

تحرير مواد الرأي العام

د. محمد صلاح العمر

الأستاذ المساعد في كلية الإعلام



فهرس المحتويات

الفصل الأول-التحرير الصحفي

أولاً- مفهوم التحرير الصحفي

ثانياً- الأسلوب الصحفي

ثالثاً- خصائص الأسلوب الصحفي

رابعاً- أهداف عملية التحرير الصحفي

خامساً- الأسلوب الإعلامي

سادساً- السمات المميزة للكاتب الجيد

سابعاً- فن التحرير الصحفي والتطور التكنولوجي

الفصل الثاني-التحرير الصحفي والكتابة الإبداعية

أولاً- الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية

ثانياً- العوامل التي نحكم بموجبها على العمل الكتابي

ثالثاً- أسلوب الإبداع الصحفي

رابعاً- العمل الإبداعي الصحفي

خامساً- سمات الكتابة الجيدة

سادساً- طرق الإبداع الصحفي

سابعاً- مراحل الإبداع الصحفي

الفصل الثالث-المقال الصحفي

أولاً- مفهوم المقال

ثانياً- المقال الصحفي والمقال الأدبي

ثالثاً- المقالة في الأدب العربي الحديث

رابعاً-تحرير المقال

خامساً- أجزاء المقال

سادساً-المقال والأنواع الإعلامية الأخرى

سابعاً- وظائف المقال الصحفي

ثامناً- لغة المقال الصحفي

تاسعاً- المقال الصحفي في الصحافة السورية الرسمية: (البعث، تشرين، الثورة)

الفصل الرابع- فن المقال الافتتاحي

أولاً- مفهوم المقال الافتتاحي

ثانياً- مسؤولية كاتب الافتتاحية

ثالثاً- صفات كاتب المقال الافتتاحي

رابعاً- خصائص المقال الافتتاحي

خامساً- موضوعات المقال الافتتاحي

سادساً- تحرير المقال الافتتاحي

سابعاً- انواع المقال الافتتاحي

الفصل الخامس-مقال التعليق الصحفي

أولاً- ماهية التعليق الصحفي

ثانياً- خصائص التعليق الصحفي

ثالثاً- علاقة التعليق الصحفي بالفنون الصحفية الأخرى

رابعاً- بنية التعليق

خامساً- أهم عوامل النجاح في كتابة التعليق

الفصل السادس-العمود الصحفي

أولاً- مفهوم العمود الصحفي

ثانياً- نشأة العمود الصحفي

ثالثاً- موضوعات وأنواع العمود الصحفي

رابعاً- وظائف العمود الصحفي

خامساً- خصائص العمود الصحفي

سادساً- الإبداع في العمود الصحفي

سابعاً- مقارنة بين العمود الصحفي والمقالة الافتتاحية

ثامناً- صفات كاتب العمود

تاسعاً- صياغة العمود الصحفي

عاشراً- العمود في الصحافة العربية

الفصل السابع-مقال اليوميات الصحفية

أولاً- مفهوم مقال اليوميات

ثانياً- وظائف مقال اليوميات

ثالثاً- أنواع مقال اليوميات

رابعاً- اليوميات والبحث الصحفي

الفصل الثامن

أولاً- المقال التحليلي

ثانياً- المقال الكاريكاتوري

ثالثاً- الريبورتاج الصحفي

رابعاً- الفيلتون

خامساً- البروفيل

الفصل التاسع- الحملة الصحفية

أولاً- تعريف الحملة الصحفية

ثانياً- وظائف الحملة الصحفية

ثالثاً- خصائص وسمات الحملة الصحفية

رابعاً- أنواع الحملات الصحفية

خامساً- عناصر الحملة الصحفية

سادساً- عوامل نجاح الحملة الصحفية

سابعاً- مراحل الحملة الصحفية

ثامناً- التغطية الصحفية للحملة

الفصل العاشر- الصورة الصحفية

أولاً- مفهوم الصورة

ثانياً- خصائص الصورة

ثالثاً- الصورة الصحفية: الخصائص والسمات

رابعاً- بين الصورة الصحفية والريبورتاج

خامساً- مميزات المصور الصحفي

سادساً- معايير انتقاء الصورة الصحفية

سابعاً- اختيار الصورة الصحفية وإخراجها

ثامناً- مجالات استخدام الصورة الصحفية

الفصل الحادي-عشر فن الكاريكاتير

أولاً- مفهوم فن الكاريكاتير

ثانياً- نشأة الكاريكاتير واستخداماته

ثالثاً- ازدهار الصحافة والرسم الكاريكاتيري

رابعاً- خصائص الكاريكاتير

خامساً- مدارس رسم الكاريكاتير واتجاهاته

سادساً- الكاريكاتير والفن التشكيلي الصحفي

سابعاً- الخصائص الفنية للعمل الكاريكاتيري



الفصل الأول

التحرير الصحفي

أولاً- مفهوم التحرير الصحفي

ثانياً- الأسلوب الصحفي

ثالثاً- خصائص الأسلوب الصحفي

رابعاً- أهداف عملية التحرير الصحفي

خامساً- الأسلوب الإعلامي

سادساً- السمات المميزة للكاتب الجيد

سابعاً- فن التحرير الصحفي والتطور التكنولوجي



الفصل الأول

التحرير الصحفي

• مقدمة:

تمثل أقسام التحرير الصحفي في الصحف ووسائل الإعلام عموماً العمود الفقري، حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين الذين يتولون جمع المادة الصحفية من مصادرها المختلفة ثم تسليمها إلى رئيس القسم التابعين له، وبعد ذلك يختار منها ما يشاء، ويؤجل منها ما يشاء أيضاً، وبعض الموضوعات قد يتم استبعادها لعدم صلاحيتها للنشر، أو أن مضمونها لا يتفق وسياسة تحرير الصحيفة، أو خبر أو موضوع لا يرتقى إلى النشر حيث يوجد للنشر ما هو أفضل وأحسن.

وعلى هذا فإن علم التحرير الصحفي يقوم أساساً على فن صناعة الكلمة والقدرة على صياغتها واختيار أفضل الكلمات والألفاظ الأقرب إلى التعبير الصحيح عن الحدث أو الواقعة التي يرصدها المحرر الصحفي.

وبالتالي فإن الكلمة التي تنقل وقائع مباراة لكرة القدم من ملعب رياضي، غير الكلمة التي تنقل وقائع حريق قطار، أو انهيار عمارة سكنية، أو غرق سفينة ركاب في البحر، أو سقوط طائرة بكل من فيها في المحيط.

ورغم أن الخبر هو الخبر، والمعلومة بكل تفاصيلها تتناولها كل الصحف وتضعها ضمن أولويات النشر لديها، إلا أن صياغة المعلومة ذاتها قد يختلف من صحيفة لأخرى، كما يختلف من محرر لآخر وفي الصحيفة الواحدة؛ وبالتالي فالقيم التي يحملها الخبر أو المعلومة الجديدة يعاد ترتيب ألفاظها ومضمونها لتتفق مع سياسة تحرير كل صحيفة من الصحف المعنية بنشر الحدث أو الواقعة أو المعلومة.

كما أن قيم الخبر ذاته قد يختلف من وسيلة لأخرى، فالإذاعة مثلاً لا بد أن يركز تفوقها في عملها ونقلها للأحداث والوقائع على دقة تحرير مادتها الإعلامية قبل إذاعتها، حيث يقوم المذيع قبل الحديث أمام الميكروفون بإعداد النص وتجهيزه والتأكد من مخارج الحروف والألفاظ لديه حتى يتأكد من سلامة النطق الجيد قبل إذاعتها على الجمهور بلا أخطاء.

أما تحرير الخبر التلفزيوني فيكاد يختلف فعلى الرغم من قيمة الحدث أو المعلومة وسرعة نقلها للجمهور في التو واللحظة، إلا أن الجانب المصور يصبح هو المهم مع المادة التحريرية المعبرة عن الحدث أو الواقعة، حيث يغلب الجانب المصور على الجانب التحريري، وبالتالي فالمذيع التلفزيوني يميل إلى اختيار الكلمات التي تعطي المضمون بسرعة، حيث يتم اختصار كلمات الحدث ليكون دور الكاميرا هو المهم، فالجمهور الذي عرف بغرق العبارة المصرية بالبحر الأحمر لا يحتاج إلى كلمات تعبيراً عن الحدث بأكثر ما هو بحاجة إلى رؤية ما يتم من عمليات إنقاذ لركاب العبارة الذين تم انتشالهم قبل أن تلتهمهم الأسماك المتوحشة بالبحر، وذلك وفق الرؤية التي تؤكد أن "الصورة قد تعوض القارئ عن الكثير من الكلمات والمعاني".

ولذا فإن تحرير المادة الصحفية تكاد تكون مختلفة من وسيلة إعلامية لأخرى، وذلك وفق ما تتسم به كل وسيلة عن أخرياتها من إمكانيات وخصائص حيث تقوم كل وسيلة بإبراز أفضل عناصرها لنقل الأحداث والوقائع للجمهور الذي ينتظر الجديد عن الحدث، وإن كان الكل قد يتفق على أن الحدث نفسه لا بد وأن يكون مهماً ومثيراً ويستحوذ على اهتمام الجمهور عند نشره، أو إذاعته، أو رؤيته تلفزيونياً (أبو العينين، 2007).

أولاً- مفهوم التحرير الصحفي:

التحرير الصحفي هو العملية التي يتم بمقتضاها وضع المادة الإعلامية في صورتها النهائية التي يقرأها أو يسمعها أو يشاهدها الجمهور.

و التحرير الصحفي بمفهومه اللغوي والأسلوبي وكمالية فنية كتابية هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من إطار التصور الذهني والفكرة إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي.

يعرفه محمد البردوي بأنه: جزء من عملية الإعلام والإعلام بدوره جزء من كل أكبر هو الاتصال بالجمهور، ويسعى التحرير دائماً للإجابة على سؤالين هما ماذا نقول؟ وكيف نقول؟

حيث يقصد بالتحرير إعداد الرسالة المكتوبة التي تنتقل إلى الجماهير عبر الصحيفة بهدف تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة من خلال عملية عرض فنية تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

التحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة هو العملية اليومية أو الأسبوعية حسب دورية الصدور والتي يقوم فيها المحرر بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون إعادة الصحيفة أو المعلومات التي جمعها من المصادر المختلفة في الأشكال أو القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للصحيفة ثم المراجعة الدقيقة لها وإعادة الصياغة لها. وفي تعريف أكثر شمولية هو عملية جمع المعلومات من مصادرها المختلفة ثم صياغتها بلغة سهلة وبسيطة في القوالب الصحفية المناسبة، تنقل إلى الجمهور عبر الصحيفة بهدف تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة بهدف تكوين رأي تجاه قضية من القضايا أو مشكلة من المشاكل (حسونة، ص 23).

ثانياً- الأسلوب الصحفي:

الكتابة فن رفيع المستوى لا تكفي فيه وفرة الاطلاع وسعة الثقافة واستفاضة المعرفة فالموهبة الخاصة والملكة الخلاقة هما وحدهما اللتان تجعلان المثقف قادراً على الإنتاج الكتابي وإجادة فن الكلمة. وحتى نقيم العمل الكتابي والأداء الإعلامي ونقدر أهميته واستحقاقه المعنوي والمادي علينا أن نأخذ في الاعتبار عدة عوامل:

1- شكله.

2- أسلوبه الكتابي.

3- قيمته الفنية والتعبيرية.

أ - الأسلوب والتعبير الكتابي:

المقصود بالأسلوب والتعبير الكتابي الطريقة التي يعبر بها الكاتب عن أفكاره وأسلوبه الأدبي وسلامة اللغة التي يستعملها، فالتعبير الكتابي الشائق الممتع يزيد من قيمة العمل الكتابي ويرفع مستواه وربما من الهام أن نتساءل: هل ينفرد الكاتب والكاتب الصحفي خاصة بأسلوب مميز خاص به؟ في الواقع إن الكاتب الأصيل يملك عادة أسلوباً كتابياً فريداً من نوعه ويعد نسيجاً متفرداً بين أساليب باقي الكتاب حتى أن القارئ الحصيف كثيراً ما يتعرف

على هوية الكاتب من خلال كتاباته حتى لو لم يكن نشر عمله مقترناً باسمه. بيد أنه وفي حالات معينة لا بد أن يتغير أسلوب الكاتب تغيراً يتناغم مع طبيعة الشكل الكتابي المطروق فأسلوب القصة يغير أسلوب الدراسة، والمقال العلمي يختلف في أسلوبه عن المقال الأدبي. كما أن هناك هوة تفصل في القدرة على التعبير بين الكتابة الإبداعية والترجمة، فال مترجم يكون عادة مقيدا بمعان محددة لا يستطيع تخطي حدود وتجاوز مدلولاتها فيأتي أسلوبه قاصراً وضعيفاً نسبياً إذا قيس بأسلوب الكاتب الذي يملك حرية التعبير ويتصرف بالمعاني والأفكار وفق إرادته الخاصة.

وهذا يفسر لنا أسباب الغموض الذي يكتنف كثيراً من الترجمات التي لا يملك أصحابها زمام اللغتين العربية والأجنبية بدرجة تمكنهم من الترجمة بأسلوب لغوي ينقق مع روعة العربية من حيث الوضوح والتسويق مما يعيق عملية إفهام القراء أو يستعصي على إدراكهم.

ونجد أحياناً في بعض الأعمال الكتابية تغيراً في الأسلوب لا مسوغ له، فبعض الكتاب يبدؤون مقالاتهم بتعابير كتابية مشرقة أخاذة تستهوي القارئ ثم لا يلبث الأسلوب أن يأخذ بالاختلاف فيضعف ويفقد رونقه أو قد يسف ويهزل كثيراً وفي هذه الحالة يكون هاوي الكتابة قد بذل جهداً لا بأس به وكدس وقتاً طويلاً في صياغة الجمل الأولى وإجادة سبكها كي يخلق انطباعاً نفسياً إيجابياً عند القارئ أو المسؤول عن النشر ويضفي على المقال جودة مصطنعة. إن تغير الأسلوب من فقرة إلى فقرة بهذا الشكل المعيب هو ظاهرة غير صحيحة ويدل على عدم أصالة الكاتب وضعف كفاءته الأدبية.

الكاتب الأصيل يحافظ على نسق واحد ويسير على منوال ثابت فيبقى أسلوبه لامعاً مشرقاً من أول المقال إلى آخره وإن حصل أحياناً تفاوت طفيف فيه تبعاً لنوع الفكرة التي يعبر عنها الكاتب فإن جوهره يبقى هو ذاته ويستثنى من ذلك بعض الحالات التي يكون فيها الكاتب أو الصحفي مضطراً إلى إنجاز مقال ما بسرعة كبيرة بحكم ظروف معينة وهناك أيضاً وهو الأهم الاختلاف الناجم عن التطور الزمني، فأسلوب الكاتب في المرحلة المبكرة من حياته الصحفية أو الأدبية يكون عادة أضعف من أسلوبه في مرحلة لاحقة.

ب- المحتوى والشكل في الكتابة الإعلامية:

إن النجاح في إنتاج المادة الإعلامية أو الأدبية من أي نوع، مقالة كانت أم دراسة أم زاوية أم قصة أم نقداً لا بد من توافر عناصر عديدة أهمها المضمون الجيد والعرض الشائق والجدة والطرافة في الأسلوب الكتابي فصحة المعلومات أو الأفكار المتضمنة في أي نص ووقيتها وأهميتها أي المضمون الجيد هي أمور أساسية ولكنها غير كافية.

وحيث لا يتم تقديم المادة الكتابية بقلب ممتع وبطريقة جذابة ومنمقة ومشوقة فإنها نادراً ما تثير اهتمام القارئ العادي، فالمتقنون والمفكرون وحدهم يهتمون بالمحتوى العلمي والفكري والثقافي بحد ذاته.

ت- الأسلوب ومقومات التشويق:

التشويق في الأسلوب الصحفي والإعلامي عموماً يعني أن تتمتع المادة المنشورة أو المقدمة عبر الراديو والتلفزيون بالإثارة وحسن العرض وجاذبية المعالجة، وكذلك فاعلية التعبير التي تأتي من جمال اللغة وقوة العبارات وسحر الأسلوب والوضوح.

• الجدة:

تشكل الجودة عاملاً مساعداً على جودة المضمون وأسلوب التشويق في آن واحد، فبما أن الغاية من العمل الكتابي تثقيف القارئ ورفده بالمعرفة الجديدة لتضاف إلى رصيده الثقافي السابق فإن هذا يعني أن جودة المادة الإعلامية أو البحث الإعلامي أو غيره لا تتحقق فقط بأهمية المعلومات والأفكار المطروحة وإنما بجودتها أيضاً، فالأفكار والآراء المبتكرة الجديدة غير المكررة هي التي تستدعي انتباه القارئ أو المستمع أو المشاهد.

والمعلومات الجديدة هي التي تشوقه، وللطرافة دور مهم في عملية التشويق فالمادة المكتوبة بأسلوب طريف التي لم يسبق أن ألفها القارئ أو المستمع أو المشاهد تثير لديه حب الاستطلاع.

إن التشويق سواء بالأسلوب الساحر أو الطرافة المثيرة يجعل المادة الإعلامية ذات الطابع الفكري ومادة الرأي مستساغة الطعم سهلة الهضم مقبولة من قبل عقل القارئ أو المستمع أما المضمون الجامد غير المستساغ فهو يبعث على النفور والملل.

إن الغاية أهم من الوسيلة، فالمبالغة في استخدام التعبيرات المتضمنة في عنصر التشويق والإثارة دون الاهتمام بالمضمون والجوهر تؤدي إلى السطحية والابتذال، فالمادة التي تأخذنا بأسلوبها الجميل الساحر لغوياً ولا تضيف إلينا أو تزودنا بأي مادة فكرية مفيدة هي مادة ليس لها قيمة أدبية أو إعلامية تاريخية فهي مؤقتة وعابرة ولن تترك الأثر المطلوب من مادة إعلامية هدفها التأثير والإقناع والتعبئة برأي أو فكرة تخدم مصالح المجتمع.

إذا ولكي تكون المواد الكتابية الأدبية والإعلامية خاصة ذات قيمة فعلية لا بد أن يتوفر فيها توازن بين جودة المضمون ورشاقة العرض وبكلمات أخرى توازن بين الشكل والمحتوى، وأي إخلال بهذا التوازن يسيء إلى الإعلامية أو الأدبية ويقلل من قيمة العمل الكتابي عموماً، علماً أنه وفي بعض الحالات نجد ضرورة لغلبة أحد العنصرين على الآخر، ففي المقالات والمواد العلمية والطبية والاقتصادية الاختصاصية مثلاً يحتل المضمون العلمي القيمة الأساسية وله الأهمية في المادة الإعلامية ومن ثم يكون الأسلوب أي طريقة تقديم هذه المادة له مكانته من الأهمية ثانية.

أما في الفنون الأدبية كالقصة والشعر والمسرحية وحتى السياسية فإن المضمون وأسلوب التشويق يتساويان وفي بعض الحالات يكون العنصر الثاني أهم من العنصر الأول. ولكن لكي يتقبل القارئ أو المستمع القيم والمثل التي تنطوي عليها المادة الإعلامية لا بد أن تعرض بأسلوب مؤثر وبلغة جذابة وحبكة مشوقة. أما إذا لم تعرض بطريقة مقبولة ومشوقة فإن القارئ يعزف عنها ولا تترك عنده الأثر المطلوب مهما كانت المادة غنية وذات قيمة من حيث المحتوى.

• وحدة المحتوى والأسلوب:

المحتوى (المضمون) هو مجموع العناصر المادية الواقعية التي تتكون منها المادة الإعلامية الخام، والشكل (الأسلوب) هو هيكل المحتوى وتنظيمه وترتيبه، والشكل ليس أمراً خارجياً بالعلاقة بالمحتوى وإنما أمر داخلي يلزمه رغم تنوع الأشكال بالمادة الواحدة ولكنه يلزم المادة دائماً.

إن المنطق العلمي ينطلق من وحدة المحتوى والشكل وعدم انفصال أحدهما عن الآخر، فالشكل والمحتوى أمران ملازمان لشيء معين ولذا لا يمكن أن يفصل أحدهما عن الآخر فلا يوجد محتوى بشكل عام وإنما يوجد محتوى في شكل معين وكذلك لا يوجد شكل مجرد من أي محتوى، إن الشكل هو دائماً ذو محتوى وهو يفترض محتوى محدد يشكل هو هيكله ونظامه وأسلوبه.

مثال على العلاقة الجدلية بين الشكل والمحتوى الأستاذ المحاضر الذي يقدم مادة علمية غنية لطلابه إذا لم يكن لديه القدرة على شرح مادته العلمية بأسلوب رشيق وجذاب ومشوق ومترايط لغوياً ينعكس سلباً على الطلاب الجالسين في قاعة الدرس فتلاحظ الملل وعدم المتابعة لديه مما يعيق عملية توصيل أفكار المادة العلمية مهما كانت قيمتها والعكس صحيح فإذا كان الأستاذ يقدم الكلمات البراقة والشكل الجميل في سبك الجمل ولكن المادة العلمية فقيرة ولا تتضمن ثراء فكري فإن الطلاب سرعان ما يعزفون عن متابعة المحاضرة وبالتالي تفقد العملية التعليمية قيمتها وهدفها المنشود، وينسحب ذلك على المادة الإعلامية في أي وسيلة إعلامية عرضت فيها (العمر، زعير، عمران، محمود، 2006، ص 217-223).

ثالثاً- خصائص الأسلوب الصحفي:

دراسة أسلوب اللغة الإعلامية المتميز عن الأساليب اللغوية الأخرى العلمية والتقنية وحتى الأدبية يساعدنا على استخدام تلك الكلمات والألفاظ والجمل التي يجب أن يتميز بها أسلوب اللغة الإعلامية، مثل تبسيط وسلامة ووضوح الكلمات والجمل والاقتراب الشديد من لغة الحديث العام ولكن دون إسفاف أو هبوط الى العامية، واستخدام اللغة العلمية المفهومة في الإعلام هي تلك التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل لأن اللغة الإعلامية لغة فن تطبيقي وليس فناً تجريدياً، والفن التطبيقي لا يقصد لذاته وإنما يهدف الى تحقيق غايات معينة وأن يؤدي وظائف محددة وهي الإخبار والتفسير والشرح والتوجيه والإرشاد والتسلية والإقناع والترفيه والتسويق أو الإعلان والتعليم أو التنشئة الاجتماعية. والأسلوب اللغوي لكل وظيفة له سماته وخصائصه المتميزة ولكن الخصائص التي لا بد أن تتوفر في الأسلوب الصحفي هي:

1 -البساطة:

لكي تكون اللغة المستخدمة في الكتابة الصحفية مفهومة للقراء لا بد من أن تكون بسيطة دون أن تكون مبتذلة وسهلة تؤدي الى المعنى دون اللجوء الى استخدام العبارات والكلمات الصعبة غير المألوفة التي ينفر منها القارئ أو المستمع ويكف عن متابعة القراءة أو الاستماع

2 - الدقة والتجسيد:

بقدر أهمية البساطة والسهولة في توضيح المادة الإعلامية وجعلها مفهومة للقراء والمستمعين العاديين فإن الدقة في التعبير وتجسيد المعاني لها أهمية قصوى لأنها تمنع الوقوع في متاهة الثثرة والمفردات الغامضة والعمومية دون أن يكون لها معنى محدد، لذلك إن الالتزام بدقة الكلمات المعبرة بشكل مناسب لمضمون المادة الإعلامية وأن لا تحمل الكلمات والعبارات تفسيرات متعددة أو متداخلة لأنها تؤدي الى التشوش والارتباك في فهم المعنى الحقيقي لما يقال أو يكتب. فالدقة والتجسيد تساعدان على فهم المدلول الواحد للمادة الإعلامية المنشورة أو المبنوثة عبر الإذاعة أو التلفزيون

3 - السلامة اللغوية:

إن مراعاة قواعد الإملاء والنحو والصرف والاستخدام الصحيح لعلامات الترقيم يساعد على تذوق واستيعاب المادة الإعلامية، فالأسلوب الصحفي لا بد أن يلتزم بجميع قواعد وأصول اللغة وعكس ذلك يسيء الى المادة الإعلامية ويعيق عملية الاتصال عموماً ويفقد ثقة المتلقين بمصداقية الوسيلة الإعلامية وهذا يقتضي أن يتوفر

للسيلة الإعلامية مدققون لغويون أكفاء و متميزون لمنع الوقوع في الأخطاء اللغوية التي يسميها البعض الأخطاء القاتلة

4 - القواعد اللغوية:

ثمة قواعد لغوية لابد من توفرها في الأسلوب الصحفي لكي يكون الأداء سليماً مفهوماً ومقبولاً من قبل القراء والمستمعين ويمكن إيجاز هذه القواعد اللغوية بالتالي :

- الابتعاد عن استخدام الأفعال المبنيّة للمجهول واستخدام الأفعال المبنيّة للمعلوم
 - الابتعاد عن استخدام الجمل الطويلة المعقدة المرتبكة والمتداخلة واستخدام الجمل القصيرة المعبرة، وكما قال العرب قديماً (الإعجاز في الإيجاز) و (خير الكلام ما قل ودل) و(من الأفضل أن يكون أقل بشرط أن يكون أحسن).
 - عدم الإكثار من استخدام الجمل الاعتراضية والمصطلحات والعبارات الغامضة التي تعيق عملية تواصل المتلقي مع الوسيلة الإعلامية.
- وتكمن أهمية إتقان ومعرفة الأسلوب الصحفي الذي يختلف عن الأسلوب التقني وعن الأسلوب الأدبي الصرف بمعرفة أن الصحفيين محكومين بعاملين أساسيين:

الأول عامل الوقت:

من المعروف أن الصحفي الميداني خاصة ليس لديه الوقت الكافي لكتابة خبر صحفي كتابية أدبية متكاملة وذلك لأن الفورية والسرعة من مميزات الخبر الصحفي فلا بد من أن يكون لدى الصحفي القدرة والكفاءة العالية في صياغة الخبر الصحفي أو المادة الإعلامية كالتحقيق والريبورتاج بسرعة تقتضيها ضرورة عدم التأخر في نشر أو بث المادة الإعلامية، لأن التأخير يفقد المادة الإعلامية الخبرية قيمتها وتأثيرها المطلوب، فمن المعروف إن إعداد الخبر والريبورتاج الإذاعي والتلفزيوني يتمان بسرعة ولا يوجد الوقت الكافي لإعادة صياغته لأن وقت بثهما محدد. فعامل الوقت مهم جداً في انجاز المادة الخبرية بأسرع ما يمكن وهذا لا يحتمل التلكؤ أو التردد في إنجازها.

الثاني عامل جمهور المتلقين للمادة الخبرية:

وهذا العامل مرتبط بالأول وهو وهؤلاء يريدون أن تقدم لهم مادة خبرية بأسلوب سهل ومفهوم ومقنع دون أن يمنعوا التفكير العميق في المادة الخبرية لاسيما وأن معظم المتلقين لا يفهمون المادة المعقدة والأسلوب الصعب الغامض (العمر، زعير، عمران، محمود، 2006، ص 229-232).

رابعاً- أهداف عملية التحرير الصحفي:

يهدف التحرير الصحفي كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة إلى تحقيق عدة أهداف من أهمها:

- 1 -جعل النص الصحفي (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة.
- 2 -تحرير الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات (الأرقام، الأسماء، العواصم) وتصحيحها.
- 3 -جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة.

- 4 -تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.
- 5 -توضيح معاني النص الصحفي وإحيائها.
- 6 -مراجعة النص الصحفي من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
- 7 -تعديل لهجة النص الصحفي عند الضرورة.
- 8 -جعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة.
- 9 -خلق نوع من الهارموني والتناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية المختلفة التي تنشرها الصحيفة.
- 10 -تسهيل عملية الإخراج الصحفي (حسونة، ص 24).

خامساً- الأسلوب الإعلامي:

يقول الدكتور عبد العزيز شرف في كتابه (اللغة الإعلامية . علم الإعلام اللغوي) : إن مشكلات الأسلوب الإعلامي جذبت الكثير من الدارسين منذ تأكد للفن الإعلامي والصحفي وجوده فتناول الدارسون بالتحليل الكيفي أسئلة مثل:

ما هو الفرق بين الأسلوب الإعلامي والأسلوب الأدبي؟

ماهي الأغراض التي يهدف الأسلوب الإعلامي الى تحقيقها؟

إن الاستفادة التي يمكن أن نجنيها من دراسة الأسلوب الإعلامي من خلال دراسة علم الأسلوبيات وهو أحد الفروع التطبيقية لعلم اللغة الحديثة إذ يعتمد هذا المنهج في دراسة الأسلوب الإعلامي على المناهج اللغوية الحديثة.

بل إن بعض الباحثين في تحليل المضمون يذهب الى تجربة التحليل الكمي للأسلوب فاتحة هذا التحليل في اتجاهات أربعة :

الأول:

هو اللغة كلها، وقد أجريت دراسات مختلفة للطابع العام لطريقة الكلام كتحليل بناء قواعد لغة معينة على أساس تكرار أنماط الاستخدام التي تظهر في الكتابة والكلام.

الثاني:

التمييز بين أنماط الأسلوب في الفقرات المختلفة وكان هذا مركز اهتمام أحدث التطبيقات وأشملها للتحليل الكمي للأسلوب الإعلامي وخاصة بالنسبة لمشكلات اللغة الإعلامية.

الثالث:

تمييز الأسلوب بنماذج الكلام أي بحث طابع بعض نماذج الكلام المكتوب بطريقة التحليل الكمي .

الرابع:

هو العادات والسمات اللغوية التي تميز شخصاً ما خاصة كاتباً من رجالات الصحافة والإعلام ، فنحن حين نقول أسلوب محمد حسنين هيكل الصحفي نقفز الى أذهاننا مباشرة بعض السمات التي ينفرد بها هيكل عن غيره.

وبغض النظر عن هذه الاتجاهات في التحليل فإن الهدف من وراء علم الأسلوبيات هو دراسة الأساليب الإعلامية المختلفة بحيث نشير الى الملامح اللغوية التي تميز الصيغ الشائعة فيها، والى الصلة بين هذه الصيغ وبين وظائفها اللغوية من ناحية وبين المواقف الاجتماعية التي تستخدم فيها من ناحية أخرى، ونفسر كلما أتيح لنا ذلك السبب في استخدام هذه الملامح ونقابلها بالملامح البديلة في الأنماط اللغوية الأخرى، ثم نصنف هذه السمات إما على أساس مميزاتها اللغوية من نحوية وصوتية ولفظية أو على أساس وظيفتها في السياق الاجتماعي أو على أساس العلاقة بين الاثنين معاً.

• دراسة الأسلوب الإعلامي:

إن موضوع البحث الذي يتناول دراسة الأسلوب الإعلامي هو أي شريحة من الكلام المذاع أو اللغة المطبوعة التي يمكن للمحلل اللغوي أن يعزلها من الفيض اللغوي المتدفق ثم يخضعها لمعايير البحث والتحليل سواء كانت هذه الشريحة عبارة أم جملة أم فقرة أم نصاً متكاملًا.

وثمة عدة فروق يطرحها الباحثون في الأسلوب الإعلامي:

أولاً : هل يمكن استكشاف صلة بين الصيغ اللغوية وبين وظائفها في الأسلوب الصحفي أو الإعلامي بوجه عام وبين الوظائف التي تؤديها هذه الصيغ في السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه

ثانياً : هل يتعين علينا أن نفرق في الوظيفة اللغوية بين ما يمكن أن نسميه بالأسلوب المعرفي أي الذي يؤدي الى معلومات وبين ما يمكن أن نسميه بالأسلوب اللامعرفي الذي يؤدي الى انفعالات وأوهام ، وبعبارة أخرى هل هناك فائدة من دراسة الأسلوب الإعلامي من وراء التمييز بين الأسلوب المعرفي الذي يستعمل للتعبير عن المعارف والأحداث بدقة ووضوح وبين الأسلوب اللامعرفي الذي يستعمل لإثارة العواطف والانفعالات. وباختصار يمكن القول في هذه المشكلة إن دراسة الأسلوب الإعلامي تقتضي التمييز بين هذين النوعين من الأساليب لتتقاة الأسلوب الإعلامي من الاستعمال التحذيري للغة السياسة والدعاية لأن الأسلوب الإعلامي يستعمل للتعبير العقلي والفكري والمناقشة الواضحة الناضجة.

وعموماً يذهب علم النفس الحديث الى أن استعمال اللغة استعمالاً عقلياً واعياً هو الذي يخرج المدركات من مجال الغموض اللاشعوري الى حيز الوضوح الشعوري، ويتفق علماء اللغة مثل وارد وستاوت (انكلترا) ويريكسن في فرنسا وكروتش في إيطاليا على أن اللغة هي مجموعة الرموز التي تنقل المعاني من إبهام الأحاسيس الى نور الفكر .

ويرأي هؤلاء العلماء إن الرموز المصورة لا يمكن أن تقوم مقام الألفاظ اللغوية لأنها غامضة غير محدودة وإن الرموز بالتعبير عن الأفكار هي الكلمات إذا استعملن بشكل عقلائي واعٍ. والفروق بين الأسلوبين تتعلق بمظاهر وظيفية مختلفة لكل من الإعلام والدعاية، فاللغة الانفعالية اللامعرفية التي تخاطب الغرائز وتوقظها لا تزال مستعملة في فنون الدعاية والإعلام فالغرائز البشرية كالأنانية والخوف والغريزة الجنسية وغيرها هي الأهداف التي يسعى المعلق والداعية الى التأثير فيها.

أما الإعلام بمفهومه العلمي الذي يلتزم بمسؤوليته إزاء المجتمع والأفراد فإنه يحجم عن الرموز اللامعرفية وإثارة الغرائز وهو استعمال الأسلوب المعرفي الذي يؤدي الى الوعي والتفاهم. وتتضمن الفوارق التي يضعها الباحث في الأسلوب الإعلامي، هل من الأفضل دراسة الملامح اللغوية في أسلوب كاتب ما لذاتها بصفاتها سمات تميزه عن

أسلوب غيره من الكتاب؟ أمام هذه الافتراضات نجد مقاييس علم الاتصال بالناس تفترض حكماً استخدام علم اللغة سواء في مجال علم المفردات أم النحو أم الصوتيات أم علم الدلالة دون تعريض معايير دراسة الأسلوب الإعلامي الى اكتشافات علم اللغة الحديثة.

وفي جميع الأحوال فإن الأسلوب الإعلامي مرتبط جدلياً بالسياق الاجتماعي والثقافي.

• نظرية السياق:

يرى العديد من الباحثين اللغويين ومنهم "مالينوفسكي" أنه لا بد من ربط دراسة اللغة بدراسة أنواع النشاط الاجتماعي والإنساني وهذا يقتضي تفسير دلالة الألفاظ والكلمات والعبارات داخل إطار السياق الحقيقي الذي تنسب إليه. واللغة وفق هذا المفهوم تقترب من المستوى العلمي الاجتماعي الذي نطلق عليه تسمية اللغة الإعلامية، وذلك لأنها تعد نمطاً من أنماط السلوك الإنساني لكونه لن يؤدي الى مجرد وظيفة ثانوية بل يؤدي دوراً وظيفياً خاصاً به. وباختصار يمكن القول إن فصل الناحية اللغوية للألفاظ والتعبير والكلمات عن السياق الاجتماعي والثقافي كما يقول "مالينوفسكي" هو كمن يفصل بين علم اللغويات وعلم الاجتماع، فاللفظ بالنسبة "مالينوفسكي" هو عمل ذو قوة وفاعلية لا نقل عن أي عمل عضلي بدوي أو هو مؤثر يدفع للفعل مرتبط بالموقف الذي يحدث فيه وهذا ما دفع "مالينوفسكي" للقول في مقاله.

- (مشكلة المعنى اللغات البدائية):

الكلام يرتبط بالموقف ارتباطاً لا ينفصل وسياق الموقف لا غنى عنه لفهم الألفاظ.

ومن المفيد توظيف نظرية "مالينوفسكي" في السياق لصالح المنهج الإعلامي في اللغة لدراسة اللغة في إطارها الاجتماعي. وتساعد دراسة السياق في اللغة الإعلامية على إنشاء معايير أسلوبية وتطبيقاتها في السياقات المختلفة.

وقد تمت دراسة تطبيق المعايير الأسلوبية على الموضوعات التي تناولتها الصحف والإذاعة والتلفزيون وطرق التعبير والألفاظ المستخدمة في الجرائد وطرق عرض الأنباء في البرامج الإخبارية في الإذاعة وبرامج التلفزيون. ودون أي شك إن كفاءة المعايير المستخدمة التي تستعين بدراسة السياق من شأنها أن تزيد من كفاءة تقويم وسائل الاتصال الإعلامية ليس فقط من خلال السياق الاجتماعي والثقافي بل ومن خلال الأسلوب الإعلامي المعبر بدقة عن هذا السياق (العمر، زعير، عمران، محمود، 2006، ص 223-229).

سادساً- السمات المميزة للكاتب الجيد:

هذه خلاصة رأي أحد أبرز الذين عملوا في التدريب على الكتابة الصحفية في الولايات المتحدة وهو بيتر كلارك Peter Clark:

1. إن العالم الخارجي هو حقل التجربة ومنبع الوحي للكاتب الجيد، فمن خلال العالم يبتكر الكاتب قصصاً وأفكاراً متنوعة. أنظر جيداً من حولك وسوف تجد أفكاراً رائعة لكتابة مبتكرة.
2. الكاتب الجيد لا يتقيد بالرسميات والتقاليد فدائماً ما يسعى إلى ابتكار ما هو جديد وخاص.
3. الكاتب الجيد يجمع المعلومات بكثافة وشراسة ودائماً ما يكون تركيزه على قيمة ومحتوى المعلومة ذاتها أكثر مما يكون على الأسلوب الذي يعرض به المعلومة.

فهو في أكثر الأحيان يرى نفسه محققاً وليس كاتباً.

4. الكاتب الجيد يركز مجهوده الأساسي على المقدمة فهو يعلم أنها أهم جزء في عمله لما لها من تأثير في جذب انتباه القارئ.

5. الكاتب الجيد دائماً ما يكون هو نفسه منغمساً في القصة التي يكتبها فتكون غالباً مسيطرة على وجدانه وتفكيره. فهو يخطط لها طوال اليوم ويناقشها في ذهنه ومع أشخاص آخرين باحثاً عن أفكار واقتراحات جديدة.

6. الكاتب الجيد غير متسرع في كتاباته ولكنه يمتاز بجرأة خارقة في طرح الأفكار وكتابتها والتعبير عنها.

7. الكاتب الجيد متفهم جيداً لمدى أهمية الأساليب الميكانيكية لترتيب الأفكار والمصادر المتاحة وتهيئة الجو، فهو يحاول أن تتخلل أوقات الكتابة والإبداع بعض الأفعال التي تبعث و تجدد نشاطه مثل المشي والسرطان وأكل الوجبات السريعة ... إلخ.

8. الكاتب الجيد يستخدم المسودات، فهو يكتب ثم يعيد الكتابة فيصلح ما يريد وأحياناً ما يبدأ من جديد؛ لإحساسه دائماً أن هناك خطأ ما وأنه غير راض عن العمل ويطمح إلى الكمال.

9. الكاتب الجيد يثق في ويعتمد على حاسته السمعية ومشاعره أكثر من رؤيته في تقييمه لأعماله، فهو دائماً ما يبحث عن الأخطاء التي تثير وجدانه وشعوره في حين أن المراجع مثلاً يبحث عن ما يثير نظره من أخطاء لغوية.

10. الكاتب الجيد يحب سرد القصص وبحث مجدداً عن الجانب الإنساني لأي خبر، و يبحث أيضاً عن الأصوات التي تضيء الحياة على الكتابة، واللغة التي يكتب بها تعكس اهتمامه بالسرد القصصي أو الحكيم.

11. الكاتب الجيد يكتب دائماً وأساساً لإرضاء نفسه ومعايير الذاتية، ولكنه يتفهم جيداً الصلة الوطيدة بين الكاتب والقارئ. فعلى عكس كثير من الصحفيين، يكون الكاتب لديه ثقة عالية أن أعماله ستصل إلى قرائه متحملاً مسؤولية ما سيصل إليهم من أفكار وأحاسيس.

12. الكاتب الجيد جريء وغير تقليدي في كتاباته. فهو يحب عنصر المفاجأة والتجديد في بداية أي قصة، ودائماً ما يتمنى أن ما يكتبه في الجريدة اليومية يكون هو الأفضل والأدق والأكثر مصداقية.

13. الكاتب الجيد قارئ للروايات ومحب للأعمال الفنية المتميزة فهو يجمع الأفكار من مصادر متنوعة.

14. الكاتب الجيد مسهب في كتاباته إلى آخر كلمة وفكرة تماماً على عكس الصحفي الذي لا يعبأ بالقارئ ويهتم فقط بكتابة مقدمة مثيرة ويهمل البقية. فذلك النوع من الكتاب لا يمكن فصل نهاية عمله عن مقدمته فكل كلمة عنده في انسياب وتجانس مع الأخرى مما يجعل القارئ يقرأ كل كلمة (أبو العينين، 2007).

سابعاً- فن التحرير الصحفي والتطور التكنولوجي:

شهد ربع القرن الأخير بؤادر صورة جديدة في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات وكان من أبرز مظاهرها هيمنة الحاسبات الآلية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية على شكل الاتصال ومحتواه، وقد تأثرت صناعة الصحف إلى حد كبير بهذه المستحدثات التكنولوجية خاصة حينما أخذت الحاسبات الآلية تحتل مكانها تدريجياً في صالات التحرير والجمع، فالتحرير الصحفي يبدأ بعملية جمع المواد الصحفية من مصادرها المختلفة وتوصيلها إلى مقر الصحيفة ثم معالجة المادة الصحفية.

أ - المحرر الصحفي في ظل التطور التكنولوجي:

المحرر الصحفي في القرن الحالي مختلف إلى حد كبير عن نظيره في القرن الماضي الذي كان يحرر لوسيلة إعلامية واحدة ويفكر بطريقة واحدة إذ استولى تحرير الفصول الصحفية وكتابة العناوين لتصميم وإخراج الصفحات وإعدادها بأكثر من وسيلة إعلامية في نفس الوقت حيث أصبح على المحرر أن يحرر نسخة من الموضوع للصحيفة الورقية ثم يعيد تكيفها في صورة نسخة إلكترونية بإضافة لقطات الفيديو والمقاطع السمعية إليها لتكون جاهزة للإذاعة في شبكات التلفزيون ومحطات الراديو ثم ينتج منها نسخة رقمية أخرى تصلح للموقع الإلكتروني وهذا بالضبط ما يقوم به المحررون حالياً في شبكة NBC التلفزيونية وفي مجلة TIMO التي اندمجت مع شركة أمريكا أون لاين وشركة وارنر التلفزيونية والسينمائية وفي صحيفة الحياة التي دخلت في شراكة مع قناة LBC اللبنانية.

وينتج أيضاً عن التحول إلى نظام التحرير الإلكتروني المعتمد على شبكات محلية داخل الصحف تعديل العلاقة بين المحررين في الصحيفة والكتاب من خارجها من ناحية ومراسليها من ناحية أخرى حيث أصبح المحررون اليوم يستخدمون الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعامل مع الكتاب ويطالبونهم بالإلمام بالطرق المختلفة للتعامل مع هذه التكنولوجيا الجديدة فبعد أن كان الفاكس هو الأداة التكنولوجية الأساسية التي يستخدمها الكتاب في إرسال موادهم المكتوبة إلى الصحيفة أصبح هؤلاء الكتاب اليوم مطالبون باستخدام ما تتيحها تكنولوجيا الحاسبات من أدوات أنظمة الفاكس الملحقة بالحاسبات في حالة الشبكات المحلية واستخدام أنظمة البريد الإلكتروني في حالة الشبكات المتسعة وينطبق الأمر نفسه على مراسلي الصحيفة الذين يعملون في مكاتبها المحلية أو مكاتبها بالعواصم العالمية.

ب - صالة التحرير الحديثة:

كانت صالة التحرير التقليدية قبل استخدام أجهزة الكمبيوتر في تحرير الصحف تأخذ شكل حذوة حصان، حيث كان يجلس كبير المحررين أو رئيس الديسك المركزي كما يسمى في الصحف العربية في منتصف المنحنى من الداخل وكان يطبق عليه المحرر المركزي ويجلس المحررون خارج هذا المنحنى ويطلق عليهم محرري الأطراف. وقد تغير شكل صالة التحرير في الصحف نتيجة استخدام الكمبيوتر في التحرير حيث أصبحت تأخذ شكل المستطيل الذي يجلس حوله المحررون وأمام كل واحد شاشة الكمبيوتر المتصلة بنظام التحرير المركزي في الصحيفة وتتبع الصحف أساليب مختلفة في توزيع المسؤوليات على المحررين في صالة التحرير على النحو التالي:

- تميل الصحف الصغيرة والمتوسطة الحجم إلى إسناد كل مهام التحرير إلى قسم التحرير المركزي باستخدام نظام ربط شبكي لأجهزة الحاسب الخاصة بالمحررين لتسهيل انتقال المواد من القسم المعني إلى صالة التحرير ومن المحرر إلى رئيس الديسك ثم منه إلى سكرتير التحرير الفني
- تميل الصحف الأكبر إلى تخصيص وحدة تحرير لكل قسم على حدا ثم تصب أعمال وحدات التحرير الفرعية في قسم التحرير المركزي عبر شبكة الحاسب الآلي لإجراء المراجعة النهائية

ويحدد حجم الصحيفة وعدد المحررين المتوفرين لها أي الأسلوبين يمكن إتباعه، وحتى في حالة نقل مهام التحرير إلى الأقسام المتخصصة يجب أن يكون لدى الصحيفة دييسك مركزي يقوم بمراجعة جميع مواد الصحيفة للتحقق من التناغم التحريري فيها.

والى جانب الأسلوبين السابقين اتجهت بعض الصحف في تسعينات القرن العشرين إلى استخدام ما يسمى بفرق العمل في إعداد المواد الصحفية وتحريرها وإخراجها فنياً، ويضم فريق العمل مجموعة صغيرة من الصحفيين من جامعي المعلومات والمحررين والمخرجين الذين يعملون معاً لتوليد فكرة الموضوع وجمع البيانات وتحريره وإخراجهن ويتضمن فريق العمل في الغالب رئيساً من قسم الديسك المركزي بالإضافة إلى محرر وصحفي أو أكثر من جامعي المعلومات ومصور ومخرج فني.

ج- أسباب إدخال التكنولوجيا الحديثة في صناعة الصحف:

- 1 -مواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام
- 2 -مواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات
- 3 -تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطبع والنشر
- 4 -الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق
- 5 -إعادة تخطيط المهام والمسؤوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر
- 6 -مواجهة المنافسة بين التلفاز والصحافة فإذا كانت الأجهزة السمعية والبصرية بدأت تغزو العالم الإعلامي فيجب على الصحافة أن لا تُهزم أمام هذا الغزو لأنه بات علينا أن ننتبه إلى استعمال التكنولوجيا لتحقيق الغرض في الزمن.

د- وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي:

يمكن تقسيمها كالتالي:

- 1 -وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً ومن بين وسائلها الكمبيوتر وقواعد المعلومات والإنترنت والتصوير الإلكتروني والتصوير الرقمي الإلكتروني والأقمار الصناعية والمساحات الضوئية والاتصالات السلكية واللاسلكية والألياف البصرية.
- 2 -وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً ومن بينها الكمبيوتر والنشر الإلكتروني وسواءً كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.
- 3 -وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، وتقوم بنوك المعلومات وشبكتها ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفاتها ووثائقها وهي تُساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.
- 4 -وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس، الأقمار الصناعية، المساحات الضوئية، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الشبكات الرقمية، شبكات الألياف، الكيبل.
- 5 -وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها تجهيز الكمبيوتر والأجهزة الرقمية الشخصية.

6 -وظيفة التحرير الإلكتروني، وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإلكتروني وبرامج بخصوص الأسلوب والإعراب والإملاء، بل وتوجد برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الاللكترونية للبيانات وذلك في مجالات مثل الاقتصاد والرياضة، وفي المواد الصحفية التي تتضمن الإحصائيات مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات وهو ما جعل الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج حتى قال البعض إن الصحافة يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة.

7 -وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصور والجرافيكس.

هـ- تأثير وسائل الاتصال الحديثة على الصحافة:

لقد كان لوسائل الاتصال الحديثة بالغ الأثر على الصحافة وبالرغم من الحضور المميز لتلك الوسائل في الصحافة عموماً إلا أنها أبرزت الآثار السلبية لهذه التقنيات على الصحافة ولا يمكننا أن نغفل في نفس الإطار الآثار الإيجابية التي طرأت على الصحافة في ظل التطور التكنولوجي.

التأثير السلبى لوسائل الاتصال الحديثة على الصحافة.

1 -تراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي بفعل تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام.

2 -عدم التمييز بين الصحفيين المحترفين وبين الدخلاء عليها.

3 -ترجع دور الصحافة كحارس بوابة تقليدي وكمفسر للأحداث والمعلومات، حيث تؤدي التقنيات الحديثة إلى ربط الجمهور بالمصادر الإخبارية الأساسية وهو ما يزيد من دور القوى التجارية في تحديد توجهات المادة الصحفية ومضامينها.

4 -التعارض بين الإبداعية الموروثة في عملية التصوير وبين التدخلات الرقمية في معالجة الصورة وإمكانية استغلاله بشكل غير أخلاقي.

5 -تضيف وسائل الاتصال الحديثة على كاهل الصحفي، مسؤوليات جديدة تتمثل في الفحص والتدقيق وحسن الاختيار على إشكاليات التلاعب والتحليل والتحريف والمصادر غير الموثوق بها.

6 -استهلاك وقت كبير في البحث عن المعلومات دون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث.

7 -عدم إمكانية حصول نسبة كبيرة من الجمهور على الابتكارات التكنولوجية الحديثة وبالتالي عدم إمكانية التواصل مع الآخرين.

يفرض استخدام وسائل الاتصال الحديثة لتقنيات متعددة لجمع الأخبار ومواجهة أنواع جديدة من مشكلات أخلاقيات العمل الصحفي المفخرة فضلاً عن القضايا التقليدية المتعلقة بتوفر الدقة والعدالة والخصوصية والصحة والموضوعية.

ز- التأثير الإيجابي لوسائل الاتصال الحديثة على الصحافة:

- 1 -تطور العملية الإنتاجية للصحف وتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر .
- 2 -تعتبر وسائل الاتصال الحديثة وسيلة للنشر الصحفي .
- 3 -الاتصال بالقراء وتعميق العلاقة معهم عبر الوسائل التفاعلية التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.
- 4 -تعتبر وسائل الاتصال الحديثة مصدر مهم من مصادر الأخبار والمعلومات والعلم والمعرفة ومصدر أساسياً للأخبار العاجلة.
- 5 -الاتصال المباشر من قبل الجمهور بالصحيفة ومحاورة الصحفيين والدخول معهم في نقاش بمختلف الموضوعات والآراء.
- 6 -إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى الجريدة وتخطي حواجز الجغرافيا والزمن.
- 7 -تعتبر وسائل الاتصال الحديثة أدلة لتسويق الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية.
- 8 -الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الانترنت باعتباره وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة.
- 9 -الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية من خلال الانترنت حيث يتم تبادل الخبرات الصحفية فيما بينهم.
- 10 توفر وسائل الاتصال الحديثة خدمة الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين.
- 11 إمكانية عقد الاجتماعات التحريرية مع المراسلين والمندوبين (حسونة، 27-29).

المراجع

1. أبو زيد، فاروق. (1990). فن الكتابة الصحفية، (ط.4). القاهرة: عالم الكتب.
2. أدهم، محمود (أ). (ب.ت). فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، المقال الصحفي . المكتبة الأنجلو مصرية.
3. أدهم، محمود (ب). (ب.ت). فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام. المكتبة الأنجلو مصرية.

الفصل الثاني

التحرير الصحفي والكتابة الإبداعية

أولاً- الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية

ثانياً- العوامل التي نحكم بموجبها على العمل الكتابي

ثالثاً- أسلوب الإبداع الصحفي

رابعاً- العمل الإبداعي الصحفي

خامساً- سمات الكتابة الجيدة

سادساً- طرق الإبداع الصحفي

سابعاً- مراحل الإبداع الصحفي



الفصل الثاني

التحرير الصحفي والكتابة الإبداعية

أولاً- الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية:

من الضروري القول إن الكتابة بصورة عامة نوعان:

1 - وظيفية.

2 -إبداعية.

الوظيفية هي تلك الكتابة المرتبطة بوظيفة توصيلية فحسب ولا تهدف من ثم الى غرض جمالي ومعنى هذا أن المسألة مرتبطة بوظيفة اللغة، فوظيفة اللغة في الأدب تشكيلية جمالية في المقام الأول أي أن غايتها التصوير الى جانب وظيفتها التوصيلية، حيث إن اللغة وظيفة في الحياة العامة وهي الكلام، أي أن في اللغة جانباً نفعياً من جهة وجمالياً من جهة أخرى.

فاللغة الجمالية أو الأدبية تتوخى غايتين: غاية أدبية وأخرى توصيلية، وربما ذهب بعض النقاد الى التعامل مع بعض النصوص الأدبية على أن اللغة فيها غاية في ذاتها.

وهناك فرق واضح بين الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية من حيث الشكل والمضمون والهدف وطريقة التقديم، كالفرق بين العلم والفن.

هناك عوامل مشتركة في النوعين من الكتابة من أهمها الموضوع أي سواء كانت الكتابة وظيفية أم إبداعية فلا بد لها من موضوع تناقشه، ولكن لكل منهما ما يميزه عن غيره؛ فالكتابة الوظيفية هي التي تخدم هدفاً معيناً أو وظيفة محددة، وظيفية توصيلية فقط لتوصيل المعلومة للناس، وهي في علم الصحافة أو الإعلام نقل الأخبار للناس والقيام بوظائف وسائل الإعلام الأخرى التي سيأتي الحديث عنها لاحقاً، حيث أن لها شروطاً ومواصفات معينة ينبغي أن تتوفر فيها، وهي تختلف عن الغاية الأدبية التي يسعى الأديب لبيانها فيما يكتب.

الشخص عندما يكتب لغرض ما يجب أن تشتمل كتابته على بعض العناصر التي تخدم هذا الغرض، وأن تجيب عن بعض الأسئلة في الخطاب أو النص الذي تكتبه، وفي حقل الصحافة والاتصال الجماهيري يتحدث المختصون عن أسئلة ستة ينبغي للقصة الخبرية أو النص أن يجيب عليها أو على بعضها، يكتب الصحفي إذاً بهدف واضح وهو تغطية أخبار معينة ونقلها إلى القراء في أماكنهم لوضعهم في صورة آخر التطورات والأحداث الساخنة أو الجارية التي تدور حول العالم .

لذلك فإن الكتابة الوظيفية تحمل بعض الصفات غير المتوفرة بالضرورة في الكتابة الإبداعية؛ فالكتابة الوظيفية (الصحفية) تكون كتابة موضوعية وتقريبية في وصفها للأحداث بمعنى أن الناقل لها وهو المندوب أو المراسل الصحفي لا يتدخل فيما يجري من أحداث بذاته ويقول "برأيي أن هذا الحدث غير صحيح أو أنه لم يجر أو لو فعلوا كذا لكان كذا أو كان من الممكن لو عقد المؤتمر في فندق أفخم لكانت النتائج أفضل". الكتابة الوظيفية أيضاً كتابة واقعية أي أنها تتقل الواقع كما هو .

الكتابة الوظيفية كذلك كتابة آنية أو فورية أو هكذا ينبغي أن تكون بحيث تغطي الحدث ساعة وقوعه فما فائدة أن أعطي خبراً في عام 2006 عن أحداث وقعت عام 2000 اللهم إلا إذا لم تكتشف حتى هذا التاريخ بعض جوانب الخبر، أما أن أكتب في خبري أن تشرنوبل حدث عام 1986 في روسيا أو أن نكتب خبراً عن انفجار هائل يؤدي بحياة الحريري لو وقع في الشهر الماضي، لأن الأخبار تفقد معناها أو قيمتها الخيرية بسرعة لأن الأحداث العالمية في تزايد مستمر، فلا تكاد تخلو ساعة من زمن من حدث جديد أو واقعة في أنحاء العالم على وسائل الإعلام أن تغطيها فور وقوعها. غالباً ما تنتهي الكتابة الوظيفية بانتهاء الغاية الموضوعية لأجلها أي نشر الخبر. والأخبار هي أكثر شيء معرض للتلف في عصر التكنولوجيا والتطور الهائل في صناعة الإعلام الحديثة وفي عصر الانترنت الذي مكن الناس عامة الناس معرفة ما يجري في حينه، بل وأصبح بمقدور عامة الناس وكل الناس أن يقوموا بمهمة الصحفي إلى حد ما .

أما الكتابة الإبداعية فقد تكون هي هدفاً بحد ذاتها أي أن الكاتب يكتب لأجل الكتابة والإبداع والتصوير الفني الأدبي لما يكتب، مستخدماً كل المحسنات لإبراز ما يريد وليس شرطاً أن تكون الكتابة الإبداعية موضوعية لأنها في العادة تبرز شخصية الكاتب فيما يكتب من نصوص أو لوحات فنية روايات قصائد، فالكاتب في حالة الكتابة الإبداعية يطلق لخياله العنان فيصور أشياء غير موجودة على أرض الواقع وأحياناً تكون الأشياء التي يصورها غير قابلة للوجود لأنها مستوحاة من الخيال، أي إنها مبالغ فيها إلى حد كبير . ولا يعني الخيال توهم أشياء غير موجودة ولكنها الطاقة والقدرة الخلاقة التي يتمتع بها الكاتب عن غيره، القدرة على توليف العلاقات بين الأشياء التي لا يمكن لغير المبدعين فعله، بينما يقوم الكاتب الوظيفي بمطابقة حدث أو حالة خارجية مع النص الذي كتب، ولا تستخدم المحسنات البديعية والبلاغية إلا في حدود ضيقة.

تجدر الإشارة كذلك إلى أن الكاتب المبدع يمتلك القدرة على كتابة نص وظيفي، أي أن كاتباً أو روائياً لو شاهد حدثاً وأراد أن ينقله للصحافة ووسائل الإعلام الأخرى فإن باستطاعته أن يفعل ذلك ويقرر ما حدث بكل موضوعية لكن ليس العكس بالضرورة صحيحاً. بمعنى إنه ليس بمقدور كل الصحفيين أن يكتبوا قصصاً وروايات بل قد لا يصلح بعضهم أكثر من ناقل للأخبار وربما لم يستطع أن يصيغ الخبر بشكله النهائي لجمهور القراء أو المستمعين، ولذلك سنتعرف على أن هناك كتابة صحفية وتحرير صحفي والفرق بين العمليتين.

ومن الفوارق بين الكاتبين أن الكتابة الوظيفية (الصحفية) تنتهي بانتهاء الغاية الموضوعية لأجلها وهي نشر الأخبار وإعلام الناس، ولا تصلح لإعادتها وتكرارها في كل وقت وحين، على سبيل المثال خبراً عن زيارة رئيس وزراء بريطانيا لمنطقة الشرق الأوسط، لا ينفع أن نكرره في وقت آخر إلا لو أنه كرر الزيارة بعد شهر. بينما نجد أن الكتابة الأدبية تبقى وتدوم سنيناً بل قروناً بعد كتابتها ونحن نكررها وربما يعيد مدرس اللغة العربية رواية عبد المجيد جودة السحار في بيتنا رجل لطلابه سنيناً متواصلة أو أن يكون ذلك مقروءاً ومنهجاً دراسياً تقرر إدارة المناهج في وزارة التربية على مدار عقد من الزمن. فلا زلنا على الصعيد العربي مثلاً نتغنى ببعض الملاحظات من عصور الجاهلية قبل الإسلام ونستذكر كتابات الجاحظ والبلاغيين، والفلاسفة الإغريق واليونان وغيرهم، حتى في جامعاتنا يدرس الطلاب الأدب القديم والأدب الحديث والشعر الجاهلي والشعر الحديث وهكذا، ولا أظننا نذكر خبراً عن أحداث تكون قد وقعت لبضعة سنين مضت، أو أشهر قليلة ماضية.

إذا فالفرق واضح بين الكاتبين كالفرق بين العلم والأدب، بالطريقة العلمية نتبع منهجاً محدداً لها ضوابط وحدود وأسس معينة يجب أن تطبق، في حين أن الإبداع أو الفن والأدب شيء شخصي وجهد شخصي غير تراكمي على

المستوى العالمي، كما في حالة العلوم والاكتشافات، وربما لا يمكن تطبيقه على شخصين وبكل بساطة يمكن أن نقول طريقة فلان في التعبير، وهذا لا ينطبق على النواحي العملية المنهجية. اللغة الوظيفية لها هدف محدد توصيلي غايته أن تصل المعلومة للمستقبل أيا كان وحيث كان بحيث يستفيد منها، بينما تمتلك الكتابة الإبداعية هدفاً جمالياً غير الهدف التوصيلي، حتى أن كل المتلقين قد لا يستفيدوا من النص الإبداعي وقد لا يرقى كثير من القراء إلى مستوى فهم النص الإبداعي، وهذا لا يمكن حصوله في النص الوظيفي لأن من أبسط شروط التحرير الصحفي هو تبسيط المعاني والكتابة بلغة مفهومة لعامة الناس (القضاة، 4-7).

• يحدد نبيل حداد الفروق بين التعبير الوظيفي والتعبير الإبداعي بما يلي:

أولاً : إن التعبير الوظيفي تعبير موضوعي في حين أن التعبير الأدبي أو الإبداعي تعبير ذاتي، ومعنى هذا أن النص الإبداعي ينطوي على خصائص ذاتية من إبداع صاحبها فتظهر فيه ثقافته، توجهه الفكري، مشاعره كما ينطوي على وجهة نظره، إنه رؤية لشيء ما لقضية ما ، لخطر أو تصور ما ولكن من خلال صاحبه فيتجلى فيه أسلوبه وطريقته ورؤيته، أما التعبير الوظيفي فهو رؤية موضوعية بمعنى أن الكاتب هنا غير مشغول إلا بالمسألة التي يريد توصيلها ومن ثم لا تظهر عواطفه أو مواقفه أو مشاعره وغالباً ما تتم كتابة النصوص الوظيفية بموجب قوالب كتابية كالتقرير أو الرسالة أو الخبر أو التحقيق.

ثانياً : تأسيساً على ما سبق فإن التعبير الوظيفي تقرير في حين أن التعبير الأدبي تصويري، ولا نعني بهذا أن التعبير الأدبي حافل بما يحلو للبعض إنما يدعوه بالمحسنات البلاغية أو الزخرفة اللفظية، فالمسألة ليست محسنات أو زخارف بل مسألة لغة لها أكثر من بعد وتؤدي أكثر من وظيفة. إنها مسألة تعبير يحشد مستلزمات الأداء الفني التعبيري وشروطه وقد تكون المحسنات والزخارف عبئاً عليه لا عوناً له.

ثالثاً: بالإضافة لما سبق يمكن القول إن كاتب النص الإبداعي لديه القدرة بالضرورة على كتابة النص الوظيفي وليس العكس صحيحاً دائماً ففي النص الإبداعي يتجلى عطاء الموهبة والاستعداد الشخصي ، وهكذا فإن كاتب النص الإبداعي بالمستويات المتعارف عليها هو الأديب في حين أن كاتب النص الوظيفي وبأعلى المستويات المتعارف عليها هو الكاتب.

ومهما بدت الكتابة الوظيفية مهمة في حياتنا المعاصرة فإنها تظل دون سمو الكتابة الفنية، فالنص الوظيفي ينتهي وربما يتلاشى حين تتحقق الغاية التي كتب من أجلها، في حين يظل النص الإبداعي متجدداً بل أن بعض النصوص الأدبية يمكن أن تؤسم بالخلود.

رابعاً : إن النص الوظيفي لا خيال فيه، في حين يعتمد النص الإبداعي اعتماداً كبيراً بطبيعة الحال على الخيال. ومن الضروري أن نقرر هنا أن الخيال ليس مجرد طاقة اختلاقية بل طاقة خلاقة والخيال ليس هو الوهم بل هو القدرة على تكوين العلاقات بين أمور لا يكتشف علاقاتها إلا المبدع، وإلا كيف يستطيع الشاعر أن يربط بين الحصان والطير في بيت امرؤ القيس المشهور . وكيف يستطيع الشاعر نفسه أن يربط الإحساس بالجمال والأحبال وذلك بقوله:

فيالك من ليل كأن نجومه بكل مغار الفتل شُدت ببذبل

وكيف يستطيع الكاتب القصصي أو الروائي أن يوجد هذه العلاقات المتشابكة بين أبطاله وبيئتهم ومحيطهم وزمانهم ومكانهم؟

أما النص الوظيفي فهو يقوم على مطابقة حالة خارجية مع النص الكتابي أي ثمة غرض ما يكتب النص لأجله، أو حالة ما يصفها الكاتب ويحاول الإحاطة بها والالتزام بعناصرها الخارجية وأي دور للخيال في النص الوظيفي يكون بمثابة كذب أو وهم، فالخيال في النص الإبداعي طاقة خلاقة في حين أنه في النص الوظيفي وهم ويحظر استعماله إلا ضمن الحدود التعبيرية الدنيا التي لا تجاوز تشبيهاً ما (حداد، 2002، 18-20).

ثانياً- العوامل التي تحكم بموجيها على العمل الكتابي:

كي نستطيع أن نحكم على العمل الكتابي ونحدد مرتبته بين الأشكال الكتابية من الضروري النظر في أربعة اعتبارات:

- 1 . شخصية العمل الكتابي.
- 2 . أسلوبه.
- 3 . مدى مراعاة العمل الكتابي للأسس المقررة.
- 4 . مدى مطابقة حجم العمل الكتابي لمتطلبات الموضوع الذي يتناوله.

1 . شخصية العمل الكتابي:

إن أول هذه المعايير هو بطبيعة الحال شخصية العمل الكتابي أو ما يدعى بشكل العمل الكتابي وهنا تبرز لدينا أربعة أشكال أساسية هي:

- 1 . الشكل الإبداعي.
- 2 . الشكل التوليقي.
- 3 . النصوص المترجمة.
- 4 . النصوص المقتبسة.

من الطبيعي أن يحتل العمل الإبداعي المكانة الأولى بين ثائر النصوص التي يكتبها الإنسان وذلك لأنه عمل يتجلى فيه الإبداع الإنساني، أي ينطوي على لإضافة حقيقية تدفع باتجاه الرقي الإنساني على ان القول ليس مطلقاً بمعنى أن ليس كل عمل إبداعي فني أفضل من أي عمل توليفي.

الكتابة التوليفية هي التي تعتمد على المصادر والمراجع بشكل مباشر ومن أهم ألوان الشكل الذي يعتمد على المراجع تلك النصوص الأدبية التي تعاد معالجتها حديثاً ولكن أصولها أو الفكرة التي يقوم عليها العمل ليست من خلق الأديب بل مستمدة من مصدر آخر.

ويدخل في الشكل التوليقي من الكتابات ما يسمى النذب الثقافية وهي تشمل المختصرات والتعليقات على الأحداث والإصدارات الثقافية وما الى ذلك والهدف واضح من مثل هذا الشكل من الكتابة وهو تقديم فكرة تنقيفية عن موضوع معين أو شخصية معينة أو قضية ما ومن الواضح أن هذا الشكل من الكتابة قد بات رائجاً الآن في الصحافة حيث إن الإنسان المعاصر لم يعد قادراً على المتابعة الكاملة للإصدارات الجديدة حتى لو كانت في حقل تخصصه ومن ثم تأتي هذه الجهود لتقدم وجبات ثقافية سريعة تناسب عصر السرعة وانفجار المعلومات.

أما النوع الرابع فهو الترجمة وقد يكون الجهد الترجمي خلافاً ويمكن أن ينظر اليه بوصفه عملاً جاداً إذا تعامل المترجم مع النص الذي ينقله بوعي وفطنة ودراية ومن هنا فإن النص المترجم الذي يحتل هذه المرتبة يجب أن يتحلى ببعض السمات:

1 . من المعروف أن الترجمة ليست مجرد نقل كلمات الى مقابلاتها في اللغة المترجم اليها بل هي نقل نصوص بما تتضمنه هذه النصوص من معاني وأفكار ودلالات.

2. من البديهي أن يكون المترجم ذا دراية عميقة باللغة التي يترجم اليها وتلك التي يترجم عنها هذه الدراية التي تفرض مستوى معين ولعل الحيف الأكبر الذي يقع على النصوص المترجمة هو الجهل بقواعد اللغة الأم وأسسها بحيث تصبح الترجمة جناية على النص لا خدمة له.

3 . على المترجم أن يتمتع بحس لغوي وطاقة تعبيرية كبيرة وقدرة على تصور المفاهيم واحترام وحداتها، ولا شك في أن جزءاً كبيراً من هذه المهارات يمكن أن يتحقق من خلال الممارسة وجزءاً آخر يمكن أن يكتسب من خلال الاتصال المستمر باللغتين اللتين يتعامل معهما.

4 . حتى تكون الترجمة علمية يفترض بالمترجم أن يكون متخصصاً بجانب معرفي ما فليس من المعقول أن يقوم بترجمة نصوص العلوم مترجم مختص بترجمة الشعر، وليس من المعقول أن يترجم النصوص الدينية شخص آخر مهتم بالاقتصاد.

النوع الرابع هو الأعمال الاقتباسية والمقصود هنا هو الاقتباس القول في المقام الأول وهو ما يتجلى في الكتابة الاعلامية. إن الخبر الصحفي إما أن يصف أحداثاً أو يورد وقائع أو يسرد أقوالاً وتصريحات عادة ما يدلي بها الناس الذين تتداول أسماؤهم في الأخبار ونقل الأقوال يتطلب مراعاة بعض الشروط مثل الدقة والموضوعية والمعالجة اللغوية السليمة وما الى ذلك لكن هذه المهارات تظل ضمن ما يمكن اكتسابه وتعزيزه بالتدريب المتواصل. ومن انواع الكتابة الاقتباسية ما يسمى بالتحقيق الصحفي الميداني ومن المعروف أن هذا النوع من التحقيقات يتطلب حشد وجهات النظر المتعارضة وذلك حتى يتحقق مبدأ التوازن وسواء أكان بعض أطراف المسألة متعلمين مثقفين أم كانوا مجرد أشخاص معنيين بالموضوع فإن مجهود نقل الكتابة يقع على عاتق المقتبسین وهو مجهود يتجاوز بالتأكيد عملية تفرغ الأشرطة أو السجلات لكنه يظل دون جهد الترجمة.

ولسنا بذلك نقل من مجهود الكتابة التقريرية لكننا نعني جانباً واحداً فحسب من هذه العملية وهو النقل المتوازن الأمين مع المعالجة التلخيصية أحياناً.

2 - أسلوب العمل الكتابي:

وهناك عناصر أخرى يمكن أن نحكم بموجبها على مكانة العمل الكتابي ولعل من أبرزها الأسلوب ونعني به الطريقة أو النهج الذي يتبعه الكاتب في سرد جزئيات موضوع ولا شك في أن الأسلوب يشتمل على عناصر عدة منها اللغة التي يستعملها الكاتب ثم البناء الذي يعتمد تصميمه لموضوعه، وقد يشتمل الأسلوب على الأساس الذي تقوم عليه عملية انتقاء الوقائع أو الجزئيات التي يسرد الكاتب من خلالها موضوعه.

والأسلوب الجيد يفترض الدقة ونعني بالدقة تجنب الفوضى فقد تنجم الفوضى عن عوامل عديدة منها على سبيل المثال عدم استعمال النسق الواحد وقد ينجم عدم الدقة عن الاستعمال الخاطئ للأرقام أو كتابة الأسماء ولا سيما الأجنبية بطريقة غير صحيحة وربما نجم الخطأ الأسلوبي عن الركافة اللفظية أو استعمال تعبير ما مع توافر

تعبير أكثر دقة منه. والأسلوب الصحيح يتطلب التوازن ولا يغلب عليه الانفعال أو المغالاة والحماسة الزائدة لموضوع ما أو النفور السافر منه ومن الشروط الأساسية في الأسلوب كفاية المادة أي أن تكون المادة التي يخوض فيها الكاتب واسعة يصول فيها ويجول بحيث يأخذ الأسلوب مداه ويصبح التحرك أسهل مما يوحي بأن الكاتب يغرف من بحر ولا ينقش من صخر .

والتشويق عنصر مهم في الأسلوب وهو جعل القارئ يقبل على قراءة الموضوع بشغف من بدايته الى نهايته وهذه القراءة غاية المني بالنسبة للكاتب. ولعل التشويق يكمن أحياناً في الموضوع نفسه كأن يكون الحادث نفسه طريفاً والمثال الكلاسيكي المشهور هنا حول الرجل الذي عض كلبه وليس العكس، ولكن الأسلوب الجيد يستطيع أن يضفي تشويقاً على أي موضوع من خلال طريقة العرض مهما كان الموضوع مألوفاً ويمكن للتشويق أن يتحقق عن طريق أحد أساليب العرض وقد أشتهر طه حسين بإجادة استعمال الأدوات الخاصة في كتابة مقالاته حين كان يعتمد الى استعمال ألفاظ من قبيل (أنت وأنا) وبعض الضمائر الأخرى التي يلون بها أسلوبه مما يزيل الحواجز بين ما يكتبه وبين القارئ. واستعمال الأمثلة أمر مفيد في التشويق كاستحضار الوقائع الدالة على أحداث مشابهة وهنا نشير إلى أن الأسلوب من أهم عوامل العمل الكتابي بل إنه يضفي على الموضوع أهمية ففي الخبر الصحفي هناك ما لا يقل عن عشرة أشكال مألوفة من الاستهلالات مثل الاستهلال الاستفهامي أو المقدمة الفجائية أو الوصفية وكل هذه الأنواع قد يدفع القارئ الى متابعة القراءة.

والأسلوب سواء أكان في الكتابة الوظيفية أو الفنية لا بد أن يعبر عن روح العصر والمتتبع مثلاً لأسلوب القرن التاسع عشر في الكتابة الوظيفية يجد الجمل طويلة كما يجد التعبير مهماً في ذاته ومن هنا نلاحظ قدراً من العناية بالبلاغة الشكلية أما الآن فنحن في عصر هو بالتأكيد عصر السرعة فعصر السرعة هذا يضبط التكوين العصبي للناس، فكل أمر الآن له علاقة بالسرعة. ثم هناك استعمال المشهيات كأداة لتشجيع القارئ على مواصلة القراءة ولكن الأسلوب الجيد ينتبه الى أن استعمال هذه المشهيات لا بد أن يكون بحذر، لأن التوابل مطلوبة ما دامت بالقدر الضروري فإن زاد مقدارها فسدت الوجبة.

ومن الطبيعي أن تتفاوت الأساليب بتفاوت أصحابها، ويمكن تلمس هذا من طبيعة كتابات الكبار، إن أسلوب طه حسين في كتاباته ودراساته له سمات خاصة يتصف بها بل إن القارئ الحاذق يستطيع أن يصل الى هوية صاحب النص من خلال أسلوبه.

3 - مدى مراعاة العمل الكتابي للأسس المقررة:

أما العامل الثالث في الحكم على العمل الكتابي فهو مدى مطابقة العمل للأسس المقررة للعملية الكتابية. وإضافة الى ذلك ينبغي تجنب الأخطاء والتعقيد والمنهجية والجفاف وغير ذلك.

أما الضعف الأسلوبي فهو كثير وعنا نحتاج الى الدقة والى الحاسة اللغوية حتى نستطيع أن نختار اللفظ المناسب، ففي لغة القضاء مثلاً يقولون: نطق القاضي بالحكم ولا يقولون ذكر القاضي الحكم.

والأغلاط بمعناها الموضوعي هي الأغلاط الفكرية، كأن يتبنى شخص ما رأياً تثبت الحقائق خلافه، كمن يعتقد ان الحرب نعمة على البشرية لأنها تسهم في تقليل أعداد الناس، وكمن يؤمن بأن الديمقراطية وبال على البشرية وأن الناس لا يستحقون الحرية أو كمن يتعصب لمبدأ ما ويرى الآخرين كلهم على خطأ، مثل هذا غلط سافر ولكن يجب أن لا ينسحب هذا الحكم على من يعتنق وجهة نظر خلافية أي يمكن أن تكون صحيحة ويمكن ان تكون خلاف ذلك فإن الغلط الفكري هنا هو الاعتقاد السافر بأن الذين يتبنون وجهة نظر مخالفة لمعتقداتنا هم مخطئون.

وثمة أخطاء أخرى لا تقل إيذاء للنص عن الأخطاء السابقة وهي الأخطاء الطباعية ، وقد يقول قائل إن الكاتب لا دخل له في الطباعة ولكن مجهود الكاتب وسماعته ومصادقته يمكن أن تضيق من خلال تقصير أحد الفنيين أو جهله لذا ينبغي عدم التهورين من خطورة هذا النوع من الأخطاء.

ومن العوامل السلبية في العملية الكتابية الغموض والتعقيد، وبعض الكتاب كما يقول ياسر الفهد يحاول إيهام القارئ بعمق الأفكار التي يتناولها ثم يستعمل الغموض ستاراً يخفي به جهله أو سطحيته. ولئن كان الغموض مسوغاً أحياناً في الكتابة الإبداعية فمن الواضح أنه مرفوض في الكتابة الوظيفية لأنه يتعارض وأبسط شروط هذه الكتابة وهو التوصيل الذي لا غ لبث فيه لهدف النص وتوجهه ومعناه الدقيق..

وعلى الرغم من كون المنهجية (الالتزام بشروط التأليف العلمي من توثيق وخلافه) أداة ضرورية لدى كتابة أي موضوع فإنها قد تطور الى عامل سلبي في بعض نماذج الكتابة الوظيفية، فالمنهجية الصارمة في مقال يتوخى منه الكاتب مخاطبة القارئ من القلب الى القلب أمر قد لا يكون ضرورياً، بل قد يلحق بالمقال جفاف يخلق الحواجز مع القارئ. إن الكتابة ولا سيما في وسائل الاتصال الجماهيري في عصرنا الحاضر تطلب أن يكسر الكاتب أية حواجز مع القارئ ولا سيما في النماذج التي تتناول جوانب إنسانية، أي الموضوعات التي يقرأها القارئ العادي كل يوم وهي الموضوعات التي بات المتلقي الآن يطلبها لوجهها الإنساني.

غير أن هذا الأمر يختلف في حالة البحث أو الدراسة، فالمنهجية ضرورية في هذه الحالة ولكن في حالة المقال الصحفي يكفي أن نعرض المسألة من خلال التعليق على جملة حوارية أو على تعبير حوارية قرأه الكاتب ثم اتخذ مركز إشعاع لتسليط الضوء على جانب ما في القضية، ولكن الأمانة العلمية وإعطاء كل ذي حق حقه في الإحالة والعزو بصورة أو بأخرى تظل فوق أي اعتبار.

4 . مدى مطابقة حجم العمل الكتابي لمتطلبات الموضوع الذي يتناوله:

والعامل الرابع الذي نحكم بموجبه على العمل الكتابي هو حجم هذا العمل ويمكن أن يشير هذا الى مجهود كبير ولكن المسألة ليست في الضخامة بل في الفائدة أو الجدوى، والأفضل وضع المسألة على النحو الآتي: إن الحجم ينبغي أن يرتبط بالجدوى وبالمنهج. فإن بعض المسائل قد يكفيها مقال أما بعضها الآخر فقد تتطلب بحثاً أو كتاباً. ويندرج تحت موضوع الحجم مسألة كفاية المادة، ومعنى هذا أن يكون الكاتب قد استعد جيداً لموضوعه ومن ثم يترك لبحثه أن يحدد طوله بمقتضى اعتبارات الموضوع، ومن هنا يمكن القول إن افتراض عدد مسبق للصفحات أو الكلمات للعمل الكتابي العلمي أمر لا يمكن تطبيقه بصرامة، ولكن هذا متاح في الكتابة الوظيفية حيث إن ظروف النشر قد تفرض على الكاتب ألا يجاوز موضوعه عدداً معيناً من الكلمات فنحن هنا إزاء ظروف وعوامل تجعل الحجم في أغلب الأحيان عنصراً غير دقيق دائماً في تقييم العمل لكن المهم أن يتناسب حجم العمل الكتابي مع مقتضيات الطرح الذي يقوم عليه وهناك كذلك اعتبارات الموضوع نفسه واعتبارات الناشر (حداد، 2002، 20-34).

ثالثاً- أسلوب الإبداع الصحفي:

تناول الباحثون الروس في دراستهم طرق العمل الصحفي ومن بينهم "غاروخوف" إذ أشار الى عدة مستويات في هذا السياق:

- فلسفي.

- علمي عام.

- علمي تخصصي.

- إبداعي.

لكن كثرة الطرق وتعدد الوسائل المستخدمة في مجال العلوم، إضافة إلى الطبيعة الإبداعية للتفكير العلمي تجعل من الصعوبة إلى حد ما، إمكانية بناء نظرية وحيدة، يمكن أن تعطي صورة كاملة ومنظمة لجميع الطرق المتوفرة والممكنة.

وتعتبر طرق ووسائل العمل الصحفي بمثابة مفاهيم ذاتية. إلا أن ظهور واستمرار طريقة ما في الحياة، هو بمثابة تطور موضوعي.

الباحث الروسي "غاروخوف" ومن خلال دراسته العميقة، أشار إلى تكوين طريقة الإبداع الصحفي، كنظام واحد، ومجمع لأساليب العمل.

والطريقة في استخدامها الدقيق المعاصر، هي أسلوب لشكل العمل ونظام الأفعال لهذا العمل التطبيقي أو لذلك النشاط الفكري

في هذا السياق بالذات تظهر أهمية "المخبر الإبداعي" أو بمعنى آخر مراحل تطور العمل الإبداعي في الصحافة.

أما جوهر الطريقة (وسائل العمل): الوسيلة هي وظيفة الطريقة، اتجاه البحث نحو المعرفة، والشكل النظري والعملية لتفهم الحقيقة الواقعية.

ولما كان العمل الإبداعي، يمثل حلقة لمجموعة من الخطوات التي تخضع لجملة من القرارات المحددة ومجموعة من الوظائف فإنه يمكن الحديث عن حالة الاستقرار والاستمرارية في نظام عملية التطور الإبداعي، بمعنى آخر، إن أسلوب العمل الإبداعي يتكون من نظام تطور العملية الإبداعية، الذي تحدده الوظائف والوسائل التي يجب معالجتها، وكذلك الطرق المتبعة في حل هذه المسائل بما فيها الوسائل التكنولوجية المتطورة المتمثلة في وسائل الاتصال السريعة وطرق اكتشاف وتحديد الخبر.

رابعاً- العمل الإبداعي الصحفي:

أ- الفعل الإبداعي:

إن بداية أي عملية إبداعية لها علاقة بتخزين وجمع المعلومات لأن حالة تفهم الحالة التي تمثل مجال الدراسة، من الشروط الضرورية لمواجهة الواقعة التي تمثل لحظة الفعل الإبداعي الذي يتسم بالمرحلة وتتمثل في وحدة جزأين مستقلين نسبياً.

1 -مرحلة الحصول على الخبر.

2 - مرحلة تكوين النص.

تمثل المرحلة الأولية لعملية الإبداع في الصحافة المكتوبة والمرئية، نشاطاً واعياً موجهاً من أجل الحصول على المعرفة والمعلومات الحيوية والصحيحة عن الواقع الحالي.

لذا يجب على الصحفي:

- . تحديد الواقعة(الحدث) متى وأين، وظروف وقوعه.
- . فهم السبب الذي أدى الى ظهور الحدث وتأثيراته.
- . النظر الى ألوان الحدث وعناصره، التي تساعد على تحويله الى عنصر تركيبى في النص الذي يتم صياغته.
- . جدير بالإشارة الى أن هذه الخطوات المذكورة أعلاه تتم في حالة تعامل الصحفي مع واقعة محددة.
- . إن عملية التعرف على الواقع هي مهمة تجعل الصحفي على علاقة ليس فقط بواقعة محددة وإنما مع حالة تمثل مجمل حقائق مترابطة فيما بينها.
- . لذا ينظر الى المرحلة الأولية في عملية الإبداع الصحفي على إنها نشاط معرفي متنوع ذي خصوصية متميزة.
- . هذه المعرفة الصحفية تتسم بطابع التعرف على الحالة التي يفترض معالجتها عن طريق البحث الصحفي من أجل الحصول على المعلومات الحية، وتحول هذا البحث الى:
- . التحقيق الصحفي وتشمل طريقة دراسة الحالة الاجتماعية التي يجب معالجتها (جمع المعلومات، دراسة الحقائق، طرق التحليل الاقتصادي والسياسي والعلمي، المراقبة الصحفية...الخ).

بأ- الأعمال والخطوات التي يتم حدوثها في عملية الفعل الإبداعي:

- . طلب الإعلان حول الموضوع (اختيار الحالة وتقديم إعلان مدعم بالأدلة والبراهين حول موضوع محدد العنوان، وخطة عمل محددة.
- . جمع معلومات مسبقة.
- . تحديد الموضوع المعد للدراسة.
- . اتجاه دراسة الموضوع.
- . إن طور النشاط المعرفي وطور تكوين النص في الصحافة يتألف من أربع عمليات تكون سلماً من أربع درجات، وتتشكل أول درجة
- 1. التكوين النهائي للفكرة.
- 2. تحديد الفكرة.
- 3. تطبيق الفكرة.
- . تحرير النص المؤلف (العمر، زعير، عمران، محمود، 2006، ص ص 197 . 201).

خامساً- سمات الكتابة الجيدة:

تحصر سمات الكتابة الجيدة بثلاث وهي:

- التكامل.
- الإحكام والتعميق.

1 - التكامل:

نعني بالتكامل أن تكون عناصر العمل الكتابي متآزره بمعنى أن يكون العمل أشبه بالكائن الحي له أعضاؤه التي لكل منها وظيفة ، وليس معنى التآزر هنا هو التشابه أو التكرار بل معناه تعاضد أجزاء العمل وعناصره، أي عدم وجود التناظر بين أفكار القطعة، معناه التركيز أي العرض الرأسي للأفكار وليس العرض الأفقي المشتت.

وفي العمل الوظيفي فإن الأمور لا تختلف كثيراً، فبدلاً من أن يكون الكاتب محكوماً بحبكة معينة فإنه هنا محكوم بموضوع له مقتضياته العملية ومرجعياته المعرفية، وإن أي استطراد غير ضروري يودي بوظيفة النص الوظيفي كما أن أي اجتزاء يمكن أن يتسبب في الإخلال بهذه الوظيفة ولا يحققها كاملة، وباختصار فإن مبدأ التكامل إذا ما أحسن تطبيقه يحدد درجة نجاح العمل الكتابي وظيفياً كان أم فنياً.

2 - الإحكام والتعميق:

العنصر الثاني للكتابة الجديدة هو الإحكام والتعميق، من الطبيعي أن يرتبط هذا العنصر بالتكامل فهو أمر نسبي، ويعني إعطاء كل جانب أو جزء في العمل ما يستحق من معالجة، فالجانب الأساسي يتطلب وقفة أطول من الجانب الثانوي أو الفرعي ويتم الإحكام إما من خلال الشرح والتفصيل أو إيراد الأمثلة في الكتابة الوظيفية فإن الأمثلة على أزمة السكن مثلاً أو اختفاء سلعة ما يمكن تعميق الإحساس بها من خلال تقليب المسألة على أكثر من وجه فبدلاً من الاختصار على مثال واحد يبين معاناة مواطن يبحث عن سكن مناسب أو سلعة ضرورية في جانب واحد من الممكن أن تساق أمثلة أخرى تعزيزية حول المشكلتين.

إن التعميق بناء على هذا يعتمد مبدأ الأهمية التنازلية وذلك من جانبين فكلما كانت جزئية المشكلة مهمة كانت أحوج إلى تعميق أقوى وكلما كانت أقل أهمية كانت الحاجة إلى تأكيدها أقل.

إن ترتيب أفكار الموضوع وجزئياته يمكن أن ينهض بدوره على مبدأ الأهمية التنازلية، فليس من المبالغة أن نفترض أننا في عصر لا يكمل القراءة فيه عادة قراءة أنباء الصحف ومحتوياتها كاملة، بل إن الاهتمام غالباً ينصب على العنوان والجزء الأول من الموضوع، وهذا أمر واضح في كتابة الخبر الإعلامي الذي يقوم شكله أصلاً على نمط يعتمد مبدأ الأهمية التنازلية وهو مبدأ الهرم المقلوب، أي مبدأ بالجزئية الأقل أهمية حتى نصل إلى النقطة الأساسية.

من هنا فإن الأفضل للكاتب أن يأخذ في اعتباره إمكانية اكتفاء القارئ بقراءة جزء واحد فحسب مما كتب وعادة ما يكون هذا الجزء هو المقدمة، لذا يستحسن في الكتابة الوظيفية بصورة عامة أن يكون الجزء الأهم هو الجزء الأعلى أو الأول من النص ويليه الجزء الأقل أهمية، على أن هذا ليس قانوناً مطلقاً في الكتابة الوظيفية ففي بعض النماذج الكتابية قد يكون البناء عكسياً أي شبيهاً بالهرم المعتدل بحيث يكون الأساس في القاعدة وذلك حين يدخر الكاتب أهم ما عنده إلى السطر الأخير أو الفقرة الأخيرة وهنا نكون بين مبدأ مهم في التعميق يعتمد مبدأ الأهمية المتصاعدة.

3 - قوة الإحساس بالموضوع:

السمة الثالثة للكتابة الجيدة هي قوة الإحساس في الموضوع والمقصود بها المعايضة الصادقة لمفردات الموضوع والصدور عن اقتناع بما نكتب. وصدق المعايضة النفسية للموضوع شرط ضروري للكتابة بنوعيتها الإبداعي والوظيفي (حداد، 2002، 34-37).

سادساً- طرق الإبداع الصحفي:

لما كان الفعل الإبداعي مرحلة تبدأ مع تفهم ومعرفة الواقع المحيط وذلك من معرفة وسائل النشاط (العمل) المعرفي وتقسّم الى مجموعتين:

. طرق الحصول على المعلومات.

. طرق الوصول الى الجوهر.

➤ وتتمثل الطرق الصحفية التقليدية للحصول على الخبر في:

1 . الوثائق.

2. الحديث.

3 . المراقبة.

إذ يولي الباحثون في مجال الإعلام باهتمام بالغ مسألة الطرق الخاصة للصحفي من وجهة نظره.

سابعاً- مراحل الإبداع الصحفي:

" تشكل الفردية الإبداعية للصحفي في جوهرها مجمل المعارف والقدرة والرغبات، أما أشكال التعبير فهي أسلوب خاص وفردى لعمل المؤلف"

وغالباً ما يشير الباحثون في مراحل العمل الصحفي الى وجود حلقتين أو ثلاث:

. المعرفة وعرض هذه المعلومات.

. اختيار الموضوع.

. تكوين الموضوع وعرضه.

إلا أنه من الأصح الحديث عن نظام مكون من خمس مراحل:

1 . طرق اختيار الموضوع.

2 . طرق دراسة الواقع.

3 . طرق التمعن بالحقائق والمعلومات التي تم جمعها.

4. طرق عرض الموضوع.

5 . طرق دراسة نتائج العمل الصحفي.

1 - طرق اختيار الموضوع.

إن اعتبار اختيار الموضوع على أنه مرحلة من الإبداع الصحفي تعتمد على الاحترافية المهنية والبراعة الصحفية، إنما يعود الى انتشار الصحافة الإخبارية على نطاق واسع في عصرنا الحاضر ترى لازوتينا الباحثة في مجال الدراسات الإعلامية أن " إظهار الفكرة تعني من الداخل وحدة الموضوع + الفكرة + الحركة"

وهذا ما يؤكد القول بأن اختيار الموضوع مرحلة هامة يبدأ معها الإبداع الصحفي .

2- طرق دراسة الواقع

أي الحالة الاجتماعية المفترض معالجتها

(طرق جمع المعلومات، طرق دراسة الحقائق، طرق التحليل الاقتصادي والسياسي والعلمي، المراقبة الصحفية)

3 - طرق إعادة النظر بالحقائق والمعلومات التي تم جمعها وهي تمثل حالة انتقالية بين جمع المعلومات وكتابة الموضوع وتشمل:

. طرق تحديد الأفكار الأساسية والثانوية.

. طرق تنظيم جدولة الوقائع في النص المجهز للنشر .

. طرق التعبير وتصوير المعلومات التي تم جمعها .

. طرق لفت نظر الجمهور وجعل النص يروق له.

. طرق حساب مصالح الجمهور وخبرته.

. طرق إضفاء الحيوية والشفافية على الوقائع.

. طرق الشرح والإقناع.

4 - طرق عرض المادة الصحفية:

وترتبط بجميع الحلقات السابقة، بالإضافة الى الحالة النفسية أو متطلبات الجمهور أو إمكانيات الصحفي الأسلوبية واللغوية وتتألف هذه الحلقة في مراحل العمل الإبداعي من:

- الأسلوب .

- اللغة.

- الشكل الفني

تجدر الإشارة الى أن هناك في جعبة الصحفي عدة أساليب وظيفية حيث يستخدم كل الصحفي الطرق والأساليب الخاصة المميزة به: رسمي . عملي . نشري أو إخباري أو طباعي . الحديث . أسلوب الأدب الفني

إن هذه المرحلة من الإبداع الصحفي تستوجب ضرورة التركيز على وسائل الإقناع والأدلة والبراهين، وأيضاً الى الأهمية الاجتماعية للوقائع، وكذلك الى الطرق النفسية للأسلوب التي ما تلفت عادة نظر الجمهور واهتماماته ومنها:

- المفارقات التصادمية.

- دحض المزاعم ونفيها.

- الإدانة.

5 - طرق دراسة نتائج عمل وسائل الإعلام

هذه الطريقة ليست لها علاقة مباشرة بالإبداع الصحفي وتعتبر أكثر انتشاراً (استطلاعات الرأي بواسطة الاستمارة . المقابلة . وعن طريق التلفون ... الخ)

يقول هيغل : "الطريقة هي السلاح الذي يقف الى جانب الذات " حيث يلعب الإحساس الداخلي في المعرفة الصحفية دوراً بارزاً في وظائف طرق حلول المسائل النظرية وتشكل طرق الوصول الى الجوهر ، فبقدر ما تكون أفكاره أكثر دقة، وأكثر شمولية وأكثر عمقاً بقدر ما يكون نظام معارفه أكثر غناء (العمر، زعير، عمران، محمود، 2006، ص 205).



المراجع

- الإمام، إبراهيم. (ب.ت). دراسات في الفن الصحفي، المكتبة الأنجلو المصرية.
4. الجاسم، جمال محمود. (2009). بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق، مطبعة اليازجي.
5. حداد، نبيل. (2002). في الكتابة الصحفية، السمات، المهارات، الأشكال، القضايا. اريد، دار الكندي
6. حسن أبو العينين، حمدي. (2007). الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة للتدريب و التطوير الإعلامي.
- حسونة، نسرين محمد عبده، أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي. بحث منشور على موقع



الفصل الثالث

المقال الصحفي

أولاً- مفهوم المقال

ثانياً- المقال الصحفي والمقال الأدبي

ثالثاً- المقالة في الأدب العربي الحديث

رابعاً- تحرير المقال

خامساً- أجزاء المقال

سادساً- المقال والأنواع الإعلامية الأخرى

سابعاً- وظائف المقال الصحفي

ثامناً- لغة المقال الصحفي

تاسعاً- المقال الصحفي في الصحافة السورية الرسمية: (البعث، تشرين، الثورة)



الفصل الثالث

المقال الصحفي

أولاً- مفهوم المقال:

على الرغم من هذا الخضم الكبير الذي يدور حول مفهوم المقال أو المقالة، ومحاولة الإحاطة به، فإن ثمة أسئلة كثيرة ما زالت تلح حول هذا المفهوم، وثمة عناصر وجوانب في سياق المقالة تحتاج إلى وقفات، لعلها تسهم في تجلية بعض الملابس التي أحاطت بالمفهوم ولا سيما بعد التحولات الكبيرة التي شهدتها هذا اللون الكتابي وما زال يشهدها في عصر تتسارع إيقاعاته، وتتنوع متطلباته، وتتعدد بل تتعقد سبل التعبير عن إنسانه وقضاياها.

إن ذلك التقسيم الثنائي للمقالة الذي يجعل منها مقالة موضوعية وأخرى ذاتية مازال الأكثر انتشاراً والأكثر حضوراً في مراجع النثر العربي خاصة ، لكن هذا التقسيم مازال قاصراً عن الإجابة عن بعض الأسئلة المهمة: ما الفرق أو الفروق بين المقالة الذاتية والأدبية؟ أين تقع المقالة الصحفية من هذا التقسيم؟ هل يأخذ هذا التقسيم بعين الاعتبار الشكل أم المضمون أم الموضوع في التقسيمات الفرعية والتطبيقات التفصيلية داخل النوع الواحد؟ هذه الأسئلة وغيرها مازالت ترد إلى الأذهان لدى التناول المعمق.

إن الكتابات التي تناولت المقالة باصطلاحها ومفهومها كانت أعمق خوضاً واشد اقتراباً إلى ما نسعى لتحديد إطاره وضبط مفهومه قدر المستطاع. هذه الكتابات تعرضت للمقالة ضمن مجالين: النثر الفني والتحرير الإعلامي وقد أخذت هذه الكتابات في اعتبارها كثيراً من المتطلبات والشروط التي أحاطت بنشأة المقالة الأدبية وتطورها كما التفتت إلى مقتضيات التي فرضتها ظروف نشأتها ونوع المنشور ومستويات المتلقين وطبائعهم إضافة إلى سماتها الفنية وعناصرها الموضوعية. يقول احمد الأمين: (إن المقالة من أهم صور النثر الأدبي وأمتعها، وهي إنشاء نثري قصير يتناول موضوعاً واحداً غالباً كتبت بطريقة لا تخضع لنظام معين بل تتبع هوى الكاتب وذوقه.

ولعل أهم عناصر التعريف السابق هو ما يتعلق بطريقة كتابة المقالة من حيث كونها تكتب بطريقة لا تخضع لنظام معين بل تتبع هوى الكاتب وذوقه فهذه الإشارة هي التي تعطي للمقالة الأدبية والمقالة عامة أهم سماتها بل شخصيتها الفنية.

وفي معالجة أكاديمية لمفهوم المقالة يتوقف فائق مصطفى عند بعض الخصائص الأساسية مثل: الطول المعتدل، العفوية أي البعد عن المنهجية الصارمة، والذاتية أي ذلك العنصر الذي يجعل منها تعبيراً مباشراً عن رؤية الكاتب الخاصة، ثم الأسلوب الإنشائي الانفعالي الذي يستند إلى الخيال والصور الموحية وعناصر التشويق. أما كتب التحرير الإعلامي فالملاحظ أنها تتحدث عن المقالة بأنواعها المختلفة من وجهة نظر صحفية فهي أي هذه المراجع ليست معنية بالجانب النثري الفني من المقالة ولعل هذا توجه له ما يبرره، فالكتابة الصحفية بشتى أشكالها وأنواعها كتابة وظيفية ترتبط بغاية معينة وهدف عملي محدد في حين تنتمي المقالة الأدبية، وكما جاء في مراجع النقد والأدب إلى ما يسمى بالكتابة الإبداعية وهو ضرب من الكتابة لا يتوخى هدفاً عملياً وتكون اللغة فيه مجرد أداة توصيل بل إن غايته جمالية في المقام الأول، وتأتي الغاية الوظيفية في الهدف الثاني واللغة هنا ليست مجرد أداة تواصل بل هي وسيلة خلق وإبداع وأداة تصوير لا تقرير. ومن هنا فإن مناقشة ألوان كتابية لا ترتبط بشكل مباشر بمقتضيات التعبير الصحفي الوظيفي أمر لا تشمله بالضرورة منهجية كتب التحرير الصحفي (حداد، 2002، 211-215).

وقد أطلق مونتاني على مقالاته اسم المحاولات كأنه يعتذر من ترسله فيها بغير تقيد بموضوع واحد أو تعمق في التفكير وكانت المحاولة في اصطلاح الفنانين هي محاولة صنع التمثال من مادة رخوة كالشمع وماإليه قبل صبه في قوالب النحاس أو نحته من الرخام فأراد مونتاني بمقالاته أن تكون محاولات رخوة من هذا القبيل وقصرها على الأحاديث المستخفة والتجارب الشخصية التي يتتاجى بها الإخوان في ساعات السمر .

فلما تناول باكوم الكتابة المقالية قلل فيها من الناحية الشخصية وزاد من الناحية الدراسية فأصبحت مقالاته أقرب إلى التركيز والإدماج منها إلى التبسط والفكاهة ولقيت مع ذلك رواجاً، ثم نشأت الصحافة فاستقرت المقالة في مكانها الذي لا غنى عنه بنوع آخر من أنواع الكتابة الوجيزة بعد أن كانت محاولة مترددة بين القبول والإهمال .

وانقسمت موضوعات المقالات على حسب الصحف والمجلات، فما كان منها للتسلية والقراءة العامة فقد التزمت في طريقة مونتاني وتابعيه، وما كان للدرس والقراءة الخاصة فقد غلبت عليه صفة الجد والالتقان . وقبل في تعريف النمط الأول إنه أشبه شيء بحديث شخصي تفاجئه على غير انتظار، فهو مزاج من التفتح والحيطة العارضة على مسمع من المتقربين المتطلعين وقيل في تعريف النمط الآخر إنه درس يلاحظ فيه تلخيص المطولات وتقريب المتفرقات وقد يبلغ الغاية من التركيز والإدماج .

ويذهب العقاد إلى أن المقالة ينبغي أن تكون مشروع كتاب في موضوعها لمن يتسع وقته للإجمال ولا يتسع للتفصيل، فكل مقالة هي كتاب صغير يشتمل على النواة التي تنبت منها الشجرة لمن شاء الانتظار .

أما الدكتور جونسون فيذهب إلى أن المقال (وثبة عقلية لا ينبغي أن يكون لها ضابط من نظام وهو قطعة إنشائية لا تجري على نسق معلوم، ولم يتم هضمها في نفس صاحبه، أما الإنشاء المنظم فليس من المقال شيء) .

وفي تعريف آخر (المقال هو الإنشاء المتوسط الطول يكتب نثراً عادة ويعالج موضوعاً بعينه بطريقة بسيطة موجزة على أن يلتزم الكاتب حدوث هذا الموضوع ويكتب عنه من وجهة نظره هو) .

لقد تواضع رجال النقد على أن يطلقوا كلمة مقالة على كل ظروف كتابة النثرية إن قصر طولها وعالجت موضوعاً واحداً، ويذهب تشارلتون إلى أن المقالة قد تكون نظاماً ولذلك أمثلة قليلة نجدها في العمود الشعري، ولهذا كان مدى التفاوت بعيداً جداً بين مختلف أصناف التحرير التي تقع تحت هذا الاسم، فالبحث العلمي القصير مقالة كالرسالة العلمية التي كتبها (لوك) عن طريق اكتساب الإنسان للمعرفة وأطلق عليها "مقالة في العقل البشري" والقطعة الأدبية الفنية مقالة مثال ذلك مقالات "لام" و"أيام طه حسين" وهذا النوع من المقالة لا يضيف إلى العلم الإنساني علماً جديداً ولا يقدم للقارئ معرفة إنما يقصد إلى إمتاعه بما فيه من فن جميل، وبين هذين الطرفين المقال العلمي من ناحية والمقالة الأدبية من ناحية أخرى تتفاوت المقالات درجات في دنوها من هذا الطرف أو ذاك، فمنها ما هو أقرب إلى العلم الخالص ومنها ما هو أقرب إلى الفن الخالص ومنها ما يجمع الغابتين معاً، على نحو ما نجد في مقالات "ماكولي" التي يحاول فيها أن يكون مؤرخاً علمياً يتوخى الحق وصدق الرواية وأن يكون فناناً في ألفاظه وعباراته شأنه في ذلك شأن طه حسين حينما يحاول في مقالاته ما يحاول الخطيب بأسلوبه يظهر للناس كأنما هو يدير القول في موضوع عقلي منطقي لكنه برغم ذلك لا يبرجو أن يؤثر عليهم بحجته بقدر ما ينفذ إلى قلوبهم بقوة العبارة وحسن البيان (شرف، 2000، 332-334) .

والمقال هو نوع صحفي مستقل و متميز بطابعه الفكري ومخاطبته لذهن القارئ. يقدم المقال معالجة فكرية، ذات طابع نظري، ويطرح أفكاراً ومعاني جديدة ترفع الموضوع إلى صعيد فكري نظري، وتساعد القارئ على الفهم الفكري والنظري للموضوع، وللسياق الذي أنتجه.

لا يعالج المقال الصحفي في الغالب نظرية مجردة بل يعالج قضايا واقعية ملموسة، ويقدم أفكاراً جديدة تفسر هذه القضايا وتساعد على فهمها. تشكل الأفكار والمعاني مركز الثقل الأساسي في المقال، ومع ذلك فإن المقال قد يستخدم الوقائع والمعلومات، ولكن فقط حين يراها ضرورية لدعم الفكرة. ويتوجه المقال أساساً إلى ذهن القارئ، بقصد التأثير في وعيه (خضور، 2011، 123).

وبذلك يمكن القول إن منظري فن التحرير الصحفي أو فن الكتابة الصحفية يتعاملون مع أي مادة تنشرها الصحافة بما فيها المقال بكل أنواعه بوصفها مادة صحفية، في حين ينظر مؤلفو كتب النثر الأدبي والنقد إلى المقالة الأدبية على أنها مادة فنية أو أدبية ولكل حجته ومنطقه في ذلك فالصحفي لا ينظر للمادة المنشورة بالمقتضيات المتعارف عليها مهنيّاً إلا أنها مادة صحفية أما المؤرخ الأدبي أو الناقد فإن من حقه كذلك أن يبحث عن القيم الجمالية والشروط الفنية في أي نص وإن يذود عن هوية الجنس الأدبي بصرف النظر عن وسيلة نشره. لكن الملاحظ أن كتب الصحافة ظلت تنظر إلى هذا الجنس الكتابي على أنه في الأغلب مقال في حين تصر المراجع الأدبية على استعمال تسمية مقالة ولعل هذا ناجم عن أن التسمية "مقالة" قديمة في تراثنا العربي ولما كانت الدراسات الأدبية العربية المعاصرة في كثير من توجهاتها تميل إلى تتبع التسلسل التاريخي للظاهرة الأدبية أو الجنس الأدبي فقد ظلت هذه التسمية عالقة بأذهان الأدبيين (حداد، 2000، 215).

❖ الاستعمال الصحفي لمصطلح المقال:

أما الاستعمال الصحفي "مقال صحفي" فالأرجح أنه ناجم عن تقليد حديث في الأدبيات الأولى لفن الكتابة الصحفية أو علم الصحافة كما تمثلت في كتابات محمود عزمي، عبد اللطيف حمزة، جلال الدين الحمامصي.

ولما كانت الصحافة انعكاساً لنبض العصر وصورة عن طبيعة الحياة فيه ولما كان عصرنا يتسم بعدد من السمات الأساسية أهمها أنه عصر السرعة ومقتضياتها، وعصر القارئ العجل الذي لم يعد راغباً في التأمل لأن التأمل بداية يحتاج إلى وقت ومن البديهي أن قراءة النص الفني وتأمله يحتاجان إلى وقت غير متاح لإنسان هذا العصر لذا فإن قارئ اليوم يبحث عما يلبي حاجته بأسرع وقت ممكن وبأقل مجهود عقلي ممكن في وقت تتكالب فيه ظروف الحياة ومتطلباتها بحيث لا تجعل من وقته مادة ترف.

ولعل هذا ينقلنا إلى السمة الثانية لهذا العصر وقارئه وهي تلك السمة العملية التي تكاد تغلب المتطلبات المادية على ما سواها، فالمقالة التي تتحدث عن احتياجات الإنسان المباشرة أكثر قبولا وأوسع انتشاراً من المقالة الأدبية التي تعبر عن نوازع أو مواقف شعورية لا فكرية وهكذا فإن الظروف الموضوعية لم تعد إلى جانب المقالة الأدبية مما أوجد تحدياً أمامها بحيث لم يعد يصمد في سوق النشر النماذج الإنشائية التقليدية حتى لو كانت جديدة المظهر، وبات على المقالة الأدبية إن أرادت أن تأخذ مكانها وسط الأجناس الأدبية أن تستجيب لتحديات العصر ومقتضيات القراءة وشروط النشر أي أن ينطوي النص على إضافة حقيقية تعني تجربة قارئها الوجدانية بحيث يرتاد بها فكراً وقلباً وروحاً معاً آفاقاً جديدة ويبلغ بها أو تبلغ معه آماداً جديدة في عالم من الفن المصفي والفكر الرائق العميق.

إن مثل هذا اللون من الكتابة المقالية من شأنه حقاً أن يحتل موقفاً مهماً في دائرة اهتمام قارئ اليوم وأن يلتزم جزءاً من جهده ووقته الذي يتجه بشكل آلي نحو الكتابة الوظيفية المرتبطة باحتياجاته العملية (حداد، 2002، 215-217).

فالمقال الصحفي يرتبط بوسائل الإعلام التي تحتوي على ثلاثة أنواع رئيسية من المضمون الإقناعي أولها الإعلان وثانيها الدعوة المقصودة كالمقالات الافتتاحية والرسوم الكاريكاتورية، والأعمدة والمقالات التفسيرية التي تؤدي بالقارئ إلى الوصول إلى استنتاج وثالثها ذلك المضمون الذي يراد به أساساً الترفيه أو الإعلام بحيث يكون الإقناع منتجاً فرعياً محتملاً.

ويذهب ريفيرس وزميله في كتاب "وسائل الإعلام والمجتمع الحديث" إلى أن المضمون الإخباري لوسائل الإعلام قد يكون له تأثير أكبر في الرأي العام من الإقناع الصريح بمعنى أن الأخبار قد تكون ذات قوة أكبر في تشكيل الاتجاهات العامة من المقالات والأعمدة السياسية وقد تغير الأحداث التي قد تقدمها الصحيفة عقولاً أكثر ما تغيره الدعاية.

ويقدم هودلي كانترل في كتابه "قياس الرأي العام" قاعدة عامة تقول: إن الرأي يتحدد عموماً بالأحداث أكثر مما يتحدد بالكلمات ويضيف ريفيرس إلى ذلك أن الأحداث تنزع إلى ترسيخ تغيرات الرأي العام الناتجة عن الكلمات وقد يكون التغيير في الرأي قصير العمر ما لم تسانده بعض الأحداث.

ولكن هذه القواعد العامة كما يذهب إلى ذلك بيرنارد بيرليون تستدعي تعليقيين: أولهما أنه من الصعب التمييز بين الأحداث والكلمات فهل الخطاب الهام الذي يقدمه رئيس الجمهورية حدث أم مجرد كلمات؟ وثانيهما أن كثيراً من الأحداث لا تحدث تأثيرها نتيجة حدوثها فحسب وإنما بمعاونة من الكلمات أيضاً أي أن أهمية الحدث في إقناع الجمهور قد تشد كثيراً من خلال التفسيرات التي يقدمها معلقو التلفزيون وكتاب المقال الصحفي (شرف، 2000، 334-335).

ثانياً- المقال الصحفي والمقال الأدبي:

إذا كان عصر النهضة هو البيئة المواتية لظهور فن المقال الأدبي فقد كانت عصور التقدم العلمي والتطوير الفكري وتكوّن الرأي العام وظهور الطبقة الوسطى التي تمتاز بعقلية واقعية وتهتم بمشكلات المجتمع العملية من أهم عوامل ظهور فن المقال الصحفي الذي يختلف كما يذهب إلى ذلك الدكتور إمام عن فن المقال الأدبي اختلافاً جوهرياً من حيث الوظيفة والموضوع واللغة والأسلوب فالمقال الأدبي يعبر قبل كل شيء عن تجربة معينة مست نفس الأديب فأراد أن ينقل الأثر إلى نفوس قرائه ومن هنا قيل إن المقال الأدبي قريب جداً من القصيدة الغنائية لأن كليهما يغوص بالقارئ إلى أعماق نفس الكاتب أو الشاعر ويتغلغل في ثنايا روحه حتى يعثر على ضميره المكنون ولكن الفرق بين المقال الأدبي والقصيدة الغنائية هو في درجة الحرارة أما المقال الصحفي فيتصل أكثر ما يتصل بأحداث المجتمع الخارجية العامة كما يفترض وجود رأي عام يخاطبه ويتحدث إليه أو كما يقول الدكتور إمام إن المقال الأدبي يدخل في اعتباره عواطف الفرد ووجدانه أما المقال الصحفي فيهتم بما يسمى الوجدان الجماعي.

وفي دائرة المعارف البريطانية إفاضة في تعريف المقالة الأدبية: هي عبارة عن قطعة مؤلفة متوسطة الطول وتكون عادة منشورة بأسلوب يمتاز بالسهولة والاستطراد وتعالج موضوعاً من الموضوعات من ناحية تأثر الكاتب به.

أما المقال الصحفي فينقسم إلى أنواع منها المقال الافتتاحي والعمود الصحفي وفن اليوميات الصحفية.

ونحن نذهب إلى أن الفصل بين المقال الأدبي والمقال الصحفي فصل تعسفي في كثير من الأحيان ذلك أن المقال الصحفي قد وظف فنون المقال الأدبي لأداء مهام الفن الصحفي وهو لذلك يقوم على أداء وظائف الإعلام والتفسير والشرح والتوجيه والإرشاد والإمتاع والتعليم والتنشئة الاجتماعية فالمقال الصحفي مسؤول عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة وخالية من التفاصيل المعقدة ولذلك يجب أن يكون المقال الصحفي جميل الأسلوب مشرق الديباجة متقدراً في موضوعه وهدفه قوياً في تعبيره عن الرأي، وإذا كان المقال يدعو لقضية فلا بد أن يفعل ذلك دون إيهام وإذا كان يشرح أو يفسر أو يحلل فعلى الكاتب أن يقدم أكثر مما يستطيع المندوب الصحفي أن يقدمه في أعمدة الأخبار بحيث يقدم أعقد المشكلات السياسية والاقتصادية والثقافية باصطلاحات الإنسان العادي (شرف، 2000، 335-336).

وقد انحسرت أهمية المقال الصحفي في الصحافة عامة إلى المرتبة التي تلي مرتبة الخبر بدءاً من الحرب العالمية الثانية لسببين : أولهما التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال الذي رافق الحرب ولا سيما الاتصالات السلكية واللاسلكية حيث كانت هذه الوسائل تحمل بسرعة البرق تطورات الحرب وتنتقل وقائعها من ميادينها وثانيهما ضخامة الأخبار نفسها، فثمة دول تسمح عن الخريطة وأخرى تقوم، ودول تدخل الحرب وأخرى تهزم، وجيوش تحتاح القارات وأخرى تتراجع ومن الطبيعي أن يجذب القارئ في هذه الحالة إلى المواد الإخبارية أكثر من انجذابه إلى مادة الرأي أو المقال مما أدى إلى انحسار أهمية هذه المادة وترحيلها من الصفحة الأولى إلى الصفحات الداخلية.

ولما كان المقال يتيح للصحفي حرية أكبر لبث نفسه فعليه أي الصحفي ألا يتوقع من المقال مردوداً فورياً لما ينادي به بين جمهور القراء بأكثر مما تحققه المواد الإخبارية وهذا أمر طبيعي إذا ما أخذنا في الاعتبار أن القارئ يستقبل مادة الرأي بقدر من الحذر يفوق تلقيه للمادة الإخبارية فالأولى في نظره اجتهادات والثانية حقائق.

من هنا فإن من الضروري لكاتب المقال أن يكون على درجة رفيعة من الكفاءة المهنية ولديه خلفية فكرية راسخة عن الموضوع الذي يخوض فيه بحيث يستطيع أن يعرض آرائه وأهدافه جلية وبمبسطة فيخاطب بها مستويات القراء كافة مما يوفر لهذا الكاتب مع الأيام مكانة تتزايد يوماً بعد يوم ويتزايد من ثم تأثيره في الناس (حداد، 2002، 217-218).

ثالثاً- المقالة في الأدب العربي الحديث:

يرتبط تاريخ المقالة في أدبنا الحديث بتاريخ الصحافة ارتباطاً وثيقاً. فالمقالة بنوعها الذاتي الموضوعي، لم تظهر في أدبنا، أول ما ظهرت على أنها فن مستقل شأنها في فرنسا وإنجلترا. بل نشأت في حضن الصحافة، واستمدت منها نسمة الحياة منذ ظهورها، وخدمت أغراضها المختلفة، وحملت إلى قرائها آراء محرريها وكتابها. ولذا كان لزاماً علينا أن نبحث عن تطور المقالة في الصحف اليومية أولاً، ثم في المجلات، مع تقدير الفوارق الهامة بين أنواع المقالات التي تكتب للصحف وتلك التي تكتب للمجلات.

وإذا استعرضنا المقالات التي ظهرت في الصحف المصرية خلال النهضة، نجد أنها مرت في أطوار أربعة:

الطور الأول:

طور المدرسة الصحفية الأولى: ويمثلها كتاب الصحف الرسمية، التي أصدرتها الدولة أو أعانت على إصدارها. ويمتد هذا الطور، حتى الثورة العربية.

ومن أشهر الكتاب الذين شاركوا في تحرير صحف هذه الفترة: رفاعه الطهطاوي وعبد الله أبو السعود وميخائيل عبد السيد ومحمد أنسي وسليم عنحوري. وقد نشروا مقالاتهم في الوقائع المصرية ووادي النيل والوطن وروضة الأخبار ومرآة الشرق على التوالي.

وقد ظهرت المقالة على أيديهم، بصورة بدائية فجأة، وكان أسلوبهم أقرب إلى أساليب عصر الانحطاط، فهو يزهى بالسجع الغث وبالمحسنات البديعية والزخارف المتكلفة المموجة. وقد كانت الشئون السياسية هي الموضوع الأول لهذا المقالات، ولكن الكتاب كانوا يعرضون أحيانا لبعض الشئون الاجتماعية والتعليمية.

الطور الثاني:

وفيه ظهرت المدرسة الصحفية الثانية: التي تأثرت بدعوة جمال الدين الأفغاني، وبنشأة الحزب الوطني الأول، وبروح الثورة والاندفاع التي سبقت الحركة العربية.

وكان للمدرسة السورية المتمصرة يد لا تنكر على تطوير المقالة في هذه المرحلة من حياتها. وقد برز في هذه المدرسة عدد من الشخصيات التي ارتبط تاريخها بتاريخ الكفاح الوطني في مصر، ومنهم أديب إسحاق وسليم النقاش وسعيد البستاني وعبد الله نديم ومحمد عبده وإبراهيم المويلحي ومحمد عثمان جلال وعبد الرحمن الكواكبي وبشارة تقلا.

وقد تحللت هذه المدرسة من قيود السجع. إلى حد بعيد، وأخذت تقترب من الشعب شيئا فشيئا، وذلك بتأثير الشيخ محمد عبده وحركته الإصلاحية. ومن أهم الصحف التي كتبوا فيها: الأهرام ومصر والتجارة والفلاح والحقوق.

الطور الثالث:

وفيه ظهرت طلائع المدرسة الصحفية الحديثة، ومنهم علي يوسف ومصطفى كامل وعبد العزيز جوايش وولي الدين يكن وسليم سرريس ومحمد رشيد رضا و خليل مطران ونجيب الحداد وأمين الحداد ولطفي السيد ومحمد مسعود.

وهذه المدرسة نشأت في عهد الاحتلال، وتأثرت بالنزعات الوطنية والإصلاحية التي سبقته وبالنزعات الحزبية التي تلتها؛ إذ كان من نتيجة الاحتلال الإنكليزي لمصر أن ظهرت الأحزاب السياسية؛ لتنظم الكفاح ضد الإنكليز والأتراك، وفقا لفلسفتها ومثلها الخاصة. فكان علي يوسف يمثل حزب الإصلاح، ويحمل جريدة "المؤيد" رسالته. وكان مصطفى كامل يمثل الحزب الوطني وينشر مبادئه على صفحات "اللواء". وكان لطفي السيد يمثل حزب الأمة الذي كان يضم مثقفي ذلك العصر، وينشر أفكاره السياسية والثقافية على صفحات "الجريدة".

والحقيقة أن أكثر هذه الصحف اتجه اتجاها سياسيا قويا، فكانت المقالة فيه محدودة بحدود الموضوع، وهي أقرب إلى الخطبة الحماسية منها إلى المقالة الهادئة المتزنة. أما "الجريدة"، فقد تميزت في ذلك الحين بأنها تحمل دعوة التجديد والبعث، على أساس العلم الحديث؛ ولذا عنيبت بشؤون التربية والتعليم، وبشؤون السياسة النظرية، وكانت خير مجال لتمثيل النزعات الأدبية الحديثة -نزعات المطريشين- وقد ربت عددا من الكتاب، الذين قادوا الحركة الأدبية والاجتماعية فيما بعد، ومنهم: عبد الرحمن شكري وعبد الحميد حمدي وعبد الحميد الزهراوي وعبد

العزیز البشري ومحمد السباعي وعبد السلام ذهني وإبراهيم رمزي ومحمد حسين هيكل وطه حسين وإبراهيم عبد القادر المازني وعباس محمود العقاد وعزیز خاكي ومصطفى عبد الرازق وسلامة موسى وتوفيق دياب. ومن السيدات: لبيبة هاشم ونبوية موسى وملك حفني ناصف. وهؤلاء في الحقيقة هم أساطين الحركة الأدبية الحديثة التي ظهرت بين الحريين، وقد توزعوا شؤون الكتابة فيما بينهم، فكان منهم الناقد والمؤرخ والمربي والمفلسف والخطيب والسياسي والقاص.

ومن هنا ندرك أهمية الدور الذي لعبه لطفي السيد وجريدته، حتى أصبح الباحثون يدعونه: أستاذ الجيل. وقد خطت هذه المدرسة بالأسلوب الأدبي خطوات جبارة، فخلصته من قيود الصنعة والسجع، وأطلقت حرا بسيطا، حملته من الأفكار والمعاني تفوق حملته من الزخرف والعبث البديعي.

الطور الرابع:

المدرسة الحديثة، وتبدأ بالحرب العظمى الأولى وما تلاها من أحداث جسام، قلبت الحياة المصرية رأسا على عقب، وصفت جوهر الشخصية المصرية حتى ظهرت على حقيقتها. وأهم هذه الأحداث الثورة المصرية الأولى سنة 1919م.

وقد ظهر في هذه الفترة من الصحف التي تركت أثرها في الحياة الأدبية عامة، وفي المقالة خاصة: جريدة السفور لعبد الحميد حمدي "1915"، وقد اجتذبت إليها أكثر كتاب "الجريدة"، و"الوجديات" لمحمد فريد وجدي "1921" ثم صحف الثورة وما بعدها، وخاصة صحف الأحزاب ومنها "الاستقلال" لمحمود عزمي "1921"، وقد شارك في تحريرها الدكتور طه حسين، و"النهضة المصرية" "1922" لعبد الحميد حمدي، و"السياسة" "1922" لمحمد حسين هيكل، وكانت لسان حال حزب الأحرار الدستوريين، و"البلاغ" "1923" لعبد القادر حمزة، وكانت وفدية، و"كوكب الشرق" "1924" لأحمد حافظ عوض، وكانت وفدية أيضا، و"الأخبار" "1925" لأمين الراجحي، و"الأسبوع" "1926" لإبراهيم عبد القادر المازني. ثم ظهرت الصحف الحزبية والمستقلة الحديثة كـ"المصري" و"صوت الأمة" و"الدستور" و"الأساس" و"أخبار اليوم" و"الأخبار"، وكلها سارت على التقليد الصحفي الذي أرسى قواعده رجال الصحافة الحزبية في طورها الأول، مع بعض التجديد الذي اقتضاه اتساع الثقافة وتدريب الكتاب واستحصاد ملكاتهم بالممارسة، واتساع شؤون الحياة السياسية بعد معاهدة 1936.

وكان أثر هذه الصحف في المقالة محصورا في نطاق المقالة السياسية، أو افتتاحية التحرير. أما أثرها الأدبي فقد كان ضعيفا؛ إلا أنها قدمت للقارئ بعض كبار الكتاب، ومنهم محمد تيمور ومحمود تيمور اللذان ظهرا على صفحات "السفور"، والمازني الذي برز في تحرير "الأهرام" و"الأفكار" و"الرجاء" و"البلاغ"، وهيكل محرر "السياسة اليومية" و"السياسة الأسبوعية".

وامتازت المقالة في هذا الطور بالتركيز والدقة العلمية، والميل إلى بث الثقافة العامة لتربية أذواق الناس وعقولهم. أما أسلوبها فهو الأسلوب الأدبي الحديث الذي عرف به محرر هذه الصحف، وقد كان منهم نفر من أقطاب المدرسة الأدبية الحديثة.

إلا أن الصحف اليومية بطبيعتها، توجه عنايتها في المقام الأول إلى شؤون السياسة، ولذا نجد أن المقالة التي ظهرت فيها، اقتصر على لون خاص؛ ولكن المجالات تعهدت بسد هذه الثلمة.

وشأن المقالة الصحفية في لبنان يختلف عنه في مصر، فقد كان لبنان سباقا إلى التجديد، في مختلف فنون الأدب، بحكم ظروفه الاجتماعية وصلاته الثقافية المبكرة مع الغرب. ولقد اختصرت صفه تلك المراحل العديدة التي تلتأت فيها الصحافة المصرية، وكان لظهور الصحف الشعبية فيه، في وقت مبكر، أثر كبير في ذلك.

وكذلك كان لاضطلاع بعض الأجانب القائمين على شؤون الصحف الدينية، بعملية التحرير والتنسيق أثر في تهذيب الذوق الصحفي في لبنان، بعاملتي التقليد والتحديث. وكذلك كان للصحف العربية التي صدرت خارج لبنان ك"عطارد" و"برجيس باريس" و"المشتري" في فرنسا أثر كبير في ذلك.

وأول جريدة سياسية شعبية ظهرت في لبنان هي "حديقة الأخبار" "1858" لخليل الخوري. وقد أعانه على تحريرها بعض أدباء العصر ومنهم أخوه سليم الخوري وسليم شحادة وسليم الشلفون وميخائيل المدور. وبعد هذه الصحيفة، ظهرت صحف يوسف الشلفون وهي "الشركة الشهرية" و"الزهرة" و"النجاح" و"التقدم". ولم يخرج في أسلوبه الصحفي عن النهج الذي سار عليه محررو "حديقة الأخبار".

هذه الصحف التي ذكرت، هي التي وضعت الأسس التي سارت عليها المدرسة الصحفية الأولى، مدرسة القرن التاسع عشر والعقد الأول من القرن العشرين: وقد تبتعتها صحف أخرى، تولى تحريرها كبار كتاب العصر أمثال: بطرس البستاني وسليم البستاني وإبراهيم سركيس والشيخ يوسف الأمير وأنطون الجميل والشيخ إسكندر العازار وعبد القادر القباني وسليم سركيس ونقولا نقاش ولويس صابونجي وأديب إسحاق وسواهم من أدباء القرن الماضي في لبنان.

وتطورت الحركة الصحفية بعد إعلان الدستور العثماني وانتشار الحرية الفردية والشعور بالكرامة؛ لتسهم في توطيد أسس هذا العهد الجديد؛ فلمع من الكتاب بشارة الخوري في "البرق" وجرجي شاهين عطية في "المراقب" وفيلكس فارس في "لسان الاتحاد" وعبد الغني العريسي في "المفيد" و"صدى المفيد" و"لسان العرب" و"الفتى العربي"، وكان أول كاتب صحفي درس أصول هذا الفن في أوروبا. وكان أقوى المدافعين عن القضية العربية حجة وأجراًهم لساناً وأمضاهم قلماً. كما ظهر طانيوس عبده الشاعر الناثر في "الأيام" و"الراوي"، وقد خصصها للقصة. ومحمد الباقر في "البلاغ" وخليل زينية في "المرأة".

وقد امتازت هذه الطبقة بازدياد حظها من الثقافة والحرية، ولذا تطورت المقالة الصحفية على يدها تطورا كبيرا. وقد فترت الحركة الصحفية أثناء الحرب العظمى الأولى، لتعود قوية نشطة بعدها. وكان للاحتلال الفرنسي أثر كبير في هذا النشاط؛ إذ إنه في ناحية حرص على نشر ثقافته ولغته بين الناس. ومن ناحية أخرى أخذ يرهق الناس بالضغط السياسي والتفرقة الطائفية واحتكار اقتصاديات البلاد، وتوجيه أبنائها وجهة خاصة، تذلل له حكمهم والسيطرة عليهم. فكانت هذه الثقافة التي بذل المستعمر جهوده في تعميقها بين الناس، سلاحا حادا شهره الكتاب في وجهه.

وبذلك خطت الصحافة اللبنانية خطوة كبيرة ونشأت في هذا العهد طبقة من الكتاب بين مؤازر ومحايد ومعارض، اصطنعت الصحافة لتحقيق أهدافها وتجسيم مثلاً، وكانت هذه الطبقة نواة للمدرسة الصحفية الحديثة في لبنان، التي لمع من كتابها جبران التويني وميشال زكور ومحيي الدين النصولي وعبد الله مشنوق ويوسف يزبك وميشال أبو شهلا وعمر فاخوري وسواهم. (نجم، 1996، ص ص 54-60).

رابعاً-تحرير المقال:

يختلف الكتاب باختلاف تكوينهم النفسي والفكري والاجتماعي والثقافي، ويختلفون باختلاف تجاربهم. ويشكل الأسلوب جزءاً أساسياً من تكوين البشر، مما يؤثر في أدائهم وأشكال تعبيرهم. وتبدو الكتابة نتاج لشبكة متداخلة من العلاقات والمستويات في الفكر واللغة والتكوين النفسي، والتهيؤ العقلي. والإنسان بحاجة الى اللغة للتواصل مع محيطه الاجتماعي. ومستوى الكتابة أحد مستويات التواصل اللغوي. وفي شتى العلوم لا بد من التقيد بمعايير محددة مرتبطة بهذا العلم أو ذاك. ومنها الإعلام بمختلف أنواعه وأصنافه. فتنحيز المقال الصحفي علم وفن وحرفة في آن واحد. وأحياناً ليس هناك قاعدة ثابتة لكتابة المقالة. فهي تكتب بطريقة لا تخضع فيها لنظام معين، بل يتبع هوى الكاتب وذوقه. وهذا ما يشير إليه د. صالح أبو أصبع ود. محمد عبيد الله، إذ يقولان بأنه لا يوجد لكتابة المقال منهج يمكن اتباعه. ومن شروط الكتابة الجيدة وتحرير المقال:

. صحة اللغة وسلامة التعبير

. الترابط والتجانس

. الجمع بين المتعة والفائدة

. حسن التنظيم والتقسيم

. مراعاة الترتيب

. الإقناع والتأثير

. التجربة الإنسانية

ولا بد من الاعتناء بكيفية صياغة الجمل على أن تكون تامة، وأن يظهر كيان الجملة بوضوح، وأن يتم التعبير عن عناصر الجمل المتشابهة أو المتساوية في الأهمية بالطريقة نفسها لتحقيق نوع من التناسب بين أجزاء التركيب، كما لا يجب أن تكون الجمل طويلة، وأن لا يتم الفصل بين عناصرها الأساسية.

د. أديب خضور يحدد بدقة سمات كاتب المقال من فهم نظري أكثر شمولية وعمقاً ومعرفة جديّة بأساسيات الأمور. وذلك بشكل منسجم مع سياسة الناشر. والمقدرة على اقتناء المواضيع المناسبة على ضوء معرفة أهداف الصحيفة، ومتطلبات المرحلة، واهتمامات القراء. والإمكانية النظرية والفكرية لفهم الوقائع وتحليل الظواهر ورصد اتجاهات التطور.

د. نبيل حداد يضيف الى هذه السمات والخصائص التي يجب أن يتسم بها الكاتب من درجة رفيعة من الكفاءة على أن يكون لديه خلفية فكرية راسخة عن الموضوع الذي يخوض فيه، بحيث يستطيع أن يعرض آرائه وأهدافه بشكل جلي ومبسط، فيخاطب بها مستويات القراء كافة، مما يوفر له مكانة تتزايد يوماً بعد يوم ومن ثم يتزايد تأثيره في الناس.

د. زكي نجيب محمود وبشكل لافت للانتباه يذكر بعض المتطلبات الخاصة بالكاتب وطبيعة كتابة المقالة الأدبية على أن يكون الأديب (الكاتب) ناقماً وأن تكون النقمة خفيفة، كما يجب أن يكون محدثاً لقارئه لا معلماً بحيث يجد القارئ نفسه الى جانب صديق يسامر لا أمام معلم يعنفه، وأن يكون زميلاً مخلصاً يحدثه عن تجاربه ووجهة نظره لا أن يقف منه موقف الواعظ فوق منبره يميل صلفاً وتبهاً بورعه وتقواه. وما دما نشترط في المقالة الأدبية أن تكون أقرب الى الحديث والسمر منها الى التعليم والتلقين، وجب أن يكون أسلوبها عذباً سلساً دافقاً.

د. إجلال خليفة تشدد على شروط محددة لكتابة الافتتاحية. حيث تقول: إن المقالة الافتتاحية ترتبط بعدة اعتبارات لابد أن يراعيها كاتب المقالة خاصة وأنه يعبر عن رأي الصحيفة. فيجب أن يكون صادقاً دقيقاً في تحديد الغرض ووضعه في إطار الصالح العام، والحرص على إظهار الحقيقة الموضوعية لمادة المقالة واستخدام الأرقام والبيانات ومعرفة نوعية قرائه ليتمكن من مسايرة عقليتهم ومفاهيمهم، وعدم الرد بقسوة على المعارضين لرأيه لأنهم قد يكونون على حق وضرورة أن يتمتع بالحاسة الصحفية الدقيقة التي تسمح له بتدقيق الأحداث الجارية بضرب أمثلة تاريخية مشابهة. د. عبد العزيز شرف يضع أمام الكاتب مسؤوليات ثلاثاً: فهم سياسة الصحيفة، التعرف على اهتمامات القراء ومن ثم صياغة المقال.

د. إبراهيم إمام يعتبر كاتب المقالة كاتب يقظ يستطيع أن ينفذ إلى مغزى الأخبار، وما يحمله الخبر من المعاني والتنبؤات.

ويرى د. عبد اللطيف حمزة أن كاتب المقال الافتتاحي ليس كالأديب. إنما هو شخص آخر لا يعبر عن آرائه الذاتية، ويجب أن يتميز بأن:

. يكون ذا حاسة صحفية دقيقة يتدقق بها الأحداث الجارية في محيطه وخارجه.

. يكون ذا حاسة تاريخية لربط الماضي والحاضر وأن يتكهن بالمستقبل.

. يكون ذا حاسة ثقافية واسعة.

. يكون ذا حاسة مرهفة أقدر على الانغماس في المجتمع.

د. عبد العزيز شرف ينوه إلى اعتبارات أخرى متعلقة بكاتب المقالة الافتتاحية كأن يعرض الحقائق بأمانة وأن يخلص من هذه الحقائق بنتائج موضوعية، وأن لا يكون مدفوعاً بمصلحة شخصية. وأن يدرك أنه ليس معصوماً عن الخطأ ولا يكتب شيئاً ضد ضميره، وأن يؤازر زملاءه في تمسكهم بأعلى مستويات الاستقامة المهنية. كما يتحمل كتاب الافتتاحية مسؤولية تجاه الجمهور ، إذ يتحتم عليهم أن يكونوا من ذوي الاطلاع الواسع وأن يجعلوا أنفسهم اختصاصيين في الموضوعات التي يكتبون فيها وأن يكونوا منصفين في الآراء التي يعبرون عنها. ولقد أسهب الباحثون في كيفية صياغة المقالة الافتتاحية. حيث أشار بعضهم إلى أن هذه المقالة تعتبر بناءً متكاملًا مؤلفاً من دعوى وعرض لها و (قفلة) أو خاتمة بحيث لا نستطيع الاستغناء عن أي جزء فيها.

ولقد أجمع العلماء على طريقة واحدة في صياغة هذا النوع من المقالة وهذه الطريقة يحددها د. عبد اللطيف حمزة في الشكل الهرمي على أن يكون الهرم في وضعه الطبيعي. أي معتدلاً وليس مقلوباً، كما هو الحال في طريقة صياغة الخبر. وكما أن للهرم جزأين من رأس وقاعدة، كذلك للمقالة مقدمة وجسم يعتمدان على نهاية. وهذا ما أشار إليه د. فاروق أبو زيد في كتابه (فن الكتابة الصحفية) كما تشاركه الرأي الباحثة سميرة شيخاني.

ولقد أجمع علماء فن التحرير الصحفي على أن يكون أسلوب العمود الصحفي خفيفاً، مؤثراً باختيار اللفظ والكلمة. ويعتمد على مجال الأسلوب والقدرة البيانية. وهذه القدرة ليست بالألفاظ الضخمة والعبارات المملوءة بالاستعارات والمجازات وإنما القصد بالقدرة الإيضاح الجيد والبيان السليم بحيث يصل الكاتب بالعبارة إلى عمق القارئ والبلاغة في الإفهام كما يقول أهل البيان. ولابد من الإيجاز. ويحرر العمود كالمقالة الافتتاحية على شكل هرم معتدل، يبدأ بالفكرة التي يدور حولها العمود ثم بعد ذلك يأتي الكاتب بالأمثلة والشواهد. فصياغة العمود تستند إلى قدرة الكاتب على مخاطبة الناس ومهاراته في استعمال الكلمات المناسبة.

وهذا ما يذكره د . عبد اللطيف حمزة بالتمام من تحديد جيد لفكرة محور العمود وبيان الأدلة والشواهد، ومن ثم النتيجة. د. عبد العزيز شرف يقول إن كتابة العمود الصحفي هي أقرب الى ما يسميه النقاد بنمط (المناجاة والأسماء) وأحاديث الطريق بين الكاتب وقراءه. وأن يكون فيها لون من الإفضاء بالتجارب الخاصة والأذواق الشخصية. لقد لجأ الكاتب الى قالب الهرم المعتدل لتنظيم مواد المقالة. وهو قالب مناسب للفنون المقالة عموماً إلا أن الجديد في الصحافة الغربية بأنها لم تعد تكتفي بهذا القالب وهو الهرم المعتدل كقالب وحيد لصياغة العمود الصحفي مثلاً. حيث بدأت الصحافة الأمريكية من تسعينيات القرن الماضي في التحرر من القوالب التقليدية. وأهم الاتجاهات الحديثة في القوالب : قالب الساعة الرملية، قالب المعلومات، قالب النفسي. فالمهم أن يتوفر في العمود جمال الأسلوب والعناية بالألفاظ وأن يختار الكاتب أوقعها على العين، وأقربها الى القلب وذلك عن طريق استخدام بعض الصور البيانية والموسيقى اللفظية، ولكن بشرط ألا يغرق كاتب العمود بذلك بحيث يفقد العمود صفته الصحفية.

ولابد من استخدام الجمل القصيرة التلغرافية التي تشمل على أكبر عدد من المعلومات في أقل قدر من الكلمات. ومن المفيد أن يأخذ الكاتب عند التحضير لكتابة مقالاتهم بعين الاعتبار ضرورة اعتماد مبدأ الدرس والتمحيص، بدلاً من الطابع التعبيري الذاتي الحر والطلاق واتساع نطاق المجالات الموضوعية، وظاهرة التخصص الإعلامي وأهمية مبدأ الصدق والموضوعية في النشاط الفكري والإعلامي (المحمود، 2009، ص ص 106-110).

خامساً- أجزاء المقال:

يمتثل المقال بأجزائه مع الأنواع الإعلامية الأخرى كلها. ولا يوجد خلاف في ذلك بين مختلف المهتمين في هذا الشأن.

يحدد. أديب خضور هذه الأجزاء بالمقدمة، ومتن المقال، والنتيجة التي خلص إليها المقال.

فالمقدمة هدفها تعريف القارئ بالقضية المثارة، وجذبه للاهتمام بها، ومن ثم متابعة قراءة الأفكار.

أما متن المقال أو جسمه فهو يتضمن الوقائع الذي يقوم الكاتب بتحليلها وتفسيرها من خلال الأدلة والبراهين ومن ثم يعرض النتيجة النهائية التي توصل إليها في نهاية التحليل. ويتوسع د. صالح أبو إصبع وزميله د. محمد عبيد الله بعض الشيء في العرض. فهما ينوهان إلى أن المقدمة تشمل الفكرة الأساسية للموضوع. فهناك جملة تمهيدية عن موضوع المقال، وجملة مناقشة، وجملة استنتاجيه، أما جسم الموضوع فهو يشمل الفقرات الآتية:

- الفقرة الثانية حيث يتم فيها مناقشة جملة المناقشة رقم (2) في الفقرة الأولى.
- والفقرة الثالثة حيث يتم فيها مناقشة جملة المناقشة رقم (3) في الفقرة الأولى.
- والفقرة الرابعة حيث يتم فيها مناقشة جملة المناقشة رقم (4) في الفقرة الأولى.
- والخاتمة التي تتكون من الفقرة الخامسة إذ يقدم الكاتب خلاصة ما يكتبه.

وفي مكان آخر يوسع الباحثان نظرتهم إلى هذه الأجزاء حيث يؤكدان أن المقدمة (Introduction)

يجب أن تشتمل على جملة محورية أي الفكرة الأساسية التي سوف يتم مناقشتها.

ومن الشروط الواجب مراعاتها في المقدمة حسب رأيهما:

- أن تشمل الفكرة المسيطرة التي سيتم تطويرها في المقال.

- ويفضل أن تكون جملة الموضوع في بداية المقال، والفكرة المسيطرة هي الجزء الأساسي في موضوع المقال. وهي عبارة عن كلمة أو شبه جملة، أو جملة محددة معروفة.

- أما أفضل مكان تكتب فيه الفكرة المسيطرة فهو في نهاية جملة الموضوع التي يجب أن تكون قصيرة ومختصرة.

- ويجب تجنب الجمل ذات النهايات المغلقة التي تعوزها الفكرة المسيطرة.

- كما يفضل تجنب صيغة السؤال الصريح أو التنبؤ بشيء في جمل الموضوع.

أما الجسم (Body) فهو يشكل الجزء الأساسي من المقال. ففيه يتم عرض البيانات والحقائق والأدلة.

ويتكون من فقرة أو عدة فقرات، وكل فقرة يجب أن تتسم بالوحدة والتماسك، والترتيب المنطقي.

والخاتمة (conclusion) هي بمنزلة خلاصة ما يريد الكاتب قوله. وهناك العنوان (Title) الذي ينهض بدور كبير في جذب القارئ، وإثارة اهتمامه لقراءة المقال. ولذلك يجب أن يتسم بالتركيز والإيجاز والتعبير عن الموضوع، والقدرة على جذب القارئ أو تشويقه. كما يجب أن يكون واضحاً بعيداً عن الغموض، ودالاً شاملاً بحيث يشير إلى القضية التي يبرزها الكاتب.

وقد ذكر ستانلي جونسون وجليوان هاريس مجموعة من الشروط التي يجب أن تراعى عند كتابة العناوين:

- تجنب تكرار الألفاظ والأفكار.

- تجنب العناوين التي تسبب اضطراباً أو غموضاً.

- ينبغي أن ينقل العنوان شيئاً جديداً، ويوحى بأن هناك عملاً قد أنجز أو حدثاً قد تم.

- يفضل استخدام الفعل المبني للمعلوم على المبني للمجهول.

- يمكن استخدام الفعل المضارع.

- يجب أن يكون واضح العبارة تبدو عليه الجودة.

- لا بد من اختيار الكلمات التي تنقل الفكرة المطلوبة.

- تجنب استخدام اللهجة العامية.

- عدم استخدام الاختصارات.

- ينبغي عدم إقحام الرأي في العنوان.

- ينبغي عدم استخدام الكلمات الزائدة (المحمود، 2008، ، 463-464).

والذي لا ريب فيه أن للمقدمة التي يستهل بها الكاتب مقاله أهمية بالغة، فهي التي تجذب القارئ فيمضي في القراءة، وهي التي تصد القارئ فيقف عن القراءة، وهنا يتفاوت البلغاء في العبارات البلاغية التي يستهلون بها مقالاتهم.

وكذلك الشأن فيما يتعلق بالخاتمة، فإنها آخر ما يبقى في ذهن القارئ، ولا بد أن تكون الخاتمة قوية جامعة محكمة في آنٍ واحدٍ.

وهناك طريقة أخرى في تحليل المقال الأدبي، وكيف يكتبه الكاتب، وتتلخص هذه الطريقة في تقسيم المقال إلى عنصرين: هما المضمون، والقالب، والقالب بدوره ينقسم إلى قسمين هما: التصميم والأسلوب.

وقد عرّف "والتر باتر" تصميم المقال في مقالته المعروفة عن الأسلوب فقال:

"التصميم هو ذلك التصور البنائي للموضوع الذي يتكهن بالنهاية منذ بدايته، وهو في أي جزء من الأجزاء يلفت إلى الأجزاء الأخرى ويدل عليها، حتى إذا وصل القارئ إلى العبارة الأخيرة اتضح له معنى العبارة الأولى وبرز وجودها دون أن يحس بأي فتور".

والخلاصة: أن التحرير في ذاته هو التفكير والتعبير، فالتفكير هو المضمون أو الفكرة أو الخاطرة، كما تقدم في العبارات السابقة، والتعبير هو الأسلوب، أو هو الوعاء الذي يحمل المعنى أو الفكرة أو الخاطرة، وكما أن البيت في بنائه يحتاج إلى مهندس تصميم، ومهندس تنفيذ، ف كذلك المقال في إنشائه يحتاج إلى طريقة أو طراز أو أسلوب أو نظام يتبعه الكاتب في هذا الإنشاء (حمزة، 1967، 259).

سادساً-المقال والأنواع الإعلامية الأخرى:

بال تأكيد فإن الأنواع الإعلامية تتكامل فيما بينها، والجهة المستهدفة بالإطار العام هي واحدة، أي الجمهور، والهدف كما ينبغي هو نقل الحقيقة، عبر عرض لوقائع أو إبراز آراء أو وجهات نظر. وتتداخل هذه الأنواع بعضها ببعض مع بعض الفروقات المهنية. وأشارت الباحثة د. إجلال خليفة إلى أن المقال الذي يكتبه محمد حسنين هيكل وأحمد بهاء الدين يشتمل على جميع المواد التحريرية. ففيه عنصر الخبر، والتحقيق، والحديث، والاستيعاب لجميع المعلومات التي تتصل بالموضوع. وهذا يعتمد على شخصية الكاتب، وقدرته على التحليل والتعليل، وعلى مدى ثقافته وإحاطته بمجمل الأمور. وعلى تقييمه للأحداث، ووفرة منشورات قسم البحوث في الصحيفة، وأحدث المؤلفات.

أ- **المقال والتعليق:** د. أديب خضور يؤكد أن المقال هو بمنزلة معالجة ذات طابع نظري إيديولوجي لظاهرة أو قضية أو موضوع، في حين التعليق هو رأي وموقف إزاء حدث. والمقال يستخدم الحدث كشاهد لا تعنيه خصوصية الحدث وتقرده، بل يأخذ مغزاه ودلالاته للوصول إلى تعميم لرسم معالجة الظاهرة وتفسيرها. فالمقال أعم وأشمل وأوسع أفقاً ومجالاً، كما أن الطابع الفكري للمقال هو الأبرز والأوضح والأعمق. ثم إن منهج التعليل هو أكثر تعقيداً.

ب - المقال والرسائل الحرة والخبر:

أما الاختلاف بين الرسائل الحرة وفن المقال فيلخصه د. عبد اللطيف حمزة في سمة الطول والزمن. فالمقال الصحفي - في رأيه - يمتاز بالقصر ولا يبلغ في طوله ما بلغته الرسائل الأدبية على سبيل المثال. كما هو أشد ارتباطاً بالزمن وبوقت معين ومحدد من هذه الرسائل. وهناك من يعد المقال من الأنواع الصحافية التي تتميز نسبياً بحجمها الكبير إذا ما قورنت بالخبر. وقد انحسرت أهمية المقال الصح في الصحافة إلى المرتبة التي تلي مرتبة الخبر بدءاً من الحرب العالمية الثانية لسببين، حسب د. نبيل حداد وهما:

- التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال الذي رافق الحرب ولاسيما الإنجازات في الاتصالات السلكية واللاسلكية.

- ضخامة الأخبار المرتبطة بضخامة الأحداث.

فمن الطبيعي أن يجذب القارئ إلى المواد الإخبارية أكثر من انجذابه إلى مادة الرأي أو المقال.

ولإيضاح التفاوت بين المقال الصحفي والأنواع الإعلامية الأخرى لابد من التدقيق في خصائصها وسماتها (المحمود، 2008، 452).

سابعا- وظائف المقال الصحفي:

لا يمكن الحديث عن المقال كنوع من الأنواع الصحفية دون تحديد وظائفه العامة والشاملة. وهذه الوظائف هي جزءاً لا يتجزأ من النشاط الفكري والإعلامي بمختلف أوجهه لخدمة المجتمع ووجهات نظر مختلفة سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية. توحدت جهود الباحثين لإبرازها بشكل أو بآخر. فالمقال يستطيع أن يبيهم في إنجاز جميع الوظائف التي تسعى إليها الأنواع الإعلامية. إلا أن الوظيفة الأساسية الأهم التي يستطيع المقال أن ينجزها تتمثل في نشر التوعية، والتنقيف والبناء الفكري. فالمقال نوع صحفي فكري غير إخباري يعتمد أساساً على عناصر التحليل والبحث والدراسة والتجريد والتعميم والتفكير. ويتوجه أساساً إلى ذهن القارئ وتفكيره، ويقدم فهماً معمقاً لقضية ما ويسعى لخلق قناعة جديدة لدى القارئ إزاء هذه القضية، أو لتعديل قناعة قديمة موجودة في ذهنه، ويجهد لتوسيع إدراك القارئ وتنمية وعيه وتعميق فهمه للحوادث، والظواهر، والتطورات بقصد المساهمة في تنشئة المواطن وفق رؤية الكاتب (المحمود، 2008، 461).

وقد اعتاد الباحثون في الفن الصحفي على أن يشبهوا المقال الصحفي بعقل الإنسان ومعنى ذلك أن مهمة المقال في الصحيفة كمهمة العقل فالعقل البشري هو القادر على تفسير المحسوسات وشرح المؤثرات وتحليلها ولذلك فإن كاتب المقال له أن يستنبط أو يدخل في موازنات ليخرج في النهاية بالقدر من الصواب الذي يرشد ويوجه القراء والرأي العام الوجهة الصحيحة.

والمقال الصحفي هو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء كتابها سواء كانوا من جهازها الصحفي أو من خارجها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام. ويقوم المقال الصحفي بهذه المهمة من خلال شرح الأحداث الجارية وتفسيرها والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة، كذلك فإنه في بعض الحالات يمكن أن يطرح كاتب المقال فكرة جديدة أو تصوراً مبتكراً أو رؤية خاصة تشكل في حد ذاتها قضية تشغل الرأي العام وخاصة إذا كانت تمس مصالح القراء أو تثير اهتمامهم لأي سبب من الأسباب.

هناك نوعان من آائر مطوئ لك فيك شففى:

1- الإعلام:

وذلك بتقديم المعلومات والأفكار الجديدة عن الأحداث أو القضايا التي تشغل الرأي العام، ولكن ليس معنى ذلك أن يكون الإعلام هو الغرض الأول من أغراض المقال الصحفي ولا ينبغي أن يهدف إلى تحقيق سبق الصحفي

2- الشرح والتفسير:

وذلك عن طريق شرح الأخبار وتفسير الصلة التي بينها وبين الأفراد والمجتمعات والتعليق على هذه الأخبار بما يوضح للقراء مغزاها وأبعادها، وخاصة بالنسبة للقارئ العادي الذي تشرح له أموراً يصعب عليه فهمها لعدم امتلاكه للوقت والقدرة الكافية لمعرفة التفاصيل المعقدة للحوادث اليومية.

3 -التوجيه والإرشاد:

وذلك على أساس من العلم والمعرفة التامة بموضوع التوجيه وإيراد الشواهد القوية من واقع الحياة ويمكن لكاتب المقال وخاصة في الصحف الكبرى أن يوجه السياسة العامة لكي تتبعها دولته

4 -التثقيف:

وذلك عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.

5 -الدعاية السياسية:

وذلك بنشر سياسة الحكومات والأحزاب ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع

6 -تعبئة الجماهير:

وذلك لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو للمساهمة في التنمية الوطنية

7 -تكوين الرأي العام:

وذلك عن طريق التأثير على اتجاهاته سواء بالسلب أو الإيجاب في القضايا المختلفة، وحض القراء على اتخاذ قرارات المباشرة تجاه قضايا معينة

8 -التسلية والإمتاع:

وهذا الأمر تحققة المقالات الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة، أو المقالات المسلية الطريفة التي تستأثر باهتمام القراء وتجذب انتباهه (عزت، 67، 1998-69).

وتعتمد قوة التأثير في المقال على عناصر منها:

1 -توجيه كل الكلمات والعبارات والأفكار الجزئية لإبراز الفكرة الأساسية للمقال وإيضاحها وهذا يقتضي تجنب الحشو واستبعاد أي عبارة لا تؤدي وظيفة جوهرية

2 -العناية بعنوان المقال بحيث يثير الانتباه ويوحى بالفكرة

3 -العناية بالخيال ((والخيال هنا يختلف عن الاختلاق)) فالخيال هو الطاقة التخيلية التي تعين الكاتب على ابتداء المعاني التي ينسجها حول الفكرة الأساسية

4 -إن كاتب المقال الناجح هو الذي يشعر وكأنه جالساً معك يتحدث إليك ببساطة ودون وسيط بحيث تتكون بين الكاتب والقارئ علاقة معرفة وألفة(حداد، 2002، 218).

• أنواع المقال الصحفي:

هناك العديد بل الكثير من أنواع المقال ولقد أبرز الباحثون أنواع مختلفة في هذا الإطار، ولا يوجد تضارب في ذلك سيما وأنها ترتبط بطبيعة المقال ومضمونها. الباحث محمد يوسف نجم ميز بين هذه الأنواع وأوجزها بالمقال الاجتماعي والنقدي والقصصي ومقال الصور الشخصية والرسائل العرضية والمقال النزالي والنقدي والكاريكاتوري والقصصي والعلمي والمذكرات أو اليوميات والمقال الذي يأتي على شكل رسالة مع قارئ وهذا ما اشار إليه الباحث الدكتور نبيل حداد إلى أن المقال يمكن تقسيمه حسب الموضوع أو وفق التوجه والهدف والمعالجة.

أ - حسب الموضوع:

- المقال الإيديولوجي الذي يعالج قضايا ذات طابع إيديولوجي

- مقال سياسي يطرح معالجة سياسية

- المقال التوجيهي التنظيمي الذي يدور حول قضايا متعددة ولكن الصفة الغالبة هي العمل والإدارة والإنتاج
- المقال الاقتصادي الذي يبحث في قضايا وشؤون اقتصادية
- المقال الثقافي، العلمي، التربوي، أو الرياضي أو الفني

بـ حسب التوجيه أو الهدف أو المعالجة:

- المقال الدعائي النظري
- المقال الإعلامي
- المقال التوجيهي الإرشادي
- المقال التقويمي
- المقال الجدالي

الدكتور عبد العزيز شرف يذكر أنواعاً مختلفة تبعاً لمادتها وأسلوبها وأهمها:

- المقالة التقليدية أو الرسمية
- المقالة غير التقليدية وهي الذاتية أو الحرة
- المقالة الشخصية
- المقالة الاجتماعية
- المقالة النقدية
- المقالة الخلقية (المحمود، 2009، 86-87).

وقد استطاع أحد رواد الكتابة الصحفية "الدكتور عبداللطيف حمزة" في العالم العربي أن يحصر ثمانية أنواع من المقالات في الصحافة العربية ويحددها على الشكل الآتي:

- 1 -المقال الوصفي أو العرضي
- 2 -المقال النزالي
- 3 -المقال النقدي
- 4 -المقال الكاريكاتوري (من خلال الوصف القلمي)
- 5 -المقال القصصي
- 6 -المقال على شكل تبادل رسالة مع قارئ
- 7 -مقال المذكرات أو اليوميات
- 8 -المقال العلمي ((موضوع علمي مبسط))

التقسيم السابق كما هو واضح يتعلق بالمضامين وثمة تقسيم آخر للمقال يقوم على أساس عنصر الرأي فيه فإذا كان الرأي يمثل شخص كاتبه سمي المقال بالمقال العمودي أو مقال الرأي الخاص، أما إذا كان الرأي في المقال يمثل الصحيفة فهو المقال الرسمي أو الافتتاحي.

والمقال العمودي هو فكرة أو رأي أو اقتراح حل لمشكلة ينشر في عمود أو جزء من عمود وغالبا ما يحمل توقيعاً ثابتاً ويظهر في مكان واحد ليعود إليه القارئ بسهولة وقد يحمل عنواناً ثابتاً من قبيل فكرة، مواقف، نافذة، كل يوم، يوميات،..... كما يحمل أحياناً عنواناً متحركاً يتغير حسب الموضوع.

ويمكن القول إن أسلوب العمود الصحفي خفيف وموجز ومركز ومن المستحسن أن لا يكون الإيجاز والتركيز على حساب البيان والتوضيح الذي يوصل العبارة إلى أعماق عقل القارئ وليست هناك قاعدة ثابتة لكتابة المقال وإن كان هناك اتفاق على ضرورة إيجاز المقدمة حتى لا تستنفذ جهد القارئ كما أن الأسلوب الأدبي مطلوب في معالجة بعض الموضوعات لا سيما ذات المعنى الانتقادي بشرط ألا تطغى اللغة الأدبية ليتحول التعبير إلى غاية في ذاته.

أما المقال الرسمي للصحيفة أو ما يعرف في الصحافة العربية بالافتتاحية فهو يختلف عن العمود الصحفي في أنه لا يمثل رأي صاحبه بل رأي المؤسسة ومن ثم فهو لا يحمل توقيعاً كما لا يجوز فيه استعمال ضمير المتكلم المفرد (الأنا) بل ضمير الجمع (نحن) (حداد، 2002، 219-220).

ثامناً- لغة المقال الصحفي:

نعرف أن الصحافة عمل اجتماعي بحث، وأن اللغة التي تستخدم لهذا الغرض مشتقة من الحياة الواقعة التي يحياها الناس في المجتمعات، وهذه الحياة الواقعة تلد للصحافة كل يوم جملةً صالحةً من الألفاظ والتراكيب التي لا عهد لرجال العلم أو الأدب بها، والذين مارسوا الصحافة في أية أمة من الأمم لم يجدوا بداً من إثارة الألفاظ التي ولدتها الحياة الواقعة، وما زالت هذه الأمم الكبرى تلد أمثالها إلى اليوم.

وعلى هذا، فالمعين الأول الذي يستفي منه المعجم اللغوي للصحافة في كل أمة من الأمم، هو الشعب، أو شعوب العالم كله حين تضطر هذه الشعوب إلى استحداث ألفاظٍ تعبر بها عن معانٍ جديدةٍ في المجال الدولي تارةً، وفي المجال الإقليمي تارةً أخرى.

على أن المسألة ليست مسألة الألفاظ المستحدثة فقط، وإنما هي مسألة التراكيب التي يألفها الشعب نفسه كذلك، وللشعب قدرةٌ عجيبةٌ على صوغ التراكيب الحديثة التي يعبر بها عن بعض التجارب الإنسانية التي تمر به.

ومعنى ذلك: أن الشعب يعمل ذوقه في الألفاظ من جهة، وفي التراكيب والجمل من جهة ثانية.

ولكن أي طبقة من طبقات الشعب يمكنها عملياً أن تقوم بهذه المهمة المزدوجة؟ لا شك أنها الطبقة المثقفة التي يقدر أفرادها دائماً على نحت الألفاظ الجديدة، والذي لا شك فيه أيضاً أن على محرري الصحف في كل بلد من بلاد العالم المتحضر يقع العبء الأكبر في القيام بهذه المهمة التي نتحدث عنها.

والعجب كل العجب أن نرى بعض المجددين في الأدب يطالبون ملحين بين الحين والحين باصطناع اللهجة العامية في الكتابة تيسيراً على القراء، وإشراكاً لأكثر عدد منهم في التعليم والثقافة، وما دري هؤلاء المجددون -وهم يتبعون أنفسهم في هذا السبيل- أن الصحافة الشعبية تقوم لهم بهذا العمل الجليل، وتقدم كل يوم خطوة جديدة نحو

هذه الغاية، ولكن من غير أن تثير عليها ضجة من جانب المحافظين المترمّنين الذين يحمون اللغة الفصيحة من أن يتسرب إليها بعض الألفاظ والجمل التي ليست منها في الحقيقة.

ورب قائل يقول: ولكن هاتين المقدمتين السابقتين بينهما شيء من التعارض، والواقع أن هاتين المقدمتين، لا تعارض بينهما، لأنهما تقودان إلى النتيجة المطلوبة، فالمقدمة الأولى تقول: إن الحياة الواقعة تستحدث ألفاظاً وتراكيب جديدة، لا عهد لرجال العلم أو الأدب بها، والمقدمة الثانية تقول: إن الفئة المثقفة في الأمة هي التي تقوم بهذه المهمة المزدوجة، والنتيجة التي تقودنا إليها المقدمتان هي أن الصحافة لا بدّ لها من "صفة شعبية" في التعبير، صفة التطور في الكتابة، وإفساح المجال للجديد من الألفاظ والمعاني التي لم يعرفها القدامى.

أما من حيث الألفاظ: فمن ذا الذي يقول: إن القدماء كانوا يعرفون كلمات: التأميم، والتدويل، والتصنيع، والتعايش السلمي، والضمان الاجتماعي، والحكم الديموقراطي، والحكم الأوتوقراطي، والنقطة الرابعة، وغير ذلك من الكلمات التي نسمع بها في الصحف من حين لآخر، وسنسمع بغيرها في المستقبل؟

وأما من حيث التراكيب: فمن ذا الذي يقول: إن القدماء والمحافظين منهم -بنوع خاص- يستسيغون استخدام الأساليب العامية، حين يؤثرها الكتاب والمحرون على الأساليب الكلاسيكية، حتى أن البعد أو القرب في الصحافة من المستوى الشعبي في الكتابة يحدد طوراً من أطوار التحرير الصحفي، أو يعين مرحلة من المراحل التي يمر بها التحرير في عهوده المختلفة؟

من أجل هذا، نرى كثيرين من المحررين -حتى المحافظين منهم- على عريضة الأسلوب، يحشون مقالاتهم بالألفاظ والتراكيب العامية، والأمثال الشعبية، ومن الأمثال على ذلك.

قول بعضهم في مقام التعبير عن الحيرة: أريد أن أعرف رأسي من رجلي، وقول بعضهم في مقام التعجب، يا سلام!، وقول بعضهم في مقام التهوين أو التخفيف من حدة السامع أو القارئ: الدنيا بخير يا أخي! وقول بعضهم في معنى الانتقال من حديث إلى آخر: ما علينا! إلى غير ذلك من آلاف الأمثلة!

ألست ترى معي أن كل هذه الجمل والتراكيب مما يصطنعه الناس في أحاديثهم الخاصة، وأنهم لا يكادون يستخدمون غيرها في مثل هذه المواضع التي أشرنا إليها؟.

وأكثر من هذه وذالك، أن عناوين بعض المقالات تأتي أحياناً على شكل صور شعبية، لا صلة لها كذلك بغيرها من العناوين "التقليدية" التي نجدها في الكتب القديمة أو الحديثة.

ومن الأمثلة على ذلك، مقال كتاب الدكتور "طه حسين" في موضوع التربية والتعليم، بعنوان: "ولو" رد فيه على الذين يناقشونه آراءه الخاصة به في هذه الناحية.

وكثير من العناوين التي يستخدمونها كتاب آخرون غير "طه حسين" تكون في معظمها على شكل مثلٍ عاميٍّ، أو حكمة شعبية، أو عبارة جارية على الألسن، ونحو ذلك.

والخلاصة: أن المقال الصحفي ينبغي أن يكتب باللغة التي يفهمها أكبر عدد ممكن من الشعب على اختلاف أذواقهم أو أفهامهم أو بيئاتهم وثقافتهم، وهذه اللغة التي هي اللغة القومية في صورة من صورها تمتاز بأشياء منها: البساطة والوضوح، والإيناس واللفظ، والرشاقة، وتنتأى ما أمكن عن صفات العالي على القراء، والتعقير، أو

الغربة في الأسلوب، أو المبالغة في التعمق الذي لا تقبله طبيعة الصحف بحالٍ من الأحوال (حمزة، 1967، 286-289).

تاسعاً- المقال الصحفي في الصحافة السورية الرسمية: (البعث، تشرين، الثورة):

من خلال الاطلاع على هذه الصحافة الرسمية المركزية السورية نلاحظ أن طبيعة وتعريف المقال غير واضحين بل توجد اعتراضات فعلية في الفصل بين ما هو قائم من عمود وأنواع أخرى من المقال وغالباً ما يخضع هذا الموضوع لاعتبارات شخصية وليس مهنية بحتة فالمقال الصحفي يفضل أن يكون واسع وشامل ويتضمن وجهات نظر عديدة أما في هذه الصحف فإننا نلاحظ أن المقال يفتقد إلى الدراسة المعمقة وغالباً ما تعبر عن وجهات نظر حكومية حتى أن زاوية الرأي غالباً ما تكون رسمية ولا يخرج عن سياسة الحكومة أما المقالة الافتتاحية فهي وجهة نظر رسمية بامتياز، وتكون حسب الحدث الراهن ولا تتناول في معظم الأحيان قضايا دولية بل قضايا لها علاقة بالمنطقة انسجاماً مع السياسة الخارجية السورية وهي توقع دائماً بتوقيع رئيس التحرير خلافاً للمتعارف عليه علمياً فالأفضل أن لا توقع باعتبارها تمثل سياسة الصحيفة وليس رأي الكاتب نفسه. بالرغم من ذلك نجد لأنواع المقال الصحفي مساحات جيدة في هذه الصحف بشكل يومي أو أسبوعي وحتى نصف شهري اعتماداً على كتاب متميزين في الساحة العربية السورية واللبنانية.

أ - صحيفة البعث:

العمود: حديث الصباح، كلام الناس، فواصل(يومي)،

مقالات: في صفحة قضايا وآراء، صفحة ثقافة(يومية)

عالم الاغتراب(أسبوعية)

قضايا اجتماعية: شباب وجامعات(نصف شهرية)

ومن كتابها إلياس مراد، سليم عبود، محمد كنايسي، الدكتورة سلوى الخليل الأمين

ب - صحيفة تشرين:

العمود: قوس قزح، آفاق، بصراحة، نافذة المحرر، إلى من يهمه الأمر، زاوية رياضية(يومي)

خبر وتحليل(أسبوعي)

بالخط العريض(عدة مرات في الأسبوع الواحد)

مقالات: آراء ودراسات، شؤون محلية(يومي)

وتعتمد الصحيفة على كتاب بارزين في الساحة العربية السورية مثل الدكتور خلف الجراد، نادية خوست،

الدكتورة بثينة شعبان، غسان رفاعي، حسن م يوسف،

ث - صحيفة الثورة:

العمود: معا على الطريق، حدث وتعليق(يومي)

مقالات: في صفحة شؤون ثقافية، كل جديد، دين ودنيا

تعليق (بقعة ساخنة)

ومن أبرز كتابها زكريا تامر، نبيه البرجي، غسان الشامي، برهان نجاري.

نماذج من الصحافة العربية السورية الخاصة:

يجدر الإشارة إلى الفارق الأوضح بين مقالتي الصحافة الرسمية والخاصة في سورية وهو أن مقالات الصحافة الخاصة تتناول في المقالة الواحدة فكرتين على الأقل وتُقدّم بينهما أو تظهر أوجه التباين وغالبا ما تخلص إلى استنتاج يعبر عادة عن رأي الصحيفة ويمكن الإشارة إلى أن مضمون مقالات الصحافة العربية السورية الخاصة تتشابه في أوجه عدة مع الصحافة السورية الرسمية، ولعل السبب في ذلك يعود إلى أنها حديثة العهد في سورية بعد انقطاع دام أكثر من جيل كامل كما أن معظم كتاب المقالات في الصحافة الخاصة تتلمذوا على نهج الصحافة الرسمية

ج صحيفة الوطن:

صحيفة سورية يومية سياسية مستقلة صدرت عام 2006 ، لديها من حين إلى آخر افتتاحية على الصفحة الأولى ومجموعة مقالات أغلبها سياسية تتعلق بقضايا إقليمية ودولية على صفحتي قضايا وآراء ولديها مقالات أخرى في صفحة عربي ودولي مثل مقال (قولا واحدا)

العمود الصحفي:

ثقافة ونص، صدى السنين، في صفحة ثقافة وفن، كلمة ونص في صفحة شؤون محلية ليس لدى الصحيفة كم جيد ووافر من نخبة الكتاب وربما يعود ذلك لعمرها القصير

ح صحيفة بلدنا:

خ صحيفة سورية يومية متنوعة خاصة صدرت عام 2006 تعتمد في معظم صفحاتها على الخبر الفني الرياضي، الاقتصادي، السياسي، المحلي، إضافة إلى أخبار المال والبورصات ولديها بعض المقالات التي تظهر على شكل عمود صحفي على سبيل المثال في صفحة المحليات هناك مساحة لعمود وفي صفحة ثقافة وفن هناك عمود آخر وكذلك في الصفحة ما قبل الأخيرة مقال منوع وهي بحاجة أيضا إلى صقل كوادرها بكتاب جدد ولا يوجد ما يميز المقال في هاتين الصحيفتين بعلائم وسمات بارزة (المحمود، 2009، ص ص 110-113).

الفصل الرابع

فن المقال الافتتاحي

أولاً- مفهوم المقال الافتتاحي

ثانياً- مسؤولية كاتب الافتتاحية

ثالثاً- صفات كاتب المقال الافتتاحي

رابعاً- خصائص المقال الافتتاحي

خامساً- موضوعات المقال الافتتاحي

سادساً- تحرير المقال الافتتاحي

سابعاً- أنواع المقال الافتتاحي



المراجع

- حسن أبو العينين ، حمدي .(2007). الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة للتدريب و التطوير الإعلامي.
- 7. حسونة، نسرين محمد عبده، أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي . بحث منشور على موقع شبكة الالوكة.



الفصل الرابع

فن المقال الافتتاحي

أولاً- مفهوم المقال الافتتاحي:

يعتبر المقال الافتتاحي أهم فنون المقال الصحفي وهو المقال الرئيسي للصحيفة ويطلق عليه الإنكليز والأمريكيون (leading article) وهذا التعبير يجوز ترجمته كما يقول رشدي صالح بأنه (المقال القائد) ونفس التعبير يعني السلعة الجيدة رخيصة الثمن فتتقدم غيرها من السلع من حيث الرواج أي أنها ذلك الجزء من الخبر الذي يتقدم غيره من حيث تصنيف أجزاء الخبر (عزت، 1998، 70).

ويعتبر هذا الفن من أهم فنون المقال الصحفي لاعتماده في الشرح والتفسير والإيضاح على الحجج والبراهين والإحصاءات والبيانات للوصول في نهاية الأمر إلى إقناع القارئ وكسب تأييده ذلك أن المقال في مدلوله الاصطلاحي يقود غيره من المقالات ويتقدمها من حيث تعليمه عن رأي الصحيفة كمؤسسة ومن حيث تناولها لأهم الموضوعات بالقياس إلى سياستها التحريرية ومن حيث المساحة الثابتة الممنوحة له ولذلك فإن المقال الافتتاحي كثيراً ما يكون غفلاً من التوقع.

غير أن اتجاه هذا المقال إلى التعبير اللاشخصي ليس معناه الجفاف في التعبير أو الجفاء في موقف الكاتب من القارئ إذ أن خاصية التبسيط في الحديث والانسياح في السرد لا تزال أهم ميزات فن المقال الصحفي وهي الميزات التي تجعل مقالة الصحفي تقوم على روح المشاركة وهي روح الديمقراطية الحقة التي تفترض المساواة بين الجميع ومن هنا فإن هذا الفن المقال في الصحافة المعاصرة يتسم بالهدوء والابتعاد عن الاستعلاء أو الخطابة ولذلك فإن كاتب المقال الافتتاحي يعتمد اعتماداً كبيراً على الأرشيف الصحفي وعلى مذكراته الخاصة بالإضافة إلى ذاكرته القوية ولذلك نجد كاتب المقال الافتتاحي في نهاية الأمر رغم عدم توقيعه باسمه معروفاً لدى جمهور القراء الذين تألفوا مع أسلوبه وتعودوا على فتح الصحيفة في صفحة معينة لقراءة ما يكتبه كاتبهم المفضل البسيط الأسلوب والمقنع في حجته.

وقد كان المقال الافتتاحي في القرن الماضي يشغل الصفحة الأولى وبعض أجزاء من الصفحات الأخرى ولم يتخرج عن مكانه الممتاز في الصفحة الأولى إلا في وقت قريب أي منذ إنجازات الصحافة الحديثة في الفترة الأخيرة حيث اتجهت إلى الخبر وقلت عنايتها نوعاً ما بالمقال، وليس أدل على أهمية المقال الافتتاحي منذ نشأة الصحافة من أن كتّاب هذا المقال كانوا ولا يزالون نوابغ الصحافة في كل أمة من الأمم بل في كل فترة من فترات التاريخ ففي الصحافة العربية اشتهر من كتّاب المقال: محمد عبده، أديب اسحق، عبدالله نديم، الزعيم مصطفى كامل، أمين الرافعي، حسين هيكل، العقاد، وطه حسين، وغيرهم من أساطين الفكر والأدب والصحافة وفي الصحافة الإنكليزية لمعت أسماء كتّاب المقال من أمثال ديوفاريون ويستل، جونسون وبيليكس، ديكنز، لامب، وبيرنارد شو، وكذلك كان لكّاب المقال من الأميركيين من ألمع رجال الفكر والسياسة والأدب ومنهم صمويل آدامز، وجوزيف أرم، وولتر بيمن.

وقد كان المقال الافتتاحي ينهض بمهمة القيادة والزعامة وكان وسيلة التوجيه والإرشاد والتنشئة الاجتماعية كما كان الوسيلة المؤثرة لتكون الرأي العام ولا يزال المقال الافتتاحي يقوم بدور رئيسي في الصحافة الرفيعة أو صحافة

الرأي العام المستنير كصحيفة التايمز الإنكليزية ونيويورك تايمز الأمريكية والموند الفرنسية وغيرها بل إن مقالات هذه الصحف قد تتجاوز في أهميتها وتأثيرها حدود البلاد التي تنشر فيها الصحيفة إلى بلاد أخرى (شرف، 2000، 336-338).

ويعتمد نجاح المقال الافتتاحي إلى حد كبير على اختيار الموضوع الذي يكون حديث الساعة ويهم القراء، وقد يسهل مهمة اختيار الموضوع ذلك الاجتماع الذي يعقده مجلس التحرير في الصحيفة كل يوم لتحديد الموضوع المقترح للمقال الافتتاحي، وأحياناً يترك لكاتب المقال الافتتاحي حرية اختيار الموضوع الذي يعتقد أنه أكثر أهمية بالنسبة للقراء بشرط ألا يتعارض مع سياسة الصحيفة. ومن ثم فإن كاتب هذه المادة الصحفية يجب أن يكون سريعاً في تفكيره، سريعاً في تعبيره عن رأي الصحيفة في الأحداث والقضايا الهامة الجارية، ويجب على كل ذي شأن أن يكون واسع الإطلاع، قادراً على ربط الحاضر بالماضي متصلاً على الدوام بشتى الصحف والدوريات وعلى صلة دائمة بالصفوة المختارة من العلماء والأدباء والمفكرين في عصره، ويمكن في بعض الأحيان أن تكل الصحيفة إلى أحد هؤلاء الصفوة المختارة كتابة المقال الافتتاحي في المجال الذي تخصص فيه مادام يتفق مع سياستها ويعبر عن رأيها.

وقد كان المقال الافتتاحي في الفترة الماضية يحتل الصفحة الأولى من الجريدة ثم تراجع في الصحافة المعاصرة إلى الصفحات الداخلية وخاصة صفحة الرأي وقد عمدت الصحافة الجديدة إلى كتابة المقال الافتتاحي على هذا النحو لكي تفسح المجال لبقية المواد الصحفية الأخرى التي لم تكن تعرفها الصحافة القديمة أو كانت معرفتها بها قليلة.

وهناك من يقلل من أهمية المقال الافتتاحي في الصحف المعاصرة بحجة أن غالبية القراء لا يقبلون على قراءتها وفي إحصاء قام به معهد جالوب في أمريكا ظهر أن 19% فقط من الرجال و 10% من النساء يعنون بقراءة المقال الافتتاحي ويتوقع بعض العرب المختصين بشؤون تدريس الصحافة بأن نسبة قراء المقال الافتتاحي في العالم العربي لن تزيد على 5% على أكثر تقدير إذا تم إجراء بحوث لقياس ميول القراء العرب ورغبتهم في قراءة المقال الافتتاحي.

وقد يكون التقليل من أهمية المقال الافتتاحي صحيحاً بالنسبة للصحف عديمة الأهمية ولكن المقال الافتتاحي يقرأ بعناية من جانب غالبية القراء بالنسبة للصحف المؤثرة في الرأي العام، وإن افتتاحيات صحف مثل التايمز اللندنية ونيويورك تايمز الأمريكية واللوموند الفرنسية يقبل عليها القراء لأنهم يعرفون مدى تأثيرها على الحكومة والرأي العام في الوقت نفسه، وكثيراً ما استطاعت افتتاحيات هذه الصحف أن تفرض على الحكومة تغيير سياسات أو قرارات معينة، أو تفرض عليها تبني مواقف معينة سواء في السياسة الداخلية أو في السياسة الخارجية (عزت، 1998، 70-73).

فالمقال الافتتاحي إذا نوع صحفي مستقل ومتميز، مهمته المركزية تقديم موقف الصحيفة من حدث، أو تطور، أو ظاهرة.

إن معيار الحكم على هذا النوع الإعلامي هو ما إذا كانت قد قدمت الافتتاحية موقف الصحيفة بأقصى قدر من الوضوح.

ولذلك ليست الافتتاحية معنية أساساً بالإقناع أو بالتفسير أو بالتحليل للموقف بل بالتقديم الواضح والدقيق لهذا الموقف (خضور، 2011، 123-124).

ثانياً - مسؤولية كاتب الافتتاحية:

يتحمل كُتّاب الافتتاحيات مسؤولية كبرى تجاه الجمهور إذ يتحتم عليهم أن يكونوا من ذوي الاطلاع الواسع وأن يجعلوا من أنفسهم اختصاصيين في الموضوعات التي يكتبون فيها وأن يكونوا منصفين في الآراء التي يكونونها أو يعبرون عنها فليس هناك في هذه الأيام إنسان واحد يستطيع أن يقتدي بفرنسيس بيكون ويجعل المعرفة كلها ملك يديه. على أن الأمر كما يقول جيفري بارسونز عندما كان المستشار الرئيسي لجهاز تحرير الافتتاحيات في صحيفة هيرالد تريبيون هو ما يلي (كلما ازداد أساس المعرفة عند الكاتب متانة ازدادت قدرته على استنهاض الفكر في أي موضوع، فإن كاتب المقال الافتتاحي المجيد يخاطب من الناس عدداً أضخم بكثير مما توصل إليه أي مدرس أو فيلسوف أو ناقد، وليس كثيراً عليه أي قدر من المعرفة إذا كان عليه أن يستوقف انتباه جمهوره). ولذلك يرتبط المقال الافتتاحي شأنه شأن فنون المقال عند الكُتّاب المقاتلين في الصحافة الحديثة لقيادة الفكر التي تتوزع في العصر الحديث بين أمور مختلفة لأن ظروف الحياة نفسها قد وزعتها بين هذه الأمور فلم تستأثر الفلسفة ولم تستأثر الشعر ولم تستأثر السياسة ولم تستأثر الدين بقيادة الفكر في فصل من فصول هذه القصص التي يكونها العصر الحديث وإنما اشتركت هذه الأمور كلها في قيادة الفكر.

وينعكس أثر توزع قيادة الفكر في العصر الحديث والذي جاء نتيجة للصحافة على ما تكتبه الصحف من تحليل للأخبار وما ورائها وعما يحمل كل خبر من مغزى حتى يتمكن الأفراد والجماعات من حل المشاكل التي تعرض في الحياة سواء كانت مشكلات نفسية أم اقتصادية أم سياسية أم اجتماعية. وفي ذلك ما يؤكد مسؤولية كاتب المقال الافتتاحي تجاه الرأي العام فهو يدرك تمام الإدراك أن صياغته للمقال ليست صياغة أدبية، ولا هي صياغة غير ملتزمة وإنما هي صياغة ترتبط بسياسة الحرية من ناحية واهتمام القراء وميولهم من ناحية أخرى. ولهذا نجد أن افتتاحيات الصحف الكبرى تعكس توزيع قيادة الفكر فيما تحتوي عليه من تعليق سياسي، وآخر اقتصادي، وثالث اجتماعي، ولا تُهمل التعليق الطريف أو الخفيف الذي يقوم بالتسلية

وفي ذلك ما يؤكد مسؤولية كُتّاب المقال الافتتاحي كصاغة للرأي العام الأمر الذي تشهد به لهجة القواعد والمبادئ التي انتهجها المؤتمر الوطني لكُتّاب الافتتاحيات في الولايات المتحدة فقد جاء في هذه القواعد (إنه يجب على كاتب المقال الافتتاحي إذا كان يتوخى الأمانة لمهنته ومجتمعه أن يجد في أثر الحقيقة أثراً أدى به المطاف).

وفيما يلي النقاط الأساسية لهذا القانون:

- 1 -ينبغي على كاتب المقال الافتتاحي أن يعرض الحقائق بأمانة واكتمال.
- 2 -ينبغي عليه أن يخلص من الحقائق التي يوردها إلى نتائج موضوعية وأن يدعمها بالبيانات ويقيمها على مفهوم الخير الأعم.
- 3 -ينبغي عليه ألا يكون مدفوعاً أبداً لمصلحة شخصية.
- 4 -ينبغي عليه أن يدرك أنه ليس معصوماً من الخطأ وأن يفسح مجال القول لمن يخالف رأيه في عمود رسائل الجمهور وغير ذلك من الوسائل الملائمة.
- 5 -ينبغي عليه أن يعيد النظر في استنتاجاته الخاصة وأن يصححها إذا وجدها مرتكزة على مفاهيم خاطئة سابقة.

- 6 -ينبغي أن يكون لديه من الشجاعة بحيث يصمد بما يقتنع به على أسس متينة وألا يكتب أبداً أي شيء ضد ضميره وعندما تكون صفحات الافتتاحيات نتاج أكثر من ذهن واحد فإن الوصول إلى رأي جماعي سديد لا يتم إلا عن طريق الآراء الفردية السديدة لذلك ينبغي احترام الآراء الفردية الصادرة عن تفكير
- 7 -ينبغي عليه أن يؤازر زملاءه في تمسكهم بأعلى مستويات الاستقامة المهنية(شرف، 340، 2000-343).

ثالثاً- صفات كاتب المقال الافتتاحي:

إذا كان المقال الافتتاحي هو الذي يستقدم غيره من مختلف المواد الصحفية فإن من يكتبوه أيضاً هم ممن يقدمون غيرهم من حيث التخصص والخبرة بسياسة الصحيفة، وبمعنى آخر لم يعد باستطاعة رئيس تحرير صحيفة كبرى أن يكتب افتتاحياتها المتنوعة بل أصبح من واجبه أن يقود أكفأ كتّاب المقال العاملين في صحيفته إلى كتابة الافتتاحيات حسب تخصصاتهم وتأخذ معظم الصحف بنظام (مجلس تحرير الافتتاحيات) الذي يتألف من عدد من كبار المحررين وينعقد يومياً ويحدد الموضوعات التي تتناولها الافتتاحيات ليقوم كل كاتب أو محرر كفؤ ومتخصص بتحرير الموضوع الذي يقع في دائرة اختصاصه، وقد قيل إن كاتب مثل هذا المقال يقضي 90% من وقته في القراءة والدراسة والاطلاع و10% في تحرير المقال.

وعلى أي حال فإن كاتب المقال الافتتاحي يجب أن يكون متمتعاً بعدة صفات هامة منها ما يلي:

- 1- أن يكون ذا حاسة صحفية دقيقة يتذوق بها الأحداث الجارية في محيطه والأحداث الجارية في خارج هذا المحيط
- 2- أن تكون له حاسة تاريخية يستطيع بها ربط الماضي بالحاضر ويستطيع أيضاً توقع المستقبل ومن ثم كان التاريخ عنصراً هاماً من عناصر ثقافة الصحفي
- 3- أن يكون ذا ثقافة عريضة ولا بأس أن تبدو عميقة في بعض مواضعها وبذلك يستطيع الصحفي أن يقف على المعلومات التي تمكنه من الحكم الصائب والنظر الصادق والتوجيه السليم
- 4- هي خلاصة ما تقدم من الصفات، حيث ينبغي أن يكون كاتب المقال الافتتاحي ذا حاسة اجتماعية مرهفة أو قدرة بالغة على الانغماس في المجتمع وموهبة الحديث وغير ذلك من الخصال التي تمكنه من الوقوف على حقيقة الرأي العام وكل ذلك مع المراعاة التامة لسياسة الصحيفة التي يكتب فيها(عزت، 1998، 75-76) .

رابعاً- خصائص المقال الافتتاحي:

ونخلص مما تقدم إلى أن الخصائص التي يتميز بها المقال الافتتاحي في الصحافة المعاصرة هي:

- 1 -خصيصة الثابت على سياسة واحدة هي سياسة الصحيفة إذ لا يصح لهذه الصحيفة أن تكون مذبذبة بين سياسات كثيرة لأنها بذلك تفقد أهميتها كصحيفة من صحف الرأي. ومن أجل هذا يراعى في المقال الافتتاحي عادة ألا يكون مذيلاً بتوقيع كاتبه لأنه مقال منسوب إلى الصحيفة نفسها بوصفها هيئة من هيئات الإعلام لها سياستها وهدفها من وراء هذا الإعلام
- 2 -خصيصة الحذر والاحتياط في إبداء الرأي لأنه ما دام رئيس التحرير أو كاتب المقال الافتتاحي لا يعبر عن رأيه الشخصي بل عن رأي الصحيفة بوصفها مؤسسة اجتماعية وظيفتها الإعلام وجب عليه أن يصطنع الحيطة فيما يكتب من مواد باسم الصحيفة وإلا عرضها للخطر .

وباختصار يجب أن يعرف المحرر الصحفي للمقال الافتتاحي أن هناك ثلاثة أشياء يؤثر بعضها في بعض ويتداخل بعضها مع بعض وهذه الأشياء هي: سياسة الجريدة وصياغة المقال واهتمام القراء والواقع أن وظيفة كاتب الافتتاحية تظل هي هي كما كانت دائماً: تفسير الأنباء وإرشاد الرأي والقيام بالحملات من أجل مساندة القضايا العادلة ولكن النطاق الذي يعمل ضمنه قد اتسع.

وليس الترفيه أقل خصائص المقال الافتتاحي شأناً فإن كاتب المقال الافتتاحي كثيراً ما يجد هذه المهمة أصعب من مجرد مناقشة قضية ما أو عرض عقيدة سياسية بيد أن الاتجاه الحديث المتزايد هو إشاعة الإشراف على صفحة الافتتاحية بما يسمى الافتتاحيات الرشيقة المرحلة المختلفة عن الافتتاحيات التقليدية (شرف، 2000، 345-346).

خامساً- موضوعات المقال الافتتاحي:

وقد أصبح المقال الافتتاحي في الصحف الحديثة أخبارياً في جوهره، يعني أن ما فيه من رأي ومن توجيه ومن ترفيه يعتمد على الأخبار وتفسيرها واستغلالها في تأييد رأي سياسي أو آخر. ولذلك ينبغي أن يكتب المقال في حذر وعن بيئة وموازنة بين المصالح المختلفة والآراء المتعارضة التي يمكن أن يمسه المقال فيرضي طائفة أو يسخط أخرى.

وكثيراً ما يتعرض محرر هذا المقال لمزالق خطره على الجريدة وقراءها حتى في القضايا البراقة التي لا يتبين الكاتب لأول وهلة ما فيها من مساس لمصالح طوائف من الشعب على حساب طوائف أخرى كقضية الإنتاج وضرورة تشجيعه وزيادته. فالصحفي غير اليقظ قد يتحمس لهذه القضية كثيراً غير مدرك ما قد يكون هناك من تعارض بين مصلحة المنتجين ومصلحة المستهلكين، مع أن المستهلكين طبقة أوسع من طبقات القراء. فتشجيع الإنتاج مثلاً قد يدعو إلى فرض ضرائب جمركية واقية أو مانعة، ونعني بالواقية التي يقصد منها حماية الإنتاج المحلي، ويترتب على ذلك أن يضطر المستهلك إلى أن يشتري السلع المحلية بدلاً من السلع الأجنبية، مع أنها أقل جودة وأكثر ثمناً، وبذلك يضار المستهلك، وإن كان المنتج الوطني سيستفيد بالضرورة؛ إذ سيستطيع زيادة إنتاجه وتوزيع هذا الإنتاج في الأسواق المحلية على الأقل.

كما أن زيادة الإنتاج ليست هي المشكلة الاقتصادية الوحيدة التي يعانيتها المجتمع، فإلى جانب الإنتاج تقوم مشكلة التوزيع ثم مشكلة التداول وأخيراً مشكلة الاستهلاك، وهذه المشاكل الأربعة: أي الإنتاج والتوزيع والتداول والاستهلاك كثيراً ما تتعارض مع مصالح القائمين بها من طبقات الشعب. فتعزيز الإنتاج مثلاً قد يؤدي إلى مناصرة رأس المال ضد العمل وإلى فوز رأس المال بالنصيب الأكبر من ثمرات ذلك الإنتاج. ولذلك لا بد وأن يحسب بحساب دقيق مشكلة التوزيع، أي توزيع ثمرات الإنتاج بين العمل ورأس المال.

وليست كمية الإنتاج هي المشكلة الاقتصادية الوحيدة لأن تداول الثروات يعتبر هو الآخر أساسياً في الحياة الاقتصادية. وفي النهاية تأتي مشكلة الاستهلاك وارتباطها بعمليات الإنتاج والتوزيع والتداول. ومصالح المستهلكين قد تتعارض مع مصالح المنتجين، كما قد تتفق معها، وذلك لأن إنتاجاً بغير استهلاك لا يمكن أن يستمر، ولا بد أن يصاب في النهاية بالكساد أو التوقف، ولذلك فمن مصلحة الإنتاج أن تزداد القوة الشرائية للمستهلكين وأن يكثر إقبالهم على الاستهلاك ليستطيع دولا الإنتاج الاستمرار في عمله.

بـ / أله لمدللك في ألكل إلفلأأأأأأ:

أما بناء المقال الافتتاحي فيقوم على ثلاثة عناصر هي:

1 -عنصر التقديم أو الفكرة الكلية المثيرة لاهتمام القراء

2 -عنصر الحقائق والشواهد المؤيدة للفكرة الكلية

3 -عنصر الخلاصة التي يخرج بها القارئ من المقال

1 -عنصر التقديم أو الفكرة الكلية في المقال الافتتاحي:

يرتبط هذا العنصر ارتباطاً عضوياً بعنوان المقال الأمر الذي يؤكد ما ذهبنا إليه فيما يتعلق بالوحدة التي تربط بين أجزاء المقال فالتقديم لا يمكن أن ينفصل عن عنوان المقال بحال من الأحوال بل إن كليهما متمم للآخر ولعل في ذلك ما يفسر لإيثار كاتب مقال كبير مثل طه حسين لاختيار كلمة واحدة يعنون بها المقال وهي كلمة مشعة موحية بمضمونه لا تنفصل عن مقدمته أو صلبه أو خاتمته.

2 -عنصر الحقائق والشواهد:

يرتبط هذا العنصر بعنصر التقديم ارتباطاً عضوياً وثيقاً ولكن هذه الوحدة العضوية في المقال الافتتاحي لا تقوم على الترتيب الاحتمالي بقدر ما تقوم على ترتيب المنهج الاستقرائي ويقصد بالوحدة العضوية في المقال الافتتاحي وحدة الموضوع ووحدة الأفكار والآراء التي يثيرها الموضوع وما يستلزم ذلك من ترتيب الشواهد المؤيدة لهذه الأفكار والآراء ترتيباً استقرائياً يتقدم به المقال شيئاً فشيئاً حتى ينتهي إلى خلاصة.

3 -عنصر الخلاصة:

تمثل الخلاصة العنصر الأخير من عناصر التحرير يستلزمها هذا الترتيب الاستقرائي للأفكار والشواهد والصور بحيث تبدو عناصر المقال كالبنية الحية لكل جزء وظيفته فيها ويؤدي بعضها إلى بعض عن طريق التسلسل في التفكير والمشاعر .

إن هذه الرؤية الإبداعية في المقال الصحفي تظهر لنا إدراك الكاتب لمنهجه وفي وضوح ه قبل الشروع في الكتابة والتحرير . وهو المنهج الذي يضمن للمقال وحدة محكمة بين عناصره صادرة عن وحدة الموضوع ووحدة الفكرة ووحدة الشواهد التي يتضمنها، ذلك أن المقال الصحفي ليس مجرد سرد للحقائق ولكنه وسيلة وظيفية للتعبير عن الرأي أو المذهب أي أن الوحدة في المقال الصحفي تقضي بها طبيعة الموضوع ووحدة الأثر الوظيفي الناتج عنه الأمر الذي يفرض معالجة تحريرية يظهر بها المقال كأنه وحدة مستقلة بذاتها (شرف، 2000، 346-350).

ج- أجزاء المقال الافتتاحي:

تذكر الدكتورة إجلال خليفة ثلاث فقرات الأولى تشكل المقدمة والثانية صلب المقال والثالثة هي الخاتمة.

وتتكون المقدمة من ذكر جزء من الخبر وشرح الموضوع من وجهة نظر سياسة الصحيفة بشكل صلب الموضوع، أما نهاية المقال فهي تضم ألفاظاً تؤكد ما رمت إليه الصحيفة من عرض هذا الموضوع.

د. فاروق أبو زيد ينحو التوجه ذاته ولكن بتفصيل أوسع إذ يقول إن المقدمة تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية القضية أو المشكلة التي يدور حولها المقال وتضم:

- عرضاً لفكرة مثيرة.

- طرحاً لقضية هامة تمس مصالح القراء.
- إبراز خبر هام يشغل الرأي العام.
- وصف مشكلة خطيرة موضع حديث الناس.

وهي تقوم بعدد من الوظائف منها:

- تهيئة ذهن القارئ لموضوع المقال.
- تذكير القارئ بالحادثة أو القضية.
- جذب انتباه القارئ ودفعه لقراءة المقال.

والمقدمة تختلف من مقال لآخر حسب طبيعة الموضوع أما جسم المقال الافتتاحي فهو يحتوي على المادة الجوهرية من بيانات ومعلومات وأدلة وإعطاء الموضوع أبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية. وتعتبر خاتمة المقال من أهم أجزائه وعليها يتوقف اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بسياسة الصحيفة وغالبا ما تضم النقاط التالية:

- خلاصة الأفكار والآراء.
 - دفع القارئ إلى اتخاذ موقف تجاه موضوع معين.
 - دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد الحلول للقضية.
- د. جان كرم يذهب بعيدا في تحليل أجزاء المقال الافتتاحي بحيث يعطي صورة متكاملة وشاملة عن الموضوع فهو يقول إن جاك ريفيه وكذلك هيليه كريهوم قد أكدا أن لا مناص من أن تحتوي الافتتاحية على أربعة أجزاء رئيسية هي:

- العنوان
- المقدمة
- التوسع
- الخاتمة

العنوان على حد قول الدكتور كرم يمثل عنصر الجذب الأساسي لأنه عنصر الاتصال الأول بين النص والقارئ، بين فكرة الكاتب والجمهور، ونجاحه يشكل نجاحا في دفع القارئ إلى المشاركة في العملية الإعلامية لذا يفضل أن يكون العنوان منبها لفضول الناظر المسر في تصفحه، محددا رغبته في الاطلاع والاكتشاف والمعرفة، طريفا وربما غريبا دون أن يسقط في الإثارة الرخيصة والافتتان. كما يفضل أن يكون موجزا ومفيدا بحيث يختصر ببراعة أهم ما في المقال فكرة كانت أم رأيا أم موقفا أم تعليقا أم توجهها.

أما المقدمة فهي عنصر الجذب الثاني أو العنصر المكمل لفعل التشويق والترغيب الظاهر في العنوان وهي المدخل العاطفي والعقلاني أو العلمي إلى الموضوع المعد للتحليل والتعليل والمناقشة. لذلك يلجأ كاتب الافتتاحية إلى جميع الوسائل الإنشائية والبلاغية الممكنة والمعروفة كأن يورد حكمة أو قولاً مأثوراً أو مثلاً يلنقي في إحدى النواحي مع الموضوع الوارد في التوسع أو يستهل بتساؤل فيه إحراج أو غضب أو عتاب، أو برأي يثير الجدل

حوله أو يستهل بطلب يلتقي عنه الناس أو يتفرقون أو بموقف موضوعي عقلائي وقد يكون الاستهلال مكونا من بعض عناصر الاستنتاج الذي سيصل إليه الكاتب في الخاتمة، أما التوسع فهو يتضمن عرضا للموضوع قضية كانت أو مشكلة أو حدثا مفسرا ومحللا ومعللا ومعلقا عليه وصولا إلى استمالة القارئ أو إقناعه بوجهة نظر معينة فالنفسير هو شرح للوقائع والأحداث عن طريق إبراز تفاصيلها بدقة، أما التحليل فهو فرز عناصر الموضوع بحيث يمكن النظر إلى كل عنصر على حدى والحكم عليه وهذا الفرز يحقق الغاية الأساسية في الافتتاحية وهي إزالة كل لبس أو غموض يحيط ببعض جوانب الموضوع والتركيز على الأساسي والتحليل أيضا يتناول رأي الآخرين كما يتناول رأي الكاتب، فهو منهج في الجدل يطبق حيث تدعو الحاجة إلى التطبيق أما التعليل فهو ذكر الأسباب المؤدية إلى الأحداث أما التعليق فهو تسجيل الملاحظات وقد يقف عند حد الإشارة إلى الخطأ أو الصواب أو كليهما وقد يتعدى ذلك إلى اتخاذ مواقف مؤيدة أو معارضة وفي النهاية الخاتمة التي تأخذ أشكالا متنوعة فقد تكون إعادة للعبارات التي بها الاستهلال وقد تكون تثبيتا مجددا للرأي الذي أعلنه الكاتب وأقام عليه البرهان في التوسع وقد تكون استنتاج مبدأ عام وقد تكون تركيبا تعبيريا يربط التوسع بالمقدمة ويترك أثرا فاعلا في القارئ (المحمود، 2009، ص 97-100).

ولكن هناك أساسيات ما زالت ثابتة.. أهمها:

- ثبات حجم المقالة الافتتاحية على شكل عمود واحد أو نصف عمود بعد أن كان سابقاً صفحة كاملة.

- توقيع المقالة حيث لا توقع من قبل كاتبها ولا سيما وأنها تمثل رأي الصحيفة. وقد بقيت توقع باسم كاتبها حتى الحرب العالمية الثانية. مع التذكير أن هناك بعض الصحف مازالت تعتمد اسم الكاتب في أسفل الافتتاحية وخاصة منها العربية.

- مكان المقالة الافتتاحية من الصفحة الأولى بالأساس إلى الصفحات الداخلية أحياناً. ويمكن أن توضع في إحدى زوايا صفحة الرأي (المحمود، 2008، 476).

سابعا- أنواع المقال الافتتاحي:

وهناك تصنيف للمقال الافتتاحي اشار إليه شيلتون بوش في كتابه "كتابة الافتتاحية والتفكير فيها" حيث ينقسم في رأيه وفقا للهدف إلى:

1 -المقال الافتتاحي الشارح:

هو الذي يفسر الأخبار والأحداث ويجلي أبعادها ويفترض فيه أن يلتزم بالموضوعية فلا يتنبأ آراء مسبقة يريد كاتب المقال أن يحمل القارئ على اعتناقها مستخدما أسلوب النزاليات الذي يحتمل شجب الآراء المخالفة وفقا لذلك المنطق الخطابي.

2 - المقال الافتتاحي المتنبئ:

وهو الذي يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج المتوقعة والتي يمكن حدوثها في المستقبل وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث وإدراكه لطبيعة القوة 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 الأيام (علم الدين، ص ص 25-26).



المراجع

8. حمزة، عبد اللطيف. (1967). المدخل في فن التحرير الصحفي. (ط.4). مصر: دار الفكر العربي.

9. خضور، اديب. (2007). **مدخل الى فن التحرير الصحفي**، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
10. خضور، أديب. (2011). **مبادئ التحرير الإعلامي**، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.



الفصل الخامس
مقال التعليق الصحفي

أولاً- ماهية التعليق الصحفي

ثانياً- خصائص التعليق الصحفي

ثالثاً- علاقة التعليق الصحفي بالفنون الصحفية الأخرى

رابعاً- بنية التعليق

خامساً- أهم عوامل النجاح في كتابة التعليق



الفصل الخامس

مقال التعليق الصحفي

• مقدمة:

لأن الإعلام بفنونه وأجناسه وأطره وأشكاله يتجدد باستمرار، ويتطور دائماً ولا يبقى على حاله طويلاً، فقد تجددت فنون عديدة، واستحدثت أنماط جديدة وأصبح هناك واقع إعلامي اتصالي عام، وصحفي خاص، وتحرير على وجه الدقة تبرز فيه فنون وأطر مختلفة عن تلك التي عرفت وسائل النشر السابقة على معرفة الطباعة، أو تلك التي كانت معروفة منذ قرن أن نصف قرن من الزمان، تدفع إليها وتؤكد الحاجة الصحفية المتزايدة إلى تقديم أكثر "عصرية"، وأكثر انسجاماً مع واقع "القارئ الجديد" ومع المرحلة الصحفية نفسها، ولا بأس هنا من أن يكون لوسائل الإعلام في مجموعها دورها المتنافس ثم المتكامل، والذي تتأثر فيه فنون إذاعية وتلفزيونية بأخرى صحفية والعكس صحيح أيضاً.

هكذا جاءت نشأة "مقال التعليق الصحفي" من خلال حاجة الصحيفة المتزايدة إلى تقديم ما هو أكثر من مجرد الخبر العادي، الذي يكون القارئ قد استمع إليه في إذاعة الأمس، وتكرر على أذنه في نشرة الصباح قبل أن تصل إلى يديه -بطريقة ما- صحيفته، وحتى إذا لم يكن قد استمع إليه أو شاهده في نشرة الأنباء المصورة، فإن دائرة الأخبار المسرعة وتزاحمها الكبير، وكثرة الأحداث وتلاحمها، وتشابكها وإلى حد الغموض أحياناً، وإلى حد توجيه الأخبار وجهات معينة أو تصنيعها، أو "دس" ألوان الأخبار المغرضة والمريضة بين أعمدتها، كل ذلك جعل الحاجة ماسة في عالم اليوم اللاهث القلق المستغل المتصارع إلى استعانة المحرر الصحفي ببعض الأساليب الإذاعية والتلفزيونية -على طريق التكامل بين هذه الأجهزة- ومن بينها هذا النوع من المقالات الصحفية.

ومعنى ذلك أن "مقال التعليق الصحفي" يحقق عدة وظائف هامة من وظائف الصحافة الحديثة بوصفها مدرسة للشعب أو الشعوب عامة، وأهم هذه الوظائف العمل على تكوين رأي عام واع، والمساهمة في دعم المجتمع الديمقراطي، وتحقيق الفهم العام والمشارك لقضايا الوطن الداخلية والخارجية، وذلك فضلاً عن الوظائف التقليدية للمقال، وعن طريقها أيضاً وهي هنا "الإعلام، الشرح والتفسير، التوجيه والإرشاد، التثقيف، تنمية المجتمع، مواجهة الدعاية المضادة لأجهزة إعلام العدو.. إلخ". (أدهم (أ)، 103-104).

أولاً- ماهية التعليق الصحفي:

التعليق هو نوع صحفي فكري مستقل ومتميز. يتضمن رأياً واضحاً وصريحاً ومحدداً إزاء حدث أو قضية أو ظاهرة في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة. كما يحتوي مسار برهنة يتضمن سلسلة من الأدلة والبراهين والشواهد، التي تؤكد صحة هذا الرأي بشكل منطقي مقنع ومتماسك. يتوجه التعليق أساساً إلى ذهن القارئ النوعي بهدف إقناعه بصحة رأي الكاتب، ويسهم تراكمياً في تكوين النسق الفكري للقارئ (خضور، 2007، ص 203).

وفي أسلوب جديد لتوضيح ماهية هذا النوع من المقالات نقول إنه -عملياً وتطبيقياً- يعني:

- اختيار خبر هام جداً وساخن للغاية وما يزال في قمة سخونته.
- ولكن الأهمية والسخونة وحدهما لا يكفيان وإنما يشعر المحرر المسؤول بحاسته الصحفية والإخبارية والجماهيرية -معاً- أن هذا الخبر على الرغم من أهميته وسخونته:

- تكتنفه ظلال من الشك في بعض جوانبه أو فيه كله.

- أبحاثه متشابهة ومتلاحمة بحيث يصعب متابعتها.
 - له مقدماته وجذوره التي أدت إلى صورته الحالية الساخنة.
 - يتطلب رأيا لمحرر أو وجهة نظر لكاتب متخصص تفسر وتبرز جوانب الإيجاب والسلب فيه.
 - تتصل به معلومات أساسية وهامة تزيد وضوحاً واكتمالاً.
 - التعليق عليه سوف يقوم بتكراره ويقدم جوانب أهميته من زوايا جديدة تستقطب أضعاف قرائه، أو قراء هذا الخبر في صورته الإخبارية البحتة.
 - استكمال معقول لأبرز المعلومات المتصلة به دون إسراف في ذلك أو إسهاب.
 - الكشف عما يمكن أن يكون مستترا وراء الخبر من أهداف أو اتجاهات مغرضة أو مريضة خاصة إذا كان الخبر قادما من وكالة أنباء معادية، أو لها مواقف سابقة تؤخذ عليها.
 - ابداء الرأي في وقائع الخبر وتفصيلاته ونتائجه واحتمالات تطوراتها الحالية والمستقبلية، والتحرز في ذلك واتخاذ جوانب الحيطة بقدر الإمكان خاصة بالنسبة للأحداث الهامة أو الاستشهاد بكلمات كبار المسؤولين أو تصريحاتهم أو تعليقاتهم.
 - إبراز أسلوب كاتبه في التفكير وطرح الرأي ومناقشته ومقارعة الحجة بالحجة وتقديم الشواهد والأمثلة المؤيدة لوجهة نظره.
 - اهتمام أكبر بالإجابة على أداتي الاستفهام: "كيف - لماذا؟" من خلال وجهة نظر الكاتب.
- وقد أنتجت الحياة الحديثة بكل صخبها وضجيجها ومطامع دولها وألوان تسليحها، ونزاع أممها، أنتجت هذا اللون المقالى الصحفي الإذاعي أصلا، ومع تعدد الصور والمشاهد المتشابهة والمريرة والمستعصية على فهم كثير من القراء، أصبح هذا المقال وعلى حد تعبير القائل: "من أهم واجبات الصحافة حتى يستتير القراء ويقفوا على حقيقة مجريات الأمور، وكان لا بد -تبعا لهذا الاهتمام- أن تتعدد أساليب كتابته وأن تنتوع اتجاهاتهم وأن يدخل إليها التجديد والابتكار من أجل جذب القراء إلى هذه المادة الهامة، إذ ما فائدة خبر لا يستطيع القارئ العادي أن يفهمه تماما، وأن يدرك جوانبه وأبعاده لا سيما بعد ظهور أساليب وكالات الأنباء واتجاهات بعضها الاستعمارية، ووضعها "السم في العسل" كما يقولون، إلى جانب تيارات "الأنباء الموجهة" والمفبركة وغير الدقيقة "المصنعة وغير الحقيقية.
- على أنه مهما تعددت الأساليب والاتجاهات فإن على كاتب مقال التعليق أن يضع نصب عينيه وأن يتذكر جيدا:
- أن أساس نجاحه الأول يقوم على قدرته في مجال تنفيذ عنصر "الاختيار" ونعني به هنا اختيار ما ينبغي التعليق عليه، وما يستحق، وما يستأهل، وفي ذلك يقول القائل: "إن اختيار الخبر الذي يحتاج إلى تحليل أو تعليق أصعب بكثير من جمع الخبر نفسه".
 - أنه إذا كان عدد من المحررين يقول إن مقال التعليق قد يكون -في بعض الأوقات- أهم من الخبر الأساسي الذي يتناوله، فإن هذا القول يعتبر على جانب كبير من الصواب وذلك من أجل:

- أنه يعيد نشر الخبر فيطالعه من لم تسبق له رؤيته، مثله في ذلك مثل مقالات أخرى كثيرة.
- فإذا كانت قد سبقت رؤيته بالنسبة لبعض القراء، ففي إعادة قراءته فائدة أيضا.
- أنه يكون أكثر أهمية بالنسبة لظروف وأحوال القارئ العربي.
- أنه يوسع من دائرة الفائدة المتحققة من خلال قيام التعليق بوظائف عديدة سبق ذكرها.
- أنه يلفت نظر المحررين الآخرين إلى أهمية تناول الخبر في أشكال وأطر فنية أخرى.
- ومعنى ذلك كله مسؤولية مضاعفة بالنسبة لكتاب مقالات التعليق العرب.
- أن على كاتبه أن يذكر أنه ليس مخبرا، وأنه لا يعظ، ولا يصدر تعليمات إلى القراء ومن ثم فإن الهدف هو الفهم الكامل والواضح للأخبار وما وراء الأخبار.
- أن على كاتبه ألا يتوقف عند حد تقديم المعلومات المفسرة والموضحة، وإنما يخلط بين الخبر، وبين هذه المعلومات من جانب وبين الرأي من جانب آخر، وإلا أصبح مقاله تفسيراً وليس تعليقا مما سيرد ذكره بعد قليل.
- أي إن من حقه أن يوافق وأن يعترض، موافقة كاملة أو منقوصة، أو اعتراضا يرتكز إلى وقائع وحقائق، كما أن من حقه أن يفند الخبر تفنيديا كاملا يحول بينه وبين التسلل إلى عقول القراء.
- أن عليه أن يعرف أن مهمة مقال التعليق الأولي هي: "تتوير القارئ" وما يتصل بذلك من توجيهه الوجهة السليمة، ومساعدته على تلمس الطريق، وتوضيح معالمه خاصة عندما في مجال السياسة الخارجية.
- أن يبذل المحرر عنايته لمراعاة "صالح المجتمع" ومثله وقيمه وتقاليده وكذا "الأيديولوجيات" التي تسود مجتمعه.
- كل ذلك بمراعاة أن تكون "المناقشة" والمناقشة وحدها هي الخيط الأساسي الذي يربط به مقاله من أوله إلى آخره، وأن يكون الرأي هو العنصر الأساسي الذي يرتبط به هذا الخيط ارتباطا شديدا (أدهم (أ)، 104-107).

ثانياً- خصائص التعليق الصحفي:

- 1 - يشكل الرأي العام وما قد يتضمنه من أفكار واحدة من الخصائص الأساسية المميزة للتعليق. لا يوجد تعليق بدون رأي. وهذا الرأي يجب أن يكون واضحا (لا لبس فيه) وصريحا (مباشرا بدون مواربة) ومحددا (دقيقاً لا غموض فيه) . إن المهمة المركزية للتعليق هي تقديم هذا الرأي الواضح والمحدد والصريح. وإذا كان ثمة أي اعتبار يمنع تقديم الرأي في التعليق وفق هذه المواصفات، يكون من الأفضل استخدام نوع صحفي آخر. وذلك لأن القارئ يبحث في التعليق عن الرأي الواضح والصريح والمحدد، وإذا لم يجده بهذه المواصفات سوف يصاب بخيبة أمل.
- 2 - يقدم التعليق رأياً إزاء حدث أو ظاهرة أو تطور آني وراهن ومعروف، وربما كان اطلع عليه القارئ في العدد أو الأعداد السابقة من الصحيفة أو استمع اليه في الإذاعة أو شاهده في التلفزيون. إذا القارئ لديه فكرة عن الحدث لذلك فإن التعليق يجب أن ينطلق من هذا الحدث ثم ينتقل مباشرة الى تحديد الرأي . الموقف ومن ثم الى إيراد الأدلة والبراهين والشواهد . ويجب على الصحفي ألا يتوسع في تقديم الحدث وأن لا يركز اهتمامه على توضيح أبعاد الحدث، هذه ليست مهمة التعليق. المهمة الأساسية للتعليق والتي يجب أن يركز الصحفي اهتمامه عليها هي تقديم الرأي الواضح والصريح والمحدد وهذا بالضبط ما يبحث عنه القارئ. غالباً ما يدور التعليق حول

حدث أني راهن ولكم من الممكن أن يدور حول حدث ليس أنياً ولكن ولههدف ما تريد الصحيفة تركيز الأضواء عليه وزيادة اهتمام القراء به.

3 - موضوع التعليق: هو موضوع الأحداث والظواهر والتطورات ولذلك يمكن أن يدور التعليق حول أي حدث أو ظاهرة أو تطور في أي مجال من مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والرياضية والفنية، ولذلك نجد التعليق السياسي والرياضي والثقافي والعلمي والاقتصادي، كما يمكن أن يدور التعليق حول أي حدث جرى على الأصعدة المحلية أو الإقليمية أو الدولية ولذلك نجد تعليقاً حول حدث محلي أو عربي أو دولي.

4 - السمة الهامة الأخرى التي تميز التعليق الصحفي هي اعتماد مسار البرهنة العقلية والمنطقية الذي يقوم على أساس استخدام الأدلة والبراهين والشواهد والحجج المتناسكة منهجياً لإثبات صحة الرأي. الموقف . يقوم التعليق على دعامتين أساسيتين : الرأي الواضح والمحدد والصريح، والأدلة والبراهين والشواهد والحجج المنطقية التي تثبت صحة هذا الرأي.

5 - يتوجه التعليق أساساً وغالباً الى ذهن القارئ نظراً لما يحتويه من مضامين فكرية ولذلك يستخدم مسار برهنة عقلي ومنطقي دون أن ينفي ذلك بشكل مطلق إمكانية وجود تعليق يفرض موضوعه مخاطبة عواطف القارئ ومشاعره.

6 - يهدف التعليق أساساً وغالباً الإسهام في مهمة تعميق فهم القارئ وزيادة وعيه والقيام بدور فاعل في تكوين النسق الفكري للقارئ.

7 - قارئ التعليق: يشكل القارئ النوعي وربما النخبوي الكتلة الأساسية من جمهور قراء التعليق. القراء الذين يقرؤون التعليق هم بلا شك أقل عدداً من قراء الخبر أو التقرير وربما الحديث والتحقيق، ولكنهم بالتأكيد أرفع مستوى فكرياً وثقافياً وأكثر فعالية في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية.

8 - لكتاب التعليق: تتطلب الخصائص السابقة للتعليق أن تقتصر مهمة كتابة التعليق على الصحفيين أصحاب الممارسة الطويلة والخبرة الصحفية والسياسة الغنية، والذين يفهمون مجالاتهم فهماً شاملاً وعميقاً ويتابعون الأحداث والظواهر والتطورات ويدركون معانيها ودلالاتها وأبعادها ويفهمون بعمق سياسة الصحيفة، ويستطيعون ويشكل مبدع وخالق التوصل الى آراء واضحة ومحددة وصريحة إزاء هذه الأحداث والظواهر والتطورات. هذه الآراء هي بالتأكيد آراء الصحفيين ولكنها تتسجم مع موقف الصحيفة وسياساتها وتوافق معها. تكوين الرأي مهم ولكن الأكثر أهمية استخدام مسار برهنة أدلة وبراهين وحجج منطقية مقنعة للوصول الى القارئ والتأثير عليه.

9 . أسلوب المعالجة: التعليق رأي معلل إزاء حدث.

10 . وحتى يستطيع التعليق تحقيق هدفه يجب على الصحفي أن يدرك جيداً موقع التعليق على خريطة الأنواع الصحفية: يجب على الصحفي، كاتب التعليق، أن يدرك جيداً الموقع الدقيق الذي يحتله التعليق على خريطة الأنواع الصحفية، ويستطيع أن يحقق ذلك بمعرفة الفروق الأساسية التي تميز التعليق عن غيره من الأنواع الصحفية. هذه المعرفة التي تحصن كاتب التعليق من الانزلاق نحو أخطاء قاتلة في كتابة التعليق (خضور، 2007، ص ص 203-207).

ثالثاً- علاقة التعليق الصحفي بالفنون الصحفية الأخرى:

أ - التعليق والخبر:

يقدم الخبر أساساً ، كما رأينا سابقاً الحقائق والوقائع والمعلومات الأساسية والجوهرية المتعلقة بحدث أو ظاهرة أو تطور . وتكون المهمة المركزية للخبر أساساً إعلام القارئ بما حدث، بأكثر الطرق سرعة واختصاراً ووضوحاً. أما التعليق فإنه ينطلق من الخبر، ويندفع فوراً الى تقديم الرأي، ومنه الى تقديم الأدلة والبراهين والشواهد والحجج. ليست مهمة التعليق إعادة رواية الحدث. وإنما يبدأ التعليق غالباً بالإشارة الى الحدث، وربما الى الواقعة أو العنصر الإخباري المحدد الذي يود التعليق عليه، من أجل إثباته، وإنعاش ذاكرة القارئ. ولذلك من الأخطاء القاتلة للتعليق حشوه بالكثير من الحقائق والمعلومات والوقائع غير الدالة وغير الضرورية، والتي كان القارئ قد اطلع عليها سابقاً أثناء متابعته للأخبار. يجب أن يكون واضحاً في ذهن الصحفي أن السمة المميزة للتعليق ليست الوقائع بل الرأي والبرهنة على صحة هذا الرأي. الصحفي يعبر عن رأيه عند تحريره الخبر من خلال معايير انتقاء الأخبار والوقائع وترتيب العناصر الإخبارية وأسلوب التحرير. اما الصحفي كاتب التعليق فيعبر عن رأيه بشكل مباشر وواضح وصريح آخذاً بعين الاعتبار الأمور التالية: لا يكفي لنجاح التعليق الرأي السليم، بل يجب استخدام مسار برهنة منطقي وعقلاني ومقنع. إن التعليق موجه أساساً الى ذهن القارئ وبالتالي يجب الابتعاد عن العاطفية والانفعالية والخطابية والإنشائية في المعالجة . والاعتبار الثالث: تقتصر مهمة الأدلة والشواهد في التعليق على مقدرتها على تدعيم الرأي والبرهنة على صحته. ولذلك فإن الوقائع والشواهد ليست مقصودة لذاتها في التعليق بل تستخدم كمجرد أدوات لتدعيم الرأي وإثبات صحته.

ب - التعليق والتقرير:

يقدم التقرير الحقائق والوقائع المتعلقة بحدث معين من خلال الرؤية الذاتية للصحفي كشاهد عيان على الحدث أما التعليق فيقدم رأياً معللاً عن الحدث. الركنان الأساسيان للتقرير هما الوقائع والرؤية الذاتية للحدث، أما الركنان الأساسيان للتعليق فهما الرأي والأدلة والبراهين والشواهد التي تثبت صحة هذا الرأي.

ج - التعليق والتحقيق:

التحقيق الصحفي هو معالجة صحفية شاملة وعميقة لظاهرة أو قضية أو مشكلة. التعليق غالباً وأساساً هو تقديم رأي حول حدث معين. مسار البرهان في التحقيق هو الشرح والوصف والتحليل والتفسير والتقييم الذي يقوم به الخبراء والمختصون والمسؤولون والمعنيون، أم مسار البرهنة في التعليق فهو الأدلة والشواهد والبراهين والحجج المنطقية والمقنعة التي يقدمها الصحفي نفسه وتحمل أفكاره. من الأخطاء القاتلة في التعليق التوسع في العرض والمعالجة بما يدفع التعليق الى الخروج من حدوده والدخول في مجال التحقيق واستخدام عناصره. يجب أن يكون واضحاً في ذهن الصحفي أن المهمة الوحيدة للتعليق تتمثل في تقديم رأي معلل حول حدث محدد.

د - التعليق والتحليل الإخباري:

التحليل الإخباري هو النوع الصحفي الذي يقدم أساساً تحليلاً لحدث معين ضمن المنطق الذاتي للحدث وضمن الإطار العام للحدث، وداخل المسار الرئيسي للحدث دون أن يتدخل الصحفي في إبداء رأي أو إعلان موقف إزاء هذا الحدث. أما التعليق فهو شيء مختلف تماماً إنه أساساً رأي الصحفي بالحدث وأدلته على صحة هذا الرأي.

هـ - التعليق والمقال:

المقال هو معالجة فكرية نظرية لقضايا أو ظواهر أو أحداث. تميز هذه المعالجة بارتفاع مستواها واقتربها من حدود التنظير والتجريد واعتمادها أساساً على الأفكار وعلى جدة هذه الأفكار وقوتها وتماسكها. اما التعليق فإنه

ملموس ومعني بتقديم رأي معلل إزاء حدث معين ويمثل معالجة ذات طابع فكري أكثر سرعة وأقل عمقاً وأكثر محدودية من تلك التي يقدمها المقال. من الأخطاء القاتلة في التعليق ارتفاع مستوى المعالجة لتصل الى حدود الفكر النظري العميق والمجرد. هنا يصاب التعليق بالشلل لأنه يفقد خصوصيته ومبرر وجوده.

و- التعليق والافتتاحية:

تعالج الافتتاحية حدثاً ضخماً أو قضية مهمة أو ظاهرة عامة معالجة تتميز بالاتساع والعمق. وتقدم رأي الصحيفة الرسمي إزاء هذا الحدث أو الظاهرة أو القضية. أما التعليق فلا يسعى الى هذا النوع من المعالجة، بل يقتصر على تقديم رأي الصحفي نفسه إزاء نوع من الأحداث، وربما أقل أهمية من تلك التي تتناولها الافتتاحية (خضور، 2007، ص ص 207-210).

رابعاً- مراحل عملية الإبداع في التعليق الصحفي:

تمر عملية الإبداع الصحفي في التعليق بالمراحل الرئيسة التالية:

1. فهم الواقع:

ونعني بذلك متابعة ومراقبة التطورات في المجال الذي يعمل فيه الصحفي.

2. تحديد الموضوع:

اختيار الحدث المناسب ليكون موضوعاً للتعليق، وذلك في ضوء اعتبارات الواقع الموضوعي في مجال الحدث، وسياسة الصحيفة، وحركة الأحداث، واهتمامات القراء.

3. تحديد الهدف:

ما هو الهدف المتوخى تحقيقه من كتابة تعليق حول هذا الحدث. تأكيد رأي معين، دحض رأي مختلف... الخ.

4. وضع خطة فكرية عامة:

تشمل الخطة العامة للمعالجة ونوعية المعلومات والأدلة ومصادرها.

5. الاستعداد والتحضير وجمع المعلومات:

القراءة المعمقة للحدث، ومعرفة سياقه العام، وفهم معناه ومغزاه ودوافعه وأسبابه ونتائجه، وتحديد رأي. موقف منه. والتحديد الأولي أو وضع الخطوط العامة للشواهد والأدلة التي تؤكد صحة هذا الرأي وتحديد الوقائع والمعلومات الضرورية لدعم هذه الأدلة والبراهين.

6. وضع مخطط تنسيقي :

. يحدد أولاً الواقعة أو العنصر الإخباري الذي سينطلق منه الصحفي.

. يحدد ثانياً الرأي الواضح والمحدد والصريح إزاء الحدث.

. يحدد ثالثاً مسار البرهنة ويضع المخطط النهائي للأدلة والشواهد والبراهين.

. يحدد رابعاً النتيجة المنطقية التي تم التوصل إليها في نهاية مسار البرهنة.

7. كتابة التعليق وفق المخطط التنسيقي والالتزام بهذا المخطط تجنباً لأية انحرافات ممكنة.

وقد حدد الدكتور "محمود أدهم" للطلاب والمتدربين والمعلقين والمحريين الجدد في بلاط صاحب الجلالة،
الخطوات التي يمر بها تحرير مقال التعليق -على طريق التعريف به -

وهذه الخطوات هي:

1. فرز المحصول اليومي المتجمع للأخبار الهامة فرزا دقيقا يلمح أبعاد أهميتها وجوانب خطورتها، ثم تصفيتها إلى عدد قليل جدا من الأخبار الجديرة بالتناول.
2. اختيار خبرين منها يكون في حاجة إلى مثل هذا التعليق، ووضع محرر كبير في الصورة بالنسبة لاختيار أحدهما للتعليق عليه، كرئيس أو مدير التحرير أو نائب رئيس التحرير أو محرر خبير ممارس، أما إذا كان أحد هؤلاء هو الذي يقوم بتصفية الأخبار واختيار الصالح منها، فإنه يركز هنا على خبر واحد فقط لا جدال في أهميته، ويشك في صحته أو صحة جزء منه وتكون له مقدماته ونتائجه الخطيرة.
3. وبعد الاتفاق على اختيار الخبر يقوم المحرر بقراءته مرة أخرى قراءة هادئة متأنية ودقيقة، بحيث تمتزج عنده وتختلط في فكره بأخبار ووقائع سابقة مماثلة أو من نفس المصدر أو الحقل ولها نفس الصفات والرائحة والخصائص أيضا.
4. ولا بأس خلال هذه الخطوة من الاستعانة بما ذكرته مصادر أخرى مثل الصحف أو وكالات الأنباء أو الإذاعات، كلها أو بعضها مع أهمية التنوع بينها، حيث يقوم المحرر وهو على نفس الدرجة من اليقظة والوعي بعقد مقارنة سريعة بين أبرز سمات هذا الخبر نفسه وأهم ملامحه كما جاءت في هذه الوسائل وحيث يقوده ذلك، وهو في دائرة الشك المعلنة عن إيجابيته، يقوده إلى:
 - أهم جوانب الاتفاق والاختلاف ودرجات ذلك شدة أو ضعفا.
 - معناها الظاهر ومعناها المستتر.
 - ما يمكن أن تتضمنه من جوانب خافية أخرى.
 - أسباب ذلك.
5. ويساعده على ذلك، إلى جانب خبرته وممارسته وحسه التاريخي والصحفي وفهمه لطرق وأساليب التعامل مع هذه المصادر -خاصة وكالات الأنباء- يساعده مقال سابق لمعلق كبير، أو تقرير هام قام بتوزيعه المكتب الصحفي لإحدى السفارات أو وقائع مؤتمر صحفي يكون قد حضره، أو خطاب يتصل بموضوعه، أو كتاب جديد يتناول هذه النقطة، يساعده ذلك كله في تبين الصحيح من الفاسد والصادق من الكاذب والصالح من الطالح، وتبين أسبابه أيضا.
6. على أن من الأهمية هنا، أن تمتد نظرة المحرر إلى الصحف والمجلات الأخرى التي يمكن أن تسبق بتناوله ليرى موقفها منه، ويخلط بين هذه المواقف وبين اتجاهات هذه الصحف والمجلات وبين النتائج التي توصلت إليها، حيث يكون لذلك أثره في تقرير نتائجه هو، استنادا إلى المقدمات السابقة.
7. على أن يمتد ذلك كله إلى توقفه عند كلمات بعينها، وأفكار دون أخرى، ونتيجة قبل نتيجة، ليسأل نفسه دائما عن السبب، سبب النجاح أو الفشل أو قلة الأصوات أو مقاطعة الانتخابات أو انسحاب المرشح أو قيام

المظاهرة أو اندلاع الحريق أو اللجوء إلى العنف أو سفر الوزير المفاجئ أو اجتماع الوزارة على غير موعد أو إلغاء الاحتفال أو الاجتماع، وما إلى ذلك كله.

8. وبينما يفعل المحرر ذلك كله، وبينما يستعين بهذه الأفكار والمقارنات والشواهد ويتوقف عندها طويلا ويفكر فيها مرة ومرة في ضوء تفكير الآخرين، وجوهر الخبر وكلماته -معا- بينما يفعل كل ذلك يمكنه من أن لاخر.

- تسجيل مشروع العنوان غير الثابت، إن كان التعليق يكتب بصفة يومية:

- تسجيل أهم العناصر -باختصار شديد وفي كلمات- التي سوف يتناولها.

- أهم وأبرز جوانب التعليق "ما يمكن أن يسأل القراء عن حقيقته.

- النتيجة الأساسية وما يمكن أن تسفر عنها من نتائج أقل أثرا وقيمه.

9. حتى إذا أتم ذلك كله، كان عليه أن يقوم لكتابة تعليقه، وقد يستعين هنا بخبر قديم أو رأي أو تحليل سابق، يطلبه من مركز المعلومات، ثم وبعد كتابة العنوان الدال المعبر، وهو هنا يكاد يتركز في العنوانات التالية : "الاستفهامي، الوصفي، الجملة المقتبسة، المباشر، الرد المباشر...":

- يقوم بذكر مختصر للخبر يطلع القراء عليه ويذكرهم به.

- ينتقل إلى أهم فكرة استطاع أن يضع يده عليها.

- يبين مصدر الشك فيها أو الغموض في بعض جوانبها، أو فيها كلها.

- يوضح دلالات هذا الشك وأسبابه من وجهة نظره وما الذي أراده واضعوه على هذا النحو.

- يشير إلى معنى ذلك، وما الذي يمكن أن يسفر عنه من نتائج عاجلة أو سريعة أو مستقبلية

على المدى البعيد أو القصير، مباشرة أو غير مباشرة.

- يركز على النتيجة النهائية والدلالة الأساسية والأولى، وما يمكن أن ينبثق أو يتفرع عنها.

* على ألا ينسى -خلال ذلك كله- القواعد التحريرية الهامة التي تتناسب وطابع هذا المقال وطبيعة قراءه وصفحته، ودواعي نشره أيضا وهي:

- المناقشة الهادئة الرزينة والأسلوب المقنع.

- العبارات القصيرة المركزة إلى أبعد حد ممكن.

- الصياغة الجذابة.

- عدم التركيز على جانب "الأخبار" بكسر الألف الثانية، وإنما الشرح والتفسير.

- الطابع الجاد والحازم الذي ينال ثقة القراء واهتمامهم.

- الخاتمة الملخصة، التي تقدم الخبر أو الواقعة أو الرأي أو الموقف مرة أخرى، مع مختصر رؤية المحرر،

وما انتهى إليه.

- التوقيع باسم المحرر كاملاً، أو بالكلمة الأولى منه، أو بالأحرف الأولى فقط والنبات على ذلك (أدهم (أ)،
(110-107).

رابعاً- بنية التعليق:

يتألف التعليق من الأجزاء التالية:

1. العنوان :

يجب ان يكون عنوان التعليق ذا طابع فكري وليس إخبارياً، وأن يعبر عن الرأي أو الموقف من الحدث وأن يكون واضحاً ومختصراً، وأن يوحي بمضمون التعليق دون أن يكشفه.

مثال: تصور بوش الخاطئ لواقع المنطقة

2. المقدمة:

وهي الجملة الأولى من التعليق التي تتضمن الإشارة السريعة والمختصرة الى الحدث أو الواقعة أو العنصر الإخباري من الحدث الذي سيقدم التعليق رأياً حوله. مثال : أكد الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش في خطابه أمس أن الديمقراطية هي مفتاح الحل لجميع المشاكل في الشرق الأوسط.

3. جسم التعليق :

. تقديم الرأي الواضح والمحدد والصريح. مثال : يوضح خطاب بوش جهل السياسة الأمريكية أو تجاهلها لحقيقة الأوضاع في الشرق الأوسط.

. تقديم البراهين والأدلة التي تؤكد صحة هذا الرأي وسمته : 1. الديمقراطية عملية تاريخية لا تفرض قسراً ولا تستورد.

2 . القضية الفلسطينية هي المشكلة الرئيسية في الشرق الأوسط.

3 . قامت السياسة الأمريكية في المنطقة وخلال عقود طويلة على دعم الدول والأنظمة والسياسات والاتجاهات غير الديمقراطية.

4 . هل يمكن حل مشكلة الديمقراطية بمعزل عن حل المشاكل الوطنية والاجتماعية والاقتصادية

5. هل هناك نموذج واحد للديمقراطية.

6 . الحديث عن الديمقراطية غطاء جديد لخدمة المصالح الأمريكية والإسرائيلية.

4. الخاتمة :

خاتمة التعليق هي النتيجة النهائية لمسار البرهنة ولذلك يجب أن تكون مستخلصة من عملية البرهان، وأن تكون موجزة وواضحة ومنطقية، وأن تعيد تذكير القارئ بطريقة ما بالرأي . يجب تجنب ابتعاد الخاتمة عن مسار البرهنة أو تناقضها معه مخافة أن تبدو مقحمة عليه وبالتالي تصبح غير منطقية وغير مقنعة كما يجب البعد عن أية نزعة إنشائية أو خطابية أو تسييسية للخاتمة. إن من شأن ذلك لو حدث أن يدمر المقدرة الإقناعية للتعليق. مثال: وهكذا نرى فهم السياسة الأمريكية الخاطئ لمنطقة الشرق الأوسط ومدى تناقضها مع الحقائق الموضوعية في هذه المنطقة أو : وهكذا نرى كيف يظهر خطاب الرئيس الأمريكي بوش اندفاع الإدارة الأمريكية في تطبيق سياسة

تجهل أو تتجاهل الحقائق الموضوعية في الشرق الأوسط وتتناقض معها خضور، 2007- ص ص 212- (214).

خامساً- أهم عوامل النجاح في كتابة التعليق:

أ - عدم التطرف في الاتجاهات والآراء السياسية الخاصة بالكاتب، ومحاولة إقناع القراء بها بالقوة، والتخويف، وليس الإقناع والهدوء.

ب - الحذر والدقة في اختيار الكلمات والتفكير مرة ومرة قبل إطلاق الأحكام .
ج- الاحتفاظ بملامحه الراسخة في أذهان القراء وعدم تغييرها أو إبدالها من يوم لآخر وذلك مثل: "المكان، الحجم، الإطار، التتابع اليومي أو الأسبوعي.. إلخ"، فإذا تقرر مثلاً نشره بصفة يومية أو على الصفحة الثانية أو الأخيرة فينبغي أن يكون ذلك دستوراً أساسياً لا محيد عنه وهكذا، إلا في فترات متباعدة شأنه في ذلك شأن المقال الافتتاحي.

د - الاهتمام بتعريف القارئ بالشخصية التي يدور حولها أو حول عمل بارز أو رأي خطير لها تعليق المحرر وتوضيح أهميتها وما قدمته لمجتمعها أو للإنسانية كلها.

هـ - وظهور شخصيتك هنا، وعرض ما تحس به عن حق وصدق هو أسلوب ناجح ومؤثر بشرط أن يكون ذلك بدون إسراف أو مغالاة.

و - التنوع في الموضوعات والاهتمامات والمجالات، مطلب هام وعامل من عوامل النجاح، خاصة من وجهة نظر القارئ الذي تعود قراءة التعليق يومياً.

ز - العمل على كسب ثقة القارئ، وازدياد رصيد محرر التعليق من هذه الثقة باستمرار النجاح والمحافظة عليه، ومضاعفته "عن طريق التعليق الجاد والصادق والنزيه المتزن الذي يناقش رأياً ولا يفرض رأياً".

وأخيراً:

إن "الصحافة في يد الكاتب الصحفي العظيم ترتفع إلى مقام الأدب، بحيث تهدف في أخبارها ومقالاتها وسائر رسائلها إلى الإنسانية فلا تدعو إلى البغض ولا تحرك حوافز الحرب، ولا تقول بتعصب عنصري أو ديني ولا تغري القراء بمخاطبة غرائزهم السفلى (أدهم (أ)، 110، 111).

11. المراجع

12. حمزة، عبد اللطيف. (1967). المدخل في فن التحرير الصحفي. (ط.4). مصر: دار الفكر العربي.

13. خضور، أديب. (2007). مدخل الى فن التحرير الصحفي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.

14. خضور، أديب. (2011). مبادئ التحرير الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.

الفصل السادس

العمود الصحفي

أولاً- مفهوم العمود الصحفي

ثانياً-نشأة العمود الصحفي

ثالثاً- موضوعات وأنواع العمود الصحفي

رابعاً- وظائف العمود الصحفي

خامساً- خصائص العمود الصحفي

سادساً- الإبداع في العمود الصحفي

سابعاً- مقارنة بين العمود الصحفي والمقالة الافتتاحية

ثامناً- صفات كاتب العمود

تاسعاً-صياغة العمود الصحفي

عاشراً- العمود في الصحافة العربية

الفصل السادس

العمود الصحفي

أولاً- مفهوم العمود الصحفي:

نلاحظ في السنوات الأخيرة وجود الأعمدة الصحفية المتعددة في الصحف العربية بصفة عامة وذلك لأن الصحف منذ انتشارها إلى أوائل القرن الحالي كانت تعتمد على المقال الافتتاحي الذي كان طويلاً في البداية ثم أخذ يقصر شيئاً فشيئاً، والمتأمل في تطور الصحافة في العالم يجد علاقة كبيرة بين ظهور العمود الصحفي ورغبات القراء كما تظهر في اضطرارهم إلى السرعة في القراءة وإيثار المواد القصيرة التي تعطيهم الشيء الكثير في الزمن القصير ثم تردهم سريعاً إلى مشاغلهم وأعمالهم العادية اليومية.

وقد كان العمود الصحفي في نشأته عبارة عن فكرة أو رأي أو خاطرة يرد على ذهن الكاتب فيكتب فيه سطوراً قليلة وكثيراً ما كان هذا الرأي يدور حول واقعة وقع عليها نظر الكاتب في المحيط الذي يعيش فيه ومعنى ذلك أن العمود الصحفي في بداية الأمر كان لا يتعدى المحيط الاجتماعي ثم سرعان ما أصبح موزعاً في الصحيفة على أبواب كثيرة فهناك العمود السياسي في صفحة السياسة الخارجية والعمود الرياضي في صفحة الرياضة والعمود الاقتصادي في صفحة الاقتصاد والعمود الأدبي في صفحة الأدب، والعمود الديني في الصفحة الدينية، والعمود الذي يعالج الشؤون النسائية في صفحة المرأة.

والعمود الصحفي هو مساحة محدودة من الصحيفة تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب فيها يعبر من خلاله عن ما يراه من آراء والأفكار وانطباعات في ما يراه من قضايا وموضوعات ومشكلات بالأسلوب الذي يرضيه.

ومن حيث الطباعة فإن العمود الصحفي غالباً ما يتميز عن غيره من مواد الصحيفة حتى يلفت إليه أنظار القراء ويكون لحروف سوداء من بنط خاص وقد يوضع داخل إطار أو برواز خاص ومهما يكن فالمهم في العمود الصحفي أن يكون له مكان ثابت وعنوان ثابت وتوقيع ثابت وفي هذه الميزات الثلاثة ما يكفي لكي يلفت إليه أنظار القراء فيتعبدوا عليه ويعثروا عليه في بيسر وسهولة (عزت، 1998، 80-81).

فالعمود الصحفي هو مادة صحفية تتسم دائماً بطابع صاحبها، أو محررها في أسلوب التفكير، والتعبير. ولا تتجاوز في مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير. وتنتشر بانتظام تحت عنوان ثابت، وتوقيع الكاتب.

وتعد د. "فريال منها" العمود نوعاً إعلامياً يستريح الكاتب في رحابه. إذ يقدم وجهة نظره الشخصية في الحدث أو القضية أو المشكلة المطروحة. غير أن ذاتية الزاوية تقع دوماً داخل إطار مسألتين مهمتين هما عدم التناقض التام مع التوجه العام للوسيلة الإعلامية، والالتزام بموضوعية الإعلام لدى طرح الرأي الشخصي.

والعمود الصحفي: هو نوع صحفي مستقل ومتميز. يكتبه صحفي يمتلك قدراً كبيراً من الأهمية والشهرة والخبرة الصحفية. كما يمتلك قوة التأثير على شرائح واسعة من المتلقين. يتميز العمود الصحفي بطابعه الذاتي، ويقدم رؤية كاتبه للأحداث والظواهر والتطورات، ويتميز بأنه ينشر في نفس المكان والموعود، ويأخذ نفس الشكل الإخراجي، ويكتبه صحفي واحد، ويصبح علامة فارقة ثابتة في الصحيفة، كما يتميز بأنه أكثر الأنواع الصحفية ذاتية،

وبالتالي حرية. ولذلك يجب ألا يعطى العمود الصحفي إلا لصحفي (أو مُصاحِف- كاتب من خارج الصحيفة) لديه ما يقوله ولديه جمهور ينتظر ما يقوله (خضور، 2011، ص 123).

ومن تعريفات العمود الصحفي أيضا:

1. أسلوب كتابي سهل يعبر عن شخصية كاتبه ورايه في موضوع معين يستطيع القراء الذين لم يحصلوا على قدر كاف من الثقافة أن يفهموه.
2. ويطلق على العمود الصحفي أحيانا بالزاوية وقد يضم موضوعاً واحداً أو عدة مواضيع أو موضوعات تفصل بينها علامات طباعية ويتسم العمود ببراعة الأسلوب وروح الدعابة
3. والعمود الصحفي حديث شخصي يومي أو أسبوعي لكاتب معين يوقعه باسمه وتحت عنوان ثابت وقد يتخذ العمود شكل سؤال وجواب
4. إنه شكل من أشكال مادة الرأي في الصحيفة، وأحد أنواع المقال الصحفي ويقوم بكتابتته شخص واحد أو عدة أشخاص، تحت عنوان ثابت وبشكل دوري يومي أو أسبوعي ويميل لعرض رأي أو تجربة أو خبرة صاحبه (العزاوي، 2010، ص ص 230-231).

5. هو المادة الصحفية التي تنسم دائماً بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير وأسلوب التعبير ولا تتجاوز في مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير وتنتشر بانتظام تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع المحرر".

وتوقيع العمود الصحفي قد يكون بالاسم كاملاً وهو السائد في الأعمدة، أو بالاسم الأول فقط أو بالحرف الأول فقط، كما في العمود الذي كانت تنشره صحيفة المصري بتوقيع (ج) تحت عنوان (تعليق) وفيه يعقب المحرر على السياسة الخارجية وقد يكون التوقيع بالرموز كتوقيع (الحاج سيد) تحت عمود (بالبلدي) في صحيفة الجمهورية عند أول ظهورها وتوقيع (دولي) تحت عمود (ما وراء الأخبار) في صحيفة الزمان وتوقيع (ديدبان) للدكتور محمود عزمي في صحيفة الأهرام. وقد يكون توقيع العمود الصحفي على شكل نقط بين قوسين (.....) كما في عمود (لا) في صحيفة الجمهورية عند أول صدورها.

أما من حيث الموضع الذي يحتله العمود الصحفي من الصحيفة فيلاحظ أنه يحتل مكاناً متطرفاً في أقصى الصفحة من اليسار كما في عمود (ما قل ودل) في صحيفة الأهرام والأخبار، وكما في عمود (خاطر الصباح) في صحيفة الجمهورية أو في أول الصفحة الأخيرة من اليمين كما في عمود (فكرة) في صحيفة الأخبار وقد يحتل العمود مكاناً متوسطاً في الصفحة كما في (نحو النور) في رأس العمود الرابع من الصفحة الخامسة لصحيفة الأخبار وكما في (بين السطور) في العمود السادس من الصفحة الخامسة لصحيفة القاهرة.

أما من حيث الطباعة فيحسن لكي يتميز العمود عن غيره من مواد الصحيفة ولكي يلفت إليه نظر القارئ أن يكون بحروف سوداء من بنط خاص ولا بأس من كتابته كذلك في إطار خاص كلما أمكن ذلك.

ومهما يكن فالمهم في العمود الصحفي أن يكون له مكان ثابت، وعنوان ثابت، وتوقيع ثابت، وفي هذه المميزات الثلاثة ما يكفي لكي يلفت إليه أنظار القراء فيتعودون على قراءته ويوظفون على هذه القراءة دائماً (حمزة، 1967، 308).

والعمود الصحفي، أو المقال العمودي، هو وليد العصر الحالي، وإيقاعه السريع اللاهث، عصر الميني والمايكرو والبرشام والأسلوب التلغرافي أي أنه مقال بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، ولكنه مختصر كل الاختصار يرى بلاغته في ما قل ودل أو في دلالة قليل على كثير كما يقول البلغاء مع اهتمامه الكامل بالتعبير عن فكر كاتبه وأسلوبه، أو عن أسلوبه في التفكير، وطريقته في التعبير بما يرتبط بذلك كله من تقديم لألوان ثقافته وجوانب خبراته وممارساته وتجاريه السابقة والحالية ومن هنا كان هذا المقال هو أقرب أنواع المقالات الصحفية إلى الأدب أو هو كما أطلقنا عليه (أدب صحفي)) ، ومن هنا أيضاً كان من الضروري أن تبحث الصحف عن هؤلاء الكتاب الذين يتصفون بمثل هذه الصفات، صفات الأديب وتفرد واستقلاله وعوالمه وصوره وأخيلته وسبقه، وصفات الصحفي بحسه الاجتماعي المرهف ونظراته الشمولية وانعكاس الأحداث على صفحة فكره.. وهكذا.. وحيث نجد أمامنا عشرات من الأعمدة التي تزخر بها الصحف العربية، للعديد، من مشاهير الكتاب الصحفيين ومن بينها على سبيل المثال لا الحصر من التي نشرت سابقاً، أو ما تزال تنشر في الوقت الحالي عامة أو متخصصة:

((حديث الأربعاء: د. طه حسين، مائل ودل: أحمد الصاوي محمد، نحو النور: محمد زكي عبد القادر، خاطر الصباح : أحمد قاسم جودة، مواقف: أنيس منصور، دخان في الهواء: جلال الدين الحمامصي، من القلب: محسن محمد)) (أدهم (ب)، 184).

ثانياً- نشأة العمود الصحفي:

ينتشر هذا النوع الإعلامي انتشاراً واسعاً في الصحافة المعاصرة تحت عناوين مختلفة تعالج قضايا متنوعة ومن خلاله تبرز أسماء إعلامية وفكرية هامة نتعرف عليها كل يوم ونلاحظ تزايد ملحوظاً في رصيدها الفكري والثقافي فهو مادة صحفية تتسم دائماً بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير والتعبير ولا تتجاوز في مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير وتنتشر بانتظام تحت عنوان ثابت وتوقيع الكاتب.

والعمود كان في نشأته عبارة عن فكرة أو رأي أو خاطرة من الخواطر ترد إلى ذهن الكاتب فيكتب فيها سطورا قليلة وكثيراً ما كان هذا الرأي يدور حول واقعة أو ظاهرة وقع عليها نظر المحرر في المحيط الذي يعيش فيه. يعتبر الدكتور نبيل حداد المقال العمودي عبارة عن فكرة أو رأي أو اقتراح حل لمشكلة ينشر في عمود أو جزء من عمود وغالباً ما يحمل توقيعاً ثابتاً ويظهر في مكان واحد ليعود إليه القارئ بسهولة. وقد يحمل عنواناً ثابتاً من قبيل فكرة أو موقف أو نافذة كما يحمل أحياناً عنواناً متحركاً يتغير حسب الموضوع وهذا ما يؤكد الدكتور فاروق أبو زيد بقوله إن العمود الصحفي يعد بمثابة مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن عمود تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد الكتاب بما يعبر عن آرائه وأفكاره وخواطره أو انطباعاته فيما يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل مناسبة وغالباً ما يحتل مكاناً ثابتاً وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد محدد ويحمل توقيع كاتبه. وليس بالضرورة أن يلزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة وإن كان من المتعارف عليه ألا يكون معارضاً لهذه السياسة وليس هناك حدود أو قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها كاتب العمود الصحفي هذا ما تقوله الباحثة سميرة شيخاني في إحدى مؤلفاتها بقولها إن العمود الصحفي هو مساحة محدودة لا تزيد عن عمود يكون تحت تصرف أحد كبار الكتاب ليعبر عما يراه من آراء وأفكار للأسلوب الذي يرتضيه. ولذلك نقول إن الطابع

الذاتي للزاوية ليس منفلتا تماما وليس أسيرا مطلق الهوى والميل وليس قابلا للشطط والمغالاة كما في الأداء. وتكتسب الزاوية في الغالب طابعا نقديا في الوقت الذي تؤدي فيه الزاوية بصورة جوهرية وظيفية وسيطية عمودية وأفقية ولكنها تقوم جانبيا بصورة تكوينية توجيهية ووظيفية نفسية، كما تضطلع أحيانا بوظيفة إخبارية.

ويعتبر العمود الصحفي ثمرة من ثمار الروابط الثقافية والاجتماعية التي ظهرت بظهور وتعزيز الترابط الاجتماعي المتعدد الوجوه وتجاوب الصحافة مع الطبقات الجديدة في المجتمعات المختلفة. وعلى الرغم من أن لفن العمود الصحفي منزلة الصحفي الثابت وأن عدد قرائه يزيد كثيرا على عدد قراء الافتتاحية غير الموقعة فإن تكامل العمود وشعبيته حديث العهد نسبيا. فقد نشأت الأعمدة أولا في أمريكا سنة 1823 بعد استقرار الأحوال في الولايات المتحدة الأمريكية فأخذت كل ولاية تعنى بمشاكلها الخاصة وعرضت انكلترا وفرنسا ظهور الصحافة الشعبية زهيدة الثمن في منتصف القرن التاسع عشر وكانت الأعمدة تتعرض بالحديث إلى القارئ كصديق. بينما يشير الدكتور عبد العزيز شرف إلى أن الصحف قد اهتمت بداية بالخبر فيما لم يتسع المجال للعمود الصحفي فلم يظهر إلا متأخرا و إذا جاز تحديد تاريخ ظهور أهمية العمود الصحفي فإنه من المرجح أن يكون ذلك التاريخ منحصرًا في أوائل القرن العشرين فالصحف العربية والمصرية خاصة كانت تعتمد على المقالة الافتتاحية التي كانت طويلة في البداية ثم أخذت تضيق شيئا فشيئا، وقد أخذت الصحف المصرية فن العمود الصحفي عن الصحافة العربية الذي اتجه في أوائل العشرينات إلى العمود المتخصص أو الثقافي. وهذا ما نوهت إليه الباحثة الدكتورة إجلال خليفة بقوله إن مقال العمود قد دخل الصحافة المصرية منذ مطلع القرن العشرين وكان أوسع من ذلك من الكتاب يوم ذاك الكاتب الصحفي إبراهيم المويحلي (المحمود، 2009، ص 100-103).

ثالثاً- موضوعات وأنواع العمود الصحفي:

ليست هناك حدود أو قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها كاتب العمود الصحفي فمن حقه أن يكتب في السياسة أو الاقتصاد أو في مشكلات الحياة الاجتماعية أو قضايا الفكر والثقافة والأدب ولكن من الضروري أن يهتم كاتب العمود الصحفي أثناء تناوله لمثل هذه القضايا بالتركيز على كل ما يهم القراء وأن يخاطب قلوبهم ومشاعرهم واحاسيسهم بحيث يخرج من تناوله لمثل هذه المـ وضوعات بالحكمة والعبرة والموعظة الحسنة (عزت، 1998، ص 81).

ومن مزايا العمود الصحفي التنوع في الموضوعات التي يتناولها، فكاتب العمود من حقه أن يكتب في السياسة أو الاقتصاد أو القضايا الاجتماعية والفكر والثقافة والفن... بل كل ما يهم القراء، وخلاصة القول أنه ليس هناك موضوعاً من المواضيع لا يصلح مادة صحفية للعمود الصحفي فهذا الفن متنوع بتنوع الحياة البشرية.

وقد اختلف الباحثون في تقسيم العمود الصحفي الى انواع عدة فمنهم من يضع هذا التقسيم على أساس الموضوع وآخرين على أساس الشكل والمساحة، فهناك العمود الصحفي الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواء على لسانه أو لسان غيره، أو الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات أو الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون العامة، أو الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل الى الكاتب من القراء، أو الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي والقائم على السخرية (العزاوي، 2010، ص 231).

وإن أهم ما يجب أن نلاحظه في هذا المقام أن المقال العمودي يمكن أن ينقسم بدوره إلى عدة أقسام أو أنواع من أهمها:

وهو الأصل والأساس والأكثر نشرا وهو ثابت المكان والحجم في أغلب الأحوال، ثابت المحرر دائما أو يكون لمحرر واحد.

2 - العمود الموقع غير الثابت المحرر:

ويتناوب على كتابته أكثر من محرر بحيث يكتبه كل منهم حسب دورة أو تنظيم معين على الرغم من ثبات مكانه وحجمه في أغلب الأحوال.

3 - العمود غير الثابت النشر:

ويكتب في ظروف خاصة تفرضها الأحداث

4 - العمود الأسبوعي الثابت العام:

للصحف الأسبوعية والمجلات والطبعات.

5 - العمود المتخصص:

للصفحات والأركان والزوايا المتخصصة سياسية أو دينية أو رياضية أو عسكرية أو نسائية

وإذا كانت موضوعات مقالات الأعمدة هي الحياة بكل ما فيها ومن فيها فإنه يمكن أن نميز من بينها هذه الموضوعات كلها خاصة للأعمدة العامة:

((الرد على خطابات القراء - الدعوة إلى اكتتاب - تقديم الكتب الجديدة - تجربة خاصة ذاتية للمحرر - الطفولة - الأعياد الدينية والقومية - المرافق العامة - حل مشكلات القراء - الغلاء - التلوث - أزمة السكن - رحلات المحرر))
(أدهم (ب)، ص 185).

وهناك تقسيمات أخرى للعمود الصحفي مثل، زاوية الرأي الموقع والزاوية الثابتة وزاوية ما هبّ ودب وزاوية الهواة وزاوية القيل والقال وزاوية القوافي والأوزان والمقالة وزاوية الخفايا.

وهناك تقسيمات أخرى للعمود الصحفي من حيث :

أولاً : الشكل والمساحة :

ويشمل العمود القصير، ومقال الفقرة القصيرة، والمقال الموقع القائد.

ثانياً: من حيث الموضوع:

ويشمل عمود الشؤون العامة وعمود النقد الاجتماعي اللاذع وعمود الموضوعات الذاتية أو الشخصية وعمود الأحداث الجارية وعمود التسلية والعمود الذي يقوم على الحوار والعمود الصحفي المتخصص (العزاوي، 2010، ص 231).

رابعاً - وظائف العمود الصحفي:

يعد العمود الصحفي من الفنون التي تجسد فعل التلاقي بين طرفين: الكاتب والقارئ، مما يمنحه قدرا من تواصل القراء وترقيهم، فهو تواصل من قبل الكاتب مع القارئ لعرض آرائه وأفكاره ورؤاه وتجاربه وبسطها عبر الكتابة المكثفة.

ويتميز العمود الصحفي من بين أشكال التحرير الأخرى بتنوع الوظائف التي يمكن أن يقدمها لأطراف متنوعة وعلى النحو الآتي:

1 -وظائف من وجهة نظر القارئ:

يجب أن يقوم العمود الصحفي بتحليل القرارات والسياسات والمواقف بهدف تنوير القارئ، وتعليمه كيف يفكر ويبنى لنفسه رأياً حتى وإن كان مختلفاً، وخلق نوع من الألفة والصداقة والمودة معه، مع إشعار القراء بأنهم يعانون من مشاكل مشتركة ومساعدتهم على تبني التسامح، والتعبير عن رأي الفئات التي لا تستطيع التعبير عن نفسها من خلال نشر رسائل القراء، إضافة إلى تحقيق جانب التسلية والترفيه للقارئ بهدف تخفيف أعباء الحياة اليومية من خلال أعمدة الفكاهة والسخرية.

2 -وظائف من وجهة نظر المجتمع:

ينبغي أن يلعب العمود دوراً مهماً في صناعة القرار على مستوى المجتمع من خلال علاقات كتابه مع المسؤولين وجماعات الضغط، والمساهمة في تكوين الرأي العام وتوجيهه لخدمة المجتمع، ورعاية القيم الأخلاقية، واستشراف المستقبل من خلال التنبيه إلى الأضرار والتبشير بالإنجازات، ومساعدة المجتمع على تفهم المشكلات التي يعاني منها مع القيام بدور كبير في مجال التنمية الوطنية.

3 -وظائف من وجهة نظر الصحيفة:

لا بد أن تعمل الصحيفة على مساندة ودعم كاتب العمود لغرض تحقيق إقبال القراء عليها، مع دعم الرأي المطروح في العمود حتى وإن اختلف مع رأيها، وإن توطد من خلال العمود علاقاتها مع الكتاب لكسب تأييدهم لسياساتها وأهدافها، والسعي إلى إثبات وجودها في المشهد الصحفي من خلال الأعمدة، مع العمل على خلق كوادر مدربة على كتابة هذا الفن الفعال الذي يشكل ثروة للصحيفة.

4 -وظائف من وجهة نظر الكاتب:

لا بد لكاتب العمود التعبير عن رأيه إزاء القضايا والموضوعات بوضوح وصراحة وجراً، وتقييم القضايا المجتمعية المهمة مع الاهتمام بطرحها وأساليب إقناع القراء فيها والمساهمة في حل مشاكل الجماهير في المصالح والمؤسسات، والكشف عن شخصية الكاتب وأسلوبه وفكره ومواقفه في الحياة بهدف تقوية العلاقة مع القراء. ومن خلال استقراءنا الشخصي في تفكيك بنية نصوص العمود الصحفي، نرى أنه يقوم على الوظائف التالية:

1 -الوظيفة التشخيصية:

إن النص الصحفي في العمود هو نص مشخص، يتمثل بمرسل يرئدي جلاباب الصداقة والأخوة أو المرشد، ومتلقي يقيم قراءته للنص على أساس التواصل والتفاعل في هذه العلاقة.

2 -الوظيفة الترويجية:

حيث تسعى الصحف جاهدة لاستقطاب عدد كبير من الأسماء الكبيرة في كتابة العمود الصحفي لجذب عدد أكبر من القراء أو لزيادة مبيعاتها من جانب والحصول على ثقة المعلنين من جانب آخر من حيث كونها أكثر انتشاراً.

3 -الوظيفة الاتصالية:

تقوم على أساس التفاعل التناظري وحسب آراء مدرسة (آلتوبال) الأمريكية في الاتصال، ففي هذا النوع من الاتصال فإن التفاعل فيه يتم بشكل متساوي بين المرسل والمتلقين وبالتالي تتخذ بنية الخطاب لغة تقوم على أساس الندية والحوارية وتعدد الأصوات للتعبير عن الحقيقة، وهو في ذلك يقترب من الاتصال الشخصي في بعض الجزئيات.

4 -الوظيفة الإقناعية:

تقوم الوظيفة الإقناعية للعمود الصحفي من حيث السرد النصي على السمة الإخبارية حيث يقوم الكاتب بإيراد المعلومات الجديدة أو القديمة لإبلاغهما إلى القارئ، والسمة التوجيهية حيث يكون الهدف الأول في صياغة نص العمود للحصول على فعل أو ردة فعل من المتلقي سواء كان يمثل النخب الحاكمة أو صناع القرار السياسي أو الجمهور العادي، وبما يحقق أهداف المرسل الذي يمثل كاتب العمود الصحفي.

5 -الوظيفة الدعائية:

ويقصد بها استخدام العمود الصحفي للتعبير عن موقف الدولة أو الحزب أو الحركة السياسية بشكل غير مباشر وبما لا يحسب على هذه الجهات موقفا رسميا، قد يثير ردود الأفعال لا ترغب بحصولها، أو لتسريب معلومات وجس نبض الشارع إزائها، على أساس أنها تمثل آراء ووجهات نظر شخصية.

6 -الوظيفة التثقيفية:

حيث يتواصل القارئ مع كاتبه المفضل الذي يشكل له أحد المصادر المعرفية في قراءة العالم بشكل مبسط ومكثف.

7 -الوظيفة الجمالية:

وتتعلق بجمالية بنية النص وأسلوبيته ولغته (محسن، ص ص 10-12).

خامساً- خصائص العمود الصحفي:

يتميز العمود الصحفي بمواصفات عدة أهمها أنه يجب أن يحمل العمود أو الزاوية طابعاً من الإقدام والتشويق والجدارة بالرواية وباعةة على التفكير أو مسلية.

وهناك صفات أخرى للعمود الصحفي بحسب الموسوعة الإعلامية كالاختصار والتركيز والإيجاز والوضوح والسهولة والفهم والانتظام في عنوان وموقعه وتوقيعه ودورية النشر ويتناول كل الموضوعات والمجالات التي ترتبط بحياة الإنسان، ويتم كذلك بالتنوع والحرية والمرونة والإقناع والألفة والمودة التي تربط الكاتب بالقارئ ويؤدي العمود كل وظائف الصحافة المعاصرة من إعلام وشرح وتفسير وتوجيه ونقد وتوثيق وترفيه، وأن لا يزيد مساحته عن عمود صحفي وقد يتفق أو يختلف مع سياسة الجريدة (العزاوي، 2010، ص 232).

ومن المعروف أن كاتب العمود الصحفي يكتب عادة على سجيته وهو ليس مضطرا دائما للوصول إلى خلاصة تمثل موقفا ورأيا ملزمين ويتمثل الكاتب فكرة أو خاطرة حول واقعة أو ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية على أن تكون على صلة بالقارئ من قريب أو بعيد وتتنوع أنواع العمود الصحفي ببروز حالات التخصص في المجال الاعلامي ومن أهم خصائصه:

- العنوان الثابت بحيث يكون جذاباً خفيفاً في النطق مقبولاً لدى الذوق العام
- مكان ثابت والتزام دقيق بمواعيد ظهوره
- سهولة الأسلوب وجماله على أن يكون خفيفاً موجزاً ومركزاً

ولقد عدت الباحثة سميرة شيخاني أنواع العمود الصحفي كعمود الشؤون العامة والنقد الاجتماعي والتجارب الشخصية، والطرائف والمفارقات وخطابات القراء وأسئلتهم بالإضافة إلى الأعمدة المتخصصة من علمية وثقافية ورياضية وأدبية، وهي تتطور بسرعة كبيرة نتيجة المنافسة في وسائل الإعلام وتطور تكنولوجيا وطبيعة المستجديات التي تقاىء القراء. وهذه الأنواع تتداخل فيما بينها بفضل دوران موضوعاتها ولا يخرج عن هذا التصنيف الدكتور فاروق أو زيد في كتابه فن الكتابة الصحفية مضيفاً إليها العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواء على لسانه أو لسان غيره (المحمود، 2009، ص ص 103-104).

كما يمكننا إضافة بعض الخصائص الأخرى التي تتصف بها هذه المادة عامة ومتخصصة:

- تنوع الأفكار من يوم ليوم ومن مقال لآخر
- العنوان الأسمى اللافتي الثابت للعمود الثابت، وأحياناً المتغير الكتاب، وقد يتبع العنوان الثابت آخر يتغير من يوم ليوم

- الحجم الثابت في أغلب الأحوال
 - الحرص على اختيار الموضوعات الجديدة والهامة عند مجموع القراء
 - مراعاة مسؤولية الكاتب تجاه المجتمع، وبالنسبة لقرائه
 - الاختصار والتركيز والايجاز إلى أكبر حد ممكن
 - استخدام الجوانب الإبداع الفكرية والتحريري الكتابي، أو معالم الأسلوب الصحفي البليغ (أدهم (ب)، 185).
- ويذكر "عزت" خصائص العمود الصحفي على النحو التالي:

- 1 - الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها ، وبين جمال اللغة الأدبية ذلك أن العمود الصحفي أشبه بالمقال الأدبي من حيث العناية باختيار الألفاظ والاحتفاظ بحلاوة الأساليب إلا أن ذلك ليس شرطاً مطلقاً في لغة العمود الصحفي
- 2 - التعبير عن التجربة الذاتية للكاتب لأن العمود الصحفي أقرب إلى الأدب والأدب ذاتي ولذلك فإن محرر العمود الصحفي يعطى حرية كاملة في التعبير عن آرائه بشرط ألا يتعارض ذلك مع سياسة الصحيفة
- 3 - يقوم العمود الصحفي على أساس وجود رابطة قوية وعلاقة حميمة بين كاتب العمود وقرائه، ولذلك يجب عليه أن يهتم قبل كل شيء بمشكلات الأفراد ومعالجة تلك المشكلات وعلى هذا الوتر الحساس يؤدي كتاب الأعمدة الصحفية دورهم في الصحف
- 4 - يجوز أن يتناول العمود الصحفي موضوعاً خفيفاً جذاباً ويباح لكاتبه السخرية في العرض إذا وجد ذلك ضرورياً

5 - كثيراً ما يكون العمود الصحفي على شكل رسائل من بعض القراء إلى الكاتب الذي يبسط شكواهم ويوجه خطابه إلى المسؤولين بعد تقديم الحجج والشواهد لكي يزيلوا أسباب هذه الشكوى

6 - على الرغم من أن العمود الصحفي لا يتسع لأكثر من الكلام عن فكرة واحدة فإن كاتبه مضطر كذلك أن يوجز في عبارته وأن لا يجنح إلى الإسهاب في هذه العبارة ولذلك يقوم العمود الصحفي على تطبيق القاعدة الصحفية التي تقول: أكثر قدر من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ (عزت، 1998، 82-83).

7 - أما خصائص العمود من حيث التعبير فمنها ما يلي:

أولاً- جمال الأسلوب:

وذلك أن العمود الصحفي أشبه بالمقال الأدبي من حيث العناية باختيار الألفاظ، والاحتفاظ بحلاوة الأساليب وفيه مجال كبير لتبيان النبوغ الأدبي أو القدرة الباطنية التي يمتاز بها المحرر الصحفي. وانظر إلى كاتب من كتاب العمود مثل (أحمد الصاوي محمد) في عموده (ما قل ودل) وهو يكتب عن العواصف والأنواء التي اشتدت بمدينة الإسكندرية في 9 شباط سنة 1967 فيقول:

وعندما تهب الريح، وتزمر العاصفة، ويحجب الغبار المرئيات وترتعش الأشجار وتهتز خوفاً، يأوي الرجل إلى البيت فهو بعد الكفاح اليومي مأواه وحماه، وليست البيوت أربعة جدران فالجدران لا تحمي إلا الجسد والبيوت إنما خلقت لتحمي الروح وتبني الهناء، فما أكثر الذين لهم بيوت كبيرة وحياة صغيرة، وما أكثر الذين لهم قصور وهم يعيشون في صحراء قفراء جرداء من الخيال والحب.

إلا أن جمال الأسلوب على أية صورة من صوره أو مرتبة من مراتبه ليس شرطاً في لغة العمود ولكنه جائز في هذه المادة الصحفية أكثر من جوازه في بقية المواد الأخرى وآية ذلك أننا لا نقع على هذا الجمال في كل ما كتب الصاوي نفسه تحت عنوان (ما قل ودل) كما لا نظفر بهذه الطريقة من طرق البيان في بقية الأعمدة الصحفية الأخرى مما نراه في شتى الصحف المحلية عدا الأهرام.

ثانياً- عنصر السخرية:

إنه عنصر مشترك بين المقال والعمود ولكنه في هذا الأخير أشبه ما يكون بلسعة العقرب أو وخزة الإبرة أو تخديرة اليد أو الذراع ونحو ذلك على أن المقال يتوسع في السخرية إذا قصد الكاتب بنفسه إلى ذلك ويتنوع في طرقها ويعدد من صورها، وقد تضعيف الغاية منها على الكاتب نفسه في طيات هذا التنوع والتعدد ولذلك ترى القراء يتأثرون بسخرية العمود أكثر مما يتأثرون بسخرية المقال لأنهم يصلون إلى الأولى من أقصر طريق وقد يصلون في الوصول إلى الثانية لتعدد المسالك المؤدية إلى هذا الطريق.

ثالثاً- عنصر الذاتية:

ذكرنا أن العمود الصحفي أقرب المواد الصحفية كلها إلى الأدب الخالص، والفرق بين الأدب والصحافة أن الأول ذاتي والثانية موضوعية ومن أجل هذا أصررنا على أن نعطي لمحرر العمود حرية كاملة بقدر المستطاع في التعبير عن آرائه المختلفة وهو قدر من الحرية لا يعطى للأعضاء الآخرين في اسرة الصحيفة ومن هنا تصبح الرابطة قوية بين محرر العمود وقرائه، ومن هنا يجب على محرر العمود أن يهتم قبل كل شيء بمشكلات الأفراد ومعالجة كل مشكلة منها وعلى هذا الوتر الحساس يؤدي كتاب الأعمدة دورهم في الصحف فيجذبون إليهم القراء، ويأتي يوم لا يستطيع فيه القراء أن يجدوا في أنفسهم غنى عن محرر العمود الذي يشاركهم في عواطفهم الخاصة

والعامة ويهون عليهم متاعب الحياة التي يحيونها والصعاب التي يلاقونها ويدرس معهم النماذج البشرية التي يلتقون بها دائماً في طريق الحياة.

وكم للسطور القليلة التي يكتبها محرر العمود من تأثير في النفوس، ولو كانت هذه السطور من محض خيال الكاتب فإنها تؤثر في أخلاقه وطباعه كما تؤثر القصة الطويلة التي يكتبها أديب بارع ويريد بها تغيير نفس القارئ أو تصحيح فكرة من أفكاره أو معتقد من معتقداته والأمثلة على هذا كثيرة لا تحتاج إلى بيان. من أجل ذلك حرصنا على أن يكون كتاب العمود أحراراً في أفكارهم، أحراراً في تعبيرهم، حتى يكون لأعمدهم صدق كبير في نفوس القراء فإن وافق ذلك هوئ من الصحيفة التي يكتبون فيها كان ذلك وإلا فلكتاب العمود في هذه الحالة أن يترك العمل في الصحيفة.

رابعاً- شكل الهرم المعتدل في الصياغة:

ما أشبه العمود في هذا بالمقال إذ يبدأ المحرر بالفكرة التي يدور حوله العمود ثم يواصل الإتيان بالأمثلة والشواهد أو الأدلة والبراهين ثم يأتي بالنتيجة التي أراد الوصول إليها في النهاية.

وكثيراً ما يكون العمود على شكل رسالة من بعض القراء إلى الكاتب الذي يرد عليه وفي هذه الرسالة يبسط القارئ شكواه من أمر معين أو تأييده لوضع معين فيكون على محرر العمود في هذه الحالة أن يرد على القارئ وأن يؤيد فكرته بالحجج والشواهد، وأن يوجه الخطاب إلى ولاية الأمر بعد ذلك لكي يزيلوا أسباب هذه الشكوى أو يزدادوا ثقة بفائدة المشروع الذي كتبت من أجله الرسالة.

خامساً- الإيجاز في العبارة:

على الرغم أن العمود لا يتسع لأكثر من الكلام عن فكرة واحدة أو خاطر واحد فإن كاتبه مضطر كذلك بحكم الحيز الصغير الذي خصصته الصحيفة للعمود أن يوجز في عبارته وأن لا يجنح إلى الإسهاب في هذه العبارة بحال ما.

وربما كان ذلك بعض ما أحس به الأستاذ أحمد الصاوي وهو من أشهر كتاب العمود في مصر والواقع أن كاتب العمود إذا طلب إليه أن يكتب مادة أخرى كالقصة الخبرية أو المقال أو التحقيق أو الحديث نراه يصطنع لنفسه أسلوباً آخر في هذه الحالة يخالف كل المخالفة أسلوبه المعتاد في كتابة العمود، وإذا كان هذا صحيحاً بالقياس إلى الكاتب الواحد فلا شك أنه أكثر صحة بالقياس إلى الكتاب الكثيرين في أكثر من مادة واحدة من مواد الصحافة (حمزة، 1967، 310-315).

سادساً- الإبداع في العمود الصحفي:

يعد الإبداع حالة متميزة من النشاط الإنساني يترتب عليها إنتاج جديد يتميز بالجدة والأصالة والطرافة والمناسبة الكيفية، كما أن الجماعة التي يوجه إليها هذا الانتهاج تميل إلى قبوله على أنه مقنع وفريد.

أما النص الإبداعي فإنه ينطوي على خصائص ذاتية من إبداع صاحبه، فتظهر فيه ثقافته، توجهه الفكري، ومشاعره، كما ينطوي على وجهة نظره، أنه رؤية لشيء ما، لقضية ما، لخطر أو تصور ما، ولكن من خلال صاحبه فيتجلى فيه أسلوبه وطريقة رؤيته، لذا يتجسد في النص الإبداعي عطاء الموهبة والاستعداد الشخصي.

والعمود الصحفي هو من أكثر الفنون الصحفية حاجة الى عنصر الابداع التحريري كونه أقرب الى الناس والعواطف والمشاعر والانفعالات، إضافة الى أنه يلامس الواقع عبر فعل التواصل والتفاعل والتلاقي مع القراء.

ويقف وراء العمود الصحفي كاتب يتمتع بالفطنة وسرعة البديهة وحرارة التعبير وهو راصد ذكي للحياة العامة ولحقل اختصاصه في الكتابة الصحفية ، فهو إما أن يكون كاتباً ساخراً أو جاداً، تلميحياً أو صريحاً وما يميزه هو أسلوبه الذي يختلف به عن غيره من الكتاب، وكاتب العمود هو حسي أكثر منه ذهنياً، إذ له ميلاً خاصاً في التعبير عن حالة أو موقف فهو في الغالب يثير قضية من أكثر القضايا التصاقاً بالحياة اليومية وتماساً بالساخن منها.

"وتطلب العملية الإبداعية لكاتب العمود، أن يبتعد عن تقليد نمط وأسلوب الكتاب الآخرين للعمود، وعليه أن يبحث لكي يشق طريقه بنفسه، وأن يحاول الكتابة بأساليب جديدة، ويقيم الأساليب الماضية التابعة للآخرين، وهو بهذه الطريقة يكتسب مهارة قد ولدها بنفسه. كما ينبغي أن يكون له نضج، وخلفية غنية وتجربة وفلسفة صبورة حول الحياة وأسلوباً قوياً وفعالاً ومرناً يستطيع أن يمرر بأسلوب صحيح لطبقات العادية إنتاجه الذي يكتبه، ومن الضروري أن يكون محرراً للمقالات وناقداً بنفس الوقت، وأن يحافظ على أسلوبه المميز بحيث يكون قادراً على تغييره من الهجاء الى الوقاحة ومن الفكاهة الى العبث.

كما أن من عناصر الإبداع في العمود الصحفي نهجه الغائي الرصين والمنهجي العلمي السليم حتى لو اعتمد أسلوب الساخر، ذلك لأن الحقائق الموضوعية هي التي تنتصر في آخر الأمر، اما المفارقات والمغالطات فأنها تقضي بكاتبه الى منزلقات وهزائم نفسية وإدارية واجتماعية، لذا يجب على كاتبه أن يلتزم جانب الحقيقة قدر المستطاع، وأن يعترف بالخطأ فور وقوعه، وبذلك يعمق جسر الثقة مع قرائه. ويصف أحد الكتاب الصحفيين كتابة العمود الصحفي وتحريره بقوله:

(العمود سهل وصعب في آن واحد...مثل الجري البطيء لمسافة بعيدة.. يتطلب نفساً طويلاً. ومطاوله ومداداً لا يعرف النضوب)

ويشير البعض الى أن كتابة العمود هو عمل ممتع وعظيم، فهو يتكون من ثلاثة أجزاء شبه متساوية وهي التفكير، والعمل، والقلق أي الانشغال. كما يفترض في كاتب العمود التفكير بمهارة فهو مطالب بتقديم طريقة مختلفة كل يوم في عرض مادته، في حين أن مخرج المسرحيات التمثيلية يستطيع عرض نفس الفكرة ولعدة أسابيع بنجاح تام، أما قراء العمود فهم يريدون أفكاراً جديدة كل مرة، وهذا من اصعب الأمور في العمل الصحفي إبداعياً. وتعد الكتابة اليومية ضرورية لكي تخلق عادة عند القارئ ونوعاً من التواصل الذي يشكل سمة صحفية للعمود، لكن ذلك يتطلب مستوى معين من الكتابة لا يهبط الكاتب عنه ومتابعة لا تقتصر الى الحيوية في معالجة ما هو يومي وذو علاقة بالواقع اليومي للقراء، وإذا تحقق ذلك كانت هذه الفاعلية الصحفية عاملاً من عوامل تثبيت الخصوصية الصحفية وخلق نوع من التواصل بجمهور القراء.

كذلك تتطلب الحالة الإبداعية في كتابة العمود الصحفي إتقان أدواته الفنية من لغة صحفية شفافة نابضة بالحياة، وأسلوب دعابي لاذع، وقدرة على تجبير الألفاظ بالصور والألوان ولفت الأنظار، ثم التأثير بالقارئ وشده الى آخر لفظة.

كما أن اللغة الركيكة لا تحمل لقارئها فكراً رصيناً ومتوقداً، لذا فإن المساحة المحددة لكاتب العمود تقتضي منه أن يتعلم المهارة في اختزال لغته وتكثيف صورته وإحكام عباراته والإيجاء في إشارات أسلوبه يحتضن الفكرة ويجسدها بإطار جمالي مبدع نلتبس فيه شخصية كاتب العمود من وراء قناع هو أقرب إلى خمار الحساء الذي يزيدها جمالاً وجذباً، وله أيضاً أن يتوخى لنفسه أسلوباً يمتاز عن أقرانه انسجاماً مع مقولة الأديب الفرنسي بوفون "الأسلوب هو الإنسان نفسه".

ويمتاز العمود بإيجاز شديد مع وضوح إلى درجة السهل الممتنع، فكتابته من أصعب الكتابات مثل القصة القصيرة لأنها لا تسمح بتقديم فكرة متكاملة بكل مقوماتها ونتائجها ويصح أن تكون مجزأة وعلى حلقات. لذا من الضروري أن يحصر كاتب العمود نفسه ويحدد فكره ملتزماً بطابع العمود الصحفي، وبمساحته.

وعليه فإن كاتب العمود الصحفي لن يحقق الهدف من عموده ولن تصل صورته إلى مجموع القراء بغير ذلك الفكر التحريري النابه الذي يعززه، وبغير تلك الأطر الفنية التحريرية التي يتم صياغة مادته استناداً إليها، وبدون مجهود مماثل تعمل فيه الملكات والثقافات والمواهب والمعارف، لتقديم مادة يتقبلها القراء. كما أنه لن تصل أفكاره المبتكرة وآرائه الجريئة أو وجهات نظره المؤيدة أو المعارضة أو رؤيته الخاصة أو همسات قرائه وتعليقات المتصلين به، إلى القراء إذا لم يعرف طريقة التعبير المناسبة التي تكون جسر اتصال بينه وبين القراء (محسن، ص ص 18-21).

سابعاً- مقارنة بين العمود الصحفي والمقالة الافتتاحية:

يتفق العمود الصحفي مع المقالة الافتتاحية بأن له مكاناً ثابتاً، وعنواناً ثابتاً، وينشر بانتظام، وتضم أجزاؤه الفقرات المتمثلة بالمقدمة وجسم المادة والنتيجة. ويختلفان في أن كاتب العمود ليس ملزماً بالتعبير الحرفي عن سياسة الصحيفة. في حين كاتب المقالة الافتتاحية ملزم بذلك. كما أن العمود الصحفي يوقع باسم كاتبه في حين لا توقع المقالة الافتتاحية في أغلب الأحيان باعتبارها تمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها وليس محرراً بعينه كما أن كاتب العمود الصحفي ليس ملزماً بمنهجية دقيقة ومعقدة كتلك التي ترافق كتابة المقالة الافتتاحية، ولو كان من الممكن الالتزام بها. فإذا كانت المقالة الافتتاحية تمثل رأياً رصيناً ورسمياً معبراً عن توجه الصحيفة لتصدر في الصفحة الأولى أو الصفحة الأساسية، فإن العمود يمثل تعليقاً مرحاً أو رصيناً، أو مزيجاً من الهزل والرصانة.

ويشير د. عبد العزيز شرف إلى أن العمود الصحفي يبنى على إحساس الكاتب، وقوة الأصالة، وجمال التعبير، والإثارة والإمتاع. وهي العناصر التي تكسب المقال العمودي خاصية الأدبية من بين فنون المقال الصحفي. ويتميز بجمال الأسلوب، وروح الفكاهة، والذاتية التي تميزه عن المقالة الافتتاحية.

كما أن العمود الصحفي بخلاف المقالة الافتتاحية يحمل الطابع الشخصي لكاتبه في الرأي والأسلوب. والصفة الموضوعية الغالبة في تحرير المقال العمودي هي النقد بصورته الشاملة. وقد يكون هذا النقد في صورة الشكوى من مواطن يعرضها كاتب العمود (المحمود، 2008، 479-480).

ثامناً- صفات كاتب العمود:

لعل العمود الصحفي من خلال المواضيع التي يقدمها وطبيعة تأثيره ونوعية كتابه، يحتل موقعا متميزا على صفحات المجلات والجرائد، فكاتب العمود من نجوم الفكر والأدب والثقافة وقادة الرأي في المجتمع. ويمكن القول بأن كاتب العمود الصحفي هو صحفي ذو منزلة كبيرة منح ميزة تحطيم الكتابة الصحفية التقليدية عن طريق

السماح له باستخدام ضمير الشخص الأول (أي المتكلم) وأن يمارس التجريب ضمن نطاق حدود سياسية الصحيفة، أما كاتب الافتتاحية، فهو كاتب آراء يتمتع بنفس الامتيازات لكنه ينفرد بمنفعة إضافية تتمثل في السماح له بالكتابة عن قضايا خطيرة، على أن الصحف بصورة عامة تنجح إلى منح مثل هذه الميزة إي إبداء الآراء، إلى شخص يتمسك بآراء مختلفة تمام الاختلاف عن آراء الناشرين.

ويلاحظ بأن كاتب العمود يختلف عن المخبر الصحفي وكاتب القصة الخبرية، وذلك لأنه من المفروض أن يعتمد إلى حد كبير على إظهار شخصيته فيما يكتب، والتعبير عن أفكاره بحرية. كما أن كاتب العمود يشبه إلى حد ما عمل المعلق من ناحية البحث عن موضوع يهم القراء، فقد يبحث عن ذلك في الصحف ذاتها كما يفعل المعلق، ولكن لا يهمه أن يكون الموضوع الذي يتناوله هو موضوع الساعة، وإنما ينبغي أن لا يهمل بحال اختيار موضوع مثير يهم الغالبية من القراء.

وفي حالة الخبر ينبغي ألا يختار خبرا يسبق به عمل المخبر الصحفي أو المندوب أو المراسل وإنما ينبغي ألا يتدخل في عمل هؤلاء، فإذا ما سجل الخبر في الصحيفة، وكان معروفا لدى القراء فلا مانع من أن يتناوله بالبحث والتعليق، على أن يكون ذلك في حدود ضيقة ولا يسهب في الحديث باستخدام المعاني أو الأفكار التي تحتاج مكانا أوسع من مكان العمود الصحفي.

ويمثل العمود الصحفي آخر مراحل النضج والخبرة الصحفية، لذلك فإن قيادة هذه الأعمدة لا تأتي للصحفي إلا بعد سنوات عديدة من العمل الصحفي الشاق، فقد يكون الطريق إلى العمود الصحفي في فكرة أصيلة، أو القدرة على تحمل أعباء عمود صحفي في غياب صاحبه، أو التمتع بمعلومات كافية في مجال ما كالمعرفة السياسية أو الرياضية أو الفنية. ويذهب بعض الكتاب، إلى أن العمود الصحفي هو منفذ واضح لكنه صعب. أما كاتبه فهو مرشح لأن يصبح نجما معروفا أكثر من أي كاتب أخبار في صحيفة، لذلك فإن كتاب الأعمدة في الصحف شأنهم شأن الروائيين، هم معلقون اجتماعيون نستشهد بأقوالهم ونناقش أعمالهم حتى بعد أن يرحلوا عن هذه الحياة.

وإن العامل الأساس في نجاح العمود الصحفي يتوقف على ثقافة الكاتب، ولا نعني بذلك الثقافة الأكاديمية أو المعلومات المحددة في جانب من المعرفة الإنسانية بل نقصد الثقافة الشمولية، أي بمعنى آخر أهمية وجود الكاتب الذي يثير فضوله الاطلاع على كل علم وفن وكل ظاهرة إنسانية فنراه مهووسا بحب المعرفة، أي لا بد أن يكون لديه الم معلومات الكافية في مجال الأدب والسياسة والاقتصاد والفن والرياضة، ولا نقصد هنا المعرفة المتخصصة الدقيقة فذلك أمر لا يمكن لأي شخص أن يتوفر عليه بهذا الشمول بل نقصد المعلومات العامة التي تتيح له الكتابة بفهم ووعي كاملين.

وبشكل عام فإن هنالك مجموعة من الصفات التي ينبغي توافرها في كاتب العمود الصحفي، وهي:

- 1- التمتع بقدر واف من الثقافة الموسوعية المتنوعة والشاملة، بحيث يمتلك القدرة على تناول الموضوعات المختلفة ويكون مستعدا للكتابة والحديث في أي مجال.
- 2- ينبغي أن يكون على علم تام بمجريات الأحداث ومتابعا دقيقا لما يجري ويدور من حوله، وبما يفكر فيه الناس بمختلف فئاتهم
- 3- أن يكون ثقة ومرجعا
- 4- الموهبة في مجال الكتابة الصحفية عامة، حتى يستطيع أن ينقل مشاهداته وآرائه في كلمات معبرة وناجحة

5 - معرفة نفسية القارئ الذي يكتب له، وبعبارة أخرى أن يكون قارئاً قبل أن يكون كاتباً

6 - أن يكون كاتباً مسيطراً على أدوات بلاغة الأدب الصحفي، من عبارات جميلة وموجبة، وألفاظ دقيقة واضحة، وتصوير صادق بليغ لما يكتب عنه، وأن يكون له أسلوبه الخاص في الكتابة الذي يميزه عن الآخرين

7 - أن تتوفر له أحدث مصادر المعلومات عن الموضوعات التي يكتب عنها، وأن يعيش هذه الموضوعات ولا يكتفي بالقراءة عنها

8 - أن يكون دقيقاً وصادقاً مع نفسه ومع جمهوره، وشجاعاً في الرأي

ونرى أيضاً أنه من الضروري أن يكون لكاتب العمود الصحفي موقف أثناء الكتابة، ذلك أن العمود الصحفي يصنعه الموقف والرأي الواضح كي يكون متواصلاً وممتعاً، وأن ينطلق كاتبه من عمق المكان بحيث يكون لديه فكرة راسخة عن الموضوع الذي يخوض فيه (محسن، ص ص 12-15).

تاسعاً-صياغة العمود الصحفي:

إن العمود الصحفي بالقياس إلى أنواع المقال أشبه بالأقصوصة إذا قورنت بفنون القصص الأخرى، ومعنى ذلك أن العمود الصحفي من حيث التفكير لا يعدو أن يكون فكرة صغيرة محدودة في مشكلة من مشكلات القراء يدور حولها الكاتب ولا يعدوها إلى سواها أو يستطرد منها إلى أفكار أخرى أو مشكلات بعيدة عنها، وفي الحالة التي يتناول فيها العمود تعليقاً على خبر من الأخبار يراعى في ذلك عادة أن يكون هذا الخبر معروفاً لدى القراء وأن يعتمد الكاتب على هذه المعرفة لكي يثير اهتمامهم من جهة ويضفي على عموده شيئاً من الطرافة من جهة ثانية.

وعلى هذا لا يعتبر السبق الصحفي غرضاً من أغراض العمود الذي يستمد منه التعليق على الأخبار وإنما الغرض من العمود في مثل هذه الحالة هو الإمتاع، والطرافة، والتعقيب السريرجي، وشرح وجهة نظر الكاتب في سطور قليلة لا أكثر ولا أقل. ومن ثم مسألة هامة تتصل بكاتب العمود وتعرض للباحث في هذا الفن من فنون الصحافة وهي: إلى أي حد يعتبر كاتب العمود حراً فيما يكتبه مادام الذي يكتبه يحمل طابعه الشخصي ويتسم بالذاتية البحتة؟ هنا يختلف الباحثون في الإجابة:

فمنهم من يرى أن كاتب العمود صاحب حرية واسعة فيما يكتب مادام يتحمل مسؤولية الكتابة ومادام يذيل العمود بتوقيعه. وإنما تسمح الصحيفة لكاتب العمود بمثل ذلك وتتيح له كل هذا القدر من حرية القول طمعاً في التوزيع. والسبب في هذا أن كاتب العمود كثيراً ما يكون ذو شهرة خاصة لدى القراء قبل إقدامه على الكتابة أو يصبح ذا شهرة خاصة بهم بعد مدة طويلة من الكتابة، وهنا يوازن رئيس التحرير بين سياسة الصحيفة وسعة التوزيع فيؤثر الأخيرة على الأولى.

ومع ذلك فمن رؤساء التحرير من لا يبيحون لكاتب العمود كل هذا القدر من حرية الكتابة و لذلك نرى مثل هذا الكاتب ينزل عن آرائه الخاصة ويكتب بلسان الصحيفة التي يعمل لها وينهج النهج الذي يشير به رئيس التحرير. ومن العلماء الذين يذهبون إلى هذا الرأي (لايبلنج) في كتابه (the way ward press man) وحجته في ذلك أن الصحافة بعد أن أصبحت حرفة أو صناعة جعلت من الصحفي محامياً لا ينبغي أن يطالب دائماً بالإيمان الخالص بالقضية التي يدافع عنها ولقد بالغ الأستاذ (لايبلنج) في ذلك إلى حد أن قال: (إن المحرر الصحفي له أن يترك آراءه الخاصة عند باب غرفة التحرير ويخلعها دائماً كما يخلع معطفه عند هذا الباب، حتى إذا ما انتهى من عمله وعاد إلى معطفه عادت إليه آراؤه الخاصة التي يمكنه أن يحتفظ بها لنفسه متى أراد).

أما نحن فلا نميل إلى هذا الرأي لأن في إتباعه إهداراً لركن هام من أركان العمود الصحفي وهو الطابع الشخصي والرأي الشخصي الذي يتميز به العمود عن سائر أنواع المقال.

ولا شك أن الصحيفة التي تفقد هذا القدر الضئيل من الذاتية أو الحرية لا تغري القراء بقراءة صفحاتها، ولا تسمح للكتاب بعرض وجهات النظر المختلفة في الموضوع الواحد وإن زعمت في الوقت نفسه أنها تحافظ على سياستها العامة وطابعها الصحفي الذي تمتاز به عن بقية الصحف الأخرى وتلك وأمثالها هي خصائص العمود الصحفي من حيث أسلوب التفكير.

ويكتب العمود الصحفي مثلما يكتب المقال الافتتاحي على شكل الهرم المعتدل الذي يتكون من ثلاثة أجزاء هي) مقدمة، جسم، وخاتمة(

أ - المقدمة:

وتشتمل على مدخل أو زاوية يمهّد بها الكاتب لموضوع العمود الصحفي، ويمكن أن يشتمل المدخل على النقاط التالية:

- 1 - خبر من الأخبار أو حدث من الأحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت اهتمامه ويرى أنها تهم القراء في الوقت نفسه
- 2 - فكرة أو خاطرة يرى الكاتب أنها تحتاج إلى شرح وتوضيح أو تفسير وتعليق
- 3 - قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنها تمس مصالح القراء أو تثير اهتمامهم وللكاتب وجهة نظر فيها يريد الإفصاح عنها ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناولها الكاتب أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم
- 4 - آية قرآنية أو جزء من آية أو حديث نبوي شريف أو جزء منه، أو ربما بيت من الشعر أو حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف أو قول لمفكر أو كاتب مشهور

ب - جسم العمود الصحفي:

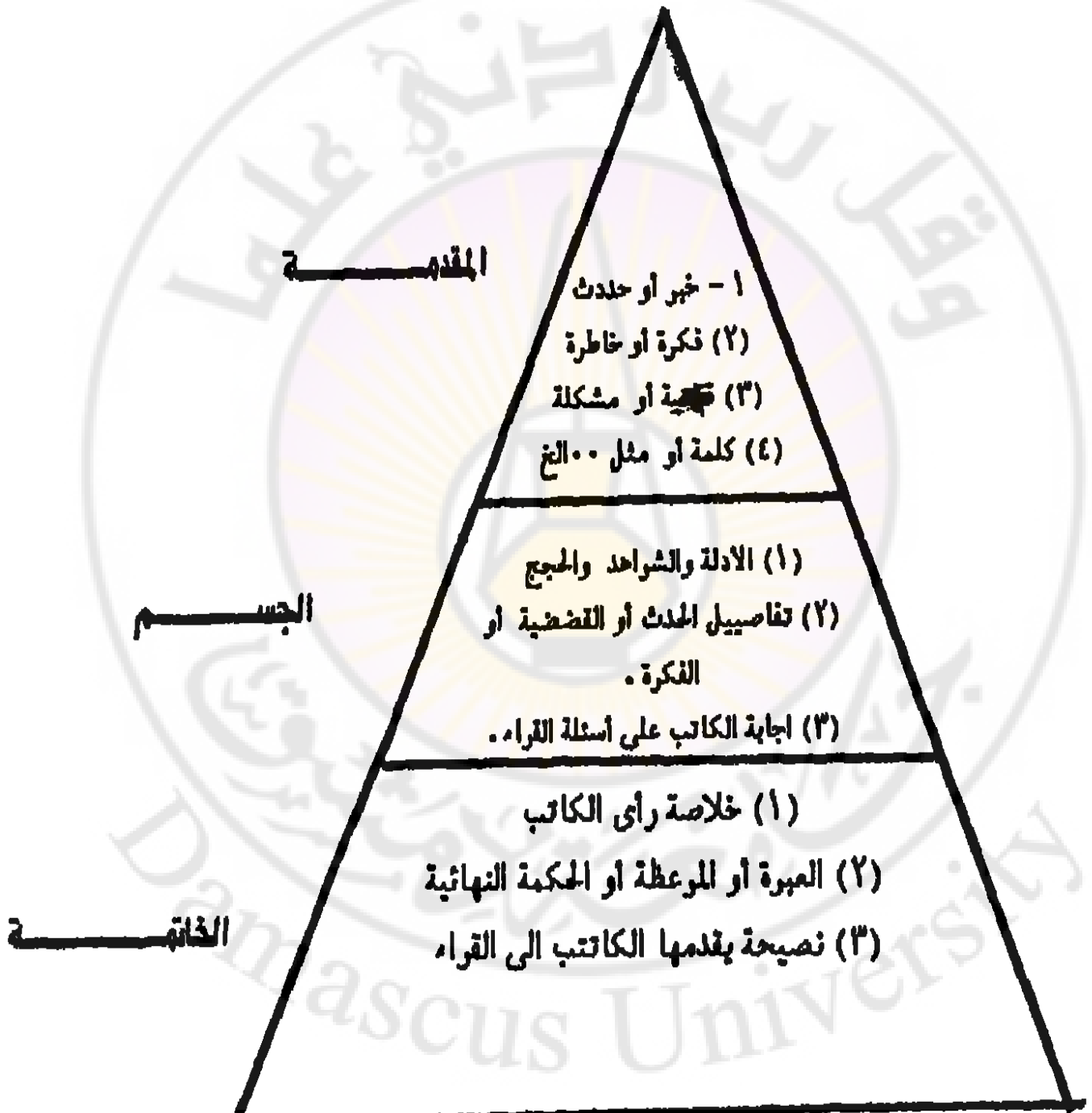
ويضم جوهر المادة التي يحتويها العمود الصحفي ويتضمن رأي الكاتب وخلاصة ما يريد قوله للقراء

ت - الخاتمة:

وتشتمل على النقاط التالية:

- 1 - خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها
- 2 - العبرة أو الموعظة التي يخرج بها الكاتب
- 3 - النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء بعد أن يجيب على سؤال قدمه له القارئ (عزت، 1998، 83-84).

ويوضح الشكل التالي البناء الفني للعمود الصحفي المبين على قالب الهرم المعتدل:



عرفت صحافتنا العربية منذ ثلاثينيات القرن الماضي أسماء لامعة وبارزة في مجال كتابة العمود الصحفي، ساهمت في خلق تقاليد راسخة في هذا النمط من الكتابة، بحيث أن ما كتبه هذه الأسماء كان يلقي صدى واستجابة عند القراء والمهتمين والأطراف ذات العلاقة بما يكتب، فهي على وعي ونضج تام بمتطلبات كتابة العمود الصحفي من ناحية وعلى وعي متقدم بمضامين ما تكتب. كما رسمت هذه الأسماء لنفسها حدود الحقل الذي تكتب فيه، فمنها من يكتب العمود السياسي أو العمود الاجتماعي أو العمود الساخر أو العمود الفني أو العمود الأدبي أو العمود الثقافي بشكله العام.

إن عملية تتبع تطور الصحافة العربية تظهر بأن العلاقة بين الصحيفة والقراء قد توثقت بفضل العمود، كونه يمثل تعبيراً عن هموم وتطلعات ومشاكل المجتمع، وتجسيدا لحالة التطور التي مرت بها الصحافة في الوطن العربي، لذا نجد أن العمود الصحفي يتناول شتى الموضوعات التي تهم القراء، فتعززت بذلك مكانته وأصبح له الدور الفعال في توثيق العلاقة وتقريب وجهات النظر بين الكاتب والقراء

وحالياً، فإن العمود الصحفي في الصحافة العربية تعاني من ظاهرة الأسماء الجاهزة والمتكررة والتي غالباً ما تكون تحت الطلب عند أي حاجة أو ضرورة كتابية، إضافة إلى أن بعض الكتاب لا يملكون أدنى حدود الاختصاص في الكتابة فهم مستعدون للكتابة في كل الأمور والشؤون والقضايا، مع شروع البعض من الكتاب بالكتابة من أجل الكتابة فقط، دون أن ينطلق من إيمان عميق بالموضوع، ورغبة في معالجة حالة معينة أو طرح رأي معين أو خلل ما، مما ترتب عليه خلق حالة من التكرار وعدم التنوع وتشابه في موضوعات الأعمدة، وبالتالي عزوف القارئ عن قراءة تلك الأعمدة

كما أن فئة كبيرة من هؤلاء الكتاب لا تكتب سوى خواطر وتداعيات لا ضابط لها، تفقر إلى الأسلوب مثلما تفقر إلى فهم الأساسيات في صناعة الكتابة الصحفية، وقسم من هذه الفئة لا يزيد عمره الصحفي على أشهر أو سنة في أحسن الأحوال، فهو إما يكتب عموده بفعل اعتبارات شخصية أو بفعل اعتبارات وظيفية.

لذلك فقد أصيبت الصحافة العربية بداء تكاثر الأعمدة الصحفية، فلم تكد تنقضي فترة قصيرة إلا ونقرأ عموداً جديداً سرعان ما يختفي ليظهر عمود مشابه ينتظر المصير نفسه.

كذلك ظهرت على صفحات الجرائد العديد من الأسماء التي كتبت العمود، إلا أن هذه الأسماء سرعان ما اختفت لنضوب قابليتها أو عدم القدرة على جعل ما تكتبه مقروءاً ونافعاً ومتطوراً.

لذا نرى بأن هناك جملة من العوامل والأسباب التي تقف وراء ضعف العمود في الصحافة العربية، وهي:

1 - ضعف وتدني القدرات والامكانيات الثقافية لكثير من كتاب العمود الصحفي، في حين يحتاج العمود إلى ثقافة شمولية في الحياة والفكر معاً، وإلى جهد عقلي ومعرفي منظم وكاتب له رؤيته النافذة.

2 - عدم توفر كتاب الأعمدة المتخصصين المتمرسين في كتابة هذا الفن الصحفي والذين يعرفون طرق الاختصار والإيجاز والتركيز وحصر الأهمية في المضمون وإشباع العمود بالحركة من خلال الأسلوب الذي يتناول جوهر الموضوع من كل زاوية من زواياه بشكل سريع وجيد.

3. سيادة مفهوم المجانية في العمل الصحفي، وذلك من خلال إفساح المجال للأقلام الركيكة وغير الرصينة لممارسة هذا الفن الصحفي.

4 . عدم قدرة كتاب الأعمدة على تخطي ما هو نمطي وتقليدي، من خلال مواكبة المتغيرات والتحوللات الحياتية واستشراف المستقبل.

5 . غلبة الصفة الإنشائية مع اهمال لدور اللغة رغم كونها شريك أساسي في صناعة العمود الصحفي.

6 . هيمنة الخطاب المحلي على معالجات الكتاب بسبب عدم القدرة على ملاحقة ومتابعة الأحداث والوقائع المستجدة.

7 . خلو الأعمدة من الأهداف الواضحة والمحددة، واقتربها من المطلبيات.

8 . عدم وضوح خصائص وسمات العمود الصحفي لدى بعض الكتاب، ومن بينها ظهوره بشكل دوري مستمر ومنظم.

9 . ضعف الوعي لدى بعض الإدارات الصحفية بعدم أهمية العمود مقارنة بالفنون الصحفية الأخرى.

10 . غياب التقاليد الصحفية والمهنية الراسخة والرصينة التي تدعم وتشجع الأقلام الصحفية البارزة والجيدة لمواصلة كتابة عمودهم الصحفي.

11 . هيمنة السياسات الإعلامية النمطية والتي ساهمت في الحد من حرية واستقلالية الكاتب، وبالتالي تأطير معالجاته وكتابات به بأطر ضيقة (محسن، ص ص 16-18).

المراجع

1. العزاوي، محمد عبود مهدي. (2010). موضوعات العمود الصحفي في جريدة الصباح، لمدة من 12/1 ولغاية 12/13/2008، دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية الأساسية، (64)، 227-242.
2. عزت. (1998). المقالات والتقارير الصحفية، اصول اعدادها وكتابتها، مدينة نصر، المؤلف.
- عفان، إيمان. (2005) دلالة الصورة الفنية، دراسة تحليلية، سيميولوجية لمنمنات محمد راسم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر



الفصل السابع

مقال اليوميات الصحفية

أولاً- مفهوم مقال اليوميات

ثانياً- وظائف مقال اليوميات

ثالثاً- أنواع مقال اليوميات

رابعاً- اليوميات والبحث الصحفي



الفصل السابع

مقال اليوميات الصحفية

• مقدمة:

عندما تذكر كلمة "المقال الصحفي" .. على اتساع معناه وتشعب أنواعه، يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر عدة أنواع بعينها من هذه المقالات في مقدمتها "المقال الصحفي العام، ويليه "المقال العمودي" .. بينما تأتي "اليوميات" ثالثاً.. أو ثالثة هذه الأنواع.. وبعدها تأتي أنواع المقالات الصحفية الأخرى.

واليوميات أو "مقال اليوميات الصحفية" هو الصورة الثالثة، الظاهرة، والمسيطر على صحافة اليوم.. بعد المقال العام، والمقال العمودي، بل إنها من أكثر مظاهر "المقالات الجديدة" منذ عرفت صحافة القرن التاسع عشر هذه المادة على المستوى الصحفي لا الأدبي، مرتبطة بخصائصها المميزة التي جعلت الفرق ظاهراً، والمسافة ملحوظة بينها وبين مقالات العصور الوسطى، أو تلك السابقة عليها.. وكان من أبرز هذه الخصائص:

-ظهور شخصية الكاتب.

-كثرة الموضوعات وتعددتها وتفرعها واتساع دائرتها.

-ازدياد طولها.

-نظم نشرها.

وعندما واجهت هذه المقالات في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين الكثرة من المعالم الصحفية الجديدة بكل مطالب القراء، واختلاف نزعاتهم واتجاهاتهم وأذواقهم ومشاربهم، وبداية طابع السرعة الذي تسبب -بعد ذلك- في ظهور المقال العمودي.. عندما واجهت مقالات القرن التاسع عشر هذه الملامح المتعاقبة، والتي كانت تأخذ مكانها الذي يتضاعف باستمرار فوق صفحات الجرائد.. كان لا بد لها ولكتابها من مواكبة هذا التطور الحادث نفسه.

فالقارئ لم تعد تجذبه تلك الدراسات الطويلة والرسائل الجادة تماماً والموضوعات العلمية الكاملة، أو تلك التي تتصف بالجفاف، والقراء أنفسهم قد تضاعفوا وأصبحت هناك طبقات جديدة عديدة منهم، ومدرسة الخبر والإيقاع السريع والأسلوب التلغرافي تزيد من سيطرتها على الصفحات، وتتأثر بها حتى أكثر الصحف جدية، أو تلك المحافظة والتقليدية.. وبين هذا وذاك، يدرك رجال الصحف من "العقلاء" أنه لا بد من تقديم غذاء الفكر والروح معاً، أو في أسلوب آخر عمل نوع من التوازن المنشود بين المادة الإخبارية والمادة المقالية ولكنها -حتماً- ليست أية مقالات، وحيث لا تقدم مقالات العصور الوسطى، أو القرن التاسع عشر نفسها ما يمكن أن يؤيد هذا التوازن أو يساعد على إحلاله، أو يدعم "فن المقال" في مواجهة فن الخبر.

فقد كان لا بد من نوع جديد من المقالات.. يرضي متطلبات الصحافة الجديدة فكراً وأسلوباً وموضوعاً ويقع في صميم صحافة المقالة فناً وشكلاً، ويطعم نفسه ببعض معالم مدرسة الخبر، أو فن الخبر، ثم -في النهاية- يتوجه بذلك كله إلى مجموع القراء الذي يحاول أن يرضي كل أذواقهم، وأن يجذب إليه أكبر عدد ممكن منهم. ومن هنا ظهر فن اليوميات الصحفية.. بل وأطلق عليه أكثر من اسم بعضها تأخذ كثيراً من هذه الخصائص التي تمثل

بدورها مزيجا من شكل وأساليب بعض المقالات القديمة، وطابع وموضوع وأفكار وأساليب المقالات الحديثة نفسها.. ولعل أشهر هذه الأسماء "العلمية" التي تطلق عليه هي:

- المقال المتعدد الفقرات.

- المقال الذاتي المتنوع "مقال المنوعات الذاتي".

- مقال التجربة الخاصة.

- مقال الخواطر والتأملات.

وذلك فضلا عن الاسم الشهير الذي أصبح يعرف به وهو: "اليوميات الصحفية".

- ولقد أسفر ذلك الوضع العجيب، وفي واقع الأمر عن عدة نتائج كان من بينها:

- أن محرر هذا النوع من المقالات قد أصبح يقف موقفا صعبا وذلك مثل الكثرة من محرري المقالات.

- فهو مطالب -من جهة- بأن يجمع على النحو السابق بين الشكل والأسلوب والموضوع القديم والجديد معا، في إطار مقال واحد.

- وهو مطالب أيضا بأن يبذل جهدا مضاعفا من أجل اجتذاب اهتمامات القراء التي أصبحت تجذبها بالدرجة الأولى وانعكاسا للأوضاع الراهنة القلقة.. المقالات السياسية والعسكرية وغيرها.

وقد عبر عن ذلك أحد الكتاب بقوله: "فقد توارت المقالة الشخصية أو الذاتية في الظل؛ لأن اهتمام القراء في العالم كله أصبح منصبا على القضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية العامة التي تؤثر بدورها على حياتهم الخاصة ومستقبل أبنائهم، ولم يعد لديهم الوقت في هذا العصر الصاخب اللاهث لكي يشاركوا كاتب المقالة تأملاته المتأنيئة التي تثيرها انفعالاته الذاتية".

- ولكن الواقع نفسه يقول إن هذا الذي يحمل بذور الخطر كان يحمل أيضا بذور القوة والمنعة لهذه المقالات وكتابها.. ولكن كيف؟

أن الكثرة من القراء قليلة الصبر، قلقة، وأن العصر نفسه الذي يحمل الضجيج والتلوث وصخب المشكلات السياسية، والاقتصادية، الذي يكاد يصم الأذان ويطن أحشاء الناس والذي جعلهم يبدلون اهتمامهم بالمقالات التي تتناول ذلك كله، وتحاول أن تقدم حولا لها جعلهم في نفس الوقت يحاولون الهرب من كل ذلك، أو يهربون فعلا لكي يلتقط كل منهم أنفاسه مع مقالة عمود، أو مقالة من هذا النوع الذي يعيش فيه مع فكر الكاتب وخواطره وحتى أحلامه أيضا، فتكون هذه كلها "راحة" له، وشعبا -بكسر الشين- يستظل بظله وفي مغانيه، وينسى فيه همومه ومطالبه الملحة، وعجزه عن تحقيقها، تماما كما يفعل مع تحقيق صحفي من تحقيقات الرحلات أو التحقيقات العامة المشوقة، أو مع قصة من قصص الخيال أو الخيال العلمي وهكذا.. وقد زاد من ذلك الإحساس ومن "هروب" القراء من مقالات السياسة والمشكلات وضجرهم بها، وضيقهم أيضا ومن ثم انصرافهم عنها إلى غيرها خاصة مقالات الأعمدة واليوميات أن كتاب السياسة والاقتصاد في العالم العربي عامة يواجهون ضغوطا شديدة، ومناخا غير مشجع وظروفا لا تمكنهم من النجاح، أو تقديم الحلول النافعة فعلا، فإن وجدوا، وإن قدموا فإنهم يصرخون في واد، أو ينفخون في "القربة المقطوعة" أو يؤذنون في "مالطة" ومن هنا قل وجود الكاتب السياسي، بل

وجد من يكتب في السياسة؛ لأنه عليه -بحكم وظيفته- أن يكتب.. ومن هنا أيضا هرب بعض هؤلاء إلى مثل هذه المقالات.. إلى حيث يجدون أنفسهم وذواتهم، ويجدهم القراء أيضا.

- ولكن ذلك كله، قد ألقى على كتاب مقالات الأعمدة واليوميات مسئولية مضاعفة، بل وألقى على كاهل الصحف والمجلات نفسها بمثل هذه المسؤولية، بحثا عن المحرر النابه المتقف الموهوب صاحب القلم المتميز من بين أبنائها من الذين يمكنهم تحرير هذا النوع من أنواع المقالات -اليوميات- وعندما لم تجده بحثت عنه ضمن كبار الأدباء والمتقنين ومشاهير الفنانين ورجال الجامعات وقامت بـ"توظيفهم" ضمن أفراد أسرة تحريرها، أو رتبته ونظمت قيامهم بهذا العمل من خارج أسرتها.

ومثلا هذه الأسماء التي قامت بكتابة "يوميات الأخبار" في وقت من الأوقات:

"عباس محمود العقاد، توفيق الحكيم، د. طه حسين، سلامة موسى، محمد ذكي عبد القادر، د. سعيد عبده، إبراهيم المصري، أحمد بهاء الدين، كمل الشناوي ... إلخ".

خذ عندك أيضا هذه الأسماء التي قامت بكتابة هذا النوع من المقالات في صحيفة الأهرام تحت عنوان "مفكرة الأهرام" في وقت من الأوقات، وحيث كان من بينهم "توفيق الحكيم، د. زكي نجيب محمود، د. رشاد رشدي، د. يوسف إدريس، عبد الرحمن الشراقوي، د. الحسين فوزي، ثروت أباظة، نجيب محفوظ... إلخ".

بل إننا -في واقع الأمر- وعندما نعمن النظر في هذه المقالات وكتابها بالنسبة للصحف العربية عامة لا نجد كاتباً كبيراً واحداً، لم يقدّم هذا العمل على صفحات جرائد بلده الوطنية.. وكان من أبرز هؤلاء الكتاب الذين أثروا صحافة بلادهم بمقالات يومياتهم، أو الذين يواصلون إثراءها بها حتى الآن وعلى سبيل المثال لا الحصر من القدامى والحاليين:

"أحمد السباعي، حمد الجاسر، علي الطنطاوي، محمد جابر الأنصاري، سعيد فريحة، غسان التويني، محمد حسين زيدان، حمزة شحاته، سليم اللوزي، أحمد محمد جمال، ناصر الدين النشاشيبي، بسام فريحة، محمود الكايد، نبيل الخوري، وليد أبو ظهر، عبد الله نعمة، أحمد الجار الله.. وغيرهم.. كما برزت في هذا المجال عدة كاتبات عربيات خاصة في السنوات الأخيرة نذكر منهن على سبيل المثال لا الحصر: "أمينة السعيد، مي شاهين، جاذبية صدقي، زينب صادق، حسن شاه الهاكع، نوال المساعيد، خيرية السقاف، فوزية صالح البكر، حصة التويجري" ... وغيرهن (أدهم (أ)، 174-178).

أولاً- مفهوم مقال اليوميات:

ومقالات "اليوميات" قريبة الشبه جدا من روح فن العمود من حيث التعبير الشخصي الذي ينم عن تفكير صاحبه، وروح المذهب الذي يعتنقه، ونظراته إلى الحياة، سواء كانت روحه ساخرة أو متواضعة أو مغرورة أو متكبّرة. وقد تتناول اليوميات نقدا سياسيا أو اجتماعيا، والكاتب هنا يعبر عن وجهة نظره هو لا وجهة نظر الصحيفة.

ويرى بعض علماء الصحافة أن المحرر الصحفي ينبغي أن يترك آراءه الخاصة عند باب غرفة التحرير، ويخلعها دائما كما يخلع معطفه عند هذا الباب حتى إذا ما انتهى عمله، وعاد إلى معطفه عادت إليه آراؤه الخاصة التي يمكنه أن يحتفظ بها لنفسه. غير أن هذا الرأي لا يمكن أن ينطبق على كاتب اليوميات بصفة مطلقة، وذلك لأن اليوميات أشبه بالمقال الأدبي من حيث العناية باختيار الألفاظ، والاحتفاظ بطلاوة الأسلوب، بل لعلها أقرب

إلى مقالات الاعترافات، بصفة خاصة، فهي تقدم صورا نابضة بالحياة، زاخرة بالمعاني. وهي تتطلب سيطرة تامة على اللغة والتعبير بالأسلوب السهل الممتنع، ولا شك أن طوعية اللغة لا تنيسر إلا للعارفين بها، والقادرين عليها. ولعل الطريقة الجاحظية في الكتابة بخصائصها المعروفة من حيث الإسهاب والاستطراد واتساع العبارة وجذب القارئ وسحبه بلطف ومهارة، والقدرة على أن تؤدي أفخم المعاني بأيسر الألفاظ، والعناية بجرس اللفظ وموسيقى العبارة - كل هذه الخصائص تنطبق على فن اليوميات الحديثة.

ونقول "باترسون" في مقدمة كتابها عن فن المقال الصحفي أن قراءة المذكرات واليوميات محبوبة لأنها تدور حول قصص وأحداث تعتبر أقرب إلى الواقع منها إلى أي شيء آخر. وقد يعترف الكاتب بأخطائه وبإخفاقه في بعض مراحل حياته، ولكنه يعلل لهذا الإخفاق، فيكون الضعف البشري موضوعا للمعالجة الفنية. وقد تتعرض اليوميات لبعض فئات المجتمع ولحالات غريبة من حالاته أو بعض الأوضاع الشاذة. ولا شك أن ذلك يعود بالفائدة على القارئ، ويساعده في حياته الخاصة، وسلوكه مع الأفراد والجماعات؛ لأنه يقتدي غالبا بكاتب هذا النوع من المقال في طريقة تغلبه على الصعاب.

ومن مميزات "اليوميات" تنوع موضوعاتها التي تصور الحياة الإنسانية بمعناها الواسع بخيرها وشرها، وتغلب العقل البشري والوجدان الإنساني، إلى جانب أنها قد تعالج السياسة والاقتصاد والمال والشؤون الاجتماعية والعائلية. ويشترط في كاتب اليوميات أن يكون معروفا للناس من قبل بمؤلفاته أو بتقاريره الصحفية أو باتصالاته أو بأحدثه في الإذاعة والتلفزيون أو بإنتاجه الأدبي، فكاتب "اليوميات" لا بد وأن يكون معروفا لدى القراء، الذين يتهافون على قراءة يومياته لما تتصف به من خصائص الصدق في التعبير، والقدرة على التحليل النفسي. ويلاحظ أن كاتب اليوميات الناجح لا يكون منطويا على نفسه، بل كثيرا ما يكون منبسط النفس، غير معقد، يستطيع أن يرفع التكلف بينه وبين القارئ، ويعرض أفكاره في بساطة ويسر. وما أقرب أسلوب اليوميات الصحفية من أسلوب مقالات مونتاني الذاتية الأولى التي ظهرت مع عصر النهضة الأوروبية! وهكذا نجد أن ثمة علاقة وثيقة بين فنون المقال منذ نشأتها الأدبية الأولى حتى تطوراتها الأخيرة في مقالات اليوميات الصحفية (إمام، ص 219-220).

واليوميات هي في حقيقة الأمر مجموعة من الأعمدة الصحفية يكتبها كاتب واحد مرة واحدة في الأسبوع فالموضوعات التي تضمها اليوميات إذا فصلت كل واحدة منها على حدة لما اختلفت عن العمود الصحفي في شيء.

فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة والاقتصاد والاجتماع وقضايا الفكر والثقافة والفن والأدب وكذلك مشكلات الناس وهمومهم ولغة اليوميات تجمع بين بساطة اللغة الصحفية وجمال اللغة الأدبية كما تقوم على التجربة الذاتية للكاتب.

وقد انتشرت اليوميات الصحفية في الصحافة العالمية والعربية بالنصف الأول من القرن العشرين وخاصة في أوقات ازدهار صحافة الرأي ولكن كثيراً من الصحف بدأت تخلي صفحاتها من هذا الفن مع بداية الربع قرن الأخير حيث أصبح من النادر أن تفرد صحيفة مساحة من صفحاتها لهذا الفن وأصبح من النادر أن تجد جريدة أو مجلة عربية ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية. ويمكن أن ترجع ظاهرة انحسار فن اليوميات إلى عاملين: أولهما أن فن العمود الصحفي أصبح يؤدي جميع وظائف اليوميات بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة

التي يشغلها من الصحافة. وثانيهما تراجع صحافة الرأي وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة (عزت، 93، 1998).

ثانياً - وظائف مقال اليوميات:

يؤدي مقال اليوميات الوظائف التي تؤديها كافة أنواع المقالات الأخرى، لكن هناك مجموعة من الوظائف الأخرى التي يؤديها على سبيل التخصيص نفسه ومنها:

1. إعطاء "جرعة" ثقافية أكبر من تلك التي تقدمها أنواع المقالات الأخرى وذلك من حيث المضمون ومن حيث التنوع أيضا إعطاء قدر كبير من المتعة الذهنية أكبر من ذلك الذي تقدمه أنواع المقالات الأخرى.
2. المساهمة في تخفيف وطأة عصر القلق والحضارة السريعة وإيقاع العصر اللاهث، وما جلبته الحضارة من تأثيرات على أعصاب الإنسان وراحته تجعله في حاجة ملحة وشديدة إلى أن يلتقط أنفसा، ويستريح من عناء يومه، ويسند رأسه عند مقالة إبداعية ممتعة يجد فيها طمأنينته أو هدوء المنشود أو فردوسه الأرضي المفقود.
3. تقديم لون مغاير تماما للون الإخباري الذي أصبح يذكر الإنسان دائما بأزماته اليومية، ومعاناته في الحصول على حاجياته ومتطلباته، وصراعه مع غيره من الناس من أجل الحصول على الكسب المادي أو المعنوي، أو الوظيفة، أو المسكن الملائم - خاصة في دول العالم الفقيرة أو غير الثرية - وكذا تقديم لون مغاير للجانب الإخباري الآخر - والهام جدا من وجهة نظر صحافة الخبر - المتمثل في أخبار الحروب والحوادث الهامة والكوارث الطبيعية وغيرها من مادة تفوح منها رائحة الدم، وحيث تزيد أهمية الخبر، بزيادة أعداد الذين أدركتهم الوفاة، أو المصابين.. مما دفع ببعض القراء إلى مقاطعة الصحف في بعض الأيام؛ لأن أكثر ما فيها يثير "النكد" من وجهة نظره.. المقال هنا ومن هذا النوع بالذات يقدم المادة الهادئة التي تشرح صدر القارئ، وتقر بها عينه، بل والتي تعيده إلى مشاعره الحقيقية، الإنسانية، بعيدا عن تلك التي تثيرها "الأخبار الدموية" من دوافع شريرة، وأحقاد دفينية.
4. ما يمكن أن يقدمه الكاتب للقارئ من إجابيات عديدة تصل بجمال الفكرة وجمال العرض، وجمال الأسلوب وما يثيره هذا في نفسه من صور ومعان عديدة تدفعه إلى سلوك إنساني متطور، وتحقق سروره وسعادته لفترة من الوقت، ولعل ذلك يتصل بجانب الفكر والعاطفة و"الأنا" في هذه المقالات التي قلنا إنها تمثل -بالإضافة إلى بعض الأعمدة- لونا من الأدب الصحفي الخالص، ولعل ذلك أيضا ما يجعل من تحريرها "فنا" متميزا.
5. تنمية حاسة "التذوق" عند القراء، والسمو بنظرتهم الجمالية إلى الأشياء.
6. تشجيع القارئ ودفعه إلى التفكير وأعمال ملكاته الكامنة، انطلاقا مما يثيره أفكار الكاتب، والمجالات المتعددة التي يطرقها.
7. تدريب القارئ وتعويده تنظيم أفكاره، وحسن التعبير عنها انطلاقا من الفكر المنظم لكاتبه.
8. المساهمة الإيجابية في تكوين شخصية الصحفية وارتباطها بمقالات معينة لكتاب يرتبطون في ذهن القارئ بها وحتى المساهمة في تعرف القارئ على شكلها عند الموزع أو في وسيلة المواصلات.
9. مساعدة القارئ على قضاء وقت فراغ مفيد وبطريقة إيجابية.
10. تنمية المشاعر والحواس الإنسانية والارتقاء بها عند القراء، وما يمتد إليه ذلك من تأثير.
11. إعطاء فرصة أكبر لتكوين الرأي العام والمساهمة في دعم المجتمع الديمقراطي بواسطة الكلمة الصادقة والحرّة والشريفة أيضا.

12. مساعدة الصحيفة على مواجهة المنافسة الحادة بينها وبين الصحف الأخرى، وحيث يكون لكتابها -الذين يحق لها أن تفتخر بهم ويوجودهم ضمن أعضاء أسرتها -دورهم الكبير في ذلك انطلاقاً من شهرتهم الكبيرة، وجذبهم لأعداد غير قليلة من القراء وقيامهم بالمواعمة بين صحافتي الرأي والخبر ودورهم القيادي نفسه (أدهم (أ)، 180-182).

ثالثاً- أنواع مقال اليوميات:

وإذا كان من المفروض أن هذا المقال يتركز في يوميات الكاتب المقسمة إلى فقرات كل منها تتحدث عن يوم من الأيام، مما يعني تركيزه على نوع واحد هو "اليوميات المختلطة والمتنوعة" .. كما سنشير إلى ذلك فإن من الواضح أنه قد أصبحت هناك اتجاهات عديدة تضاف -من جهة- إلى هذا النوع الأساسي القاعدي كما أنها من جهة أخرى تمثل مضمونا تختلف مادته من فقرة لأخرى، ومن مقالة لثانية، ومن كاتب لكاتب، ومن هنا وسواء اتخذ المقال بشكل الفقرات العديدة المرتبطة أو غير المرتبطة بأيام الأسبوع، أو كان نهراً في حد ذاته، فإن من الملاحظ أن هذه المقالات يمكن تقسيمها "موضوعياً"، أو طبقاً لمضمونها الغالب عليها إلى هذه الأنواع كلها:

1 -مقال الخواطر والتأملات:

المقال الذي يتصل بخواطر المحرر وتأملاته وانطباعاته عن الناس والحياة والمجتمع والسلوكيات ، وهو ما يصدق عليه هنا بحق تعبير "مقال الخواطر والتأملات" وهو من أقربها إلى المقالات الأدبية، وكثيراً ما يكون كاتبه من خارج أسرة الصحيفة، إذا لم يكن هناك من يقدر على كتابته من أعضاء هذه الأسرة وإن كنا نشك في ذلك؛ لأن بعض الصحف يحرص على أن يكون مثل هذا الكاتب أو الأديب الموهوب ضمن أعضاء أسرتها، بل ومجلس إدارتها أحياناً، كما أشرنا إلى ذلك من قبل.

2 -المقال في الاتجاه الديني:

ويقوم بتحريره "المحرر الديني" أو أحد الكتاب بالصحيفة أو المجلة أو من خارج أسرتها ويربط فيها بين الدين والحياة، أو الدين والمجتمع، كما يتناول المسائل الدينية المختلفة والعبادات وأمر الشريعة الغراء، والاتجاهات الدينية، وما إلى ذلك كله تتاولاً بسيطاً يختلف عن تناوله لها عندما يكتب في مجلة أو جريدة متخصصة وهكذا.

3 - مقال "الاعترافات":

وهو يركز على ذكريات الكاتب ومذكراته، وعلى ما مر به من تجارب وخبرات، وكذا على أمور فرحه وحزنه ولقاءاته ومواقفه، بشرط أن يكون كاتب هذا المقال من النجوم في صحيفته ومجتمعه معاً، وأكثر شهرة من غيره من الكتاب، بل أكثر شهرة من غيره من كتاب هذه المقالة نفسها، وأن يعرف أيضاً كيف يقول ما عنده بالأسلوب الذي يجذب القراء نحوه، وقد ألمحنا -عند حديثنا عن تاريخ فن المقال- إلى أن مقال "الاعترافات" له أصل في الأدب العربي وفي الآداب العالمية، خاصة بالنسبة لذلك الفن الأدبي الذي يعرف باسم "الترجمة الشخصية".

ولا نريد هنا -طبعاً- أن نقول إن هذا المقال يتناول ترجمة شخصية لكاتبه، ولكن نريد أن نقول إنه يأخذ كثيراً من خصائص وملامح هذا الفن الأدبي، خاصة ما يتصل بـ"روح المقال" وحسن اختيار الوقائع، وصدق التعبير وعرض الطابع الإنسانية وكثرة المعلومات ونقل الصور والمشاهد العديدة التي يفصل بينها وبين القراء مسافات بعيدة زمنية وجغرافية معاً وهكذا.

4 -المقال النقدي:

ولكن النقد هنا لا يطغى عليه المعنى العلمي الذي يركز على تطور الأنواع الأدبية كما نادى بذلك أول من نادى الفرنسي "فردينان بروننير" وهي النظرية التي حاربها جمهور النقاد والأدباء أنفسهم بعد ذلك، وليس هو أيضا النقد التاريخي الذي يهدف إلى "تفسير الظواهر الأدبية والمؤلفات وشخصيات الكاتب فهو يعنى بالفهم والتفهم أكثر من عنايته بالحكم والمفاضلة"، وليس هو كذلك النقد اللغوي الذي يعنى بصحة اللغة وجمال الأسلوب وصدق التعبير وإتقان الكتابة وأحكام الصنعة، أو في أسلوب آخر إن المقال النقدي لا يشمل هنا النقد بمعناه الضيق الذي يعنى فقط: "تحليل القطع الأدبية وتقدير ما لها من قيمة فنية"، أو الحكم على البرنامج أو مجموع البرامج أو الفيلم أو المسرحية أو الكتاب أو الدراسة، وإظهار ما له، وما عليه، وما يتفرع عن ذلك كله من ملاحظات وآراء وأحكام ونتائج مختلفة، وإنما يعنى النقد هنا أكثر من ذلك كله، ويضيف إلى هذه المفاهيم السابقة، نقد كل ما يقع تحت سمع وبصر الكاتب من شخصيات وأفكار وآراء واتجاهات ومواقف ومشاهد ولوائح وقوانين وأحزاب وما إليها. فالهجوم على فريق رياضي بمناسبة نتائجه السيئة هو نقد، وليس ضروريا أن يتم ذلك بمعرفة المحرر أو الناقد الرياضي، وبيان ما للاتحة العاملين الجديدة من مزايا وما بها من ثغرات هو نقد أيضا، والهجوم على بعض رؤساء الأحياء غير النظيفة والدعوة إلى مكافأة غيرهم هو نقد أيضا، وهكذا تنتسج الدائرة، ويصبح الكاتب بحق، لسان مجتمعه المؤيد والمعارض معا.

5 - المقال الفكاهي:

وهو من أبرز أنواع مقالات اليوميات الصحفية وأقربها إلى قلوب القراء، وصحيح أنه مقال قريب الشبه جدا بالمقال السابق "النقدي" وإلى حد اعتبار بعض المؤلفين لهما على أنهما نوعية واحدة، ولكننا - في واقع الأمر - نميل إلى الفصل بين النقد "الجاد" للاتحة أو قانون أو حزب أو كتاب، حتى وإن ارتفع صوت ناقدته وإن وردت خلال مقاله عدة كلمات ساخرة، نميل إلى الفصل بين هذا النقد وبين ذلك النوع الذي تطغى فيه الفكاهة على ما عداها، وتكون هي النغمة السائدة، والمرتفعة من أول المقال إلى آخره، ومن هنا فإطلاق تعبير "المقال الكاريكاتوري" يصح أيضا على هذا النوع، وحيث يكون لكاتبه أن يفعل كما يفعل الرسام الكاريكاتوري، أي: لا يكتفي بإظهار العيوب ووضع يد القراء عليها، وإنما يقوم بتوضيحها وإبرازها وتجسيمها والمبالغة فيها والتهويل من شأنها أيضا، وذلك على النحو الذي وضعه رائد هذا الفن الأدبي الصحفي -معا- الأديب الصحفي "الجاحظ" وعلى نحو ما فعله من كتاب الجيل السابق "عبد العزيز البشري، فكري أباطة، أحمد حافظ عوض" وعلى نحو ما يفعل من كتاب الجيل الحالي: "أحمد بهجت، محمود السعدني، محمود عفيفي، عباس الأسواني، أحمد رجب، فايز حلاوة" وغيرهم.

6 - المقال القصصي:

وهو ليس بالمعنى المفهوم، وإنما بعض الأحداث التي عاشها الكاتب والوقائع التي عاصرها، والمشاهد التي رآها، تمر من خلال فكره، أو بوتقته الخاصة لتتصهر فيها ثم تتحول بمقدرة فائقة إلى مقال قصصي يضيف إليه الكاتب كثير من عندياته، أو في أسلوب آخر إنها رصد الحياة بمن فيها وما فيها يضعها الكاتب الصحفي - الأديب - في قالب قصصي بعد أن يضيف إليها كل ذلك، ولا أقول يضيف الخيال، إلا بقدر، ودون أن يسرف في ذلك، دون أن يتجاهل ما يتصل بعناصر الطرافة والنشويش، ولقد كان من أبرز من كتبوا هذا المقال على مستوى الصحافة العربية د. طه حسين، توفيق الحكيم، المازني، حمزة شحاته، أحمد السباعي وغيرهم، وواضح أنه لا

يقدر على كتابته، ولا يستطيع أيضا إلا من يملك حسا أدبيا وقلما يمكنه التعبير الجيد، ولذلك فإن ما قلناه عن انتساب كتاب مقال "الخواطر والتأملات" إلى الأدب يصدق أيضا على هؤلاء.

7 - مقال "الصورة القلمية":

وقريب من المقال السابق -القصصي- ذلك اللون الإبداعي الذي يقوم فيه صاحبه برسم صورة ليست بالفرشاة والألوان، أو بواسطة آلة التصوير، أو بالضوء وإنما يقوم برسم صورة قلمية هي في أغلب الأحوال صورة الشخصيات التي عرفها وتعامل معها وخبرها أيضا خلال رحلة حياته، وما تزال في ذاكرته تعيش إن كانت قديمة، أو تقوم وتمشي وتحدث وتجادل وتنشط وتلهو إن كانت حديثة، ولكنها في جميع الأحوال قائمة في ذهنه بمنظرها وهيئتها وملابسها وأفعالها وأقوالها، ومن هنا ولأن القراء يقبلون على هذا النوع من أنواع المقالات، فإن كتابه يستجيبون لهم ويحدثونهم عن مثل هذه الموضوعات على طريقة الصورة القلمية التي يقومون برسمها لها، وإذا كانت كلمة الصورة تستعمل عادة: "للدلالة على كل ما له صلة بالتعبير الحسي وتطلق أحيانا مرادفة للاستعمال الاستعاري للكلمات". فإننا لا نقوم هنا برسم صورة أدبية كاملة كما يفعل الشاعر أو كاتب القصة مثلا، وإنما ننقل بقلمنا صورة واقعية في أغلبها لأشخاص عاشوا بيننا وعشنا بينهم وذلك من مثل: "صديق قديم له من أيام الطفولة يتحدث عنه، صديق جامعي يسأل أين هو الآن، صديق من أيام القرية كانت له هوايات غريبة، مأذون القرية وقصصه، العمدة، موظف البريد بالقرية الذي ضبط وهو يفتح خطابات أهلها، خفير القرية العجوز الذي حاول منع القطار من المرور بالقرية؛ لأنه أخذ ابنه إلى المدينة ولم يعد به فمات تحت عجلاته، أول شخص قابلته في الجامعة وصار صديقا بعد ذلك، بعض الوجوه التي لا ينساها والتي التقى بها خلال حياته الجامعية، بعض الشخصيات التي عرفها أثناء عمله الصحفي، الوجوه التي لا ينساها خلال رحلة خارجية كبيرة له".. إلخ، وقد تميز بهذا اللون من الكتابات الأساتذة: "محمود تيمور، أحمد الصاوي محمد، محمد زكي عبد القادر، ثروت أباطة، أحمد بهجت وغيرهم.

8 - مقال الرحلات:

كثيرة هي الرحلات الداخلية والخارجية التي يقوم بها المحررون وكتاب المقالات، ثم يعود كل منهم وفي جعبته الكثير من الصور والمشاهد التي تستحق التناول، ولكن -أيهما- لا يكتب هنا لونا من ألوان "أدب الرحلات" بنوعيه الخرافي الذي عرفه الأدب المصري القديم كقصة "الملاح الغريق" أو الأدب العربي كسيرة "سيف بن ذي يزن" وكذا رحلات "بديع الزمان الهمداني" في مقاماته، أو رحلات "السندباد البحري" التي وردت في قصص "ألف ليلة وليلة"، ومعناه "هزار أفسان" أي: "الخرافات الألف"، كما لا يكتب أيضا عن أدب الرحلات الواقعي القديم الذي ورد في حكايات الرحالة القدماء منذ أيام حرخوف وسنوحى وسفن حتشبسوت ثم المغامرين أيام الإمبراطورية الرومانية، أو الذين كتبوا بعناية يصفون البلاد المختلفة كالمؤرخ هيرودوت وكتتاب بوزانيس "جولة في بلاد الأغريق" الذي يعود إلى نهاية القرن الثاني بعد الميلاد "والذي ترك بصماته واضحة على أدب الرحلات حتى يومنا هذا"، والذي برع فيه الرحالة العرب من أمثال: "ابن جبير، الحموي، الاصطخري، أبو دلف، المسعودي، ابن بطوطة وغيرهم من الجوابين، والرحالة ورجال الجغرافية الوصفية.

لا يكتب المحرر أو الكاتب هنا مثل هذا اللون، كما لا يكتب أيضا تحقيقا صحفيا من تحقیقات الرحلات -وإن اختلطت هذه بتلك، ولا اعتبارها ذات مصدر أو معين واحد- وإنما يقوم بكتابة مقال رحلات وصفي يتحدث فيه حديثا ذاتيا عن الصور والمشاهد التي رآها، وانطباعاته عنها وكيف رآها ويضيف عليها الكثير من طابعه الخاص

وأسلوبه الخاص ورؤيته الخاصة التي قد تختلف عن رؤية الآخرين لها، كما يحاول أن يقترب من قارئ الصحيفة، وليس كتاب أدب الرحلات كلما أمكنه ذلك، دون إخلال بالجوانب الذاتية نفسها، وقد برع في هذه المقالات "أحمد عبد الرحيم، بشارة تقلا، محمد حسين هيكل، محمد ثابت، أمين الريحاني، أحمد الصاوي محمد، أنيس منصور، محمد زكي عبد القادر، حمد الجاسر، جاذبية صدقي، حسين فوزي" وغيرهم.

9 - مقال الغد:

ويطلق عليه أيضا "مقال المستقبل" حيث يكون الاتجاه الغالب عليه هو التبشير بما يقدمه العلم من فرص كبيرة للانطلاق والتقدم وحل مشكلات الإنسان، وما يتصل بمسائل التعليم والتنمية ورحلات الفضاء، وما ينتظر الإنسان خلالها ووجود نظام اقتصادي عالمي، وما يتصل بالقضاء على الجوع والفقر، والجهل والمرض، وإلى غير هذه الأمور التي تجذب جميع القراء الذين أصبحوا يتأثرون بما يحدث في هذه المجالات كلها في ظلال تقدم وسائل الاتصال، وإمكانية الحصول على الوسائل المتقدمة بالنسبة لدول كثيرة كانت تعتبر في عداد الدول النامية، ثم أمكنها استغلال مواردها وثرواتها الطبيعية التي حباها الله بها، مما جعلها على استعداد كبير لتقبل جوانب التقدم العلمي والتكنولوجي والإفادة منها، خاصة والأنباء تحمل إلينا صور التقدم المختلفة والتطورات الهائلة التي تحدث كل يوم، وتكون هي مجال هذه النوعية من المقالات التي أصبح لها كتابها من المعروفين في دولهم وفي العالم كله، وبعد أن كانت كتاباتهم تنزوي على استحياء بعض الزوايا أو الأركان الخاصة، إذ بها تقفز إلى الأعمدة، ثم إلى مقالات اليوميات نفسها، انعكاسا لأثرها وأهمية مادتها وإقبال القراء عليها.

10 - المقال التاريخي:

إذا كان التاريخ يصبح خبرا في بعض الأحيان، عندما يبرز الجديد الذي يتصل بحدث قديم، أو عندما يكشف النقاب عن سر تاريخي، أو عند وقوع كشف أثري تكون له نتائج جديدة، وحيث يتحقق هنا عنصر "الجدة"، حتى وإن كان الخبر يتصل بموضوع قديم أو "على سبيل استكمال جوانب بعض الأخبار التي جدد بشأنها بعض الوقائع والظروف الجديدة، أو عندما يحدث ذلك الجديد الذي يتصل بموضوع قديم"، إذا كان التاريخ يصبح خبرا في مثل هذه الأحوال، فإنه يصبح مقالا كذلك، ومن هنا نقول إن هناك من كتاب اليوميات من يبدي اهتماما كبيرا بالجانب التاريخي، وإلى درجة التخصص في بعض الأحيان، حيث يمكنه هنا أن يحول كل مقال إلى ورقة بحث مختصر، أو كل عدة مقالات إلى مبحث تاريخي يقدم الجديد الذي يغير بعض المفاهيم التاريخية السائدة، أو يتناول موضوعا قديما من زاوية جديدة، أو يطالب بإعادة بحث بعض الوقائع التاريخية المشكوك في صحتها، كما قد يكون لبعض الكتاب اهتمامات تاريخية خاصة تنتج له أن يتناول من آن لآخر بعض الموضوعات المتصلة بها على هذا النحو.

ولعل كاتب هذا المقال -في النهاية- وهو يهتم بالماضي عن طريق الاستقصاء والبحث والدرس والاهتمام بالتجارب والأحداث والوقائع والشخصيات الماضية، يختلف كثيرا عن كاتب المقال السابق الذي يعمل في مجال الغد، وفي محيط المستقبل

11 - المقال المختلط أو المتنوع:

وهو لا يقل أهمية أو أثرا في نفوس وعقول القراء عن غيره من المقالات، بل العكس من ذلك هو الصحيح؛ وذلك لأنه فضلا عن مساهمته للاتجاه العام الرئيسي لهذه المقالات، ومواكبته للفلسفة التي تقوم عليها، وتعبيره الوظيفي الكامل عن مفهوم "مقال الفقرات" وأيضا "اليوميات" .. فضلا عن ذلك كله، ومما يجعله الأقرب إلى طابع

وطبيعة هذه النوعية، فإن تنوع مجالاته، واهتمامه وأخذه من بعض المقالات السابقة بطرف يتمثل في فقرة معينة، ثم بطرف آخر في إطار مقال آخر.. وهكذا.. في ذلك ما فيه من جوانب إيجابية عديدة تتمثل في زيادة فائدته، وتعدد جوانب منفعة، ونجاحه في جذب أكبر عدد ممكن من القراء إليه، من متنوعي الثقافات والاهتمامات، الذين يجذبهم تعدد فقراته وتنوعها، وذلك بالإضافة إلى سهولة كتابته -نوعا ما- عن المقالات ذات الاتجاه الواحد، تلك التي قد لا تجيد كتابتها بالطريقة المطلوبة والأسلوب الذي يقبل عليه القراء، ويحقق الهدف منها غير قلة من الكتاب قد لا تتوافر للصحيفة، وقد لا تتوافر على مستوى بعض البلاد التي ما تزال صحافتها تحاول إثبات وجودها، وأدبها أيضا.

من هنا، نعود إلى القول والتأكيد، بأن هذا المقال "المتنوع" هو الأصل والأساس، وكلما وجد الكاتب الذي يجيد اختيار المواد المتنوعة الجذابة والمفيدة، ثم التعبير عنها بصدق وقوة، كلما كان ذلك أقرب إلى طابع الأشياء، وإلى النجاح نفسه للكاتب والصحيفة معا، خاصة إذا ندر وجود من يقوم بتحرير الأنواع السابقة، وعلى النحو الذي تناولناها به.

على أن التنوع هنا لا يرتبط بشكل معين، أو بحجم ثابت لكل فقرة، فقد تطول فقرة وقد تقصر أخرى، وقد يتضاعف طول إحدى الفقرات حتى لتستغرق أكثر طول المقال نفسه، بحيث لا تكون هناك مساحة لغير سطور قليلة تكتب فيها بعض الخواطر أو المأثورات أو الطرائف أو التوقيعات، إلى غير ذلك كله من مادة مختصرة تماما.

وإذا كانت السطور القادمة سوف تزيد من وضوح ما يتصل بمضمون هذه النوعيات، وبعد حديثنا عما يتصل بشكل مقال اليوميات -بإذن الله- فإننا نتوقف هنا عند عدد من الملاحظات السريعة التي تتصل بهذه النوعيات نفسها عن قرب، ما هي؟.

أهمية الإشارة إلى أن هذه الأنواع نفسها تتبع "التقسيم الموضوعي" الذي فضلناه هنا على غيره من التقسيمات، بينما سنسلم بأهم معالم التقسيمات الأخرى، خلال الفقرات القادمة، خاصة ما يتصل منها بالجانب الشكلي.

- إن هذه هي أبرز الأنواع التي وجدناها تسيطر على أفكار الكتاب العرب والأجانب المقالية لا سيما ما يتصل منها بالمقال متعدد الفقرات متنوع الموضوعات، ولكننا لا نقول بأنها جميع الأنواع إذ إن هناك أيضا بعض الأنواع الأخرى الأقل نشرًا، لا سيما "مقال المناسبات". والمقال في الاتجاه الاقتصادي.

- إن من الممكن جدا، وهو اتجاه قائم ومطروق ومنتشر تقسيم هذا المقال نفسه -باتجاهه وموضوعه الواحد- إلى فقرات متعددة، مما يقترب به من الشكل العادي والأساسي والغالب على هذه النوعية.

رابعاً- اليوميات والبحث الصحفي:

الدكتور جان كرم يعرف اليوميات بأنها نقل للأحداث التي تشكل خواطر شخصية عاشها صاحبه وانطبعت في ذهنه فحاول نقلها إلى القراء إتماما للفائدة أو طمعا في إمتاع أو تثقيف أو توجيه بصورة غير مباشرة وهي لا تبتعد عن أجواء الزاوية أو العمود إلا في ترسلها ونفحتها الأدبية واسترسالها في البعد عن القضايا الشائكة والمعقدة. ويتفق مع هذا التوجه الباحث عبد العزيز شرف مع تفصيل أوسع حيث يقول: إن فن اليوميات الصحفية يقترب من روح العمود الصحفي سواء في التعبير عن خوالج النفس وروح المذهب الذي يعتنقه الكاتب أو في نظرته للحياة إذ يسجل هذا الفن المقالي خواطره المتناثرة التي تؤثر في القارئ وهي خواطر تتصل بصلات من العاطفة والخيال

ذلك أن فن اليوميات يتضمن خاطرا يلحق خطرا ويتبعه، فكاتب اليوميات يكتب وكأنه يتحدث في سمر حديثا مطلقا من كل قيد دون أن يُعمل عقله ومنطقه لينظم الترتيب والسياق. إن اليوميات هي أقرب إلى المحادثة المرسلة الحرة إذ أن الكاتب يحدث القارئ كصديق دون إملاء أو استعلاء حتى تصبح شخصية الكاتب محبوبة جذابة. ولا يختلف في هذه الرؤية الدكتور إبراهيم إمام فهو يعتبر مقالات اليوميات قريبة الشبه من روح فن العمود من حيث التعبير الشخصي الذي ينم عن شخصية صاحبه ونظرته إلى الحياة. وقد تتناول اليوميات نقدا سياسيا أو اجتماعيا والكاتب هنا يعبر عن وجهة نظره لا وجهة نظر الصحيفة كما تتميز بتنوع موضوعاتها أما البحث الصحفي فهو محاولة فكرية ذاتية للإجابة عن أسئلة مفترضة حول قضية أو موقف ما، إنه مقال طويل مكتوب بأسلوب مبسط جدا غايته شرح قضية هامة من قضايا الساعة أو إلقاء الأضواء على بعض المواقف والأحداث التاريخية التي لا تزال في ذاكرة الناس وتواكب اهتماماتهم اليومية أو المصيرية، في البحث الصحفي نلاحظ تحليلا وتعليلًا وتفسيرًا لملاسات الوقائع انطلاقا من معطيات خاصة وشخصية أو من خلال علاقات مميزة بالذين يؤثرون في مجريات الأحداث. ويؤكد الدكتور جان كرم بأن البحث الصحفي يختلف عن الافتتاحية والعمود الصحفي كونه قابلا للتطوير والاسترسال بينما الأنواع الأخرى تقتضي الإيجاز النسبي والسرعة (المحمود، 2009، 105).

- القضاة، علي منعم.(ب.ت). كتابة مقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، محاضرات جامعية.
- نجم، محمد يوسف. (1996). فن المقالة، (ط.1)، بيروت، دار صادر بيروت، دار الشروق عمان.
 - محسن، عادل هاشم. (ب.ت). فلسفة الابداع في العمود الصحفي، الجامعة المستنصرية، قسم الاعلام.



الفصل الثامن

أولاً- المقال التحليلي

ثانياً- المقال الكاريكاتوري

ثالثاً- الريبورتاج الصحفي

رابعاً- الفيلتون

خامساً- البروفايل



الفصل الثامن

أولاً- المقال التحليلي:

أ - تعريف المقال التحليلي:

يعرف د. خضور التحليل الإخباري بأنه: هو نوع صحفي مستقل ومتميز يهدف الى تحليل حدث راهن من منظور صانع الحدث نفسه.

ولذلك يجب على كاتب التحليل أن تكون لديه المعرفة الكافية بصانع الحدث (سواء كان شخصي أم دولة أم هيئة) ومعرفة الظروف والدوافع التي دفعته إلى هذا السلوك والأهداف التي يسعى لتحقيقها (خضور، 2011، ص 124).

فالمقال التحليلي هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً.. وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام. والمقال التحليلي يتناول الوقائع بالتفصيل، ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد.. ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات.

والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة.. وإنما يربط بين الاثنين؛ ليستنتج أحداث المستقبل. ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدرّس للأحداث.. فهو غالباً ما يكون أسبوعياً.. ولو كان ينشر في صحيفة يومية.. وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي.. ولكنه قد يحتل ساحة صفحة كاملة من الجريدة.

وهناك فارق جوهري بين المقال التحليلي وبين المقال الافتتاحي -غير الفارق في الحجم والمساحة والمكان الثابت- وهو أن المقال التحليلي لا يعبر عن سياسة الصحيفة وإن كان يجب ألا يختلف معها.. فهناك مساحة كبيرة من الحرية تُمنح لكاتب المقال التحليلي تسمح لهم بالتميز عن رأي الصحيفة.

ولقد لعب المقال التحليلي دوراً متميزاً في تاريخ الصحافة العربية.. بل إن تاريخ الصحافة العربية هو في واقع الأمر تاريخ كتاب المقال التحليلي منذ رفاعة رافع الطهطاوي وأحمد فارس الشدياق في النصف الأول من القرن التاسع عشر، وحتى محمد حسنين هيكل وأحمد بهاء الدين في النصف الثاني من القرن العشرين.. وبين الفترتين برزت عشرات الأسماء اللامعة في كتابة المقال التحليلي في الصحافة العربية. الشيخ محمد عبده وعبد الله النديم وأديب إسحاق ورشيد رضا ومصطفى كامل والشيخ علي يوسف وأحمد لطفي السيد وأمين الرافعي وعبد القادر حمزة والدكتور محمد حسين هيكل وطه حسين والعقاد (أبو زيد، 1990، 229-230).

ويقوم فن المقال التحليلي على ارتباطه بحدث جديد تجذب حيويته أذهان الناس وانتباههم، أي: "بالحدث الحي" -إن جاز هذا التعبير، بالقياس إلى الناس، أو بالقياس إلى الكاتب نفسه، حين لا يجد بُدّاً من لفت انتباه الناس

إليه. ولهذا فإن "التحليل الصحفي" يتعين عليه أن يطفى رغبة ما لدى القارئ، سواء أدرك هذه الرغبة بنفسه، أو كانت هناك مصلحة -قد لا يتبينها القارئ- لتبصيره بها (شرف، 352).

بـ وظائف المقال التحليلي: ابو زيد 230:

للمقال التحليلي عدة وظائف هامة؛ ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

- 1 - عرض وتحليل الأحداث الجارية، والكشف عن أبعادها ودلالاتها.
- 2 - مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي، ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.
- 3 - التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع، وطرح وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

تـ موضوعات المقال التحليلي:

يتسع المجال أمام كُتّاب المقال التحليلي -شأنهم شأن كُتّاب العمود الصحفي -للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد واجتماع وثقافة وفكر.. ولكن ينفرد النشاط السياسي بالاستحواذ على غالبية ما يكتب من مقالات تحليلية.

ولعل في هذا ما يكشف عن فرق هام بين المقال التحليلي وبين العمود الصحفي، فعلى حين تغلب السياسة على المقال التحليلي.. نجد المسائل الاجتماعية تغلب على العمود الصحفي.

كذلك فإن هذه الحقيقة تكشف عن فارق آخر بين المقال التحليلي والمقال الافتتاحي.. إذ يغلب على المقال الافتتاحي طابع "التعليق السريع" على الأحداث الجارية، في حين يغلب على المقال التحليلي طابع "التعليق العميق" على نفس الأحداث الجارية.. لذلك كان في إمكان الكاتب أن يكتب المقال الافتتاحي كل يوم، في حين لا يستطيع غالباً أن يكتب المقال التحليلي إلا كل أسبوع.

ثـ التحليل الصحفي وحركة الأحداث:

إن المقال التحليلي الصحفي يقوم على تفسير النبأ أو الخبر في ضوء حركة الأحداث عموماً، والنبأ الجديد المجهول الدلالة، تتكشف عناصره المجهولة بربطه ببعض الدلالات عن طريق تحديد موقعه داخل إطار مجموعة من الأنباء والأحداث المعلومة.

ولكن إذا كان الخبر أو النبأ تشكياً لحدث من الأحداث، فإن المقال التحليلي لا يقوم على الخيال، والفرق بينهما أن الخبر أو النبأ يستمد عناصره من الواقع مباشرة، أما المقال التحليلي فينظم تجاربه وعناصره المستمدة من الخبر، أي: من الواقع، بعد أن ينقله النبأ في شكله الخبري. وعلى ذلك فإن المقال التحليلي ليس غاية في نفسه، وليس فناً منفصلاً مستقلاً، وإنما يرتبط بحركة الأحداث ارتباطاً لا انفصام له .

أي: إنه كتحليل صحفي يفسر الأخبار ويغذيها ويقومها، بهدف مساعدة القارئ على تفهم حركة الأحداث من حوله، بتقويم المعايير المطلوبة من خلال التحليل والتفسير، ولذلك، فإن المقال التحليلي ينظر للأخبار باعتبارها سلوكاً اجتماعياً، الأمر الذي يحدد الدور الوظيفي للتحليل الصحفي في إطار حركة الأحداث في المجتمع المحلي أو الدولي.

وهناك سمة أخرى تستحق أن ينوه بها، وهي أن كل كاتب تحليلي ينزع إلى أن تكون لديه صورة مجازية فائقة، أو عدد من الصور يرى من خلالها حركة الأحداث، وهذه الصورة بالتالي تشكل تحليله الصحفي وتتبنى عنه، وتجعله أحياناً محدوداً، فالمقال التحليلي -على هذا الفهم- يمكن أن يتخذ صورة جرّاح سحري يجري العملية دون أن يقطع الأنسجة الحية (شرف، 395).

ومهما يكن من أمر الموضوعية في الفن الصحفي، فإن الكاتب في طريقة التحليل الصحفي سيظل داخلياً -نسبياً- في المجال الذاتي، لاعتماده على "التقويم"، سيظل الأمر كذلك، سواء كان المقال التحليلي بناءً مؤسساً على التحليل الموضوعي الركين، يقيمه كاتب عاقل، أو كان نزوة لا محل لها.

أما المضمون الرئيسي الآخر في التحليل الصحفي، فهو تطوره في اتجاه ديمقراطي يركّز على توضيح الحدث الجديد، كالتحليل الإخباري أو "التعليق"، وهي نوعيات تتجاوز عنصر "التقويم"، وإن كانت لا تستطيع تجاوز عنصر "التنوق الخبري"، ولكنها على أي حال تسعى إلى ألا تتضمن رأياً يطرحه كاتب التحليل. ذلك أن تحليل "حالة خبرية عامة" في ضوء أحداث محددة، يحمل في العادة أكثر من وجهة، يمكن أن يتجه إليها الاجتهاد.

ومهما يكن من شيء، فإن "التحليل الصحفي" خلافاً للنبا، لا بُدَّ أن يحتوي على "رأي" و"حكم"، أي: لا بُدَّ من توفر عناصر "التقويم" و"التقدير" و"التنوق" التي تجعل التحليل لا يقتصر على موضوعية النبا وحدها، ولكن على موضوعية الكاتب التحليلي في نهاية الأمر. ولا يغض هذا العنصر "الذاتي" الناجم عن وجود رأي للمحلل من الحدث، بل يجوز القول أن قيمة التحليل تزداد كلما كانت لهذا، "العنصر الذاتي" أصالة وخروجاً على المألوف.

فالمجال الذي سيتحقق فيه "التقويم" أو الحكم القاطع الفريد، وتضييقه قدر المستطاع. ويتحدد مجال "التقويم" بالدوائر الثلاث التي يتداخل بعضها في بعض في "المقال الرئيسي" بصفة عامة، ونعني بهذه الدوائر الثلاث: سياسة الجريدة، وصياغة المقال، واهتمام القراء.

ذلك أن "التقويم" في المقال التحليلي يتصور هذه الدوائر الثلاث في تحريره دائماً، حتى يبلغ الدرجة التي تسعى إليها الصحيفة، ويتطلع إليها القراء.

ومن الوجهة المنطقية، فإن المقال التحليلي يبدأ بالنبا الجدي المطلوب إجراء تحليل عنه أو حوله، ويتسع التحليل من هذه النقطة ليواجه هذا النبا بأنباء أخرى داخل سياق حركة الأحداث عموماً في أكثر من اتجاه (شرف، 360-361).

ج - كتابة المقال التحليلي:

يكتب المقال التحليلي -شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحفي- في قالب الهرم المعتدل.

أي: يحتوي على مقدمة وجسم وخاتمة؛ ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكون حجم مساحته في الصحيفة. وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بأن يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

كذلك فإن كبر حجم مساحة المقال التحليلي تسمح لكاتبه بحشد كمية كبيرة من المعلومات الخلفية التي تتعلق بموضوع المقال.

فمقدمة المقال التحليلي يمكن أن تحتوي على العناصر التالية:

- 1 - إبراز حدث من الأحداث الهامة الجارية.
- 2 - طرح قضية تشغل الرأي العام وتمس مصالح الجمهور.
- 3 - تقديم اقتراح جديد يثير اهتمام القراء.

أما جسم المقال التحليلي فيتضمن العناصر التالية:

- 1 - المعلومات الخلفية للموضوع الذي يناقشه المقال.
- 2 - حشد الأدلة والشواهد والحجج التي تؤكد وجهة نظر الكاتب.
- 3 - كشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة.
- 4 - عرض الآراء المؤيدة أو المعارضة لوجهة نظر كاتب المقال والرد عليها.

أما خاتمة المقال التحليلي فهي تحتوي على العناصر التالية:

- 5 - خلاصة وجهة نظر الكاتب في الموضوع.
- 6 - استئثار ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالقضية التي يطرحها الكاتب.
- 7 - فتح حوار بين الكاتب والقراء من ناحية، وبينه وبين غيره من الكتّاب من ناحية ثانية حول موضوع المقال.
- 8 - ويوضح الشكل التالي طريقة كتابة المقال التحليلي المبني على قالب الهرم المعتدل:



البناء الفني للمقال التحليلي

المبني

على قالب الهرم المعتدل

البناء الفني للمقال التحليلي المبني على قالب الهرم المعتدل

ثانياً- المقال الكاريكاتوري:

ربما كان "الجاحظ" أول كاتب إسلامي عالج فن "الكاريكاتور" في تاريخ النثر العربي، ولقد ترك لنا الجاحظ أعظم رسالة أدبية كتبت في هذا الفن، ولعلها أعظم رسالة إلى اليوم، فنحن لا نعلم لها نظيراً فيما كتبه أهل هذا الفن -سواء في الأدب أو في الصحافة- حتى اليوم.

وموضوع رسالة الجاحظ هو السخرية من كاتب من كتاب الديوان اسمه "أحمد بن عبد الوهاب" كتب فيه الجاحظ رسالة أربت على خمسين صفحة من القطع الكبير، وتفنن فيها الكاتب ألواناً كثيرة جداً من التفنن في السخرية والنقد.

ولا يتسع المقام لذكر شيء عن هذه الرسالة التي كتبها الجاحظ، ويعتبر هذا الكاتب العباسي الكبير -يعتبر بحق- واضعاً لأساس الكاريكاتور في الأدب العربي.

ومنذ ظهرت الصحافة الشعبية في مصر، في النصف الثاني من القرن الماضي، وكانت الصحافة في ذلك الوقت مماثلة للأدب في جمال الأسلوب؛ نبغ من رجال الأدب والصحافة كثيرون؛ من أشهرهم في فن الكاريكاتور إبراهيم المويلحي صاحب: "مصباح الشرق".

وفي ذلك يقول الأستاذ عبد العزيز البشري: "... ولقد كان هذا من مصباح الشرق الأصل الثابت لهذا اللون من النقد.

بمعنى أن النقد الكاريكاتوري في مصر، كما كانت صحيفة المويلحيين -يريد المويلحي الكبير والمويلحي الصغير، واسمها: "أبو زيد" أول ما عرف من التصوير الكاريكاتوري في هذه البلاد ..".

وفي القرن العشرين، وفي المرحلة الرابعة من مراحل الصحافة على سبيل التحديد، وهي المرحلة التي تقع بين عامي 1922 و 1942 ظهر المقال الكاريكاتوري على صفحات الصحف المصرية، ونبغ فيه أدباء وصحفيون، أهمهم ثلاثة رجال هم: الشيخ عبد العزيز البشري، والأستاذ فكري أباطة، والأستاذ أحمد حافظ عوض، الأول نشر في مجلة السياسة الأسبوعية، والثاني نشر في مجلة الهلال، والثالث نشر في مجلة تدعى "خيال الظل" كان يسخر فيها من أعداء حزب الوفد.

ونريد أن نكتفي هنا بنموذج واحد فقط للبشري بعنوان: "زيور باشا".

أما شكله الخارجي، وأوصافه الهندسية، ورسم قطاعاته ومساقطه الأفقية، فذلك كله محتاج في وصفه، وضبط مساحاته، إلى فنٍ دقيقٍ وهندسةٍ بارعة.

الواقع أن زيور باشا رجل -إن صح هذا التعبير- يمتاز عن سائر الناس في كل شيء، ولست أعنى بامتيازته في شكله المهيول: طوله، ولا عرضه، ولا بعد مداه، فإن في الناس من هم أبدين منه، وأبعد طولاً، وأوفر لحماً، إلا أن لكل منهم هيكلًا واحدًا، أما صاحبنا، فإذا اطلعت عليه أدركت -لأول وهلة- أنه مؤلف من عدة مخلوقات، لا تدري كيف اتصلت، ولا كيف تعلق بعضها ببعض، ومنها ما يدور حول نفسه، ومنها ما يدور حول غيره، ومنها المتنبس

المتحجز، ومنها المسترخي المترهل، وعلى كل حال، فقد خرجت هضبة عالية ما لت من شغافها إلى الأمام شعبة طويلة، أطل من فوقها على الوادي رأس فيه عينان زائغتان طلة من يرتقب السقوط إلى قرارة ذلك المهوى السحيق. و"زيور" عند الناس مجموعة متباينة متناقضة متشاكسة، فهو عندهم كريم وبخيل، وهو شجاع ورعديد، وهو ذكيّ وغبيّ، وهو طيب وخبيث، وهو داهية وغر، وهو عالم وجاهل، وهو عف وشهوان، وهو وطنيّ حريص على مصالح البلاد، وهو مستهتر بحقوق وطنه يوجد منها بالطارف والتلاد.

كل أولئك زيور، وكل هذا قد يضيفه الناس إلى زيور، فلا تكاد تسعهم مجالسهم بما يأخذهم فيه من الدهشة والاستغراب، وإذا كان مما لا يمكن في الطبيعة أن يستقيم لرجل واحد، فقد غلط الناس إذ حسبوا زيورًا رجلًا واحدًا، والواقع أنه عدة رجال، وعلى الصحيح هو عدة مخلوقات، لا تدري -كما حدثك- كيف اتصلت، ولا كيف تعلق بعضها ببعض!

فإذا أدهشك التباين في أخلاقه، وراعه هذا التناقض في طباعه، فذلك لأن هذا الجرم العظيم الذي تحسبه شيئًا واحدًا مؤلف في الحقيقة من عدة مناطق، لكل منها شكله وطبعه، وتصوره، وحظه من التربية والتهديب، فمنها العاقل، ومنها الجاهل، ومنها الحكيم، ومنها الغر، ومنها الكريم، ومنها البخيل، ومنها المصري، ومنها الجركسي، ومنها الفرنسي، ومنها الإنجليزي، ومنها المالطي، كل منها يجري في مذهبه، ويتصرف في الدائرة الخاصة به، فلا عجب إذا صدر عن تلك المجموعة الزيورية كل ما ترى من ضروب هذه المتناقضات!

والظاهر أن زيور باشا -برغم حرصه على كل هذه الممتلكات الواسعة- عاجز تمام العجز عن إدارتها، وتوليها بالمراقبة والإشراف، وما دامت الإدارة المركزية قد فشلت كل هذا الفشل، فأحرى به أن يبادر فيعلن إعطاء كل منها الحكم الذاتي، على أن تعمل مستقلة بنفسها على التدرج في سبيل الرقي والكمال! وحسب عقله في هذا النظام الجديد أن يتوافر على إدارة رجليه وحدهما، ولعله يستطيع أن يسيرهما في طريق الأمن والسلام.

وإني أورد عليك طائفةً يسيرةً لذلك على ما في هذه المجموعة الغريبة من ضروب المتناقضات التي تجزم منها بأن ذلك الخلق ليس شيئًا واحدًا، وإنما هو في الحقيقة عدة أشياء!

وأن ظلمًا أن يؤخذ البريء بجريمة الآثم، وأن عسفًا أن يعاقب البريء بما أجرم الظالم، فقد يكون الذي اقترف كل هذه الآثام هو كوع زيور باشا الأيسر، أو القسم الأسفل من "لغده"، أو المنطقة الوسطى من فخذ اليمنى، أو غيرهما من تلك الكائنات التي تجمعت في هيكله العظيم!

فما شأن المخلوقات كلها تجر إلى مواطن الاتهام، وتعاقب بما ارتكب بعضها من الجرائر والآثام؟

إن الحق والعدل ليقضيان بأن يؤلف مجلس النواب -إن شاء الله- لجنةً تقوم بعمل التحقيق في جسم صاحب الدولة، فتسأل أعضائه عضوًا عضوًا، وتحقق مع أشلائه شلوا شلوا، حتى يفرق منها بين المحسن والمسيء، ولا يخلط في العقوبة بين المجرم والبريء.

ولعل العضو الوحيد المقطوع ببراءته من كل ما ارتكب من الآثام هو مخ زيور باشا، فما أحسبه شارك، ولا دخل في شيء من كل ما حصل. "انتهى المقال!"

إن هذا النوع من النقد إنما يقوم في جملته على التماس العيوب الرئيسة في شخص ما، وترك القلم يعرضها عرضًا كاريكاتوريًا يزيد في تشويهها ما يرد على ذهن الكاتب في أثناء كتابته من ضروب التشبيه، وما يحضره من فنون التمثيل، ولا يزال الكاتب يتوسع في الموضوع عن طريق التوليد للمعاني من جهة، وإيراد النكت البارة من

جهة ثانية، حتى تستكمل عنده الصورة القلمية الكاريكاتورية كل عناصر الإضحاك والسخرية والتندر بالشخص الذي هو موضوع هذه الصورة بالذات (حمزة، 1967، 252-256).

❖ عناصر الصورة الكاريكاتورية القلمية:

والصورة الكاريكاتورية القلمية منذ القدم تتألف من العناصر الآتية، وهي:

أولاً : عنصر التجسيم للعيوب:

أو المسخ لصورة الشخص الذي هو موضوع الكاريكاتير فالرجل ذو الأنف الكبير يبدو بقلم الكاتب كأن وجهه كله عبارة عن أنف، والرجل القصير يبدو كأنه أقصر من طفل والرجل البدين يظهر في شكل من البدانة والضخامة قل أن يكون له نظير في الحياة الواقعية

ثانياً: عنصر التوليد:

وهو ما يتاح للكاتب ولا يتاح للرسم وبه عمد الكاتب الى توليد المعاني واستطراد الأفكار وكل معنى منها يذكر بآخر وهكذا حتى يستنفذ الكاتب كل هذه المعاني والأفكار

ثالثاً : عنصر التندر:

أو ذكر النكات التي ترد على ذهن الكاتب في أثناء الكتابة وهنا تظهر براعة الكاتب في طريقة الإيراد بحيث تبدو كل واحدة من هذه النكات وكأنها لم تذكر إلا في هذا الموضوع الذي يشير اليه الكاتب بالذات، أو كأنها لم تذكر إلا من أجل هذا الشخص الذي هو موضع السخرية والتندر

رابعاً: عنصر التشبيه والتمثيل:

هو العنصر الذي يستوحي فيه الكاتب خياله ويستعين به على عملية المسخ وكثيراً ما يتسلق الكاتب في هذه الحالة على كلام القدماء وأهاجي الشعراء وحكايات العامة. وأكثر من هذا وذاك إن صاحب القلم الكاريكاتيري يعتمد في توفير هذا العنصر الأخير من عناصر الصورة على كلام القدماء وعلى تحويل هذا الكلام من معناه الأصلي الذي وضع له الى المعنى الجديد الذي أراده صاحب القلم الكاريكاتوري.

ومن الأمثلة على ذلك أن الشيخ عبد العزيز البشري في سخريته من زيور باشا أحد رؤساء الوزارات المشهورين في مصر قبل الثورة وكان بديناً جداً كان يستشهد ببيت من الشعر لأبي نواس (وليس على الله بمستكبر...أن يجمع العالم في واحد) والمعروف أن أبا نواس ذكر هذا البيت من الشعر في معرض المدح لخليفة من الخلفاء من بني عباس ولكن (البشري) ذكر هذا البيت نفسه في معرض السخرية وإضحاك الناس من شخصية زيور باشا بسبب ضخامة جسمه.

ويقول الدكتور عبد اللطيف حمزة أيضاً أن هذه العناصر الأربعة المتقدمة متى توافرت في مقال ما، بلغ هذا المقال كل ما قصده الكاتب من وزرائه، وفي هذه العناصر السابقة، وفي كل عنصر منها على حدة مجال واسع يتنافس فيه الكتاب وأصحاب الأقلام، ويظهر نبوغهم، وتتجلى عبقريتهم إما في نقد الأشخاص وإما في نقد الأفكار والموضوعات.

وغنى عن البيان أن (المقال الكاريكاتوري) لا يزدهر إلا في أوقات الأمن ، واستمتاع الناس بكل أنواع الحريات، فليس من السهل على كاتب هذا النوع من المقال أن يعرض حياته للخطر الذي يصيبه من الشخصية

المرموقة التي هي موضوع المقال الكاريكاتوري. أما في أوقات الظلم والطغيان، وأوقات الرقابة المفروضة على الصحف فإن الصحافة لا تلجأ إلى القلم الكاريكاتوري بحال من الأحوال.. كما أن القلم الكاريكاتوري لا يوجد إلا في فترات نهضة الأدب، وكثيراً ما يكون دليلاً من دلائل هذه النهضة الأدبية في ذاتها، ذلك أن هذا الفن الأدبي في ذاته يحتاج إلى قدرة أدبية من نوع خاص كما يحتاج إلى قدر من الذكاء من نوع خاص أيضاً، ثم لا غنى له مع هذا وذلك عن قدر من الثقافة يعين الكاتب على توفير العناصر الأربعة المتقدمة للقلم الكاريكاتوري. كذلك لا يستغنى صاحب هذا الفن الأدبي عن أن تكون له صفات ذاتية يخف بها كلامه على الناس، ومن هذه الصفات . على سبيل المثال . أن يكون ظريفاً غاية الظرف، وأن يكون خفيف الظل في كتاباته كأحسن ما تكون خفة الظل، وأن يكون في طبعه مرح وفي أفقه سعة وفي ذهنه ذخيرة هائلة من التجارب الإنسانية التي يخبر بها الناس. وهذه وتلك مواهب تخص بها الطبيعة فريفاً من الناس دون الفريق الآخر، وفي الصحافة المجال الواسع للانتفاع الكامل بهذه الميزات والمواهب في الإنسان (عزت، 1998، 38-40).

ثالثاً- الريبورتاج الصحفي:

يشير الريبورتاج قدراً كبيراً من الجدل حول تعريفه، وموضوعه، وهدفه، وأسلوب معالجته.

تبرز في هذا الجدل رؤيتان:

- ترى الأولى أن الريبورتاج هو النوع الصحفي الإخباري الذي يعالج حدثاً يمكن اعتباره حالة أو نموذجاً، ويقوم على دعامتين رئيسيتين: التقديم الفني الجمالي للحدث من خلال التعبير والرسم والتصوير والوصف والتفكير المباشر الذي يستخدم عناصر التفسير والتحليل والتقييم.

- وترى الثانية أن الريبورتاج لا يعالج الأحداث بل الموضوعات ذات الطابع الإنساني، بهدف تقديم تصور فني إبداعي (الياسمين في دمشق - حياة التقاعد) يعيد من خلاله رسم لوحة للعالم الخارجي موضوع الريبورتاج، وتعميق إحساس المتلقي بالموضوع مع التركيز على العناصر الإنسانية في المعالجة، وعلى العناصر الفنية والجمالية في التقديم.

وفي جميع الأحوال يجب أن يتميز الريبورتاج بطابعه الفني والجمالي في اختياره لموضوعه وفي معالجته لهذا الموضوع كما يجب أن يتميز بطابعه الذاتي، وبالمستوى الإبداعي التعبيري أسلوباً ولغة. يجب ألا يغرق الريبورتاج في الوقائع ليتحول إلى تقرير، كما يجب ألا يبتعد عن الوقائع ويغرق في الصور الفنية ليتحول إلى لوحة فنية أو صورة أدبية.

رابعاً- الفيلتون:

يقدم الفيلتون الشخصية الإنسانية ولكن ليس كحالة كما يفعل الريبورتاج أو كبطل وحيد كما تفعل الصورة الصحفية بل يقدمها من خلال العلاقة بين علاقة التطور الإنساني الفردي لهذه الشخصية المتميزة وعملية التطور العامة في المجال الذي برزت فيه هذه الشخصية الإنسانية.

يقوم الفيلتون على فهم جدلية العلاقة بين العام والخاص وبين الفرد والجماعة. يبرز ما هو عام في الشخصية الإنسانية، ويبرز تمثل الشخصية الإنسانية لهذا العام وتأثيرها فيه.

خامساً- البروفيل:

يقدم البروفيل صورة ذاتية لشخصية مثيرة للاهتمام ، وتتضمن حياتها محطات مهمة لافتة. يتم التركيز أثناء التقديم على الخلفية التاريخية للشخصية، كما يتمحور البروفيل على فكرة مركزية جوهرية تمثل حياة الشخصية ويتضمن البروفيل العناصر التالية:

- فكرة جوهرية معتمدة على زاوية مركزية.

- أسلوب رشيق وصفي.

- فقرات متتابعة يتضمن كل منها أشياء جديدة.

- شخصية جذابة.

أما أسلوب كتابة البروفيل فيتميز بـ

- الاعتماد على الجمع بين الانطباعات والاقتباسات وقد تكون الانطباعات هي الأهم

- التداخل الزمني، البدء بالحاضر، ثم الانتقال إلى الماضي، ثم العودة إلى الحاضر

- أو البدء بما يقوله الناس عن الشخصية موضوع البروفيل ثم ما يقوله هو عن نفسه (خضور، 2011، ص 125-128).



المراجع

- القضاة، علي منعم. (2012). فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (8)، 158-164.
- ميلود، مارييف (2005). التجليات الموضوعية لفن الكاريكاتير في الوسط الشعبي، دراسة تحليلية لأعمال الفنان أيوب أنموذجاً ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية. خضور، أديب. (2011). مبادئ التحرير الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
- الداغر، مجدي. (ب.ت). مقدمه في فنون التحرير الصحفي.



الفصل التاسع

الحملة الصحفية

أولاً- تعريف الحملة الصحفية

ثانياً- وظائف الحملة الصحفية

ثالثاً- خصائص وسمات الحملة الصحفية

رابعاً- أنواع الحملات الصحفية

خامساً- عناصر الحملة الصحفية

سادساً-عوامل نجاح الحملة الصحفية

سابعاً- مراحل الحملة الصحفية

ثامناً- التغطية الصحفية للحملة



الفصل التاسع

الحملة الصحفية

أولاً- تعريف الحملة الصحفية:

ليست الحملة الصحفية نوعاً صحفياً بل هي نشاط صحفي يعالج قضية أو واقعة أو ظاهرة معينة خلال فترة زمنية طويلة، ويستخدم في هذه المعالجة جميع الأنواع الصحفية.

وبذلك تكون الحملة الصحفية عبارة عن نشاط مركب يحتاج إلى قدر كبير من التخطيط، وفي الغالب يشمل التخطيط للحملة الصحفية: تحديد موضوع الحملة، وتحديد هدف أو أهداف الحملة، ووضع خطة لتنفيذ الحملة، وتأمين متابعة الحملة، وفي النهاية تقييم الحملة. (خضور، 2011، 128).

والحملة الصحفية بالتعريف:

هي نشاط صحفي يعالج قضية مهمة خلال فترة زمنية طويلة، ويستخدم مختلف الأنواع الصحفية من أجل تحقيق أهداف محددة (خضور، 2007، 221).

والحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير الصحفي.. وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر، ثم تتطور إلى تقرير صحفي، ثم إلى تحقيق صحفي.. وقد يجذب الموضوع عدداً من كتاب المقالات في الصحيفة حتى يتحول الموضوع إلى حملة صحفية.. وهو عندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فناً قائماً بذاته من فنون التحرير الصحفي؛ وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة!..

فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.

وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية، وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية، وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية، أو المقالات الصحفية، أو التقارير الصحفية.. بل وقد تأخذ هذه الأشكال كلها معاً.. بل وقد تتضمن أيضاً الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى (أبو زيد، 1990، 247).

ثانياً- وظائف الحملة الصحفية:

يذكر فاروق أبو زيد وظيفتين أساسيتين للحملة الصحفية وهما:

1- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة.. أو تعبئته ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو ضد هذه الفكرة.

2- تنظيف المجتمع من الفساد ومن ألوان الانحراف المختلفة (أبو زيد، 1990، 247-248).

ثالثاً- خصائص وسمات الحملة الصحفية:

يمكن تحديد أهم خصائص الحملة الصحفية على النحو التالي :

1. ليست الحملة الصحفية نوعاً صحفياً بل هي نشاط صحفي متنوع يتضمن انتاج أنواع صحفية مختلفة
2. لا تنحصر الحملة الصحفية في قسم واحد من أقسام الصحيفة بل تشترك في تنفيذها جميع أقسام الصحيفة، وفي بعض الحملات الصحفية ذات الطبيعة العامة تشترك في تنفيذ الحملة جميع الصحف وربما جميع الوسائل الإعلامية من صحافة وإذاعة وتلفزيون
3. لا تستخدم الحملة الصحفية إلا من أجل معالجة قضية بالغة الأهمية وأصبحت في مرحلة من التطور والخطورة تستلزم اتخاذ إجراءات معينة. وقد تكون هذه القضية في مختلف مجالات الحياة السياسية أو الاجتماعية الاقتصادية أو الثقافية أو الصحية.... الخ (حملة موضوعها ظاهرة الرشوة، أو الهدر في القطاع العام، أو تعاطي المخدرات في أوساط الشبيبة، أو ظاهرة جرائم الشرف أو الثأر، أو انخفاض مستوى اللغة العربية في أوساط طلاب الجامعة... الخ)
4. تستمر الحملة الصحفية فترة زمنية متفاوتة الطول. فقد تستمر الحملة أياماً (حملة ضد التدخين. بمناسبة اليوم العالمي لمكافحة التدخين) أو أسابيع، أو حتى أشهر. وهذا يتوقف على ضخامة الحملة، واتساع نطاقها، والتطورات التي تحدث أثناء شنها. ولكن يجب دائماً حساب وقت الحملة بشكل دقيق ومناسب، وذلك بشكل يضمن تحقيق أقصى قدر من التوافق بين الجوانب المختلفة للحملة، حتى لا يخصص للحملة وقت أقصر مما يجب، الأمر الذي يؤدي الى عدم إعطاء الحملة الوقت الكافي لتناول جوانبها المختلفة وللوصول الى جميع جماهيرها المستهدفة، او لإعطائها وقتاً أطول مما تحتاجه، الأمر الذي يؤدي الى تراجع إيقاع الحملة وفقدانها لقوة اندفاعها.
5. تعتبر الحملة الصحفية معالجة شاملة للظاهرة الهامة. الأمر الذي يستدعي استخدام مختلف الأنواع الصحفية من أجل تحقيق أوسع وأعمق تغطية ممكنة لهذه الظاهرة. تستخدم مختلف الأنواع الصحفية الإخبارية لتقديم المعلومات والتفسير والتحليل المتعلقة بالجوانب المختلفة للظاهرة موضوع الحملة. وتستخدم الأنواع الصحفية ذات الطابع الفكري من أجل تقديم معالجة معمقة للظاهرة وتقديم أفكار جديدة لفهمها ومواجهتها، والبحث عن حلول ناجعة لها.
6. لا تقتصر الكتابة في الحملة على الكادر الصحفي العامل في الصحيفة، بل يستدعي تطور الحملة استكتاب خبراء ومختصين ومعنيين من خارج الصحيفة. الأمر الذي يعطي الحملة مقدرة أكبر على التأثير والفعالية.
7. لا يمكن القيام بهذا النشاط الصحفي الضخم والمتنوع والمستمر لفترة زمنية طويلة إلا على أساس التخطيط الدقيق. ولذلك لا بد من وضع خطة دقيقة للحملة الصحفية قبل البدء بتنفيذها، وذلك لضمان إبعاد التنفيذ عن العفوية والارتجال. يجب أن تكون الخطة شاملة ومدرسة وقابلة للتطبيق وفق الإمكانيات المادية والبشرية للصحيفة، وكذلك وفق الفترة الزمنية المحددة للحملة. وضامنة لتحقيق هذا الهدف.
8. يجب تحديد هدف الخطة منذ البداية، ويجب أن يكون هذا الهدف مفهوماً من جانب جميع المعنيين بتنفيذ الحملة (مدخل الى فن التحرير الصحفي).

رابعاً- أنواع الحملات الصحفية:

وهناك نوعان من الحملات الصحفية؛ وهما:

النوع الأول: الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة، ويشرك فيها أكبر عدد من محرري وكُتَّاب الصحيفة، ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والأبحاث.. ولا تبدأ هذه الحملة إلا بعد أن تستكمل الصحيفة إعدادها إعدادًا كاملاً للنشر.

ومثال ذلك الحملة التي أعدتها صحيفة "نيويورك تايمز" الأمريكية عام 1971 ضد فظائع الجيش الأمريكي في فيتنام؛ حيث قامت الصحيفة بالحصول على سبعة آلاف وثيقة سرية من أوراق البنتاجون "وزارة الدفاع الأمريكية" تكشف أسرار هذه الفظائع وتدل عليها، وقد حصلت الصحيفة على هذه الوثائق عن طريق "دانيال الزبرج" الذي حصل على هذه الوثائق من البنتاجون نفسه؛ حيث كان يعمل موظفًا به. وقد نجحت هذه الوثائق في تعبئة الرأي العام الأمريكي ضد حرب فيتنام؛ مما أدى بعد ذلك إلى انسحاب أمريكا من فيتنام.

النوع الثاني: الحملة الصحفية المفاجئة:

وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق، والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع، فقد ينشر خبر صغير تمسك الصحيفة بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله.

ومثال ذلك حصول أحد المحررين المبتدئين في صفحة الحوادث بصحيفة "واشنطن بوست" الأمريكية على خبر صغير عن وقوع سطو على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي المعارض في ذلك الوقت. وبمتابعة الخبر مرة تلو المرة اكتشفت الصحيفة تورط الرئيس الأمريكي "الجمهوري" نيكسون في هذا السطو على المقر الانتخابي للحزب المعارض؛ وذلك لترتيب أجهزة تجسس على اجتماعاته الانتخابية.. وتحول الخبر الصغير إلى حملة صحفية قادتها صحيفة الواشنطن بوست، وانتهت باستقالة نيكسون رئيس الولايات المتحدة الأمريكية (أبو زيد، 1990، 248).

خامساً- عناصر الحملة الصحفية:

وتقوم الحملة الصحفية على ثلاثة عناصر لا بد أن تتكامل وتتفاعل؛ لكي تحقق الحملة الصحفية أهدافها.. وهذه العناصر هي:

1- موضوع الحملة:

يجب أن يكون قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت

2- هدف الحملة:

لا بد أن يكون هدف الحملة واضحًا ومحددًا من البداية؛ بحيث يصبح من السهل على القارئ العادي أن يتبينه؛ ذلك أن عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام، وعدم اقتناع القارئ بموقف الصحيفة.

3- جمهور الحملة:

من الضروري أن تتجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي الذي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحفية؛ بحيث تتجح في أن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية، وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من أجله (أبو زيد، 1990، 249).

سادساً- عوامل نجاح الحملة الصحفية:

- 1 - الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام.
 - 2 - وفي الحملات الصحفية المفاجئة لا بد أن تسرع الصحيفة أيضاً بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.
 - 4 - المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته، فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحيفة لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام.
 - 5 - أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر وتمنحه فرصة الرد على الاتهامات الموجهة إليه . إن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.
 - 6 - أن تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية، فتشرك فيها أبرز محرريها وكُتّابها الكبار.
 - 7 - الالتزام بالموضوعية، واحترام الخصم، وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية، وعدم الدخول في المهاترات، وعدم الإساءة إلى الأبرياء (أبو زيد، 1990، 249-250).
- كما تؤكد الممارسة الصحفية ضرورة توافر شروط معينة تؤدي دوراً حاسماً في نجاح الحملة الصحفية أو فشلها ، أهم هذه الشروط:

- 1 - التحديد الدقيق لنطاق الحملة.
- 2 - التحديد الدقيق لهدف الحملة.
- 3 - التحديد الدقيق لهيئة وفريق التنفيذ.
- 4 - الحصول على معلومات ووثائق صحيحة.
- 5 - اختيار الوقت المناسب.
- 6 - اختيار الموضوع المناسب.
- 7 - تقديم تغطية متوازنة.
- 8 - تحديد شعار للحملة.
- 9 - استثارة اهتمام مختلف الأطراف المعنية بالحملة.
- 10 - تحديد توقيت مناسب لشن الحملة.
- 11 - تحديد الوقت المناسب لاستمرارية الحملة.
- 12 - الحرص على قوة اندفاع الحملة (مدخل الى فن التحرير الصحفي).

سابعاً- مراحل الحملة الصحفية:

تمر الحملة الصحفية باعتبارها نشاطاً صحفياً متنوعاً ومستمرّاً بمراحل متعددة أبرزها:

- 1 . تحديد موضوع الحملة:

موضوعات الحملة هي موضوعات الحياة في مجالاتها المختلفة. ويمكن أن يكون موضوع الحملة قضية مهمة أو مشكلة معقدة، أو حتى شخصية معينة. ودائماً يجب أن يتوفر في موضوع الحملة الأهمية والاهتمام الجماهيري وضرورة اتخاذ إجراءات عاجلة أو البحث عن حل، وذلك كله من أجل خدمة المصلحة العامة.

2. تحديد هدف الحملة وفق معطيات المرحلة وسياسة الصحيفة واهتمامات الجمهور.

3. وضع خطة الحملة:

التخطيط للحملة الصحفية، كما أشرنا سابقاً ، مسألة بالغة الأهمية، وذلك نظراً لأن الخطة هي الأساس الذي تقوم عليه الحملة. إن أي نقص أو خلل في الخطة سوف ينعكس سلباً على مجمل بناء الخطة، وعلى جميع مراحلها السابقة. ولذلك على قيادة فريق العمل المكلف بتنفيذ الحملة أن يعمل لوضع خطة شاملة للمراحل المختلفة للحملة. ويجب الحرص على أن تشمل عملية التخطيط للحملة الصحفية ما يلي :

. تحديد الهدف العام للحملة، وتحديد الأهداف التفصيلية لكل مرحلة وفي مختلف المجالات.

. تحديد المحاور أو الجوانب أو المجالات الرئيسية والفرعية للحملة.

. تحديد المعلومات والحقائق والبيانات والوثائق التي يجب جمعها والحصول عليها، وتوزيع المهمات المتعلقة بإنجاز ذلك على فريق العمل.

. تحديد قيادة الحملة. غالباً ما يتم تشكيل هيئة أركان مصغرة، أو مكتب قيادي يضم أحد مدراء التحرير وعدداً من رؤساء الأقسام الأكثر صلة بموضوع الحملة ومجالها.

. تحديد العناصر التنفيذية للخطة في جميع الأقسام.

. تحديد الجدول الزمني للخطة. تحديد موعد البدء، ومسار التطور، وموعد نهاية الحملة.

. تحديد الاستراتيجية المناسبة لبدء شن الحملة. هل تبدأ بشكل تدريجي (تبدأ بهدوء بنشر أو تسريب معلومات معينة، ثم تراقب ردود الفعل)، ثم تبدأ بالتصاعد لتصل الذروة، ثم تبدأ بالتراجع لتصل النهاية. أم تبدأ بقوة واندفاع، (تبدأ الحملة إما بعقد مؤتمر صحفي يطرح الأبعاد المختلفة للقضية، أو بنشر مادة صحفية هامة . تحقيق أو حديث أو مقال يطرح المشكلة بقوة) وتسعى للحفاظ على قوة اندفاعها حتى النهاية.

. تحديد الأنواع الصحفية المستخدمة، وتكليف الصحفيين (أو الكتاب من خارج الصحيفة) بإعداد الأنواع الصحفية الضخمة كالتحقيقات والأحاديث والمقالات، وتحديد غزارة نشر المواد المتعلقة بالحملة وكثافتها، والمساحات المخصصة لها في الأقسام المختلفة.

. تحديد أشكال المتابعة، وطرق التقييم للحملة أثناء التنفيذ.

4. تنفيذ الحملة:

تبدأ الحملة وتتطور وفق الخطة الموضوعية. يتم اختيار الشكل المناسب للبدء، والإيقاع المناسب للتطور. ولكن ثبات الخطة المدروسة الموضوعية مسبقاً يجب ألا يتناقض مع امتلاك هامش من المرونة يعطي الحملة إمكانية الاستجابة للتطورات والمعطيات الجديدة خاصة ما يتعلق بردود الفعل على الحملة، والاستجابات المختلفة، ومدى اهتمام الجمهور والجهات الرسمية....الخ.

5 . التقييم المرحلي للحملة:

تجتمع هيئة أركان قيادة الحملة يومياً لتقييم ما تم انجازه من الحملة، وتدارك أية نواقص أو أخطاء، ومراجعة الخطة ومتابعة تنفيذها، وتوفير المواد الصحفية المقررة، ودراسة الاستجابات وردود الفعل المختلفة، ومعرفة الصدى الذي تركته الحملة في الأوساط الشعبية والرسمية، وتذليل أية عقبات إدارية أو مالية يمكن أن تكون برزت أثناء التنفيذ.

6 . متابعة تنفيذ الخطة ومتابعة النشر في ضوء الخطة، ومع الأخذ بعين الاعتبار أية تطورات أو مستجدات . المهم هو المحافظة على ايقاع الخطة واندفاعها وإثارة الاهتمام بها والحفاظ على هذا الاهتمام في جميع مراحل التنفيذ.

7 . التقييم النهائي للخطة:

يتركز التقييم النهائي حول معرفة ما إذا كانت الحملة قد سارت وفق الخطة الموضوعية مسبقاً، وما إذا كانت قد نجحت في تغطية الجوانب والمجالات المختلفة، وما المصاعب التي برزت؟ وما الصدى العام للحملة في مختلف الأوساط المعنية؟ وما التأثيرات التي أحدثتها والإجراءات التي استدعتها؟ وكيف كان مستوى الأداء الصحفي لفريق التنفيذ. دائماً يمكن استخلاص دروس وعبر مهمة، تكرر خبرة صحفية يمكن الاستفادة منها في حملات قادمة(مدخل الى فن التحرير الصحفي)..

ثامناً- التغطية الصحفية للحملة:

إن التغطية الصحفية للحملة.. تعني عملية جمع المعلومات والوثائق والبيانات المتعلقة بموضوع الحملة.. وهي عملية شاقة، وخاصة إذا كان هدف الحملة الكشف عن قضايا الفساد أو الانحراف.. إذ لا بد للصحفي أن يعمل على الحصول على الوثائق والأدلة التي تؤكد دعواه من ناحية.. والتي تحميه أمام القانون .. فلا يتهم بالكذب أو التشهير من ناحية ثانية.. ونجاح الصحيفة يقاس اليوم بمقدار ما تحصل عليه من أمثال هذه الأحداث الغامضة التي تزيح الستار عن حوادث هامة، أو وقائع مثيرة، أو بيانات مجهولة، أو يوجد من يعتمد إخفاءها لتحقيق مصالح شخصية، أو منافع مادية، أو التستر على جرائم، أو فضائح مالية أو خلقية، أو انحرافات في مجال سوء استخدام السلطة، وغير ذلك من القضايا التي تكشف عن الفضائح والجرائم المتنوعة.

فمثل هذه الحملات تهم القراء وتثير انتباههم بما تكشفه من حوادث الاختلاس أو الرشوة أو المحسوبية والإهمال أو استغلال النفوذ. وترضي رغبتهم في تنظيف المجتمع من الفساد، وعندما تثبت الصحيفة للقارئ أنها صحيفة شجاعة لا تخشى شيئاً من أجل الكشف عن الفساد، ولو أدى الأمر دخولها في مواجهة مع عدد من أصحاب النفوذ، ففي مثل هذه الحالة فإن القارئ سيتطوع ليمد الجريدة بكثير من المعلومات والحقائق، ويكشف لها عن العديد من الأخطاء والانحرافات وأوجه الفساد في المجتمع، ويتحول القراء إلى مندوبين صحفيين في خدمة الجريدة، ومن الضروري أن يدرك الصحفي عندما يتصدى للكشف عن الانحراف والفساد أن تغطيته لمثل هذا الخبر ليس لمجرد حب الاستطلاع، ولا لمجرد استعراض مهارته الصحفية؛ وإنما لا بد أن يتأكد من أن هذه التغطية ستكون في خدمة المجتمع والقراء؛ لأنه ليس من السهل تلطيف سمعة الناس من أجل إشباع رغبة حب الاستطلاع عند الصحفي أو حتى عند القراء. وعلى سبيل المثال، فإن الصحفي الذي يهتم بالكشف عن تاريخ حياة سياسي بارز سبق اتهامه في سن الشباب في قضية ما، فمثل هذه القصة الخبرية لا تفيد أحداً، ولا تصلح شيئاً في المجتمع؛ وإنما هي تهدم سمعة رجل بارز، وربما تدمر حياته العائلية؛ بسبب غلطة سبق أن ارتكبها ودفع ثمنها

وهو شاب صغير. نفس الأمر عندما يحاول الصحفي أن يكشف أن لأحد الوزراء شقيق أو قريب سبق اتهامه في قضية تمس الشرف أو النزاهة؛ إذ ما مدى مسؤولية هذا الوزير عن انحراف شقيقه أو قريبه.. فهل يصح الإساءة لسمعة الوزير بدون ذنب جناه؛ ولكن الأمر يختلف إذا كان هذا الشقيق مدان في تهم تمس استغلاله لنفوذ شقيقه وتستتر الشقيق الوزير على هذا الاستغلال أو شاركة فيه.

ولكن يظل هذا النوع من الحملات الصحفية التي تكشف عن الانحرافات والفساد إحدى المهام الرئيسية للصحافة الناجحة، وخاصة في المجتمعات الديمقراطية. وفي أوروبا وأمريكا استطاعت الصحافة أن ترسل بالعديد من السياسيين والنقابيين وكبار رجال الأعمال المنحرفين إلى السجون، ولعل أبرز الأمثلة لذلك الحملة التي كشفت فيها صحيفة واشنطن بوسط الأمريكية في يونيو 1972 فضيحة ووتر جيت، وتورط الرئيس الأمريكي الأسبق نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي، وهو الحزب المنافس للحزب الجمهوري الذي ينتمي إليه الرئيس نيكسون. وقد انتهت حملة واشنطن بوسط باستقالة نيكسون من رئاسة الولايات الأمريكية إحدى الدولتين العظميين في عالمنا المعاصر

كذلك فإن الصحافة الأمريكية هي التي كشفت عن تهرب سبيرو أجينيو نائب الرئيس الأمريكي السابق نيكسون من الضرائب، وحصوله على رشاوي من بعض كبار رجال المال؛ لتسهيل صفقاتهم مع الحكومة، بالإضافة إلى عدد آخر من التهم، والتي انتهت بإجباره على الاستقالة من منصبه الهام.

ثم هناك الدور الذي لعبته الصحافة في الكشف عن فضيحة رشاوي شركة لوكهيد، والتي أطاحت برئيس وزراء اليابان وعدد آخر من كبار السياسيين في العالم، الذين ثبت تقاضيتهم رشاوي من هذه الشركة؛ لتسهيل صفقاتها التجارية مع الحكومات التي ينتمي إليها من أشارت إليهم أصابع الاتهام.

وفي مصر استطاعت دار أخبار اليوم الكشف عن الانحرافات في الاتحاد التعاوني الزراعي؛ حيث انتهت الحملة الصحفية بعزل المسؤولين عن الاتحاد وتحويلهم إلى المحاكمة.

كذلك نجحت صحيفة أخبار اليوم في الكشف عن الانحرافات في هيئة الأوقاف المصرية، انتهت بعزل كبار المسؤولين فيها، ثم تحويلهم إلى القضاء.

وهناك العديد من الصعوبات التي تواجه الصحفي عندما يتصدى لتغطية حملة تمس حالة من حالات الانحراف أو الفساد في المجتمع، فهناك كثير من المواطنين الذين يعرفون بعض التفاصيل عن هذه القضية قد يمتنعون عن الحديث؛ بل قد يفتقون ضد الصحفي، ويحولون بينه وبين الوصول إلى الحقيقة، وذلك إما لخوفهم من التورط في الفضيحة أو لمجرد الخوف من أن تذكر أسماؤهم مقرونة بمثل هذه الفضيحة، أو قد تكون رغبة في حماية أو تعاطف مع جار أو زميل أو رئيس سبق أن عمل معه فترة من حياته، أو خوفاً من تهديد محتمل؛ ولكن من ناحية أخرى قد يجد الصحفي مساعدات قيمة من رجال البوليس أو رجال النيابة؛ رغبة منهم في الشهرة أو المجد، حين تذكر أسماؤهم في الصحف مقرونة بأنهم يحاربون الفساد في المجتمع؛ بل إن الصحفي قد يجد مساعدات قيمة عن بعض نواب البرلمان أو بعض كبار المسؤولين حين يتقدمون ببعض معلوماتهم عن الفساد.

والمذكرات أو البيانات التي يسجلها الصحفي في "النوتة" الخاصة به ليست كافية لإثبات أن المعلومات أو البيانات التي أدلى بها إليه بعض الشهود صحيحة، ونادرًا ما يعتد بها أمام القضاء، كذلك فإن أجهزة التسجيل غير معترف بها في المحاكم لسهولة تزيفها أو تعديلها؛ ولكنها مفيدة خارج المحكمة؛ إذ إنها كثيرًا ما تؤدي إلى انهيار

المتهم واعترافه في حالة سماعه تسجيلاً لنفسه يكشف عن انحرافه؛ ولكن يجب الحرص على استعمال هذه الوسيلة في إطار القانون.

أما أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصحفي لحماية نفسه من الاتهام بالقتل أو التشهير، وإثبات الانحراف أو الفساد، هي أن يحاول ضمان أكبر عدد من الشهود في القضية؛ ولكن بشرط أن يتأكد الصحفي من صلابة الشاهد وعدم إمكانية تغييره لشهادته من أجل المال أو تحت ضغط التهديد، وهناك بعض الصحفيين الذين يلجؤون إلى تسجيل أقوال الشهود أمام أحد المحلفين، وذلك في أمريكا وأوروبا؛ ولكن المهم في كل الحالات هو دراسة الشهود دراسة دقيقة وواقعية من جميع الوجوه قبل الوصول إليهم وتسجيل أقوالهم. وفي الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية يستخدم الصحفيون أجهزة تسجيل دقيقة لتسجيل بعض الاعترافات أو تسجيل جوانب من ألوان الانحراف أو الفساد. وبعضهم يعمد إلى إخفاء هذه الأجهزة في أزرار القميص أو الجاكت أو في دبوس ربطة العنق؛ ولكن لا بد من الحرص على عدم استخدام الوسائل غير القانونية؛ كمراقبة مكالمات التليفون، وغير ذلك من الوسائل التي تضع الصحفي تحت طائلة القانون؛ لتدخله في حريات الآخرين.

كذلك يجب على الصحفي أن يحرص على عدم الاعتماد على الشهود الذين يستعدون للشهادة من أجل المال، حتى لو كانت شهادتهم صحيحة؛ فإن صحافة دفتر الشيكات -كما تطلق الصحف البريطاني على بعض الصحف الأمريكية- غير مضمونة العواقب؛ لأن الشاهد قد يغير أقواله من أجل مزيد من النقود. إن صحافة دفتر الشيكات قد تدفع بعض الصحفيين إلى تزوير الفصائح من أجل الحصول على الشهرة أو المال؛ كما حدث مع صحيفة الديلي ميل البريطانية في قضية اللورد ليلاند في صيف عام 1977، وحقيقة القضية أن أحد محرري صحيفة الديلي ميل نشر خبراً عن اللورد ليلاند، وهو أحد أثرياء إنجلترا، وله مجموعة من الشركات الدولية التي تتعامل في صفقات بمئات الملايين من الجنيهات، ونشر محرر الديلي ميل خطاباً باسم اللورد ليلاند يوصي فيه بمنح رشوة لعدد من كبار السياسيين والمسؤولين في عدد من الدول؛ لتسهيل عدة صفقات لإحدى شركاته، وهددت فضيحة العديد من السياسيين والمسؤولين في إنجلترا أو بعض دول العالم بفقد مناصبهم، واحتمال تقديمهم إلى القضاء؛ ولكن لم يستمر الأمر طويلاً، واكتشف زيف الحملة التي نشرتها الديلي ميل، فقد اتضح من تحليل مضمون الخطاب المنسوب إلى اللورد ليلاند أنه مزور؛ لأنه وجد بالخطاب أخطاء إملائية؛ بينما عرف اللورد ليلاند بتمكنه من اللغة الإنجليزية، وهكذا انهارت الحملة كلها. وتم القبض على محرر الديلي

ميل الذي اعترف بأنه اختلق الحملة، وأنه استعان بأحد المديرين العاملين في إحدى شركات اللورد ليلاند؛ ليزور له الخطاب مقابل عدة آلاف من الجنيهات، وكان موقفاً للديلي ميل لا تحسد عليه، واستغلت الصحف البريطانية الأخرى الفرصة وطالبت باستقالة مستر ديفيد انجلش رئيس تحرير الديلي.

ولا بد أن ننتبه إلى أن الشهود الذين يقبلون الشهادة من أجل النقود قد يبالغون في شهادتهم من أجل الحصول على أموال أكثر، وهو الأمر الذي يمكن أن يعرض الصحيفة إلى إدانة شخص بريء.

كذلك فإن الصحيفة التي تتعهد بإعطاء الشاهد الرئيسي أموالاً قد تجد نفسها في موقف مدان في المحكمة بتهمة التأثير على العدالة. مثل ذلك: فضيحة بروفيمو وزير البحرية البريطانية، الذي تورط في علاقة غير شرعية مع كريستين كيلر، استغلها أحد الجواسيس السوفيت للحصول على معلومات عن الجيش البريطاني، فقد كشفت الحملة شهود مزيفين كذبوا مقابل أموال دفعت إليهم، وقد كشفتهم الصحافة وقدمتهم إلى المحاكمة.

كذلك فمن الضروري أن يلجأ الصحفي الذي يهتم بتغطية حملة عن انحراف أو فساد أو يكشف فضيحة نقابية أو مالية أو أخلاقية إلى محامي أو مستشار قانوني يحدد له مدى قانونية تحركاته أثناء تغطية الحدث، والمحامي الرديء هو الذي سيقول للصحفي ما يجب أن يمتنع عن نشره، أما المحامي الذكي فهو الذي يبين للصحفي إلى أي مدى يمكن أن يذهب في النشر.

ومن الأفضل أن يعمل الصحفي في مثل هذه الحالات على أن تكون جميع الأقوال والتصريحات التي يحصل عليها موقعة من أصحابها وفي حضور شهود، كذلك عليه أن يعمل نسخاً مصورة من المستندات التي يحصل عليها كلما أمكنه ذلك، وعليه ألا يستخدم مستندات مسروقة، وإلا تعرضت شهرته للخطر وعرض نفسه للمحاكمة. مثال ذلك: أن دانيال الزبرج الذي سرق سبعة آلاف وثيقة من وثائق وزارة الدفاع الأمريكية "البنجابون" عام 1971 الخاصة بفضائع الجيش الأمريكي في فيتنام، ونشرها متتابعة في صحيفة النيويورك تايمز، قد عرض نفسه للسجن عدة سنوات من أجل حصوله على وثائق مسروقة.

وفي مثل هذه الأخبار أيضاً لا بد أن يحرص الصحفي على البحث عن أكبر عدد من الأدلة غير الشهود، وهو يمكن أن يجد بعض هذه الأدلة في سجلات ووثائق الحكومة الرسمية المسموح بالبحث فيها ونقلها؛ مثل: سجلات الوزارات والمحاكم والهيئات والمؤسسات العامة وأرشيف الحكومة نظير رسم معلوم، ففي بريطانيا مثلاً هناك مكتب الوثائق العامة؛ حيث يوجد به جميع وقائع وسجلات المجالس البلدية والمحلية في بريطانيا، ويمكن الاطلاع عليها، وهي تبين تفاصيل مدفوعات الشركات ومرتببات الموظفين الرسميين وامتلاك الأسهم والسندات ونصوص العقود الخاصة بالبيع والشراء وغير ذلك من الأمور المشابهة. وفي هذه السجلات الرسمية المصرح بالبحث فيها يمكن للصحفي الكشف عن النمو في ثروات بعض المسؤولين وظروف وملابس حصولهم على ثرواتهم، وما إذا كانوا قد أساءوا استخدام سلطتهم في الحصول عليها.

ومن المؤسف أن مثل هذه المعلومات غير متوفرة للصحفي العربي؛ حيث لا توجد سجلات أو أرشيف به هذه المعلومات في بلادنا، وإذا وجد بعضها فهي تعتبر سرّاً من أسرار الدولة لا يباح للصحف البحث فيه، فقد عجزت الصحافة المصرية مرة عن الحصول على أسماء من يفتحون مكاتب الاستيراد والتصدير من أقارب المسؤولين؛ بسبب عدم وجود المعلومات المنظمة عن مثل هذه الأشياء.

وفي مثل هذه الحالات يمكن للصحفي أن يطلب هذه المعلومات من القراء أنفسهم، فمن يعرف شيئاً يبعث به للصحيفة، وقد نجحت هذه الوسيلة في حالات كثيرة، فقد استطاعت صحيفة وسترن ميل البريطانية أن تكشف طرق التحايل في ملكية الأراضي في مدينة كاردف، عن طريق كشفها لإحدى حالات التزوير في ملكية قطعة أرض حكومية والاستيلاء عليها، وطلبت من القراء موافقاتها بالحالات المماثلة، وكان أن وجدت بين يديها عشرات الحالات معتمدة بالوثائق والمستندات. ونفس الأمر كررته نفس الصحيفة في الشكوى.

من أن اختبار نظار المدارس في جنوب ويلز يتم عن طريق الرشوة بالنقود، وحققت الصحيفة في الاتهام، وطلبت من القراء أن يشاركوها في كشف الحقائق والأسرار المتعلقة بالموضوع. وقد مد القراء الصحيفة بالمعلومات المطلوبة؛ ولكن في طريق عكسي؛ إذ أثبتوا أن الاتهام غير صحيح، وقد اتضح ذلك بالفعل باستثناء حالة واحدة فقط تم فيها تعيين أحد النظار مقابل رشوة.

ففي مثل هذه الحالات لا بد للصحفي أثناء تغطيته للحملة أن يتخذ الاحتياطات الكافية لعدم الإساءة إلى الأبرياء (أبو زيد، 1990، 251-257).



- أبو زيد، فاروق. (1990). فن الكتابة الصحفية، (ط.4). القاهرة: عالم الكتب.
- خضور، اديب. (2007). مدخل الى فن التحرير الصحفي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
-



الفصل العاشر

الصورة الصحفية

أولاً- مفهوم الصورة

ثانياً- خصائص الصورة

ثالثاً- الصورة الصحفية: الخصائص والسمات

رابعاً- بين الصورة الصحفية والريبورتاج

خامساً- مميزات المصور الصحفي

سادساً- معايير انتقاء الصورة الصحفية

سابعاً- اختيار الصورة الصحفية وإخراجها

ثامناً- مجالات استخدام الصورة الصحفية



الفصل العاشر

الصورة الصحفية

أولاً- مفهوم الصورة :

إن مفهوم الصورة بالنسبة لعلوم الإعلام يشمل جزأين: الصورة المتحركة والصورة الثابتة.

وما يميز إحداهما عن الأخرى هي الحركة، وهذا ما يدفعنا إلى الحديث عن صنفين من الإدراك:

فالصورة المتحركة تفرض على مشاهدتها حركتها الخاصة بها في مجال الزمان والمكان الذين هما حقيقيين، بينما الصورة الثابتة فلا تفرض على مشاهدتها إلا ذلك الحيز المكاني المحدد، أما الزمن فلا مجال له في الصورة الثابتة إلا إذا تحدثنا عنه كقيمة رمزية أو إذا أقرناه بالوقت الذي يتواجد فيه المشاهد.

ومن جهة أخرى، يمكننا تقسيم الصورة بحسب رأي (أبراهام مولس) إلى صنفين:

- صورة فنية.

- وصورة وثائقية أو مهنية.

حيث يعرف (أبراهام مولس) الصورة بقوله: "الصورة هي حامل من حوامل الاتصال البصري، وهي تجسد لنا جزء من محيطنا المرئي (الذي نبصره).. والصورة هي إحدى الدعائم الأساسية في وسائل الإعلام الجماهيرية (الفوتوغرافيا، التصوير، النحت، السينما، التلفزيون) وعالم الصورة ينقسم إلى صور ثابتة وصور متحركة".

كما أن الصورة هي تجربة بصرية تتموضع إما بين نقطة وأخرى، وهذا يعني بين شخص وآخر، وإما كرسالة تنتقل عبر المكان أو الزمان أي من مرحلة إلى أخرى.

ومن هذه التعاريف نخلص إلى أن الصورة تعتبر من أهم الدعائم الاتصالية التي لا يمكن للإنسان الاستغناء عنها، مهما تعددت الدعائم والوسائل، وأهميتها هذه ترجع إلى تلك الخصائص التي قلما نجدها في الاتصال الشفهي أو الاتصال الكتابي الذي عادة ما يستوجب اللغة المشتركة بين المتصل والمتصل به (عفان، 2005).

ثانياً- خصائص الصورة:

تتفرد الصورة الثابتة بخصائص عدة يمكننا إجمالها في النقاط التالية:

1 - الصورة عالمية:

الجميع يفهمها باختلاف لغاتهم، وحتى الأميين الذين يجهلون القراءة.

2 - إنها تمدنا بمجموعة كبيرة من المعلومات: التي يعجز النص عن إمدادنا بها بنفس تلك الدرجة من التكامل والاختصار.

3 - الفورية وسرعة القراءة:

فالوقت الذي نقضيه في قراءة الصور أقصر بكثير من الوقت الذي نقضيه في قراءة نص كتابي وصفي.

4 - الصورة تتصف بالشمولية:

وهذا يعني أننا عندما نطلع على الصورة فنحن نطلع على الكل أي على المجموع، أما التفاصيل فتأتي فيما بعد متزامنة مع تفحص بصرنا لأجزائها.

5 - إنها تخترق حدود الزمان والمكان:

فنحن مثلاً من خلال الجداريات المصرية أو البابلية نلتصق بحدث وأشخاص مضت على وجودهم ملايين السنين.

6 - متعددة القراءات:

فهي قد يفهم منها عدة معاني تختلف باختلاف المشاهدين، حتى أنها يمكن أن تعطي معنا مغاير تماماً للمعنى الذي أراده لها صاحبها.

7 - الصور قد تحتاج إلى نص توضيحي لكي تفهم بدرجة أكبر، فالنص يضيف على الصورة معنًاً معيناً يريده صاحبه.

8 - إن الصورة قد تغير الحقيقة:

وهذا أمر غير مستغرب، فمثلاً الصورة الفوتوغرافية تصور لنا ما تراه عين ملتقط الصورة، فهي تشير إلى ما أهتم به صاحبها وعنا.

9 - الصورة قد تشير إلى معنى أبعد مما تتضمنه:

وهذا ما نسميه بالإسقاط، مثلاً مشاهدتنا لصورة شخص يحمل عصا بيده وقبعة مستديرة فوق رأسه وخلفه ساعة (بينغ بانغ) ساعتها سنفهم مباشرة انه إنجليزي.

10 - بإمكان الصورة تمثيل أشياء تخرق قوانين الطبيعة وتتعدى ما هو منطقي أو اعتيادي مألوف، ونجد هذا كمثال في جداريات الأهرامات أين ترسم وجوه الأشخاص جانبية بينما تظهر العيون كاملة أو جبهية وهذا ما نجد أيضاً في لوحات (بيكاسو) الغربية التي قد تمثل وجهاً بأنفيين مثلاً بدلاً من انف واحد، كما أن بإمكان الصورة أن تمثل أمراً يستحيل إيجاده في الطبيعة أصلاً.

11 - ثم أن الصورة من أهم خصائصها أنها بإمكانها أن تشبه الموضوع المصور - المرجع - بدرجة كبيرة أو نسبية، المهم أن الجميع بإمكانهم أدراك المرجع الطبيعي لتلك الصورة، وهذا على خلاف اللغة المنطوقة، فمثلاً صورة نحلة ترجعنا إلى النحلة الطبيعية بغض النظر عن دقة التصوير ودرجة واقعيته، أما كلمة (نحلة) لا تشبه في شيء شكل حشرة النحلة (عفان، 2005).

ثالثاً - الصورة الصحفية: الخصائص والسمات:

ولعل أهم ما يميز التصوير أنه فن هادف له أغراضه المحددة، كما أنه يرتبط بالواقع، ويرمي إلى الخوض في الحقائق والمجريات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإنسانية المحيطة بنا. وإذا كان الفنان ينظر إلى الصورة على أنها وسيلة من وسائل التعبير الجمالي، فإن الصحفي ينظر إليها على أنها وسيلة من وسائل الإعلام، وهي على ذلك تدخل في نطاق الفن التطبيقي لا الفن الجميل. فالقيم الجمالية المجردة التي تهم الفنان وتجعل من الصورة لوحة متكاملة فنيا قد تصبح بالنسبة للصحفي زائدة ولا داعي لوجودها بل لا بد من الاستغناء عنها، حتى تتركز الصورة في القيم الإخبارية الصحفية دون غيرها. فالمنظر الخلفي أو الأرضية كالسماة الزرقاء أو الأشجار تؤدي وظيفة فنية في التصوير الجميل، ولكنها تعوق الوظيفة الإخبارية، مما يجعل المخرج الصحفي يبادر إلى قص هذه الزوائد والاستغناء عنها، حتى لا تشوش على القارئ أو تشتت انتباهه إلى نواحي أخرى لا لزوم لها.

فالمصور الصحفي يتأكد دائما من أن كل تفصيل يسهم في المعنى المحوري للصورة، وبالتالي ينبغي أن يحذف كل تفصيل ينتقص من هذا المعنى المحوري. فإذا كانت هناك حاملة معاطف وراء منضدة الاجتماع، وجب أن تزال من مكانها، وإذا كانت على المنضدة مجموعة من الأوراق مستقرة بإهمال على طرفها، وجب دفعها إلى وسط المنضدة لإعطائها ما يوحي بأن استعمالها فوري وشيك، وإذا ما كانت في خلفية الصورة نافذة تكشف عن تفصيل يصرف النظر عن الموضوع الرئيسي، وجبت إزاحة المنضدة فورا حتى لا تظهر النافذة. وذلك أن التفصيلات كلها يجب أن تنطق بلسان واحد هو الفكرة الأساسية المحورية أو الموضوع المراد نقله إلى الجماهير.

وغالبا ما يطرح المتهم بالتصوير هذا السؤال: ما الذي يجعل الصورة الصحفية ناجحة؟ ولما كان التصوير فنا ابتكاريا خلاقا، فإنه من الصعب الإجابة عن هذا السؤال بمجرد وضع مجموعة قواعد أو إيراد قائمة ببعض الخصائص. ولكن مما لا شك فيه أن هناك معايير إيجابية وموضوعية للصورة الصحفية الناجحة يمكن الوصول إليها من دراسة الصور المؤثرة بشكل حقيقي صادق. فأولا يجب أن يكون لكل صورة سبب وجيه في وجودها؛ لأن فن التصوير الصحفي فن وظيفي هادف، بمعنى أن كل عنصر يمكن إلغاؤه دون مساس بالجوهر يجب حذفه، حتى لا تترك شكا في ذهن القارئ حيال وجهة وجود الصورة في الجريدة. فالقارئ لا بد أن يشعر أن كل صورة قد اختيرت نتيجة دراسة وفحص دقيق لكثير من اللقطات. ولا بد كذلك من جعله يشعر أن كل صورة تملأ في الجريدة مكانا بحث أمره بعناية. ويجب ألا يساوره إطلاقا الشعور بأن الصور هي لسد الفراغ ليس إلا، وإنها زرعت كيفما اتفق في مختلف الصفحات. وقد قلنا إن تفاصيل الصورة لا بد وأن تؤكد الفكرة المحورية، ولا يجوز التقاط التفاصيل التي تشتت ذهن، كما ينبغي الابتعاد عن الصورة الجامدة المصطنعة المتكلفة.

ويراعى دائما أن يكون الموضوع الرئيسي للصورة في محورها البصري، وبهذه الطريقة تبقى عين القارئ مثبتة على موضوع التأكيد والإبراز؛ إذ إن شرود عين القارئ إلى جنبات الصفحة وتشتيت ذهنه إلى نواحي أخرى يعد ضعفا في التصوير. وتستخدم عوامل التباين في الحجم والضوء لإبراز الموضوع الرئيسي. فإذا كانت ربة البيت ذات الذوق السليم قلما تفرش غرفة ما بأثاث أحمر اللون كليا مع "ديكور" أحمر كليا، وإنما تبذل جهدها لتحقيق مجموعات لونية متناسقة جذابة، فإن هذا المبدأ ينطبق أيضا على التصوير حيث لا يمكن للستارة البيضاء أن تقدم تباينا يذكر لصورة رجل بملابس فاتحة اللون.

والوضوح من خصائص الصورة الصحفية، كما هو من خصائص الأسلوب الصحفي، فيجب على الصحفي أن يبذل كل شئ أو لبس في المعنى المقصود. وهذا الوضع ينطوي على صعوبة خاصة عندما يقتضي الأمر إظهار شخص في صورة ما ومعه شيء صغير الحجم كقطعة مجوهرات مثلا. فالموظف الكبير الذي يهدى في حفل تكريمه، بمناسبة إحالته إلى المعاش، دبوسا ذهبيا، يجب ألا يظهره المصور وهو يحمل الدبوس لأن حجمه ولونه يجعلان ظهوره شيئا يقرب من المستحيل. وهنا يجب على المصور أن يلتقط صورة لشخص آخر يعلق له الدبوس في رابطة عنقه مثلا أو يقوم بأي حركة تتفق بتقديم الدبوس إليه في علبة فاخرة. وينبغي على المصور أيضا أن يتجنب ظهور أشخاص ثانويين بوجوه جانبية أو بأجزاء من وجوههم. فالهاوي هو الذي يجعل رؤوس الجالسين في الصف الثاني ظاهرة في الصورة، أما المصور المحترف فلا يمكن أن يرتكب مثل هذا الخطأ. ولتقدير الفرق بين التصوير الفني الرفيع وعمل الهواة العاديين، يمكن مقارنة الصور في صحيفة بارزة كبرى بالصور في صحيفة مدرسية أو غيرها من المطبوعات التي يفتقر فيها المصورون إلى الخبرة والموهبة.

والدقة من أهم خصائص الصورة الصحفية وأصعبها، فلقد ولت أيام اللقطات المصطنعة والصور الزائفة، أما الصورة الجيدة فهي التي تتطوي على الواقعية والصدق، ويجب أن تبدو كأنها التقطت دون إنذار مسبق، أي أن المصور التقطها في اللحظة المناسبة تماما. إلا أن خاصية الدقة والصدق عسيرة التحقيق في الحالات التي تقتضي تصوير المواطن العادي. ومن الأمثلة على ذلك حالة زوجين مغمرين ربحا خمسة آلاف جنيه من شهادات الاستثمار وأرادت الصحيفة أن تنشر لهما صورة على ثلاثة أعمدة تعبر عن فرحتهما، ففي هذه الحالة يضطر المصور إلى أن يمضي ساعات دون أن يحصل على لقطة صالحة للنشر الصحفي إذا لم يكن الزوجان من أصحاب المواهب التمثيلية -ونادرا ما يكونان كذلك. وهكذا كم يتمنى المصورون المحنكون المنتدبون للقيام بمثل هذه المهمة أن يكون يومهم ذاك يوم عطلتهم الأسبوعية.

وينبغي كذلك أن يكون الصورة متفقة مع سياسة الصحيفة، فهناك صحف تنشر أخبار الطلاق مثلا على الصفحات الأولى مدعمة بالصور. في حين أن صحفا أخرى لا تنشرها إلا في صفحاتها الداخلية أو لا تنشرها إطلاقا. والصورة الصحفية الناجحة هي التي تثير انتباه القارئ، وتجعله يهتم بمحتوياتها دون أن تؤذي الذوق السليم. فالصور الفاضحة، وصور القتلى والجرحى والمشوهين تبعث على الاشمئزاز والنفور، والصحفي الناجح هو الذي يشعر بمسؤوليته الكبرى إزاء الرأي العام وسلامة المجتمع الذي يعيش فيه.

وقصارى القول، أن فن التصوير الصحفي الحديث ينبذ الأخيلة والأحلام ويتشبث بالواقع، أما الصور الخيالية فقد يكون مكانها معارض الفنون دون الصحف؛ لأن الصحافة تهتم بأمور الحياة اليومية الواقعية، فالصورة الصحفية تشبه الخبر والمقال والتحقيق، أما الصورة الجمالية فهي تشبه الشعر والقصة الأدبية والمسرحية. فالتصوير الصحفي إذن فن واقعي يتصل بالقيم الاجتماعية ويؤثر في أفكار الناس ومعتقداتهم. وما دام الإنسان يثور بطبيعته ضد الظلم، فإنه يجد في آله التصوير ما يجده الكاتب في قلمه والفنان في فرشاته والمحارب في سلاحه، فرسا سانحة ووسائل طيبة للكفاح ونصرة الإنسان وتقدم الحضارة.. فالقاعدة الهامة في فن التصوير الصحفي أنه لا يصور مجرد أشباح أو مناظر فحسب، ولكنه يقوم بمهمة هادفة. أما الصور عديمة المغزى فلا تدخل في نطاق فن التصوير الصحفي (الإمام، ص ص 301-304).

رابعاً- بين الصورة الصحفية والريبورتاج:

الشخصية الإنسانية هي الأساس وهي مركز الثقل الأساسي في الصورة الصحفية (البورتريه) والحدث ليس أكثر من مجرد خلفية للشخصية الإنسانية.

يهتم الريبورتاج بالإنسان والعلاقات الإنسانية ولكنه، على عكس الصورة الصحفية، لا يرسم، وبالتالي، لا يقدم صورة كاملة للشخصية، بل يقدم صورة عامة عن الحالة وعن الظروف التي توجد فيها الشخصية أو يوجد فيها الناس وتشكل الشخصية الإنسانية جانبا واحدا من هذه الظروف ويبقى الحدث وليس الشخصية الإنسانية، هو البطل في الريبورتاج. أما في الصورة الصحفية فإن الشخصية الإنسانية هي البطل وهي الأساس والحدث هو الخلفية (خضور، 2011، 126).

خامساً- مميزات المصور الصحفي:

لقد رافق التغيرات التي أصابت التصوير الصحفي تغير في دور المصور. فلم يعد المصور ذلك الرجل الذي يلتقط الصور للصحيفة والذي كان ينظر إليه على أنه مخلوق يستأهل الحب ولكنه بطيء الفطنة والتفكير، كان خليقا بأن يكون مخبرا أو محررا لو كان يمتلك قسطا أكبر من الذكاء والموهبة والاقترار. ومع أن هذا المفهوم كان

له نصيب من الشعبية والانتشار يفوق نصيبه من الصحة، فإن الحقيقة الواقعية هي أن المصور قلما كان أكثر من عامل يعتمد على إدارة آلة التصوير. غير أن هذا المفهوم قد تغير تماما، وأصبح المصور الصحفي ليس مصورا فقط وإنما هو صحفي أيضا يتمتع بعدة مزايا أهمها الحس الفوتوغرافي والقدرة على التحليل والموازنة وإتقان فنون التصوير من تشغيل للآلات إلى استخدام للمعدات وكذلك عمليات التحميض والطبع والتكبير والتصغير وغيرها. هذا فضلا عن العناية بالقيم الأخبائية والدراية الواعية بأساليب معاملة الناس، مع إلمام بالنواحي القانونية المتصلة بالنشر وجرائم السب والقذف، ومقدرة فائقة على العمل في الظروف الصعبة.

فليس المصور الصحفي مجرد صانع أو صاحب حرفة، ولكنه في حقيقة الأمر صحفي له رسالة فنان يفعل بالأحداث ويتأثر بحسه المرفه، ويدرك المواقف ويقدرها تقديرا اجتماعيا بحسه الصادق. فإذا رأى منظرا مؤثرا لا يكتفي بذرف الدموع، بل تتحرك يده إلى زناد آلتة ليلتقط صورة صادقة يعلم بذكائه الصحفي أنها لا بد وأن تتحرك مشاعر الناس كما حركت مشاعره. وقد يشاهد المصور منظرا مضحكا فلا يكتفي بالضحك بل تتحرك أصابعه ليلتقط صورة معينة من زوايا فنية تثير الضحك بين القراء. أما بلبد الحس الذي لا يفعل بالأحداث ولا تتحرك مشاعره بمآسي الحياة ومهازلها فإنه لا يصلح مصورا ولا صحفيا. فمما لا شك فيه أن قوة الخيال والحساسية وإدراك مزايا الصورة الجذابة وخصائصها هي أهم صفات المصور الصحفي. وإذا كان المصور يلتقط معظم الصور بموجب تعليمات من رئيس تحرير القسم المصور أو غيره من رؤسائه، فإن قراراته في ميدان العمل تظل هي القوة الحاسمة المقدرة للصورة الفعلية التي يلتقطها. وهذه هي المميزات التي تجعل مصورا صحفيا يمتاز على غيره، كما أن ذلك ما تشهده عندما نتوجه إلى معرض للصور الصحفية الناجحة.

والحس الفوتوغرافي موهبة تصقلها الخبرة والدراسة بحيث تصبح الحياة بالنسبة للمصور سلسلة طويلة من الاحتمالات التي يمكن أن تلتقط بالعدسة. وهكذا ينظر إلى كل مجال وكل حدث وكل حركة من زاوية الصورة التي يمكن أن تعبر عنه. فمثلا يجب أن ينظر إلى الطفل الذي يحبو وراء أمه، والرجل المتكاسل على مقعده ينفث دخان سيجارته، والجمهور الذي يتدافع وراء أتوبيس مزدحم بالركاب، على أنها موضوعات قابلة للتصوير. وفي كل مناسبة يجب أن يفكر المصور في أفضل طريقة يلتقط بها الجوانب التصويرية التي تعبر عن جوهر المشهد. ولا يمكن أن يفعل ذلك إلا إذا أسعفته قدرته على معالجة جهازه التصويري في يسر وبساطة. فالمصور الصحفي كالجندي لا بد وأن يعرف قيمة سلاحه ومداه وطرق استعماله، وهو في نهاية الأمر يستطيع أن يعمل بآلة التصوير والمعدات الأخرى كالعدسات الملحقة والفلش والأفلام وكأنها جزء من نفسه. ويعرف المصورون الصحفيون أنهم كثيرا ما تضطربهم الظروف إلى التقاط الصور في الظلام الدامس دون الاستعانة بعود ثقاب أو حتى ضوء سيجارة. ففي الغارات الجوية مثلا تحظر الإضاءة بجميع أنواعها. وفي ظروف أخرى كتصوير الحرائق والحوادث المماثلة يقوم المصور الصحفي بالعمل في الظلام.

والمصور لا يستطيع أن يحقق نتائج طيبة إلا بالعلم والمران حتى يصل إلى التلقائية في العمل؛ لأن عملية التصوير ينبغي أن تتركز على الموضوع نفسه، لا على الآلة وغيرها من المعدات.

ولا بد للمصور الصحفي أن يتقن فن معاملة الناس. وعلى العموم فإن الأشخاص المرشحين للتصوير يصنفون في ثلاث فئات: فئة قابلة للتعاون وفئة غير قابلة للتعاون، وفئة غير قادرة على التعاون. والفئة الأولى تتمثل في ثلاثة أنواع من الشخصيات: الفرد المغمور الذي يسره أن يجد صورته منشورة في الصحيفة، ونجمة الشاشة أو المسرح الراغبة في الدعاية لنفسها، والشخص المسهم في حملة يريد أن يروج لها. أما فئة غير القابلين للتعاون

فيمكن تمثيلها بالشخص الذي اعتقل لجريمة ارتكبتها، والإنسان الخجول الذي تزعجه الدعاية الشخصية حقاً، والفرد الذي يضبط في ظروف محرجة. ويمكن تمثيل فئة غير القادرين على التعاون بشخصية المشترك في أحداث مشاجرة أو مباراة رياضية أو مصارع الثيران وهو الممعة، أو رجل المظلات وهو يهبط بمظلته. والمشكلة التي يواجهها المصور هي مع الفئة الثانية، وهي تحتاج إلى براعة وكياسة في المعاملة. ويحذر المصور الصحفي دائماً من الوقوع في شرك جرائم القذف والسب أو التشهير، شأنه في ذلك شأن الصحفي الذي يستخدم الكلمة، ولذلك كان عليه أن يدرس شيئاً من قوانين النشر وجرائمه. (الإمام، ص ص 304-306).

سادساً-معايير انتقاء الصورة الصحفية:

أدت التطورات التكنولوجية المتتابة في صناعة رسائل الإعلام الى الدخول في عصر جديد يتميز بتدفق إخباري متلاحق لما يجري في مختلف أنحاء العالم، وقد اتخذت الصورة الصحفية في هذا المجال مكاناً متميزاً في نقل ما يدور من أحداث لما تتميز به من قدرة فائقة على نقل المعاني والتعبيرات والمشاعر بأسلوب يصعب أن تعبر عنه الكلمات.

وقد أدى هذا التطور في عصر الصحافة المصورة الى تنامي الحوار حول المعايير التي تحكم انتقاء الصورة الصحفية وتوظيفها، وتحديد أولويات النشر، وموقعها في الصفحة، وغيرها من المعايير التي أصبحت تنعكس بالتالي على كم المعلومات والأخبار وقيمتها.

ونظراً لأن الصورة الصحفية بما تملكه من مزايا متعددة تجعلها محورياً لاهتمام العديد من أطراف العملية الصحفية، يتلقاها الجمهور لتلبي احتياجاته في معرفة ما يدور من أحداث في العالم، بعد أن يتسابق الى التقاطها المصورون سعيّاً وراء إنفراد صحفي أو تغطية صحفية أكثر حيوية، ويسعى المخرجون من خلالها لإضفاء مزيد من الجاذبية على صفحاتهم وللتعبير عن سياسات الصحف واتجاهاتها.

حيث تشير دراسة جان سنجر الى أن رؤية الصحفيين لدورهم لا تقتصر على جميع المعلومات ونشرها، بل تتعداه الى صياغة الوجدان والفكر وصنع التغيير، ومن هنا تبدو الحاجة الى صحافة إبداعية تعتمد على المصادقية وإدراك الدور الذي ينبغي القيام به.

ويرى الباحثون أن هناك تأثيرات خارجية عديدة تؤثر على هذا الدور الذي ينبغي أن تقوم به المؤسسات الصحفية تتمثل في التأثيرات الحكومية بمستوياتها، وتأثيرات النظام التشريعي والقضائي على طريقة اختيار المضمون الصحفي وتأثير المساهمين في هذه المؤسسات. وكذلك تأثير القيم والتقاليد والممارسات التي تشكل الصحفي اجتماعياً.

وقد أجرى كيني ريموند دراسة حول العوامل المؤثرة في اختيار الصور الصحفية في الصين، ومدى وجود إطار ايديولوجي يحكم هذا الاختيار، وقام بتحليل الصور المنشورة في تسع صحف صينية ذات أنماط متعددة من التمويل، حيث أجرى مقابلات مع مجموعة من رؤساء التحرير والمصورين الصحفيين، وأشارت النتائج الى أن التغطية الصحفية المصورة ايديولوجية في الأساس، تدعم نظرية الحزب المسيطر بدرجة كبيرة، ولا توجد صور تستهدف مجموعات عرقية معينة في الصين، كما أشارت النتائج الى أن الصحف الصينية تنشر صوراً ذات مضامين سياسية متعددة بدرجة أقل من الصحف الأمريكية ولكنها تقاربت معها في نسبة نشر الصور ذات الصبغة الإنسانية والاجتماعية، كما أشارت الى أن الاتجاهات الداعمة للاقتصاد الحر لم يتم دعمها وتأييدها إلا من قبل الصحف ذات التمويل التجاري المستقل.

ولا يتأثر انتقاء الصور الصحفية بالعوامل الخارجية في البيئة أو السياق الاجتماعي فقط، ولكنه يتأثر أيضاً بالعديد من القوى المؤثرة عليه في المؤسسات الصحفية، مثل العلاقة بين الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال سواء العامة مثل الدخل والطبقة والنوع، أو خصائص فكرية أو عقائدية والمحتوى الذي يقوم بإعداده، كما تضع علاقات العمل بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملاءه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً وترسم هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة له، وبالتالي يتوحد القائمون بالاتصال مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة وهو ما يجعل القائم بالاتصال معتمداً بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي ويجعله هذا الانتماء يطور في أسلوبه من خلال ملاحظته للآخرين بجانب أنه عادة مالا يخبره أحد بالسياسات بشكل رسميين ولكن يتعلم من الجماعة ما يجب أن يتجنبه وما لا يتجنبه، فالسياسات لا تملأ كتابته، ولكنها تلاحظ من خلال كيفية اختيار الصور ومعالجتها وهذا يعتمد على الممارسات التقليدية والإحساس الذاتي عن النشر، وهذه عملية التنشئة داخل الجماعة التي تؤثر في القائم بالاتصال نفسه.

وقد أجرى بيزل دراسة على العلاقة بين الموضوعية وعملية صنع قرارات انتقاء الصور الصحفية في الأبواب المختلفة للصحيفة، أكدت نتائجها على أن حراس بوابة اختيار الصور الصحفية يصعب أن يكونوا موضوعيين، لأنهم ليسوا أفراداً وإنما هم حلقة في سلسلة من متخذي قرار اختيار الصور في المؤسسات الصحفية وهو ما يؤكد أن المؤسسات الصحفية في ممارستها لمهامها ووظائفها لتلبية حاجات الجمهور واهتماماته من الصور الصحفية والأخبار تتعرض لعدد من الضغوط السياسية والاجتماعية والرقابية والضغوط الاقتصادية مما يؤثر في النهاية على محتوى الرسائل بالإضافة الى افتراض ضرورة وجود قدر من الاتساق بين اتجاهات صناع قرارات الانتقاء في كل مؤسسة صحفية يعود الى وجود توافق بين خبراتهم واعتمادهم على مصادر مشتركة والتأثير المتبادل في بناء الخلفية المرجعية والتقارب في الآراء وسعيهم للقبول بين الزملاء والرؤساء.

وقد أجرى السيد بهنسي دراسة حول معايير انتقاء الصور الإخبارية في الصحف المصرية بين الجمهور والمصورين والمخرجين الصحفيين، من خلال ثلاث عينات مجموعها 400 مفردة موزعة على الجمهور 300 مفردة و 50 مفردة للمصورين و 50 مفردة للمخرجين بالمؤسسات الصحفية المصرية التي تصدر صحفاً يومية، وأشارت النتائج الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المصورين والمخرجين بشأن العوامل التي تتحكم في اختيار الصور الإخبارية، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين كل منهما والجمهور، فبينما اشتركت العينات الثلاث في ترتيب متقدم لتأثير الأحداث الجارية، جاءت العوامل المتمثلة في جمهور المثقفين والمؤثرات المجتمعية في مرتبة متقدمة بالنسبة لعينة الجمهور، وجاءت المعايير المهنية والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال في ترتيب متقدم بالنسبة للمصورين والمخرجين، كما أشارت النتائج المختلفة الى ارتفاع درجة التقارب بين المصورين والمخرجين بشأن المحاور المختلفة للدراسة، ولم توجد بينهما فروق سوى في وظائف الشكل الخاص بالصور الإخبارية ويرجع ذلك الى وضعهما المشترك كقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية مما يؤثر في الاتجاه العام لمعايير الانتقاء كما تؤثر المعايير المهنية على أولوياتهم، وعلى تشكيل القيم الإخبارية وترتيبها ويؤثر انتظامهم في شبكة من العلاقات الداخلية بالمؤسسة على تحديد الأدوار والمسؤوليات.

كما يتأثر انتقاء الصور الصحفية بدور القائم بالاتصال كحارس للبوابة حيث يعد أحد العناصر الفاعلة في نظام المؤسسة الصحفية الذي يخضع لمجموعة السياسات التي تتفق مع أهداف إنشاء هذه المؤسسة، ويعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسات . التي قد تكون معلنة أو مستترة، ويكتسبها من خلال علاقات الزمالة والانتماء . ضرورة

لاستمرار المؤسسة واستقرارها في علاقتها بالمجتمع ويظهر الالتزام بهذه السياسات من خلال ما يقوم به من عمليات المراجعة لمحتوى الصور الصحفية حتى تتسق مع هذه السياسات سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل، بما يشير في النهاية الى التحيز في انتقاء الصور الصحفية لخدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة والتي تحدد ما يجب وما لا يجب أن يتعلمه القائم بالاتصال أثناء ممارسته لعمله.

وأجرى مارشال فيليب وثرينهل اشتون دراسة تجريبية على 39 مصوراً صحفياً من المحترفين والهواة لتحديد متى يكون المصور الصحفي مستعداً لالتقاط الصور، وقد تم تعريضهم لرؤية لقطات تم تصويرها بالفعل لممثلات في أوضاع متدرجة من الحالات العادية الى الحالات غير مألوفة ومتدرجة في التأثير حتى الوصول الى مرحلة الانفعالات العارمة، وتم وضع نوعين من الأزرار أحدهما يضغط عليه المصور عندما يفضل تصوير نفس الصورة والثانية عندما لا يرغب، وأشارت النتائج الى أن المصورين المحترفين كانوا أكثر ثقة وخبرة في اختيار الصور، وتتناقص بزيادة معدل التأثيرات السلبية داخل الصور.

كذلك تتأثر عملية انتقاء الصور الصحفية بتوقعات القائم بالاتصال من جمهور المتلقين، وتصوراته عن علاقة خصائص هذا الجمهور بالأنماط السلوكية المستهدفة، وهذا التصور يؤثر في اختياره لأنواع الصور ومحتواها وشكلها حتى يحقق الهدف الاتصالي الذي يسعى اليه، كما تتأثر عملية انتقاء الصور بمدى انتماء القائم بالاتصال الى الجماعات المرجعية التي تعتبر عنصراً محدداً من محددات الشخصية لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد.

وتميل الجماعات المرجعية ذات المصلحة الى رؤية كل الأحداث وتفسيرها في إطار مفهومها الضمني لاهتمامها المشترك الذي تجمعت حوله مثل نقابات الصحفيين، ويعكس الانتماء المعايير الاجتماعية والثقافية ومدى تمسك القائم بالاتصال بها بحيث تصبح إطاراً مرجعياً له في التفسير والإدراك والسلوك ويمكن الاستناد الى نظرية المعايير الثقافية في رسم توقعات القائم بالاتصال عن أهداف الصور الصحفية حيث يسترشد بهذه المعايير في هذا الدور.

لذا ينبغي عند التعرض للصور الصحفية المنشورة أن يؤخذ في الاعتبار التأثيرات المجتمعية وتلك التي فرضتها التطورات التكنولوجية، والميل الى اختيار الأفضل من جانب العاملين في المؤسسات الصحفية، فالصور الصحفية لم تعد مجرد عمل حرفي فقط، وإنما هي أداء مشتق من عوامل الثقافة التي تعكسها.

وفي عام 1991 حصل المصور الصحفي جريجوري مارينوفيتش على جائزة بوليتزر في مجال الصور الإخبارية وذلك لتسجيل مصرع جاسوس من قبيلة الزولو بسويتو بجنوب إفريقيا خلال المؤتمر القومي الأفريقي... وبشأن هذا الحدث أجرى أوبرين دراسة تحليلية للصور المنشورة يومي 16 و17 سبتمبر 1990 في 57 صفحة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، كما تم إجراء استقصاءات مع رؤساء 28 صحيفة للتعرف على عوامل اختيار صور هذا الحدث، والتي تم تصنيفها في ست فئات تتضمن: إلقاء القبض. الإزعاج. الضرب. السحب على الأرض. الطعن. الحرق، وهي الفئات التي تعكس تتابع الحدث، وأشارت النتائج الى أن هذه الصور قد أحدثت صدمة فنية في الصحف، ولكن كان لها صدى مؤثر بسبب شدة دراميتها وهو ما دفع القائمين على الصحف لنشرها، ودافع 42 % من القائمين على اتخاذ قرار نشر الصور الخاصة بطعن الجاسوس وحرقه بأن دلالات الصور وأهميتها قد فاقت جميع الاعتبارات الأخرى، بينما أشار 30 % من العينة الى أنهم قاموا بنشر الصور الأقل شدة، بينما لم تنشر 28 % من صحف الدراسة أية صورة.

كما تتأثر عملية انتقاء الصور الصحفية أيضاً بالسياق التنظيمي، والإجراءات الروتينية مثل تأثيرات مجالس التحرير وإدارة التحرير، والتأثيرات التقنية، وعامل الوقت والمتابعة الإخبارية مما يؤثر في النهاية على تشكيل القيم الإخبارية وترتيبها في مؤسسة ما، والتي قد تختلف مع ما يحدث في العالم الخارجي أو توقعات القراء، ولكنها تعتبر في النهاية نتيجة للبناء التنظيمي للعلاقات والإجراءات التي تؤثر على الناتج النهائي لصور الصحفية، كما يتأثر انتقاء الصور الصحفية أيضاً بالعلاقات بمصادر الصور والمعلومات وإن كان من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بانتقاء الصور ومصادرها، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم، ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل بينهما في كل الأحوال، أو التقرير بسيادة تأثير أيهما على الآخر في بعضها، ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها في أغلب الأحوال.

وقد أجرى السيد البهنسي دراسة تحليلية للتعرف على دور الصور الصحفية في دعم السياسات التحريرية للصحف الحزبية، وأجرى الباحث هذه الدراسة على ثلاث صحف حزبية ممثلة لتيارات اليمين واليسار والوسط وهي صحف الوفد و مايو والأهلي وذلك خلال عام 1922 ، وأظهرت النتائج تأثير السياسة التحريرية للصحف الحزبية على نوعية القضايا التي ركزت عليها الصور الصحفية، فقد جاءت الصور الصحفية الخاصة بقضايا الممارسة الديمقراطية في الترتيب الأول بجريدة مايو وذلك في إطار الدفاع عن سياسات الحزب والرد على انتقادات الأحزاب الأخرى، بينما اشتركت صحيفتا المعارضة في الاهتمام بالصور الصحفية الخاصة بالقضايا الاقتصادية والتي جاءت في الترتيب الأول لكل منهما وذلك لصلتها الأساسية بحياة الإنسان المصري ثم القضايا الأمنية التي تمس أولوياته وأمنه، كما أثر الاتجاه الحزبي للصحف على اتجاه مضمون الصور الصحفية فقد اشتركت صحيفتا المعارضة بارتفاع نسبة الصور الصحفية ذات الاتجاه السلبي ويفارق كبير عن الصور الصحفية ذات الاتجاه الإيجابي، وهي نتيجة تتماشى مع دور صحف المعارضة في كشف السليبيات بهدف إلقاء المسؤولية على عاتق الحزب الحاكم، وتناقضت النتيجة الخاصة باتجاه الصور الصحفية ب مايو مع هذه النتيجة حيث بلغت الصور الصحفية ذات الاتجاه الإيجابي 86 % من إجمالي الصور الصحفية المنشورة وهي نتيجة تتماشى مع تمثيل الجريدة للحزب الحاكم وسعيها لإبراز الإيجابيات لما تم تنفيذه من سياسات لكسب تأييد الجماهير والرد على انتقادات أحزاب المعارضة (عبد الحميد، بهنسي، 2004، ص ص 33-38).

سابعا- اختيار الصورة الصحفية وإخراجها:

ولا شك أن اختيار الصورة الصالحة للنشر من بين عشرات الصور تعد مشكلة هامة يواجهها المخرج الصحفي كل يوم. وهناك مقاييس وإرشادات يهتدي بها المخرج الصحفي عند اختياره للصورة. أما المقاييس الصحفية فهي نفس المقاييس التي يبنى عليها اختيار الخبر للنشر. وأما النواحي الفنية فأهمها الحركة والحيوية والوضوح والقابلية للطبع، ولا يمكن أن تتم عمليات التصوير والحفر بنجاح إلا إذا كانت تفاصيل الأصل واضحة دقيقة. ومن أهم الشروط الفنية التي يجب توفرها في الصورة أن يكون سطحها لامعا وأن تمتاز بالتباين بين الظلال. وليس المقصود بالتباين مجرد تجاوز المساحات البيضاء والمساحات السوداء، وإنما المقصود هو تدرج الظلال تدرجا دقيقا مع قدر من التفاوت بين البياض والسواد لإبراز ملامح الوجه وتفاصيل الأشياء المختلفة كالأبنية والملابس وغيرها. أما التباين الشديد بين الأضواء والظلال فلا يمكن أن يؤدي إلى صور واضحة والمخرج الصحفي يفضل عادة الصور ذات الدرجات المتوسطة على الصور السوداء الداكنة.

ومن المستحيل أن تكون نسخة الصورة المطبوعة مساوية للأصل في الإتقان إذ لا بد أن تفقد النسخة شيئاً من القوة والإتقان اللذين يتوفران في الأصل. ولذلك فإن المخرج الصحفي يصير دائماً على الصور الممتازة المتقنة، ولا يقنع بالحصول على نسخ شبيهة لأن إعادة تصوير النسخ يزيد من ضعفها. وعملية التكبير تفسد الصورة وتعطي نتائج رديئة فيجب تجنبها بقدر الإمكان، أما عملية التصغير فهي على العكس من ذلك تعطي نتائج طيبة. ومعظم الصور التي ترد إلى الصحف تكون كبيرة الحجم مصقولة السطح واضحة المعالم والتفاصيل متباينة الظلال لكي تصلح للطبع.

ولا شك أن تحديد حجم الصورة النهائية يتوقف على عدة عوامل أهمها مضمون الصورة ودلالته، فإذا كان المضمون قوياً وله قيمته الإخبارية وجب أن تكون الصورة كبيرة، بل إنها قد تصل إلى نصف صفحة أو صفحة كاملة، عند تولية ملك أو رئيس جمهورية أو مقتل زعيم عالمي الشهرة أو نشوب حرب أو غير ذلك. ولكن هناك حداً أدنى لصغر الصورة. فإذا كان عرض الوجه لصورة شخص يقل عن سنتيمتر وجب الاستغناء عنها لأنها لا تعطي نتائج طيبة. ولا توضح معالم الوجه بأي حال. والقاعدة المتبعة عادة هي أن تكون الصورة كبيرة واضحة المعالم والتفاصيل ثم تصغر إلى المساحة المطلوبة. ويستطيع المخرج الصحفي أن يستتبط مساحة الصورة بعد التصغير بالطريقة الحسابية أو بالطريقة الهندسية. وفي الأولى يعتمد على النسبة الثابتة بين الطول والعرض، فإذا كان عرض الصورة 20 سنتيمتراً ثم أراد تصغيرها بحيث يكون عرض الصورة على عمودين "حوالي سنتيمترات مثلاً" فإن طول الصورة المصغرة لا بد أن يكون 12.5 سنتيمتراً. أما الطريقة الهندسية لإيجاد طول الصورة بعد تصغيرها فتتلخص في توصيل ركني الصورة ثم إسقاط عمود من النقطة التي تحدد العرض المصغر على الوتر الموصل بين ركني الصورة. فيكون طول العمود هو طول الصورة المصغرة المراد معرفته.

وقد أصبحت الصورة مع العنوان من أهم العناصر الطباعية في الإخراج الصحفي، والصورة تتوازن مع العنوان وتتباين في نفس الوقت، ولذلك فإنها كثيراً ما تستخدم للفصل بين العناوين المتشابهة حتى لا يقتل أحدهما الآخر. ومن الطريف أن سلسلة الصور المتتابعة أفقياً يمكن أن تحل محل العنوان المنتشر "المانشيت" في ظروف معينة. ومع أن الصور تعرض مرتبطة بالمادة المتصلة بها، فإنها لا توضع وسط الموضوع لأن ذلك يفسد سياق الكلام، ويقطع تسلسل الأسطر داخل الأعمدة؛ إذ يضطر القارئ إلى القفز ببصره عبر الصورة أو الصور ليتم قراءة الموضوع، وذلك يتنافى مع أصول فن الإخراج الصحفي السليم. فالصورة إما أن توضع قبل الموضوع أو بعده أو إلى جواره ويمكن أن يأتي العنوان أعلى الصورة أو أدناها. وعند تعدد الصور يمكن ترتيبها طولياً أو أفقياً بشرط ألا توضع وسط الموضوع. وعند نشر الصور الصغيرة التي لا يزيد عرضها عن نصف عمود، والتي يكون عرض الأسطر المجاورة لها عمود ونصف عمود أو نصف عمود فقط، يستحسن أن تعرض بالتبادل، فإذا كانت الصورة على يمين العمود والكلام إلى يسارها، فيجب أن تكون الصورة التالية إلى اليسار والكلام إلى يمينها وهكذا.

ولكل صورة شرح أو بيان ينشر معها بالكلمات التي قد تأتي فوق الصورة أو تحتها أو إلى جوارها، أو أنها قد تحفر مع الصورة نفسها، والكلمات المصاحبة للصورة تكون عادة أكبر أو أثقل من حروف المتن. ويراعى عادة وضع الصورة في النصف الأعلى من الصفحة لأنها أكثر لفتاً للأنظار من العناوين، ولا بأس من نشر الصور في أسفل الصفحة بحيث لا تغطي على النصف العلوي.

ولا شك أن التلازم المكاني والزمني بين الصور والألفاظ في التليفزيون هو الذي يؤدي إلى التصوير الواقعي الحي للأحداث، أما في الصحافة فلا يكون التلازم إلا في المكان فقط، أي في الحيز الذي يشغله الخبر والصورة

مثلاً. وهكذا يمكننا فهم صعوبة الصحافة إذا ما قورنت بالتلفزيون. ولكي ينجح المخرج الصحفي في هذا التعبير الشاق، ينبغي عليه أن يستغل التأثير الثالث أو العامل السيني الذي ينتج من تفاعل اللفظ والصورة. ففي هذه الحالة يمكن الاستفادة من القارئ نفسه وبما هو مختزن في ذاكرته ومخيلته ليكمل ما يعرض عليه من أخبار وصور. فإذا عرضنا على القارئ مجموعة من الصور مرتبة ترتيباً معيناً أمكنه أن يفهم شيئاً عن الحادث المراد تصويره، ولكننا إذا أضفنا إلى الصور شرحاً لفظياً، فإن تصور القارئ للحادث يكون أنضج وأخصب؛ لأن الصور والألفاظ حين تتضافر لإثارة مخيلة القارئ وذاكرته تستطيع أن تستغل هذا التأثير الثالث أو العامل السيني الناتج من التزاوج الفني بين اللفظ والصورة، وهذا هو جوهر الفن الصحفي المصور الذي يتعاون فيه المندوب والمحرر والمصور والمخرج جميعاً لتصوير الوقائع والحقائق تصويراً محكماً متقناً مستساغاً للجميع (الإمام، ص 306-309).

ثامناً- مجالات استخدام الصورة الصحفية:

اهتمت الدراسات التي تناولت الصور الصحفية في السنوات الأخيرة بدراسة المجالات المختلفة التي استخدمت فيها والتي لعبت خلالها دوراً مؤثراً كمتغير اجتماعي فعال وأداة هامة لتوثيق فترات حاسمة من تاريخ المجتمعات، ولعل أبرز المجالات التي ركزت عليها دراسات الصورة الصحفية في السنوات الأخيرة هي:

1. استخدام الصورة الصحفية في تغطية المعارك العسكرية:

في الساعة الثامنة وربع م صباح 16 أغسطس 1945 وفي ضاحية ميدرو ريماشي على أطراف هيروشيما كان ماتسو شيفي المصور الصحفي الياباني لصحيفة شو غنكو شيمبون اليومية اليابانية يتناول إفطاره حين شعر فجأة بضغط هائل من اللاتشيء يقذفه قريباً من منزله وعلى أثره فقد وعيه وحين أفاق وجد أن كل شيء من حوله قد تحطم، وبعد ساعة من هروبه مع زوجته إلى أحد الحقول عاد إلى منزله وأخذ آلة التصوير الصغيرة متجهاً صوب المدينة ولمدة ساعتين صور بالفلم الوحيد الذي كان لديه الصورة الوحيدة التي التقطت بعد قليل من إلقاء القنبلة النووية على المدينة، وذكر في مذكراته أن ما شاهده كان رهيباً وأنه التقط في ذلك اليوم أفظع صورة في حياته المهنية حيث أضيئت عن طريق ألسنة النيران للقنبلة الرهيبة خمس صور فقط بقيت من الفلم الذي صورته، إذ أن الصور الأخرى أتلقتها الإشعاعات الذرية، وفي شهر يوليو 1946 دعي المصور الياباني للمثول أمام الأركان العامة في هيروشيما وطلب منه تسليم صورته لأنها حسب رأي رئاسة الأركان سوف تصدم الرأي العام.

وتعكس قصة هذه الصور الدور المهم الذي لعبته الصور الصحفية ليس فقط في تسجيل الحروب ولكن أيضاً في التأثير في الرأي العام، فالإتهامات التي وجهت للنازيين والفاشييين والمتعلقة بغزو بولندا وأثيوبيا أثناء الحرب العالمية الثانية كانت مقنعة بالعديد من المتشككين من خلال الصور المنشورة والتي عكست وحشية الغزو.

كما شهد مجال الصور الصحفية خلال الغزو الأميركي البريطاني للعراق إسهامات كبيرة للمصورين الصحفيين في إطار بشاعة الغزو وقتل المئات من المدنيين العراقيين، وكان يوم 8 أبريل 2003 يوماً دامياً في تاريخ الصحافة العالمية ففي خلال تغطيته للغزو الأميركي البريطاني للعراق لقي المصور الصحفي الأوكراني تاريس بروتسابوك بوكالة برويتر للأنباء مصرعه بعد قصف القوات الأمريكية البريطانية لفندق فلسطين الذي يستخدمه الإعلاميون في بغداد، كما شهد هذا اليوم مصرع ثلاثة آخرين هم طارق ايوب مراسل قناة الجزيرة القطرية وجوليو انجويونا بارادو مراسل صحيفة الموندو اليومية الإسبانية وكريستيان ليبيج محرر صحيفة فوكس الأسبوعية التي تصدر في ميونخ، كما أصيب أربعة مصورين ومراسلين لرويتر والجزيرة، وبذلك وصل عدد المصورين والمراسلين

الذين لقوا مصرعهم خلال هذه الحرب الى 12 شخصاً خلال 21 يوماً فقط الى جانب العديد من المصابين وهو ما دفع وسائل الإعلام الى إعادة تقييم الموقف لاعتبارات سلامة العاملين لديها.

وانضم هؤلاء الى القائمة الطويلة للمصورين والمراسلين الذين لقوا مصرعهم في تغطية أحداث الصراع في مختلف أنحاء العالم، ويكفي مثلاً لذلك أن وكالة اسوشيتد بريس قد أعلنت في عام 1993 أن المصور الصحفي هانز كروس الذي لقي مصرعه في مقديشو بالصومال حين هرع مع زملاءه لتصوير أهداف استهدفتها مروحيتان تابعتان للأمم المتحدة أنه رقم ستون من مراسليها الذين لقوا مصرعهم خلال تغطيتهم للأحداث في حوالي 50 عاماً

ولعل هذا العدد الكبير من المصورين والصحفيين ضحايا تغطية الأحداث يشير الى اهتمام الصحف بتصاعد ثقافة الصورة الصحفية والتي تعد من أهم النتائج التي أسفرت عن تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال لما لقدرة المرئيات من التأثير في حاسة البصر التي تعد اسرع الحواس في تسجيل الصور الذهنية لدى الجمهور. وبما تمتلكه الصورة من قدرة على التأثير في اتجاهات الرأي العام وعلى القائمين على اتخاذ القرار السياسي، فعلى سبيل المثال استطاعت عدة صور منشورة في الصحف الأميركية للجندي الأمريكي الذي قتل وسحب على الأرض عبر شوارع مقديشو في الصومال إثارة مناقشات في الكونغرس دفعت الرأي العام الأمريكي الى ممارسة ضغوط على الحكومة الأميركية للانسحاب وهو ما دفع حكومة كلينتون الى اتخاذ قرارات بالخروج العاجل من الصومال وأثار تساؤلاً هاماً حول قدرة الصورة الصحفية الفعالة على التأثير في القرار السياسي تحت ضغوط الرأي العام. وهو نفس الدور المؤثر الذي أدته الصورة الصحفية من قبل في حرب فيتنام عندما قامت بتعميق وعي الرأي العام العالمي الدولي ضد الحرب وأثارت الرأي العام الأمريكي ضد حكومته عندما بدأت في نشر صور الخسائر البشرية الأميركية المتواصلة.

قبل فبراير 1968 ذكر أحد الكتاب أن حرب فيتنام كانت تقدم للرأي العام الأمريكي على أنها حرب تكنولوجية نظيفة وبعد فبراير 1968 وحصار الأيام الثمانية لمجموعة من البحرية الأميركية من جانب القوات الفيتنامية أصبحت وسائل الإعلام تركز على قصص التخبط والفضى والانهيار، وتغيرت التغطية الخيرية من قرب تحقيق الانتصار الى فييتنامة الحرب وظهرت القصص الإخبارية عن قوة موقف القوات الفيتنامية ومباحثات السلام وإمكانية انسحاب القوات الأميركية من ساحة الصراع.

هذا التحول الواضح في التغطية الإعلامية والسياسية للقضية جاء بسبب تحول مماثل في كيفية تقديم الصراع بواسطة الصور الصحفية.

وقد أجرى محمد عبد الحميد دراسة لاختبار العلاقة بين نشر النصوص والصور الصحفية في الجريدة اليومية من خلال تحليل محتوى جريدة الأهرام لمدة ستة أسابيع من 25 أغسطس الى 5 أكتوبر 1990 والتي توسّطت مرحلة تصاعد الأزمة، وشهدت تحديد اتجاهات أدوار المشاركين فيها، وانتهت نتائج البحث الى اتفاق الى حد كبير بين اتجاهات نشر النصوص والصور الصحفية، تمثل في ارتفاع معامل الارتباط بين تكرارات النشر لكل منهما، الذي لم يقل بصفة عامة عن 0.71 وان كان هذا المعامل قد اختلف باختلاف موقع النشر، وبتأثير الفئات ووحدات التحليل.

2. استخدام الصورة الصحفية في المجالات الاجتماعية:

أصبح التصوير الصحفي أحد القوى البصرية في حياتنا، أصبح مهماً كالكلمة المطبوعة تماماً، فهو لا يستطيع أن يسجل اللحظات ذات الدلالة من الناحية الشخصية فحسب، ولكن من الناحية الاجتماعية أيضاً، ولذلك فهو يعد من أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعي للمستقبل وللأجيال القادمة.

ولذلك اهتمت العديد من الدراسات خلال السنوات الأخيرة بالتعرف على الاستخدامات المختلفة للصور الصحفية في المجالات الاجتماعية فقد أجرى ديلوث تارا وآخرون دراسة للتعرف على كيفية تصوير العرق والنوع في 450 صورة من الصور المنشورة في ثلاثة من صحف كاليفورنيا وأشارت النتائج إلى أن النساء والأقليات لم يمثلوا بشكل ملائم بالقياس إلى المعدل العرقي ومعدل النوع بالنسبة لمجموع السكان في كاليفورنيا وكانت أكثر العناصر التي لم تمثل بشكل ملائم هي العنصر الآسيوي واللاتيني، كما لم يتم تمثيل النساء بشكل عام وتم تقديمهن بصورة ملحوظة في صورة الضحايا، بينما قدم الرجال غالباً في أدوار المتميزين وتم التركيز على تقديم الزوج في الرياضة بشكل عام أو في مجال الجريمة، وتؤكد نتائج الدراسة أن التأكيد المستمر على تقديم الشخصيات وفقاً للعرق أو النوع في أدوار نمطية ثابتة يمكن أن يكون له عواقب سيكولوجية ومجتمعية سيئة.

وقدم ليستر و سميث دراسة لتحليل مدى تغطية الصور الصحفية للأمريكيين من أصل أفريقي في مجلات نيوز ويك وتايم ولايف خلال أعوام

(1988/1983/1978/1972/1967/1962/1957/1952/1947/1942/1937)

أسفرت نتائجها عن أن صور الأمريكيين من أصل أفريقي قد بلغت 3.3% فقط من نسبة الصور الشخصية المنشورة وأشارت إلى ظهور تمييز عنصري في نشر الصور في الفترة من 1937 إلى 1952 على الرغم من زيادة الوعي بمشكلات الأمريكيين من أصل أفريقي خلال هذه الفترة بسبب الحرب العالمية الثانية، كما أشارت النتائج إلى أن فترة الاضطراب بين عامي 1957 و 1972 أدت إلى الانتباه إلى حقوق هذا القطاع وأن صور الصحيفة قد عكست محاولات قادة الأميركيين من أصل أفريقي في المشاركة في أنشطة سياسية متعددة .

3 . استخدام الصورة الصحفية في تغطية الأحداث الرياضية:

حظيت الصور الصحفية التي ساهمت في تغطية الأحداث الرياضية باهتمام بعض الدراسات نظراً للدور المهم الذي أصبحت تلعبه الرياضة وما تعكسه من توجهات مجتمعية تعدت حدود مجالها.

فقد أجرى شوسيون جيسك دراسة عن التغطية الصحفية المصورة للاعبات الأولمبياد في صحيفتي كوريا تايمز و يو أس أي تودي الأمريكية خلال دورتي الألعاب الأولمبية عامي 1984 و 1988 وذلك لدراسة كيفية تغطية الصحيفتين للمشاركة النسائية كماً وكيفاً ومدى تمثيل اللاعبات لبلادهن من خلال الصور الرياضية، وقد أشارت النتائج إلى أنه تم إظهار اللاعبات الأولمبيات بصورة منصفة وعادلة من حيث تكرار عرض الصور ومساحة الصور وموقعها في الصفحة وموقع الصفحات وزوايا الكاميرا واختيار أطر اللقطات، كما أنه تم تجاوز ما يطلق عليه الرياضات الملائمة للنساء حيث اشتركن فعلياً في جميع الألعاب تقريباً، لكن مازالت اللقطات الصحفية تصور اللاعبات بأنهن أقل قدرة جسمانية من الرجال وجذابات وعاطفيات للغاية وتابعات، وتعتمد الصور إظهار اللاعبات في لقطات مثيرة، كما أشارت النتائج أنه تم إبراز اللاعبات الأجنبية في صحيفة يو أس أي تودي بصورة أقل من صحيفة كوريا تايمز وإن صور أغلفة الصحيفتين قد تميزت بالتحيز للاعبات دولة كل منهما كما أشارت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن النوع لم يعد يؤخذ في الاعتبار في حجم التغطية الصحفية المصورة لكن مازالت الصور

الصحفية تركز على الاتجاهات التقليدية إزاء المرأة في مجال الرياضة، كما عكست الصور بعض الاتجاهات السياسية خلال الألعاب الأولمبية.

كما أجرى دون كان وسيوفونج دراسة حول الصور الصحفية المنشورة بصحيفة سيك الرياضية كشفت نتائجها عن وجود اختلافات كمية وكيفية بين صور الرجال والنساء من الرياضيين من حيث أنواع الرياضات التي استحوذت على العدد الأكبر من الصور ومن حيث زوايا الكاميرا وأكدت الدراسة ان الاختلافات بين صور الرجال والنساء مازالت تمثل مشكلة لأنها تقدم صوراً نمطية للأدوار المحتملة من الرجال والنساء وأن قراء المجلة سوف يتأثرون بهذا المضمون الفكري لقوة الرسائل الإعلامية التي تعكسها الصور.

4. استخدام الصورة الصحفية في حملات الانتخابات الرئاسية:

اهتمت دراسات الصور الصحفية الأميركية بتحليل صور المرشحين في حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية، فقد أجرى وولد مان وليفت دراسة لتحليل مدى التحيز في مضمون الصور الصحفية المنشورة خلال حملة الانتخابات الرئاسية لعام 1996 لكل من بيل كلينتون وبوب دول في خمس صحف عالية التوزيع هي : نيويورك تايمز ، واشنطن بوست، لوس انجلوس تايمز، شيكاغو تريبيون، ويو أس أي تودي في الفترة من أول سبتمبر الى 5 نوفمبر 1996 وشمل التحليل 526 صورة كان لبوب دول نسبة 52 % منها مقابل 48 % لـ بيل كلينتون، وأشارت النتائج الى أن صور كلينتون كانت أفضل قليلاً من حيث المعالجة التصويرية خاصة في صحيفة شيكاغو تريبيون المحافظة ، كما أكدت أن صور المرشحين كانت تتزايد أو تقل تبعاً لمؤشرات تفضيل الرأي العام، وأوضح الباحثان رفضهما لما يسمى بالتحيز في تغطية الانتخابات الرئاسية واقترحا بدلاً منها وجود إستراتيجية للتحيز تجاه من يحرز تقدماً في الانتخابات (عبد الحميد، بهنسي، 2004، ص ص 38- 52).

- عبد الحميد، محمد، بهنسي، السيد. (2004). تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.
- خضور، أديب. (2011). مبادئ التحرير الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
-



الفصل الحادي عشر

فن الكاريكاتير

أولاً- مفهوم فن الكاريكاتي

ثانياً- نشأة الكاريكاتير واستخداماته

ثالثاً- ازدهار الصحافة والرسم الكاريكاتيري

رابعاً- خصائص الكاريكاتير

خامساً- مدارس رسم الكاريكاتير واتجاهاته

سادساً- الكاريكاتير والفن التشكيلي الصحفي

سابعاً- الخصائص الفنية للعمل الكاريكاتيري



الفصل الحادي عشر

فن الكاريكاتير

• مقدمة:

يمتلك الانسان وسائل متعددة للتعبير ابتكرها عبر تاريخه وتخضع للهدف المراد التعبير عنه والتعامل معه. وتختلف هذه الوسائل تبعا لتغير المكان والزمان ، وهو اي الانسان ابتكر لأجلها علامات وإشارات وتوافق على استخدامها بدلالات معينة قد تتشابه رغم اختلاف زمان ومكان استخدامها ولكن لا تمتلك نفس الدلالات بكل تأكيد لاختلاف السياق الذي يتم تداول مثل تلك العلامات فيه.

يستخدم الانسان مثلا الكلمات والرسومات والموسيقى والإشارات وقد ابتكر ووسع من استخدام اي من هذه الوسائل لفتح افق استخدامها لتشمل كل ما يريد التعبير عنه وما زال يبتكر ويوسع ويطور ادواته في سبيل الوصول الى اسهل الطرق لإيصال افكاره ولتواصل مع الآخرين ، وهو في سعيه هذا يحاول بكل جهد التوصل الى وسيلة يمكن من خلالها فهم العالم الذي يعيشه وينوي التأثير فيه وكذلك لان يتواصل مع الآخرين في اماكن اخرى وتكون تلك الوسائل طريقة الى الفهم المشترك والتأثير المتبادل دون اللجوء الى استخدام قاموس الدلالات المحلي، اي انه يحاول ان يتوافق على لغة معينة تصل الى الآخر المختلف والذي سيستخدمها هو ايضا ببسر.

وفي سعيه ذاك ابتكر نوع من الرسم واستخدمه في غرض معين وهذا النوع بدأ بشكل معين وتطور وتعقد استخدامه وكذلك انتاجه بمرور الزمن واختلاف الأمكنة والظروف وساهم الجميع من امم مختلفة في انضاجه والاضافة له وصولا الى ان يكون وسيلة تعبير قادرة على عبور الحدود التي تفصل بين الناس ويمكن قراءة رسائلها وفهم دلالاتها واستطاعت هذه الوسيلة ان تكون مقبولة من الجميع ومطلوبة ومفهومة والمقصود هنا ليس الاستخدام الغارق في محليته وخصوصا في استخدامه اللغة المحلية كأداة رئيسية للتعبير.

يمكننا القول ان تلك الوسيلة هي الرسم الكاريكاتيري الذي دخل البيوت وامتلك من المؤهلات لان يكون ضيفا خفيفا ومقبولا بل ملاحقا من الجميع باختلاف غرض الملاحظة.

ففي الوقت الذي تتزايد فيه مساحة الحريات الشخصية في العالم المتمدن يزدهر الكاريكاتير في ظل واحدة من أهم مايوفر له أسباب الازدهار هذا ، ولا تخلوا أية صحيفة من وجوده بل وأصبح هذا النوع من الرسم ي حل في الكثير من الأعمال الفنية التشكيلية دون أن ينظر إليه بعين الريبة بل يتقبله الناس بوضعه الطبيعي ولم تعد الصحافة فقط جدران لعرضه بل أقيمت المهرجانات الفنية المتخصصة وخصصت الجوائز لتكريم رساميها وفي ظل التطورات التكنولوجية الجارية في العالم فقد ظهرت وسيلة تنافسية لوسائل الإعلام التقليدية إذا أخذنا بعين الاعتبار قيام المحطات التلفزيونية بعرض الكاريكاتير ضمن تناولها للصحافة الورقية ، والوسيلة هذه وفرت للكاريكاتير مكانا واسعا وبلا حدود وحرية كبيرة في التناول دون المرور بأي رقيب ومن أي نوع فقد وفرت شبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) كل ما يحلم به الرسام والرسم الكاريكاتيري على حد سواء وأسقطت في يد الرسام الشكوى من الرقابة إذ كثرت فيها الإصدارات للصحف الالكترونية والمواقع الشخصية أو المنتديات التي تتيح لكل واحد النشر بحرية سواء أكان الأمر داخل البلد أو خارجه وإذا كان الأمر محسوم بدرجة كبيرة بالنسبة للرسام الغربي لكن الأمر فيه الكثير من المتاعب للرسام الذي ينتمي لبلدان تفتقد للحريات الشخصية وتكثر فيها

الممنوعات والعناوين التي يختلط فيها العرف الاجتماعي والقانون والدين وتكثر تبعا لذلك الجهات الرقابية التي تترك رسام الكاريكاتير وتتقل خطواته وتعرضه للمشاكل الكارثية وفي المنطقة العربية تعرض الكثير من الرسامين والقائمين على الصحف التي تنشره إلى الاعتقال والتعذيب والنفي ومثلما تعرض دومينييه الفرنسي في القرن التاسع عشر إلى الاعتقال والغرامة المالية الثقيلة تعرض المصري يعقوب صنوع إلى النفي وميخائيل نيسي العراقي إلى محاولة اغتيال بإطلاق النار عليه وصلاح جاهين إلى الكآبة وعبدالسميع إلى منع نشر رسومه واضطراره إلى الهجرة وأوقف نشر رسومات البهجوري وهكذا آخرين ويشهد المشهد الكاريكاتيري العربي تراجعاً في مساحة النشر وتحول أعرق مجلة مصرية إلى مجلة عامة بعد أن كانت مجلة كاريكاتيرية بامتياز ولعل هيمنة جهة معينة على الإعلام العربي وامتلاكها للعديد من المؤسسات الصحفية جعلها تروض الكاريكاتير الذي تنشره وجعلها تتخذ نفس الموقف الذي تتخذه المؤسسات الحكومية المالكة لوسائل الإعلام في البلدان العربية والذي تتحكم في طبيعته ويمكن القول إن الكثير من الناشرين العرب يبحثون عن كل ما يلبي رغبة الحكومات العربية في نشر ما لا يضر ولا ينفذ لضمان توزيع مطبوعاتهم والحصول على الإعلانات التي تمكنهم من الأرباح والاستمرار.

إن التطور الكبير الذي حدث في مجال الاتصالات الالكترونية والتقدم الهائل في برامج معالجة الصورة منح الرسام الكاريكاتيري في العالم إمكانية إنتاج الكاريكاتير الذي يحتوي الحركة وبعد هذا واحد من التطورات التي أدخلت على الكاريكاتير وجعلت من الإيماءات التي كانت تمثل بالرسم وحسب أسلوب الرسام تتحرك مما يمنح الكاريكاتير حيوية مضافة.

إن تطور الكاريكاتير في المنطقة العربية بعد تراجعه الكبير لا يمكن أن يتم إلا بحصول تقدم مرافق في شتى المجالات الحياتية كما حصل في بداية ظهوره.

أولاً- مفهوم فن الكاريكاتير :

إن كلمة كاريكاتير تأتي من كلمة كروكي وهي أول مرحلة في تنفيذ الرسم وتعني وضع الخطوط الأولية لتحديد إطارات أجزاء الرسم والتي تؤدي بشكل سريع بلا تمعن ودقه، لأنها عملية بدء ليس إلا ثم تعقبها مرحلة أكثر دقة في الإحكام والتناسب بين المكونات.

- ومن تعريفات الكاريكاتير:

الكاريكاتير "تسمية تطلق على التشكيل الذي يحمل مضموناً ساخراً أو ناقداً أو يحتوي على مفارقات كوميدية منفذ بخطوط مبالغ فيها وهي مأخوذة من الكلمة الإيطالية التي تعني المبالغة أو التحميل «Caricatura».

كما عرف الكاريكاتير بأنه: "اسم مشتق من كلمة لاتينية هي (كاري كير) «Caricare» التي تعني: رسم يغالي في إبراز العيوب، وهي لفظة يقابلها في اللغة العربية الرسوم الساخرة (كاركتر، Character) والتي تأتي بمعنى "شخصيات أو شخوص".

و يعرف الفنان الشهير ناجي العلي الكاريكاتير بأنه لغة يتخاطب بها الفنان مع الناس.

أما الفنان السوري علي فرزات فيرى أن الكاريكاتير من أكثر الفنون ملائمة للتعبير عما نحن فيه من واقع سياسي واجتماعي واقتصادي، وهو لغة فنية تشكيلية تعتمد الخط واللون في الرسم، كأساس للتعبير عن واقع له مشكلاته الإيجابية والسلبية وهو الافتتاحية المصورة للصحيفة». وهو طريقة في الرسم مبالغ فيها - على نحو ساخر وبشكل متعمد وذلك لإظهار خصائص شخص أو نقائصه، بهدف الحصول على تأثيرات سلبية ومضحكة.

فالصورة الكاريكاتيرية خطاب سيميائي، والنص السيميائي كما يراه السيمولوجيون هو "أن العنوان والنص والإخراج الطباعي والإشارات والصور أجزاء لا تتجزأ من الخطاب فكلاً إشارات دالة يكمل بعضها بعضاً، وبخاصة أن النص السيميائي أشمل من النص المنطوق.

يستخدم الكاريكاتير أدوات تعبير مختلفة، منها: الخط، واللون، والظل، لبناء صورة نمطية وهيكلية، للتعبير عن فكرة ما، سياسية كانت أم اجتماعية، بطريقة فكاهية أو ساخرة. وتتكون لوحة الكاريكاتير الكاملة من عدة عناصر مثل: الخط، والكتلة، والفراغ، واللون، والحركة، والمفارقة، والمبالغة، ، والموضوع، والمضمون، والهدف، والتعليق (القضاة، 2012، 153).

ثانياً- نشأة الكاريكاتير واستخداماته:

إن تطور وسائل الطباعة من الكرافيكية إلى الميكانيكية شجع على ظهور وولادة علاقة جديدة بين نوعين فنيين تستخدمان نفس الوسيلة الكرافيكية في إنتاجهما ولهما نفس الهدف ولكل منهما رسالة يود إيصالها لمتلق واحد وهو رجل الشارع، وهما الكاريكاتير والصحافة الناشئة فوجد الكاريكاتير جدارنا واسعة الانتشار سهلة التداول ووجدت الصحافة فيه وسيلة جذب وتأثير وعامل على زيادة مبيعاتها وترسخ سوقها. فرضت طبيعة الرسم الكاريكاتيري على القائمين عليه وهم الرسامون إن يجدوا المكان المناسب لعرضه وهو ما يقود إلى استكشاف السبب الحقيقي أو الأرضية الحقيقية لنشأته ومما يمكن تبينه في هذا المجال يتعلق بوظيفة الفن والاستقلال الاقتصادي للفنانين الذي كان المحرك الأساس لدفعهم وتشجيعهم على ابتكار وسائل التعبير الجديدة واستغلال التطور التقني لوسائل الطباعة وكذلك وجود من يغامر في ابتكار اليات تسويق جديدة تدفع الفن ومنتجيه إلى الخروج من جدران القصور الراعي السابق لهما إلى الشارع العام حيث جمهور المتلقين والمقتنين الذين شكلوا قوة التسوق الموازية، ومن جمهور ضيق إلى جمهور واسع وجدران مفتوحة (سعدون، 2012، 13).

نشأ فن الرسم الكاريكاتيري في الصحافة بعد اختراع المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي فالرسم الكاريكاتيري الذي ينتشر في الصحافة اليوم قد بدأ مرحلته كجزء من فن الحفر ولهذا التزم بخصائص فن الحفر نفسه وتطورت أساليبه مع تطور فن الحفر.

يعتبر بهجوري، في كتابه فن الكاريكاتير، أن الفنان الفرنسي "أورنيه دوميه" (1808-1897) الأب الروحي لفن الكاريكاتير المعاصر بكل مراحله التي وصل إليها فنانون الكاريكاتير في الصحافة العالمية اليوم. وإليه يرجع الفضل الكبير لشدة الانتباه لهذا الفن الذي أصبح لغة عالمية لا تحتاج اليوم إلى تعليق أو ترجمة.

صدرت أول صحيفة هزلية مصورة في العالم تعتمد الكاريكاتير مادة أساسية فيها عام 1830 على يدي الصحفي والرسام الفرنسي المشهور شارل فليبون، واسماها الكاريكاتير ثم ما لبث أن تبعها بإصدار صحيفة كاريكاتيرية أخرى أسماها شاريفاري ومنذ ذلك، التاريخ بدأت العلاقة بين الكاريكاتير والصحافة تتوثق غراها ويزداد التقارب بينهما في معظم الصحف العالمية والأسبوعية والمجلات في العالم، ولا تكاد صحيفة أو مجلة تخلو من الرسوم الكاريكاتيرية . ثم تزايد الاهتمام بالكاريكاتير عالمياً، وصارت تجري عملية توثيقه وتقويمه في العديد من دول العالم وأصبحت دراسة الكاريكاتير دراسة قائمة بذاتها (القضاة، 2012، 154).

أما في بريطانيا فقد كانت صحيفة البقدونس التي ظهرت عام 1841 أول صحيفة ساخرة مصورة في بريطانيا، وفي ألمانيا كانت أول مجلة ساخرة هي مجلة القصاصات الطائرة التي ظهرت عام 1844 ، أما في الولايات المتحدة فكانت أول صحيفة ساخرة هي أسبوعية هاربر وقد ظهرت عام 1857 ، أما أول محاولة لإصدار مجلة

ساخرة فكانت في روسيا حيث قام الفنان الروسي فينيتسيانوف بإصدار مجلة أسماها (مجلة الكاريكاتير) ولكن هذه المجلة لم تكتب لها الحياة لأن القيصر " ألكسندر الأول " أصدر أمراً بإغلاقها وكان قد أصدر منها عدداً أو عديدين وبهذا تكون هذه المحاولة قد باءت بالفشل، وكانت هذه المحاولة قد جرت في عام 1812 (حمادة، 1999، 196-197).

وقد كان لجريدة شاريفاري تأثير على الصحافة في بلدان أوروبا المختلفة ومنها في انكلترا حيث صدرت جريدة تحت اسم باناش وتحتها كتب لوشيفاردي لندن وهنا لا بد أن انوه إلى أننا نحصر الاهتمام بالصحافة الساخرة بما يتعلق بالكاريكاتير ولم نتطرق إلى الكتابة الساخرة وهي نوع آخر لسنا بصدد، واقصد هنا الاهتمام بالصحافة التي تستخدم الكاريكاتير وسيلة رئيسة في التعبير واللبث إلى جانب الكتابة الساخرة وهذه الصحف تصدر تحت عنوان واضح وهو صحيفة كاريكاتيرية ويضاف إليها في أحيان كثيرة كلمة ساخرة لتصبح جريدة كاريكاتيرية ساخرة وهي كلمة لا يؤثر حذفها في تغيير حقيقة توجه الجريدة الساخر ولعل من الصحف الكاريكاتيرية الشهيرة هي صحيفة ماد التي تصدر بالإنكليزية ومن أشهر الصحف العربية الكاريكاتيرية هي صحيفة أبو نظارة والكشكول وروزاليوسف وصباح الخير في مصر وتعد هاتين الأخيرتين من أهم المنابر التي خرجت أجيالا من كبار الرسامين المصريين وفي العراق صدرت كناس الشوارع وحزبوز والمتفرج وكانت مجلة ألف باء في بداية عهدها غنية بالكاريكاتير وقد اتخذت من تصميم ومنهج الصحفيين المصريين الكثير وهي ظلت طوال سنوات صدورها تنشر الكاريكاتير ومنبرا لأهم الرسامين العراقيين وجرت محاولة لإصدار جريدة كاريكاتيرية صدر عدد واحد منها في التسعينات بلسم الفلقة التي استعير اسمها مؤخرا لإصدار مجلة بذات الاسم ومجلة أخرى بلسم الكاروك وفي لبنان كانت الصياد في أواخر الستينات معرضا للكاريكاتير اللبناني وفي سوريا صدرت جريدة الدومري ولم تعمر طويلا ويمكن النظر إلى صحيفة المحرر التي صدرت بالعربية من باريس باعتبارها جريدة كاريكاتيرية بامتياز حفلت برسومات أشهر رسامي العرب فضلا عن انتشار الرسامين على بقية الصحف العامة سواء اليومية أو الأسبوعية وبزوايا أو صفحات كاريكاتيرية ثابتة، وتلك هي من أهم المحطات الكاريكاتيرية الصحفية، وهي تعطي إلى حد كبير انطبعا واضحا لما أُل إليه الكاريكاتير اليوم. إن الهدف الأساسي من الكاريكاتير هو تحميل رسالة يمكن أن تفهم بطريقة مباشرة وسهلة لما يحتويه هذا الفن من إشارات وإيماءات مبسطة قادرة على تشكيل وعي مسبق لدى القارئ عن قضية ما في هذا العالم، بحيث تكون الصورة جاهزة للاستدعاء عند الحاجة لتبرير أي عمل (سعدون، 2012، 16).

ثالثاً - ازدهار الصحافة والرسم الكاريكاتيري:

لقد كان فن الكاريكاتير في بداياته الأولى لا يختلف بشيء عن باقي أنواع الفنون التشكيلية في تقنيات التنفيذ، إذ كان الكثير من الفنانين يرسمون لوحاتهم الكاريكاتورية بالزيت والماء وغيرها من التقنيات المعقدة التي تتطلب وقتاً جهداً كبيرين، ولهذا فإن الكاريكاتير كان يبحث لنفسه عن منفذ آخر وعن تقنيات تلائم طبيعته ولذلك فقد ارتبط بتقنيات الغرافيك القابلة للطباعة والنسخ مثل الحفر على الحجر والحفر على الخشب والحفر على النحاس وغيرها من تقنيات الغرافيك مما سهل انتشاره ووفر الجهد والوقت لإنتاج أعمال أكثر ولهذا فإن الكثيرين يسمون الكاريكاتير (ابن الغرافيك الشرعي) وهم محقون بذلك إذ أن الكاريكاتير بمعظمه مازال يستخدم تقنيات الغرافيك حتى عصرنا الحاضر.

إن الكاريكاتير باعتماده هذه التقنيات أصبح يكتسب الطابع الشعبي ويخرج خارج حدود المعارض الفنية والأعمال التي تعتمد على العرض الفني الذي يكتسب جمهوره من الأوساط المثقفة والمهتمة بالفن بشكل أساسي وأصبحت أماكن العرض بالنسبة للكاريكاتير الجدران وجذوع الأشجار والحانات وواجهات الدكاكين وما شابهها من الأماكن التي تشهد تجمعات جماهيرية. وهكذا أمنت هذه التقنيات اتصالاً أوسع بفئات أكبر من الجمهور للكاريكاتير ومن فئات مختلفة. إلا أن الطموح الكبير إلى الانتشار لم يكن يسمح للكاريكاتير بالتوقف عند هذا الحد إذ أن هذه التقنيات رغم توفيرها للانتشار إلا أنها كانت غير قادرة على تأمين الانتشار خارج حدود بلد أو مدينة أو حتى قرية محددة في بعض الأحيان وذلك لعدة أسباب منها على سبيل المثال أن هذه الرسوم كانت في معظم الأحيان تستخدم في الحروب والصراعات وتحمل موضوعات سياسية محرمة خارج حدود البلد الذي تصدر فيه حيث كان يسيطر الخصم، ومنه كذلك أن المواد التي كان يطبع الرسم بواسطتها (الكليشيهات) كانت غير قابلة لتأمين عدد كبير من الرسوم، وإضافة إلى هذا وذاك فإن السبب الرئيسي هو غياب نظام للتوزيع كما هو الحال في الصحافة، ولذلك فإن الكاريكاتير أخذ يبحث عن منافذ جديدة تؤمن انتشاراً أوسع إلى أن اهتدى إلى الصحافة.

والسبب في عدم ارتباط الكاريكاتير بالصحافة منذ بداية وجود الصحافة هو عدم استخدام تقنية الطباعة الحجرية في النظام المطبعي الذي كان سائداً لوقت غير قليل، هذا من جهة ومن جهة ثانية فإن الصحافة في بداية ظهورها لم تكن وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري كما هي عليه الآن حيث كانت عبارة عن نشرات دولية توزع على الطرق التجارية وتحتوي على معلومات عن الأوضاع الأمنية للطرق التجارية في بلدان مختلفة لكي يتفادى التجار المرور في الطرق التي تتكاثر فيها عصابات قطاع الطرق أو تدور فيها صراعات محددة.

وفيما بعد كانت الصحف عبارة عن نشرات رسمية تتضمن القرارات والقوانين الرسمية التي اتخذتها الدولة ومعلومات محددة عن نشاطات القصر وما شابه من المعلومات الرسمية إلى أن ظهرت الصحف الأدبية والسياسية. وكان ظهور الصحافة الأدبية والسياسية مرافقاً تقريباً لبدء استخدام تقنية الطباعة الحجرية (الليثوغرافيا) في الأنظمة المطبعية وهكذا أخذت الصحف والمجلات تنشر رسوماً محددة كانت في معظمها تصور أعمالاً أدبية منشورة في هذه الصحف، إلا أن الكاريكاتير عرف انتشاره الأول في الصحافة عبر الصحافة الساخرة التي كانت منبراً لنشاط الكاريكاتير وناظرة لرسامي الكاريكاتير على العالم.

وأول ظهور على صفحات الصحافة ربما يعود إلى الصحف البريطانية مثل مجلة الجنتل مان والمجلة الجامعة ومجلة الرحالة ومجلة النساء وغيرها الكثير من الصحف والمجلات التي فاق عددها المئة، وكانت الرسوم بشكل عام تعالج مختلف الموضوعات إلا أنها كانت قليلة العدد وكانت تقتصر على الرسوم فنانين محددين، ومن الرسامين الذين مارسوا الكاريكاتير في الصحافة يمكن ذكر بانيت ري بشكل أساسي.

أما أول صحيفة ساخرة فقد ظهرت في فرنسا عام 1830 وكان اسمها الكاريكاتير وكان مؤسسها شارل فيلبون الكاتب الساخر والصحفي والناشر والرسام الفرنسي المشهور الذي أسس كذلك صحيفة أخرى ساخرة عام 1832 سماها الصرخة وفيها رسم كاريكاتيري يمثل العاملين في هذه المجلة .

أما أسباب ارتباط الكاريكاتير بالصحافة فهي تشابه الوظائف بين الكاريكاتير والصحافة الأمر الذي يجعل الصحافة بحاجة إلى الكاريكاتير والكاريكاتير بحاجة للصحافة.

بعد ظهور الصحف المصورة الساخرة أخذت هذه الظاهرة تنتشر وتتطور إلى أن أصبحت ظاهرة هامة في الصحافة في جميع الدول المتطورة في ذلك الوقت وأخذت القوى السياسية والأحزاب تتبنى هذه الصحف وتدعمها،

وبنفس الوقت فقد تحولت هذه الصحف الى منابر لرسامي الكاريكاتير على مختلف منابعهم السياسية، فكانوا يلتقون من خلال صفحاتها مع الجمهور ويحصلون على شعبيتهم بواسطتها فكانت مجلة الكاريكاتير ومجلة شاري فاري منبراً لدوميه وغرانفل وترافيس وغيرهم من الرسامين وكانت مجلة البقدونس الانكليزية لرسام الكاريكاتير الانكليزي ليتش وغيره ومجلة أوراق طائفة الألمانية منبراً لبوش وأوبر ليندر وغيرهما والكسوف الفرنسية منبراً لغريفيان، والكاريكاتير منبراً للوك ومجلة البريد الفرنسي منبراً للوغرام والمختمة منبراً لبللاس والجلجل لمولوش وبيبان والقذيفة لألفرد لويت وبول دوسمان، وفي الولايات المتحدة كانت مجلة أسبوعية هاربر منبراً لكل من فوريسيت وهومير وناسبيت وغيرهم وكانت مجلة إخبار فرانك ليسلي المصورة منبراً لهنري كارتر مؤسس المجلة وكل من أوبر وديفن بورت وفريدمانت وغيرهم وهكذا دواليك في مختلف دول العالم التي كانت تصدر فيها المئات بل ويمكن الالاف من هذه الصحف.

ومن الجدير بالذكر أن هذا التقليد مازال رائجاً حتى عصرنا الحاضر حيث لا تخلو قائمة الصحف في أي بلد من صحيفة أو أكثر من الصحف الساخرة إلا إذا استثنينا مع الأسف الوطن العربي الذي يخلو من مثل هذه المطبوعات اللهم إلا إذا اعتبرنا بعض المطبوعات الفكاهية صحافة ساخرة وهذا ما لا نستطيع قوله لأن هذه المطبوعات تعتمد بالأساس على النكات والرسوم المستوردة والمنقولة عن صحف فكاهية أجنبية وإن كنا لسنا ضد الفكاهة فنحن نؤكد أن مثل هذه الصحف لا تغني أبداً عن الصحافة الساخرة، علماً أن الوطن العربي لم يخلو من مثل هذه الصحف في فترات سابقة بل إنه كان يعج بالصحف الساخرة وخاصة في مصر وفلسطين ولبنان والعراق وسوريا في بداية القرن العشرين، ومن هذه الصحف على سبيل المثال صحيفة " الكشكول " و " المضحك المبكي " السورية، ولا بد للكاريكاتيريين العرب في كل بلد التفكير بهذا الموضوع بشكل جدي وإلا فإننا نتخلف عن ركب الحضارة في هذا المجال الهام.

وقد دارت على صفحات الصحف الساخرة المتناقضة الأهداف معارك كاريكاتيرية حادة في مختلف البلدان وفي مختلف المراحل التاريخية، ولو تسنى للبشر الاطلاع على أرشيفات الرقابة في مختلف دول العالم لعثروا على رسوم كاريكاتيرية لعظماء السياسة في العالم ما كانت تخطر لهم على بال ولا يعني كون هتلر بطلاً رئيسياً للكاريكاتير في فترة الحرب العالمية الثانية وما بعدها أن ستالين وتشوشل وديغول وغيرهم من ساسة تلك المرحلة لم يجدوا اهتماماً كافياً لدى رسامي الكاريكاتير، ولو أمكن إقامة متحف للكاريكاتير يضم الأهداف التي تعرضت للتضخيم والمبالغة لدخل الى جانب غرة هتلر وشاربه المربع ، أنف ديغول وقبعته الاسطوانية وسيغار تشوشل وشاربا ستالين القفقازيين وغليونيه وملامح كثيرة مميزة أخرى مما يميز الزعماء السياسيين. ولم يكن الكاريكاتير دائماً مصدراً للإزعاج بالنسبة للسياسيين، ففي الوقت الذي كان فيه بعض السياسيين يعتبرون رسامي الكاريكاتير مشاركين في مؤامرة ضدهم كالألماني هلموت سميث فإن البعض الآخر كان يعتبر الكاريكاتير معياراً لهبوط أو ارتفاع شعبيته مثل شارل ديغول الذي كان ما يزعجه فقط هو أن رسامي الكاريكاتير لم يعيروا الاهتمام إلا لأنفه، فقد قال مرة: (لقد تدنت شعبيتي في فرنسا، فأنا لا أرى نفسي في رسوم الكاريكاتير التي تنشرها الصحف) وعلى العموم فإنه في وقتنا الحاضر لا يمكن أن نتصور كاريكاتيراً بلا صحافة أو صحافة بلا كاريكاتير، وحتى تلك الصحف المتخصصة بمواضيع لا علاقة لها بالفن والسخرية مثل الصحف الاقتصادية وغيرها أصبحت تنشر رسوماً كاريكاتيرية وبعض منها ينشر هذه الرسوم مع المقالات الافتتاحية أو مكانها أحياناً. أما في الصحافة العربية فإن الكاريكاتير في البداية لم يلق الاهتمام الكافي إلا أنه أخذ يقترب من الصفحة الأولى في الكثير من

الصحف، ويشغل جزءاً من الصفحة الأولى في بعضها أما تلك الصحف التي تخلو من الكاريكاتير فإن ذلك يعود لنقص في تلك الصحيفة وليس لأمر آخر (حمادة، 1999، 194-199).

هناك عوامل عديدة أدت إلى ازدهار الصحافة ومن أهمها:

1 -تطور وسائل الطباعة بدء من الطباعة الكرافيكية وصولاً إلى الطباعة الميكانيكية الذي سهل طباعة الصحف والرغبة في إصدارها تبعاً لذلك ، هذا الأمر أدى إلى تطور أدوات نشر الكاريكاتير وسهولته إضافة إلى توفر الحاضنة الطبيعية له وكما رأينا إن الطلب عليه أدى إلى طبعه وحسب الامكانيات إلى عدة نسخ وبيعه بالإضافة إلى تعليقه على واجهات المتاجر الكبيرة وجدران المقاهي استجابة لرغبة روادها .



2- التطور الكبير الذي حصل في مناحي الحياة المختلفة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية هياً مجالا كبيرا لتطور الفنون ومنها الكاريكاتير كنوع فني، وهذا في معنى آخر ازدياد وعي الناس نتيجة طبيعية لتطور الفكر الإنساني وظهور الأحزاب ممثلة للطبقات الاجتماعية التي تولدت نتيجة للثورات التي حصلت مترافقة مع هذا التطور وكنتيجة له ، كل هذا أدى إلى أن تتراجع الكثير من التقاليد والقوانين الاجتماعية المتقدمة وظهور تقاليد وأعراف جديدة حتمت التوق إلى حرية الرأي والرأي الآخر ومبادئ الإخوة والتسامح والمساواة في الحقوق والواجبات .



ركاب الدرجة الثالثة رسم من دومنيه

3- هذه الأرضية المهمة هي التي فسحت المجال أمام الكاريكاتيري لان يقول رأيه بحرية ويتناول مايريد دون التفكير بوجود ما يمنع قوله أي انحسار دور الرقابة الخارجية وظهور نوع من الرقابة الداخلية التي تملي على الرسام مايتوجب قوله لا ما يريد الآخرون منه قوله.

4. إن التعقيدات التي حصلت في الحياة الاجتماعية بسبب الأحداث الهامة واثرت المنجزات التكنولوجية الجديدة على الإنسان حتم ترسيخ الكاريكاتير كنوع فني هام وضروري لمواكبتها والتنبه لخطورة الانحرافات التي تحصل من قبل السياسيين أو الطبقات الاجتماعية التي تولدت نتيجتها وهو الذي اثبت أهميته كأداة مؤثرة وسهلة الوصول إلى المتلقي.

رابعاً- خصائص الكاريكاتير :

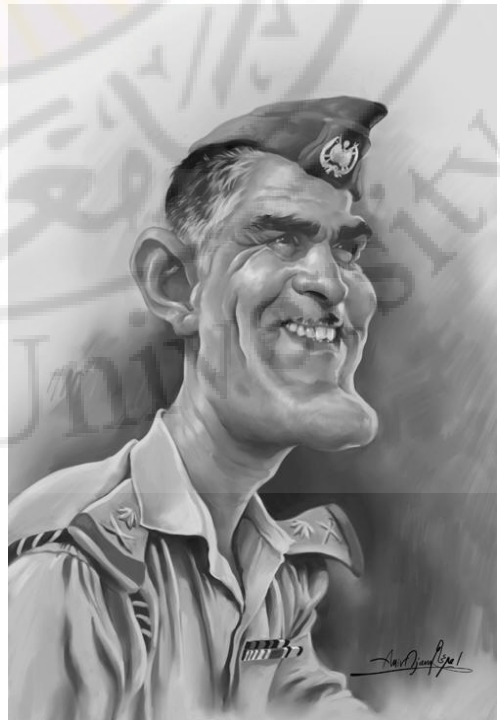
يتميز الكاريكاتير الصحفي عبر تأريخه بميزات تفردته عن الرسومات الكاريكاتيرية التي أنتجت لأسباب ودواعي شتى ومنها استخدامه في التصميم الطباعي أي في الماركات التجارية أو كجزء من الوسيلة الاعلانية أو استخدامه كأداة إعلامية مثلما يحصل في الحروب حين يستخدم في رسم البوسترات الدعائية كما حصل في حروب البريطانيين والفرنسيين أو حروب الألمان أو الحرب الأهلية الأمريكية واستخدم في حروب التحرير الصينية والفيتنامية، وأستخدم على نطاق واسع في حرب العراق وإيران من كلا الطرفين.



سبحية تام



أو في استخدامه في الرسوم التي تزين كتب ومجلات الأطفال ومنها أيضا البورتريز الكاريكاتيري لأنه في رأيي آت كضرورة لتمييز صحافة الكاريكاتير عن الأنواع الإعلامية الأخرى التي تستخدم الفوتوغراف في النشر. ويجدر بنا قبل أن نحدد بعضا من ملامح الكاريكاتير الصحفي، أن نقول إنها عامة و مأخوذة عن أساليب الرسامين الذين أحدثوا تطورا فيه عبر مراحل نشأته وتطوره وبعيدا عن المميزات الفنية المتعلقة بالبناء الفني للرسم الكاريكاتيري وهذه أيضا تقدمت بتقدم فن الرسم وتطوره وأصبحت الأداء الفني مفتوحا فيها ومتحررا من الكثير من القواعد التي أثقلته فيما سبق ولأن الكاريكاتير يحتمل حرية كبيرة في استخدام أدواته التعبيرية وتصبح الملامح التي نذكرها عامة ثابتة في غير ذلك ومتعلقة بالمدى المتوفر من الحريات الصحفية والعامة:



من رسوم أمير عجم -العراق

- 1 -يمتاز الكاريكاتير بقدرته على إيصال رسالته بسهولة لاعتماده الوسيلة الكرافيكية البصرية الأكثر نقشا وهي الخط ، حتى في حالة استخدام نسق لوني فيه.
- 2 -الكاريكاتير ليس وسيلة للتعليق على الحدث وإنما يتوقعه ويساهم فيه.
- 3 - الفكرة مستقلة بالضرورة ومن إنتاج الرسام ولا تخضع لتدخل الآخرين وإلا أصبح وسيلة إيضاح شأنه شأن الرسومات التوضيحية المرافقة لقصص الأطفال.
- 4 - استخدام التورية في إحداث المفارقة هو أهم ما يمتاز به الكاريكاتير.
- 5 -دأب الرسامون على استخدام شخصية خاصة بهم تميزهم عن بعضهم البعض وهي أدواتهم في تحريك الحدث وإثارته و تحرك وفقا للفكرة المرسومة والتي يريد الرسام إيصالها.
- 6 -الحرص على أن تكون اللغة المستخدمة في الكاريكاتير هي لغة عالمية تعتمد الإشارة والتلميح لضمان وصولها إلى اكبر عدد من المتلقين وهو بذلك يبتكر قاموسا لغويا فنيا مقروء منهم (سعدون، 2008).

خامساً- مدارس رسم الكاريكاتير واتجاهاته:

أ - الكاريكاتير الأوروبي:

والمقصود بها التجربة التي بدأها هوجارث في انكلترا وطورها وأبدع فيها دوميه في فرنسا وأعلن عن أبوته للكاريكاتير الحديث جرائها وهي تتميز بالشكل الكلاسيكي للشخصيات المرسومة مع التعليق المرافق للرسم حتي في حالة عدم الحاجة إليه والتعليق عادة ما يكون أسفل الرسم ومنفصل عنه وهو استعاره من اللوحة التعريفية التي توضع على إطارات اللوحات التشكيلية وتوسع استخدام هذا النوع إلى كتابة كلمة ترمز إلى الشخصية أو الإشارة المستخدمة في الرسم ، وهذه تدعم المفارقة في الرسم وتعزز الموقف الساخر .واستخدم أيضا بشكل أكثر توسعة له في كتابة الحوار بين الشخصيات المرسومة تحت الرسم، والحقيقة هنا إن الرسم وفق هذه المدرسة مستمد من الوظيفة الاولى للكاريكاتير وهي السخرية بالدرجة الاولى والتي تستخدم المبالغة والتضخيم حيث يصبح الرسم ملحقا وتوضيحا وداعما للفكرة الساخرة التي يتضمنها التعليق وهي كثيرا ما يمكن متابعته في الكاريكاتير الأوروبي الآن.

ب/ الكاريكاتير الأمريكي:

وفيه استخدم الرسامون طريقة جديدة في استخدام التعليق وهي وضعه في اللون متصل بفم الشخصية وهذه الطريقة وضعت التعليق في صلب الرسم وجزء منه وبذلك تشد المتلقي إلى الرسم بدلا من انشغاله بالتعليق المنفصل عنه والموضوع أسفله وهذه الطريقة انتشرت واستخدمها الرسامون في أنحاء العالم المختلفة وفيها تم أول ابتكار للشخصيات الكاريكاتيرية الوطنية مثل شخصية العم سام والتي انتشرت أيضا وتسابق الرسامون في انحاء مختلفة من العالم الى ابتكار شخصياتهم الوطنية مثل شخصية المصري أفندي ورفيعة هانم وبهجاتوس وغيرها في مصر وأبو خليل في لبنان وابن البلد في العراق وحظله في فلسطين وغيرها.

ت/ الكاريكاتير الأوروبي الشرقي:

رغم أن التسمية أصبحت قديمة في ظل التغيرات التي حصلت نهاية القرن الماضي إلا أنها تشير إلى اتجاه مبتكر في الرسم الكاريكاتيري وهو الأكثر حداثة وقابلية على الانتشار والتلقي ومن أولى مميزاتها أن الرسام لا يستخدم التعليق وتعتمد على الخط في توصيل الفكرة وكانت ملائمة جداً للتخلص من الرقابة وهنا تكمن العبقرية في ابتكارها وتعتمد المفارقة المرة في التعرض للموضوع وتسعى لأن تكون الفكرة عامة في خصوصيتها وفي جلها أفكار تتعلق بالوجود الإنساني ومحنة الإنسان وتلخص الواقع المرير الناتج من القسر ومصادرة الحريات الشخصية وكتبها في بلدان أوروبا الشرقية والاتحاد السوفيتي السابق ولعل تجارب عبدالرحيم ياسر ومؤيد نعمة ورائد نوري وغيرهم من رسامي العراق تمثل واجهة للتأثير الكبير الذي أحدثه مثل هذا الاتجاه في الرسم الكاريكاتيري الحديث (سعدون، 2012، 19-20).

سادساً- الكاريكاتير والفن التشكيلي الصحفي:

إن جميع التعريفات لفن الكاريكاتير في الموسوعات والمعاجم، تؤكد أن الكاريكاتير هو فن تشكيلي، يستخدم المبالغة والتضخيم للحصول على رد فعل عكسي كوميدي، إذ أن الكاريكاتير هو فن تشكيلي بالدرجة الأولى. فالكاريكاتير إضافة إلى كونه فن تشكيلي، فإن له الكثير من الخصائص الأخرى التي تجعله لا يقتصر عن هذا التعريف فالمكان الأساس لالتقاء الرسم الكاريكاتيري بالمشاهد هو الصحافة بمختلف أنواعها، حتى إذا كانت المعارض هي مكان لمثل هذا الالتقاء، فإن الرسوم المشاركة في المعارض غالباً ما تكون قد نشرت في صحف ما وإن كانت لم تنشر فإنها عبر هذه المعارض تجد طريقها إلى صفحات دوريات ما، وحتى إذا قمنا بإحصاء لعدد رسوم الكاريكاتير المنشورة في الصحف، لوجدنا أن العدد في الصحف يفوق العدد في المعارض بدرجة كبيرة، وعادة ما تكون هذه المعارض مشكّلة من مختارات من رسوم فناني الكاريكاتير ولا تستوعب كل إنتاجهم، وهكذا فإن الانتماء الصحفي للكاريكاتير لا يقلل من انتمائه للفن التشكيلي.

وبالتالي فإنه يمكن التأكيد أن لفن الكاريكاتير هوية ثنائية، (تشكيلية وصحفية) وهما لا تتعارضان، فالصحافة بحد ذاتها: هي مساحة لنشاط عدد كبير من الفنون ومن بينها عدة أنواع من الفنون التشكيلية مثل الملصق والصورة والكاريكاتير وغيرها من الفنون الأخرى، ويمكن القول إن الصحافة تعتمد في نشاطها على قطبين هما أداة التعبير التشكيلية وأداة التعبير الأدبية، وقد تتفوق هذه هنا، وقد تتفوق الأخرى هناك، وإن كانت الأداة الأدبية هي الأساسية في الصحافة منذ نشوئها، فإن الأداة التشكيلية في بعض الصحف في عصرنا الراهن تتفوق على الأداة التعبيرية، وعلى سبيل المثال لا الحصر (صحف الأطفال)، ألا تتفوق فيها أداة التعبير التشكيلية على أداة التعبير الأدبية؟! وهكذا فإن انتماء الكاريكاتير إلى الصحافة كما قلنا لا يتعارض مع انتمائه إلى الفن التشكيلي ويمكن تسميته بـ (الفن التشكيلي الصحفي).

وبهذا الشكل فإن وجود الكاريكاتير في الصحافة يفرض عليه تنفيذ أهداف محددة، وبالتالي استخدام أدوات محددة قد تكون أدوات تعبير أدبية (تعليق أو نص أدبي مطول أحياناً) وهذا باعتقادنا لا يقلل من أهمية الرسم الكاريكاتيري، إذ أن النص الساخر بحاجة إلى مهارة ليست بأقل من المهارة المطلوبة في الرسم التشكيلي الساخر، وبالتالي فإن نجاح الرسم الكاريكاتيري أو هبوط مستواه غير مرتبط بوجود التعليق أو النص الأدبي أو بعدم وجوده، فالكثير من رسوم الكاريكاتير الخالية من التعليق الأدبي تعتبر رسوماً غير ناجحة لأنها لا تصل إلى المستوى المطلوب من السخرية، أي لا تحصل على تجاوب ساخر أو كوميدي لدى المشاهد، حتى وإن كانت منفذة بمهارة فنية تشكيلية عالية، فالأساس في الكاريكاتير هو السخرية، وإن غابت السخرية غاب الكاريكاتير، وهذا ينطبق على

النص الأدبي في الكاريكاتير إن وجد هذا النص، وإذا رأى الفنان أن الحصول على التجاوب المذكور بحاجة إلى نص أدبي فإن هذا باعتقادنا ليس نقصاً في الكاريكاتير، وإنما إتقان لنوعين في الفنون الساخرة هما السخرية التشكيلية والسخرية الأدبية والمهم هنا، أن يختار الفنان النص المناسب الموفق والمطلوب، أما إذا كان هذا النص حشواً أو شرحاً للرسم فإنه بالطبع "عكاز" وهذا العكاز لا يؤدي الوظيفة المطلوبة.

وبالتأكيد فإن الرسم الكاريكاتيري الذي يستغني عن النص الأدبي هو رسم فائق المهارة وهو صاحب الصدارة بين أنواع الرسوم الكاريكاتيرية، لأنه عدا عن اعتماده أداة تعبيرية واحدة (التشكيلية) فهو أيضاً ذو جمهور أوسع، إذ أنه قادر على الوصول إلى أوسع الفئات بغض النظر عن لغاتها، وبالتالي فهو عالمي، إذا خضع لاعتبارات أخرى طبعاً، مثل التركيب النفسي العام لدى البشر جميعاً، وعدم اعتماده على خصائص إثنائية غير مفهومة لباقي البشر، وحتى لو لم يصل العالمية، فهو مفهوم في جميع أوساط وفئات البلد الواحد إذ أنه قادر على الوصول حتى إلى الفئات الأمية من البشر.

وعلى أساس تواجد النص الأدبي في الرسم الكاريكاتيري أو عدم تواجده يمكن تصنيف عدة أنواع من الرسوم الكاريكاتيرية وهي:

1 - قنفي قنفي نأج حطلم ش:

وهو يعتبر من أهم أنواع الرسوم الكاريكاتيرية، إذ يعتمد في تصوير المضمون وإيصاله إلى الجمهور، على أدوات التعبير التشكيلية فقط، دون استخدام أي نوع من أنواع التعبير الأدبي، وبعض من هذا الرسم الكاريكاتيري ترافقه عادة جملة (بدون تعليق) التي يؤكد بعض الفنانين، أنها بمثابة التعليق الأدبي الضروري حتى للكاريكاتير الذي يخلو من العبارات الأدبية، اختلف معهم النقاد والمبدعين قائلين: هم بالطبع غير محقين في رأيهم لأن الكثير من الصحف لا تستخدم مثل هذا التعليق وحتى في حال حذفه فإنه لا يغير من الأمر شيئاً.

وكمثال على هذا النوع من الرسم الكاريكاتيري يمكن الإشارة إلى لوحة للفنان الليبي محمد الزواوي الذي صور امرأة فقيرة تحمل طفلها وتمد يدها حاملة وعاء في إشارة إلى التسول، في حين يقف رجل غني تسيل دموعه في ذاك الوعاء، وفي خارج إطار اللوحة مكتوب (عواطف حارة)، ورغم وجود التعليق فإن الأمر لا يتغير في حال حذف التعليق. ومن الجدير ذكره أن عبارة (بدون تعليق) هي تقليد في الصحف لا أكثر.

2 - قنفي قنفي نأج حطلم ش تعفيم:

وهو رسم يعتمد على الأداتين، أداة التعبير التشكيلية وأداة التعبير الأدبية، وفيها يرفق الفنان النص للوحة، للتعريف بشخصية ما، تكون معروفة للجميع كرئيس وزراء مثلاً أو ملك ما أو وزير خارجية... الخ، ويسمى هذا كاريكاتير "الصورة الهزلية" أو كاريكاتير "البورتريه". ولتلاعب فنان الكاريكاتير، يقوم بإدخال خطوط هنا وخطوط هناك، تغير شكل الأنف مثلاً أو الفم أو تقطيعات الوجه، وهنا يخاف فنان الكاريكاتير من عدم معرفة المشاهد للشخصية المرسومة، فيقوم بكتابة (نص تعريف) يحمل اسم صاحب الصورة، مما يضعف اللوحة حتى في نظر الفنان نفسه.

بعض الفنانين يظهرون عيوب الوجه "البورتريه" بإضافة خطوط تجعل الأنف طويلاً أو عريضاً، وينقص خطوطاً لجعل الأسنان الضاحكة مثلاً غير مكتملة.. الخ، ليخرج برسمه متقنة يستطيع الجميع معرفة الشخص المرسوم، وبالتالي لا داعي لتعريف صاحب الصورة هنا. وكمثال على هذا النوع الكاريكاتيري يمكن مشاهدة لوحات عديدة

للفنان السوري حسن ادلبي المتخصص في رسم الوجوه "البورتريه"، وكذلك فنانين عرب مثل أحمد طوغان، وأمية جحا وخليل أبو عرفة وجلال الرفاعي وحמיד قاروط، فقد استخدموا هذا النوع.

3 ~~في قتي قتي نزل طلعهم ش طلعهم ش طلعهم ش~~

هذا النوع من الرسم الكاريكاتيري يعتمد التعليق الأدبي الذي يوضح مضمون اللوحة، ويعتبر عنصراً ثابتاً في اللوحة، ويجب عدم الخلط هنا بين التسمية (أسماء الأشياء الثابتة الداخلة في أصل الرسم كما هي في الواقع) والتعليق الذي لا يؤثر وجوده على مضمون اللوحة، بمعنى أن حذف التعليق فإنه يؤثر على وصول مضمون الرسم إلى القراء، أما التعليق الذي نقصده فهو ذلك التعليق الذي بدونه تصبح اللوحة غير مفهومة أو قابلة للتأويل.

مثال على ذلك، تلك الرسمة للفنانة أمية جحا، والتي توضح خلالها الظروف السياسية الصعبة التي يواجهها المسافرون عبر معبر رفح البري، فقد صورت الفنانة لوحة جسدت خلالها الأسرة الفلسطينية المستورة الحال (بملابسها المرقعة) وهي تقرأ يافطة كتب عليها: نصائح الجانب الفلسطيني في معبر رفح، وقسمت هذه النصائح إلى أربعة، استخدمت خلالها اللهجة العامية، النصيحة الأولى: ادفع لنا مئات الشواقل... واخلص من المشاكل، والثانية: كلما دفعت أكثر... كلما زادت فرصتك بعدم المبيت في المعبر، والنصيحة الثالثة: ادفع بالدينار أو الدولار... واخلص من الأدوار، ورابعاً: ادفع ولا تدع الفرصة تقوت... تسافر لتعالج أو تبقى لتموت.

هذا الأنموذج لا يمكنه إطلاقاً الاستغناء عن النص فالأداة التشكيلية متقنة، إذن اللوحة شكلت واقعاً سياسياً واجتماعياً صور حياة الفلسطينيين المعذبين عبر المعبر (رفح)، مع تضمناها روح الكاريكاتير، والنص هنا لم يكن خالصاً فقد غرق في الرسم، فالكلمة والرسم يجب أن يكمل بعضهما، ويحققا المساواة في الفعالية والحيوية ومراعاة قوة النص الذي عليه أن يعكس ثقافة الفنان وإطلاعها ومعرفتها، ويجب أن تحمل اللوحة نظرة تهكمية أو سخرية أو حدة، علماً بأن التعليق الصائب والجاد للفنانة يكشف بجدارة عن التناقضات الداخلية والخارجية في المجتمع.

منذ النصف الثاني من القرن العشرين، عندما عقدت هيئة تحرير مجلة "كراكاديل" الروسية الكاريكاتيرية اجتماعات سميت بالغامضة، شارك فيها رسامون وأدباء ونقاد وهجائيون، وكان محور هذه الاجتماعات التفكير في موضوعات الكاريكاتير، وخرجوا بعد تفكير مضمّن بتسمية "مقترح النص" وهو الشخص الذي عليه أن يفكر في موضوع يحاكي الواقع ويشرح للفنان ما يجب عليه عمله، وهذا في الحقيقة هز الكثير من الفنانين والباحثين الذي وقفوا بدورهم ضد هذه الفكرة ورفضوها قطعياً واقترحوا الاستغناء نهائياً عن (مقترحي النصوص)، بل واعتبروا الموضوع ظاهرة غير مقنعة وهي شكلية وصدفة قديمة، ويعتبرون بأن الرسم يعتبر منتهياً بظهور ونضح أفكار الفنان ذاته، وإذا لم يفكر الفنان بالنص لوحده، فهو لا يعتبر فناناً بل مهني أو حرفي.

المفهوم الحقيقي ليس التفكير في الموضوع من قبل (مقترح النص) فقط، وإنما هذا يحتاج إلى تحويله بطريقة فكاهية ظريفة غير منتظرة، مع عمق يكشف ماهية وجوهر الموضوع المقترح، وضرورة وجود اقتران غير متوقع مع عمق يكشف ويفضح جوهر الظاهرة.

الأفكار الهجائية تعتبر جنين فن الكاريكاتير، ولا شك أن (مقترح النص) هو الأول الذي يضع مفهوم التألق من خلال المتناقضات، ولكن هذا التألق والإشراق عديم الثبات ودائماً مترعزع، (مقترح النص) يرسم طريق الحل، والفنان يتلقاه.

4 ~~في قتي قتي نزل طلعهم ش طلعهم ش طلعهم ش~~

هذا الرسم يعتمد على أدوات التعبير التشكيلي لأن أدوات التعبير الأدبي هنا ليست عنصراً إضافياً في الرسم، وهنا يعتبر النص من أصل الرسم، حيث تدخل فيه كعنصر ثابتاً إلى جانب التشكيل، ويمكن القول أن العبارات الموجودة في مثل هذه الرسوم، هي أسماء الأشياء الداخلة في الرسم، مثلاً يكتب اسم مدينة ما (القدس مثلاً) أو محل تجاري (بقالة) أو (جزار) أو ما شابه فهذه العبارة موجودة أصلاً في الواقع والرسام قام بتصويرها مثل بقية الأشياء، ومن هنا فإن هذا النوع من الكاريكاتير يعتمد بشكل كامل على أدوات التعبير التشكيلية وليس رسماً مركباً.

مثال على ذلك، لوحة الفنان بهاء البخاري والتي يحمل فيها أبو العبد (الحجر) و(النكيفة) في حين يوجد الكثير من القباب الشبيهة بقبة الصخرة إلا أن شارة على شكل يافطة كانت توضح باللغتين العربية والإنجليزية كلمة (القدس) وطرف اليافطة على شكل سهم، في حين تنظران عيني أبو العبد باتجاه السهم.

وكذلك في لوحات فنية كثيرة لنفس الفنان ففي لوحة (اصطدام لحضارات في رمضان) رسم البخاري المطبخ العربي وهو يحتوي على صناديق يحملها أطفال أبو العبد مكتوب عليها (تمر) و(قطايف) وهو يحمل (فلافل) في حين ينتظر طباقوا المأكولات الشهيرة الغير عربية (كالهمبورغر) وغيره، الزبائن الذين لن يأتوا في هذا الشهر الذي تشتهر فيه الأطباق العربية بكل ما تشتهي الأنفس ويعفوا عن تناول الوجبات السريعة.

5. النوع الفني الثاني: لوحة الحكماء:

وهو الرسم الكاريكاتيري الذي يعتمد في إظهار مضمونه على نوعين من أدوات التعبير (التشكيلية والأدبية) وفي هذا النوع من الكاريكاتير، يشكل النص الأدبي والرسم التشكيلي وحدة متكاملة، بحيث لا يمكن أن يعبر الواحد منها عن نفسه في حال حذف الآخر، وقد يكون النص الأدبي حواراً بين أبطال اللوحة أو جملة على لسان أحد أبطال اللوحة أو حتى نصاً مطولاً، أو حتى حوار بين بطلين في اللوحة، وقد اشتهر في مجال استعمال النص الأدبي المطول وأحياناً الأشعار الشعبية الفنان ناجي العلي.

ومن الأمثلة على هذا النوع نورد رسم للفنان العلي، فنجد في اللوحة حنظلة يسأل كاتباً صحفياً متواضعاً: "مقالتك اليوم عن الديمقراطية عجبتي كثير، شو عم تكتب لبركه؟" ويجيب الكاتب الذي يضع أمامه أوراق ويمسك قلماً "عم بكتب وصيتي!".



أما في الكاريكاتير المصري فيسود الحوار حيث أن معظم رسوم الكاريكاتير المصرية عادة ما تكون مرفقة بالنص ، في حين نرى الكاريكاتير السوري نادراً ما يستخدم الحوار والتعليق الأدبي.

إن استخدام النص الأدبي في الرسم والتذكير بأن دخول النص يجب ألا يحجب التشكيل ويدفعه إلى مكانة ثانوية، ولابد من وجود التوازن بين الاثنين بحيث لا يصبح الكاريكاتير غير ذي أهمية ووجوده كعدم وجوده، ففي حال أمكن الاستغناء عن التشكيل في الرسم الكاريكاتيري، والاكتفاء بالنص الأدبي للوصول إلى مضمون الرسم أو المادة المقدمة، فإن هذه المادة لا تنتمي إلى الكاريكاتير ولا يمكن تسميتها كاريكاتيراً لأن التشكيل فيها أدخل كعامل مساعد ليزيد فاعلية هذه المادة ويعطيها دفعا، ويمكن القول أن مثل هذه المادة تنتمي إلى الفنون الأدبية الساخرة أكثر منها إلى الكاريكاتير، لأنها قادرة على الاكتفاء بالنص الموجود والوصول إلى الجمهور بدون التشكيل، أما إذا حذفنا النص الأدبي، فيبقى التشكيل خطوطاً تائهة لا معنى لها، هذا بالتأكيد ليس كاريكاتيراً.

ولهذا فإن على رسام الكاريكاتير أن يؤسس عمله تشكيمياً في البداية ثم يبينه أدبياً بحيث يحصل على التوازن المطلوب وإلا فإنه سوف ينتج نصف كاريكاتير ونصف أدب، ما يمكن تسميته (كلمكاتير)، فالنص الأدبي المنوه إليه رغم أنه يصل إلى القارئ فإنه يبقى بعيداً عن الأشكال الراقية من أشكال الأدب الساخر وإذا انتمى إليها فهذا لا يعني أنه شغل مرتبة متقدمة بينها.

6 نزل كل قنفي قنفي نرى في كل شطرك شطرك

وفيه تكون اللوحة الكاريكاتيرية والنص منفصلان غير متصلان متقاربان في الموقع عند إخراج المطبوعة، مكملاً لبعضهما البعض. يشترك الكاتب والرسام في معالجة قضية معينة، يرسم خلالها الفنان بغض النظر عن احتواء لوحته نصاً ملازماً أم لا، ويكتب الأديب ملتزماً الموضوع المتفق عليه، وصاحب هذا النوع هو الفنان ناجي العلي (سلامة، موقع الكتروني).

سابعاً- الخصائص الفنية للعمل الكاريكاتيري:

إن فن الكاريكاتير شأنه شأن الفنون التشكيلية الأخرى لها ميزاته التي تجعله يتفرد عن غيره من الفنون والتي يمكن حصرها في الآتي:

1 - البناء المجازي في العمل الكاريكاتيري:

إن هذه الخاصية تفرز للقارئ أربع أنواع من المجازات، يتفرد كل واحد منها بعوامل فنية متميزة، وهي في النهاية تمثل بناءً فنياً.

يقوم البناء المجازي الأول أساساً على عملية تقديم الصورة والمراد بها غير ظاهرها، لأنه يأتي بمجموعة من القياسات والترادفات البصرية للحادثة الأصلية. ومن خلال مقارنة المتلقي لأصل الحادث بصورته الهادفة تبرز القصدية من العمل الكاريكاتيري فهذا الأخير يقوم بتقديم الأدلة المصورة الناتجة عن الحدث دون التطرق للحادث نفسه بطريقة مباشرة حيث يبرز الأصداء والنتائج المتوقعة عن طريق الإكثار من مدلولات الحدث، ومن ثمة تتعدد الأفكار القائمة على المستدعيات الذهنية أو المخيلة.

لهذا فإن البناء المجازي بناء دلالي مركب ومتكاثف المجازات يدفعه مفهوم التحول في الواقعة أو الحدث. ولنكون أكثر إيضاحاً سنعطي المثل التالي؛ قول أحدهم: "إنني أرى أفلاماً قد أينعت" إن هذا القول يعود بنا من حيث الحقبة التاريخية إلى العصر العباسي؛ أين عرفت شخصية الحجاج بن يوسف والذي كان لا يتوارى من القوم أن يقول: "إنني أرى رؤوساً قد أينعت وحان قطافها".

إن سرد قول مثل هذا في عمل كاريكاتيري، ينم عن معالجة موضوع حرية الإبداع السينمائي أو الفن السابع؛ أي أن هناك من المنتج الفني السينمائي ما يثير سخط السلطة التي كثيراً ما تضع خطوطاً حمراء لا ينبغي تجاوزها. أما البناء المجازي الثاني والذي نجده بكثرة في العمل الكاريكاتيري، فهو الشخصية الهلامية (الحائلة) التي تبدو ككائن مائع الخطوط لا جدوى من وجوده فهو يرمز للإنسان الخائن لوطنه، المتخاذل في مواقفه المتعاقس في عمله والمصاب بالوهن.

إن الفنان الكاريكاتيري يعبر مجازاً عن مثل هذه الشخصية بخطوط مائعة وأشكال تكاد تحول إلى اللاشكل أو نفي الآخر؛ فترى خطوطها منحنية حتى تربط بين النوايا الحقيقية للشخصية والأفعال والشكل الخارجي.

أما البناء المجازي الثالث، فهو يتمثل في الشخصية الممسوخة؛ حيث أن التحول يلعب دوراً ريادياً في إسقاط التشبيه اللغوي على المشبه والمشبه به في الملامح الخارجية والتي تكون في أغلب الأحيان ملامح كريهة حيوانية أو شريرة.

وهكذا إن التحول الظاهري يصبح كاشفاً للنوايا الداخلية والأفعال السرية، فيتم توحيد المظهرين: الظاهر والباطن.

أما البناء المجازي الرابع، فهو ذلك البناء الذي يصل حد التشبيه الاستعاري؛ حيث يقوم الفنان الكاريكاتيري بحذف المشبه تماماً ووضع مكانه المشبه به فقط. نضرب مثلاً لتوضيح ذلك:

"وضع صورة الثعبان بدل رأس الإنسان السياسي الذي يغير جلده مثل الحية التي تسعى كالثعبان"

وهو منظر استعاري على الإنسان المنافق وهو كذلك مشهد سرعان ما يتكرر لدى الأوساط السياسية.

من هنا، نستخلص أن فن الكاريكاتير يستعمل الأسلوب المجازي للتعبير عن أشياء دلالية كامنة؛ أي ما وراء الموضوع المطروح، فمهما تغيرت الطرق التعبيرية المجازية، فإن الهدف هو التعبير اللاتق مع الظروف الذي يلفه الإطار العام.

2 - التحول في العمل الكاريكاتيري:

لو نظرنا الى العمل الكاريكاتيري، نجد أنه يعتمد على سمة هي بمثابة فاعل الحركة داخل الصورة؛ فهي الدافع الأساسي لمجال العمل ككل، وبهذا فهي إحدى مكونات الرؤية العامة للعالم المحيط من خلال تشكل خطوطه وأفكاره والتي يعبر عنها الفنانون بمفردة " التحول " فهي آلية تحويل المعنى عنده فالتحول هو التغير من شكل لآخر ومن ثم فهو مضاد للثبات والاستقرار فهو مرحلة الما بين.

التحول هو عملية انتقالية بين ثابتين ومستقرين وبهذا فهو عملية انتقال من اللاشكل الى الشكل؛ من حيث كونه فاقداً لملامح طرف ومكتسباً ملامح جديدة لطرف آخر، وذلك مشروط باختلاف الثابتين حتى يتحقق التحول. وعلى الرغم من أنه يمثل التعلق بأجزاء من ملمحي الطرفين، إلا أنه لا يمثل طرفاً ثالثاً مستقراً، فهو مائع دائماً فهو اللابقيين حيث انعدام الأشكال والوظائف والأدوار. فالتحول أصبح الآن المرادف الدقيق المعبر عن الفترة الراهنة فانمحاء القسمات والأشكال هو انهيار الثوابت الدافعة على عدة أصعدة ومستويات، سواء الاجتماعية او السياسية محلياً أو إقليمياً، فالتحول هو رصد لعملية تبادل الأدوار والوظائف التي يمر بها أي عمل فني، فالتحول أصبح اليوم عند البعض وسيلة لمقصد هو الاستقرار والاستقلال، ولعل المقصود بمفردات الأدوار ليس الأشخاص فحسب بل الدول، المؤسسات، البعض الآخر، هي غاية ومقصد للهروب من الدور الأصلي المنوط بهم أشكال المقاومة او أي سلطة فاعلة. وبهذا فإن بناء الفنان المبدع لرسومه الكاريكاتيرية على مفهوم التحول، يفتح باب العمل من خلال نظم وسياق بلاغي قائم على البناء المجازي، ومن ثم استخدام بعض وحداته المعلقة لغوياً .

3 - الحركة في العمل الكاريكاتيري:

إن العمل الكاريكاتيري يحمل في طياته ميزات الحركة، إلا أن العارفين بهذا الفن يثبتون ذلك. يقول الفنان الكاريكاتيري خالد قطاع: " هناك بعض الأعمال التي قمت بإنشائها بشكل متحرك تشبه بأسلوبها فكرة القصة القصيرة جداً والتي تبدأ بسرر سريع لحالة ما وتنتهي بقفزة مفاجئة تثير الدهشة والضحك وهنا يبرز الحدث القصصي كلوحة كاريكاتير".

إن الحركة في العمل الكاريكاتيري تنتج أساساً من البناء المجازي ومفرداته ومن ثم مستدعياته فهي تتولد من التأرجح بين المشبه والمشبه به تارة وبين الحدث أو الموضوع المطروح والمعنى الدلالي تارة أخرى. ومن خلال عرض عملية التباين الشديد بين المواقف المختلفة تجاه الحدث الواحد ثم من خلال عقد المقارنات بين الوثيقة المرجعية حيث تبرز قيمة البعد التاريخي المعنوي وبين الموقف أو الحدث الآني .

فالحركة إذأ حركة لذهنية المتلقي أو القارئ للحدث التاريخي ومطابقته مع الواقع أو الحدث الآني حيث تكون النتيجة الثبات المرجعي أن يستطيع المتلقي تقييم العمل الفني وطريقة معالجة الفنان للموضوع المطروح. نصرب مثلاً لذلك معالجة الفنان الكاريكاتيري لشخصية أرييل شارون رئيس الوزراء الإسرائيلي الذي يصوره الكثير من الفنانين الكاريكاتيريين على شكل بلدوزر ، إن هذه الصورة المجازية تعبر بحق عن التصرفات الهمجية لهذه الشخصية الشاذة.

إن الحركة في العمل الكاريكاتيري متولدة أساساً من تعدد المدلولات داخل الإطار والتي تتمثل في الإيحاءات الذهنية من جهة ومن جهة أخرى تقوم عملية التصنيف المستمرة التي يقوم بها المثلي للعمل الكاريكاتيري لما هو فطري وثابت ومستقر ثم لما هو ممسوخ ومتغير في الإطار الفني الكاريكاتيري.

4 -الرمز في العمل الكاريكاتيري:

أما أشهر الرسامين العرب الذين بنوا شخصياتهم الكاريكاتيرية على الرمز فهناك ناجي العلي الذي قدم عدة رموز مثل الطفل "حنظلة" على صفحات جريدة السياسة الكويتية عام 1969 وكان متحرراً يحمل الكلاشينكوف أو يلعب الكاراتيه أو يتكلم أو يناقش، ولكن بعد حرب 1973 " كتفته باكراً يقول ناجي العلي " لأن المنطقة سوف تشهد عملية تطويع وتطبيع. من هنا كان التعبير العفوي لتكتف الطفل هو رفضه وعدم استعداده للمشاركة في هذه الحروب.

ومن الفنانين العرب الذين قدموا رمزاً دائماً الحضور نذكر اللبناني محمود كحيل في جريدة الشرق الأوسط وهو عبارة عن غراب صغير متحرك بشكل دائم ومتأقلم مع مناخ كل الرسوم، فإذا كان الموضوع يتعلق بحدث ما فإن الغراب هنا شاهد بكل ما للكلمة من معنى فهو الشاهد الأول على أول جريمة عرفت البشرية حيث قتل أحد أبناء آدم قابيل أخاه هابيل ووقع في حيرة من أمره بعدها ولم يحسن التصرف حتى أتى غرابان وتقاتلا الى أن مات أحدهما فقام الثاني بحفر قبر له ودفنه عندها هذا قابيل حذو الغراب ودفن أخاه.

ومما يلفت الانتباه أن الغراب يحضر أحياناً في أعمال عدة رسامين كرمز للشؤم بينما اختار ملحم عماد " البزاقة" رمزاً في كل رسوم كتابه " الحكم الذاتي" وفي لبنان أيضاً ظهرت شخصية تمثل المواطن اللبناني الذي يعتمر اللباد ويرتدي السروال وهو رمز يتشابه عند كل الفنانين اللبنانيين مع تعديلات طفيفة لا تمس الجوهر.

أما شخصية " غنطوس" فقد ابتدعها الفنان ديران عميان عام 1950 وهي تحتوي على صفات الطيبة ، أما شخصية "توما" التي يرسمها بيير صادق لرمز اللبناني الذي يقول عنه الفنان نفسه " أسميته توما لأنه لا يصدق أي شيء"

وفي الأردن انتحل شخصية أبو محبوب مكانة كبيرة في قلوب الأردنيين وهي من ابتكار الفنان الفلسطيني الأردني الشاب عماد حجاج الذي اصدر كتاباً عن هذه الشخصية اسماءه "المحجوب"

أما السوري عبد الهادي الشماخ فيقول عن الشمس التي كانت دائمة الحضور في رسومه:

" كنت أرسم الشمس بشاربين وعينين وتتدخل في الكاريكاتير لتعلق وتزعل وتفرح وتجاهل حتى اجتياح بيروت 1982 ومنذ ذلك الحين استمرت الشمس بحالة كسوف دائم وحذفت الشوارب منها أي أصبحت ارسم الشمس وفي داخلها دائرة سوداء، هذه الحالة استمرت حتى حرب الخليج ومن ثم شعرت أنه علي إلغاؤها نهائياً والسبب إن شيئاً خطيراً قد حدث أكبر من اللون الأسود، كان الكسوف داكناً ومظلماً ، فكرت ما هو اللون الذي سيغلب على الأسود ويفوقه في التعبير لم أجد، عجزت عنه فغيبت الشمس نهائياً وأصبحت فراغاً"

أما في مصر فكانت فاتحة الشخصية الرمز مع المصري أفندي سنة 1932 وقد ابتكرها صاروخان الفنان الكاريكاتيري الأرمني المتمصر تحت رعاية روز اليوسف ومحمد التابعي، وقد كان للمصري أفندي حضور فاعل في تناقضات السياسة المصرية وأصبح اسمه عنوان للدكاكين والمحلات. ويشير سعيد أبو العينين في كتابه " رضا فارس الكاريكاتير" الى أن بعض المصادر لا تعتبر شخصية المصري أفندي ابتكاراً إنما مستوحاة من رسم ستروب

رسام الدايلي اكسبرس وكانت الصورة لرجل قصير يضع على رأسه قبعة ويمسك مظلة فاحتل مكانها الطربوش والسبحة/ وقد استمرت شخصية المصري أفندي حتى عام 1958 حيث أعلنت الوحدة بين سوريا ومصر فارتدى الزي العربي وأصبح العربي أفندي.

وعلى منوال المصري أفندي حاكت بعض الصحف المصرية رموزاً خاصة بها كمجنون المصور وزعرب وجنيّة لكنها ما لبثت أن ذابت من دون أن تثبت حضورها بقوة فاعلة في المجتمع.

ومن الشخصيات التي أحياها الشعب المصري تلك التي رسمها مصطفى حسين في جريدة الأخبار وقد تحولت الى مسلسل تلفزيوني ومن أشهر هذه الشخصيات: قاسم السماوي، علي الكمندا، عبدو العايق، تمبورة.

نستخلص مما سبق دور الرمز في ربط علاقة وطيدة مع الوسط الشعبي عامة وإنه مهما يكن من أمر الرمز وموقعه في الرسم فإنه بات واقعاً ملازماً لمعظم أعمال الرسامين الكاريكاتيريين وهو ينسج علاقة حميمة مع المتلقي وحقلاً إيحائياً للفنان (ميلود، 2005، 76-87).



المراجع

- ميلود، ماريـف (2005). التجليات الموضوعية لفن الكاريكاتير في الوسط الشعبي، دراسة تحليلية لأعمال الفنان أيوب أنموذجا ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.
- القضاة، علي منعم. (2012). فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (8)، 164-158.
-



المراجع والمصادر:

- أبو زيد، فاروق. (1990). فن الكتابة الصحفية، (ط.4). القاهرة: عالم الكتب.
- أدهم، محمود (أ). (ب.ت). فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، المقال الصحفي . المكتبة الأنجلو مصرية.
- أدهم، محمود (ب). (ب.ت). فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام. المكتبة الأنجلو مصرية.
- الإمام، إبراهيم. (ب.ت). دراسات في الفن الصحفي، المكتبة الأنجلو مصرية.
- الجاسم، جمال محمود. (2009). بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق، مطبعة اليازجي.
- حداد، نبيل. (2002). في الكتابة الصحفية، السمات، المهارات، الأشكال، القضايا. اريد، دار الكندي
- حسن أبو العينين، حمدي. (2007). الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة للتدريب و التطوير الإعلامي.
- حسونة، نسرین محمد عبده، أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي . بحث منشور على موقع شبكة الالوكة.
- حمادة، ممدوح. (1999). فن الكاريكاتير من جدران الكهوف إلى أعمدة الصحافة، دمشق، دار عشتروت للطباعة والنشر. ص 196 ص -197.
- حمزة، عبد اللطيف. (1967). المدخل في فن التحرير الصحفي. (ط.4). مصر: دار الفكر العربي.
- خضور، اديب. (2007). مدخل الى فن التحرير الصحفي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
- خضور، أديب. (2011). مبادئ التحرير الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، كلية الآداب.
- الداغر، مجدي. (ب.ت). مقدمه في فنون التحرير الصحفي.
- سعدون، عبد الكريم. (تموز، 2012). ملاحظات في طبيعة الرسم الكاريكاتيري، مجلة الجمعية الثقافية العراقية في مالمو، (54)، 13-27.
- سعدون، عبد الكريم. (2008). الجذور التاريخية للكاريكاتير ومراحل تطوره ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- سلامة، عاطف. ثقافة النص في الرسم الكاريكاتيري وتأويلات المتلقي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي "النص بين التحليل والتأويل والتلقي ، استرجع في تاريخ (20-6-2015) عن الموقع الالكتروني: <http://www.alcornish.com/node/56>
- شرف، عبد العزيز. (2000). الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء.
- شرف، عبد العزيز. (ب.ت). فن المقالة في أدب طه حسين، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عبد الحميد، محمد، بهنسي، السيد. (2004). تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.
- العزاوي، محمد عبود مهدي. (2010). موضوعات العمود الصحفي في جريدة الصباح، لمدة من 12/1 ولغاية 12/13/2008، دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية الأساسية، (64)، 227-242.
- عزت. (1998). المقالات والتقارير الصحفية، اصول اعدادها وكتابتها، مدينة نصر، المؤلف.

- عفان، إيمان. (2005) دلالة الصورة الفنية، دراسة تحليلية، سيميولوجية لمنمنات محمد راسم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- علم الدين، محمود سليمان. (21-25 / آذار، 2010). سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبيرى صحفى، والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفى الأخرى، ورقة عمل مقدمة في الدورة التدريبية: أسس وضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. دبي.
- العمر، محمد، عمران جهاد، زعير، إبراهيم، محمود، نهاد. (2004)، انتاج اللغة الإعلامية ، منشورات جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.
- القضاة، علي منعم. (2012). فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (8)، 158-164.
- القضاة، علي منعم. (ب.ت). كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، محاضرات جامعية.
- نجم، محمد يوسف. (1996). فن المقالة، (ط.1)، بيروت، دار صادر بيروت، دار الشروق عمان.
- محسن، عادل هاشم. (ب.ت). فلسفة الابداع في العمود الصحفى، الجامعة المستنصرية، قسم الاعلام.
- المحمود، جمال الجاسم. (2008). فن المقالة ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد 24 - العدد الأول. ص ص 445-490.
- ميلود، مارييف (2005). التجليات الموضوعية لفن الكاريكاتير في الوسط الشعبى، دراسة تحليلية لأعمال الفنان أيوب أنموذجا ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.