





# كراسات صحفية

العدد رقم (٤) - يوليو ٢٠١٦م

## التحرير الصحفي علم ومهارة وفن

إعداد

د. رامي عطا صديق

مدرس الصحافة بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

أ. مجدي عبد العزيز

مدير تحرير جريدة (أخبار اليوم)



# كراسات صحفية

سلسلة متخصصة، معنية بمجالات الصحافة المختلفة، كتاريخ الصحافة المصرية، والتحرير والإخراج الصحفي، وغيرها، حيث ينصب اهتمامها على نحو خاص بالأسس العلمية والمهنية التي يقوم عليها العمل في مجال الصحافة، مثل مهارات الكتابة والتحرير للصحف المطبوعة، والمواقع الإلكترونية الصحفية، وكتابة التقارير للإذاعة والتلفزيون، مع الاهتمام بمعايير السلوك المهني سواء كانت تشريعات قانونية أو موثيق شرف أخلاقية.



## كراسات صحفية

يصدرها قسم الإنتاج الإخباري  
بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

رئيس مجلس الإدارة  
اللواء د. أحمد عبد الرحيم

الإشراف العام - عميدة المعهد  
أ.د. هويدا مصطفى

رئيس التحرير  
د. رامي عطا صديق

نائب رئيس التحرير  
د. حسين ربيع

مديرا التحرير  
د. يسرا طييح  
د. سامح حسائين

فريق العمل  
أ.إيمان بالله ياسر  
أ. نسمة فايق - أ. سلمى الجزار  
أ. أميرة طاهر - أ. سالي عاطف  
أ. منى الحسيني

الإشراف الفني  
أ.هيثم السيد

المراسلات  
المعهد الدولي العالي للإعلام - قسم  
الإنتاج الإخباري - ضاحية النخيل - مدينة  
الشروق - القاهرة.

ت: ٢٦٨٨٣٨٨١/٢/٣ (٠٢) -  
٢٦٨٧٠٨٨١/٢/٣ (٠٢) (داخلي: ٤٠١)  
الرقم المختصر:

١٩٦٤٤

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية:  
م ٢٠١٦ / ٢٤٢٨٧

## تمهيد فنون التحرير الصحفي

تتنوع أشكال الكتابة الصحفية وفنون التحرير الصحفي على نحو رئيس ما بين مواد خبرية، ومواد استقصائية، بالإضافة إلى مواد الرأي.  
أولاً: المواد الخبرية:

هي مواد صحفية تقدم الخبر بكافة صورته ومختلف أشكاله للقارئ، منها: الخبر البسيط - الخبر المركب - التقرير الخبري / الإخباري - التعليق الخبري - القصة الخبرية..، كما يتنوع مضمون الخبر ما بين السياسة والاقتصاد إلى جانب الأخبار التي تتعلق بالقضايا والموضوعات الاجتماعية.  
ثانياً: المواد الاستقصائية

وهي تشمل التحقيق الصحفي والحوار الصحفي، حيث تعنى المواد الاستقصائية بما وراء الخبر.  
ثالثاً: مواد الرأي:

وتشمل: الافتتاحية، العمود الصحفي، مقال الرأي، الكاريكاتير..، حيث تعنى بنقل رأي الكاتب ووجهة نظره في قضية ما لجمهور القراء.

### .... الخبر الصحفي

اهتم كثيرون من أساتذة الإعلام وخبرائه بوضع تعريف للخبر، ومن ثم فإن هناك أكثر من تعريف له، وإن كانت هذه التعريفات تتشابه - وإلى حد كبير - في بعض جوانبها وجزئياتها.  
الخبر هو:

- وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام.
- تقرير عن حدث مهم بالنسبة للجمهور.
- جمع الحقائق عن الأحداث الجارية.
- تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان.
- تقرير عن شيء لا نعرفه من قبل.
- كل حدث جدير بأن يُطبع ويُنشر على الناس.
- تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة تمس مصالح أكبر عدد من القراء.
- أحداث اليوم التي ستصبح تاريخاً للغد.
- ما يهتم بمعرفته أكبر عدد من الناس.
- تقرير عن حدث لم يكن معروفاً من قبل.
- العملية التي يتم من خلالها تزويد الأفراد بالمعرفة الحقيقية حول ما يجري من أحداث في المناحي المختلفة بالمجتمع في فترة زمنية معينة.
- تقرير آني سريع عن الأحداث المفاجئة.
- هو الحدث الصالح للنشر، ويكون ذا أهمية بالنسبة للمجتمع.
- تقرير عن حدث لم يكن معروفاً عند الناس من قبل، جمع بدقة من مصادر موثوق بصحتها على أن يقوم



بكتابتته محررون متخصصون في العمل الصحفي.

• يجابو الخبر على الأسئلة التالية (1H OWs and): من- ماذا- لمن- أين- متى- كيف؟  
إن الخبر الصحفي، وعلى هذا النحو، هو حدث يقع في مكان معين داخلياً أو خارجياً ويؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع، يُكتب بطريقه سهله وبسيطة ومفهومة وسريعه وقصيرة تجذب القارئ وتخطف عينه.  
ملحوظة: يختلف تعريف الأخبار باختلاف مصادرها واختلاف الزمان والمكان، ففي الصحيفة الصباحية يعني الخبر ما حدث أمس وبالنسبة لصحيفة مسائية يعني ما حدث صباح اليوم، أما بالنسبة للأخبار الإذاعية في الراديو والتلفزيون فهي الأخبار التي حدثت منذ لحظات، فالخبر في أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية، وكذلك المواقع الصحفية الإلكترونية، هي الأسرع في نقل هذه الأخبار والإعلان عنها.  
وفي نهاية الأمر نقول إن الأخبار باختصار شديد هي الحياة بملوها ومرها، وهي كل ما يدور من حولنا في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية والعلمية والعسكرية إلى آخره من مختلف الفروع والتخصصات.

.....

## تكوين الخبر

### • العنوان

يكون جملة اسمية، والفعل المستخدم- في حالة استخدام فعل- في زمن الفعل المضارع حتى يعطي للخبر حيوية، مع ملاحظة أن الفعل المضارع في العنوان يعبر عن الماضي والحاضر والمستقبل، ويجب أن يكون العنوان مختصراً ومفيداً وجذاباً، يعطي معلومة مهمة ويجذب القارئ.  
تتعدد أشكال العناوين ما بين عنوان: خبري- استفهام- اقتباس.. عنوان رئيس- عنوان تهميدي ثم عنوان رئيس- عنوان رئيس ثم عنوان فرعي- عنوان تهميدي ثم عنوان رئيس ثم عنوان فرعي.

### • اسم كاتب الخبر

كتب- كتبت: (اسم كاتب/ كاتبة الخبر.. أو مصدر الخبر كوكالات الأنباء.. أو محرر الخبر ووكالة الأنباء).

### • جسم الخبر

يبدأ بالفعل- حسب زمن وقوع الخبر أو الحدث: ماضي- حاضر- مستقبل، مع ملاحظة أن الفعل المضارع في جسم الخبر يعبر عن الحال والاستقبال في ذات الوقت، فلا نستخدم كلمات من نوع (سوف يفتتح- سيفتتح.. إلخ).  
ومن المهم استخدام الفعل المناسب، ومن جانب آخر تنويع استخدام الأفعال وعدم الاقتصار على أفعال بعينها، فاللغة العربية ثرية بأفعالها ومفرداتها وكلماتها.  
في جسم الخبر نذكر التفاصيل كاملة، حيث الاسم كاملاً مع اللقب والوظيفة، وبالأخص في الفقرة الأولى أو حينما نذكر الاسم لأول مرة، ثم نراعي التنوع والاختصار وعدم التكرار بعد ذلك.

### • صورة

للصورة الصحفية أهميتها في تأكيد مصداقية الخبر، ونقل الحدث للقارئ، أو بمعنى آخر نقل القارئ إلى موقع الحدث، مع ضرورة الاهتمام بكتابة "كلام الصورة" الذي يشرح الصورة ويفسرهما ويعطي معلومات عنها.  
والصورة قد تكون:

• صورة شخصية (لمصدر الخبر أو الشخص الذي يتعلق الحدث به).

- صورة موضوعية (لموضوع الخبر من موقع الحدث مثلاً).
  - صورة تعبيرية (تعبر عن موضوع الحدث).
- وقد تكون:

- من تصوير المصور الصحفي أو المحرر الصحفي.
- صورة من إحدى وكالات الأنباء.
- صورة أرشيفية تتعلق بموضوع الخبر.

#### ملحوظة مهمة:

قواعد التحرير الصحفي ليست قواعد جامدة وليست نصوصاً مقدسة، إذ يمكن التغيير والتجديد والبحث الدائم عن التطوير والخروج على القواعد المألوفة بما يتماشى مع السياق العام والسياسة التحريرية للصحيفة، ومن ذلك مثلاً أن الفعل المستخدم في العنوان قد يأتي في زمن الفعل الماضي إذا تطلبت الضرورة ذلك أو كان الفعل الماضي أكثر مناسبة من الفعل المضارع، وقد يبدأ العنوان بالفعل في باب خبري تتطلب طبيعته هذا الأمر.

.....

### سمات وخصائص يجب توفرها في الخبر الصحفي

- الصدق: التزام المحرر الصحفي بذكر المعلومات، والصدق بطبيعة الحال عكس الكذب.
- الدقة: ذكر الحقيقة كاملة دون حذف، وعدم الإخلال بحقيقة الخبر.
- الموضوعية: فصل الرأي عن الخبر، وتحقيق النزاهة.
- الحياد: بمعنى عدم التدخل في الخبر والوقوف على الحياد بين كافة الأطراف.

.....

### القيم الخبرية

هي مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم للخبر الصالح أو المناسب للنشر، وتحويل الحدث أو الواقعة إلى خبر يُنشر في الجريدة أو المجلة.

معايير القيم الخبرية:

أولاً: المعايير الزمنية:

- الجودة أو الحالية: الأخبار الجديدة التي تجاري الأحداث الراهنة.
- التوقيت: تزامن وقوع خبر مع ظروف أخرى مرتبطة به.
- التواصل الزمني للخبر: استمرار حدث ما لفترة زمنية.

ثانياً: المعايير المهنية:

• الأهمية: لكل حدث أهميته، وتزداد الأهمية كلما تعلق الحدث بشرائح واسعة من أبناء المجتمع.

• الضخامة: الخبر الضخم هو خبر يثير اهتمام أكبر عدد من القراء بسبب ما يتضمنه من معلومات أو ما يغطيه من أحدث لها تأثير كبير على جمهور واسع.

• التوقع: توقع أخبار قد تحدث في المستقبل القريب.

• القرب (المحلية): بمعنى أن موقع الحدث له تأثيره.

• التشويق: يتضمن معلومات تستثير القارئ وتجذب اهتمامه.



- الإثارة: أخبار لها جاذبية تلفت الانتباه وتخطب غرائز الإنسان مثل أخبار الجريمة.
  - الشهرة: أخبار ترتبط بالأسماء الشهيرة ونجوم المجتمع في شتى المجالات.
  - الطرافة: أخبار فيها طرافة وغرابة.
  - الصراع: طبيعة الحياة البشرية هي الصراع، صراع بين دول، صراع بين شخصيات شهيرة، صراع بين أحزاب سياسية، انتخابات.. إلخ.
  - الاهتمامات الإنسانية: يخاطب هذا العنصر عواطف الإنسان، مشكلات- مآسي.. إلخ.
- ثالثاً: المعايير الصحفية:**
- سياسة الصحيفة: ماذا تنشر وكيف تنشر؟!
  - انتماءات الصحيفة: هيمنة جهة معينة على الصحيفة وما ينشر فيها وتوظيفها لنشر أخبارها وتوضيح أفكارها وبحث مبادئها.
  - نوع الصحيفة: صحيفة رأي أم تحقيق؟ أم أنها صحيفة خبرية؟!
  - حجم الصحيفة: عنصر مهم هو حجم الصحيفة وعدد صفحاتها.
  - زمن إصدارها: يومية أم نصف أسبوعية أم أسبوعية؟! أم أنها مجلة شهرية؟!
  - العوامل المؤثرة في القيم الخبرية:
  - السلطة السياسية: من حيث تحكم السلطة الحاكمة في الصحافة وباقي وسائل الإعلام.
  - تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الخبرية: فلكل مؤسسة إعلامية سياستها التحريرية وأيديولوجيتها.
  - القيم الإخبارية والأيديولوجية: كل وسيلة إعلامية لها الأيديولوجية التي تهتم بتحقيقها وتؤمن بها وتراعياها في عملها.
  - القيم الإخبارية والقيم المجتمعية: هناك ارتباط بين القيم الخبرية ومنظومة القيم السائدة في المجتمع.
  - تأثير الموضوعية والقواعد المهنية على قيم الأخبار: الموضوعية تعني عدم تحريف الخبر بالإضافة أو الحذف، مع التزام الصدق وعدم التحيز.
  - نوع الملكية والقيم الإخبارية: حيث تتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية (قومية- حزبية- خاصة)، وما تفرضه الملكية من تبني أيديولوجية معينة.
  - سمات الهيمنة العالمية على المعلومات: هناك هيمنة غربية على تدفق المعلومات والأخبار، وبالتالي انتشار ما يُسمى بـ "استيراد" المعلومات من الغرب.

## أنواع الخبر الصحفي

- أولاً: حسب التقسيم الجغرافي:
- الأخبار الداخلية: تقع في نطاق المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.
  - الأخبار الخارجية: تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.
- ثانياً: حسب المضمون أو الموضوع:
- الأخبار: السياسية- الاقتصادية- الاجتماعية- الثقافية- الأدبية- العلمية- الرياضية- الفنية- الدينية- العسكرية.. إلخ.

### ثالثاً: حسب التقسيم الزمني:

- أخبار متوقعة: معروف مكان وتوقيت وقوعها مقدماً.
- أخبار غير متوقعة: غير معروفة مسبقاً.

### رابعاً: حسب إنتاجه:

- الخبر الجاهز: يحصل عليه الصحفي من خلال أجهزة الإعلام والعلاقات العامة والبيانات الصحفية.
- الخبر المبدع: يبذل الصحفي جهداً في الحصول عليه وفي صياغته وتحريره.

### خامساً: حسب وزنه:

- الخبر الخفيف: الأخبار الخفيفة تثير اهتمام القراء وتسليهم، مثل أخبار الفن والرياضة.
- الخبر الجاد: الأخبار الجادة تتناول أحداثاً ومواقف مهمة قد تؤثر على حياة الناس اليومية.

### سادساً: من حيث القالب:

- الخبر المجرد: يقتصر على تقديم الحدث وتسجيل الوقائع.
- الخبر المفسر: فيه بيانات ومعلومات مفيدة تعكس خلفية الحدث.

### سابعاً: من حيث التلوين:

- الخبر الملون: من خلال حذف بعض المعلومات أو تجاهل بعض الوقائع المتعلقة بالحدث.
- الخبر الموضوعي: يشتمل على كافة المعلومات دون زيادة أو نقصان.

### ثامناً: من حيث الشكل الفني:

- الخبر البسيط: يتحدث عن واقعة واحدة ومحددة.
- الخبر المركب: يتضمن الخبر عدداً من الوقائع والمعلومات المتعلقة بحدث ما.

## ..... مصادر الأخبار

### أولاً: المصادر الذاتية:

- المندوبون الصحفيون:

المندوب الصحفي، أو المخبر الصحفي، هو صحفي تعينه الصحيفة لمتابعة الأخبار في قطاع معين، وهناك: المندوب الدبلوماسي- المندوب البرلماني- المندوب الاقتصادي- المالي- الزراعي- الديني- الرياضي- الصحي- الجامعي- الفني- العسكري- الأمني- الثقافي.. الخ.

- كبار الشخصيات والمسؤولين العاملين في القطاع الذي يغطيه.

- الأنشطة والفاعليات التي يقوم بها القطاع.

- النشرات والبيانات التي يصدرها القطاع.

- الجمهور الذي يتعامل مع هذا القطاع.

- الملاحظة والمشاهدة.

- النشرات الرسمية الدورية.

- المراسلون الصحفيون:

تقوم بعض المؤسسات الصحفية بتعيين مراسلين لها في عدد من المدن الكبرى وعواصم الدول الكبيرة.



هناك:

• المراسل الداخلي: يعمل داخل الدولة التي تصدر فيها الصحيفة في منطقة معينة، حيث يقوم بمتابعة الأخبار فيها.

• المراسل الخارجي: يعمل في عاصمة دولة أخرى مهمة، بشكل دائم أو مؤقت.

• المراسل الجوال: ينتقل من مكان إلى آخر حسب أهمية الأحداث.

وهناك:

• مراسل دائم: مقيم بشكل دائم في واحدة من عواصم الدول الكبرى لتغطية أحداثها وأخبارها وإرسالها للصحيفة التي يعمل بها.

• مراسل مؤقت: يذهب لتغطية حدث بعينه ثم يعود إلى مقر الصحيفة.

### ثانياً: المصادر الخارجية:

(١) وكالات الأنباء: وكالة الأنباء هي عبارة عن هيئة أو مؤسسة إعلامية تقوم بجمع الأخبار والصور وتغطية

الأحداث المختلفة وتوزيعها على المشتركين فيها، ومنها:

• المحلية. مثل وكالة الشرق الأوسط (أ.ش.أ)، (MENA).

• الإقليمية. مثل: وكالة الأنباء الإسلامية- وكالة أنباء الخليج.

• العالمية. مثل: رويترز- أ. ف. ب.- أسوشيتد برس- يونايتد برس انترناشيونال.

(٢) محطات الإذاعة والقنوات التلفزيونية: بما تبثه من مواد إعلامية متنوعة، يصلح بعضها كأخبار.

(٣) الصحف المحلية والأجنبية: بما تنشره من موضوعات صحفية متنوعة يصلح بعضها كمادة خبرية.

(٤) العلاقات العامة وإدارات الإعلام ومكاتب الإعلام: تقوم هذه الأجهزة/ الإدارات بتوزيع الأخبار على الصحف

والصحفيين، عبر الإيميل- الفاكس.

(٥) الخدمات الصحفية: هي خدمات إخبارية وغير إخبارية تحصل عليها الصحيفة من خلال اتفاقيات مع وكالات

أو صحف أو دور نشر.

(٦) خدمات السلاسل: هي خدمات إخبارية خاصة بصحف معينة تشكل سلاسل صحفية مملوكة لمؤسسة

واحدة.

(٧) شبكة الإنترنت: فهي تحتوي الكثير من المعلومات إذ تتميز باحتوائها على غزارة في المعلومات، مع الأخذ في

الاعتبار ضرورة تقييم الموقع الإلكتروني والتأكد من مصداقيته قبل النقل عنه.

.....

## كيفية صناعة الخبر؟

يتلقى المحرر الخبر من خلال عدة مصادر يتولى مسئولية متابعتها سواء في الإدارة أو الهيئة أو المؤسسة أو أي

كيان محدد آخر.

ويخرج الخبر في شكل تصريح أو إعلان عن حدث يهم قطاعاً كبيراً من الناس، سواء كان يختص بالخدمات أو

المعاشات أو التأمين الصحي أو التعليم إلى آخره.

وقد يأتي الخبر عن طريق مندوب صحفي متخصص في الجهة التي يتحمل تغطية أنشطتها المختلفة أو من خلال عمل

المراسل إذا كان مصدر الخبر من المحافظات أو من خلال وكالات الأنباء والمراسلين خارج الحدود إذا كان خبراً خارجياً.

والخبر ربما يشارك في صناعته جهد المندوب الصحفي أو المراسل في الأقاليم عن طريق الاشتراك مع المصدر في حوار يتناول قضية معينة أو مجال ما يشغل الرأي العام الداخلي فينتج عنه خبر من المهم أن يتعرف عليه الناس. والخبر أيضاً يمكن صناعته وبثه من خلال رئاسة الجمهورية أو رئاسة مجلس الوزراء، ويُعلن في بيان رسمي أو يلقيه المتحدث الرسمي في هاتين الجهتين.

وعند صناعة الخبر يتم تحديد الإطار الخاص به من حيث المعلومات الواردة به، والتي على أساسها يكون تصنيفه عند رئيس تحرير الصحيفة، فهو إما أن يكون خبراً عاجلاً أو مثيراً أو يحمل أخبار الغد والمستقبل، وهذا يخضع لطبيعة ونوعية الخبر سواء كان جماهيرياً أو يخدم فقط فئة أو فئات معينة من الجمهور.

وعند صناعة الخبر أو الإعلان عنه تحدد وسيلة نشرة إما مكتوباً ومقروءاً في الصحافة الورقية، أو يُنشر على المواقع الإلكترونية، أو تسمعه الأذن في الراديو، أو تعرضه شاشة القنوات التلفزيونية بالصوت والصورة حتى يرى ويسمع المشاهد الحدث، ويشترك في هذا الأمر التلفزيون مع الموقع الإلكتروني، أو يُقرأ ويُدمج بالصورة مثل الصحافة بينما يظل الراديو ناقلاً للمعلومات فقط.

وفي الصحف الكبرى يتم تقديم الخبر على عدة أشكال مصنوعة فمنها الخبر القادم من الجهات التي بها مندوبين، أو مراسلين، أو قد يأتي من خلال مهارة الاتصال بالمصادر وعمق العلاقة معهم فيصبح هناك الانفراد الإخباري بمعنى تقديم خبر خاص تنفرد به الصحيفة دون غيرها لتحقيق سبقاً صحفياً نتيجة لقوة المحرر والصحفي أو الثقة المتبادلة بين كافة الأطراف في تحقيق هذا الانفراد للجريدة أو المجلة أو الراديو أو التلفزيون.

والأخبار أو الخبر الذي ينشر في الصحيفة قد تحدث عليه إضافات في الطبقات التالية تختلف عن نشره في الطبعة الأولى.

والأخبار، هنا وفي هذه الحالة، تخضع لما يُسمى بعملية الاستكمال أي إذا كان الخبر يحتاج إلى شرح أو توضيح أو تعليق من مسئول.

يتم اختيار عنوان الخبر من خلال أهم جزء به أو من خلال أغرب حقيقة في هذا الخبر أو من خلال معلومة مثيرة تخطف عين وعقل القارئ أو المشاهد للإعلام المرئي أو تسيطر على أذن مستمع الراديو وتشد انتباه الناس في هذه الوسيلة.

.....

## كيفية كتابة الخبر؟

لابد أن يكتب الخبر وفقاً لإتباع عدة أسئلة قبل أن يصل الخبر إلى القارئ أو المتلقي في الإعلام المقروء والمرئي والمسموع والإلكتروني وهي:

ما هو. كيف. متى. أين. ماذا. ولماذا. وهل. وكم. وإلى أي مدى؟

بعد الإجابة على هذه الأسئلة يقوم المحرر بكتابة الخبر ويراعي فيه: المصداقية والدقة وأن يكون خاضعاً لمصدر أو عدة مصادر تؤكد فلا تكون المعلومة مجرد شائعة.

لابد لكاتب الخبر من أن يكون محايداً ومهنيّاً ولا يخضع لأية ضغوط لتقديم شيء غير الحقيقة، وكذلك عدم الوقوع تحت سيطرة الجهات الإعلامية لإعطاء البرنامج طابعاً معيناً.

إن الأخبار هي المعلومات الجديدة التي تؤثر وتهم الناس وتعبّر عنه الصحافة بالكلمة والصورة بينما تعبّر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والإلكترونية بطرق أخرى خاصة بها.

.....



## كيفية اختيار وترتيب الأخبار؟

يقوم رئيس التحرير أو مدير التحرير أو رئيس قسم الأخبار سواء كان قسماً للأخبار المحلية أو العالمية باختيار الأخبار الصالحة للنشر وفقاً لقاعدة الأهم فالأقل أهمية.

يعهد بكتابة هذه الأخبار المحلية والعالمية إلى الديسك المركزي لمراجعته والتأكد من كتابتها بأسلوب لغوي سليم وسهل وقصير وبسيط وبه ردود على كل أسئلة القارئ السابق ذكرها من قبل، وهي: ما هو الحدث وكيف حدث وأين حدث ولماذا أو لماذا وكيف وما هو طبيعته ومن يقف وراءه وكم عدد ضحاياه إذا كان الخبر متعلقاً بحدث محلي أو عالمي وإلى أي مدى الخسائر في هذا الحادث؟

في كتابة الأخبار بوجه عام أياً كان نوعها لابد أن يراعى فيها كم نسبة الأخبار بين ما هو محلي أو إقليمي أو عالمي أو دولي أو أخبار جادة وخفيفة.

لابد أن يتم نشر الخبر في الجريدة حسب أهميته إما في مكان بارز في الطبعة الأولى أو في الصفحات الإخبارية المتخصصة وترتب حسب أهميتها.

يجوز نشر الأخبار بصورة المصدر أو بغير صور حسب رؤية رئيس التحرير أو مجلس التحرير مجتمعاً أو المحرر المسئول، كما يجوز نشر الخبر ويكتب له تعليق إذا كان يحتاج إلى ذلك.

## الخبر الموجز أو الخبر الوجيز

هو الخبر الصغير، القصير، محدود الكلمات السريع الذي يحتوي على العناصر السياسية للحدث في تركيز شديد ولا يقدم الإجابة الشاملة عن كل الجوانب، وعادة ما تنشره الصحف اليومية في صدر صفحتها الأولى.

الهرم المقلوب والهرم المعتدل

أسلوب كتابة الخبر بطريقة الهرم المقلوب

يبدأ كتابة الخبر بمقدمة تحتوي أهم ما في الموضوع.

ثم يكتب فقرة انتقال ما بين الخبر وشرح تفاصيله.

ثم يذكر بعد ذلك التفاصيل.

ثم يكتب ذروة الأحداث في الخبر أو قمته وفيها يستحوذ على اهتمام القارئ.

يكتب البعض الخبر بطريقة الهرم المقلوب عن طريق الأسلوب السردى أي الروائي الذي يعتمد على مقدمة تروي بداية الحدث دون إتباع الأسلوب العلمي في كتابة الخبر المعتدل، وهو الذي يذكر فيه الخبر لما حدث في لحظة وقوعه داخلياً أو خارجياً مجرداً وفقاً لمعايير المهنية والمصداقية بجمل قصيرة سريعة مختصرة وتلغرافية، ففي طريقة الهرم المعتدل يبدأ كاتب الخبر بذكر المعلومات تدريجياً، شيئاً فشيئاً، من الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية.

## كيفية كتابة التعليق الخبري والتقرير الخبري والتحليل الخبري؟

### التعليق الخبري أو الإخباري

يأتي لتصحيح أو توضيح حقائق مغلوطة في الخبر تسيء للدولة إذا كان الخبر عالمياً أو من خارج الدولة ويتناول معلومات كاذبة، وهنا لابد من التصدي له بالشرح والتوضيح والتصحيح لإعلام الناس بالحقائق، ويكتب هذا التعليق



إما رئيس التحرير أو المحرر المسئول عن نوعية مثل هذه الأخبار سواء كانت سياسية، أو عسكرية، أو اقتصادية، أو علمية إلى آخره.

ويجب أن يكتب التعليق بكلمات واضحة ومفهومة وبعبارات سريعة قصيرة تحمل كل منها صفة المصدقية والوضوح في هذا الشأن المغلوط أو الكاذب أو المشوش حيث أن الرأي العام لابد أن يعلم الحقيقة كاملة. ويمكن أن يأتي التعليق الإخباري من خارج الصحيفة من خلال القيادة السياسية متمثلة في رئيس الجمهورية أو رئيس الوزراء أو الوزراء أو الجهات السيادية أو غيرها من مؤسسات الدولة المهمة.

## التقرير الإخباري

تقرير يكتب عن خبر مهم محلياً أو خارجياً من خلال شخص متخصص داخل الصحيفة، حيث يكتبه المحرر المسئول عن هذا الملف، سواء كان سياسياً أو في أي مجال آخر في شتى المجالات، ويمكن أيضاً الاستعانة في إعداد هذا التقرير بالمتخصصين من خارج الصحيفة إذا كان الخبر يتعلق ببحث علمي مهم يلقى موازين القوى على مستوى العالم.

لابد لكاتب التقرير الإخباري أن تتوافر له كافة المعلومات المتعلقة بالتقرير الذي يكتبه سواء كان يتناول شأنًا عسكرياً أو سياسياً أو تعليمياً أو اقتصادياً أو في أي مجال من مجالات الخدمات. لابد أن يتمتع كاتب التقرير بشبكة معلومات قوية في مجاله تخصصه، وأن يرتبط بعلاقات قوية مع المصادر في عملة حتى يتمكن من كتابة تقرير شامل ووافي ويرد على كافة استفسارات القراء وحقهم في المعرفة الكاملة.

## التحليل الإخباري

مادة خبرية، الهدف منها شرح وتفسير كل ما جاء في الخبر من معلومات وربطها للقارئ في إطار منظومة متكاملة لتوضيح أبعاد الصورة من كافة جوانبها أيًا كان نوع هذا الخبر، وكاتب التحليل الخبري يجب أن يتمتع بخلفية معلوماتية تحدد أوجه الاستفادة من هذا الخبر أو ما سوف يترتب عليه من نتائج قد يكون بعضها إيجابياً أو سلبياً.

وكاتب التحليل الخبري أو الإخباري لابد أن يكون دارساً وفاهماً ومتخصصاً في مجال البحث والمعرفة ويمتلك أدواته الصحفية في الكتابة السهلة والبسيطة والقصيرة والسريعة والمدعمة بالمستندات والحقائق إذا لزم الأمر لأن مادة التحليل السياسي أو التحليل لأي مجال آخر يتطلب القدرة على طرح المعطيات وبحث المطلوب والوصول إلى النتائج بأسلوب علمي.

## القصة الإخبارية الشاملة

هي تقرير إخباري مختصر ومكثف، يركز على جوانب إنسانية أو ردود فعل مختلفة لحدث ما، يكتب بطريقة قصصية.

والقصة الإخبارية لها عدة أغراض هي:

- إبراز تأثير الأخبار الجادة المنشورة والمتصلة بها ومعرفة مغزاها.
- إضافة بعد إنساني لهذه الأخبار.



- إضافة معلومات حيوية وجديدة وخلفيات وردود من الصعب وضعها بشكل مناسب داخل القصة أو داخل التقرير الإخباري.
  - توضيح أبعاد المشكلة أو الأزمة وما تسبب في حدوثها وما ترتب عليها من أحداث وما أدى إلى ظهور نتائج.
  - أي قصة إخبارية لها عدة جوانب من أهمها:
    - جانب رسم صورة الشخصية بالكلمة.
    - تعميق الوجوه البارزة داخل الحدث.
  - جانب تحقيق التأثير العاطفي من خلال قصة إخبارية جادة لتقديم نموذج إنساني يحمل رؤية أو وجهة نظر إنسانية تدعو إلى التعاطف.
  - القصة الجانبية المتضمنة ردود فعل وتتضمن تعليق بعض الشخصيات على الحدث.
  - القصة الجانبية النفسية تتعلق بضرورة الغوص داخل أعماق الشخصية والنفس البشرية من خلال عرض ردود فعلها وحالتها النفسية والعاطفية وقت إعلان الحدث وبعده.
  - القصة المضيئة أي القصة التي تحمل بسمة، مثل القصص الإخبارية الساخرة أو المثيرة أو التي تحمل مفاجآت، والقصة المضيئة هي عبارة عن قصص إخبارية قصيرة تُكتب بعبارات سريعة وقصيرة ومختصرة وهدفها بث الأمل المشرق والتفاؤل والسعادة لدى القارئ.
  - القصة الخلفية أي خلفيات القصة ويعتبرها البعض قصصًا إخبارية جانبية ويرى البعض أنها نوع مختلف، حيث تتميز بما تحتويه من معلومات وخلفيات وتفاصيل داخل القصة الأصلية أو حتى داخل التقرير الإخباري ويكثر استعمالها في المجلات والجرائد الأسبوعية لا اليومية.
- أهمية الصورة في القصة الإخبارية:**
- تلعب الصورة أهمية قصوى في القصة الإخبارية وهي إما أن تكون: صورة فوتوغرافية أو رسمًا كاريكاتيريًا أو رسمًا من وحي الخيال للشخصيات والأحداث، أو عن طريق عرض للخرائط والمواقع العسكرية والسكانية.

## التحقيق الصحفي

### تعريف التحقيق الصحفي:

لغويًا: من (ح ق ق) أي: تبين، تيقن، أظهر، أوضح.

### إجرائيًا:

- طرح وتفسير الأسباب والعوامل المختلفة التي تكمن وراء الخبر.
- معرفة أسباب الظاهرة.
- البحث والتحري والاستقصاء حول ظاهرة أو قضية تهم الرأي العام وتشغل اهتمام الجمهور.
- الصورة الصحفية من التحقيق البوليسي أو التحقيق القضائي.
- التحري والبحث والاستقصاء في واقعة أو حادثة أو قضية أو مشكلة، ومعرفة الأسباب والدوافع الخاصة بها، ولابد من الاستماع إلى كل الآراء في هذه الواقعة أو القضية أو الحادثة محور التحقيق، وقد يصل المحقق إلى إصدار حكم في النهاية أو قد يكتفي بعرض جوانب هذه الواقعة أو القضية أو الحادثة فقط.
- والتحقيق الصحفي هو عمل هدفه الأساسي الكشف عن نواحي القصور وسوء الإدارة، ومهمته هي مهمة رقابية

كاشفة عن أي خلل فني أو مهني أو وظيفي.

فالتحقيق الصحفي باختصار هو إحدى وسائل الجريدة أو المجلة في جذب القراء، من خلال مناقشة قضية مهمة متعددة الجوانب والوجوه.

يتناول التحقيق الصحفي قضية رأي عام، تهم قطاعاً كبيراً من جمهور القراء، مثلاً: المرأة المعيلة- أطفال الشوارع- عمل المرأة- تدوير القمامة- نظافة البيئة- المشاركة السياسية للشباب- تمكين المرأة- تمكين الشباب- تطوير التعليم- مواجهة العنف والتطرف والإرهاب.. إلخ.

#### صفات محرر التحقيقات الصحفية:

- حب الاستطلاع والاختلاط بالناس والتعرف على مشكلاتهم وهمومهم.
- الاهتمام بتثقيف نفسه ثقافة عامة.
- الموضوعية وعدم الانحياز لمذهب أو تيار معين.
- استيعاب التطورات العلمية والاكتشافات والاختراعات الحديثة.
- التمسك بالاعتبارات الأخلاقية والالتزام بميثاق الشرف الصحفي.
- عمق التفكير والغوص في معاني الحقائق.
- الإيمان بأهمية علم التخطيط.
- قوة الملاحظة.
- تلافي المخاطر.

#### سمات وخصائص التحقيق الصحفي:

- الصفة الوثيقة بالقراء: مهم بالنسبة للقراء ويمس حياتهم.
- الفحص والتدقيق: الدقة والمعلومات.
- الطابع البحثي: البحث عن جذور المشكلة ومسبباتها وأعراضها وجوانبها المختلفة.
- الإتقان: الجودة في تناول الموضوع.
- التفرد: تميز المعالجة الصحفية للقضية/ الموضوع.
- وضوح الفكرة: فكرة واضحة وإزالة أي غموض.
- صدق الوقائع: الصدق والأمانة في عرض الوقائع.

#### أنواع التحقيقات الصحفية:

##### أولاً: على أساس الكلمة والصورة

- (١) تحقيق صحفي يعتمد أساساً على الكلمة
- (٢) تحقيق صحفي يعتمد أساساً على الصورة: التحقيق المصور

##### ثانياً: على أساس التقسيم الجغرافي:

- (١) التحقيق الصحفي المحلي
- (٢) التحقيق الصحفي الخارجي

##### ثالثاً: على أساس المضمون أو التخصص:

- سياسي- اقتصادي- اجتماعي- فني- رياضي.. إلخ.



## إن هناك نوعين رئيسيين من التحقيق الصحفي هما:

التحقيق الصحفي الطويل ويعتمد أساساً على بناء مادته الصحفية من الأخبار المهمة التي يلتقط من بينها فكرة التحقيق ثم يبدأ التحضير والتخطيط لتنفيذه وجمع المستندات والوثائق التي تدعم رؤيته ويستعين المحقق الصحفي في تحقيقه بعدة مصادر وينشر الصور أو الرسوم الكاريكاتورية أو الخرائط التوضيحية بيان تفاصيل هذا التحقيق بالكلمة والصورة معاً.

ولابد في بناء التحقيق الصحفي من عرض كل وجهات النظر والآراء المؤيدة أو المعارضة للتحقيق في القضية أو الحادثة أو الواقعة.

والنوع الآخر من التحقيق الصحفي يُطلق عليه اسم التحقيق المصور فقط أي أنه يعتمد على الصورة الفوتوغرافية كعنصر أساسي بعكس النوع الأول من التحقيقات الذي يبني مادته الصحفية على الكلمة ويستعين بالصورة التوضيحية كعامل مساعد.

وفي النوع الثاني من التحقيق المصور تكون الكلمة فقط مادة مساعدة للصورة ومؤيدة لها.

والتحقيق الصحفي المصور قد تأتي صورته من قسم التصوير بالجريدة لتصوير شأن محلي أو تأتي من وكالات الأنباء العالمية المصورة كشأن دولي.

والتحقيق الصحفي قد يقوم به فرد واحد أو فريق عمل، خاصة إذا كان يُنشر على حلقات متتابعة أو متسلسلة بأرقام في توقيت النشر مثل: ١-٢-٣ إلى آخره حتى نهاية الحلقة الأخيرة.

يشرف على إعداد التحقيق في صورته النهائية رئيس قسم التحقيقات الصحفية أو نائب رئيس التحرير أو مدير التحرير المسئول عن الإشراف على التحقيقات الصحفية ولا بد من عرضه على رئيس التحرير في صورته المتكاملة من كافة الجوانب المهنية للموافقة على نشره بالصحيفة أو المجلة.

### مراحل التخطيط للتحقيق الصحفي:

#### أولاً: تحديد الفكرة:

#### مصادر التحقيقات الصحفية:

- ما تنشره وسائل الإعلام من صحف ومحطات إذاعية وقنوات تليفزيونية ومواقع إلكترونية.
- القصص الإنسانية.
- المشاهدات المختلفة.
- المناسبات والأعياد الوطنية والدينية والاجتماعية.
- المصادر الوثائقية والمكتبية.
- زملاء المهنة.
- شبكة الإنترنت.
- معايير اختيار الفكرة:
- الجدة والابتكار
- الأهمية
- أن تكون صالحة وقابلة للتنفيذ
- الاتفاق مع السياسة التحريرية للصحيفة

- الاتفاق مع قيم المجتمع وتقاليدهم
  - أن يكون هدفها تقديم خدمة إنسانية
  - عدم الخضوع للأهواء الشخصية
  - الاتفاق مع خطة قسم التحقيقات بالصحيفة
  - أن تكون مشوقة بالنسبة للقارئ.
- ثانياً: مناقشة الفكرة والحصول على الموافقة بتنفيذها:**

- هل هي فكرة جديدة؟
- هل تهم الرأي العام؟
- كيف يمكن معالجتها؟
- هل تتفق مع قيم المجتمع؟
- ؟؟؟؟؟؟

#### **ثالثاً: الإعداد للتحقيق:**

- دراسة جوانب الموضوع
- تحديد الأماكن
- تحديد المصادر (الشخصيات)
- جمع المعلومات اللازمة
- الرجوع إلى أرشيف الصحيفة
- الاستفادة من المكتبة
- الاستفادة من شبكة الإنترنت

#### **رابعاً: تنفيذ التحقيق:**

- الانتقال إلى موقع الحدث
- لقاء الشخصيات
- جمع المعلومات والآراء من المصادر المختلفة
- مراجعة ما تم الحصول عليه
- تصنيف المعلومات التي تم جمعها.

#### **خامساً: صياغة التحقيق:**

- العناوين
- المقدمة
- صلب/ جسم التحقيق
- خاتمة التحقيق.

#### **برجاء مراعاة التالي:**

- ابدأ بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم فالأقل أهمية.
- اعتمد على الجمل القصيرة- قدر الإمكان- بدلاً من الجمل الطويلة والاعتراضية.



- لا تبدأ كل فقرة بكلمة (يقول) لأن هذا الأسلوب يجعل التحقيق مملاً ورتيباً.
- التنوع في استخدام الأفعال والجمل والعبارات: (من جانبه يوضح، على الجانب الآخر، يرى، يستعرض، يؤكد..).

- اعرض الحقيقة صحيحة وواضحة وكاملة، من خلال تقديم الشواهد والأدلة والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام والإحصائيات الموثوق بها ومن مصادر معلومة لها مصداقية (مثلاً: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء).
- وجود تناسب منطقي بين فقرات التحقيق، فلا تكتب فقرة طويلة ثم فقرة قصيرة.
- تسلسل منطقي في الأفكار من فقرة إلى فقرة أخرى.
- سادساً: تسليم الموضوع للنشر إلى رئيس قسم التحقيقات، أو إلى رئيس التحرير.
- سابعاً: الاهتمام بردود أفعال القراء والمسؤولين.

## ..... الحديث الصحفي

الحديث الصحفي هو المقابلة أو الحوار مع شخصية معينة تعتمد عليه كل جريدة أو مجلة مع كبار السياسيين ونجوم الرياضة والفن والأدباء والعلماء والمشاهير في شتى مجالات الثقافة والمعرفة.

إن الحديث الصحفي هو شكل صحفي وفن تحريري يقدمه المحرر مع الشخصيات البارزة في كافة المجالات أو حتى في مجال عمله لو كان متخصصاً في فرع معين من فروع العمل الصحفي للحصول على أخبار مهمة من هذا الشخص لمعرفة أفكاره وآراءه أو لإلقاء الضوء على تلك الشخصية بهدف التسلية وتقديم المتعة والفن والفكر من خلال الغوص داخل أعماق شخصية جماهيرية محبوبة.

إن الحديث/ الحوار الصحفي مادة صحفية وفن من فنون التحرير الصحفي وأحد أشكال الكتابة الصحفية، وهو عبارة عن لقاء يجريه الصحفي مع إحدى الشخصيات المتميزة في مجال معين من خلال طرح عدد من الأسئلة على الضيف والتحاور معه.

أمثلة:

حوار مع: أديب- عالم- طبيب- لاعب كرة قدم- فنان.. إلخ، وربما يكون هناك حوار مع مواطن عادي في إطار إنساني.

### خطوات الحوار الصحفي:

- تحديد الشخصية
- الحصول بالموافقة من رئيس التحرير أو رئيس القسم
- الإعداد للحوار الصحفي (جمع المعلومات والاستفادة من المكتبة والأرشيف وشبكة الإنترنت..)
- التنفيذ بمعنى إجراء الحديث/ الحوار
- الكتابة والصياغة
- المراجعة الدقيقة
- تسليم الحوار للنشر
- استقبال ردود فعل القراء والزملاء.

## كيفية صناعة الحديث الصحفي؟

لابد من إتباع عدة خطوات مهمة لإعداد الحديث الصحفي أو الحوار أو المقابلة وهي:

- إتباع قاعدة أن الأحاديث الصحفية هي التي تصنع الأخبار بمعنى العمل على توطيد الصلات والعلاقات بالمصادر.

- لابد من التخطيط والتحضير الجيد للحوار أو الحديث الصحفي.
- جمع المعلومات المهمة عن صاحب الحديث أو صاحب الحوار والمقابلة لإجراء الحوار بوعي وفهم من خلال أرشيف الصحيفة والكتب وشبكة الإنترنت.

- لابد من دعم الحديث الصحفي بلقطات مصورة لصاحب الحوار تعبر عن أجواء إجراء المقابلة.
- والحديث الصحفي ممكن إجراءه بعدة أشكال من خلال اللقاء المباشر وجهًا لوجه أو من خلال الهاتف أو من خلال لقاء جماعي مع صاحب الشخصية في حضور عدد محدود من الصحفيين بشرط أن يتم الاتفاق بينهم على أن يتميز كل منهم بأسئلة تختلف عن الآخر.

### كيفية كتابة الحديث الصحفي أو الحوار أو المقابلة:

كتابة الحوار الصحفي أو الحديث أو المقابلة تكتب بأسلوب يختلف من شخص إلى آخر ولكن هناك عدة شروط مهمة يجب أن يلتزم بها الجميع وهي:

- استخدام مقدمة و متن لتقديم صاحب الحوار أو الحديث أو المقابلة الصحفية يراعى فيها العبارات البسيطة والسهلة والواضحة.

- استخدام الجمل القصيرة في طرح الأسئلة.
- كتابة الإجابة على الأسئلة بشكل واضح وبلغة عربية سليمة بدون استخدام عبارات تحتاج إلى شرح أو تفسير.
- لابد من كتابة خاتمة للحديث أو للحوار في نهايته تكون جذابة ورشيقة.
- لابد من عمل عناوين رئيسة وفرعية للحديث الصحفي.

هناك تكنيك صحفي في الكتابة يعتمد على مهارة المحاور، فمثلاً من الممكن أن يقدم الحوار بطرح سؤال يُعبر عنه بعدة نقاط (.....؟)، ثم تأتي الإجابة عنه بالكلمات فيفهم القارئ المقصود بهذه النقاط في طرح السؤال. وهناك طريقة عكسية بمعنى أن يتم ذكر السؤال بالكلمات ثم تأتي الإجابة من المحرر نيابة عن صاحب الحوار إذا ما رفض الإجابة عن سؤاله ففي هذه الحالة يقوم المحاور بذكر أوصافه وتعبيرات وجهه ونظرات عينيه وهو يتلقى السؤال ويرفض الرد عليه.

### أنواع الحوارات:

أبرز تصنيف لأنواع الحوارات هو حسب المضمون: عام- سياسي- اقتصادي-اجتماعي- فني- رياضي.. إلخ.

.....

## الموضوع الصحفي

الموضوع الصحفي له عدة أشكال في المجلة أو الجريدة سواء كانت يومية أو أسبوعية، ويحتل مساحة واسعة في الصحف الكبرى، وله عدة طرق في كتابته وتناوله وعرضه سواء كان محلياً أو من الخارج، وتتم متابعتها بالترجمة والموضوع المتميز الذي يُكتب ببداية ووسط ونهاية، يتكون من فقرات والنقلات بين فقراته شيقة.

هناك ثلاثة أشكال لإعداد الموضوع الصحفي في الجريدة هي:



- القصة الإخبارية الإنسانية.
- القصة الإخبارية الجانبية.
- القصة الإخبارية السردية.

إذن يعتمد الموضوع كله على قصص إخبارية متعددة ولكن الخلاف بينها وبين القصة الإخبارية التقليدية يمكن في المضمون الذي يركز على جانب محدد غير إخباري.

كيفية اختيار الموضوع في الجريدة

الموضوع في الجريدة يتم اختياره على أساس طابع الجريدة سواء كان شعبياً أو كلاسيكياً أو تقليدياً أو "ميكس" مختلط بجمع بين التقليدي والشعبي والكلاسيكي، ولا بد أن يُكتب بأسلوب هادئ ومتزن ومنطق وعقلانية تخاطب عقل القارئ بعيداً عن الإثارة في الألفاظ والعبارات والمعاني.

يعكف على إعداد الموضوع محرر واحد أو فريق من المحررين سواء من قسم التحقيقات المحلية أو الخارجية بالجريدة حسب نوعية هذا الموضوع والقضايا التي يتناولها، ويراعى أن يكون الموضوع غنياً بالمعلومات وشاملاً لكل الجوانب التي تشغل بال القارئ.

يمكن لوجود تعليق يُنشر على الموضوع المحلي أو المترجم في القسم الخارجي إذا كانت هناك وجهة نظر مخالفة إلى ما تم نشره.

والموضوع لا بد أن تكون له صور أو رسوم كاريكاتير أو رسوم توضيحية تعبر عنه من حيث الشكل والمضمون.

## الرسم الكاريكاتورية في الجرائد والمجلات

إذا كانت الصورة الصحفية تلعب دوراً مهماً ورئيساً في الجريدة أو المجلة، وبدونها تكون المادة التحريرية ناقصة لشيء حيوي وفاقد لعنصر الجاذبية عند القارئ، فهو نفس الشيء الذي يحدث في حالة عدم وجود كاريكاتير في الجريدة أو المجلة، ذلك أن الكاريكاتير في الجرائد والمجلات له دور مهم وحيوي وله عدة أشكال واستخدامات جوهرية لا غني عنها إطلاقاً.

أشكال الكاريكاتير

الكاريكاتير في الصحف له عدة أشكال مهمة في المادة التحريرية للصحف والمجلات وهي:

• الكاريكاتير السياسي الساخر المعبر عن الموقف من إحدى القضايا المهمة ويشد انتباه القارئ ويجذبه إلى الفكرة وكيفية التعبير عنها.

• الكاريكاتير النقدي الاجتماعي والذي يعبر فيه الرسام عن وجهة نظره بالخطوط عن رأيه في قضية اجتماعية معينة، مثل ارتفاع الأسعار أو الدروس الخصوصية أو ضعف المرتبات، والرسام لهذا النوع من الكاريكاتير يعبر من خلال رسوماته عن هموم الناس بأسلوب نقدي لاذع مثله مثل الكاتب الذي يعبر عن وجهة نظره بالحروف والكلمات.

• الكاريكاتير الكوميدي والذي يهدف إلى وضع الابتسامة على وجه القارئ من خلال مواقف طريفة ومثيرة لا تخدش الحياء العام.

• الكاريكاتير الدرامي وهو مجموعة من الرسوم تقدم في شكل مسلسل درامي يومي أو على فترات مثلما كان يفعل الفنان الراحل مصطفى حسين مع صديقه الكاتب الراحل أحمد رجب في مسلسل كمبورة، الحب هو، قاسم السماوي، وعزيز بيه الأليت.

- الكاريكاتير الرياضي: يهدف إلى تقديم رسومات تعبر عن وجهة نظر الناقد الرياضي في قضية ما أو موضوع معين يخص لاعب كرة مشهور له أزمة مثلاً مع ناديه أو يعاني مثلاً من مشاكل أسرية تؤثر على مستواه الفني.
- وهناك أيضاً الكاريكاتير الفني ويحل أحياناً محل الصورة الفوتوغرافية أثناء الحوار مع نجم أو نجمة جماهيرية مشهورة، وأحياناً أخرى يُنشر إلى جانب الصورة الفوتوغرافية التعبيرية.

## الرسم التعبيرية في الجرائد والمجلات

هي الرسوم اليدوية التي تُصاحب بعض الموضوعات الصحفية كبديل للصورة الفوتوغرافية لتحقيق إثارة وجاذبية في شد الانتباه، وهي التي تُنشر بمصاحبة القصص والمقالات والتحقيقات الصحفية والحوارات والحملات والحوادث والقضايا.

وإلى جانب الرسوم التعبيرية يوجد نوع آخر من الرسومات أو ما يُطلق عليه اصطلاح (الموتيفات) التي تميز الأبواب الثابتة والصفحات والملاحق المتخصصة كالفن والمرأة والطفل والرياضية والعلوم والطب والشباب وألعاب التسلية وشئون الأدب.

## الرسم التوضيحية في الجرائد والمجلات

الرسوم التوضيحية في الجرائد والمجلات هدفها المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق، وتقوم هذه الرسوم بتفسيرها وتوضيحها وتلخيصها للقارئ عن طريق الرسوم البيانية بشتى أنواعها، إلى جانب استخدام الخرائط الجغرافية والجدول الإحصائية أو الرسوم البيانية من خلال مزج الصور مع الرسوم البيانية مستغلاً في ذلك تقنيات الفوتو مونتاج أي تركيب صورة أو عدة صور متشابهة أو تركيب صور علي رسم بياني.

## الحملة الصحفية

تُعرف الحملة الصحفية بأنها شكل من الأشكال الصحفية المهمة في الصحيفة أو المجلة ويتم إعدادها وفقاً لآليات محددة لإثارة قضية ما، أو لعرض موضوع به فساد ما، أو لإبداء رأي ما، أو للرد على موقف سياسي معين، داخلياً أو خارجياً، أو لفتح ملف اقتصادي أو ديني أو رياضي أو فني به علامات استفهام تحتاج لإجابات شفافة وواضحة.

### كيفية إعداد حملة صحفية مخطط لها:

خطة الحملة الصحفية في الصحيفة يضعها جهاز التحرير في المطبوعة المقروءة سواء كانت يومية أو أسبوعية، جريدة أو مجلة، ويشترك فيها فريق من المحررين والكتاب، ويتم تجهيز الوثائق اللازمة لعملها مع المستندات والدراسات والمعلومات الدالة على صحة ما تقوم به الحملة.

• ممنوع نشر أي وثائق أو مستندات أو معلومات في الحملة قبل التأكد من صدقها من كافة النواحي القانونية أو المهنية.

• يحافظ على سرية جمع المعلومات مع عدم الكشف عن مصادرها.

• وهناك نوع آخر من الحملات الصحفية غير المخططة في الجريدة أو المجلة ويُطلق عليها اسم الحملة الصحفية المفاجئة.



## تعريف الحملة الصحفية المفاجئة:

هي حملة صحفية يتم تقديمها للقارئ بدون إعداد مسبق بل يفرضها تطور الأحداث محلياً أو خارجياً فقد يُنشر خبر بشكل مفاجئ يقلب الأحداث ويثير الانتباه وتقوم الصحيفة بمتابعة وجمع الآثار المترتبة عليه ويتم إعداد المستندات الدالة على نشر الحملة في أعداد متتالية، يُشارك فيها محررون وكتاب مقالات ورسامو كاريكاتير وتُدعم أيضاً بالصور الفوتوغرافية.

والحملة الصحفية لها قواعد وأهداف مهنية تلتزم بها كل جريدة أو مجلة وهي:

• لا بد من المصداقية والشفافية في كل كلمة تنشرها الحملة مدعومة بالأدلة التي تؤكد سلامة موقف الجريدة أو المجلة من الناحية القانونية.

- يجوز للحملة أن تنشر بجوار مادتها الصحفية تعليقات أو مقالات واردة إليها تدعم موقفها في النشر.
- من حق الجهة التي تشن الحملة الصحفية ضدها من نشر وجهة نظرها، ومن حق الجريدة التعليق عليها.
- من أهم أهداف الحملة الصحفية الكشف عن فساد أو أخطاء لا بد من تصحيحها ووضعها في إطارها السليم حتى لو أدى الأمر في نهاية هذه الحملة التقدم ببلاغ للنائب العام لاتخاذ الإجراءات القانونية والتحقيق في وقائعها.

.....

## فن التصوير الصحفي

الصورة الفوتوغرافية جزء مهم ورئيس وأساسي في العمل الصحفي، حتى أن هناك بعض الصحف التي تخصص من بين صفحاتها صفحة كاملة للصور فقط.

وللصورة الصحفية عدة أنواع ومسميات وهي:

- الصورة الإخبارية العادية والعاجلة.
- صور الحوارات والحمولات.
- صور التحقيقات العادية والمصورة.
- صور الموضوعات الإنسانية.
- صور الجريمة والحوادث.
- صور المشاهير من نجوم الفن والرياضة والمجتمع والسياسيين والأدباء والعلماء.
- الصور الجمالية.
- الصور التعبيرية.
- الصور التسجيلية.
- الصور الوطنية.

ما هي المراحل التي تمر بها الصور الفوتوغرافية قبل النشر بالجريدة أو المجلة؟

تأخذ الصور الفوتوغرافية عدة مراحل مهمة قبل النشر وهي:

- يتفق المحرر مع المصور على نوعية التصوير المطلوب حسب نوع المادة الصحفية التي كتبها.
- التحميص والطبع بعد نهاية التصوير (تطور التصوير الصحفي بفضل التصوير الرقمي (Digital Photos).
- يقوم المحرر المسئول عن إعداد الموضوع باختيار الصور الصالحة للنشر بالاشتراك مع المصور وتعرض على رئيس التحرير لاعتمادها للنشر.

- يقوم المحرر المسئول عن عمله التقريري بكتابة كلام أو تقرير أو تعليقات الصور.
- يقوم المخرج المسئول عن إخراج ما كتبه الصحيفة التي سوف تنشر فيها الصورة أو عدة صور باختيار الموقع والمساحة والحجم التي تشغلها الصور في الصحيفة التي بها التحقيق أو الحوار أو الموضوع أو الأخبار والتقارير المهمة.

- لابد من حفظ كل صورة بعد نشرها في قسم الأرشيف المصور للرجوع إليها عند الحاجة.
- فائدة نشر الصور الصحفية:
- خطف عين القارئ وشد الانتباه.
- إعطاء مصداقية للمادة المنشورة.
- ربط القارئ بالأحداث السياسية والعسكرية المهمة.
- إشباع هواية حب المعرفة عند القارئ بتقديم التفاصيل بآلية مصورة.
- تساهم الصورة إلى حد كبير في الكشف عن الجانب الآخر في حياة المصدر سواء كان سياسياً أو فناناً أو لاعب كرة أو رجل أعمال أو سيدة مسنة أو رجل زحفت على وجهه تجاعيد الزمن.
- أحياناً تلعب الصور دوراً مهماً في كشف أسرار أو تفكيك لغز جريمة ما.
- حفظ ذاكرة الأمة في الأحداث المهمة التي تمر بها مثل صور قادة حرب أكتوبر عام ١٩٧٣ أو غيرهم من الزعماء والشخصيات المشهورة في شتى المجالات.

.....

## الفارق بين وظيفة الجريدة والمجلة

الصحيفة (الجريدة) اليومية تختلف تماماً في وظائفها عن المجلة الأسبوعية، فالجريدة اليومية تهتم بالخبر الصحفي وتتابعه وتجري تحديثاً له في طبعاتها المتتالية بعد صدور الطبعة الأولى.

إذن الجريدة معنية بالخبر والإعلام عن الأخبار بصفة عامة بينما المجلة الأسبوعية تقوم بكشف ما وراء الخبر من قصص إخبارية لم تُنشر في الجريدة لضيق المساحة.

المجلة لديها القدرة على فرد مساحات أوسع في نشر الصور والتعليق عليها والانفراد بها وهي تتميز الآن بوجود مجموعة من المجالات المتخصصة في شتى المجالات.

إذا كانت الجريدة اليومية تسبق المجلة في نشر الخبر فهذا لا يعني أن المجلة لا تنشر الأخبار المهمة ولكنها تحقق الانفراد من الأحاديث والحوارات مع كبار الشخصيات التي تصنع الأخبار فيمكنها هنا إحراز السبق الإخباري عن الجريدة اليومية بحوار طويل مثلاً مع رئيس الجمهورية أو مع رئيس الوزراء.

وتشارك المجلة مع الجريدة اليومية في تقديم كافة المواد التحريرية باستثناء الخبر أو الأخبار لما ذكرنا من قبل وبالتالي فالجريدة تقدم كل يوم الأخبار بالإيقاع السريع بينما المجلة الأسبوعية تقدم ما وراء هذه الأخبار بعدها بعدة أيام ولكن في إطار مختلف.

إذن الجريدة اليومية والمجلة الأسبوعية يشتركان في تقديم التحقيقات والحوارات والأحاديث والحملات الصحفية وأبواب التسلية والترفيه وغيرها من ألوان الصحافة الأخرى المتخصصة مثل الفنون- المرأة والطفل والأسرة- التعليم- الرياضة- الدين- الشباب- الحوادث والقضايا- الطب- العلوم والتكنولوجيا إلى آخره من الأبواب المتخصصة.

إذا كانت المجلة الأسبوعية تختلف عن الجريدة اليومية في عدم تحقيق السبق الخبري فإنها تتميز عنها بنشر



المذكرات للمشاهير من شتى مجالات المجتمع وتقوم بفرض الصور على صفحات متتالية في ظل طباعة على ورق فاخر ملون وأنيق.

على الجانب الآخر نجد أن المانشيتات في الصحيفة اليومية تختلف تمامًا عن عناوين المجلات التي تصدر الغلاف محصوراً بصور عن أهم أحداث الأسبوع في شتى المجالات وكل من المانشيت في الجريدة أو العنوان في المجلة يحاول خطف عين القارئ.

هناك قواعد مشتركة في كتابة المانشيتات في الجرائد اليومية والعناوين في المجلات الأسبوعية فلا بد أن يسعى كل من كاتب المانشيت في الجريدة وكاتب العناوين على غلاف المجلة إلى الكلمات القصيرة والسريعة والواضحة التي تهم قطاعات كبيرة من الناس في شتى المجالات خاصة المتعلقة بموضوعات التموين والإسكان والصحة والتعليم والوظائف لتشغيل الشباب إلى آخره من مجالات أخرى مهمة وحيوية وجذابة.

وهكذا يتضح لنا أن الوظائف التي تقوم بها كل من الجريدة اليومية والمجلة الأسبوعية تتشابه كثيراً وإلى حد بعيد، فالخلافات المهنية بسيطة في أسلوب العمل بين الواسيلتين.

.....

## الجهاز التحريري للصحيفة

المقصود بالجهاز التحريري للصحيفة هو كيفية إصدارها من الناحية الصحفية، ويتحكم في هذه الآلية المهمة ثلاث فئات:

• **الفئة الأولى:** تتولى التخطيط والإشراف ورسم سياسة التحرير وتضم في الهيكل التنظيمي كل من رئيس التحرير ومدير التحرير ونواب رئيس التحرير ورؤساء الأقسام ونوابهم والمحررين وسكرتير عام التحرير أي كبير المخرجين ويطلق عليهم سكرتارية التحرير الفنية الذين يتولون تصميم ما ينشر في الجريدة بصفحاتها المختلفة حسب لون وتوجه هذه الجريدة سواء كانت صحيفة قومية أو حزبية أو خاصة شاملة، مثل: الأهرام- الأخبار- الجمهورية- الوفد- المصري اليوم- اليوم السابع- الوطن. أما إذا كانت صحيفة متخصصة في الفن أو الرياضة أو الثقافة فتخضع لمعايير ومقاييس فنية تختلف عن الصحيفة الشاملة.

• **الفئة الثانية:** هي فئة الوظائف التخطيطية الإشرافية على تنفيذ صفحات وأبواب الصحيفة وفقاً لنظام دقيق وآليات فنية محددة وتضم نواب رئيس التحرير ونواب مديري التحرير ورؤساء الأقسام المختلفة.

• **الفئة الثالثة:** هي فئة الوظائف الفنية الإنتاجية وتتضمن المحررين- المراسلين المندوبين- المصورين- الرسامين- أقسام المعلومات- المكتبة- الأرشيف- المصححين في شئون اللغة- المخرجين المصممين للصفحات ومعهم المخرجين المنفذين لهذه الصفحات.

**مراحل التغطية الإخبارية في الصحيفة اليومية أو إعداد الموضوعات المهمة في هذا المجال:**

تمر التغطية الإخبارية لأي حدث مهم من خلال الموضوعات أو التقارير عن طريق خمس مراحل:

١- **المرحلة الأولى:** تحديد الفكرة في كيفية الحصول على الأخبار من خلال المندوب أو المراسل داخلياً أو خارجياً والشكل الذي تكتب به.

٢- **المرحلة الثانية:** جمع المعلومات اللازمة للحصول على الخبر أو المحاور التي سوف يستخدمها لجلب الأخبار من مصادرها.

٣- **المرحلة الثالثة:** وهي تحديد أسماء المصادر التي يتجه إليها المحرر ويتصل بها ويجمعها من خلال مادته الصحفية.

٤- المرحلة الرابعة: يقوم المحرر الصحفي بإعداد خطة عمل لكل ما حصل عليه من معلومات من خلال أفراد أو وثائق أو مستندات أو تقارير أو أية وسائل أخرى تدعم موفقة الصحفي في إعداد الأخبار أو الموضوعات الإخبارية.

٥- المرحلة الخامسة: بداية الكتابة ووضع مقدمة أو بداية ثم يعرض لها بشكل مفصل ثم ينتهي بخاتمة للموضوع أو التقرير الخبري.

## المطبخ الصحفي أو الديسك المركزي

هو المكان الذي يُعاد فيه صياغة الأخبار والتحقيقات والتقارير والحوارات واختيار العناوين والمناشيتات وكل ما له علاقة بمواد الصحيفة المنشورة في صباح الغد، وهذا المكان بمثابة عقل وقلب ومعدة الصحيفة في هضم كل ما تتلقاه من مواد صحفية وإعادة تقديمها في قوالب وأشكال.

يتلقى الديسك المركزي الأخبار من عدة جهات أهمها المندوب الصحفي وهو الشخص الذي تبعث به الجريدة لجهة ما أو لقطاع معين من القطاعات المهمة لتغطية أخبار هذا المكان.

وتتعدد أشكال ونوعية المندوبين فهناك المندوب الصحفي أو المندوب المتخصص في مجاله.. سياسي أو فني أو رياضي أو عسكري أو ديني أو اقتصادي أو برلماني..

إذن المندوب هنا يأتي أولاً ويليه في الأهمية المراسل خارج القاهرة أي المتواجد في المحافظات لتغطية شئون المحليات، وهناك المراسل الخارجي الذي يقيم في عاصمة أجنبية أو عربية أو أوروبية أو أفريقية ويغطي أخبار هذه المنطقة أو الدولة من خلال إرسال أخبار وتقارير صحفية وتحقيقات صحفية وحوارات عن شخصيات في دائرة الأحداث.

وتلجأ بعض الصحف لإرسال بعض الصحفيين الكبار بها للعمل كمراسلين متجولين لتغطية مناطق الأحداث الساخنة أو الملتهبة أو المهمة، لفترة محددة والعودة مره أخرى للجريدة لاستئناف عمله المحلي.

وعلى الجانب الآخر يعتمد المطبخ الصحفي أو الديسك المركزي في عمله على تلقي الأخبار أو الموضوعات أو الحوارات أو التحقيقات من وكالات الأنباء، فهي الوكيل أو الممثل خارج حدود الوطن وهي وكالات عالمية.

أسماء أهم وكالات الأنباء:

أهم الوكالات العربية:

• الوكالة السعودية للأنباء.

٢- وكالة سبأ للأنباء- اليمن.

٣- الوكالة الكويتية للأنباء أو وكالة الأنباء الكويتية كونا.

٤- الوكالة الأردنية للأنباء باترات.

٥- وكالة الجماهيرية للأنباء (جانا.ليبية).

٦- اتحاد الوكالات العربية للأنباء (فانا).

٧- وكالة الأنباء السورية (سانا).

٨- الوكالة الوطنية للأنباء اللبنانية (ننا.بيروت. لبنان).

٩- وكالة الخليج للأنباء.

وكالات الأنباء العالمية:



- ١- الوكالة المتحدة للأنباء العالمية (يونيتد برس).
  - ٢- وكالة الأنباء المتحدة (وكالة أسوشيتد برس للأنباء).
  - وكالة الأناضول التركية للأنباء.
  - ٤- وكالة الأنباء الفرنسية (أ.ف.ب.).
  - ٥- وكالة إيتارتاس الروسية للأنباء.
  - ٦- الوكالة المتحدة الإسرائيلية للأنباء (ايتم).
  - ٧- وكالة الصين الجديدة للأنباء (بكين).
  - ٨- وكالة رويترز للأنباء.
  - ٩- وكالة أنباء أثينا (أ.أ.).
  - ١٠- وكالة ناسا الإيطالية للأنباء.
- وهناك وكالات أنباء محلية شهيرة مثل:
- وكالة أنباء الشرق الأوسط في مصر (أ.ش.أ)، تأسست سنة ١٩٥٦م، وهي تغطي الأخبار محلياً وعربياً وأوروبياً وأفريقياً ويمتد نشاطها لكل أنحاء العالم وهي مملوكة للدولة، يكون لها رئيس مجلس الإدارة ورئيس تحرير ومكونة من هيكل تنظيمي يُعادل أية جريدة أو مجلة مطبوعة/ مقروءة.

## مراجع مختارة في التحرير الصحفي:

- إبراهيم أحمد إبراهيم، فن كتابة الخبر والمقال الصحفي نظرياً وعملياً، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.
- إبراهيم عبد الله المسلمي، الخبر الإعلامي في الألفية الثالثة، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٢م.
- عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت.
- عبد الله زلطة، التحقيق الصحفي (أسس نظرية ونماذج تطبيقية)، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١١م.
- عيسى عبد الباقي، الخبر الصحفي، د.ن، د.ت.
- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، بيروت: دار ومكتبة الهلال، ٢٠٠٨م.
- فتحي حسين عامر، الخبر الصحفي الإلكتروني، القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠١٣.
- محمود أدهم، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام، ١٩٨٤م.
- محمود علم الدين، الفن الصحفي، القاهرة: دار أخبار اليوم، مطبوعات قطاع الثقافة، ٢٠٠٤م.
- هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي: دراسة لمفهوم الإخبارية في الصحافة، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.

- Chris Frost , Reporting for Journalism, London and New York, Routledge, Second Edition, 2010.
- Krishna Menon, Media Communication and photo Journalism, Manglam publication, Delhi, India, 2008.
- Thom Lieb, All the news: writing and reporting for convergent media, Pearson education Inc, 2009.



## تحقيقات

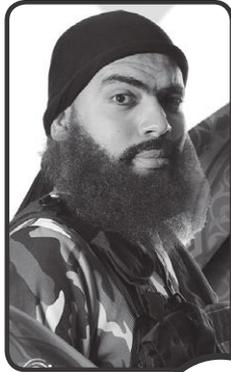
# برامج المقالب .. هل ترسم البهجة أم تتلاعب بمشاعر الناس؟!

التى كنا نشاهدها على قنوات التلفزيونات الأجنبية، ولكن بعض الفنانين والإعلاميين المصرون والأصناف حرفوها بشكل كبير، في الخارج بقدمونها بطريقة مضحكة وبسيطة نشعر معها أن الموقف ليس خطيرا، ولكن في صغر فضاء هذه البرامج تطورت بشكل عام حتى وصلت بالخطر الذي يقدمه رامن، وهو أمر أوفر قوتي بصورة تشعر معها أنه "تمثيل في تمثيل".

وتضيف أنه من الواضح التكلفة العالية لتلك البرامج، في الوقت الذي يطالبنا فيه المسؤولون بالترشيد، فما يصرف على تنفيذ هذه البرامج كان يمكن توجيهه في أعمال تنمية لخدمة البلد وشبابه.

**تأثير سلبي**

وعن تأثير برامج المقالب على الأطفال تقول د. مسرور إن هذه البرامج لها تأثير كبير على الأطفال الصغار الذين يقومون بتقليد المقالب، وهناك أسرار تقويم بالتوعية وأسرا لا تقوم بتوعية أطفالنا!!



**متخصصون: تستخف بعقول المشاهدين وتاجرهم بمشاعرهم**

■ **تلفتها عالية في الوقت الذي يطالبنا المسؤولون فيه بترشيد الإنفاق**  
 ■ **الأطفال يقلدون المقالب في زلاتهم وأصدانهم!!**

عملت مثل رامن جلال وأنتما كنتما سعداء به!! وتابعت هذا يجعلنا نسلط الضوء على نقطة مهمة وهي كيفية تقديم القدره للأطفال، وكيفية تشكيل منظومة القيم في المجتمع من خلال الإعلام والأسرة.

**إسفاف وتخويف**

تقول د. إعادة أحمد- عضو هيئة التدريس بقسم الإنتاج الإعلامي- إنها ضد فكرة هذه البرامج، لأنها تعتمد على الإسفاف والخوف، ولا يوجد ما يدعو إلى الضحك، وأضافت أن ضيوف برامج المقالب قد يكونوا على علم بها قبل وقوعها لأنهم يعملون بالتمثيل ويأخذون أموالا كثيرة، وعن جانب آخر فإن مقدم هذه البرامج لا يستطيع تحمل خطورة ما يحدث من قلب، والأخطر أن بعض الأطفال يقومون بتقليد هذه المقالب في زلاتهم وأصدانهم.

**تصنيف غير مناسب**

وتوضح د. مسرور عبد الطيف- عضو هيئة هذه البرامج مأخوذة من برامج الكاميرا الخفية



**الجمهور: تافهة وتأثيرها سلبي على الأطفال وإن كانت شائقة**

**رأي الجمهور**

وبسؤال الجمهور، قالت "عبيد"، إن "مواعيد عرض هذه البرامج في مثل هذا الشهر غير مناسبة؛ لأنه شهر للعبادة، ويمكن الاستفادة من تكلفتها في علاج مرض، أو التبرع للقراء، بالإضافة إلى تأثيرها السلبي على الأطفال، وغرس روح الشر، وأظن أن استمرار عرض هذه البرامج يوجب نسبة المشاهدة، وكثرة الإعلانات، مما يؤدي لنجاحها، وزيادة المكسب".

**ليس لها معنى**

وقالت "خلود"، إنها "برامج ليس لها معنى، هدفها إسفاد الروح الرضائية، وتحطيم للعامة، كما أن مواعيد هذه البرامج غير مناسبة". وأضافت: "أنا مقبلة على نفسي أو غيري، إني أحبط في الموقف ذي، لأن ذلك يأتي باروا الناس، وعمر الهزما ما كان بهذا الغياب".

**تافهة وإن كانت شائعة!**

وقالت أخرى إنها "ثقافة تافهة، ليس لها أساس"، وتابعت "البلد أولى بالعلوم، وهي برامج سلبية جدا على الأطفال والشباب، كما أن بعض حاجة مستقرة ومعتلة جدا".

فما زالت تفتأ أخرى أن "هذه البرامج شائعة جدا"، وتابعت "أنا باستمتع بها لأحتاها على كثير من المقالب التي تحزج الشخصيات العادية عن فعلها، إن لها من أفكار مجنونة".

**تحقيق: سامين صلاح**  
**فاطمة وليد- هبة حسين**

تقول د. فاطمة شعبان، عضو هيئة التدريس بقسم الإنتاج الإعلامي، إنها "لم تشاهد مثل هذه البرامج، لذلك لأنها معترضة على عرضها في رمضان؛ لأنها أدت إلى ضياع روحانية الشهر الكريم، والامر ذاته ينطبق على كافة البرامج والمسلسلات".

**حرام!**

ومن جانبها ترى د. يسرا صبيح- عضو هيئة التدريس بقسم الإنتاج الإخباري- أن

يعتقد العديد من الفنانين والإعلاميين أن التلاعب بمشاعر الناس، والإستهزاء بحياتهم وأرواحهم، من خلال برامج المقالب، التي تنتشر في شهر رمضان على شاشات التلفزيون، يحقق نجاحا وشهرة لهم، ويرون أن مثل هذه البرامج تحقق الضحك والبهجة لدى قطاع كبير من الجمهور، فيما يرى كثيرون من المتخصصين والجمهور أن هذه البرامج أضاعت روح الدعابة، وأنها أصبحت شبة انتقام، بيت في أرواح أطفالنا الشر والعنف، لتفي تساوالات عديدة تدور في أذهان البعض: هل شهر رمضان وقت مناسب لمشاهدة هذا البرنامج؟ هل ضيوف هذه البرامج على علم بالمقلب قبل وقوعه؟ هل تؤذي تلك البرامج على أطفالنا بالسلب أم الإيجاب؟ ما السبب وراء إعادة إنتاج مثل هذه البرامج كل عام؟

طرخسا هذه الأسئلة وغيرها على خبراء متخصصين في مجال الإعلام، وبعض الجماهير.

**برامج سيئة!**

في البداية تقول مكتورة نسرين عبد العزيز، عضو هيئة التدريس بقسم الإنتاج الإعلامي- إعلام الشرق، إن "هذه البرامج سيئة، وتستخف بعقول المشاهدين، وتاجر بمشاعر الآخرين"، مضيفة أن "موقفها حيوية للغاية، وعادة ما ترتبط بالموسم الرياضي، وهذا ما وقع برنامج الكاميرا الخفية" لإرواحهم نصنر، وبالتالي جرى الكشف أن تعرض مثل هذه البرامج في رمضان، إلى جانب أن تكلفتها عالية جدا؛ نظرا لأنه ينبغي يكون جديد في كل حلقة، ويؤادوات جديدة، وكذا حلقة درامية يدور ممثل. أما بالنسبة لعودة الضيوف بالمقلب، فالوضع محير، لكنني أعتقد أنهم يكونون على دراية بالأمر، لكنهم ليسوا على علم بخطورة المقالب".

وتابعت "أصبحت ثقافة برامج المقالب سيئة جدا، وتؤثر سلبا على أطفالنا، ويجازي هذا، فالإعلانات هي الممول الأساسي لهذه البرامج، وزيادة نسبة المشاهدة تزيد من نجاحها".

غير مناسبة في رمضان

# لن أعيش في جلباب أبي!

## الأبناء يتمرّدون على مهن الآباء ووظائفهم

في المقامم الاختبارات عن الآباء والأبناء، حيث إن زماننا هذا زمن الإنتاج والتغيرات، ومع كثرة التغيرات والتحديات وكثرة التغيرات والشبهات أصبحت يعيش اليوم في مفترق طرق وتحت تأثير هذه التغيرات ولا شك أنها تسبب لهم كثيرا من المشكلات التربوية والأخلاقية.

**حق السفر المفهوم**

ويرى كثير من الفنانين والفنانات في السفر مفهوماً أو مع أصداقنا، فإذ كانت معتادة، فعلا عن الرحلات الأسرية الملتة، وغالبا ما يرض بعض أولياء الأمور الفكرة تماما، وأصعب نفس أعيانهم كل الأمور السلبية التي قد تحصل لأبناء، في رحلتهم، وكثيرا ما تنشأ الخلافات داخل الأسرة نتيجة هذا الرض، فيما يوافق بعض الأبناء على أمل أن تسهم رحلة الأبن مع أصداقنا في اكتشاف ذاته، وتزيد من ثقته بنفسه، حتى يتقن الآن مع ابنه على شروط وضوابط، ويؤمن بما أن يثق بها ورفقه في السفر.

يرى بعضهم أن اختيار شركاء الحياة يعتبر بالمسألة للقاء والشباب، من أهم الخبرات في بناء الحياة الزوجية، والتخطيط للمستقبل.. وغالبا ما يتدخل الأهل في هذا القرار من منطلق الحرص على مصلحة الأبناء.. حتى وإن بدا الأمر غير ذلك في نظر الأبناء، أو في الحيلة النهائية التي يسفر عنها هذا التدخل.

تكررت أم أسامة "أنا فتيان سفر ابنتها مع أصداقنا، خاصة عندما يرافقهم أشخاص آخرون عنصدا أصداقنا، فبعد أن يرحلهم، عنهم شيئا، ولا يعطسهم شيئا، ولا الخلال، من مسفرة أن منة نسبي، أسرتهم فقط، أو أن يسافر مع أسرة برفقة أصداقنا، أو الالتقاء بهم في بلد الإقامة، حتى تكون الأسرة مطمئنة على أبنائها ويكفوننا تحت أعينهم".

وتوضح عبيد محمد أنها "أنا أتابع من سفر الأبن مع أصداقنا، بشرط أن يرافقه أحد أقربائه الأكبر سنا، خصوصا إذا كان في السفر الكثير من الأشخاص".

تشرح فاطمة، ويصبرون برفق غير صحيح، وكثيرا ما يوجه الأصدقاء، بعضهم البعض على ذلك، كقولهم في مكان بعيد، العائنة لتخصيصهم بالحريمة.. من الحريمة. من الحريمة في شرب بناء حياة أسرة سليمة، وغالبا ما لا تؤمن بالحرية والحرمان المقتنع تساعد أبنائنا في الاختيار.



**الشيان والفتيات، حب أهلكنا نرفض، لننأنا نرفض، الأوامر**

لن نرى أن الأبناء، يملكون عيامة التقليد الأمسي لأنهم ويستقلون برأيهم الخاصة ويمتدنون على فكرة الأبناء للأمر العائنة لتخصيصهم بالحريمة.. من الحريمة. من الحريمة في شرب بناء حياة أسرة سليمة، وغالبا ما لا تؤمن بالحرية والحرمان المقتنع تساعد أبنائنا في الاختيار.

**تحقيق: الأة شومان**

**ابني طيب، وابنتي**  
 سادة ناجية، والثالث مهديس والرابع محام.. وتنتزع المهن على مقدار عدد الأولا.

هذه المهن في الواقع كثيرا ما كان الأهل يرفضونها على أبنائهم منذ الصغر؛ حيث يزرعون فيهم حياء، محاورين بذلك دون قصد، أن يحققوا أحلامهم من خلال أبنائهم، فيقولون بهذا طموحهم، ويحذرون لديهم حتى حرية الحلم في اختيار ما يريدونه.. مما يحصر الأبن أو الابنة على دراسة جانب تعليمي أو يناسب مع موهبه فيلتحق بالقسم الأدبي أو العلمي تحقيقا لرغبة

ويعد ذلك يواجه العديد من الطلبة حيرة وتربدا عند اختيار التخصص الجامعي اللازم الذي يلي طموحاتهم ويتناسب مع قدراتهم العلمية ويوفهم الشخصية، في حين يجد البعض أنفسهم قد وقعوا في دوامة طالما شككنا لديهم بصيرة في الخروج منها فسرنا اختيارهم كخصمان يكسبون بعد أنموذ الأبن عدم قدرتهم على متابعتها، وانهم إذا استمروا عليها فإن الفشل قد يكون حليفهم، مما يتسبب في ضياع جهودهم وسنوات دراستهم على وجه نظرهم مناسباً مع وجود معارضة شديدة خلال الضغط الذي يمارسونه على الأبناء لاختيار التخصص الذي يرونه من وجهة نظرهم مناسباً مع وجود معارضة شديدة من الطالب نفسه.

تقول عمر صبيح، طالب بالمعلم الثالث الثانوي، "يتم إن أعلم جيدا حب ابني وامني في مسنن معاملتها وحقها على مسننتي،



