

سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبري صحفي
والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفي الأخرى

أ.د. محمود سليمان علم الدين

١ . سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبيرى صحفى والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفى الأخرى

١. ١ التحقيق الصحفى كشكل صحفى

والتحقيق الصحفى هو عبارة عن تحري ودراسة وبحث حول قضية معينة أو ظاهرة أو فكرة تشغل اهتمام الجماهير فى وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التى تحتاج لإجابة وكذلك بعض المشكلات التى تحتاج لحلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بها سواء أكانت حية أو غير حية، وأجراء سلسلة من اللقاءات والبحث فى الوثائق والتقارير والملفات وذلك كله سعياً وراء الوصول فى النهاية الى حلول أو اجابات لها.

يقوم التحقيق الصحفى على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفى من المجتمع الذى يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للتوصل إلى الحل الذى يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التى يطررها التحقيق الصحفى.

أى أن التحقيق الصحفى هو فن أو شكل صحفى مهمته الرئيسية الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التى تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التى يدور حولها التحقيق.

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدف فهمهم، وأن تتسم الفكرة بالجددة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

وهناك نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي:

١- التحقيق الصحفي الطويل المفصل (والمعتمد أساسا على الكلمة):
تكون فيه الكلمة هي الأساس تعاونها المواد المصورة (صور- رسوم - أشكال توضيحية)، ويبدل المحرر قصارى جهده في الالتقاء بالمصادر، وقراءة الوثائق والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر، وقد يستعين في تحليله وتفسيره بالحاسبات الاليكترونية التي تعطي البيانات مصنفة مبنوبة مجدولة جاهزة للتحليل.

ويستفيد التحقيق الصحفي الطويل المفصل من التيارات الصحفية الجديدة بشكل مكثف، فمن حيث الرؤية او الفكرة أو التخطيط يستفيد من تيار استخدام أدوات مناهج البحث العلمي الاجتماعى وتقنياته خاصة (مجال العلوم السلوكية) في التخطيط للتحرك الصحفي، ثم في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، للوصول الى خلاصات منها مثل: الملاحظة بالمشاركة والتجربة الميدانية والدراسة المنظمة للوثائق واستقصاء الرأي العام، معتمدا على تطبيق بعض معايير أو سمات المنهج العلمى: كالقياس الكمي للظواهرات وفرض الفروض واختبارها وقياس الثبات والصدق والاستنتاج السببى، وخطوات معالجة البيانات، ولعل هذا يظهر بوضوح في التحقيقات الصحفية التي أجرتها مدرسة وصحفيو

اتجاه (صحافة التحديد أو التدقيق) «Precision Journalism» التي تزعمها Philip.E. Meyer وزملاؤه وتلاميذه منذ عام ١٩٧٢ وحتى الآن.. وظهر تطبيها العملى فيما سمي بعد ذلك بالتغطية الاستقصائية، التي تتخذ شكل التحقيقات الصحفية الكاشفة التي قد تنشر في يوم واحد أو أكثر.

٢- التحقيق الصحفي المصور: ويعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية) كعنصر أساسي، وتعد الكلمة أو المتن هنا عاملاً مساعداً أو معضداً للصورة، وتخصص بعض الجرائد صفحات يومية لهذا النوع من التحقيقات، وهناك وكالات صحفية متخصصة في هذا الشكل الصحفي على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا الآن.

بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

أ- تحقيق الخلفية: وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

ب- تحقيق البحث أو التحري: المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

ج- تحقيق الاستعلام يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

د- تحقيق التوقع وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

ه- تحقيق الهروب وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والمتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

١. ١. ١ سمات التحقيق الصحفي

يتخذ فن التحقيق الصحفي من البحث منهاجاً في التفكير، ويسلك لنفسه طرقاً صحفية في التعبير والطابع البحثي للتحقيق الصحفي يعني عمليات مستمرة في التعرف على المشكلات والقضايا المطروحة في المجتمع، وفي تكوين الفروض والحلول المختلفة، وفي الحصول على البيانات وتصنيفها وتبويبها واستخلاص النتائج، وفي النهاية تحرير هذه النتائج تحريراً صحفياً. وبيّن (ميلتون فارتشيلد) ست خطوات للمنهج العلمي الذي يستفيد منه الباحث كما يستفيد منه المحقق الصحفي في كل خطوة من خطوات إجراء التحقيق الصحفي وتنفيذه على الوجه الأكمل وهي:

١ - جمع البيانات عن المشكلة أو في مجال ميدان يختاره الباحث أو المحقق الصحفي طبقاً لخطة موضوعة وعن طريق الملاحظة ووسائل أخرى دقيقة، مع تسجيل هذه البيانات والتأكد من صحتها، وملاحظة أن

تتم عملية جمع البيانات داخل إطار محدد يخدم هدف البحث المنشود أو التحقيق الصحفي المطلوب.

٢ - تصنيف وترتيب البيانات على أساس التشابه أو الاختلافات أو التباين أو الأساس أو الأسباب أو النتائج، ومحاولة التمييز بين الصفات الأساسية الهامة، والتي لها علاقة مباشرة، وتخدم أهداف البحث أو التحقيق الصحفي، والأخرى السطحية البعيدة عن التأثير على هذه الأهداف.

٣ - التعميم لمحاولة استنباط مبادئ أو نظريات في صورة مبدئية، وتعتمد هذه الخطوة على خيال الباحث وقدرته على التصور ومعرفته بالمبادئ والنظريات التي لها علاقة مباشرة بمجال بحثه.

٤ - التحقق من صحة النظرية وصلاحيتها عن طريق التجربة.

٥ - وضع البيانات والنتائج في صورتها النهائية.

١. ١. ٢ الفكرة التي يصلح تحقيقها صحفياً

لابد أن تكون مهمة لأكبر قطاع ممكن من الجماهير (الذين تستهدفهم) حالياً وان تتسم بالجددة أو تقدم من خلال معالجة جديدة في حالة ما اذا كانت قديمة.

وبداية التحقيق الصحفي تكون فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها. ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب

جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيق يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والفكرة الصحفية هي أساس العمل التحريري الصحفي اليومي، وتظهر مدى قدرة المحرر الصحفي الإبداعية، إضافة إلى مدى متابعته للأحداث، ولكي نفهم طبيعة الفكرة الصحفية لابد وأن نعرف المادة الخام الأساسية التي تعالجها الصحافة يوميا، وذلك من خلال رصد الممارسات الصحفية اليومية داخل قاعات التحرير في الجرائد والمجلات وخارجها، وقد أكدت نتائج دراسات تحليل مضمون الصحف، أن المحرر الصحفي في عمله اليومي يستمد أفكار مادته الصحفية التي يقوم بعد ذلك بتغطيتها واستكمال معلوماتها ثم تحريرها - من خلال المكونات الأساسية التي تشكل المواد الخام للعمل الإعلامي وللمحتوى الصحفي وبالتالي للأشكال الصحفية وهي:

١ - الأحداث Events وهي عبارة عن مجموعة الوقائع أو العمليات أو السلوكيات الفردية أو الجماعية أو المؤسسية، المتوقع حدوثها، أو تلك التي وقعت بالفعل، وتطورت وأصبحت لها نتائجها وتداعياتها القيمة وذات المغزى بالنسبة لقراء الصحيفة، أو التي يتوقع حدوثها مستقبلا، وهذه الأحداث تشكل الهدف الرئيسي والأساسي الذي تسعى الجرائد والمجلات إلى الحصول على كل تفصيلاته وجوانبه

٢ - الأفكار Insights.Ideas وهي الرؤى الفكرية أو الاقتراحات التي عادة ما تتسم إما بالجدة والأصالة والابتكار والتقدمية والخروج عن المألوف أحيانا وتعلق بقيم المجتمع وتقاليده و سلوك أفراده

أو أداء مؤسساته أو علاقاته الإقليمية والدولية، وقد تتسم على النقيض أو على العكس بالنمطية والتقليدية أحيانا بالتخلف والرجعية والعودة بالمجتمع إلي الوراء، وواجب الصحيفة هنا عرضها ومناقشتها والتعليق عليها ودعمها أو تفنيدها ورفضها، فعليها إذن مناقشتها وبيان موقفها منها.

٣- القضايا Issues أو الإشكاليات Controversials وهي المحتويات الفكرية أو الرؤى التي تحوى داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفسه إلى مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها وعرض مختلف أركانها وحجج المؤيدين لها والمعارضين وحتى المحايدون.

٤- المشكلات Problems وهي الظواهر أو الوقائع أو الممارسات السلبية التي يكون لاستمرارها وعدم توقفها وقعه السلبي على جمهور قراء الجريدة بخاصة والمجتمع بصفة عامة، ولا خلاف على أنها ذات طابع سلبي، ويكون دور المحرر الصحفي هنا هو دراسة الأسباب والجذور، وتقصي الدوافع والمسببات، ومحاولة طرح حلول عملية لمواجهتها.

٥- الآراء Opinions وهي الاتجاهات المعلنة والمعبر عنها تجاه بعض الظواهر أو القضايا أو المشكلات، للأفراد كأفراد أو كممثلين لهيئات أو مؤسسات، وواجب الصحيفة هنا عرضها وإتاحة الفرصة لها، بشرط دقتها ومنطقيتها وصحة المعلومات التي تستند إليها، حتى لو كانت مختلفة معها أو ضد توجهها الفكري وسياستها التحريرية المعلنة أو المفهومة ضمناً.

٦ - الشخصيات المعروفة Celebrities: وهي تلك الشخصيات التي تقوم بدور أساسي في صنع الأحداث (الأخبار)، أو يكون لها صلة بها، أو تلك التي تبرزها الأحداث وتجعلها محل الاهتمام الجماهيري. ومصادر فكرة التحقيق الصحفي عديدة ومتنوعة وتعتمد على اطلاع المحرر وخبرته، وثقافته، وتخصصه، وشبكة المصادر التي يرتبط بها، ولا يمكن حصرها ولكنها تشمل على سبيل المثال لا الحصر:

- الأخبار المنشورة في الجرائد والمجلات

- أرشيف الصحيفة

- الأعداد السابقة من الصحيفة

- الأحاديث والتحقيقات التي تنشر يوميا في الجرائد والمجلات.

- ثقافة المحرر الصحفي

- المصادر الصحفية المختلفة

- الكتب والنشرات والمطويات

- شبكة الإنترنت

- الراديو والتلفزيون

- وكالات الأنباء

- الجرائد والمجلات الأجنبية.

- المصادر المرجعية (الموسوعات - القواميس - قواميس الأشخاص).

- الاعلانات التي قد تكون مصدرا لفكرة تحقيق صحفي.

- المشاهدات المختلفة للصحفي وتجاربه أو تجارب غيره سواء في بيئته المحلية أو في المؤتمرات المختلفة (صحفية، علمية، دينية، اقتصادية، سياسية) أو في رحلات أو في مختلف قطاعات ومؤسسات الدولة.

- القصص الانسانية والحالات الغربية والشاذة.

- المناسبات والاعياد المحلية، والقومية والعالمية الدورية والظروف الجديدة أو الطارئة التي تقتضي التعرف على آراء الجمهور والاجابة على تساؤلاته (في الانتخابات، وفي اوقات الازمات مثلا).

- الدراسات والابحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة. وتقييم الفكرة غير الإخبارية أيضا من خلال مجموعتين من المعايير:

أولاً: المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية

ثانياً: مجموعة معايير أخرى مثل: الجودة، الأصالة، الاهتمام الجماهيري، الطرافة، القابلية للتطبيق، مدى توافر المصادر البشرية والمادية للحصول على معلومات عنها.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجه المحرر الصحفي في إعداد وتنفيذ تحقيقه. ويتطلب ذلك منه أن يكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حوله في المجتمع من أحداث، وأن يكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعله يعرف كل شيء عن مجال تخصصه، لذا يمكن أن يبدع ويتكرر فيه ويلاحق كل تطور يحدث في مجاله.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج لتحقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية للصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار.

ومن الطبيعي أن لا يحضر المحرر الاجتماع دون أن يكون لديه أفكار لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابغة من ذات المحرر، ولا يعتمد على رئيس قسمه أو زملائه في الفكرة،

وعليه قبل أن يطرح فكرة التحقيق، أن يدرس هذه الفكرة جيداً ويتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم يفعل ذلك، وعرض فكرة سبق معالجتها، دل ذلك على أنه غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

١. ١. ٣ التحقيق ومهارات البحث الصحفي

وتعتمد عملية البحث وجمع المعلومات على الاستفادة من المصادر الصحفية المختلفة في الحصول على المعلومات، واستكشافها، والمصادر الصحفية هي تلك المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة أو وسيلة الإعلام من خلال المندوب أو المحرر أو من خلال قسم محدد من الأقسام للحصول على المعلومات الأساسية بالنسبة لواقعة أو حدث أو شخصية، أو لاستكمال المعلومات والخلفيات الخاصة بهذه الواقعة أو الحدث أو الشخصية.

وتنقسم المصادر إلى عدة أنواع وفقاً لمعيار التصنيف:

حيث تصنف المصادر من حيث مدى حداثة المعلومات إلى: مصادر المعلومات الأولية، مصادر المعلومات الثانوية.

وتصنف المصادر من حيث طبيعة الوسيط الاتصالي إلى المصادر البشرية التي تنقسم إلى: مصادر صانعة للأخبار، مصادر عليمية بالأخبار أو شهود عيان، وتنقسم تلك أيضاً إلى: مصادر دائمة، مصادر مؤقتة، والمصادر المادية وتتضمن: المصادر المطبوعة، المصادر المسموعة، المصادر المسموعة المرئية، المصادر الإلكترونية.

وهناك من يقسم المصدر الاعلامى (البشري) إلى عدة نوعيات هي:

- الغاضب

- الشرس

- اللحوح

- المتكبر

- الثرثار

- المتنمر

- المنغلق

- العصبي

- المتردد

- المتهكم

تتضمن مهارات التعامل مع المصادر البشرية: مهارة الاستماع والإنصات، مهارة إدارة الحوار، مهارة الاستيعاب والتسجيل، مهارة كتابة التقرير.

أما المتطلبات اللازمة فتشمل: فهم شخصية كل مصدر تاريخيا وسيكولوجيا، عملية بناء المصادر وكسب ثقتها، الاتصال المستمر والتفاعل، الإفادة منها بشكل مستمر، احترام خصوصيتها.

كما تصنف المصادر الإخبارية من حيث المؤسسات المعلوماتية الى المكتبات، مراكز وأقسام معلومات صحفية وإذاعية وتليفزيونية، شبكات معلومات (أهمها شبكة الانترنت)، قواعد بيانات.

١. ١. ٤ ظهور الإنترنت كمصدر للمعلومات الإعلامية

نمت الإنترنت كوسيلة اتصال تطورت بسرعة مذهلة خالفت كل توقعات مخترعيها، وأصبحت فترة وجيزة أما ليس فقط لوسائل الاتصال وإنما لوسائل الإعلام أيضاً. وأصبحت هي التليفون، والتلفزيون، والصحيفة بالنسبة للفرد العادي، كما أنها أيضاً وسيلة للترفيه والحصول على المعلومات. وكمصدر للمعلومات أوصلت الإنترنت الفرد العادي بمصادر المعلومات المختلفة بحيث أصبح الفرد بشكل أو بآخر يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بحرية وسهولة.

وفرضت الإنترنت واقعا جديدا كوسيلة توزيع من أهم سماته رخص تكلفة التوزيع وتجاوز أطر الزمان والجغرافيا سواء في آليات نشر المعلومات والأخبار أو توزيعها وظروف تعرض للقراء المواضيع المختلفة من خلالها. كما أن الانترنت أتاحت الفرصة لكل من الأفراد والمؤسسات في نقل الآراء والمعلومات بحرية كاملة متجاوزة كثيرا من أنظمة وقوانين النشر التي كانت تخضعها الدول أو المستثمرون في مجال النشر على وسائل الإعلام فأصبح عالم النشر أكثر ديمقراطية كما قال (بيل خيتس) رئيس شركة ميكروسوفت. ويمكن النظر للانترنت كمصدر مهم وحيوي للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية -وفقا لرؤية محمد سعود خالد حيث استفادت جميع قطاعات العمل الإعلامي من تقنيات المعلومات الحديثة وبالأخص الصحف في الجوانب الإخبارية. وتظهر هذه الاستفادة بشكل واضح في عمليات سرعة نقل المعلومات، وتقنيات الحفظ. ولعلنا نذكر كيف ان مسجل الصوت حل محل القلم والورقة بالنسبة للمحررين والمراسلين العاملين في الصحف. وكيف أن الاتصالات اللاسلكية حلت محل الاتصال السلكي...

في مثل الجوال و هواتف الأقمار الصناعية. كما أن التقنيات الحديثة ستساعد الصحفي على بناء قصته الإخبارية، وإضافة الصور والجرافيك لها لحظة كتابته لها دون الحاجة للاستعانة بالأقسام الفنية للقيام بمثل هذه الأعمال له. ويرى (Manning) أن التطورات السريعة في مجال خدمات الإنترنت لها العديد من التطبيقات في مجال الصحافة الإخبارية. فالوصول إلى قواعد المعلومات سيوفر مصادر إضافية للصحفيين. ويرى أن الإنترنت ستهدد طريقة العمل التقليدية للصحفيين خصوصاً مع توجه العديد من المصادر الإخبارية لنشر أخبارهم مباشرة على الإنترنت، وأن الصحفي الآن يذهب مباشرة للمواقع المختلفة ويحصل على المعلومات إما عن طريق مصادر الأخبار أو من مواقع الوسائل الإعلامية الأخرى من أجل اخذ «نص» التصريحات المباشرة.

باختصار الإنترنت ضاعفت مصادر الأخبار المحتملة للصحفيين بطريقة غير عادية.

والصحافة تستطيع الاستفادة من الشبكة على أكثر من مستوى

المستوى الأول: شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات وذلك من خلال:

١- الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواء للجرائد والمجلات العربية والعالمية والمحلية الكثيرة، وكذلك النشرات، إلى جانب مواقع وكالات الأنباء، وقواعد البيانات، ومحطات الراديو والتلفزيون، التي تقدم خدمات معلوماتية على الشبكة معظمها تفاعلي، ومواقع بعض الهيئات الرسمية الحكومية.

٢- الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة وذلك بعد ربطها بقسم المعلومات فقط بل بصالة التحرير أو من خلال إنشاء قسم خاص بالإنترنت مثل صحيفة الأهرام القاهرية.

والاستفادة من الإنترنت في عملية التغطية الصحفية والتحرير هي استكمال لتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الاليكترونية
Computer Assisred Journalism

فقد ساعدت الحاسبات الإللكترونية عملية التحرير الصحفي وطورتها في عملية جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها وفي استنباط وسائل وأشكال تحريرية جديدة وتبلور ذلك في ظهور ما أطلق عليه تيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الاليكترونية Computer Assisred Journalism وهي الصحافة التي تعتمد في تغطيتها الصحفية وأسلوب تحريرها على المصادر المعتمدة على الحاسبات الإللكترونية وتطبيقاتها المختلفة وقد تكون تلك المصادر On Line Services فورية مثل شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التجارية المباشرة Off Liine Services غير فورية مثل قواعد البيانات Databases غير المباشرة مثل الموجودة على الأقراص المدججة الـ Cd.

ولتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإللكترونية أربعة أشكال رئيسية:

أ- التغطية الصحفية المستعينة بالحاسبات الاليكترونية Computer Assited Reporting وذلك من خلال توظيف الحاسبات

الإلكترونية وبرامجها في التحليل الكمي للبيانات الضخمة
الموجودة في قواعد البيانات أو في بناء مجموعات وتحليلها
رقمياً.

ب- البحث المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer Assisted
Research من خلال الاستعانة بقواعد البيانات التي تزود
بيانات ثانوية عن الموضوعات الصحفية والتي تضم تقارير،
مقالات، دراسات.

ج- البحث المرجعي المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer
Assisted وهي كتب مرجعية مثل القواميس اللغوية
والموسوعات والأدلة والقواميس المتخصصة كالجغرافية
وقواميس الشخصيات وتكون على شكل مراجع افتراضية
توجد على الإنترنت أو على الأقراص المدججة.

د- اللقاءات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية وتستغل المجتمعات
الافتراضية للعالم السلبي المرتبط من خلال الشبكات والبريد
الإلكتروني وجماعات المناقشة.

٣- الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفية متخصصة
كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد حتى صفحات التسلية
والفكاهة والكلمات المتقاطعة.

٤- التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات
ونوافذ عرض الكتب وبيعها.

المستوى الثاني: شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال وذلك من خلال:

١ - الاستفادة منها كوسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين يتم عبرها من خلال البريد الإلكتروني تلقي رسائلهم المكتوبة والمرسومة والمصورة والاتصال بمصادر الصحيفة المختلفة وتلقي موادهم الصحفية، كما يمكن عبرها عقد الاجتماعات التحريرية مع فريق المراسلين المحليين والخارجيين يوميا، كما يمكن للمحررين الإفادة منها في إجراء الأحاديث عن بعد مع مختلف الشخصيات في مختلف بلاد العالم من خلال البريد الإلكتروني وكذلك الاتصال بمختلف الجهات الرسمية والخاصة.

٢- الاستفادة من تقنية الإنترنت كنظام للاتصالات الداخلية للمؤسسة مع ربطه بشبكة الانترنت خاصة في أقسام المعلومات الصحفية وقسم الأخبار.

المستوى الثالث: شبكة الإنترنت كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور وتوسيع فرص المشاركة لقراء الصحيفة من خلال توفير قنوات الاتصال مع الجمهور عبر البريد الإلكتروني وصولاً إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة.

المستوى الرابع: شبكة الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها، قد تكون نصاً ثابتاً أو متحركاً، قد تكون الجريدة نفسها أو ملخصاً لها، وقواعد للبيانات، وأرشيف الصحيفة، وأعدادها السابقة، أو إصدار جرائد ومجلات كاملة من الألف للياء على الإنترنت مثل مجلة المراسل.

المستوى الخامس: شبكة الإنترنت كوسيط إعلاني يضيف دخلاً جديداً إلى المؤسسة من خلال نشر إعلان على موقع المؤسسة أو إصداراتها الصحفية المباشرة.

المستوى السادس: شبكة الإنترنت كأداة لتسويق خدمات المؤسسة من خلال إنشاء موقع أو أكثر لها يقدم معلومات أساسية عنها وعن تاريخها وتطورها وإنجازاتها ويحدثها بشكل مستمر.

المستوى السابع: الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بخدماتها إلى أي مشترك، وتقديم خدمات تصميم المواقع، وإصدار الصحف والنشرات عليها لحساب الغير.

ويلاحظ الدكتور سعود كاتب أن الكثير من الصحفيين الذين لم يتم تدريبهم بشكل جيد على استخدام الإنترنت كوسيلة للبحث عن المعلومات يلجأون دائماً إلى استخدام محركات البحث العامة (general search engines) أو الأدلة (directories) مثل infoseek و Altavista و Yahoo رغم أن هذه الوسائل ليست دائماً أفضل الطرق للوصول إلى المعلومة.

إن بإمكان الصحفي البدء بالبحث عن طريق محركات البحث العامة والتي يمكن من خلالها الوصول إلى معلومات عامة غير معروفة بالنسبة للباحث ولا تعرف مصادرها، غير أن الأفضل استخدام ما يعرف بـ meta search services وهي محركات تقوم بالبحث ضمن عدد من محركات البحث وهي قادرة على الوصول إلى معلومات ينطبق عليها القول «البحث عن إبرة في كومة قش»، فإذا كان الصحفي يبحث عن معلومة فريدة لا تستطيع المحركات العامة العثور عليها فإن محركات meta هي أفضل أداة يمكن الاعتماد عليها.

إن مشكلة محركات البحث العامة تكمن في عدم قدرتها على تغطية أو الوصول إلى الكثير من المحتوى الموجود على الإنترنت نظراً لأن معظم ذلك المحتوى يكون موجوداً خلف أجهزة الحماية (Firewalls) أو إنه يحتاج إلى

رقم سري أو اشتراك للدخول عليه. من أجل ذلك فقد تم تطوير برامج بحث متخصصة للوصول إلى مثل تلك المعلومات. على سبيل المثال عند البحث عن موضوع فريد مثل insanity plea فإن من الأجدي استخدام محرك البحث LawCrawler والذي يقوم فقط بالبحث في محتوى الصفحات الخاصة بالقانون والمحاماة، من ناحية أخرى فإنه عند البحث عن معلومات حكومية فإن من الأفضل استخدام Govsearch محركات البحث العامة قد تكون غير قادرة على الوصول إلى كثير من المعلومات على الإنترنت، وبالتالي فإن على الصحفي أن يكون قادراً على استخدام محركات البحث المتخصصة. محرك LawCrawler مثلاً يبحث فقط في محتوى صفحات القانون والمحاماة. بشكل عام فإن محركات البحث قد لا تقدم عادة معلومات محدثة (updated info). نظراً لأن الفهارس الخاصة بهم تكون متأخرة لأيام أو أسابيع، وبالتالي فإن من الضروري أن يقوم الصحفي بالاشتراك في الخدمات الإلكترونية المتخصصة والتي تهتم بمتابعة آخر التطورات في الحقل ثم تقوم بإرسالها بشكل دوري وعاجل للمشاركين بها. الصحفي الماهر ينبغي أن يكون قادراً على الوصول إلى الأشخاص المناسبين عن طريق الإنترنت، فمن المعروف أن الصحفيين يميلون إلى اللجوء إلى ذات الأشخاص الذين سبق لهم إجراء مقابلات معهم رغم أن هناك أشخاصاً آخرين قد يكونوا أكثر خبرة ومعرفة بالموضوع الذي يجريه الصحفي.

إن قوائم النقاش (discussion lists) ومجموعات الأخبار (Newsgroups) وكذلك الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك، والمدونات، تعتبر من الوسائل المفيدة للعثور على المعلومات الحديثة حول الكثير من المواضيع. ونظراً لكون مرتادي مجموعات الأخبار هم من المراهقين والشباب فإن قوائم النقاش قد تكون أكثر فائدة للصحفي نظراً لأن مرتادها عادة يكونون من المتخصصين

كما أن المواضيع يتم طرحها بشكل اكثر جدية. الأخطاء المطبعية أكثر حدوثاً في الصحيفة الإلكترونية.

١. ٢. مهارات التعامل مع المصادر المادية

وتتضمن مهارات المعلومات ومهارات القراءة التي ينضوى تحتها فئات: القراءة السريعة، القراءة الناقدة، اضافة، مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، و الكفاءة الصحفية

وتأسيسا على ماسبق يمكن القول ان موضوع التعامل مع المصادر أحد المهارات الأساسية في العمل الإعلامي وهو يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعدة مهارات اتصالية، كما يرتبط كذلك بمفهوم الكفاءة المعلوماتية وكذلك الإعلامية.

ويستند إلى فهم عميق لعملية التوثيق الإعلامي والاستفادة من مخرجاتها، وكذلك الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويبدأ بفهم بيئة العمل الإعلامي ووسائله الراهنة في عصر المعلومات.

١. ٢. ١ مراحل اعداد التحقيق الصحفي

١- مرحلة التخطيط

١- تحديد هدف الموضوع وحيزه المكاني الزماني مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور الذي يرغب في الوصول اليه ومدى اتفاهه مع سياسه الصحيفة التحريرية واتجاهها السياسي.

٢- اختيار التوقيت المناسب لاعداد التحقيق ونشره وذلك لضمان جذب انتباه القراء المستهدفين.

٣- الدراسة الاستطلاعية بهدف فهم الموضوع ومعرفة جذوره التاريخية وما سبق أن كتب أو قيل عنه من قبل (من خلال المصادر البشرية والمصادر غير الحية كالصحف والدوريات المختلفة والكتب والوثائق والتقارير).

٤- دراسة مبدئية للمصادر التي يمكن أن تساعد في الادلاء بمعلومات أو آراء حول الموضوع من حيث مدى دقتها وموضوعيتها، ومدى تخصصها واتفاقها مع سياسة واسلوب الصحيفة وموافقتها على المشاركة في الموضوع.

٥- في ضوء هذه الدراسة ترسم الخطة متضمنة:

أ- النقاط التي سيتناولها الموضوع مرتبة.

ب- المصادر البشرية الأقدر على الادلاء بمعلومات أو آراء حول هذا الموضوع مرتبة، وكذلك الوثائق والتقارير وغيرها من المصادر غير الحية.

٢- مرحلة جمع المعلومات وتحليلها

وتتضمن عملية جمع المعلومات جانبين:

الأول: جمع البيانات والمادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خلفية معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك. ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من جهتين. أرشيف المعلومات الصحفية، المكتبة الصحفية.

الثانى: جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالتحقيق ويتم جمع المعلومات والوقائع والآراء من المصادر المختلفة التي سبق تحديدها وترتيبها سواء أكانت حية أو غير حية.

بعد ذلك يتم مراجعة ما تم الحصول عليه للتأكد من أنه قد تم فعلا تغطية كل جوانب الموضوع والتعرف على كل الآراء حوله وذلك بالمقارنة بينه وبين الخطة الموضوعية أصلا، ثم تحليل المعلومات والآراء المجموعة وتصنيفها بهدف الوصول الى النتائج أو الحلول أو التصورات المقترحة.

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق قوته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.

وهذه الخطوة تتطلب منك كمحرر أن تكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي التي سبق وتحدثنا عنها بالتفصيل.

والمعلومات الحديثة لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكنك الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها.

٣- مرحلة تحرير التحقيق الصحفي ومراجعته

١ - إعداد المادة للتحرير:

أ- فرز المادة التي تم الحصول عليها للتمييز بين الصالح منها وغير الصالح.

ب- استبعاد المادة الثانوية أو غير الأساسية أو التي لا تعد في صلب الموضوع أو غير المتفقة مع سياسة الصحيفة التحريرية أو فكرها السياسي.

ج- وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع مرتبة حسب أهميتها- من وجهة نظر المحرر طبعا.

د- على ضوء هذه الخطة تصنف المادة المختلفة لتوضع كل تحت عنصرها.

هـ- تجميع آراء المصادر المختلفة التي تدور حول نقطة واحدة مع بعضها البعض.

٢- تحرير التحقيق: وينقسم التحقيق الى أربعة أجزاء: المقدمة - الهيكل أو الصلب - الخاتمة - العناوين الرئيسية والفرعية.

أ- المقدمة

وينبغي أن تكون مشوقة وجذابة بحيث تشد القارىء وتجعله يقدم على القراءة وان تقدم له فكرة عن الموضوع، ولكنها في نفس الوقت لا تلخص الموضوع وإلا أكتفى القارىء بقراءتها، كما ينبغي أن تكون قصيرة لا تزيد على فقرتين أو ثلاث.

وتتضمن مقدمة التحقيق الصحفي صياغة الفكرة من وراء التحقيق الصحفي المطروح، كما تساعد إلى حد كبير في تحديد طريقة صياغة بداية التحقيق الصحفي، وهذه المقدمات على أنواع كثيرة، وفنون متعددة، ومن أشهرها:

- ١ - المقدمة المختصرة: وتقوم بإيجاز التحقيق الصحفي كله، وتفيد القارئ المتعجل، الذي يريد معرفة خلاصة التحقيق منذ البداية.
- ٢ - المقدمة المتفجرة المثيرة: وتميل إلى إثارة انتباه القارئ بعرض فكرة غير عادية، أو غير متوقعة (مثيرة) لتهيئ ذهن القارئ منذ البداية للولوج في تفاصيل الموضوع.
- ٣ - المقدمة القصصية: وهي تبدأ بقصة لجذب انتباه القارئ، وهذه القصة لها علاقة كبيرة ووثيقة بموضوع التحقيق.
- ٤ - المقدمة التساؤلية: وتحاول هذه المقدمة إثارة العديد من الأسئلة، ليتم تناول حلولها في صلب التحقيق وهذا النوع شائع الاستخدام.
- ٥ - المقدمة الوصفية: وتعتمد على الوصف، وتستخدم فيها ألفاظ موحية بصور معينة لدى القارئ، مثل وصف الطائرة والإنسان والمكان.
- ٦ - المقدمة الساخرة: ولا تعني هذه المقدمة الاستهزاء أو التثمت، بل تعني النقد اللاذع البناء، ويناسب هذا النوع من المقدمات بعض الظواهر الاجتماعية السيئة المتفشية في مجتمع معين.
- ٧ - المقدمة المقارنة (التباين): تستعمل لجذب انتباه القارئ، ويعقد فيها مقارنة أو مفارقة سريعة بين الشيء وضده، أو بين فكرة وأخرى.
- ٨ - مقدمة الحوار: ويعرض فيها حوار بين شيئين لهما علاقة بموضوع التحقيق المطروح، وهذا النوع ليس شائعاً، لكنه جيد ومؤثر.
- ٩ - مقدمة الاقتباس: حيث يتم فيها اقتباس قول أو رأي أو حكمة أو غيرها، تكون ذات علاقة بموضوع التحقيق، ونقطة انطلاقة جيدة للبدء فيه.
- ١٠ - المقدمة المعبرة أو المؤثرة (تعتمد على المعانى الانسانية).

وهنا أمر مهم لا بد من التنبيه إليه وهو وجود أنواع أخرى من المقدمات غير السابقة الذكر، والأنفة الطرح، والصحفي الموهوب المبدع هو الذي يستفيد من تلك المقدمات في تحريره لتحقيقه، وإخضاعها لخدمته، كما يتاح له فرصة أخرى في استخدامه أكثر من نوع كمقدمة لتحقيقه ضمن أنواع المقدمات الفنية الأنفة الذكر.

وتستغرق عملية تحرير المقدمة وقتا قد يقترب من الوقت الذي يستغرقه الهيكل، ونجاح المحرر في ذلك يتوقف عليه الى حد كبير نجاحه في صياغة الموضوع كله.

ب- الهيكل (صلب التحقيق)

وينقسم الى فقرات كل فقرة تتضمن فكرة أو عنصرا من عناصر التحقيق وينبغي هنا مراعاة عدة امور:

- ١- البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم فالأقل أهمية.
- ٢- أن تقود كل فقرة الى الفقرات الاخرى في تسلسل منطقي يريح ذهن القارئ ولا يرهقه في متابعة التحقيق.
- ٣- الاعتماد على الجمل القصيرة والبعد عن الجمل الطويلة أو الاكثار من الجمل الاعتراضية.
- ٤- ليس هناك ما يمنع من الاستعانة في بعض الاحيان ببعض عبارات المصادر التي تحدثت في الموضوع بل ان هذا قد يكون ضروريا في حالة عرض رأي لهذا المصدر وهو أيضا يضفي حيوية على التحقيق.
- ٥- ولكن لا ينبغي في الوقت نفسه أن نبدا كل فقرة بكلمة (يقول فلان...) لأن هذا يقضي على الهدف منها ويجعل التحقيق في صورة رتيبة مملة.

٦- عرض الحقيقة صحيحة وكاملة وواضحة، وهذا يقتضي ان نقدم مع كل عنصر الشواهد والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام والاحصائيات التي تؤكد.

٧- التناسب المنطقي بين فقرات التحقيق.

ج- العناوين الرئيسية والفرعية

ولعناوين التحقيق الصحفي أهمية كبيرة في جذب وشد انتباه القارئ، وتختلف طرائق الصحفيين في نسج عنوان التحقيق، فمنهم من يضعه أولاً قبل صياغة التحقيق في صورته النهائية، ومنهم من يرجئ صياغة العنوان إلى حين الانتهاء من تحرير التحقيق كتابياً وهذه الطريقة هي نفس طريقة المؤلفين والباحثين في نسج عناوين مؤلفاتهم، وعنوان التحقيق يحتاج إلى مهارة وذوق وفن، ويلعب العنوان دوراً هاماً وبارزاً في نجاح وزيادة فعالية التحقيق، وله شروط أساسية حتى يتم التمكن من صياغته وحبكه ومنها:

١- وضع العنوان الملائم لطبيعة الموضوع والذي يعطي فكرة عن الموضوع.

٢- وضع العنوان الملائم لنوعية وشخصية ومستوى الصحيفة.

٣- وضع العنوان المرتبط بالهدف من التحقيق.

٤- صياغة العنوان بشكل واضح ومختصر وجذاب.

وتأسيساً على ما سبق يمكن الإشارة وتحديد أهم أنواع العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية وهي:

العنوان الدال: وهو عنوان ذو طابع إخباري، ويدل على مضمون التحقيق. ومثاله: (الجفاف يؤدي إلى انخفاض إنتاج الحبوب).

العنوان الانتقائي: وهو يقوم على أساس اختيار وانتقاء جانب معين يتميز بالجاذبية والأهمية ومثاله: (القرار الذي أنقذ المؤسسة من الانهيار).

العنوان الإيضاحي: وهو عنوان صريح، يغطي معظم جوانب التحقيق بشكل عام ومختصر وواضح ومثاله: (الافتقار إلى السائق الجيد).

العنوان الوصفي: وهو العنوان الذي يحاول إعطاء صورة لتجسيد الفكرة والحدث ومثاله: (مصنع يسبح في بحر من الفوضى الإدارية).

العنوان الاقتباسي: وهو العنوان الذي يكون عبارة عن اقتباس جملة أو عبارة هامة ومعبرة، جاءت في تصريح أو مقابلة مع أحد المشتركين في التحقيق ومثاله: (الأزمة الاقتصادية العالمية هي السبب الرئيسي لزيادة الأسعار).

العنوان الاستفهامي: وهو الذي يصاغ على شكل سؤال يجذب القارئ ويثير اهتمامه، وفي الوقت ذاته يطرح المشكلة ويشرك القارئ في حلها ومثاله: (لماذا تستهلك أكثر مما تنتج؟)، (كيف نحول شعار (المجتمع الأفضل إلى واقع؟)

العنوان الذي يتوجه إلى القارئ، ويخاطبه بشكل مباشر: ومثاله: (أنت مطالب بزيادة إنتاجك).

العناوين الفرعية: وتأتي في بداية كل فكرة جديدة أو عنصر جديد، ويراعى أن تتسم بما يلي:

- ١- الإيجاز والوضوح والتشويق.
- ٢- عدم تكرار العنوان الفرعي لما جاء في العناوين الرئيسية.
- ٣- تقديم العنوان الفرعي لمعلومة عن الفقرة التي يتصدرها.

وأبرز وظائف العنوان الفرعي أنه يكون بمثابة محطات تتوقف عندها العين عن القراءة والتنقل بين رتابة سطور الكلام الرمادي الرتيبة ثم تستعد لمواصلة القراءة من جديد.

د- الخاتمة

وهي نهاية التحقيق ويقدم فيها المحرر بتركيز شديد تلخيصاً لما انتهى إليه التحقيق من نتائج تتمثل في حلول أو اجابات أو اقتراحات وينبغي ألا تزيد على فقرتين وتنتهي بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق.

١. ٢. ٢. قوالب صياغة (كتابة) التحقيق الصحفي

وبعد أن يضع الصحفي مقدمة تحقيقه يشع في تشكيل التحقيق وإعداده، ويمكن لكل صحفي أن يحرر موضوع تحقيقه بخمسة قوالب عامة وهي التالية:

١- قالب العرض: وفيه يعرض المحرر بموضوعية موضوع التحقيق من خلال مقدمة تثير اهتمام القارئ كالتركيز على أحد جوانب الموضوع، أو كمجموعة من الأسئلة، أو كملخص للموضوع، ثم يأتي جسم التحقيق ليتناسب مع المقدمة، مثل: تناول الجوانب الأخرى في الموضوع، أو الإجابة عن الأسئلة المثارة أولاً بعرض الحقائق والمعلومات التي تجيب عن التساؤلات، أو تفصيل للملخص الذي بدأ به المحرر، وأخيراً تأتي الخاتمة لتلخص النتائج والآراء.

٢- قالب الوصف: وفي تحقيق الوصف يتم تناول وصف سريع للحدث أو الموضوع في مقدمة التحقيق، أما التفصيل فيوجد في

جسم التحقيق، والخاتمة تكون للربط بين أجزاء الموضوع، وهي تمثل أخيراً انطباعات المحرر. ويصلح هذا النوع للتحقيقات التي تدور موضوعاتها حول: الرحلات أو الزيارات أو المنافسات كالمسابقات، أو الندوات والحفلات أو المهرجانات.

٣- قالب القصة: وهنا يقوم محرر التحقيق بكتابة تحقيقه على شكل قصة حقيقية، وليست خيالية أو أدبية، إلا أن هذا النوع يتماثل مع القصص الأدبية في بنائها الفني، أي وجود بداية وعقدة ونهاية ويصلح هذا النوع للموضوعات الإنسانية العاطفية كمأساة الشعب الفلسطيني الجريح، أو حرب شعب البوسنة والهرسك، أو الصومال وغيرها، وعلى العموم يتناول هذا النوع من التحقيقات الصحفية في الحوادث والجرائم والكوارث، حيث تصاغ وتنسج على شكل قصة مثيرة ومشوقة وهادفة تحقق الهدف الذي رمى إليه الصحفي من جراء القيام بهذا التحقيق القصصي.

٤- قالب الاعتراف (مع مرتكب حادث أو شخصية عامة معروفة).

٥- قالب الحديث (التحقيق الذي يتناول موضوعاً جافاً أو عملياً).

وعلى الصحفي أن ينتبه إلى نقطة هامة وهي أنه يخاطب شرائح وطبقات من المجتمع متباينة الغايات، ومتعددة الاتجاهات، ومتفاوتة في ثقافتها وعلمها ووعيتها، ويتوجب عليه أن يستخدم لغة راقية سامية تناسب عقول القراء على تفاوت مستوى فهمها وإدراكها، وتكون لغة غير مبتذلة وركيكة ومتهاففة، وتكون أيضاً بعيدة عن الألفاظ الصعبة والثقيلة وكل ما يضيفي عليها الطابع العلمي البحت، بل عليه أن يحصر فنه الصحفي في الواقعية والحיוية ومحاكاة ذوات الناس وعقلياتهم، وهذا لا يمكن أن

يتوفر إلا جزئياً، ولكن على المحقق الصحفي الموهوب أن يسعى إلى تحقيق هذه النواحي الإيجابية، وعليه أيضاً في خاتمة مطافه وترحاله أن يتوصل من مجمل عناصر ومعلومات وحقائق تحقيقه الصحفي إلى خلاصة ونتيجة تثري الفكر، وتخدم المجتمع، وتدعم الثقافة، ويقول الأستاذ (جويار) (ليس لدى المندوب الكبير الذي يعالج موضوعاً أوسع مما يعالج المحققون، أحياناً كوضع دراسة عن بلد من مختلف جوانبه، الوقت الكافي ليهتم بالجزئيات، إذ إنه يتحتم عليه أن ينقل في تحقيق واحد أو سلسلة (تحقيقات) أهم الخصائص التي يجدها، بحيث يتمكن من تزويد قرائه بفكرة واضحة عنه).

وهذه ليست قوالب ثابتة أو جامدة لا بد أن يلتزم بها المحرر بل ان هناك مجالاً كبيراً للابتكار والتجديد.

وهناك عدة ملاحظات في النهاية تتعلق بالمحقق الصحفي نفسه هي:

١- أن المحرر الصحفي وهو يكتب لا يستطيع ان يفلت من تأثير توجهه السياسي وعقيدته وفكره.

٢- أن الفكرة الواحدة يختلف تناولها ومعالجتها من شخص لآخر كما تختلف في اسلوب عرضها.

٣- أن المحرر الصحفي وهو يذهب لعمل تحقيق قد لا يكون له موقف مسبق، ولكن لا بد أن يكون له في النهاية رأي وموقف.

ولتداخل وظيفة التحقيق الصحفي أو الاستقصاء مع وظائف أشكال صحيفة أخرى نجد أن التحقيق يوظف هذه الأشكال داخلها كأساليب لجمع المادة وتحريرها فيما بعد خاصة الحديث الصحفي، والصور والرسوم، وقد ازدادت أهمية التحقيق الصحفي والاعتماد عليه في السبعينيات ثم

الثمانينيات والتسعينات كمنافس للتغطية التلفزيونية المصورة خاصة بعد تحقيق الـ: Washington Post الشهير المعروف بفضيحة ووترجيت التي تعد نموذجا مثاليا للتغطية الصحفية الاستقصائية التي تحرر في شكل التحقيق الصحفي والذي سبقت الاشارة اليه.

وليمارس المحقق الصحفي هذه الوظائف بجدارة وتألق عليه أن يتصف بحب الاطلاع والفضول والحس المرهف واحترام أسرار المهنة.

١. ٢. ٣. الموضوع الصحفي (موضوع المعالم) Feature

ويعتبره البعض أحد أشكال التحقيق الصحفي، وهو شكل صحفي يستخدم بشكل متسع في صحافة اليوم وخاصة في الصحافة الامريكية كاحدى وسائل الصحيفة في مواجهة التغطية التلفزيونية المصورة، وهناك اكثر من اتجاه في تعريف الموضوع الصحفي يمكن حصرها في الاتجاهات التالية:

ويعرف بأنه أي مادة صحفية اخبارية فيها نوع من الابداع والابتكار وعدم التقيد باصول واسس الاسلوب الاخباري الصارمة الكلاسيكية من حيث الموضوعية والتحديد والتحرير للتعبير To express وليس للتاثير To impress، ويتضمن حدثا أو موقفا جانبيا أو موقفا من الحياة قابلا للاستمرارية، ويمكن الحصول على مادته وتحريرها ثم نشرها في أي وقت حيث انه لا يرتبط بالانية، لأنه لا يتقيد بتفاصيل الحدث الحالية، بل يتجاوزها الى التفسير والتحليل ويضعها في الاطار الانساني.

وهذا الاتجاه في تعريف الموضوع الصحفي هو الاكثر عملية ومنطقية في ظل الممارسات اليومية الشائعة في صالة التحرير الامريكية في مجال التغطية

الاخبارية، حيث يفرق ويميز بين الموضوع الصحفي Feature وباقي الاشكال الصحفية - ومنها الخبر- من جوانب ثلاثة هي:

١- التوقيت: حيث لا يرتبط بتوقيت معين في النشر.

٢- الاسلوب: حيث لا يتقيد بقواعد التحرير الاخباري الصارمة، وانما يتجاوزها لمزيد من الذاتية.

٣- الوظيفة: وهي هنا مزيد من الشرح والتفسير اضافة الى التسلية والامتع الوجداني والتوحد مع مشاعر القارئ.

وانطلاقا مما يكون الموضوع الصحفي شكلا تفسيريا، اكثر منه اخباريا، حيث انه يتسم بالجوانب التالية:

أ- الابداعية: التي تسمح للمحرر الصحفي بالابتكار والتجديد في اسلوب الكتابة مع مراعاة الدقة.

ب- الذاتية: اذ يمكن للمحرر الصحفي أن يدخل مشاعره الخاصة وافكاره في الموضوع خاصة حينما يكون في موقع الحدث، ويعيش الواقعة بنفسه، ولكن النقاد يحذرون من طغيان « الانا » بين ثنايا هذا الشكل الصحفي خاصة بين صغار المحررين، ويقدم بعضهم حلا وسطا يقول: « اذا لم تكن المشارك الاساسي في الحدث فدع نفسك خارج الموضوع !! »

ج- التأثير الاعلامي: من خلال تزويد القارئ بجرعة اخبارية تضم معلومات دسمة عميقة الى جانب المعلومات الخفيفة المرححة ذات الطابع الانساني، في قالب جذاب بسيط.

د- الامتاع: من خلال اتاحة الفرصة للقارىء للراحة أو التقوقف المحبب الى نفسه، بخفة وتنوع وظرف، وتعطي القارىء سببا مهما اخر لقراءة الجريدة غير الاخبار الجادة الصارمة.

ه- الدوام: اذ من الممكن تأجيل نشر هذه الموضوعات لاسابيع أو لشهور قبل النشر، وبعض الجرائد تنشئ ما يطلق عليه feature bank أو بنك الموضوعات الصحفية، التي يتم تحريرها وصفها واخراجها مجهزة للنشر في أي لحظة، ويتيح ذلك للمحرر فرصة اعداد الموضوع على مهل ومعالجته بشكل فيه ابداع وابتكار.

و- الايقاع: اذا سئل محرر قسم الاخبار عن الطول المناسب لنصه الاخبارى، فان محرره المسئول يجيبه بالقول: «قصير ومختصر بقدر ما تستطيع !!»، في حين اذا سئل عن الموضوع الصحفي فستكون الاجابة: «طويل بالقدر الذي تستطيع أن تحافظ فيه على اهتمام القارىء !!»، ولكن هذا لايعني اطلاق هذا الطول بل بطء الايقاع فقط، بحيث يتناسب الطول مع المضمون والاسلوب مع العناية بالتركيز والدقة والايجاز.

ز- الاسلوب التحريري: فمحرر الموضوع الصحفي مثل راوي الحدث الدرامي، الذي يحكى قصة ويروي بالكلمات، بل يرسم بها صوراً ذهنية في عقل القارىء، ويحاول جذب القارىء الى هذه القصة من خلال التوحد السيכולوجي مع الشخصية المحورية فيها، لهذا يحتاج الى خيال خصب، ولغة سلسلة، وكلمات معبرة، بدون تشويه للحقائق، بل مجرد تلوين لها وتنويع في اسلوبها.

١. ٢. ٤. الحملة الصحفية Crussade

لا يمكن وصفها بأنها شكل صحفي واحد، بل هي توظيف لأشكال صحفية مختلفة وفقا لخطه موضوعه لاثارة قضية، او لعرض موضوع أو لابداء رأي او للرد على موقف اتخذته جماعة ما.

ويعرف الدكتور سيد سلامة الحملة الصحفية بأنها ليست شكلا صحفيا تحريريا، ولكنها في الاساس عبارة عن مضمون أو محتوى في قالب تحريري أو شكل صحفي يهاجم (مستهدف) سواء كان شخصا أو قضية أو مشكلة، ويتحقق من خلال هذا المضمون أو المحتوى مفاجأة الخصم (المستهدف) بالحقائق التي تعتمد على الوثائق والمستندات، وذلك لتحقيق هدف مباشر وهو ارباك الخصم وهدف غير مباشر وهو التأثير السريع على المتلقي في محاولة لكسب تأييده تجاه مضمون الحملة، وذلك بهدف انجاح الحملة في تحقيق غرضها وهو حل المشكلة.

ويحاول محرر الحملة اثناء النشر أن يخلق صراعا بين طرفين: الاول هو المتلقي أو مستقبل الحملة، والطرف الآخر وهو المستهدف من الحملة الصحفية.

وقد يكون المستهدف من الحملة الصحفية شخصا أو مجموعة اشخاص تؤثر تصرفاتهم او سلوكياتهم على المجتمع بطريقة ما، او قضية أو مشكلة أو ظاهرة.

ويؤكد الدكتور سيد سلامة على أن المقصود بالطابع الهجومي في مضمون الحملة ليس الاسفاف أو الشتائم واستخدام الالفاظ الجارحة، بل هو الطابع الهجومي الذي يتصدى للحملة مهاجما من خلال الحقائق

والمعلومات المدعمة بالوثائق والمستندات والبيانات الدقيقة، فالعمود الفقري للحملة الصحفية هو الطابع الهجومي اضافة للطابع التوثيقي لها، فمحرر الحملة الصحفية يستخدم الالفاظ والعبارات والتركيبات البعيدة تماما عن الاسفاف، والمحقة لاقسى انواع الهجوم من خلال الوثائق التي تحتويها.

ولا ينشر محتوى الحملة أو مضمونها في موضوع واحد ولكن في سلسلة من الموضوعات المتتالية.

وهنا ينبغي التفرقة بين الحملة الصحفية وأي مضمون آخر قد ينشر في شكل سلسلة من الموضوعات، حيث لا يمكن أن نطلق عليها حملة صحفية رغم هذا المضمون قد يتعرض بالنقد لقضية أو مشكلة أو شخص ما أو عدة أشخاص، فالمعيار الاساسي الذي يمكن استخدامه - من وجهة نظر الدكتور سيد سلامة - لوصف المضمون بانه حملة صحفية هو مدى استفادة المضمون وتدعيمه بالحقائق الوثائقية، اضافة الى مدى اتسام هذا المضمون بالطابع الهجومي أو الانتقادي العنيف، وعدم وجود جدل أو خلاف في الرأي حول موضوع الحملة، حيث ان الوثائق المدعمة للحملة لا تترك فرصة للجدل فيها.

ويقسم الدكتور فاروق ابو زيد الحملة الصحفية الى نوعين:

الأول: الحملة الصحفية المخططة: التي يخطط لها جهاز التحرير في الجريدة، ويشترك فيها اكبر عدد من كتاب الجريدة ومحرريها، وتجهز لها الوثائق والأدلة والأقوال والدراسات والبحوث ولا يتم نشرها الا بعد استكمالها من جميع النواحي وتصبح صالحة للنشر.

الثانى: الحملة الصحفية المفاجئة: وهي التي تتم بدون اعداد مسبق، بل يفرضها تطور الأحداث في المجتمع، فقد ينشر خبر صغير تمسك الجريدة بأحد خيوطه وتتابعه في مجموعة من الاخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله، وقد يتطور فيشمل تحقيا صحفيا يتبعه مقال يجذب الكتاب والمحرفين والرسامين والمشاركين في تحرير الجريدة الى المشاركة في هذه الحملة، ويشبه البعض الحملة من حيث المفهوم والوظيفة الاتصالية بالأفلام التسجيلية في التلفزيون.

وتبدأ الحملة الصحفية عادة بقصة أخبارية، تكشف عن جوانب غير سليمة أو فساد أو انحراف في قطاع ما من المجتمع أو الحكومة، وتشعر ادارة الجريدة بضرورة التعرض له وكشفه، ويتم تكليف محرر أو فريق من المحرفين بالإضافة الى مجموعة من الباحثين (محرري المعلومات) بالتعمق في الحقائق والبحث في التفاصيل بالاتصال بالأشخاص والاطلاع على الوثائق وكل خلفيات القضية محور الحملة.

وبعد جمع المعلومات والتدقيق فيها، تقرر الجريدة اسلوب المعالجة: هل سينشر موضوع الحملة في تحقيق أو مجموعة تحقيقات صحفية، أو مقالات رأي مع قصص جانبية، أو موضوعات معالم Feature، أو مواد مصورة لمعالجة جوانب المشكلة المختلفة.

وعادة ما يستغرق نشر الحملة عدة أعداد، بشكل مسلسل وتختتمها الجريدة بمقال افتتاحي، أو سلسلة من مادة الرأي تقدم فيها الجريدة خلاصاتها وتوصياتها واستنتاجاتها بالنسبة للقضية موضوع الحملة.

١. ٢. ٥ الأشكال الإخبارية

هي تلك الأشكال الصحفية التي تقدم تقارير حالية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور قراء هذه الصحيفة، ويتم انتقاء هذه الأحداث واختيارها في ضوء السياسة التحريرية لهذه الصحيفة.

والاشكال الصحفية الإخبارية في الصحيفة هي:

١- الأخبار القصيرة السريعة Spot News

وهي تقارير سريعة حالية عن الأحداث تجيب على العناصر الرئيسية للحدث بشكل مركز ومختصر دون تقديم تفاصيل الحدث وذلك في فقرة أو فقرتين على الأكثر، وهي الشكل الغالب استخدامه في الصفحات الأولى من الجرائد اليومية.

٢- القصص الإخبارية News stories

وهي تقارير آنية عن الأحداث المهمة تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجب على التساؤلات الرئيسية - وذلك في أكثر من فقرتين.

٣- التقارير الإخبارية News reports

وتقوم على عرض وقائع الحدث وتفاصيله مع خلفياته، ويناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية، ويشيع استخدامه في المجالات الإخبارية العالمية مثل تايم ونيوزويك وغيرها، ويحقق التقرير الاخباري الوظائف التالية:

١- تقديم معلومات وبيانات جديدة عن حدث أو واقعة لا يستطيع الخبر القصير أو القصة الإخبارية تقديمها بشكل مناسب.

٢- إبراز زوايا أو جوانب معينة عن حدث أو واقعة.

٣- تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير.

٤- التقييم الموضوعي للبيانات أو المعلومات الواردة في التقرير الاخباري عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلى بها الشخصيات التي يستشهد محرر التقرير الاخبارى بها. ويحتوي التقرير الاخباري على:

أ- معلومات تفصيلية كاملة عن الحدث.

ب- تحليل لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها في إطارها العام.

ج- خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

د- توقعات أو تنبؤات بما سيكون عليه المستقبل أو بعض المؤشرات.

ويعتمد نجاح التقرير الصحفي - في جانب كبير منه - على مدى استفادة محرره من قسم المعلومات في الصحيفة، حيث يحتاج إلى خلفية بحثية وتعمق في التفاصيل والأسباب والدوافع والخلفيات التاريخية، وكذلك يستفيد من الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية.

٤ - القصة الإخبارية الشاملة Round Up News Story

ويستخدم هذا الشكل الاخباري في حالة القيام بتغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة ليتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أو مجموعة أحداث تقع ويربط بينها خيط أو مضمون واحد أو حدث تدور وقائعه في أماكن مختلفة وتشارك فيه أطراف عديدة، ومنها على سبيل المثال تغطية وقائع حرب أكتوبر ١٩٧٣ على جبهات القتال المختلفة في سيناء والجولان والضفة الغربية، والموقف في باقي الدول العربية وردود الفعل المحلية والدولية

والموقف في الأمم المتحدة، وهكذا، أو مجموعة قصص إخبارية عن أحداث السيول التي وقعت خلال يوم واحد في محافظات صعيد مصر.

٥ - القصص الإخبارية الجانبية Side Bar News Stories

وهي عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة ومكثفة وتتصل اتصالاً مباشراً بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخباري منشور في الصفحة نفسها أو في العدد نفسه من الصحيفة، وتبرز هذه القصص عادة الجوانب الإنسانية أو ردود فعل تجاه حدث ما، إضافة إلى عدة أغراض أخرى هي:

١ - إبراز تأثير الأخبار المتصلة بها ومغزاها.

٢ - إضافة بعد إنساني لهذه الأخبار.

٣ - إضافة معلومات وخلفيات و ردود فعل قد يكون من الصعب وضعها بالصورة المناسبة داخل القصة الإخبارية أو التقرير الإخباري.

٦ - القصص الخلفية Backgrounders

وهي قصص إخبارية توضع في قلب القصص الإخبارية أو التقارير الإخبارية وتحتوي على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية والدوافع أو الأسباب وراء حدث معين أو الأحداث المشابهة السابقة، ويكثر استخدام هذا الشكل في الصحف الأسبوعية والمجلات الإخبارية أكثر من الصحف اليومية.

١. ٢. ٦ طرق رواية أو صياغة الخبر الصحفي

هناك طريقتان تقليديتان لرواية الخبر الصحفي هما:

١ - طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصي) وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب درامي قصصي وترتب وقائع الخبر حسب ترتيب وقوعها

الزمني Chronologically ويتضمن بدايةً ووسطاً ونهايةً للخبر لا حسب أهميتها أو خطورتها، بل على أساس أن ذروة الخبر تقع في نهايته.

٢- طريقة الهرم المقلوب وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب غير درامي ترتب فيه وقائع الخبر حسب أهميتها لا حسب ترتيب وقوعها الزمني أي توضع ذروة الحدث في بدايته يليها الفقرات الأقل أهمية وهكذا.

١. ٢. ٧ عناصر بناء الخبر الصحفي News structure

والخبر الصحفي سواء أكان بسيطاً (يحتوي على واقعة إخبارية واحدة) أو كان مركباً (يضم أكثر من واقعة إخبارية أو أكثر من خبر) يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

١ - العنوان Headline

٢ - المقدمة (الاستهلال) Lead (وقد تصاحبها فقرة ربط)

٣ - جسم الخبر (المتن) Body

وهناك بعض العناصر المكملة وهي:

أ- الصور الفوتوغرافية وكلامها & Caption Photographs

ب- المواد والمعلومات الجرافيكية & Graphics&Inforgraphics (رسوم يدوية - بورترية - مواد توضيحية)

وبالنسبة لعناصر الخبر الوارد ذكرها يلاحظ التالي:

١- وجود أخبار بدون عناوين في إطار أبواب متخصصة وثابتة (إذاعة وتلفزيون - اقتصاد - رياضة - أخبار الناس - أخبار الصباح)

٢- وجود أخبار تتجمع تحت عناوين - حسب المحتوى الذي يجمعها وعادة ما تكون مرتبطة بأحداث أي غير ثابتة، أو مؤقتة (أخبار المعرض - أخبار المهرجان).

٣- أخبار توضع في إطار تقارير أو قصص إخبارية (أخبار جانبية - خلفيات).

٤ - باب اخباري (قد يسمى فهرس اخباري News Index عام في الصفحة الأولى في بعض الصحف).

١. ٢. ٨. عناوين الخبر الصحفي

العنوان هو سطر أو مجموعة سطور تقع أعلى مقدمة الخبر، وتشكل خلاصة مركزة له، وقد يتكون من سطر واحد أو عدة سطور، وقد ينشر على عمود واحد أو يمتد على أكثر من عمود.

وفي بعض أحيان يكتب المحرر العنوان بمجرد تجمع تفاصيل الخبر لديه، فيسجله قبل أن يبدأ في تحريره، وفي أحيان كثيرة يكتبه بعد أن يفرع من عملية التحرير، حيث يسجل عنواناً أو أكثر ثم يفاضل بينها.

وقد يقوم قسم المراجعة أو المحرر المسؤول عن الأخبار بإعادة تحرير العنوان أو يختار عنواناً آخر في إطار عملية مراجعة الخبر وإعادة صياغته.

وبجب التأكيد هنا على أن كتابة العنوان تتم وفق قواعد أصول مهنية متفق عليها، إلا أن هناك مساحة تتوفر للابداع الشخصي حسب حالة الخبر وظروفه ومضامينه ومهارة المحرر.

ويرى الأستاذ جلال الدين الحماصي أن حكم القارئ على الخبر أو الموضوع يتكون بمجرد قراءته للعنوان الذي يقدم له فكرة عن مضمون المادة التي يحتويها ويحرك فيه شهية القراءة، وذلك لأن البحث عن عنوان من كلمات قليلة، هو أمر بالغ المشقة ويحتاج إلى مهارة فائقة، لا في اختيار الألفاظ فحسب، وإنما لكي تأتي هذه الكلمات محققة للمبادئ المهمة التي يجب أن يستند إليها عنوان الخبر أو الموضوع من جهة، ولكي تجذب القارئ إلى قراءة المقدمة ومنها إلى بقية الموضوع من جهة ثانية.

ويحدد الأستاذ جلال الدين الحماصي ثلاث سمات للعنوان الجيد هي: الجاذبية، الدقة، الاختصار.

ويهدف العنوان إلى تحقيق الوظائف التالية:

- ١ - إعطاء تقرير سريع وخاطف عن محتوى الخبر
- ٢ - جذب انتباه القارئ إلى خبر ما.
- ٣ - إعطاء قيمة للخبر حسب حجمه وموقعه.
- ٤ - التركيز على زاوية ما في الخبر.
- ٥ - تجميل الصفحة.

١. ٢. ٩ أنواع العناوين

هناك أربعة أشكال للعناوين، التي تستعملها الصحف بعامة وفي المادة الخبرية بشكل خاص وهي:

١- العنوان الرئيسي (المانشيت)

وهو العنوان الرئيسي للجريدة، يتصدر صفحتها الأولى، ويختص بأهم خبر في ذلك اليوم، وحتى في الصفحات الداخلية، يحتل كل صفحة موضوعاً رئيسياً تكون عناوينه بمثابة مانشيتات رئيسية لهذه الصفحة، تبرز أهم ما في الموضوع من مضامين، لكن المتعارف عليه هو أن مصطلح مانشيت يعنى المانشيت الرئيسي للجريدة ويحتل رأس الصفحة الأولى، ويتم اختياره حسب سياستها ومواقفها وانتهااتها، أو وجهة نظرها السياسية.

٢- العنوان التمهيدي

وهو عنوان يسبق العنوان الرئيسي للخبر، ويمهد له سواء كان مانشيت أو من عناوين الأخبار الداخلية، وحروف العنوان الفرعي تكون أقل حجماً - بنط أصغر- من حروف كلمات العنوان الرئيسي الذي يتبعه والذي قد يتكون من سطر واحد أو سطرين.

والى جانب وظيفته الجمالية حيث يخفف المساحات السوداء في الصفحة فان للعنوان التمهيدي وظيفة موضوعية في الدرجة الأولى، فبدونه قد يفقد العنوان كثير من حيويته وتأثيره وربما مضمونه.

٣- عنوان الخبر العادي

وهو العنوان الخاص بأي خبر غير الأخبار الرئيسية وتنطبق عليها الشروط نفسها.

٤- العنوان الفرعي

وهو الذي يوزع بين فقرات القصة الإخبارية معلنا عن ابرز ما في الفقرة من مضمون في إشارة مختصرة تتراوح كلماتها ما بين كلمة واحدة إلى ثلاث كلمات.

وهو يعطي القارئ فرصة لالتقاط الأنفاس بين الفقرات ويزيد من درجة اهتمامه بقراءتها وينقله ذهنياً على ما سيأتي بعد انتهائه من قراءتها، فضلاً عن أنها تقوم بتجزئة القصة الخبرية وتقلل من إحساس القارئ بأنه أمام مادة تحريرية مكدسة، إلا أنها تزيد من توضيح ما جاء في العناوين الفرعية والرئيسية، وغالباً ما تكون حروفها بينظ أكبر قليلاً من بنظ القصة الخبرية، أحياناً يكتفي بترك مساحة بيضاء فوقها وتحتها حتى لا تضيق بين الفقرات، وفي كل الحالات يجب العناية باختيار العناوين الفرعية، بنفس درجة العناية باختيار باقي العناوين.

وهناك مجموعة من القواعد ينبغي مراعاتها عند كتابة العنوان تشمل:

- ١- الاختصار والتركيز.
- ٢- رواية الخبر بدقة وموضوعية، والبعد عن الرأي.
- ٣- تضمين العنوان فعلاً على ألا نبدأ به العنوان والأفضل أن يكون في صيغة المضارع أو المستقبل، وفي صيغة المبني للمعلوم.
- ٤- عدم تكرار جملة أو كلمة في العنوان.
- ٥- عدم استعمال الاختصارات (للأسماء والأماكن) إلا إذا كانت شائعة وعدم استخدام الأسماء غير المعروفة في العنوان.
- ٦- الابتعاد عن الغموض.
- ٧- عدم قطع جملة واحدة على سطرين، ويفضل أن يكون كل سطر من سطور العنوان - في حالة تعددها - مستقلاً عن الآخر.
- ٨- تجنب عناوين النفي.
- ١٠ - تجنب استخدام المجاز.

١١ - أن يكون العنوان مطابقاً لمضمون الخبر.

١٢- تجنب الكلمات الاحتمالية.

أ- المقدمة

عبارة عن الجملة أو فقرة مركزة دقيقة جذابة ومشوقة تلخص الخبر أو بعض زواياه المهمة، وقد تجيب على كل أو بعض الأسئلة الستة المعروفة (ماذا- من- متى- أين- لماذا- كيف) وهناك عدة أنواع للمقدمات:

١- مقدمة الاسم.

٢- مقدمة الشيء.

٣- مقدمة الزمان.

٤- مقدمة المكان.

٥- مقدمة السبب.

٦- مقدمة الكيفية أو الأسلوب الذي تم به الحدث.

وهناك عدة أشكال أخرى للمقدمات أبرزها:

أ- المقدمة الساخنة التي تحشد جميع عناصر التشويق في الجملة الأولى منها.

ب- مقدمة التصوير أو التعبير، وتسعى لرسم صورة حية للشخص الرئيسي في القصة الإخبارية.

ج- مقدمة المقارنة أو التباين أو التناقضات، التي يعقد من خلالها المحرر مقارنات بين الأضداد ومفارقات بين الكبير والصغير، والملهاة والمأساة والماضي والحاضر.

د- مقدمة التساؤل، وتتضمن مجموعة من التساؤلات يتم الإجابة عليها في جسم .

ه- مقدمة الاقتباس، وتعتمد على اقتباس فقرة مهمة من تصريح لمصدر الخبر.

و- مقدمة الوصف، وتعنى بوصف يشرح الجو الذي وقع فيه الحدث.

ز- مقدمة الخطاب المباشر، وفيه يوجه المحرر الكلام إلى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية والتجاوب.

وهذا لا يمنع من أن إمكانيات التجديد والابتكار المستمر مفتوحة أمام أي محرر في كتابة المقدمة.

ب- فقرة الربط

وهي الفقرة التي توجد- غالبا- بين المقدمة وجسم الخبر وتخدم غرضا أو أكثر من الأغراض التالية:

١- تكملة بعض البيانات الأساسية التي قد لا يكون لها مكان في المقدمة.

٢- إفساح المجال لتسجيل تصريح منسوب إلى شخصية ما.

٣- تفسير واقعة من وقائع الخبر.

٤- تلخيص ما سبق حدوثه في فترة سابقة في حالة أخبار المتابعة، وقد

توضع هذه الفقرة داخل المقدمة فتسمى Tie in وقد توضع بعد

المقدمة فتسمى Tie back.

ج - جسم الخبر

وقد يتضمن جسم الخبر مجموعة من الحقائق أو الوقائع المترتبة حسب أهميتها أو خطورتها أو حسب ترتيبها الزمني أو مزيج من الأحداث والوقائع. وقد يكون جسم الخبر عبارة عن ملخص يتبعه فقرة اقتباس فملخص يتبعه فقرة اقتباس... الخ.

د - التقرير الصحفي

التقرير فن يقع ما بين الخبر والتحقيق ويقدم مجموعة من المعارف والمعلومات حول وقائع معينة ويقوم بعرض الخبر وتفاصيله مع خلفيات ويتناسب مع التغطية التفسيرية ويبرز جوانب معينة ويمكن من تقديم الخلفيات التاريخية ويمكن للتقرير ان يصل إلى أحكام واستنتاجات عكس الخبر ويخضع التقرير لأهمية الحدث وهو متجدد وليس له مساحة ثانية ويستطيع المحرر ان يبرز فيه ذاتيته التقرير يختلف عن الحديث الصحفي والاستطلاع الحديث الصحفي ينقسم إلى حديث موضوع حديث شخصية كما ان الاستطلاع ليس فناً صحفياً قائماً بذاته وإنما هو مكمل للفنون الصحفية الأخرى.

هـ - الحديث الصحفي Interview

وهو عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين محرر صحفي أو أكثر وبين شخصية أو أكثر للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق حول بعض الأحداث أو القضايا أو الموضوعات أو التعرف على وجهات نظره أو آرائه في أمور تشغل الرأي العام أو لالقاء الضوء على ملامح هذه الشخصية وتعريف القراء بها أو لتسلية القراء وامتاعهم عن طريق سرد الاحداث الطريفة أو الخفيفة أو كل هذه الأهداف معا.

والحديث أو المقابلة قد يكون وسيلة أو أسلوباً أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات للعديد من الأشكال الصحفية الأخرى كالأشكال الخبرية وكذلك للتحقيق الصحفي، وأشكال مادة الرأي، وهناك مقولة شهيرة في الأوساط الصحفية هي: «الاحاديث تصنع الاخبار Interviews make news» .

أما الحديث الصحفي - الذي نتعرض له هنا - فنعني به نشر المادة الصحفية التي تم الحصول عليها عن طريق المقابلة الشخصية أو التليفونية - وأحياناً تعد أسئلة مكتوبة وتترك للمتحدث معه أو ترسل له - في شكل صحفي مستقل هو الحديث الصحفي .

الخطوات التي تمر بها عملية اعداد الصحفي :

أولاً: اختيار الشخصية: ويراعى عند اختيار الشخصية التي يجرى معها الحوار ما يلي:

١- أن تكون شخصية مهمة أو معروفة أو مشهورة، أو جعلت منها الأحداث أو الظروف شخصية مهمة.

٢- أن يكون الموضوع الذي نتحدث فيه الشخصية قيماً ومهما بالنسبة لقراء الصحيفة التي تنشر هذا الحوار.

٣- مراعاة أن يتم اختيار الشخص المناسب للحديث في موضوع الحوار سواء أكان متخصصاً أو مسؤولاً أو مواطناً عادياً، وتجنب - قدر الامكان - اختيار الشخصيات المستعدة دائماً لأن تتحدث في أي موضوع.

٤- المقارنة بين الشخصيات القادرة على الحديث في الموضوع نفسه لاختيار الشخصية التي تعرف أكثر عن هذا الموضوع أو الأقرب إليه أو الأقدر على أن تضيف فيه جديدا ومهما لقراء الصحيفة، وتتدخل السياسة التحريرية للصحيفة في عملية الاختيار.

ثانيا: اجراء دراسة تمهيدية استطلاعية حول الموضوع الذي يدور حوله الحوار للتعرف على جوانب هذا الموضوع، وذلك من خلال مصادر المعلومات الخاصة بالصحفي (الارشيف الخاص به أو مكتبته الخاصة أو اتصالاته الخاصة) أو مصادر المعلومات الخارجية (مراكز او أقسام اوبنوك المعلومات) ويفيد ذلك في الجوانب التالية:

١- مساعدة المحرر الصحفي في صياغة الأسئلة المحددة المعتمدة على المعلومات الدقيقة لا الأسئلة العامة غير المحددة التي يغلب عليها الطابع الانشائي في ترتيبها.

٢- اختيار جوانب وأبعاد وزوايا لم تسبق معالجتها في موضوعات صحفية أخرى مما يجعل الحديث يشكل اضافة جديدة للقارىء لا تكرارا مملا لما سبق ان تناولته صحف اخرى أو محررون صحفيون آخرون.

٣- مساعدة المحرر الصحفي في معرفة ما يريد الحصول عليه بدقة.

٤- مساعدة المحرر الصحفي في ادارة الحوار والمناقشة بحيث لا يبدو جاهلا أو مجرد متلق فقط أو جهاز تسجيل يطرح اسئلة ويسجل اجابات دون أن يكون له دور ايجابي في إثارة نقاط جديدة تثري الحوار وتجعله أكثر حيوية، كما أنها تعد بمثابة المحك أو المعيار الذي يتأكد المحرر الصحفي من خلاله من دقة المعلومات التي قد

يطلعها المتحدث معه و يستطيع المحرر الصحفي أيضا أن يستعين ببعض هذه المعلومات والبيانات كخلفيات وكمادة خصبة عند صياغة الحوار في شكله النهائي مما يزيد من استفادة القارىء.

٥- ادراك المتحدث معه أن المحرر الصحفي على دراية بالموضوع يجعله يدخل في أعماق الموضوع لا أن يكتفي بطرح مجرد معلومات حوله. ثالثا: الاستعانة بالمعلومات المتوفرة حول شخصية المتحدث معه وسيرته الشخصية ومؤهلاته وخبراته والوظائف التي تقلدها وآرائه السابقة وتصريحاته وذلك من خلال الاستعانة بالأرشيف الخاص به في قسم المعلومات الصحفية- ان وجدت، أو محاولة جمع بعض المعلومات من المصادر الاخرى الحية وغير الحية، المتصلة به، وتفيد هذه العملية في تحقيق ما يلي:

١- فهم شخصية المتحدث معه، والمدخل المناسب لها، مما يعين المحرر الصحفي في ادارة الحوار معه بشكل ناجح.

٢- التعرف على أفكاره السابقة وتصوراته حول الموضوعات والقضايا المختلفة وكذلك الموضوع أو القضية موضوع الحديث، مما يساعد في صياغة الأسئلة وادارة المناقشة ودراسة مدى الاتفاق أو الاختلاف في هذه الآراء وأسبابه، وهل حدث هذا نتيجة لتطور طبيعى أم لاختلاف موقع المتحدث معه.

وفي هذا المجال قد يكون مفيدا الاطلاع على ملف الصور الخاصة بالمتحدث معه اذا كان ذلك متوفرا لاسيما اذا لم تكن هناك معرفة سابقة بين الصحفي والمتحدث معه، فالصور قد تعطي المحرر الصحفي انطباعات معينة عن شخصية المتحدث، وان كانت

ليست بالضرورة صحيحة، كما قد يعفيه من الحرج الذي قد يقع فيه إذا ذهب الى المتحدث معه وهو لا يعرف ملامحه على الأقل.

رابعاً: تحديد الأسئلة واعدادها وترتيبها: في ضوء أهداف الحديث المحددة وبالإستعانة بالدراسة التمهيديّة التي لكل الكتابات أو الاحاديث السابقة للمتحدث معه والتي سبق نشرها حول موضوعه يتحدد المضمون أو النقاط الرئيسية والفرعية التي سيتناولها الحديث، وفي بعض الأحيان يكتبني المحرر الصحفي بهذه النقاط كمؤشرات يدير حولها الحوار بحيث يكون هناك حرية أكبر في الحوار والمناقشة ولكن الأفضل في معظم الحالات أن يتم ترجمة كل نقطة من هذه النقاط الى مجموعة من الأسئلة المحددة ويراعى عند صياغة الأسئلة ما يلي:

١- تجنب الاسئلة التي قد توحى بأجابة معينة وخاصة في حالة اسئلة الرأي والتي لا تفيد في معرفة الرأي الحقيقي للمتحدث معه.

٢- الابتعاد عن الاسئلة التي تحتمل الاجابة بنعم او لا مثلاً خاصة مع نوعية من المصادر التي تتسم بانها قليلة التحدث مع الصحف بطبيعتها او لديها رغبة التهرب من الاجابة على نوعية معينة من الأسئلة.

٣- عدم تعرض السؤال الواحد لأكثر من موضوع بحيث يتضمن السؤال فكرة واحدة أو نقطة قائمة بذاتها.

٤- الابتعاد عن الاسئلة الطويلة التي قد تدفع المتحدث معه الى الملل، أو تجعله عاجزاً عن فهم المطلوب بشكل محدد.

٥- تجنب الاسئلة الغامضة أو غير الواضحة أو غير المحددة.

٦- عدم صياغة الاسئلة بأسلوب استفزازي أو هجومي أو ساخر أو مثير للشك أو بصورة يبدو فيها أن المحرر الصحفي يتخذ موقفا مسبقا من المتحدث معه أو من الموضوع الذي يسأل عنه.

٧- استخدام الاسلوب غير المباشر في الاسئلة الذي قد يجد المتحدث معه حرجا في الاجابة عليها خاصة اذا كانت الاسئلة عنها مباشرة.

٨- تجنب توجيه أسئلة حول موضوعات لا تدخل في دائرة تخصص أو مسؤولية المتحدث معه، فطرح مثل هذه الأسئلة قد يدفعه اما للتهرب من الحوار كلية، أو الاضطرار للخوض في مجالات وموضوعات لا يعلم عنها الكثير، وهذا كله يضعف الحوار ويقلل من قيمته.

٩- ترتيب الاسئلة، بحيث يقود كل سؤال للآخر، ويكمل كل منها الآخر، بحيث لا يعود الصحفي للسؤال حول نقطة متصلة بموضوع فرعي معين سبق أن سئل عنه من قبل.

خامسا: الاستعداد لاجراء الحديث او المقابلة الصحفية او الحوار: لا بد ان تتم المقابلة - كما سبق الاشارة - بناء على خطة تحدد فيها الاهداف التي يسعى المحرر الصحفي لتحقيقها من وراء هذا الحديث سواء كانت الحصول على معلومات او بيانات او حقائق أو التعرف على آراء أو وجهات نظر معينة أو القاء الضوء على ملامح الشخصية وأبعادها المختلفة وتطورها وظروف حياتها واسهاماتها المختلفة الفكرية والاجتماعية والانسانية والسياسية. وفي هذه المرحلة ايضا لا بد من تحديد المكان المناسب للمقابلة مع مراعاة ان يكون هذا المكان ملائما لكل من المحرر الصحفي والشخص الذي يجري معه الحوار بقدر الامكان وايضا تحديد الموعد المناسب لاجراء المقابلة.

ويتوقف نجاح المحرر الصحفي في ادارة الحديث على:

١- ما يملكه من مهارات اتصالية تجعله قادرا على كسب ثقة من يجري معهم أحاديث ويتحقق هذا من خلال ادراكه ان لكل انسان المدخل المناسب له الذي قد يختلف بل إنه يختلف بالضرورة عن آخرين، كما أن هذه المهارات تفيده في تهيئة الجو النفسي المناسب والملائم لاجراء الحوار في جو ودي وفي ادارة الحوار والطريقة التي يتبعها في القاء الاسئلة خاصة ما قد يكون منها محرجا أو حساسا وفي سرعة التصرف في الظروف المختلفة، ورغم أن جزءا من هذه المهارات قد تكون فطرية، الا أن الصحفي يمكن أن يطور وينمي مهاراته الاتصالية بالتدريب المستمر.

٢- تمكن المحرر من أدواته الصحفية مثل دراسة موضوع الحوار دراسة جيدة، وكذلك دراسة الشخصية التي يجري معها الحوار واستيعابه الكامل للسياسة التحريرية ومتابعته وملاحظته للأحداث الجارية وقضايا الساعة ومهاراته الفنية التي يصقلها دائما بالممارسة والدراسة وملاحقة التطورات الجديدة في مجال الفن الصحفي.

٣- الظروف المكانية والنفسية التي يتم فيها اجراء المقابلة مثل (منزل المتحدث معه - مكان عمله - مكان عام) حالة المتحدث معه النفسية (قد يكون متوترا أو منفعلاً أو غاضباً) وكذلك حالته الصحية، فقد يكون ثقیل السمع مثلاً أو مريضاً، الصورة الذهنية لدى كل من الصحفي والمتحدث معه عن الآخر ولو كان كلاهما لا يترجم هذه الصورة في شكل تعبيرى مباشر.

وعلى المحرر الصحفي ان يسعى لخلق أفضل جو ممكن للمقابلة يسمح للمتحدث معهم بحرية ابداء آرائهم وطرح معلوماتهم وهذا يتطلب منه أن يتعلم كيف يستمع الى ما يقال جيداً ويعطي الفرصة للآخرين للتعبير عن وجهات نظرهم ومن الأمور التي تساعد على ذلك ايضاً أن يكون المظهر الخارجي للصحفي بسيطاً غير مغال فيه وان يبدو متواضعاً وأن يظهر للمتحدث معه بشكل دائم احترامه وعدم تحيزه، والتحيز لا يكون مقصورياً فقط على الاتجاه السياسي، بل قد يكون التحيز خاصاً بالمستوى المعيشي للمتحدث معهم أو آرائهم أو معتقداتهم أو اتجاهاتهم.

سادساً: اجراء الحوار: يجب أن يذهب المحرر الصحفي الى المتحدث معه في المكان والموعده المحدد اللذين تم الاتفاق عليهما، والالتزام بالموعد هنا من العوامل التي تجعل المتحدث معه يثق في الصحفي ويحترمه.

وفي بداية اجراء الحديث، على المحرر الصحفي أن يمهد الجو المناسب الذي يسمح بأن تبدو عملية طرح الاسئلة تلقائية طبيعية، ويستحسن في هذه الحالة ألا يبدأ في القاء الاسئلة مباشرة، بل قد ينتقي موضوعاً عاماً أو مشتركاً بينهما أو موضوعاً طريفاً أو موضوعاً يشكل اهتماماً خاصاً أو شخصياً للمتحدث معه ليدير حوله حواراً قصيراً ويتوقف اختياره لهذا الموضوع على مهارته وعلى فهمه لما يجعل المتحدث معه يتخلص من التوتر الذي قد يشوب عملية اجراء الحديث ويشعر بالاطمئنان والارتياح للصحفي وبمجرد أن يدرك الصحفي أن هذا قد تحقق فعلاً عليه أن يبدأ بطرح أسئلته الخاصة بموضوع الحديث.

وهناك مجموعة من الأمور التي قد يفيد مراعاتها أثناء طرح الاسئلة

منها:

١- ان يكون المحرر الصحفي هادئا متزنا يطرح اسئلته بصوت واضح .

٢- البطء في القاء السؤال بالدرجة التي تسمح للمتحدث معه بمتابعة الصحفي وفهم سؤاله، وينبغي هنا ألا يعتمد الصحفي على القاء الاسئلة من الورقة التي أعدت فيها، بل عليه ان يكون مستوعبا للاسئلة ثم يلقيها بعد ذلك من ذاكرته.

٣- القاء سؤال واحد في كل مرة.

٤- الانصات للمتحدث معه بشكل جيد واعطاؤه الوقت الكافي للجابة، بل انه قد يكون من الأفضل الانتظار لدقيقة بعد أن ينتهي المتحدث معه من اجابته حتى يعطيه الفرصة للاضافة اذا أراد، وليشعره أنه يتوقع المزيد.

٥- عدم مقاطعة المتحدث معه أثناء اجابته حتى ولو كان المتحدث معه من النوعية التي تحب ان تتحدث طويلا وكثيرا خارج موضوع الحديث عن ذكرياتها وتجاربها وخبراتها وانجازاتها، فمهارة الصحفي هنا أن يشعر المتحدث معه أنه مهتم للغاية بمتابعة حديثه والاستفادة من تجاربه وذكرياته، وفي الوقت نفسه يسعى بلباقة وبطريقة رقيقة مهذبة الى أن يربطه مرة أخرى بموضوع الحديث الأساسي، وألا يظهر امتعاضا أو نفاذ صبر أو عدم ارتياح اذا أطل المتحدث معه أو كرر نفسه حتى لا يؤثر هذا على الجو النفسى للمقابلة وألا يحاول فرض حكمه أو آرائه على المتحدث معه، وألا يحاول ملاحظة تعبيرات وجه المتحدث والتغيرات التي قد تحدث في نبرات صوته وغير ذلك من الاستجابات السلوكية ذات الدلالة.

٦- تجنب القاء الاسئلة باسلوب الاستجواب أو التحقيق البوليسى .

٧- تجنب المحرر الصحفي اكمال الجمل للمتحدث معه حتى لو لاحظ ان الشخص يتلمس الكلمات بصعوبة لأنه قد يخطئ في ذلك مما قد يدفع المتحدث معه لاجراجه برأي مخالف أو التغاضي عن ذكر ما كان يقصده منها فعلا بهدف احراج الصحفي .

٨ - عدم الاسراف في التعاطف مع المتحدث معه .

٩- عدم اظهار المحرر الصحفي انبهاره أو استغرابه أو دهشته اذا قال المتحدث معه حقائق معينة لم يكن الصحفي يتوقعها، وان يكون متحفظا في اظهار شعوره نحو ما يسمع .

١٠ - ان يكون الصحفي شريكا فعالا في الحوار لا مجرد مستمع فقط او موجه للأسئلة، ولا مانع من أن يقوم بالتعقيب المناسب وابداء وجهة نظر معينة اذا تطلب الأمر .

١١- أن يكون الصحفي مرنا أثناء اجراء الحوار، فليس معنى ترتيب الاسئلة وتحديدها قبل اجراء الحوار أن يلتزم الصحفي بذلك التزاما كاملا وحرفيا فقد يجد أن اجابة المتحدث معه على أحد أسئلته يتطلب أن تتضمن اجابة المتحدث معه على سؤال كان ترتيبه متأخرا، وقد تتضمن اجابة المتحدث معه على سؤال معين اجابة عن سؤال آخر في الوقت نفسه فلا داعى لأن يكرر الصحفي القاء هذا السؤال مرة أخرى .

وهناك طريقتان لتسجيل نص الحديث الصحفي أو الحوار:

الطريقة الأولى: وهي الأفضل أن يتم تسجيل نص المقابلة أو الحديث باستخدام جهاز للتسجيل، مع ضرورة استئذان المتحدث

معهُ قبل ذلك، فبعض الأشخاص مازالوا يشعرون بالتوتر والرهبة إذا تكلموا أمام جهاز التسجيل مما قد يخلق حاجزا نفسيا قد يفقد الحديث الصحفي الكثير من المعلومات والآراء الجديرة بالاهتمام، بل قد تحد من حرية التعبير ويفقد الحوار جانبا من التلقائية المطلوبة، بل ان التسجيل أحيانا قد يدفع المتحدث معه الى الافتعال والتصنع، وان كانت هذه الطريقة تتميز بالدقة خاصة اذا ما أردنا أن نقل رأيا للمتحدث معه بنصه لا صياغته بأسلوب المحرر الصحفي الذي قد يغير في جوهر الرأي دون قصد أحيانا.

كما أن تفرغ الصحفي لادارة الحوار والمناقشة مع المتحدث معه تتيح له المشاركة الايجابية في الحوار وملاحظة تعبيرات المتحدث معه ونبرات صوته وهما أمران كما سبق الاشارة لهما دلالاتهما. وان كان من المفيد أن يصحب ذلك قيام المحرر الصحفي بتسجيل بعض النقاط المهمة اثناء الحوار، والتي قد تعينه كثيرا في صياغة الحوار غير أن عملية التسجيل تتطلب ايضا من الصحفي ان يتأكد قبل بدءالمقابلة من سلامة الجهاز وأنه يعمل بالفعل من خلال اجراء تجربة عليه ولا بد أن يحتفظ الصحفي معه ببعض البطاريات التي قد يضطر لاستخدامها بدلا من الكهرباء، كذلك عليه أن يحضر معه كميته مناسبة من شرائط الكاسيت الفارغة لاستخدامها اذا تطلب الأمر.

أما الطريقة الثانية: فهي الاعتماد على التسجيل في مفكرة أو أوراق خاصة بالمحرر الصحفي، وهذه الطريقة أصبحت مهجورة من جانب معظم الصحفيين لاحتياجها من الصحفي التفرغ الكامل

كما أنها قد تصرفه عن المشاركة بشكل ايجابي في المناقشة والحوار، فضلا عن أن النقل من التسجيل اليدوي في بعض الاحيان كما أشرنا - قد لا يكون أمينا عن قصد أو عن غير قصد.

سابعاً: تحرير الحديث الصحفي: وتتم هذه المرحلة بخطوات ثلاث هي:

١- التمهيد لصياغة الحديث في شكله النهائي من خلال:

أ- مراجعة المادة الصحفية التي تم الحصول عليها سواء أكانت آراء أو معلومات أو حقائق وبيانات للتأكد من أنها كاملة وليس هناك نقاط منها تحتاج لاستكمال من المتحدث.

ب- اعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث سواء أكانت صوراً فوتوغرافية أو رسوماً ساخرة أو تعبيرية أو توضيحية.

٢- اختيار الصيغة أو الاسلوب الذي يتناسب مع طبيعة موضوع الحديث والمادة التي تم الحصول عليها ليصاغ بها الحديث.

وفي هذا الصدد هناك عدد من الصيغ أو الأساليب منها:

أ- الطريقة التقليدية التي تقوم على سرد السؤال والاجابة عليه (س، ج)، وان كان يعيب هذه الطريقة أنها أحيانا قد تبعث على الملل وتبدو أقرب الى شكل التحقيق البوليسي، ورغم هذا فقد يكون استخدامها ضروريا في حالة ما اذا كان المحرر يخشى اساءة الفهم أو التفسير لبعض التصريحات التي تدلي بها بعض الشخصيات اذا ما صاغها بأسلوبه الخاص، وذلك في حالة الأحاديث التي تجرى مع كبار الشخصيات مثل الملوك

ورؤساء الدول أو الزعماء و القادة السياسيين والعسكريين كما أن هذه الطريقة تلائم المحرر الصحفي المبتدئ الذي مازال لم يكتسب بعد الخبرة الكافية التي تسمح له بأن يكون له أسلوبه المتميز.

ب - طريقة تعتمد على حذف نص الأسئلة التي طرحها الصحفي، مع صياغة اجابات المتحدث معه بأسلوب يفهم منه السؤال المطروح المحذوف، وتتطلب هذه الطريقة مهارة خاصة من الصحفي، بحيث يستطيع أن يضمن الاجابة ذلك.

ج - الاعتماد على اقتباسات من أقوال المتحدث معه يتخللها فقرات تربط بين هذه التصريحات قد تكون عن السيرة الشخصية للمتحدث عنه أو وصف للمكان أو الزمان أو الجو النفسي الذي دار فيه الحوار، بشرط أن تكون كل فقرة ربط تتصل بشكل أو بآخر مع طبيعة التصريحات التي تسبقها أو تتبعها. وتضفي هذه الطريقة حيوية على الحديث، وتجعل القارئ يشعر بالتجاوب والمشاركة مع الشخصية التي يجري معها الحوار.

د - المزج بين الاعتماد على اقتباسات من نص اقوال المتحدث معه حول موضوعات معينة والأقوال المصاغة بأسلوب المحرر الصحفي نفسه في جوانب أخرى ويفضل أن تكون الاولى خاصة بآراء للشخصية والثانية تتصل بمعلومات أو حقائق أو بيانات يوردها المتحدث معه.

هـ - أن يقوم المحرر بصياغة الحديث كله بأسلوبه الخاص في شكل سردي أقرب ما يكون للمقال، أو في شكل قصصي روائي

يبدو فيه تصاعد المواقف وذروة للأحداث أو حبكة أو حل
للحبكة الخ.

ويحتاج هذا أولاً أن يكون المحرر قد وصل الى درجة من الخبرة
الصحفية والتمرس جعلت له اسلوبه الصحفي المتميز، كما يتطلب
ثانياً أن تكون طبيعة التصريحات أو المعلومات والحقائق التي حصل
عليها المحرر الصحفي تسمح له باستخدام هذا الشكل، خاصة
في حالة استخدام الاسلوب الروائي الأقرب للقصة الأدبية وان
كان البعض يرى أن هذا قد يفقد الحديث الصحفي خاصية من
خصائصه المهمة وهي الاعتماد على الحوار الذي يضيف حيوية على
الحديث. وان كان استخدام هذا الشكل يحقق تنوعاً.

٣- تحرير الحديث اعتماداً على الصيغة التي تم اختيارها، وللحديث

اجزاء اساسية هي:

أ - العناوين الرئيسية.

ب - مقدمة الحديث.

ج - جسم الحديث.

د - الخاتمة.

وان كان المحرر الصحفي يبدأ تحرير الحديث الصحفي بالمقدمة فعلياً،

ثم باقى الاجزاء بعد ذلك.

وهناك عدة أشكال مختلفة لمقدمات الاحاديث الصحفية:

١ - مقدمة خبرية، تركز على خبر مهم أو تصريح جديد مهم جاء على

لسان المتحدث معه.

- ٢ - مقدمة تلخيصية، تلخص أهم الأفكار كالحقائق و المعلومات أو وجهات النظر التي طرحها المتحدث معه.
- ٣ - مقدمة الوصف، وقد تعتمد هذه المقدمة على وصف الاشخاص المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف المكان الذي دار فيه الحوار أو الجو النفسي للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.
- ٤ - مقدمة الحوار، و تعتمد على ابراز جزء مهم من الحوار الذي دار بين المتحدث معه و المحرر الصحفي.
- ٥ - المقدمة الاقتباسية، فتبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات مهمة مقتبسة بالنص كما وردت على لسان المتحدث معه.
- ٦ - المقدمة القنبلة، عبارة عن جملة واحدة قصيرة وموجزة ولكنها تباغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.
- ٧ - مقدمة التساؤل، وهي تطرح أهم الأفكار التي سيتناولها الحديث في شكل مجموعة تساؤلات بحيث يجيب جسم الحديث عن هذه الاسئلة.
- ٨ - مقدمة التباين أو التناقض، وتعتمد هذه المقدمة على ابراز التناقض بين بعض الأمور أو الوقائع أو الحقائق أو التصريحات أو المعلومات. وينبغي عند اختيار نوع معين من هذه المقدمات مراعاة أن يتناسب نوع هذه المقدمة مع طبيعة المادة الصحفية نفسها.

١٠. ٢. ١ تحرير العناوين الرئيسية

تحتاج صياغة العنوان الى مهارة وخبرة، بل وموهبة، وقدرة على استعمال الألفاظ الى جانب الثراء اللغوي الذي يتمكن معه المحرر من التقاط الكلمات المناسبة معنى ومساحة، وقد يحتاج الأمر الى اختيار بعض الألفاظ محددة الحروف لكي تعبر عن المعنى المطلوب.

فالمعضلة الاساسية فتحريـر العـنوان هـي كـيف يـمكن صـياغة عـنوان يـقول ما يريده المحرر في أقل عدد ممكن من الكلمات.

ولا يبدأ المحرر الصحفي في تحرير العنوان الا بعد الانتهاء من تحرير موضوعه ومقدمته، ذلك لأنه من الضرورة ربط المقدمة بالعناوين، لأن العنوان هو المدخل الى المقدمة.

ومن شروط العنوان الجيد:

- ١ - أن يجذب القارئ الى قراءة المقدمة لا يصرفه عنها نهائياً.
- ٢ - ألا يقول العنوان كل شيء بحيث يشعر القارئ بأنه لا أهمية لقراءة الموضوع نفسه.
- ٣ - تجنب الحشو اللفظي الذي يجعل من قراءة العنوان او العناوين عملية شاقة ترهق العين وتتداخل فيها الحروف أثناء القراءة ولذا ينبغي اختصار الالفاظ او الكلمات غير الضرورية.
- ٤ - عدم تكرار استعمال الكلمة نفسها في سطر العنوان نفسه.
- ٥ - العمل بقدر الامكان على أن يكون كل سطر من سطور العنوان مستقلاً بذاته، يحمل معنى متكاملًا، وفي حالة الاضطرار الى استكمال

- المعنى في سطرين ينبغي أن يجمعا من حجم واحد للحروف.
- ٦- في حالة العناوين التساؤلية ينبغي أن تكون هناك اجابات على هذه التساؤلات في جسم الحديث.
- ٧- عدم التكرار في أفكار العناوين.
- ٨- تجنب العناوين الغامضة.
- ٩- تجنب استخدام الألفاظ التي يمكن أن تنطق بصورتين مختلفتين وتعطي معنيين نظرا لأن حروف الطباعة قد لا يتم تشكيلها بل ينبغي اختيار الالفاظ القاطعة في النطق بما لا يحتمل الواحد منها نطقين.
- ١٠- أن يكون محددًا بحيث لا يعطي استنتاجا لا يتفق مع جوهر الحديث نفسه.

١. ٢. ١١. المقال الصحفي

المقال الصحفي هو أحد الأشكال الصحفية التي تستخدم في التعبير عن رأي أو فكرة أو قضية، وإبداء رأي محرره أو كاتبه أو رأي الصحيفة فيها، مشكلا اللبنة الأولى والأساس القوي في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا التي تطرحها الصحيفة بما يطرحه من تفسير وشرح وتحليل، وما يهدف اليه من اقناع وتوجيه.

وفي حدود التطورات الراهنة في صناعة الصحافة، ومتطلباتها المهنية ووظائفها واحتياجاتها ومنافستها للوسائل الاخرى، يمكن القول ان المقال كشكل صحفي له دوره المميز ووظائفه المحددة داخل الصحيفة كأحد أشكال مادة الرأي الى جانب رسائل القراء والرسوم الساخرة، ولم يعد

كما اشارت الى ذلك بعض تعريفات المقال انه شيء لم يكتمل أو تجربة أولية ولا يحتاج الى تمحيص أو تدقيق أو تعمق، فذلك هو ما يمكن أن ندرج تحته نوعا واحدا من المقالات وهو المقال الأدبي أو مقال الخواطر والاعترافات، وكذلك مقال اليوميات، أما باقي انواع المقال فهي أقرب أشكال التحرير الصحفي الى البحث والدراسة، ووفقا لبعض تعريفات المقال مثل تعريف قاموس اكسفورد للمقال بأنه انشاء كتابي معتدل الطول في موضوع ما، وهو دائما ينقصه الصقل، مما يجعله يبدو احيانا غير مفهوم أو منظم، لا بد ان تخرج من دائرة المقال الصحفي كتابات مثل مقالات محمد حسنين هيكل، وأحمد بهاء الدين، ومكرم محمد أحمد، وأبراهيم سعده، وفهمي هويدي، وعبد الله كمال، كرم جبر، عمرو عبد السميع، عبد القادر شهيب، انور الهوارى، مصطفى بكري، صلاح قبضايا، سلامة أحمد سلامة، أنيس منصور، (من مصر) وميشال ابو جودة، وغسان تويني، وفؤاد مطر، وجهاد الخازن، وغسان الإمام (من لبنان)، ومحمد الرميحي (من الكويت)، ورضا لاري، ومشعل السديري (من السعودية)..

فقد أصبح المقال الآن من حيث المضمون وكذلك من حيث اسلوب المعالجة شكلا صحفيا هو الأقرب الى البحث أو الدراسة العلمية التي تحلل حدثا أو ظاهره أو قضية أو فكرة بهدف عرضها أو تفسيرها أو الاقناع بها أو تحليلها الى أبعادها المختلفة، أو النقد المتكامل لأركانها، أو البحث في خلفياتها وجذورها ودوافعها، وكذلك استشراف المستقبل، والبحث أو الدراسة العلمية التي تعتمد على المعلومات الدقيقة الموثقة أولا وأخيرا، وعلى التفكير أو المنهج العلمي في وضع خطة البحث وفي جمع المعلومات وتحليلها والوصول الى خلاصات منها.

لذا يحتاج إعداد المقال الآن الى بذل جهد في جمع مادته: قد يكون جهدا مكتيبيا من خلال مركز أو قسم المعلومات الصحفية داخل الجريدة، أو جهدا ميدانيا أحيانا من خلال الاتصال بالمصادر الحية، قد يفوق الجهد المبذول في اعداد المادة الاخبارية أو المادة التفسيرية والاستقصائية (الأحاديث والتحقيقات)، حيث يتطلب المقال الناجح والمقنع ان يكون مبنيا على المعلومات الموثقة والبيانات الدقيقة الى جانب الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية توضيحية كانت ام تعبيرية التي تزيد من وضوح جوهر المضمون وتعمقه.

أنواع المقال الصحفي

أ- المقال الافتتاحي Editorial

وهو مقال رأي تنشره الجريدة في صفحة الرأي editorial page وأحيانا في الصفحة الأولى، أو صفحة داخلية حسب تبويب الصحيفة، تعبر فيه الصحيفة عن آرائها ومواقفها من قضية راهنة، او مادة نشرتها أو تنشرها الصحيفة او صحف أخرى، أو موقف أو حدث أو قضية مثارة، وينطق بلسان الجريدة، ويحمل اسمها، وترجع أهمية هذا النوع من المقالات الى أنها تعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريري، وانحيازها تجاه قضية من القضايا ورؤيتها لتداعيات الأحداث.

أي أنه يمكن القول ان المقال الافتتاحي هو: « تعبير موضوعي عن رأي الصحيفة تدعمه الحقائق والأدلة والاحصائيات في أهم احداث اليوم التي تمس مصالح اكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم وتدفعهم الى العمل على تنمية المجتمع وترقيته».

أنواع المقال الافتتاحي

وهناك تصنيف للمقال الافتتاحي اشار اليه شيلتون بوش في كتابه «كتابة الافتتاحية والتفكير فيها» حيث ينقسم في رأيه وفقا للهدف الى:

١- المقال الافتتاحي الشارح: وهو الذي يفسر الاخبار او الأحداث ويجلي أبعادها ويفترض فيه ان يلتزم بالموضوعية فلا يتبنى آراء مسبقة وانما تقتصر مهمته على شرح الاخبار فقط.

٢- المقال الافتتاحي النزالي: وهو المقال الذي ينطلق من آراء مسبقة يريد كاتب المقال ان يحمل القارىء على اعتناقها مستخدما اسلوب النزاليات الذي يمتلئ شجب الآراء المخالفة وفقا لذلك المنطق الخطابي.

٣- المقال الافتتاحي المتنبىء: وهو الذي يقوم بما يشبه عملية استكشاف للتنتائج المتوقعة والتي يمكن حدوثها في المستقبل وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث وادراكه لطبيعة القوى التي تحكمه فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم في المستقبل ومثل هذا المقال تنشره الصحيفة متى كانت واثقة من معلوماتها وقدرتها على فحص الأحداث والاتجاهات التي تسفر عنها الايام.

وتشكل المقالات الافتتاحية العنصر أو المكون الرئيسي لصفحة الرأي اضافة الى مكونات اخرى سنعرض لها بالتفصيل فيما بعد، وهي لا تحمل توقيع محرر او كاتب بل اسم الجريدة (أو المجلة)، وعادة ما يكون لها عنوان ثابت (كلمة اليوم) (رأي الأهرام)، وموقع ثابت، ومساحة شبه ثابتة، وقد يكون مقالة واحدة تعالج موضوعا واحدا، او عدة مقالات (اثنين او ثلاثة) تعالج اكثر من موضوع.

ويتميز المقال الافتتاحي عن غيره من انواع المقالات بالسماة التالية:

١- ان كاتب المقال الافتتاحي ملزم بالتعبير عن سياسة الصحيفة، بينما كاتب المقال الصحفي: التحليلي او المقال النقدي أو المقال العمودي ليس ملزما بذلك وان كان لا يستطيع مناقضة السياسة التحريرية للصحيفة.

٢- لا يوقع المقال الافتتاحي باسم كاتبه باعتبار أنه يمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها وليس محررا بعينه، اما المقالات الصحفية الاخرى فهي تنسب الى كاتبها.

٣- للمقال الافتتاحي مكان ثابت في الصحيفة وعنوان ثابت، كما أنه ينشر بانتظام، ويتفق معه في ذلك العمود الصحفي فقط (وبعض انواع المقالات التحليلية لكبار الكتاب التي تنشر بشكل منتظم في احد ايام الاسبوع مثلا)، اما باقي المقالات التحليلية والنقدية فليس لها مكان ثابت ولا تنشر إلا وفق رغبة ومقدرة كاتبها.

٤- إن كاتب المقال الافتتاحي ينبغي ان يتسم بالقدرة على الكتابة الاقناعية Persuasive اكثر من الكتابة الاعلامية Informative.

ب- المقال القائد Leading Article

وهو نوعية من المقالات التي يكتبها عادة كبار الكتاب وخاصة رؤساء التحرير وكبار محرري الجريدة، وبعضها له عنوان ثابت (بهدوء) (بصراحة) (الموقف السياسي) وموعد ثابت (اسبوعي، يومي، يومان في الاسبوع)، أو ينشر فقط في مواجهة حدث من الاحداث أي ان طبيعة الاحداث هي التي تفرض نشره.

ويطلق على هذا النوع من المقالات المقالات القائدة - لأنها تقود أفكار القراء وتدفع بهم الى الفهم الكامل لما تناولته، او تقودهم نحو اتجاه فكري او سياسى معين، لان كاتبها يفترض - من قادة الفكر الصحفي في حدود الجريدة او المجلة التي تنشر هذا المقال، وهي موقعة لان اسم كاتبها - وهو هنا اسم رئيس التحرير مثلاً - يذيلها بعكس المقالات الافتتاحية.

وهناك اكثر من وظيفة لهذا النوع من المقالات ابرزها:

١- القيام بمهمة المقال الافتتاحي بالنسبة للجرائد والمجلات التي لا تنشر المقالات الافتتاحية والتي درجت على ذلك لاي سبب من الأسباب.

٢- بالنسبة للجرائد والمجلات التي درجت على نشر مقالات افتتاحية يومية وبانتظام، فإنه يمثل في ايام نشره دور «المقال الافتتاحي الثانى للصحيفة».

٣- يعطى فرصة للصحيفة لكي تعرض وجهة نظر ثانية او رأياً آخر أو موقفاً جديداً، مما يضاعف من بروز جانب الرأي في الصحيفة، ويعمل على استقطاب انظار وفكر قراء جدد لهم اهميتهم ومسؤوليتهم الفكرية المرتفعة.

٤ - يقدم لرئيس التحرير فرصة للتعريف بمرئياته ونظراته الخاصة الى الأحداث دون تأثر كامل بسياسة الصحيفة أو خطتها العامة. وحيث يكون هذا المقال في احيان كثيرة مثلاً للرباط القائم بين رئيس التحرير ككاتب، وبين قرائه.. ومن هنا ووسط مشاغل هؤلاء التي قد لا تتيح لهم كتابة انواع المقالات الاخرى نجد حرص رؤساء التحرير البالغ على كتابته كلما اتاحت لهم الفرصة الى ذلك.

٥ - وهو يقدم ايضا للرئيس التحرير فرصة الدفاع عن آرائه، ورد الهجوم الذي يكون قد تعرض اليه من كاتب آخر، أو صحيفة اخرى، أو حزب معين، مع ملاحظة ان هذا الهجوم والرد لا يتناولان الأمور الشخصية، حيث لا يجوز ذلك، وانما المسائل السياسية واهتمامات الجمهور وحركتها بشكل عام.

٦ - وهو يخدم المسار الديمقراطي ويدعمه بما يقدمه من أفكار وما يعرضه من آراء وما يتناوله من امور، خاصة بالنسبة للصحف في البلاد النامية، حيث تكون المقالة الافتتاحية في اغلب الاحوال موجهة، بشرط ان يستخدم رئيس التحرير حقه الكامل في الاعلان عن افكاره وآرائه، حيث تصطدم الآراء وتتعارض، وتتألف وتتنوع بما يخدم التجربة الديمقراطية ويدعم حق المواطن في ان يعرف ما يدور في مجتمعه.

٧ - وبعضها قد يؤدي وظيفة «منطاد الاختبار» او بالوناته التي تطلق في الجو، وهي هنا تؤدي وظيفة قياس مدى استجابة القراء وانعكاساتهم بشأن قرار ينوي المسؤولون اتخاذه، او قانون ينوي إصداره، او اجراء هام يفكر المسؤولون فيه، ويريدون معرفة نظرة الناس اليه، وواضح ان ذلك يتم بالنسبة لصحف البلاد النامية، التي قد تحقق مثل هذه الاتجاهات بعض النتائج المستهدفة في أوساطها المتواضعة المستوى «سياسيا».

٨ - المشاركة الايجابية والفعالة والسريعة في قضايا الوطن بالفكر المستنير والرأي المخلص والقيام بدور رقابي متميز، من الصحيفة، على الأجهزة التنفيذية المختلفة وقراراتها واجراءاتها المتصلة بمصالح الجماهير.

٩- التمهيد لحملة صحفية تقوم بها الجريدة أو المجلة تأييداً أو تعصبا لقانون أو موقف أو قضية أو اتجاه، أو هجوماً على وضع من الأوضاع غير السوية أو على جانب من الجوانب التي تهدد راحة الناس، أو وحدة المجتمع على أن الأمر لا يقتصر على التمهيد لأمثال هذه الحملات فقط وإنما المشاركة في مسيرتها وربما كتابة مقال الختام بالنسبة لهذه الحملة.

ج - مقال التعليق الصحفي Commentary Article

وهو شكل من أشكال المقال الصحفي ظهرت الحاجة إليه بعد أن تشعبت أمور الحياة، وتداخلت شؤونها وبرزت إلى الوجود بشكل ظاهر قضايا سياسية واقتصادية وإنسانية واجتماعية وعلمية معقدة، متشعبة، إضافة إلى التدفق الهائل للاخبار والمعلومات من كل مصادر الاتصال ووسائله المكتوبة والمسموعة والمرئية المرتبة إلى جانب الاتصال الشخصي، في إطار ذلك يشعر قارئ الصحيفة العادي أو رجل الشارع الممثل للأغلبية القارئة وللقطاع الواسع من الرأي العام بالخيبة وعدم الفهم وتداخل القضايا..

ومن هنا يتركز هذا النوع من المقالات على تقديم اجابة شافية عن سبب وقوع حدث ما، تخرج تساؤلاته إلى ذهن القارئ عند قراءته خبراً ما لعدم وضوح الخبر، أو احد جوانبه، أو ارتباطه بشخصية غير معروفة عند القراء، أو يعرف عنها القليل من المعلومات، وأدت بعض اعمالها الراهنة إلى تسليط الأضواء عليها.

وقد يكون الخبر المنشور - الذي هو تقرير عن حدث يستحق النشر من وجهة نظر المسؤولين عن تحرير الصحيفة - مقدمة لاحداث خطيرة، أو متضمنا في ثناياه اموراً مؤثر على المستوى العالمي، أو على مستوى الامن الوطني، أو الحياة الشخصية للفرد: اقتصادياً أو علمياً أو صحياً.

وحتى يؤدي الخبر وظيفته الاعلامية وهي تقديم تقرير موضوعي عن الاحداث، بدون تدخل من المحرر، ظهرت الحاجة الى شكل صحفي يتاح فيه للمحرر الصحفي ان يفسر الحدث ويقدم الخلفيات والتفاصيل ويعلق عليه أي يبين رأيه فيه، وهذا يحقق الأمانة الصحفية وأهم مبادئها وهو الموضوعية.

ويعتمد تحرير مقال التعليق بشكل اساسي على اختيار خبر هام جدا وساخن للغاية وما يزال في قمة نضجه، على ان يدرك المحرر المسؤول ان هذا الخبر - المهم - تكتفه ظلال من الشك في بعض جوانبه او فيه كله، وان احداثه متشابكة ومتلاحمة بحيث يصعب متابعتها، وان له مقدماته وجذوره التي ادت الى صورته الحالية الساخنة، وان هناك معلومات اساسية وهامة تزيده وضوحا واكتمالا ولكن المساحة المتاحة خلال هذه الطبعة او طبعات أخرى لم يكن من الممكن اضافتها اليه.

وتأسيسا على ما سبق نجد ان هذا الخبر يتطلب رأي المحرر أو وجهة نظر لكاتب متخصص تفسره وتبرز جوانب الايجاب والسلبى فيه، من خلال تعليق عليه يقوم بتكراره ويبرز أهميته من زوايا جديدة تستقطب أضعاف قرائه، مع استكمال معقول لابرز المعلومات المتصلة به دون اسراف في ذلك او اسهاب، والكشف عما يمكن ان يكون مستترا وراء الخبر من اهداف او اتجاهات مغرضة خاصة اذا كان الخبر قادما من مصدر صحفي معاد، أو أن له مواقف سابقة تؤخذ عليه.

إذن فههدف مقال التعليق - الذي لا بد وان يكتبه محرر خبير ومتخصص - هو ابداء الرأي في وقائع الخبر وتفصيلاته ونتائجه واحتمالاته وتطوراته الحالية والمستقبلية والحذر في ذلك واتخاذ جوانب الحيطة بقدر الامكان

خاصة بالنسبة للأحداث المهمة أو الاستشهاد بكلمات كبار المسؤولين أو
تصريحاتهم أو تعليقاتهم.

د - المقال التحليلي Analytical Article

وهو ابرز فنون المقال الصحفي واكثرها تأثيرا على الرأي العام، ويعتمد
على اختيار حدث او قضية او فكرة او ظاهرة او رأي ثم معالجتها صحفيا
بالتحليل، والتفسير، والتعليق، والتوقع و احيانا تقديم رؤية او حل أو
توصيات.

أي أن عناصره الرئيسية هي:

١ - تحليل الفكرة أو القضية أو الحدث موضوع المقال، التي عادة ما
تكون جامعة بين الأهمية والسخونة والتنفيذ، بمعنى تقسيمها
وتصنيفها الى مجموعة متغيرات او عناصر اكثر بساطة بهدف سهولة
إدراك عناصرها، ووضوح أفكارها.

وكذلك تتضمن عملية التحليل النظر الى البيانات والمعلومات
التي جمعها المحرر الصحفي في ضوء تساؤلات يطرحها أو فروضاً
يحاول اثبات صحتها، ثم يحاول استخلاص نتائج منها.

٢ - تفسير الظواهر أو الاحداث أو التداعيات المرتبطة بموضوع المقال
بمعنى الوصف والتحليل، اي ايجاد العلاقة والارتباط بين الظواهر
والاحداث المختلفة، بين السبب، او لماذا وكيف تقع الاحداث.

أو بلغة أخرى يتضمن التفسير البحث عن المعنى الاشملى والأوسع
للأحداث في ضوء متغيرات البيئة التي تدور فيها.

٣ - التعليق أو ابداء الرأي في هذه الظواهر والأحداث والنوعيات، أي الحكم عليها سلبا أو إيجابا، أو بمدى قدرتها على التأثير على غيرها.

٤ - التوقع أو التوصية: بمعنى استشراف المستقبل أو تحيل سيناريو قادم فالمقال التحليلي هو دراسة علمية لظاهرة أو قضية صيغت بشكل صحفي لذلك نجده يعتمد على توافر كم وافر من المعلومات والبيانات الدقيقة الموثقة المجموعة من مصادر حية وغير حية، الى جانب الاستعانة بالصور والرسوم اليدوية بكل أنواعها (التوضيحية والتعبيرية والساخرة)، ثم يقوم محرر المقال (أو كاتبه) هنا بعملية معالجة للمعلومات تتضمن تقويمها، ثم تفسير جوانبها، وارتباطاتها وبيان اسبابها ومسبباتها ونتائجها، ثم التعليق عليها وإبداء الرأي فيها، ثم بيان رؤية مستقبلية او التوصية بسيناريو بديل ثم بعد ذلك وضع هيكل تخطيطي لصياغة المقال، اي كتابته بدءاً من العنوان، فالمقدمة، فالهيكل، فالخاتمة.

هـ - مقال اليوميات (اليوميات الصحفية) **Diary Article**

وهو من أشكال المقال الصحفي المنتشرة في الصحافة الآن، والتي كانت عنصرا اساسيا فيها في بداية هذا القرن، ويعتمد على وجود كتاب صحفيين وأدباء بارعين يتميزون بجودة الاسلوب وبشراء التجربة والخبرة الانسانية، وقد يطلق عليه مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية ومن ابرزها في الصحافة المصرية يوميات كل من عباس محمود العقاد، وأحمد الصاوي محمد، وطه حسين، ومحمد زكي عبد القادر، ويوسف إدريس، ويوسف جوهر، ومحمود السعدني.

هو احد أشكال المقال الصحفي التي تنشر في مكان ثابت وتحت عنوان ثابت، وفي موعد ثابت، ويتناول الكاتب خلالها عدة موضوعات، أو موضوعاً واحداً يقدم فيه رأيه وخواطره وتجاربه ومشاهداته الخاصة على ان تكون مرتبطة بالقضايا العامه التي تهم أكبر عدد من القراء.

ويتميز مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية عن غيره من أشكال المقال الصحفي وباقي أشكال التحرير الصحفي بالخصائص التالية:

١ - تعدد الموضوعات التي يتناولها كاتب اليوميات في مقاله و تنوعها حيث يمكن لكاتب اليوميات أن يتناول قضايا سياسية و اجتماعية وثقافية، كما قد يعرض لبعض المشكلات التي تمس حياة الناس، ويقدم رحلاته ومشاهداته وخواطره وتعليقاته على الأحداث الجارية، فاليوميات الصحفية لا تتقيد بالتخصص الموضوعي وانما تمتاز بالمرونة في اختيار الموضوعات و طرحها.

٢- تعكس اليوميات شخصية الكاتب وخبرته واهتماماته الخاصة، ففي اليوميات نجد انفسنا وجها لوجه مع الكاتب، ويجوز لنا ان نقبل الانا، ونتعامل معها ونغفر للكاتب ان تكون الانا جهيرة فيما يكتب، ذلك ان من طبيعة هذا النوع ان يكون قريبا من الاعترافات الذاتية، فالخواطر أو اليوميات هي جنس الكتابة الصحفية، التي تقبل الكثير من مقومات الأدب ذاته.

٣- تقدم اليوميات مذكرات وخواطر وتجارب وانطباعات الكاتب حيث يبدأ كاتب اليوميات في تناول أمور الحياة من زاوية شخصية، فهو يصل الى الحديث عن الاهتمامات العامة من خلال عرضه لذكرياته وتجاربه الخاصة، وهو يكتب خواطره وانطباعاته عن

الأحداث اليوميه، وكما تقول باترسون في مقدمة كتابها عن (فن المقال الصحفي) «ان قراءة المذكرات واليوميات محبوبة لانها تدور حول قصص وأحداث تعتبر اقرب الى الواقع منها الى أي شيء آخر وقد يعترف الكاتب بإخطائه وبإخفاقه في بعض مراحل حياته، ولكنه يعلل لهذا الاخفاق، وهنا يكون الضعف البشري موضوعا للمعالجة الفنية، وقد تتعرض اليوميات أيضا لبعض فئات المجتمع والحالات غريبة من حالاته، أو لبعض الاوضاع الشاذة ولاشك ان ذلك يعود بالفائدة على القارئ ويساعده هذا النوع من المقال في طريقة تغلبه على الصعاب الماثلة التي قد تواجهه.

و - المقال العمودي (العمود الصحفي) Column

وهو شكل من أشكال مادة الرأي في الصحيفة، وأحد أنواع المقال الصحفي فيها، ويقوم بكتابته شخص واحد، أو عدة أشخاص، تحت عنوان ثابت، يحمل توقيعه، في مكان ثابت، وبشكل دوري يومي أو أسبوعي، ويميل لعرض رأي، أو تجربة، أو خبرة صاحبه.

والعمود الصحفي، أو المقال العمودي في معظم أشكاله عبارة عن حوار شخصي بين كاتب وقرائه، يعبر من خلاله عن مكنونات نفسه، وذاته، ويبدو صريحا واقعيا، ذاتيا، يروى من خلال ذكرياته وخبراته وتجاربه، ويعطي نصائحه، ولا يكتب العمود الصحفي الا شخص ذو خبرة ومعرفة بفنون الصحافة، وتجربة في الحياة، أو في ميدان من ميادين المعرفة الإنسانية.

ويغطي العمود الصحفي مدى متسعا من القضايا، من حيث المضمون فيتدرج من السياسة الدولية والمحلية، الى الهوايات وتمضية أوقات الفراغ.

وهناك أنواع كثيرة للمقال العمودي أو العمود الصحفي، ولكن المؤلفين يميلون الى التصنيف التالي الذي يمزج بين الشكل والوظيفة والمضمون، حيث يقسم العمود الصحفي الى:

١ - عمود الشؤون العامة.

٢- عمود الأحداث الجارية.

٣- عمود الخواطر والتأملات.

٤- العمود الساخر.

٥ - العمود المتخصص.

٦ - عمود رسائل القراء.

٧ - العمود الحوارى.

٨ - عمود اليوميات.

ويجدر العمود الصحفي في الجريدة عادة كتاب لهم وزنهم الصحفي وخبراتهم وتجاربهم الصحفية أو الادبية، وقد يكونون من بين اعضاء الجهاز التحريري، كما تستعين صحف عديدة بكتاب أعمدة من الخارج وتضمهم الى جهازها التحريري، أو تستكتبهم من الخارج في عديد من الاهتمامات، وقد ينشر عمود صحفي لكاتب ما - مثل عمود فكرة للاستاذ مصطفى أمين - الذي كان ينشر في أكثر من جريدة ومجلة في الوقت نفسه، عن طريق شرائه من وكالات للاعمدة (مثلما الحال في الولايات المتحدة الامريكية) تخصص في تسويق الاعمدة الصحفية لكبار الكتاب.

ولكاتب العمود الصحفي حرية اختيار موضوعه وزاوية واسلوب المعالجة، كما ان المجال متسع امامه لمعالجة المادة بأسلوبه الخاص وبللمسة درامية خفيفة، ساخرة، نقدية، فكاهية، كاشفة، لمحة، أو رزينة، وقورة.

ز - مقال العرض (المتابعة) Review Article

وهو مجرد تقرير وصفي أو أخباري عن العمل الفني أو الأدبي، يقدم عرضاً للعمل بمعنى عرض لقصة الفيلم ومغزاه ومثليه في إطار يعطي خلفية عنه وعن مخرجه ومؤلفه والفريق الفني العامل فيه بدون التدخل لتقويم الفيلم السينمائي أو الحكم عليه، أو عرض كتاب جديد بمعنى تقديم ملامح الكتاب من حيث المضمون، الشكل أو الأسلوب، مع ملخصات لفصوله، و تعريف بكتابه.

وعادة ما يعد هذا النوع من المقالات محرراً أو كاتب متخصص في الشؤون الأدبية أو الفنية، وقد يارسه محرر عام إلى جانب عمله (خاصة في الجرائد).

وتزداد أهمية هذا النوع من المقالات في المجلات الأدبية والفنية والثقافية التي تعالج شؤون الكتاب، الأدب، السينما، المسرح، الموسيقى، الفن التشكيلي، الباليه، حيث يشكل جانباً أساسياً من مضمون المجلة سواء كانت عامة، أو متخصصة وكذلك في الصفحات المتخصصة والملاحق في الجرائد العامة.

ح - مقال النقد Critique article

وهو بعكس سابقه يتضمن تقييماً للعمل الثقافي أو الفني أو الأدبي Evaluation أو نقداً له، وبيان مدى انفاقه أو أختلافه عن أسس الإبداع الأدبي الذي يمثله وموقعه وسط حركة الإبداع الثقافي أو الفني.

ويؤدي المقال النقدي المهام التالية:

- ١- وصف الجوانب المختلفة في العمل الفني أو الأدبي مضمونا وشكلا.
- ٢- تقييم رؤية المبدع من حيث المضمون والشكل وفقاً للأسس الفنية والأدبية المتعارف عليها.

٣- أبراز نواحي التميز والاصالة في أداء العمل الابداعي، أو نواحي التكرار والتقليد فيه.

٤- مقارنة رؤية المبدع وادواته، بالآخرين في عصره، وكذلك برؤية المبدع وأدواته في اعماله الأخرى، والمدرسة الفنية والأدبية التي ينتمي إليها.

٥- تقديم ثقافة فنية وأدبية راقية للجمهور القارىء تتضمن تعريفاً للاعمال الادبية والفنية، من حيث الرؤى والأدوات، والتيارات الفنية والأدبية، بهدف تكوين حس فني وأدبي لدى القارىء، يساعده على التذوق بشكل إيجابي، مما يساعده في تنمية ثقافة المجتمع، وتطويرها على المدى الطويل.

وقد يقوم بتحرير المقال النقدي في الجرائد والمجلات بشكل أساسي محرر صحفي متخصص في النقد الأدبي او الفني كعمل ابداعي: شؤون السينما، شؤون المسرح، شؤون الكتاب، شؤون الأدب، شؤون الاذاعة والتلفزيون، ويقوم الى جانب عملية تحرير المقالات النقدية، بعملية تغطية الشؤون الادبية والفنية أو احدهما، الى جانب اجراء الاحاديث الصحفية واعداد التحقيقات والتقارير.

والى جانبه قد تستعين الصحيفة بمبدع محترف: شاعراً كان أو موسيقياً أو رساماً أو مخرجاً سينمائياً ممارس للعملية الابداعية وذلك لكتابة النقد الأدبي أو الفني، وقد تستعين بناقد محترف مهمته الأولى والاخيرة هي النقد الأدبي او الفني ولكل من أنماط النقاد الثلاثة سماته السلبية والايجابية: فالمحرر الصحفي: على الرغم من انه ينقصه خبرة الفنان، الا ان لديه ثقافة فنية - أو هكذا يجب - وخلفية في موضوع مقاله النقدي - السينما مثلاً -

وفي الوقت نفسه لديه القدرة على الكتابة بأسلوب صحفي يقبله المتخصصون في السينما، ويفهمه القراء العاديون، فهو ناقد أولاً، وفنان ثانياً، ومع ذلك قد يشكو منه المتخصصون بحجة عدم احاطته بكل شيء في عمله النقدي. والمبدع المحترف: المخرج السينمائي مثلاً، أو الرسام هو شخص يتميز بمعرفته الشاملة نتيجة الممارسة لكل جوانب العملية الابداعية، ولكنه قد ينقصه الكتابة بشكل مبسط يفهمه القارئ العادي، ولانه فنان أو أديب أولاً، وناقد ثانياً يرحب به ويثني عليه الفنانون المحترفون والادباء، ولكن القارئ العادي قد يشكو من انه لا يفهم اللغة التي يكتب بها. وتتعد المسألة اكثر عندما تستعين الصحف العامة من جرائد ومجلات بناقد محترف مهنته الاولى هي النقد الأدبي أو الفني، حيث نجد هذا الصنف الاخير من النقاد يميل الى الكتابة بلغة شديدة التخصص والتعقيد بالنسبة للقارئ العادي، لذلك نجد الجرائد العامة والمجلات تفضل المحرر المتخصص، والمبدع المحترف، بينما تلجأ المجلات المتخصصة (العامة)، وشديدة التخصص في الفنون والأدب الى الاستعانة بهؤلاء النقاد المحترفين الى جانب المحررين المتخصصين والمبدعين.

١. ٢. ١ خطوات تحرير المقال الصحفي

أولاً: اختيار فكرة أو موضوع وتقييمها ومناقشتها في ضوء كل من السياسة التحريرية، اهتمامات الجمهور، التوقيت، وفرة المعلومات، طبيعة الموضوع.

ثانياً: تحديد نوع المقال.

ثالثاً: جمع المعلومات والخلفيات اللازمة من المصادر البشرية من خلال الاتصال بالمصادر المختلفة، ومن المصادر غير البشرية واهمها قسم

المعلومات الصحفية: المكتبة، الارشيف، او بنوك المعلومات الداخلية والخارجية، وكذلك مكتبة المحرر الصحفي أو الكاتب الخاصة.

رابعاً: وضع خطة لكتابة المقال.

خامساً: اختيار الأدلة الاقناعية: (المنطقية - العاطفية)

سادساً: اختيار قالب المقال وكتابته

١ - العنوان

٢ - المقدمة

٣ - الجسم

٤ - الخاتمة

سابعاً: اختيار الصور والرسوم الملائمة وكتابة الكلام أو الشرح أو التعليق المصاحب لها.

ثامناً: مراجعة المقال وذلك من حيث النواحي التالية:

الحقائق والمعلومات المتوفرة ومدى دقتها.

١ - منطقية النص.

٢ - مدى اتساق افكار النص.

٣ - الاسناد الصحيح للمعلومات.

٤ - الصحة النحوية.

٥ - الصحة الاسلوبية الصحفية.

٦ - مدى مراعاة اخلاقيات الصحافة.

٧- مدى الاتساق مع السياسة التحريرية.

٨- مدى مراعاة قوانين النشر.

٩- الصحة الاسلوبية العامة.

١. ٢. ١٣ الكاريكاتير

ويعرف بأنه عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد هو إحداث التأثير في المتلقي في خمسة جوانب هي:

١- تثبت بعض الصور الكامنة لدى المتلقى أو العكس.

٢- تعديل الاتجاه السلوكي لدى المتلقي.

٣- إثارة المتلقي وتهيئجه.

٤- التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقي تراكم في تراث الرفض لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة.

٥- إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية.

ويحدد عدد من كبار رسامي الكاريكاتير وظائفه كاحد الاشكال الصحفية التي تعرض مادة الرأي في الصحيفة في الجوانب التالية:

١- ان يقدم خدمة من خلال النقد بالاشارة الى الأشياء التي يمكن ان تؤدى بشكل أفضل أو بشكل مختلف.

٢- ان يسخر من الجمهور (او يخرج لسانه للناس على حد تعبير البعض) ويجعلهم يفكرون ويضحكون.

٣- تصوير الواقع، التعبير عن همومه والدعوة الى التعبير.

اما رسام الكاريكاتير فمهمته متعددة الجوانب وهي:

١- ان يجعل المواطنين يفكرون، لا ان يغير افكارهم، واذا نجح بعد ذلك في تغيير هذه الافكار فهذا شيء صعب.

٢- ان يدير حوارا بين الناس، لان هذا عمله الاساسي ووظيفته الأولى.

٣- ان يبسط أي قضية إلى الحد الذي يصبح فيه اسلوب الرسالة مفهوما، بهدف الحصول على موافقة أو رفض الجمهور، بشكل يكفي لمناقشتها ثانيا.

ويقدر نجاح رسام الكاريكاتير شأنه شأن كاتب الرأي بمدى قدرته على جعل الناس يفكرون في قضايا مهمة.

ومن الناحية الفنية الصحفية يمكن القول إن الكاريكاتير هو رسم ساخر ناقد يغالي في إبراز العيوب، وهو مرادف للكارتون Cartoon بمعناه المعاصر، ومختلف عنه في المنشأ، ويقوم على إبراز الخصائص الملاحية وتشويهها، أو كوميديا الموقف، أو اللفظ ويشمل ضمن وسائل تعبيره شرائط الشرائح الفكاهية أو الرسوم الهزلية Comic Strips، والنحت الساخر، وأصل كلمة Caricature يعود إلى الكلمة الإيطالية كاركاتورا بمعنى تحميل الشيء أكثر من طاقته.

ويرتبط الكاريكاتير بظاهري الضحك والفكاهة على المستوى الفلسفي والنفسي، ويرتبط شعوريا بالادراك والنزوع والوجدان، وهو تعبير عن الألم الانساني، يقوم على الانتقال من الآخر أو مواساته، ويحدد اهدافه التي يسخر منها، وان لم توجد فإنه مجال يسخر فيه الانسان من بني جنسه ومن عجزه.

وقد ارتبط ظهور الكاريكاتير وتطوره بالتقدم الفني للطباعة التي مكنت من الاكثار منه الامر الذي حوله من مجرد صور هزلية، الى رسم من عدة نسخ، يصل الى عموم الناس، كما يرتبط بالتطور في حركة الفنون التشكيلية التي تؤثر عليه شكلا ومضمونا، والكاريكاتير في جوهره هو عملية اتصالية تستهدف مردودا وترتبط بمحددات فنية وسياسية ومجتمعية.

ويقسم الدكتور عمرو عبد السميع الكاريكاتير الى نوعين هما:

١- الكاريكاتير السياسي: وهو ما يتعرض فيه الرسام بالسخرية أو بالرغبة في الانتقاص من عوامل القهر المادي سياسية كانت أو اجتماعية أو دينية الخ.

٢- الكاريكاتير الانساني: وهو ما ينزع فيه الرسام، في حالة عجزه عن مواجهة عوامل القهر المادي الى السخرية من بني جنسه، في شتى مجالات النشاط الانساني الصرفة من رياضة وفنون وغيرها أو الى السخرية من نفسه أو من عبثية الحياة.

من كل ما سبق يتضح ان الكاريكاتير عملية اتصالية تستهدف مردودا محددًا، يتمثل في رجوع الصدى الذي قد يؤدي الى التصاق الرمز بالمقصود، او التردد الجماعي للنكتة (الكاريكاتير)، أو فتح الباب للترديد على رموز الكاريكاتير لوسائل اخرى او تعديل السلوك لدى المتلقي، كما ان هناك علاقة جدلية قائمة على التأثير والتأثر بين كل المحددات التي يعمل كل عنصر من عناصر الرسالة الاتصالية في اطارها، وبين ضوابطها السياسية والمجتمعية.

وبشكل الكاريكاتير مكونا مهما من مكونات مادة الرأي وصفحة الرأي بصفة خاصة، بما يملكه من قدرة على اعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للاخبار والموضوعات التي تصاحبها أو تعبر عنها.

لذلك تحرص معظم الجرائد على ان يكون لديها رسام الكاريكاتير الخاص بها وأن يكون هذا الرسام من الذين يستطيعون استيعاب القضايا والشؤون اليومية كمضمون أو كمادة تصلح للمعالجة في شكل كاريكاتير، أما معظم الجرائد متوسطة الحجم فتعتمد على الوكالات التي توزع رسوما كاريكاتيرية تعالج في الاساس قضايا أو اهتمامات عامة أو قومية.

١٤. ٢. ١ رسائل القراء Letters To The Editor

وهي الرسائل التي تتلقاها الجريدة يوميا من قرائها بالبريد أو باليد أو من خلال الفاكسميل وتتضمن تعليقات، أو شكاوى، أو مشكلات، أو اخباراً جديدة، أو آراء.

وتنشر هذه الرسائل في ركن ثابت يحتل مساحة داخل صفحة الرأي وأحيانا خارجها، وتؤدي هذه الرسائل وظيفة مهمة من وظائف الجريدة كاحدى وسائل الاتصال في المجتمع وهي ان تكون منبرا للتعبير عن رأي الجمهور أيضا، كما أنها تزود الجريدة أيضا بفرصة ذهبية لكي تستطلع وتستكشف اتجاهات القراء وآرائهم فيما ينشر فيها وفي الأداء العام للجريدة، الى جانب القضايا العامة والخاصة التي تثيرها الجريدة على صفحاتها.

ومن خلال هذه الرسائل التي ينشر بعضها - تتاح للقراء الفرصة للرد على المقالات الافتتاحية او التعليق على المواد الاخبارية أو الاستقصائية، وقد تحمل الرسالة تعليقا، أو رأيا شخويا، أو اثارة لقضية عامة، او حتى مشكلة شخصية.

وبسبب محدودية المساحة المخصصة لرسائل القراء - بالمقارنة بالكم الهائل من الرسائل الذي يرد الى الجريدة يوميا - يلجأ المحرر المسؤول عن

رسائل القراء، وهو عادة ما يكون أحد محرري صفحة الرأي، الى قراءة هذه الرسائل وفحصها وفرزها وتصنيفها ونشر ما يستحق منها بعد تلخيصه أو اختصاره أو نشره كاملاً بتوقيع صاحبه، ونشر الرسالة يخضع لعدة معايير من بينها: موضوعها أو مصدرها، وترفض الجرائد نشر الرسائل المجهولة (التي لا تحمل توقيعاً)، ولكنها - وبناء على طلب صاحب الرسالة - قد تنشرها بدون توقيع كما تراعي الجرائد أيضاً ألا تنشر رسائل قد تعرضها لأي مساءلة قانونية قد تحوي سبا أو قذفاً أو اهانة لأشخاص.

وبعض الجرائد تقوم بعملية تحليل يومي لمضمون رسائل القراء واتجاهاتها، ويشمل ذلك تلك الرسائل التي ترد الى الجريدة بأقسامها المختلفة وكتابها ومحرريها وتحصل من خلال ذلك على تقرير يومي عن القارئية وعن أفكار جديدة لموضوعاتها تنفذ بعضها خلال اعدادها التالية.

١. ٢. ١٥ الأشكال الصحفية المصورة

تشمل المواد المصورة في الصحافة الصور الفوتوغرافية بأنواعها المختلفة والرسوم اليدوية التي تجمع الرسوم الساخرة والتعبيرية والتوضيحية.

وإضافة إلى الأهمية التقليدية للمواد المصورة في الجريدة لما تتميز به من قدرة على جذب انتباه القارئ والتأثير في سلوكه واستيعابه، بحكم قدرتها التعبيرية والجمالية واختزالها لكثير من المعاني والمتضمنات الفكرية والصحفية وقدرتها على التبسيط والشرح والوصف، زادت أهميتها الصحفية خلال السبعينيات، وأوائل الثمانينيات لمواجهة ذلك الوعي البصري الذي غرسه التلفزيون في عقل القراء لاسيما بعد استخدامه للون، فقد أصبح لزاماً على الجريدة لكي تؤثر وتقعن قارئ السبعينيات والثمانينيات من صغار الراشدين

الآن ومن مراهقي الستينيات - الذي يمثل جيل حضارة التلفزيون والذي تربي عليه وحصل منه على الخبر والمعلومة والتسلية، وقدم له العالم من خلال الكلمة والصورة والموقف بأشكال درامية مختلفة، ثم المستحدثات الجديدة في مجال التلفزيون خاصة ظهور أشرطة الفيديو وأنظمة الجريدة الإلكترونية في المنزل، كل هذا زاد من أهمية استعمال المواد المصورة في الجريدة.

وقد أظهرت الجرائد اهتمامًا بالمواد المصورة، تمثل في زيادة عددها والمساحة التي تحتلها، وفي فنية أسلوب تحريرها وإخراجها، واستعمال اللون معها، وتخصيص صفحات أكثر للصور والرسوم، كما زاد استعمال المواد المصورة خاصة الرسوم التعبيرية المصاحبة لبعض الموضوعات كالجرائم أو الحوادث.

أولاً: الصور الفوتوغرافية

بدأت الصحافة بشكلها الأولي أو البدائي بالصور، فقد كان الإنسان البدائي يدون ويرسم ويلون على جدران كهفه قصة عصره، قبل أن يدون التاريخ بآلاف السنين، ويدون معه حكايات معاركة مع الطبيعة وكيف كان يطارد الحيوانات وما يستخدمه من أسلحة، وتعتبر الصور والرسوم التي رسمها الإنسان أول لغة مكتوبة ومنها تطورت الأبجدية التي نستعملها اليوم، واليوم نعيش ثانية في عصر الصورة حيث تشكل الصورة الفوتوغرافية عنصراً أساسياً في صناعة الصحافة.

والصحف لم تبدأ أول الأمر بنشر الصور بالشكل الذي نراه الآن، بل كانت الصور الأولى التي ظهرت في الصحف والكتب لا تتعدى كونها رسوماً يدوية تطبع من قطع خشبية حفرت عليها الرسوم، واستمر استخدام هذه الطريقة حتى قرب نهاية القرن التاسع عشر، وكانت صحيفة أخبار الأسبوع

الإنجليزية أول من استخدم هذه الطريقة عام ١٨٣٦ مع موضوع عن حريق شب في جزيرة سان مايكل

ويمكن تصنيف الصور الفوتوغرافية الصحفية من حيث المضمون، ومن حيث الشكل الذي تظهر به، فمن حيث المضمون تنقسم إلى:

- الصور الإخبارية

- صور الموضوعات

- صور الموضوعات الإخبارية ذات الجانب الإنساني

- الصور التي تمثل شخصية محور الموضوع (البورتريه)

- الصور الجمالية والتعبيرية

ومن حيث الشكل الفني تنقسم الصور إلى:

- الصور المفردة

- سلسلة الصور

- المشهد المصور المتعاقب

ويمر إنتاج الصور الفوتوغرافية في الصحيفة بعدة مراحل هي :

١- التكليف بمهمة التصوير، حيث يتوافق تكليف المصور مع المحرر

٢- الحصول على الصور من المصور أو من مصادر أخرى داخلية أو خارجية.

٣- مرحلة التحميض والطبع والتجفيف (وقد انتهت والغيت بعد ظهور الكاميرات الرقمية)

٤ - تقويم الصور واختيار الصالح منها للنشر بواسطة المصور، أو محرر الصورة، أو المحرر، أو سكرتير التحرير الفني.

٥- تحرير الصورة، أو كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب لها، ويقوم به المحرر أو محرر الصورة أو سكرتير التحرير الفني أو شخص متخصص في ذلك.

٦- إخراج الصورة، تحديد موقع الصورة وحجمها والشكل الفني الذي سوف تظهر به، يدوياً أو بالاستعانة ببعض الأدوات.

٧- التجهيز الفني للصورة (في مراحل ما قبل الطبع).

ثانياً: الرسوم اليدوية Drawings

وهي عنصر مهم يستعمل في الجريدة اليومية باضطراد الآن، حيث إن بعض الجرائد مثل جريدة The wall street journal - يفضلها عن الصور الفوتوغرافية، أو تمزجها بالصور الفوتوغرافية كجرائد أخرى، وقد زاد استعمالها بعد انتشار طباعة الأوفست وتشمل

١ - الرسوم الساخرة

وهي مجموعة من الرسوم المتميزة بالطرافة، وبالقدرة على جذب انتباه القارئ، ونقل الفكرة إليه، والتعبير عن وجهة نظر بالرسم، مثلما يعبر الكاتب عن وجهة نظره بالحروف والكلمات، ويعتمد الرسام هنا على الإيجاز والتبسيط، وانتقاء صفة بارزة في الشخصية التي يتحدث عنها لتحقيق هدف مهم وهو: أن يفهم القارئ بنظرة سريعة خاطفة ما يهدف إليه الرسام في أقصر وقت ممكن وبأقل عدد من الخطوط، وإذا فشل الرسام في ذلك فقد الرسم صفته الأساسية ومزيبته، وتشكل الرسوم الساخرة مكوناً مهماً في

صفحة الرأي في الجريدة، إلى جانب نشرها في صفحات أخرى. ولها نوعان أساسيان:

الأول: الكارتون أو الكاريكاتير (سبق الحديث عنه).

الثاني: الشرائط الهزلية Comic Strips وتتضمن داخلها القصص المسلسلة المرسومة:

وهي نوعان: الأول، قصص كوميدية أو تراجمية لها بداية أو وسط ونهاية وحدث وشخصيات وعقدة وحل، ولكن التركيز أو أسلوب التعبير الأساسي يكون للصورة وتعاونها الكلمة في شكل شريط متتابع (سيناريو) يضم صوراً ورسوماً، يستفيد جيداً من تقنية سيناريو الفيلم السينمائي، والمونتاج، والنوع الثاني: قصص تعتمد على الرسوم الهزلية الساخرة التي عادة ما تتضمن قصصاً ساخرة كوميدية أو خيالية يخلقها الرسام وكاتب القصة، ويتم وضع انتقادات لاذعة وساخرة للسلوك الإنساني، وتوصيل مضمون أخلاقي قيمى تربوي من خلالها إلى القارئ راشدًا كان أو طفلاً. وهكذا تحاول الجريدة سد كل اهتمامات القارئ بفئات السن المختلفة.

٢ - الرسوم التعبيرية Illustrations

وهي الرسوم اليدوية التي تصاحب بعض الموضوعات الصحفية كبديل للصور الفوتوغرافية لتحقيق أغراض جمالية وتعبيرية، كتلك الرسوم التي تصاحب القصص والمقالات والتحقيقات الصحفية، إلى جانب الرسوم الثابتة (الموتيفات) التي تميز الأبواب والأركان والصفحات والملاحق الثابتة والمتخصصة.

٣- الرسوم التوضيحية

وههدفها المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق، يفسرها ويوضحها ويلخصها بشكل بصري موفرًا المساحة لجزء بسيط من المتن وأهمها:

- الرسوم البيانية: قد تكون خطأً بيانياً، خريطة بيانية أو أعمدة بيانية مفردة أو مزدوجة لتلخيص الإحصاءات الرقمية المعقدة والمتطورة.

- المنحنيات: وتصور مدى التغلب في ظاهرة ما بشكل كمي.

- الجداول: قد تكون بسيطة أو تكرارية أو مزدوجة.

- الخرائط الجغرافية.

- البكتوجراف: رسم بياني يتم فيه مزج الصور والرسوم بالخطوط البيانية، أو الأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة، مستغلاً تقنيات: الفوتومونتاج، أي تركيب صورة على صورة، أو عدة صور، التروكاج أو تركيب صور على رسم، أو العكس - الدوائر المقسمة إلى قطاعات.

- الأشكال الاعلانية الصحفية

١- إعلانات الأبواب الثابتة

وهي الإعلانات التي تنشر في الجريدة يومياً، ويتوقعها القارئ ويقرأها كلما قام بشراء الصحيفة. ومن أنواع هذه الإعلانات.

الإعلانات المبوبة Classified advertisements- وهي الإعلانات التي تظهر ضمن الأعمدة العادية للصحيفة وتكون محددة الموضوع وتحت عناوين

مميزة، وتنطوي على مجالات مختلفة مثل الإعلان عن السيارات والخدمات الفنية وإعلانات طلب التوظيف والإعلانات ذات الصلة التجارية مثل العطاءات والمناقصات. وكذلك الإعلانات عن الرغبة في تأجير أو بيع العقارات.

إعلانات المجتمع: وهي الإعلانات التي تحمل الأخبار السارة مثل أخبار الزفاف والخطوبة والنجاح والمواليد والتهاني وغيرها.
إعلانات الوفاة: وهي الإعلانات التي تنشر الأخبار المرتبطة بالوفيات والتعازي وغيرها.

٢- الإعلانات التحريرية Editorial Advertisements

وهي الإعلانات التي تتخذ شكل مقالات تحريرية والتي قد لا يدرك القارئ في بداية الأمر أنها إعلانات، بل تختلط مع المادة التحريرية التي تقدمها للقراء حيث تأخذ هذه المقالات شكل تحقيقات صحفية مثلاً أو تقارير اخبارية، وينبغي تمييزها.

٣- إعلانات المساحة Display Advertisements

وهي الإعلانات التي تنشر على هيئة تصميمات محددة الشكل ويتم تحديد حجم الإعلان فيها عن طريق السنتيمتر/ العمود، ونجد أن هذه الإعلانات توضع بجانب المواد التحريرية حيث إن القارئ يتعرض لها عند قراءته للموضوعات المختلفة وتشمل ما ينشره المعلنون لأغراض تجارية أو لتدعيم العلاقات مع فئات معينة من المجتمع.

٤- الإعلانات المجمعة

وهو ذلك النوع من الإعلان الذي لا ينشر تنفيذاً للخطة الإعلانية لدى المعلن، وإنما تخلق إدارة الإعلان في الصحيفة مناسبتة أو فكرته خلقاً بوضع فكرته عن طريق البحث عن موضوعات معينة توضع معها إعلانات مرتبطة بهذه الموضوعات وتقوم إدارة الإعلان بتسويق الإعلانات إلى الشركات المختلفة للإعلان فيها.

وهناك عدة أشكال من هذا النوع من الإعلانات منها:

- الصفحات الخاصة: وتمثل تخصيص صفحات للإعلانات عن المعارض أو الأحداث الرياضية أو المناسبات القومية والدينية وقد أصبحت إحدى السمات العادية والتي تتكرر في الصحافة.
- الملاحق: وهي لا تخرج عن كونها صفحات خاصة ولكنها موسعة وذلك عن طريق اختيار موضوع معين ومحاولة تجميع عدد كبير من الشركات المعنية والمرتبطة مجال عملها مع موضوع الصفحة، يسمى ملحق، والعادة جرت على توزيعه ملحقاً للصحيفة.
- الأعداد الخاصة: وتتميز عن النوعين السابقين بأنها تختص بموضوع معين ولكن يأخذ عدداً كبيراً من الصفحات قد يزيد عن صفحات الجريدة أو المجلة التي يحمل اسمها وتطبع منفصلة عن الصحيفة.
- الحملات المشتركة: وفيها يشترك عدد من المعلنين حول فكرة معينة تحقق هدفاً معيناً تشترك فيه كل السلع المعلن عنها أو الشركات التي تنتج هذه السلع مثال ذلك الحملة لتدعيم الصناعة الوطنية واشتراك العديد من الشركات المحلية في الإعلان عن منتجاتهم وقد تعرض هذه الإعلانات في أكثر من عدد في الصحيفة عن أيام لفترات مختلفة وإن كان يجمعها في النهاية إطار واحد.

المراجع

شرف، عبد العزيز، ٢٠٠٤م، «الأساليب الفنية في التحرير الصحفي»: دار
قبا للطباعة والنشر.

النذير، محمد بن عبدالله، ١٤١٧هـ، «كيف تصبح صحفياً موهوباً؟» الدار
الصوتية للتربية، الطبعة الأولى.

خضور، أديب، ٢٠٠٧م، «مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة»، دمشق.
الهييتي، هادي نعمان، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، «صحافة الأطفال في العراق»، دار
الحرية للطباعة بغداد.

علي، عبد الجبار محمود، ١٩٨٩م، «التصوير الصحفي»، وزارة التعليم
العالي والبحث العلمي، بغداد

علم الدين، محمود، ١٩٨١م، «الصورة الفوتوغرافية في مجالات
الإعلام»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة،

_____، ٢٠٠٨م، «اساسيات الصحافة في القرن الحادى
والعشرين»، القاهرة، دار النهضة العربية

بالتفصيل في:

Howard I.Finberg. & Bruce D.Itule:» Visual Editing», Wadsworth
Publishing Company, BELMONT, California, 199.,121178.