسة التحريرية للمجلة وهدفها و يختلف ذلك من مجلة إلى أخرى و المجالات تنقسم من حيث المضمون إلى : مجالات متخصصة (كالمجلة الزراعية أو العمالية) ، و مجالات عامة (و تهدف إلى الإعلام و التفسير و التحليل و النقد و التسلية و الإبداع و التسويق و الترويج) . و من أمثلة المجالات العامة Paris Match ، و هي تعالج موضوعات متعددة (السياسة الداخلية و الخارجية و الأقتصاد و الجيش و المجتمع و المرأة و الموضة و الرياضة و التسلية و الطرائف و الألغاز و المسابقات و الأدب و العقيدة و الخواطر و التأملات و الفن و السينما و المسرح و الموسيقى و الإذاعة و التلفزيون و العلوم و الطب و البيئة و الكتب و الفن التشكيلي) .

و كي يضمن الجهاز التحريري نجاح المجلة في رسالتها و يحصل على رد فعل جيد من الجمهور يجب أن يلتزم في إعداد المضمون بالشروط الثلاثة التالية :

1. أن يصمم رسالته بحيث تجذب إنتباه المستقبل لأنه يصعب التواصل مع الجمهور إذا كان غير منتبها ، و لكي يتم ذلك يجب أن يعرف احتياجات الجمهور و صياغة الرسالة بحيث تحتوي على مثيرات تضمن إستمرار جذب الأنتباه و التشويق ، فضلا عن ضرورة الحرص على اختيار الوقت المناسب للعرض .
2. صياغة الرسالة بأسلوب يتناسب مع المستقبل بمعنى استخدام لغة و رموز يفهماها

3. أن تثير الرسالة في المستقبل شعورا بحاجته إلى موضوعها و أن تقترح طرقا لسد هذه الحاجات بحيث تناسب الظروف المحيطة به .

و يمكن الحكم على مضمون المجلة بالنجاح أو الفشل من خلال المعايير التالية :

1. مدى إتفاقه مع السياسة التحريرية للمجلة و هدفها من الصدور .
2. التوازن بين الموضوعات بحيث لا يطغى موضوع على آخر .
3. إمكانية فهمه و إدراكه بوضوح من قبل القراء و المعيار هنا هو القارئ المتوسط الثقافة .
4. التنوع في الموضوعات و أسلوب المعالجة .

المرسل (جهاز التحرير)

هو القائم بالاتصال و تنحصر مهمته في إنشاء و صياغة أفكار و أحاسيس و موضوعات (تتعلق به شخصيا أو بآخرين) في كلمات و حركات و إشارات و صور كي ينقلها للآخرين في شكل منتج متكامل هو عدد من أعداد المجلة ، و ذلك بهدف تحقيق أهداف السياسة التحريرية للمجلة . و يحصل القائم بالاتصال على موضوعات مجلته من مصادر داخلية و خارجية ، أما المصادر الداخلية فهم أعضاء الجهاز التحريري (الناشرون و رؤساء التحرير و أعضاء الجهاز التحريري و الرسامون و المرسلون و المستشارون و المعلنون) ، و أما المصادر الخارجية فهم (كتاب و الصحفيون و المصورون و رسامون و وكالات مختلفة و قراء و مكاتب الإعلان و المصادر الإعلانية و مكاتب الخرائط و الرسوم و مجلات أخرى و كتب و جرائد و وكلاء الكتب و مصادر أخرى متنوعة) .

أولا الجهاز التحريري

□ **المحرر :** هو لفظ يطلق على كل من يعمل في الجهاز التحريري (رئيس التحرير، المراجع ، سكرتير التحرير، المندوب ، المشرف الفني ، المخرج الصحفي) . وهناك إتجاهان في تأهيل محرر المجلة وإعداده للعمل الصحفي ، الأول يرى أنه يجب أن يبدأ عمله في جريدة يومية ثم إسبوعية عامة حتى يستوعب العمل الإخباري ثم ينتقل إلى العمل في المجلة ، والثاني يرى أنه يجب أن يبدأ في المجلة وعليه أن يعمل في كل أقسامها بدءا بالتحرير ومرورا بإدارة التوزيع والإعلان والمطابع والأدارة العامة كي يكتسب الخبرة ويفهم كيف يدور العمل بالمجلة. ويتوقف حجم الجهاز التحريري كما ونوعا (تخصصا) على طبيعة المجلة وتخصصها ودورية صدورها، والقاعدة البديهية تقول أن هناك تناسب عكسي بين عدد المحررين ودرجة التخصص في المجلة بمعنى أنه كلما زادت المجلة نحو التخصص كلما قل عدد المحررين و زاد الاعتماد على الكتاب الخارجهين و العكس صحيح .

و من أمثلة المجالات العامة : مجلة العربي الكويتية (ثقافية شبه عامة) تعتمد على مزيج من مقالات و إستطلاعات و أبواب ثابتة لمحرريها وكتابها و مساهمات المصاحفين Freelancers و يتكون جهازها التحريري من رئيس التحرير ونائبه والمشرف الفني و سكرتير التحرير و مدير التحرير و 3 محررين وبعض المصورين

التابعين لوزارة الإعلام الكويتية . أما مجلة المختار و هي الطبعة العربية لمجلة Reader`s Digest (مجلة عامة تصدر عن دار أخبار اليوم) فكان جهازها التحريري يتضمن رئيس وسكرتيرة إدارية و مترجمين من الخارج بحكم اعتمادها على الترجمة . وأما مجلة صباح الخير و هي مجلة عامة تتوجه للشباب فقد كان جهازها التحريري يضم رئيس التحرير ومدير التحرير ومشرف فني ومستشار فني وسكرتير وعشرات المحررين و المنوبين و المراجعين .

و من أمثلة المجلات المتخصصة : Journalism Quarterly و يضم جهازها التحريري رئيس التحرير و المساعد و محررو الأقسام الأربعة و مهمتهم تجهيز المقالات و البحوث و عروض الكتب التي يعدها كتاب خارجيون (المصاحفين Freelancers) و لها مجلس إستشاري من 30 عضو . أما مجلة Kenyon-Review (مجلة أدبية) فيضم جهازها التحريري 3 أفراد هم رئيس التحرير و مدير التحرير و نائب رئيس التحرير . و أما مجلة الشئون الهندسية Weastes-Engineering فيضم جهازها التحريري عشر أفراد هم رئيس التحرير و مستشاره و مدير التحرير و مساعد رئيس التحرير و 6 محررين و مجلس إستشاري من 18 عضو .

□ **الجهاز التحريري للمجلة العامة :** يضم عدد كبير من المحررين بحكم اعتمادها عليهم في إعداد مواد المجلة فضلا عن إستكتاب بعض الكتاب الخارجيين (المصاحفين Freelancers) و يضم الجهاز التحريري الآتي :

1. **رئيس التحرير Chief Editors :** هو المسؤول الأول عن تحرير المجلة ، و هو شخصية مركزية و قوة نشطة في جهازها التحريري ، قد يكسب رئيس قسم الإعلان أكثر منه بكثير و لكنه لا يملك مكانته و احترامه و الشخص الوحيد الذي يعلوه مباشرة هو مالك المجلة أو ناشرها . والمتفحص لتاريخ المجلة في العالم يجدها ترتبط بشكل كبير بأسم رئيس تحريرها الذي غالبا ما يكون أديبا أو شاعرا أو كاتباً أو قصاصا، فمجلة The Outlook الأمريكية ترتبط بأسم بوث و The Post ترتبط بأسم لوريمر . و في مصر كانت "روضة المدارس" ترتبط برفاع الطهطاوي ، و"يعسوب الطب" بعلي البقلي ، و"الرسالة" بأحمد حسن الزيات ، و"أبوللو" بأحمد زكي أبو شاد ، و"اللطائف" بأسكندر مكاربوس ، و"الكاشكول" بسليمان فوزي ، و"روزاليوسف" بفاطمة يوسف و محمد التبعي ، و"المصور" بفكري أباطة ، و"الهلال" بجرجي زيدان ، و"آخر ساعة" و"الحيل" و"هي" بالأخوين علي ومصطفى أمين ، و"حواء" بأمنية السعيد ، و"الفكر المعاصر" بزكي نجيب محمود ، و"الطليلة" بلطفي الخولي ، و"أكتوبر" بأنيس منصور .

وظائفه : تختلف وظائفه وفقا لحجم المجلة و عدد محرريها و توزيعها ، فقيما كان رئيس التحرير يقوم بمعظم مسؤوليات إدارة الجهاز التحريري فكان يكتب كل صفحات المجلة و يديرها بحكم قلة المحررين و أهتمامات القراء المحدودة و التوزيع المتواضع ، ومع الوقت تغيرت أهتمامات القراء و تطلب الأمر عدد من المحررين يتولى العمل التحريري بينما يتولى رئيس التحرير الوظائف التالية :

➤ **الوظيفة الاقتصادية :** حيث يتحكم في أسلوب شراء مقالات الكتاب (المصاحفين Freelancers) و أعمال المصورين و الرسامين و التعاقد مع الوكالات و تقرير المكافآت و المرتبات و الخصومات و الجزاءات و عدد النسخ المطبوعة و يستشار في رفع سعر الإعلان أو زيادة الأشتراكات .

➤ وظيفة الرأي العام : حيث يتولى تحليل إتجاهات الرأي العام نحو مجلته و ذلك يتضمن آراء المنافسين و المسؤولين و رؤساء التحرير الآخرين ، و يتطلب ذلك منه الأطلاع بشكل مستمر على تقارير بحوث إستطلاع الرأي العام و رسائل القراء ، فهي بالنسبة له كتقرير الإنتاج بالنسبة لمدير المصنع .

➤ الوظيفة الصحفية : حيث يقرر كل ما يتعلق بالنشر فهو يقترح أفكار الموضوعات المكتوبة أو المصورة و أساليب معالجتها وإخراجها وكتابة التعليقات على الصور و الموافقة على أبواب المجلة و وضع جدول زمني للتنفيذ و تصميم المجلة و رسم الماكيت و قراءة البروفة و اعتمادها و يحدد السياسة العامة للمجلة و يشرف على العمليات الفنية فيها و كلما كانت المجلة كبيرة قل تركيزه على العمليات الفنية التي تؤديها .

➤ وظيفة الكتابة : و تختلف طبيعة هذه الوظيفة حسب حجم المجلة و عدد محرريها ففي المجلة الصغيرة يكتب عمودا شخصيا و يرد على رسائل القراء ، أما في المجلات الجماهيرية الكبيرة فيكتب الأفتتاحية ثم يضع الخطوط العامة للمجلة ليكتبها غيره . بالإضافة إلى أنه يكتب عن المجلة بعض الخطابات و النصوص الإعلانية الموجهة للمعلنين و الجمهور يعلن فيها عن العدد الجديد ، فضلا عن المقالات التي يكتبها عنها في المطبوعات المهنية في شكل أخبار تبين إنجازات المجلة و التغيرات التي ستحدث فيها .

➤ وظيفة العلاقات العامة : حيث أنه يهتم بتطوير الصورة الذهنية للمجلة أمام الرأي العام و ذلك من خلال طريقته في التفاوض مع الكتاب المصاحفين و الأشراف في أوجه النشاط العامة و المهنية كالمؤتمرات العامة و إلقاء خطابات في التجمعات جماهيرية و أمام اللجان و الجمعيات و الإتحادات المختلفة .

أنواع رؤساء التحرير : هما نوعان الأول دكتاتوري أناني يرى أن فرض شخصيته على العاملين معه فيه سلامة العمل و أن الصحيفة لا يمكن الاستغناء عنه و هو بذلك يحول أجهزة و إدارات المجلة إلى آلات تتحرك وفقا لتعليماته التي لا يجوز الخروج عنها مهما تكن الظروف ، و هذا النوع يقتل في العاملين روح الأبداع و التفكير الذي يعبر عن نبض الشارع بل و يؤثر سلبا في المجلة ، فمجرد غيابه يمثل فراغا كبيرا يصعب ملؤه و يحتاج وقت لجمع الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة التائهة . أما النوع الثاني فهو مبدع حيث يمثل دور الماكينة التي تصنع أفكارا جديدة و تحفز الكفاءات و تدفعها إلى الأبداع و يترك لها المجال لتتطلق و لكن في إطار السياسة العامة للصحيفة ، و هذا النوع يساعد المجلة على المضي في رسالتها و تحقيقها في كل الظروف سواء كان رئيس التحرير موجود أو غائب .

2. **معاوني رئيس التحرير Editor** : يتوقف نجاح رئيس التحرير في عمله على حسن اختياره لمعاونيه و تحديد أختصاصاتهم و مساحة الحرية التي يعطيها لهم بحيث يكون لهم الحرية في التحرك وفق ما يتطلبه الحدث الصحفي في إطار السياسة العامة للمجلة ، و يختلف المسمى الوظيفي للمعاون حسب طبيعة عمله فهو مدير التحرير أو مساعد رئيس التحرير أو نائب رئيس التحرير أو رئيس تحرير تنفيذي أو رئيس تحرير مساعد أو رئيس تحرير الطبعة الخارجية . و وظيفة معاون هي :

➤ وظيفة نازلة : و هي تنفيذ تعليمات وتوجيهات رئيس التحرير الأسبوعية أو الشهرية ، و الإشراف على العمل في الأقسام المختلفة و أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة في حالة غيابه . و في المجالات الكبرى يشرف كل معاون على قطاع من قطاعات التحرير (التحرير، المطبعة، المواد المصورة، قسم المعلومات والبحوث و رسائل المراسلين، الشؤون الإدارية) .

➤ وظيفة عرضية : و هي حل المشاكل التي تعترض العمل اليومي و إدارة إجتماعات جهاز التحرير.

➤ وظيفة صاعدة : و هي أن يمثل حلقة وصل بين رئيس التحرير و باقي أقسام المجلة .

➤ وظيفة علاقات عامة : و هي تمثيل المجلة في بعض المناسبات بتفويض من رئيس التحرير.

➤ وظيفة فنية : ففي بعض المجالات يكون مسماه محرر الإنتاج أو المصمم و هو فنان تشكيلي و خبير بالألوان يتولى وضع الإستراتيجية الفنية أو التصميم العام للمجلة وإتخاذ القرارات الفنية الأساسية وتطبيقها في كل عدد فهو يحدد مساحة كل موضوع وإسلوب إخراج الصور والرسوم المستعملة والألوان ويشرف على توزيع المواد في صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس التحرير ومعاونيه بحيث في المجالات الكبرى يشرف كل معاون على قطاع من قطاعات التحرير (التحرير، المطبعة، المواد المصورة، قسم المعلومات والبحوث و رسائل المراسلين، الشؤون الإدارية) . يتوافر في التصميم الجانب الوظيفي والجمالي ، و تلك الوظيفة لا توجد إلا بالمجلات فقط .

3. **قسم الأخراج أو سكرتارية التحرير** : مهمة هذا القسم تنفيذ التصميم الأساسي للمجلة و التصور المبدئي الذي يضعه المدير الفني بالتشاور مع رئيس التحرير و معاونيه ، و العاملين في هذا القسم هم محررو الإخراج أو سكرتير و التحرير أو المخرجين الصحفيين ، و هم نوعان :

➤ المخرج الصحفي الفني : مهمته تحويل النص المكتوب و المصور إلى واقع تيبوغرافي في إطار رؤية المدير الفني للمجلة (العناوين و المقدمات و المتن و الصور و الرسوم و الجداول و الألوان إلخ) ، حيث يتلقى المادة من كبير المراجعين عن طريقة المدير الفني مكتوبة و مصورة و بعد تحديد موقعها داخل المجلة يرسم الماكيت الذي يحدد فيه شكل المواد الصحفية ثم يرسل الماكيت إلى أقسام الصف الآلي أو الألكتروني و منهم إلى الأقسام الفنية لتنفيذها .

➤ المخرج الصحفي المنفذ : مهمته تنفيذ صحاح المجلة وفقا للماكيت في صالحة المونتاج و يقوم بمراجعة البروفات و إجراء الأختصارات اللازمة .

4. **رؤساء الأقسام (كبار المحررين) Senior Editor** : يكون كل منهم متخصص في التحرير في مجال محدد كرئيس القسم الأقتصادي أو الفني أو السياسي إلخ ، و هو مسؤول عن تحرير أحد أبواب المجلة أو صفحة متخصصة بها ، و يعمل تحته عدد من المحررين ، و مهمته إعداد المواد الخاصة بهذا الباب و توجيه المحررين و الإشراف على كل ما ينشر في هذا الباب ، و يجب أن يكون متابعاً لأهم الأحداث و التي قد تكون موضوعاً للغلاف في عدد ما ، بأختصار هو رئيس التحرير داخل القسم الذي يرؤسه ، و في بعض

الأحيان يكون له ركن أو عمود خاص يكتبه و يوقعه بإمضاءه . و تتعدد مسمياته فهو كبير المحررين أو رئيس الـ .. أو محرر صفحة الـ ... أو محرر باب الـ

5. **كبير المراسلين Chief Correspondent**: يتوفر هذا الموظف في المجالات التي تهتم بالتغطيات الخارجية و التي لها توزيع خارجي ضخم كالمجلات الأمريكية و الفرنسية العامة و الإخبارية ، و هو أقدم المراسلين و أكثرهم خبرة .

6. **المحررون Editors** : هم محررو الأقسام العامة للمجلة و هم في المجالات العامة ذات التوزيع الضخم و التيوب المنوع يوعون حسب تخصصاتهم المختلفة على أقسام أو أبواب المجلة المختلفة ، و في المجالات العامة الأقل توزيعا يعملون معا داخل أقسام المجلة كلها .

7. **كتاب المجلة Staff Writers** : هم كبار الكتاب الذين يعملون في المجلة و مهمتهم كتابة المقالات و إجراء الأحاديث و عمل البحوث و الدراسات بانتظام و كأعضاء ثابتين في الجهاز التحرير للمجلة و قد يكون هناك إلى جانبهم بعض الرسامين المحترفين .

8. **الأقسام المشتركة أو المعاونة** : هناك بعض الأقسام التي تتعاون مع جهاز التحرير في إعداد المجلة هم :

➤ قسم التصوير الفوتوغرافي : و يرأسه كبير المصورين و يعاونه محرر للصورة تكون مهمته اختيار الصورة الجديدة و تحديد شكلها و كتابة التعليق المناسب لها .

➤ قسم المعلومات و البحوث : و يرأسه محرر المعلومات و يضم داخله 3 قطاعات : ① الأرشيف (يضم قصاصات و أفلام الميكروفيلم عن الموضوعات و الأشخاص و القضايا و الصور و الكلاشيهات و النيجاتيف و هو يعمل حاليا إلكترونيا) ، ② المكتبة (تضمن الموسوعات و الأطالس و الأدلة و الكتب و المراجع العلمية و المجالات و الجرائد المحلية و الأجنبية) ، ③ و يضم مجموعة من المحررين الباحثين يعدون البحوث و الدراسات اللازمة التي يحتاجها التحرير و يطلبها رئيس التحرير أو معاونه أو أحد رؤساء الأقسام و مهمته تزويد المحررين بكل المعلومات و الخلفيات التي يحتاجونها لأستكمال موضوعاتهم قبل النشر و مراجعة الموضوعات قبل النشر و تدقيق المعلومات .

➤ قسم المراجعة : يرأسه كبير المراجعين Copy Editor و يضم هذا القسم المراجعين و مهمتهم قراءة الموضوعات التي يرسلها إليهم رئيس التحرير و معاونوه و رؤساء الأقسام ، ثم تحديد الأخطاء في اللغة و الأسلوب و تصحيحها .

➤ قسم التصحيح : و يرأسه كبير المصححين Copy Reader ، و يضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات مرة بعد جمعها و مرة أخرى بعد طبع بروفات الصفحات و قبل الطباعة للتأكد من خلوها من الأخطاء المطبعية .

ثانيا الكاتب الحر (المصاحف Freelancer)

من هو المصاحف ؟ : هو ليس عضو ثابت في جهاز تحرير المجلة و لكنه يرتبط بها و يلتزم بالعمل معها بشروطه ، فهو رئيس تحرير نفسه ، فهو يعمل عندما يرغب و يضع خطته و يمارس مسؤولياته بنفسه ، و تعتمد المجالات أكثر من الجرائد عليه بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الأخبارية المنتظمة التي يقدمها لها طاقمها التحريري و وكالات الأنباء و غيرها من المصادر ، أما المجالات فموادها أكثر تنوعا و لديها مساحة أطول من الوقت و يمكنها توظيف المصاحفين حسب خطط طويلة الأجل و بشكل منظم .

و تنتشر ظاهرة المصاحفة في الدول الكبرى التي يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد و المجالات خاصة الجماهيرية العامة أو ذات التخصص الدقيق حيث يكون دور المصاحف أساسي فيها . و بعض المصاحفين يكونون متفرغين لهذه العملية و لا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعمل في وسائل إعلامية أخرى كأن يكون محرر أو مذيع أو رجل علاقات عامة ، و البعض الثالث يكون له عمل آخر لا علاقة له بالكتابة .

و المصاحفين يتصلون برئيس التحرير مباشرة أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع أو عن طريق وكالة تسوق أعمالهم أو عن طريق وكيل خاص بالكتاب ، و بمجرد أن يحصل المصاحف على موافقة الجهة (المجلة أو الوكالة) فإنه يقوم بإرسال نص مقالته لها ، و عادة ما تحصل الوكالة على عمولة نظير تسويق مقالات الكاتب .

وضعهم في مصر : تلك الظاهرة غير منتشرة في مصر فمعظم الكتاب ينتمون رسميا لأجهزة التحرير في المؤسسات الصحفية ، و يرجع إلى واقع الصحافة المصرية الذي يتسم بأكتظاظ المؤسسات الصحفية بعدد كبير من الصحفيين الذين يزيد عددهم عن احتياجات الجريدة ، بالإضافة إلى عدم إزدهار الصحافة المتخصصة التي تقوم أساسا على المصاحفين ، فضلا عن عدم وجود صحافة إقليمية قوية و مستمرة و مستقرة و التي تعتبر دائما البداية الطبيعية للكتاب المصاحف ، و أخيرا لأن معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت في جرائد و مجالات مصرية و عربية و لا يكتبون لغيرها من الجرائد المصرية . و عموما فالمصاحفين في مصر يصنفون إلى 4 فئات رئيسية :

➤ الروائيون و المفكرون : و هؤلاء يكتبون مقالات طويلة و بحوث و روايات مسلسلة و قصص قصيرة ، و هؤلاء يكتبون للمجلات و الجرائد بالداخل و الخارج .

➤ الكتاب و الصحفيون بالجرائد و المجالات المتخصصة : مثل "الأهلي" و "الزمالك" و "الكورة والملاعب" و "السينما والسرح" و "السينما والناس" و "الهلال" و بعض جرائد و مجالات النقابات والاتحادات والنوادي ، و هؤلاء يكتبون بشكل ثابت للجرائد و المجالات القومية .

➤ الكتاب و الصحفيون بالجرائد و المجالات القومية والعامة و المتخصصة : و هؤلاء يكتبون في الجرائد و المجالات العربية التي تصدر في العالم العربي .

و الفئات الثلاثة لا تتعامل مع الوكالات المتخصصة و لا مع وكلاء المصاحفين ، و لكن يتم الاتصال بالكتاب شخصيا أو بسكرتيره الخاص عن طريق المكاتب الرسمية للصحف العربية بالقاهرة (كمكتب جريدة الشرق الأوسط ، عكاظ السعودية، العربي الكويتية، الدستور الأردنية إلخ) ، أو عن طريق بعض الكتاب المصريين الذين يتولون إدارة أعمال هذه الصحف بمصر، و هؤلاء يمثلون ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة التي تذكرنا ببيدايات الوكالة

الصحفية بالقرن الـ 18 و التي كانت تسمى بوكالة الفرد الواد One Man Agency و كانت تعمل بشكل غير رسمي حيث يكلف هذا المحرر الكتاب و الصحفيين بموضوعات معينة نظير أجر معين متفق عليه و يتولى هو تسويق هذه الموضوعات إلى الوكالات و الصحف التي يتعامل معها. وقد دخلت وكالة أنباء الشرق الأوسط مضمار المنافسة حيث أنشأت قسما يتولى التسويق للموضوعات المختلفة إلى الجرائد و المجلات العربية و قد نجحت بشكل ملحوظ .

➤ المراسلون الرسميون الجرائد الأجنبية و المجلات و وكالات الأنباء و شبكات الإذاعة و التلفزيون في أفريقيا و أوروبا و آسيا و الولايات المتحدة .

المصاحفة الناجحة : ينصح خبراء الصحافة و أساتذتها و كبار الصحفيين أن يلتزم المصاحف المبتدئ ببعض الخطوات ، و نسعرض فيما يلي خطوات المصاحفة الناجحة :

1. **دراسة السوق بعناية :** عن طريق فحص أدلة المجلات و الجرائد و يحلل إتجاهاتها و المقالات التي تتطلبها و يختار نمطا منها و يبدأ في دراسة أسلوب كتابته و طول مقالاته و وجهة نظر المجلة في القضايا العامة، و يتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من أعداد المجلة .

2. **إقامة صلات جديدة :** إقامة علاقات قوية و وثيقة مع رؤساء التحرير و الوكالات و وكلاء الناشرين .

3. **وضع أفكار جبهة و كتابتها :** عن طريق درانة المجلات الموجودة في السوق و الأفكار التي عالجتها و التي لم تعالجها ، و يتطلب ذلك ملاحظة قوية و قراءات مختلفة و مطالعة المجلات ثم يصل إلى معالجة جيدة لفكرته في أسلوب قوي مؤثر و مناسب للمجلة .

4. **التنفيذ :** حيث يكتب المصاحف الموضوع و يقدمه للمجلة بعد التأكد من الآتي :

- أن الفكرة جديدة لم يسبق طرحها بالمجلة أو المجلات الأخرى في السنوات الأخيرة (ينصح بإستشارة رئيس التحرير) و إذا كانت الفكرة مكررة فيجب أن تكون المعالجة حديثة و الرؤية مختلفة .
- أن العنوان و المقدمة قد تم صياغته بعناية بحيث يجذب إنتباه رئيس التحرير و تجعله يقرأ الموضوع .
- أن يكتب بشكل يتناسب مع القواعد الشائعة في دور الصحف ، و ينصح بأن يكتبه على الكمبيوتر .
- إلحاق المواد المصورة المقترحة مع الموضوع .
- وضع الموضوع في مظروف مستطح غير مدور و يصحبه طابع بريدي لأعادته إلى المرسل إذا رفض.
- الإحتفاظ بنسخة من المقال مخزنة بالكمبيوتر لأحتياط .

دولاب العمل بالمجلة : يجتمع رئيس التحرير و معاونيه و رؤساء الأقسام لتقويم العدد الصادر و التخطيط للعدد الجديد ، و في الإجتماع يتم أقتراح الموضوعات للعدد الجديد و إعتماها ، و يتم تكليف بعض المحررين بكتابة هذه الموضوعات خلال الأسبوع ، يقوم المحررون بتنفيذ هذه الموضوعات و تجهيزها للنشر و تزويدها بالصور و الرسوم ، ثم نسخ الموضوع و دفعه إلى القسم الفني متابعة العمل حتى الطبع . لكن ما يحدث في الكواليس ليس بهذه المثالية ، إذ غالبا ما يحدث أن :

- يستلم المحرر المسؤول عن الباب أو القسم أو الصحيفة المتخصصة طلب بتنفيذ الموضوع من رئيس القسم .
- يقرأ المحرر المسؤول الموضوع و يضع ملاحظاته على التنفيذ و يعرضها على رئيس القسم .

➤ يتم كتابة الموضوع و عرضه على المشرف الفني لمراجعة صياغته والذي بدوره يرسل الموضوع لكبير المراجعين في قسم المراجعة لمراجعة لغة النص ثم يسلم إلى قسم المعلومات لمراجعة دقة البيانات و صحتها ثم إرساله إلى المشرف الفني الذي يرسله إلى معاون رئيس التحرير ليحدد المساحة التي سيشغلها و اسلوب إخراجها ، ثم يسلمه إلى المخرج الصحفي الفني لرسم الماكيت و شكل الموضوع على الصحفي ، و أخيرا يرسل إلى قسم الصف الإلكتروني .

➤ في قسم الصف يتم صف حروف الصفحة إلكترونيا ثم إرسال النص لصالة المونتاج حيث يشرف المخرج الصحفي على توضيب المجلة ككل ، و الذي يرسل البروفات النهائية على المطبعة للتصحيح ثم تأتي البروفات النهائية إلى قسم التصحيح مرة أخرى لتراجع ، ثم ترسل البروفات النهائية إلى المشرف الفني ليراجعها فنيا و لرئيس التحرير أو أحد معاونيه لأعتقاد أمر الطباعة ، و تطبع المجلة .

المستقبل (قارئ المجلة)

أنواع القراء : يعتبر القارئ هو الهدف النهائي للمجلة لذا ينبغي أن تكون إدارة المجلة على دراية بطبيعته و خصائصه و احتياجاته العقلية و العاطفية كي تصمم مضمونا يلائمه لأن ذلك هو الطريق الوحيد للحفاظ عليه و أفتاعه بالاستمرار في مطالعة المجلة . ونظرا لتخصص المجلة فإنه بطبيعة الحال يكون جمهورها محدد من حيث المستوى الفكري أو التخصص أو الشريحة العمرية ، فهو جمهور يقرأ على مهل و يتذوق الكلمات و الأفكار و يهتم بالشكل و المضمون ، و بأختصار فإنه يتمتع بقدر كبير من التجانس مما يسهل مهمة المحرر . و تشير الملاحظات الشخصية و الدراسات و البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة أنه يمكن تقسيم قراء المجلة إلى 6 أنواع على النحو التالي :

1. **قارئ محبط :** وذلك لأنه لم يعد يجد في المجلة الملاذ من واقع الحياة ، بسبب تغيير شكل المجلة أو مضمونها الذي يفرد مساحة كبيرة لسلبيات المجتمع ومساحة أقل للأصلاح أو بسبب عرض الأخبار السيئة والعنفية كالجرائم والثورات والأنقلابات إلخ ، وقد أدى ذلك إلى عزوف بعض قدامى القراء و أستقطاب قراء جدد لها .
2. **قارئ فاقد الثقة أو سئ الظن :** هو شكاك و قلق على ضميره الاجتماعي فيضايقه أن يجد في بريده عروضاً للأشتراك في مجلات بأسعار أقل من مجلته التي يشترك فيه من مدة و لم يحصل منها على أي فائدة .
3. **قارئ منزعج :** يزعجه السلوك الغير سوي أو الغير واضح تقوم به المجلة كالكوبونات الإعلانية داخل العدد و وضع الإعلانات الصغيرة وسط أي مادة صحفية جذابة، ويضايقه الإعلان الذي يتنكر في صورة مادة تحريرية .
4. **قارئ مندهش :** و هو قارئ مندهش و مرتبك يصاب بالدوار و هو يقرأ كل يوم عن أخبار أنهيار بعض المجلات و توقفها عن الصدور و ميلاد مجلات أخرى بدون أن يجد تفسير لذلك ، و ذلك الشخص هو إنسان فشل في فهم العالم المحيط به ، فعالم المجلة أو الصحافة غير واضح بالنسبة له مما يبعثه على الحيرة و الارتباك .
5. **قارئ راضي :** و هو شديد التحمس و يعتبر مصدر لحماسة الجهاز التحريري للمجلة بسبب ولاءه الشديد للمجلة و أنتظامه في شرائها ، و هو شخص راضي عن النظام الاجتماعي في بلده و لا يطالب بالثورة و لا بالتغيير .

6. **قارئ غير مكرث:** لا يقلقه أخطاء المجلة أو أختنائها أو ظهورها أو تناولها لقضايا تافهة ، فالمجلة عنده للتسلية والترفيه وليست للثقافة، والشئ الذي يزعجه حقا وجود مقالات فكرية عميقة أو المجالات الجادة في مضمونها فهو يراه شئ يصلح للزينة أو لأدعاء الثقافة .

بحوث القراء: لفهم سمات الجمهور هناك أكثر من أسلوب ، و أبسطها و أكثرها شيوعا هو دراسة خطابات القراء و تحليلها و تعد هذه الخطابات خير تعبير عن إتجاهات الرأي العام نحو المجلة . وتسمى هذه الدراسات ببحوث القراء أو بحوث جمهور وسائل الأتصال ، و يمكن تعريفها بأنها دراسة جمهور المجلة الحالي (الذي يشتري و يقرأ المجلة) و المستقبلي (الذي تستهدفه المجلة) ، و تلك البحوث تنتقي قراء أحد المجالات و ترصد ردود أفعالهم تجاه المجلة و وقت و مكان شراء المجلة و سماتهم من حيث السن و الجنس و التعليم و المستوى الوظيفي . هذه البحوث تعتبر مصدر مفيدا لكل إدارات المجلة فالجهاز التحريري يريد أن يعرف من يقرأ و ما هي موضوعاته المفضلة و الأسلوب الذي يؤثر فيه، بينما ترغب إدارة الإعلان في التعرف على نمط النصوص الإعلانية الأكثر تأثيرا، أما إدارة التوزيع فتزغب في التعرف على سبب الارتفاع و الانخفاض المفاجئ في أرقام التوزيع . و كما نرى فإن دوافع هذه الدراسات غالبا ما يكون أقتصاديا وترويجيا وتوزيعيا و إعلانيا ، و ربما لهذا السبب نجد أن إدارة الإعلان تهتم بإعداد تلك البحوث حيث أن عائدها يكون أقتصادي لذا نجدها تركز دائما على بحوث التسويق للإجابة على أسئلة مثل ماذا و لماذا يفضل الجمهور علامة تجارية على غيرها، و ما هي الممارسات الشرائية، و ها هو الوضع الأقتصادي للجمهور . و فيما يلي نستعرض نقاط هامة عن تلك البحوث :

- **تقنيات بحوث الشراء:** تنتوع ما بين الإستقصاءات المرسله بالبريد للمشاركين ، و عمل دراسات مسحية لممارسات القراء أو لجماعات ضابطة من القراء (هي دراسة تجريبية تعتمد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور ثم مطالبته بالإجابة على إستبيان)، و إستعمال مرآيا ذات رؤية من إتجاه واحد بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة و اسلوب القارئ في ذلك (بدون الإعلان عن ذلك) .
- **من يعد بحوث القراء:** تقوم بعض المجالات الكبرى بإنشاء أقسام خاصة للبحوث و للتنمية و للترويج ، أما المجالات الأقل حجما فتعهد إلى قسم للبحوث في إدارة التوزيع أو الإعلان ، و ربما تعهد بمهمة البحث لجهة خارجية كمكتب أو هيئة أو وكالة أو مركز للبحوث التسويقية أو لبحوث إستطلاع الرأي العام أو وكالة إعلان أو أي جهة بحثية أو إستشارية قد تتخصص في ذلك .
- **بحوث القراء في مصر:** لم تهتم المجالات المصرية حتى الآن بإنشاء أقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريري أو تستقل بنفسها داخل المؤسسة ، غير أن هناك أقسام للبحوث تتعلق بالتوزيع أو الإعلان داخل إدارة التوزيع أو الإعلان . و غالبا ما تعهد المجالات والجرائد العامة في مصر إلى جهات بحثية خارجية (داخل أو خارج مصر) لأجراء هذه البحوث لحسابها .

الأشكال الصحفية في المجلة

التعريف و خطوات البناء : المقصود بالشكل هنا الأسلوب الذي يقدم من خلاله المضمون الصحفي أو توصل عن طريقه المادة الصحفية و هو في المجلة الكلمة المكتوبة التي تتسم بالواقعية و تأخذ عدة أشكال هي الأفتتاحية والخبر والمقال والحديث و التحقيق و العمود و الركن الثابت و الحملة الصحفية إلخ ، فضلا عن أنها تقدم معلومات خيالية و تأخذ عدة أشكال هي القصة والشعر والمسرحية والأقصوصة والخواطر والتاملات إلخ. وتتم الكتابة في المجلة بالخطوات التالية :

1. **التفكير و التخطيط و جمع المادة :** يبدأ المحرر في التفكير في موضوع معين و دراسته ثم يطور الفكرة بعد دراسة كل أبعادها و يحدد الأفكار الفرعية ويستعرض كل المعالجات السابقة للموضوع و الأسلوب الجديد للمعالجة و يراجع مصادر مختلفة و يجري بعض المقابلات للحصول على المعلومات .

2. **المراجعة :** يعيد المحرر النظر فيما جمع من مادة و ما وضع منتصميم و قد يعيد هذا التصميم و يضع إطارا عامة جديد للموضوع أو يحدد الأفكار الرئيسية النهائية ويكمل الأفكار الناقصة ويفكر بأسلوب الكتابة .

3. **الكتابة :** يبدأ الكاتب في وضع أفكاره على الورق بلغة صحفية وهنا يقوم بتنظيم الأفكار و إبراز بعضها و حذف بعضها ، و ينبغي أن يراعي الكاتب أن يكون الأسلوب مناسب لسمات القراء . فالمجلة تستعمل لغة وسط بين الجرائد و الكتب فلا هي بسيطة كالجرائد و لا هي علمية عميقة أو أدبية مسترسلة كالكتب ، و يحكم أسلوب المعالجة هنا طبيعة المجلة و تخصصها و طبيعة القارئ و مستواه الفكري و الثقافي و الإجتماعي و الاقتصادي و الوقت الذي يقضيه في قراءة المجلة (غالبا يخصص لها وقت أطول من مطالعة الجرائد) . فالقارئ يهتم بأسلوب الكاتب (الأسلوب هو اختيار الألفاظ وترتيبها بشكل مؤثر يساعد الفكرة على الوصول للقارئ). و حتى تلائم أسلوب الكاتب مع الفكرة المطروحة ينبغي على الكاتب مراعاة الآتي :

- ملاءمة الأسلوب للفكرة : فالواقع أن الفكرة هي التي تفرض على الكاتب أسلوبا بعينه مثل أن يكتب بالفصحى أو بالعامية ، و بالتركيز أو بأسلوب سهل ، و بتعبير دافئ عاطفي أو بأسلوب منطقي .
- ملاءمة الأسلوب للقارئ : فيجب مراعاة قدرات القراء الذهنية .
- ملاءمة الأسلوب للكاتب : بمعنى أن يتناسب مع روح الكاتب و عقليته و شخصيته بحيث نعرفه من كتابته.

و الأسلوب الجيد يتسم بالآتي :

- الوضوح : بمعنى الكتابة السهلة المفهومة حتى يستطيع القارئ أن يفهمها .
- القوة : بحيث يمثل النص طاقة دافعة للقارئ تشد ذهنه وتجعله أكثر فضولا وشغفا وأهتماما بالموضوع .
- الجمال و السلاسة : لا تقصد بذلك زخارف المحسنات البديعية و اللفظية و لكن تقصد أنسياب الكلمات و الفقرات بهدوء ، و إن كانت المجلة عموما تهتم بالشكل إلى جانب المضمون و بالأسلوب الأدبي أحيانا .
- المذاق : يجب أن يكون لكل كاتب نكهته الخاصة التي يعرف من خلالها فلا يقلد أسلوب غيره .
- التنوع : يجب أن يتجنب الرتابة وأن ينوع في لهجته و لا مانع من استخدام بعض الكلمات العامية أو استعمال بعض الحكم والأمثال، و يجب تجنب استخدام الكلاشيهات التقليدية المحفوظة بالعنوان و المنت .

4. **التحرير :** يتم هنا إعادة صياغة المادة الصحفية وصقل بعض الفقرات والعناوين الفرعية والمقدمات والخاتمة .
5. **المراجعة النهائية للنص المحرر :** يتم هنا إعادة المراجعة والصقل و إعداد المادة فنيا للنشر حيث ترسل إلى سكرتير التحرير الذي يرسلها بعد ذلك إلى قسم الجمع و الصف .
6. **التقويم :** بعد النشر يتم رصد أفعال القراء ، و ذلك من خلال القراء و الزملاء و الأصدقاء و يساعد ذلك في إعادة تقويم المادة و الاستفادة منها .

القوالب الصحفية

1. **الافتتاحية :** هي أحد أشكال المقال و يطلق عليه المقال المتقدم أو القائد أو القيادي بمعنى أنه المقال الذي يكتبه رئيس التحرير أو الناشر و يعبر عن رأي الصحيفة أو يكتبه شخص آخر (أحد كبار المحررين) تحت مسؤوليته ، و يوقع بأسم الناشر أو هيئة التحرير أو إسم الكاتب . و هو صوت المجلة الذي يعبر عن رأيها في الموضوعات المنشورة فيها ، و يقسمه العلماء إلى 4 أنواع هي :
 - المقال الافتتاحي الشارح : يقيم الأخبار و يظهر أبعادها و يفترض فيه الألتزام بالموضوعية فلا يتبنى رأي ، و لكن الموضوعية مستحيلة هنا فلكل مجلة تحيزاتها و توجهاتها السياسية و الاقتصادية و الصحفية.
 - المقال الافتتاحي النزالي : يحاول هذا النوع أن يقنع القارئ بأعتناق أفكار محددة و في هذا الصدد يقوم بشجب كلا الآراء المخالفة و تسفيهاها باستخدام المنطق الخطابي فيما يعرف بأسلوب النزاليات .
 - المقال الافتتاحي المتنبي : يحاول أن يستشف النتائج و أن يستقرأ المستقبل من الأحداث الحالية ، فبناء على معرفة الكاتب بالحقائق وملابسات الموضوع والقوى التي تتحكم في الموقف يمكنه أن يتنبأ بالمستقبل.
 - المقال الافتتاحي العام : يتناول قضايا عامة أو أحداث سياسية أو اقتصادية أو حتى أخبار المجلة نفسها كتغيير أحد أعضاء الجهاز التحريري بالمجلة مثلا أو سبق صحفي أو تطوير جديد للمجلة أو رفع السعر أو زيادة أرقام التوزيع .
2. **الموضوع :** يتناول الأحداث و القضايا و الظواهر الراهنة ، و يمكن تعريفه بأنه مقال مكتوب يختلف في طوله ما بين الألف و الستة آلاف كلمة ، و يتميز بالموضوعية و عدم بروز شخصية صاحبة و هدفه نقل الأفكار و الحقائق للإعلام و الأقتناع و التوجيه و التسلية إلخ . و قد صنف العلماء أنواع الموضوعات كالآتي :
 - الموضوع الإعلامي الأخباري : يأخذ القارئ خلف الأحداث ليبين له حقيقة ما حدث و يخبره بأسرار جديدة
 - الموضوع التحليلي أو التفسيري : يتميز بالعمق و يعالج مشكلات و قضايا جدلية و يجال جوانبها المختلفة.
 - موضوع السيرة الذاتية : و تتحدث بضمير المتكلم "أنا" ، و تعرض خبرات الشخص و تكشف عن مكوناته و نظرتة للحياة و الحكمة الناتجة من تجاربه ، و كل ذلك مصدره أحداث متصلة بحياة الكاتب .
 - موضوع الخدمة : يسمى أيضا "كيف تصنعها؟" أو "أصنعها بنفسك" و هدفه تقديم خدمة أو تعليم شئ محدد و محاولة توجيه القارئ في مجال معين ليرشد إستهلاكه أو يتعلم مهارة جديدة تفيده .
 - الموضوع الجدلي (النزالي) : يناقش قضايا جدلية وربما يتعصب لوجهة نظر بالأدلة والحجج والبراهين .
 - الموضوع الوصفي : هدفه رسم صورة عقلية في ذهن القارئ لشخص أو مكان أو موقف .

- موضوع المسح : يتناول بالمسح الشامل ظاهرة معينة أو نشاط من كل جوانبه و يقدم تقرير شامل عنه و دراسة للوضع الراهن له .
- الموضوع السردى : يتناول الوقائع في شكل قصصي درامي بتسلسل وقوع الأحداث .
- الموضوع المحذر : يضع الكاتب يده على خطأ و جانب سلبي و يطلق إشارة تحذير بأن هذا الأمر يتطلب علاج أو إصلاح ، و هذا النوع يمارسه الكاتب بعد تمكنه من الأنواع الأخرى .
- الموضوع الفكاهي : يتناول بشكل ساخر أحد الموضوعات ، و قد يخلق شخصية رمزية يجسد من خلالها الأحداث (الحالية أو التاريخية) بشكل ساخر ، و قد يستعمل اللهجة العامية ، و يتطلب هذا النوع خبرة و حس فكاهي .

أسلوب تحرير الموضوع في المجلة : هناك فهم خاطئ أن الكاتب يستلهم موضوعاته من إنطباعاته الشخصية عن الأشياء أو خواطره ، و الواقع خلاف ذلك فالكتابة يتم تحديدها من قبل مجلس التحرير ثم يتم جمع المعلومات بأسلوب مضمّن و منظم و دقيق من مصادر موثوق بها و علمية ثم تراجع بشكل جيد ثم تتم كتابة الموضوع و إضافة الصور و الرسوم له . و كي ينجح الموضوع و يكون له صدى عند القراء يجب أن يعرف الكاتب طبيعة الجمهور و احتياجاته ، ثم يجب أن يكون لديه شئ يريد أن يقوله أي مضمون فكري سواء أقتراح أو رؤية ، و أن يقول ذلك ببساطة و دقة في نفس الوقت . ويعتمد الكاتب على أحد أسلوبين في التحرير :

➤ الأول أسلوب الهرم المقلوب : حيث يبدأ بكتابة العنوان ثم كتابة المقدمة ثم يليها بفقرة أنتقالية ثم يقوم بسررد الحوادث والشواهد والأمثلة والأدلة التي توضح الفكرة و تأتي بعد ذلك الأمثلة الأقل أهمية ثم بعض الأدلة التي توضح الفكرة و في النهاية يستطرد بالتفاصيل الأقل أهمية .

➤ الثاني أسلوب الهرم المعدول : و فيه يوضع دليل أو شاهد أو حادث أو مثل في المقدمة ثم يليها فقرة أنتقالية تربط المقدمة بالموضوع ثم تأتي مرحلة تطوير الفكرة و في النهاية توضع خلاصة للموضوع .

و أيا كان الأسلوب فالموضوع يتكون من عنوان و مقدمة و فقرة أنتقالية تربط المقدمة بالنص ثم المتن و يتضمن تطوير الفكرة أو إعادة التقرير لما فيها ثم عرض الأدلة و الشواهد و الحوادث و الأمثلة للتدليل على الفكرة الأساسية ، و أخيرا خلاصة الموضوع .

3. **التحقيق الصحفي :** هو سمة من سمات الصحافة الحديثة خاصة المجلات العالمية الكبرى ، و هناك خلاف حول مفهومه ، فكثير من الكتابات تخلط بينه وبين المقال **Article** أو بينه و بين المعالم **Feature** ، فمثلا تم إستعمال مصطلح التحقيق الصحفي كمرادف لـ **Feature** في كتاب "الصحافة اليوم" تأليف توماس إليوت بيري و ترجمة مروان الجبري . و كذلك في كتاب "المدخل في فن الصحافة" تأليف عبد اللطيف حمزة (الذي أخذ عن كتاب "كتابة موضوعات المعالم وبيعها" لهيلين بارتسون) حيث حدد قوالب معينة لصياغة التحقيق الصحفي هي العرض و القصة و الوصف و الحدث و كلها قوالب تطلق على الموضوع في المجلة بإجماع العلماء قد سار على نهجه كل من د. إبراهيم إمام و محمود فهمي و إجلال خليفة و فاروق أبو زيد .

تعريفه اصطلاحاً : نجحت المدرسة الفرنسية والأمريكية في وضع تعريف واضح و واسع لمصطلح التحقيق الصحفي حيث عرفته بأنه : " هو إستطلاع للوقائع و الأحداث و الأشخاص الذين لهم صلة بتلك الوقائع و الأحداث ، ثم دراسة و تفسير الظروف و الملابسات التي تحيط بالوقائع و الأحداث و العوامل المؤثرة فيها ، ثم الحكم عليها و تقديم الحلول المناسبة للمشكلة أو الواقعة التي يتناولها التحقيق" . و يتبين لنا من هذا التعريف أن المحقق الصحفي يقوم بمهمة رجل الشرطة في إستطلاع الحادث و أسبابه ، وبمهمة وكيل النيابة في التحقيق في الحادث و البحث عن الدوافع و الأسباب ، وبمهمة الدفاع و الاتهام معا في تكييف هذه الدوافع و الأسباب من الناحية القانونية ، ثم أخيرا بمهمة القاضي في الحكم و تقديم المبرر له .

تعريفه لغة : يقابلها في الفرنسية Enquê te وهو مصطلح مستعار من لغة القضاء و له 3 معاني هي : ① المعنى القديم يعنى سلسلة من الأحاديث الصحفية المركبة داخل موضوع أو أكثر ، ② هو موضوع أو سلسلة من الموضوعات الإعلامية تتناول موضوعات سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية أجريت و تتضمن توثيق مكتوب و رؤية أطرافه أنفسهم من أجل الوصول إلى نتيجة مقنعة ، ③ دراسة مشكلة إجتماعية بواسطة أسبتيان يتم إجراءه على عينة من الجمهور . و يقابلها في الإنجليزية Inquiry or Investigation و لها معنيان : ① طلب المعلومات ، ② التحري المنظم أو إستطلاع لموضوع ذو أهتمام عام .

الخلاصة أن التحقيق الصحفي هو التحري و البحث و الإستقصاء في حادثة أو قضية و معرفة الأسباب و الدوافع و الإستماع لكل الآراء في الحادثة أو القضية و قد يصل المحقق إلى حكم في النهاية أو يكتفي بعرض جوانب الحادثة أو القضية فقط . ولأن وظيفة التحقيق الصحفي تتداخل مع وظيفة الخبر أو الموضوع أو الحديث أو غيرها من الأشكال الصحفية فإننا نجد يوظفها كلها في داخله بحيث يشمل عدة أشكال داخل متن واحد .

والتحقيق الصحفي نوعان : التحقيق الطويل المفصل الذي يعتمد على الكلمة و المواد المصورة إلى جانبها كعامل معضد و مساعد أي أن الكلمة هي الأساس ، و التحقيق المصور و الذي يعتمد على عرض المواد المصورة و المتن كعامل معضد أو مساعد أي أن الصورة هنا هي الأساس و بعدها الكلمة . مثال للمجلات التي تستخدم التحقيق بشكله Match Paris , Time , Life , Look ، حيث يتم توظيف الصورة بشكل جيد ، و الطريف أن هناك 251 مجلة عالمية و شعبية قد ظهرت بالنصف الأول من القرن 20 و قد أرتفع توزيعها من 83 مليون نسخة في 1936 إلى 150 مليون نسخة في 1950 و ذلك بفضل التحقيقات الصحفية التي كانت تنشرها مثل : Stern, Tina, Quick و هي مجلات مصورة تصدر في هامبورج و توزع في أنحاء ألمانيا ، و قد بدأت تضعف هذه المجلات في نهاية الخمسينات أمام منافسة التلفزيون الملون و السينما ثم ما لبثت أن إسترجعت مكانتها بنهاية السبعينات و الثمانينات .

4. الخبر الصحفي : هو تقرير عن حدث يهم أكبر عدد من القراء ، و قد ينشر للمرة الأولى أو ينشر بعد أن تكون الصحف قد تناولته طوال الأسبوع حيث يقدمه بعد إضافة الجديد له و تفسيره و عرض خلفيته و إبداء الرأي فيه و قد يكون موضوعيا أو متحيزا . و يتراوح شكل الخبر الصحفي ما بين الخبر القصير السريع Spot News إلى

الخبر المفصل الموسع **Spread News** وقد ينشر داخل الأبواب الإخبارية العامة للمجلة أو بالأبواب المتخصصة أو بدون عنوان أو مستقل وله عنوان. وعموما هو شكل صحفي مهم في المجلة العامة والإخبارية.

العوامل المؤثرة في نموه و تطوره :

- التطور التكنولوجي في أساليب جمع الأخبار و نشرها سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المذاعة ، فحتى العشرينات من القرن العشرين كانت الجريدة هي المصدر الأول للإعلام فجاء الراديو لينزع من الجريدة أحتكارها ، و بعد عشرين عام ظهر التلفزيون كمصدر للأخبار حيث قدم البعد المرئي للخبر، وقد اثر هذا التطور التكنولوجي من جانبين: الأول أختفاء المجلات العامة وكثير من الجرائد الإخبارية و إزدهار المجلة المصورة حتى ظهور التلفزيون الملون الذي سحب بساط الإعلانات من تحت أقدام المجلات المصورة وحتى تستطيع أن تعيش هذه المجلات كان عليها أن تطور من طريقة تحرير الخبر كأن يذكر الشخص الخبر موقعا بأسمه الحقيقي أو بالحروف الأولى من أسمه أو بإسم شخص آخر .
- إنغماس المحرر نفسه في الحدث الإخباري عن طريق التنكر و إنتحال أسماء و شخصيات وهمية من أجل الوصول إلى الحقيقة و عرضها على القراء .
- ظهور التقرير الإخباري الدسم والذي لا بد وأن يتسم بالموضوعية والحيادية ، فالصحفي الحقيقي لا يسمح لنفسه بأن يضع جملا من نسج خياله على لسان شخصية حقيقية أو يصف مشهد لم حضره إلا بعد أن يكون قد جمع تفاصيل عديدة عن الحدث و درس أبطال الحدث وشعر بأنه قادرا على أن يفكر ويتكلم مثلهم .
- تخصيص صفحات كاملة للصورة الفوتوغرافية خاصة الصور الخبرية منها و كذلك الرسوم البيانية و التعبيرية و الساخرة .

تطور أساليب تحرير الخبر : كان هدف المحرر في الماضي أن **يعطي الحقائق** فقط أي قصصا خبرية موضوعية خالية من الرأي الشخصي و على هذا الأساس نشأ ما يسمى بالتغطية الخبرية الموضوعية التي تقدم معلومات أساسية متعلقة بالموضوع بدون تعمق و بدون تقديم خلفيات أو أي تدخل . ولكن العوامل السابقة تدخلت و أجبرت الصحافة الحديثة على أبتكار نوع جديد من **التغطية الخبرية التفسيرية** حيث يجمع المخبر الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية بهدف تفسير الخبر و شرحه ليخدم خدمة جديدة للقراء الذين ليس لديهم وقت للبحث ، هذه الخدمة هي البديل للتغطية الموضوعية التي كانت تقدم في الماضي . ثم نشأ نوع ثالث هو **التغطية المتحيزة** و التي يكون لها توجهها سياسيا أو فكريا أو عرقيا نحو بعض القضايا حيث يتم التركيز على جانب معين من الخبر مع حذف بعض الحقائق و إضافة أو تشويه البعض الآخر فيما يعرف بتلوين الخبر ، و قد زاد إستعمال هذا الأسلوب في الجرائد السرية .

أشكال الخبر في المجلة : يمكن حصرها في الآتي :

- الأخبار القصيرة أو السريعة **Spot News** : تشكل عنصرا هاما حيث تعطي قيمة إعلامية للمجلة و تجعلها مصدرا إخباريا مهما ، و تقدم تغطية إخبارية سريعة و من نماذج الأبواب الخبرية في المجلات العامة و المتخصصة و الإخبارية .

➤ الأخبار التي سبق نشرها بوسائل الإعلام الأخرى **Spread News** : تتناول الأخبار التي سبق أن تناولتها وسائل الإعلام خلال الأسبوع المنصرم و ذلك في شكل تقرير أخباري يتناول الخبر بتغطية رأسية متعمقة أو أفقية (كما تفعل الجرائد والراديو والتلفزيون) حيث تقدم القصة كاملة بخلفياتها و تتقصى كل تفاصيلها مع تقديم شرح و تفسير متعمق للأخبار ، و تسمى هذه الطريقة عملية تنشيط للأخبار الراكدة ، و هذا الشكل تعتمد عليه المجالات الإخبارية و العامة بشكل رئيسي .

➤ الأخبار القصيرة المتخصصة : تتناول الأخبار المتخصصة التي تهتم فئة معينة من الجمهور كأخبار الفن أو الأدب أو الرياضة أو الدين إلخ . و هي أخبار سريعة و متخصصة .

➤ أخبار ما وراء الكواليس **Behind the scene** : و تتناول أخبار ما يحدث خلف الكواليس و قد بدأ ينتشر في المجالات المتخصصة كالبورصة و المراهنات و البنوك وغيرها . و يطبع هذا النوع من الورق مختلفا عن باقي صفحات المجلة و بشكل إخراجي مختلف و يتميز عن باقي المجلة .

تحرير الخبر في المجلة : تقترب كل مجلة من الأخبار و تعالجها بشكل يناسب طبيعتها (كمجلة عامة أو متخصصة أو إخبارية) ، و يناسب دورية صدورها (إسبوعية أو نصف شهرية إلخ) ، و لأنها لا تستطيع أن تسبق الجرائد اليومية و الإذاعة و التلفزيون فإنها تقدم معالجة إخبارية بطريقة لا يمكن للوسائل المنافسة أن تقدمها ، فصحیح أن الأخبار السريعة لا تختلف في صياغتها عن تلك المعروضة بالجرائد اليومية من حيث العنوان و المقدمة و التفاصيل و الصياغة بأسلوب الهرم المقلوب إلا أن الأخبار الموسعة تتميز بوضع أهم شئ في المقدمة . أما الأخبار القصيرة المتخصصة فتختلف عن الأخبار التي تشبهها في الجرائد العامة و المتخصصة من حيث الصياغة و أما النوع الرابع و الأخير من أشكال الخبر في المجلة فيصاغ في شكل تقرير يلخص في مقدمته أهم ما فيه و توضع التفاصيل مرتبة حسب توقيت حدوثها .