

الصحافة المتخصصة



المرحلة الرابعة

قسم الصحافة
2024 - 2025

إعداد م.م. عمار حمد جبر



المحتويات

1. مدخل الى الصحافة المتخصصة "نشأتها في العالم والوطن العربي":(2-6)
2. مفهوم الصحافة المتخصصة "أركانها ومستوياتها"(6-8)
3. دوافع إنشاء الصحافة المتخصصة وأسباب انتشارها.....(8-10)
4. أهمية التخصص في المؤسسات الصحفية(10-12)
5. أهداف الصحافة المتخصصة(12-16)
6. وظائف الصحافة المتخصصة(16-18)
7. مقومات الصحافة المتخصصة "الجزء الأول".....(18-23)
8. مقومات الصحافة المتخصصة "الجزء الثاني".....(24-27)
9. مرجعية الصحافة المتخصصة في تعاملها مع الأحداث(27-28)
10. خصائص ومعايير جمهور الصحافة المتخصصة(28-30)
11. عناصر الصحافة المتخصصة " ايجابياتها وسلبياتها"(30-33)
12. شروط الإعلامي المتخصص الناجح(34-35)
13. شروط إعداد وكتابة المواضيع المتخصصة في وسائل الاعلام(35-36)
14. تصنيفات وأنواع الصحافة المتخصصة(36-39)
15. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة المتخصصة(39-44)
16. الصورة الصحفية واختيار العنوان في الصحافة المتخصصة(44-50)
17. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة السياسية والاعلام السياسي(50-54)
18. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة الاسلامية والاعلام الاسلامي(54-58)
19. صحافة الأقليات القومية والدينية في العراق(58-60)
20. الصحافة الرياضية(61-74)
21. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة النسوية(74-82)
22. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة الفنية(83-87)
23. صحف الأثارة والصحافة الصفراء(88-90)
24. الكتابة الصحفية لصحافة الأطفال المتخصصة(91-101)
25. الصحافة الساخرة والكاريكاتير(101-107)
26. التغطية الصحفية لشؤون الجريمة والحوادث(107-111)
27. التغطية الصحفية لشؤون الصحافة العلمية(111-115)
28. اعلام الكوارث والحوادث.....(115-119)



مدخل الى الصحافة المتخصصة "نشأتها في العالم والوطن العربي":

تعد الصحافة بمعناها العلمي من أقدم وسائل الاعلام في العالم مقارنة بالوسائل الأخرى كالإذاعة والتلفزيون والسينما وهي سابقة عليها بما يزيد عن 250 عاما تقريبا، وقد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشعوب



والأمم، لا سيما وإنما تقوم بالتعبير عن آمال وتطلعات أفراد جمهورها وألهمهم بما يخلق حالة من المشاركة الوجدانية بين أفراد المجتمع بعضهم البعض عن طريق تبادل الخبر والأنشطة الحياتية المعاشية.

ولفظ الصحافة في اللغة العربية مشتق من مادة "صحف"

اذ تشير المعاجم اللغوية الى ان صحف الكلمة تصحيفاً أخطأ في قراءتها وروايتها في الصحيفة او حرفها عن وضعها، والصحيفة قطعة من الجلد او قرطاس كتب فيه، وتعني ايضا الكتاب الذي جمعت فيه الصحف أي الأوراق والرسائل، وان أول من استعمل لفظ الصحافة بمعناها الحالي كان الشيخ نجيب الحداد مؤسس جريدة لسان العرب في الإسكندرية وله يرجع الفضل في اختيارها فقلده الصحفيون من بعده كما استخدمت الصحافة بمعنى الوقائع، وعندما عرفت الصحافة لأول مرة في مطلع القرن التاسع عشر كانوا يطلقون عليها لفظة الوقائع، ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما دعاها رفاة الطهاوي، واستخدمت ايضا الجازيت نسبة الى قطعة النقود وقد اطلق العرب لفظة "الجازيتة" على الصحف في أوائل عهدها ثم لفظة "جورنال" التي تعني بالفرنسية "يومي"، ثم اطلقت كلمة صحيفة ثم عرفت جريدة بمعناها الذي تشير اليه في وقتنا المعاصر والحالي.

والصحافة بمعنى (press) هي صناعة إصدار الصحف والصحافة بمعنى (journalism) هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار، وهناك تعريف لمنظمة اليونسكو تشير فيه الى انها المطبوعات التي تصدر على مدد محددة او غير محددة ولها عنوان واحد ويشترك في تحريرها العديد من الكتاب ويقصد بها انها تصدر الى ما لا نهاية، والدوريات اما تشتمل على الصحف سواء كانت يومية صباحية او مسائية او الأسبوعية او المجلات أياً كان نوعها وطبيعتها سواء كانت مجلات عامة او متخصصة.

والتخصص يعد من أحد اهم سمات العصر الحديث في مجالات الحياة المختلفة وتفرعاتها، وقد القت التكنولوجيا وقفزاتها بظلالها على حياة الأفراد والجماعات، فلم يعد هنالك الكثير من الوقت فبدأوا بالبحث عن الوسائل التي تيسر عنهم عناء البحث للحصول على المعلومات وتلبية احتياجاتهم الإنسانية والثقافية في أقصر وقت واقل جهد، وشملت التطورات التكنولوجية وسائل الاعلام المختلفة ومنها الصحافة التي لبت هذه التطورات وتكيفت مع حاجة الأفراد للمعرفة والمعلومات، وبدأت بالتحول نحو التخصص في موضوعاتها، مما افرز العديد من الدوريات المتخصصة لدرجة ظهور صحف ومجلات ذهبت في التخصص نحو تفاصيل الفروع، وكان بعضها قد تجاوز ان تكون صحيفة طبية الى التخصص في نوع محدد من الأمراض، وهكذا تم الأمر في بقية قطاعات الحياة المختلفة.

والصحافة المتخصصة وان كانت سمة من سمات العصر إلا انها سمة من سمات الصحافة في نشأتها الأولى، حيث بدأت الصحافة بعد ظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي متخصصة في شؤون النبلاء



والسياسيين وتحركاتهم، او أخبار الأسواق وحركة المال والبورصة، ومع التقدم العلمي والتكنولوجي دخلت الصحافة طور "المرحلة الشعبية" فأصبحت تهتم بكل ما يشغل الناس وعرفت باسم صحافة "البنس" وهو ثمن الصحيفة.

ثم توارت الصحافة المتخصصة لتفسح المجال أمام الصحافة الشعبية التي حرصت على ان تخصص في صفحاتها أبواباً ثابتة حول شؤون الحياة المختلفة من علوم وآداب وما يخص اهتمامات الناس في عصر معين، ومجتمع بذاته، وما لبثت ان عادت الصحافة المتخصصة الى الساحة من جديد مع التطور الإنساني والتقدم العلمي وكان ذلك منذ أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين.

وبذلك فالصحافة المتخصصة ليست وليدة العصر الحالي لكن التقدم العلمي والتطور النوعي في السكان وتعدد الثقافات والاهتمامات وانتشار التعليم ادى الى تأكيد دور الصحافة ووظيفتها حتى أصبحت على درجة متقدمة وهي الدرجة التي نراها عليها الآن.



يعكس ازدياد أرقام وأعداد الدوريات والمجلات في العالم التي تخصصت في شؤون الحياة المتعددة والمختلفة ازدهار الصحافة المتخصصة، فهناك دوريات تهتم بالعلوم وأنواعها المتعددة والطب وفروعه والزراعة ونباتاتها، وهناك مجالات تخصصت في تقديم الخدمات، وأخرى تهتم بالأطعمة والمشروبات، ودوريات تهتم بشؤون المنزل وديكوراتها وتنسيق حدائقه، وذلك بالإضافة الى التنوع السائد في الصحافة بشكل عام من وجود صحافة أدبية وأخرى دينية وصحافة تهتم بالمهن المختلفة والفنون

المتعددة من السينما والموسيقى والمسرح وغيرها، كما تعد الصحافة المتخصصة احد مصادر المعرفة فالصحيفة اليوم عليها ان تلبي احتياجات القارئ في المعرفة العامة والخاصة ومن هذا المنطلق ظهرت الصحافة المتخصصة لتعالج قضايا هامة في المجتمع.

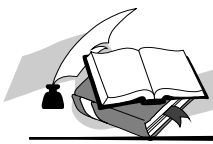
الصحافة المتخصصة في دول العالم:



ظهرت الصحافة المتخصصة في عديد من دول العالم ولاسيما الغرب الأوروبي وشمال أمريكا على النحو الآتي:

سجلت الدراسات الإعلامية التاريخية أن أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام 1665م ظهرت باسم العلماء " وذلك في عصر النهضة، ومعنى ذلك أن ظهور الصحافة المتخصصة جاء متزامنا مع ظروف كل عصر نشأت فيه، بيد أنه يمكن اعتبار القرن التاسع عشر هو المرحلة الفعلية لظهور الصحافة المتخصصة بأنماطها وأهدافها الجديدة، فظهور الملاحق التي تفرعت عن الصحف

الكبيرة في فرنسا، يمثل بداية الصحافة المتخصصة الحديثة، فقد أصدرت صحيفة لي فيجارو Le Figaro التي أنشئت في عام 1825م ملاحق باسم ((Lagagette de Figaro Programme)) و Abom - mes أي جريدة المشتركين التي كانت توزع مجاناً، المتخصصة في تقديم رسوم و تصميمات الأزياء، ثم ظهرت بعد ذلك Figaro Literature وهي



جريدة أسبوعية تطورت بعد ذلك لتصدر كل شهرين باسم Alloumdu Figaro وفيها من ألوان الموضات والأزياء الشيء الكثير، وهي مطبوعة على ورق صقيل مليئة بالصور والرسوم وملونة تلويناً بديعاً.

أما في بريطانيا فقد بدأت فيها الصحافة المتخصصة ممثلة بصحيفة "التايمز" التي أنشئت في عام 1785م،



واختار صاحبها "جون والتر" الذي كان يعمل تاجراً أن يكون الإعلان هو مادته الوحيدة وأن يكون قراؤه رجال الأعمال، وكانت تصدر في البداية باسم The daulyuni- versed Register لمدة ثلاث سنوات، ويمكن القول أن الصحافة المتخصصة تكاد تكون طابعاً للصحافة في بريطانيا منذ بداية القرن التاسع عشر، وتعتبر الصحافة الخاصة فيها صحفاً متخصصة فهي تهتم بنوع معين من الأخبار والموضوعات بعضها للتجارة، وبعضها للرياضة، وهذه الصحف لا تقتصر مادتها على ما تخصصت فيه ولكنها تعطي قدراً ضئيلاً من الاهتمام في موضوعات أخرى بجانب مادة التخصص سواء كانت رياضية أم تجارية.

و في الولايات المتحدة الأمريكية يرجئ "جون د. بيتز" بداية الصحافة المتخصصة بإصدار صحيفة في



المستعمرات على يد "بنيامين هاريس"، وكان قد قدم من إنكلترا لنشر صحيفة سرية، حيث نشر عام 1660م رسالة Newsletter سماها الحوادث العامة الأهلية والأجنبية، وحتى عام 1870م ظل طابع الصحف الأمريكية المتخصصة طابعاً حزبياً يملكها السياسيون، ثم ظهرت المجلات والدوريات والصحف المتخصصة في العلوم التي نقلت إلى القراء الاختراعات الحديثة والاكتشافات العلمية في كافة المجالات، ومن أبرز التخصصات في الصحافة الأمريكية تلك المجلات الموجهة إلى المرأة والتي تتناول موضوعاتها جميع أمزجة ورغبات المرأة بدءاً من الرياضة إلى الوظائف، ومن هذه المطبوعات كانت مجلة

City Woman's التي تتجه إلى صاحبات المهن من النساء اللواتي يقطن ويعملن في المدينة، كما يذكر "جون د. بيتز" إن رجال الأعمال كانوا دائماً الهدف الرئيسي في أي جمهور تنشده المجلات، إذ أن هؤلاء الأفراد هم الذين يتخذون القرارات الرئيسية ودخلهم يكون أعلى من المتوسط، ولهذا فإن الوصول إلى هذه الفئة من الجمهور كان الهدف الرئيسي لمجلة أخرى متخصصة هي مجلة "شيكاغو بيزنس" وهي تصدر عن شركة "كرين للاتصالات" وهي لا تخاطب الجمهور المتخصص من رجال الأعمال بل تنتقي أكثر من هذا الجمهور لتصل إلى رجال الأعمال في شيكاغو بالذات.



الصحافة المتخصصة في الوطن العربي:

عرف الوطن العربي في أول الأمر صحافة متخصصة تقوم على خدمة الحاكم، عندما ظهرت أول جريدة عام 1828م باسم "جورنال الخديوي" في مصر، كذلك تخصصت جريدة "مرأة الأحوال" بوصفها أول جريدة عربية تصدر في الأستانة عاصمة الدولة العثمانية عام 1854م - لخدمة الوالي العثماني ونشر فرمانات وتعيينات حكام الولايات ثم انتشرت الصحف بعد ذلك في عهد الاحتلال البريطاني في بقية الدول العربية الأمر الذي أدى بدوره الى نمو الصحافة المتخصصة الحديثة.

يسود الاعتقاد بان الصحف الدينية كانت أول تعبير عن ظهور الصحافة المتخصصة في الوطن العربي، حيث ظهرت في عام 1863م جريدة عربية مصورة دينية باسم "أخبار عن انتشار الإنجيل"، وكان يحررها رجال الكنيسة والمبشرون الأمريكيون في بيروت وكان القسس هم أول من بادروا بإنشاء الصحف الدينية المتخصصة ويرجع ذلك لكونه جلبوا المطابع في سوريا ولبنان عام 1732م، وكانت الصحف الدينية في بداية إنشائها تحمل أسماء تبشيرية مثل "البشير، الإنجيل، الصليب، المسرة".

أما الصحف الإسلامية فقد ظهرت في أوائل القرن العشرين كوسيلة لإثارة همم المسلمين المجابهة للاحتلال الأجنبي، وتذكيرهم بتاريخهم وبطولاتهم فمثل هذه الصحف لم تكن دينية في توجهها بقدر ما كانت صحفاً وطنية سياسية وأدبية، يستخدم الدين فيها لإثارة الهمم وحث الناس على التمسك بقيمهم وأصولهم في مجابهة الغزوات الثقافية الأجنبية، وتمثل صحيفتي "المؤيد" و "اللواء" مثالا واضحا اذ لم تكونا صحيفتين دينيتين بقدر اهتمامهما بالمسألة الوطنية من الناحية الإسلامية.

وفي أوائل القرن العشرين ظهرت صحف أدبية متخصصة مثل "التكيت والتكليت" التي أصدرت عام 1881م، ووصفت بأنها صحيفة وطنية أسبوعية أدبية هزلية، ومجلة "المقتطف" وهي علمية وأدبية تنشر طرائف العلم والأدب والتاريخ.



وفي عام 1909م عرف القراء العرب الصحافة النسائية، وبلغ عدد المجلات النسائية في الوطن العربي في ذلك الحين 14 مجلة نسائية، وما لبثت بعد ذلك المجلات الأدبية التي أخذت بالانتشار مثل نزهة "الأمطار، التمدن الترتي النجاح، الفنون، البلاغة، وظهرت الصحف المهنية مثل الطبيب، الرسام، الأستاذ، المدرس، المحامي وانتشرت الصحف الكوميديّة الهزلية مثل حبزبوز، قرندل، كناس الشوارع.

وينتشر الآن في الدول العربية عدد من الصحف المتخصصة التي تفوق عدد

الصحف العامة، ومن أبرز التخصصات في الصحافة العربية صحافة الأطفال والصحافة النسائية والصحافة الدينية والصحافة الرياضية والصحافة الأدبية.



أما الصحافة الفنية فإنها تكاد تكون قاصرة على مصر ولبنان حيث تنشط الحركة الفنية في هذين البلدين ولاسيما في مصر حيث توجد الحركة المسرحية والسينمائية والتلفزيونية، أما في دول الخليج العربي فإنها تدخل في إطار الصحافة الاجتماعية التي تهتم بقضايا مختلفة مثل المرأة والأزياء والفنون المختلفة في الوقت نفسه.



مفهوم الصحافة المتخصصة "أركانها ومستوياتها":

درج على تعريف الصحافة المتخصصة بانها "الصحيفة او المجلة او الدورية التي تبذل أكبر قدر من اهتمامها لفرع واحد من الفروع والتخصصات التي يهتم بها نوع محدد من القراء بحيث يدور كل نشاطها حول جمع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات التي تدور حول هذا الفرع" وقد توجه الصحيفة المتخصصة نسبة محدودة

من اهتماماتها الى موضوع غير الموضوع الذي تخصصت كأن تكون مجلة تعنى بالأدب وتكتب موضوعا واحدا من عشرات المواضيع عن السياسة وهذا الاستثناء لا ينفي عن الصحيفة اعتبارها متخصصة.

ويرى بعض الباحثين ان الصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في اكتساب المعرفة والاستفادة منها، وهي ليست صحافة للعامة او المجتمع كله، وانما هي التي تركز على قطاع محدد من القراء، ويرى "فاروق أبو زيد" ان الصحافة المتخصصة تقوم على ركيزتين أساسيتين هما:

- المادة الصحفية المتخصصة.

- الجمهور المتخصص من القراء.

وفي ضوء هذا التصور نكون إزاء نوعين من الصحف المتخصصة هما:

- النوع الأول: صحف تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء: فالصحيفة النسائية او الطبية

او الهندسية او الإدارية او الاقتصادية تعرض مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين، وهي تتوجه الى قطاع او شريحة اجتماعية معينة.

- النوع الثاني الصحف التي تتولى مادة متخصصة لجمهور عام من القراء: كالصحف الرياضية او الصحف

الفنية، حيث تقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص ولكن بموضوع متخصص.

ويدخل في النوع الثاني من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة، وترى الدكتورة "شكرية السراج" ان النوع الثاني هو الأكثر انتشارا وحضوراً لأننا سنبقى حائرين فيما لو طرح علينا سؤال من هم جمهور الصحافة الساخرة؟ على سبيل المثال.

ومن هذه الزاوية فان الصحافة المتخصصة ومفهومها يشمل كلا من الصحف المتخصصة والصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

والصحافة المتخصصة على المستوى النظري على الأقل يجب ان تميز بين التخصص بالموضوع والتخصص بالقطاع الذي تخاطبه الصحيفة المتخصصة، اذ - على سبيل المثال - هنالك صحافة متخصصة لقطاع المرأة تسمى



بصحافة المرأة، وصحافة الفلاحين وصحافة الطلبة وهذا التخصص مبني على جمهور خاص تخاطبه الصحيفة وهذا الجمهور يستقي خصوصيته اما عن عمر معين او جنس معين او مهنة معينة، وهذا النوع من الصحافة يقوم على أساس القطاع المخاطب، يقابله نوع اخر من التخصص هو التخصص بالموضوع، كان تكون الصحافة أدبية او علمية او رياضية وهنا التخصص يقوم على أساس الموضوع الذي تناوله الصحيفة.

- أركان الصحافة المتخصصة:

تقوم الصحافة المتخصصة على ركنين أساسيين هما:

الركن الأول: المادة الصحفية المتخصصة: ويبدو ذلك واضحاً في الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحف الطبية او الصحف الاقتصادية او النسوية التي تقدم مادة متخصصة لقراء متخصصين.

الركن الثاني: الجمهور المتخصص: كذلك يبدو هذا الركن واضحاً وجلياً فيما تقدمه الصحف من مادة متخصصة لجمهور عام من القراء، كالصحف الرياضية والصحف الفنية والتي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام غير متخصص، وعليه فان الصحافة المتخصصة على المستوى النظري يجب ان تبين نوعين من التخصص، التخصص بالموضوع والتخصص بالقطاع الذي تخاطبه الصحيفة المتخصصة، فمثلا هناك صحافة متخصصة لقطاع المرأة تسمى بصحافة المرأة، وصحافة الفلاحين وصحافة الطلبة وهذا التخصص مبني على جمهور خاص تخاطبه الصحيفة، وهذا الجمهور يستقي خصوصيته اما من عمر معين او جنس معين او من مهنة او نشاط معين، فإذن هذا النوع من الصحف يقوم على أساس القطاع المخاطب، يقابله نوع اخر من التخصص هو التخصص في الموضوع كأن تكون الصحافة أدبية او علمية او رياضية وهنا التخصص يقوم على أساس الموضوع الذي تناوله الصحيفة.

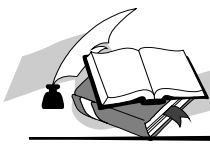
- مستويات الصحافة المتخصصة:

هناك ثلاثة مستويات للصحافة المتخصصة وهي على النحو الاتي:

1. **المستوى الأول:** وهو المستوى الذي نراه في الصفحات المتخصصة في الجرائد العامة والمجلات الأسبوعية العامة، فهذه الصحف موجهة للقارئ العادي الذي غالبا ما يحصل على ثقافته عن طريق ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات عن مجالات النشاط الإنساني المتعددة كالسياسة والاقتصاد والأدب والفكر والدين.

2. **المستوى الثاني:** وهو المستوى الذي نراه في الصحف المتخصصة الأسبوعية او الشهرية وهذه تقدم مادتها للقارئ ذو المستوى الثقافي الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية او الأسبوعية.





3. المستوى الثالث: يتمثل هذا المستوى بالصحف العلمية المتخصصة التي قد تكون شهرية او فصلية او نصف سنوية، وهي صحف تتابع نشر أحداث الأبحاث والدراسات الحديثة التي وصل اليها التقدم في كل تخصص، وهذه الصحف موجهة الى القارئ المثقف ثقافة تخصصية عالية، فقد تكون بديلة عن الكتاب، وهذه الصحف أخذت بالانتشار بحيث أصبحت تغطي غالبية النشاطات الإنسانية، فتجد مثلا صحفا تتخصص في الطب او الهندسة او القانون او الشئون الاقتصادية او الزراعية او الفكرية او الفنية او الأدب او الاعلام.

ومع مضي الزمن ازداد نمو هذه الصحف بحيث دخلت مرحلة تخصص التخصص فلم يعد يكفي مثلا وجود صحيفة متخصصة في الاعلام وانما وجدت صحفا متخصصة في الصحافة. وأخرى في التلفزيون او في السينما او المسرح او الإعلان او العلاقات العامة، وهكذا الأمر في كافة التخصصات المختلفة.

دوافع إنشاء الصحافة المتخصصة وأسباب انتشارها:

تطافت الأسباب المكونة لنشوء ظاهرة التخصص الإعلامي وتطوره وكانت على النحو الآتي:



1. اتساع الإطار الجغرافي الذي تشمله التغطية الإعلامية، حيث يرتبط الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية بمستوى التطور التكنولوجي وتطبيقاته في مجال الاعلام، إذ انحصرت التغطية الصحفية في البداية بالنطاق المحلي الضيق، ثم تطورت إلى النطاق القطري، ثم الإقليمي، ثم

القاري، وانتهت بالنطاق الكوني، وقد حصل ذلك بشكل مواكب لمستوى التطور التكنولوجي، وموازي للأهداف والوظائف المطلوب القيام بها وتحقيقها من خلال الاعلام، ومن المؤكد أن اتساع الإطار الجغرافي للتغطية الصحفية يعكس تزايد الاهتمامات والحاجات، وظهور مصالح يعجز الاعلام العام عن الاستجابة لها وتلبيتها.



2. ازدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة والمثقفة المتعددة والمختلفة وعجز الاعلام العام عن تقديم مادة قادرة على إشباع هذه الحاجات بالشكل المطلوب، فمن الثابت علميا أن القارئ يقرأ بهدف، كما أن

الكاتب يكتب لهدف، وغالبا ما يكون الهدف إشباع حاجة ما كالحاجة إلى المعرفة أو الرغبة في تحقيق الذات أو إلى الشعور بالأمن، أو الحاجة إلى الانتماء، أو السعي إلى المزيد من الوعي والفهم، أو التميز أو



الظهور البارز في المجتمع.. الخ ، وقد أدى ارتفاع مستوى التعليم والثقافة إلى تعدد الحاجات وتنوعها وزيادتها تعقيدا، كلها أدت إلى ظهور الحاجة إلى إعلام من نوع جديد (متخصص)، ليستطيع تلبية هذه الحاجات وإشباعها.



3. تنامي ظاهرة الصحافة الشعبية، وقد كانت آنذاك شكلا جديدا من أشكال النشر الصحفي لم يعتادها الجمهور لأنها أصبحت تنشر موضوعات جديدة تتعلق بالفن والتسلية وأخبار النجوم، لذا تعتبر هي أيضا عاملا تمهيدا ساعد في ظهور وتطور الصحافة المتخصصة.



4. ظهور صحافة الأقليات كشكل من النشر الصحفي يختص بفئة اجتماعية محددة ويتناول قضاياها ومشكلاتها، وقد ظهر هذا النوع مع تعالي أصوات الأقليات ومطالبتها بان تعامل باعتبارها جزء من المجتمع وبذلك احتاجت لوسيلة تعبر بها عن هذه المطالب،

فكانت الصحافة هي الوسيلة الأنسب؛ وبذا مثلت صحافة الأقليات شكلا من أشكال الصحافة المتخصصة وبداياتها .



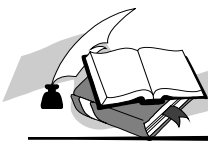
5. المنافسة المحتدمة بين وسائل الإعلام المختلفة للاستئثار بشرائح جماهيرية أكبر والتي فرضت البحث عن وسائل وأساليب ومجالات عمل إعلامية جديدة، بهدف الانتصار في معركة الوصول لتحقيق سبق والتفوق والتأثير، وقد

وجدت القوى الاجتماعية والسياسية الفاعلة في الإعلام المتخصصة واحدا من الوسائل والأساليب ومجالات العمل الإعلامي القوية الفاعلية في هذا السياق المعقد للوصول إلى أذهان الجمهور والتأثير في معارفهم ومعتقداتهم وسلوكهم.

6. سعي الشركات التجارية الكبرى إلى التواصل الإعلاني مع الجمهور وتسويق سلعها، ويتم ذلك عن طريق



الإعلان في وسائل الإعلام المتخصصة وحسب نوع المنتج والجمهور المستهدف، وبما أن الجمهور له اهتمامات متباينة ومتعددة فقد سعت هذه الشركات إلى خلق دوافع ربحية لوسائل الإعلام إلى التخصص، فمثلاً



شركة (أديداس) للمنتوجات الرياضية تجد في وسائل الإعلام الرياضية المتخصصة أفضل وسيلة للإعلان عن منتجاتها، وكذلك شركات مستحضرات التجميل التي تستهدف شريحة النساء مثل شركة (شانيل) تجد



في الصحف والمجلات النسائية خير وسيلة لنشر إعلاناتها، ومن جانب آخر يعد الإعلان شريانا رئيسا في تمويل وسائل الإعلام، فضلاً عن ضيق الوقت عند المتلقي وانشغاله في العمل بسبب تعقيدات الحياة وصعوبتها يجعل المتلقي المتخصص يجد

وقتا في متابعة ما يهتم به، ويمكن القول أن النمو الاقتصادي الذي شهده العالم في القرن العشرين ودخول مؤسسات الاقتصاد في المنظومة الاقتصادية كمؤسسات استثمارية الأمر الذي استدعي البحث عن كيفية لكسب الجمهور الذي يمثل سوقا للمؤسسات الصحفية فاتجهت الى إصدار صحف متخصصة تغطي بها الفئات المختلفة والتخصصات المتباينة.



7. دخول المرأة عالم الصحافة، حيث أصبح لها حضور في النشاط العام بشكل ملحوظ، ونشطت حركتها في المجتمعات وتبوأت مكانة متقدمة في المؤسسات العامة، الأمر الذي حتم ان تكون لها وسيلة خاصة بها تعبر عنها وعن خصوصيتها وخصوصية أدوارها في المجتمع، فظهرت الصحافة النسائية، صحافة مختصة بقضايا وشؤون المرأة واهتماماتها وأنشطتها.



8. النمو الاقتصادي الذي شهده العالم في القرن العشرين حيث دخلت مؤسسات الاقتصاد في المنظومة الاقتصادية كمؤسسات استثمارية الأمر الذي استدعي البحث عن كيفية لكسب الجمهور الذي يمثل سوقا للمؤسسات الصحفية فاتجهت

الى إصدار صحف متخصصة تغطي الفئات المختلفة والتخصصات المتباينة.

9. انتشار التعليم ومؤسساته والتوسع في المجالات العلمية بفروعها وتخصصاتها المتنوعة مما استوجب صدور دوريات متخصصة تلي حاجة القارئ حسب تخصصه.



10. ظهور التلفزيون وتنوع برامجه حتم على الصحافة ضرورة التنوع وتلبية الحاجات المختلفة للمتلقي والقارئ.

11. ظهور السلاسل الصحفية فكل مؤسسة أصبحت تصدر بجانب إصدارتها الأساسية سلسلة من الإصدارات الأخرى وحتى تحقق التنوع من خلالها لجأت الى إصدار طبقات متخصصة.



12. ظهور الأنشطة الصحفية الفردية كنوع من

الصحف المستقلة التي ينشئها أفراد لتغطية

فرع من فروع المعرفة الإنسانية.

أهمية التخصص في المؤسسات الصحفية:

- أهمية التخصص في الصحافة:

تنهض الصحافة المتخصصة بدور حيوي أكثر خطورة وأكثر إيجابية من الصحافة العامة؛ لأنها تساعد بكفاية أعلى في تطوير مجال اختصاصها، إذ إن تعميم المعرفة والمعلومات التخصصية ومتابعة تطوراتها ودعم مبادرات الإبداع تمثل أهدافاً غاية في الأهمية للصحافة المتخصصة عند التفكير في دورها في تطوير فروع الاقتصاد الوطني وبناء قيم اجتماعية وتربوية طليعية ومتحضرة، وخلق وعي متقدم وعن طريق نشاط الصحافة المتخصصة في مجالاتها المتعددة ثمة محورين أساسيين في نشاط الصحافة المتخصصة هما:

المحور الأول: التخصص المحدد بتفاصيله وتطوراته وأفاقه.

المحور الثاني: الشؤون والاهتمامات الشخصية ذات الصلة بالمختصين الذين تتوجه لهم ويشترط التخصص في الصحافة المتخصصة نمطا من اللغة الموظفة فيها إذ يتناول نمط اللغة في كل تخصص على حدة "رياضة، علوم، شعر، فلاحون، نساء... الخ" يشترط بالدرجة الأولى المعرفة والمعلومات الأساسية ثم يمتد نمط اللغة إلى مفاهيم وأساليب التحليل، والاستنتاج، وعليه فالصحافة المتخصصة بحاجة إلى نمط متميز من اللغة تبعاً وطبقاً للتخصص نفسه، فنمط اللغة الموظفة في صحافة الفلاحين من حيث المستوى التعليمي المتدني يتباين بحده عن نمط اللغة الموظفة في مجلة الهندسة، أو المجلة الطبية، مثلما يتباين عن النمط المطلوب في الصحافة الرياضية أو السينمائية أو الصحافة العسكرية.

وتتلخص أهمية اللغة الصحفية في الصحافة المتخصصة بأمور عدة منها:

1. لغتها الخاصة من حيث بساطتها أو من حيث تعقيداتها فيكون المتخصص أكثر إدراكاً لمضامينها والمتلقي المتخصص يعرف دوره في المجتمع والحياة من خلال تعميق صلته بهما عبر لغة يفهمها.
2. المتابعة الدقيقة لاهتمامات المتلقي المتخصص.
3. توفر معلومات أكثر قدرة على إشباع شغف واحتياجات المتلقي المتخصص.
4. تنهض بدور حيوي أكثر خطورة وأكثر إيجابية في رفع الكفاية في تطبيق أو تطوير مجالات الاختصاص.

- أهمية التخصص في المؤسسات الصحفية "الجمهور وشركات الإعلان":

يعد ظهور الصحافة المتخصصة ونموها وازدهارها في أي مجتمع دليل قوي على تقدم هذا المجتمع ورفقيه فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفرادها فمن المؤكد سينجم عنه اتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددتها، وهو ما يمثل سمة أساس للتقدم والتطور، ونعيش اليوم عصر الاعلام المتخصص إذ لجأت الوسائل الاعلامية المختلفة إلى التخصص أما في المضمون عن طريق تقديم كمية وفيرة في مجالات مختلفة ومحددة تقع ضمن اهتمامات المتلقي وبما يلبي احتياجات الجمهور سواء كان الجمهور العام أو الخاص، أو عن طريق

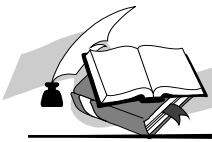


الاهتمام بقطاعات وفئات محددة، تلك المميزات اصبح تحظى باقبالاً وجمهوراً واسعاً، ويمكن توضيح أهمية التخصص عن طريق الجمهور بالاتي :

1. يقوم الاعلام المتخصص عامة والصحافة خاصة بإتاحة برامج ومواد متخصصة أكثر عمقا في المضمون تلبي حاجات الجمهور المستهدف بالمواد المختلفة.
2. يقوم الاعلام المتخصص بإعطاء الدولة والحكومة فرصة الإفادة من وسائل الاعلام المتخصص عن طريق العملية التعليمية بمستوياتها كافة، وأنواعها المختلفة وخدمة وبرامج محو الأمية.
3. التأكيد على الانتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهوية القومية والوطنية.
4. يقوم الاعلام المتخصص بالاهتمام بالمزاج الشخصي والهوايات وأنماط التعرض لوسائل الاعلام بما مع التطورات الحياتية.
5. يقوم الاعلام المتخصص بمهمة نشر المعارف كافة ولا يقتصر دوره على نشر نوعية محددة من المعارف.
6. يُحمل التخصص وسائل الاعلام مسؤولية أكبر لا سيما على مستوى الاعلام الرسمي، اذ يقوم بدور المساند عندما يشارك بالتوعية والتوجيه الديني والتربوي.
7. أعطى الاعلام المتخصص المقروء والمسموع والمرئي أهمية كبيرة لصالح التقدم العلمي والتكنولوجي.
8. يقوم الاعلام المتخصص بأنواعه المختلفة بتلبية الاحتياجات المختلفة للجمهور، فهو لا ينظر للجمهور ككتلة واحدة وانما الى مجموعات نوعية محددة، لكل مجموعة احتياجاتها ورغباتها وخصائصها التي تتحقق من انتقائها لما يستعمله من وسائل الاعلام.

أهداف الصحافة المتخصصة:

تتوجه الصحافة المتخصصة إلى جمهور عام وخاص على السواء، ومميزاتها أنها تنتهي لإعلام رفيع المستوى في مادته، ويتصف بالدقة والتقيد، ويسلط الضوء على الدراسات والأبحاث ويهتم برصد أوجه النشاط العلمي، وتتعدد أهداف الإعلام المتخصص (الصحافة، والإذاعة، والتليفزيون) فهو يسعى بالأساس إلى توفير خدمات إعلامية تلبي احتياجات ورغبات القراء والمستمعين والمشاهدين كلاً حسب اهتماماتهم، بجرعات كمية وفيرة وبجودة عالية بما يتفق مع نظرية تفتيت الجمهور، والتفتيت هنا يعني "لامركزية الاتصال" تأصيلاً لبدء مرحلة جديدة من مراحل تطور العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وظهور جماعات مفككة من الجمهور ذات مصالح خاصة تسعى وسائل الإعلام إلى مخاطبتها، فضلاً على إتاحة المواد الصحفية والإذاعية والتليفزيونية المتخصصة لتلبي احتياجات الجماهير المستهدفة بما في ذلك النواحي الإخبارية والتعليمية والثقافية، ثم تقوم بعملية الشرح والتفسير من خلال المقالات والأحاديث التي تقدمها عن مثل هذه المواضيع المتجسدة والوقوف على الآراء المتباينة بشأنها وهي بذلك تزيد من معلومات القارئ وتساعد على تنشئته نشأة اجتماعية يكون معها على دراية بما يدور في مجتمعه والعالم، إضافة إلى أنها تثقف القارئ ثقافة شمولية من خلال ما تطلعه عليه من معلومات تفيد وتعلمه السلوك الصحيح في حياته الحاضرة والمستقبلية، كما أن المادة المتخصصة يمكن أن تكون للترفيه والتسلية



والإمتاع وهي بذلك تلبى ميول ورغبات وهوايات واهتمامات جمهور واسع، ويمكن تحديد الأهداف العامة للصحافة المتخصصة بما يأتي:



1. نشر الوعي العلمي وتيسير المعرفة العلمية للجمهور: تعد عملية النشر إحدى عمليات الاتصال، التي يتم فيها نقل المادة المتخصصة من المصدر الذي يكون فردا أو مجموعة أو هيئة إلى

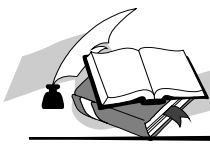
المستقبل أو المتلقي الذي قد يكون فردا أو مجموعة أيضا بواسطة إحدى وسائل الاتصال، وعملية نشر الوعي وتيسير المعرفة العلمية يمكن أن تتم عن طريق إيصال المعلومات إلى الجمهور المتلقي بما تقدمه من تعريف وشرح المستجدات النظرية والتطبيقية والاكتشافات والاختراعات وتسهيل التعريف بها والتعامل معها حيث أن الفرد في المجتمع الحديث لا يمكنه الإحاطة بالاتجاهات الحديثة والاكتشافات العلمية والتقدم التكنولوجي من المصادر الأصلية، لذلك فإن الإعلام يقوم بهذه المهمة، وهو بالتالي يساعد في تهيئة الإنسان نفسيا وعقليا للمساهمة الفاعلة في عملية النهوض الحضاري وتحسينه ضد الاتجاهات الخاطئة وغير الصحيحة والانتفاع بما ولدته الحضارة من تقدم علمي وإحاطة الإنسان بكل ما يدور في هذا المجال بشكل مبسط، وتعد عملية نشر الوعي وتيسير المعرفة نشاطا مكملا لمجال التخصص، فالإعلام ليست مهمته تعريف ونشر النتائج والمعلومات الجديدة بلغة مفهومة بشكل عام، انه كشكل من أشكال الإدراك ينظر إليه على انه مكمل للعلم بشكل رئيس وإنه أداء إبداعي، وهو يساعد في تطبيق المفاهيم العلمية الجديدة وتقليل القيود العلمية الجديدة وتقليل المعوقات التي تعرض لها الكثير من الأفكار، ويساعد على شرحها وتوضيحها وقبول المساهمة ومناقشتها من المعنيين والجمهور.

2. تعزيز الثقافة العلمية المتخصصة: أي تطوير وتعزيز المعلومات العلمية التي اكتسبها الفرد من خلال ما تعلمه في المراحل الدراسية المختلفة الأولية منها وحتى الجامعية وفي حياته العملية لمن لم يحظ بالدراسة أو الاثنين معا، وذلك بإضافة معلومات جديدة وباستمرار عن مستجدات الحضارة الحديثة من العلوم التكنولوجية في مجالات التخصص في الإعلام المتخصص قدر الإمكان.



3. التعريف بالعلماء والمبدعين والمتميزين: وذلك من خلال نشر نتائج البحوث العلمية في المجالات النظرية والتطبيقية والاختراعات الابتكارات في وسائل الإعلام حيث أن عملية النشر تساعد الباحثين والعلماء والمبدعين الآخرين في تطوير

أعمالهم وأبحاثهم وتحفزهم على العمل، وتنبئ تفكيرهم باتجاه مواضيع جديدة يبنون عليها بحوثهم المستقبلية، ويساعدتهم أيضا في اقتباس وتطبيق ما يرونه مناسبا منها لتحسين أوضاع مجتمعاتهم التي يعيشون فيها، إضافة إلى ذلك فإن التعريف بالباحثين والعلماء والمبدعين يؤمن توثيق الصلة فيما بينهم



على النطاق الوطني والقومي والعالمي، حيث أن وسائل الإعلام أزلت القطيعة التي سادت في الماضي بين العالم والفنان والأديب والرياضي وبين العالم وعمامة الناس.



4. تلبية حاجات الإنسان الأساسية وحل مشكلاته اليومية والمستقبلية: فالمواضيع العلمية ملبية لحاجات الإنسان الاجتماعية العامة وبالتالي حاجات الفرد وحسب أولوياتها، وتبصيره بالدور الذي يمكن أن

تقوم به الاتجاهات العلمية الحديثة ومستجدات العلوم وان التقدم العلمي والتكنولوجي فيما إذا تم استيعابه وتطبيقه يمكن الإنسان من التغلب على الكثير من مشكلاته وحاجاته الأساسية، وكلما كانت الوسيلة ملبية للحاجات الاجتماعية، كلما كانت أكثر قبولا وتأثيرا في المجتمع.

5. متابعة نقل المستجدات العلمية في المجال المتخصص: المتابعة المستمرة للتطورات العلمية والتكنولوجية في العالم وتسهيل وتبسيط إيصالها إلى الجمهور وإحاطته علما بها وفهمها واستخدامها، ذلك أن تطورات العلم والتكنولوجيا هما ما يشغل ويحلم به المثقفون والعلماء والمتخصصون بشكل خاص والجمهور بشكل عام، وان متابعة ذلك هو محاولة واعية ومنهجية ومنظمة لامتلاك المعرفة من نوع جديد تضاف إلى معارف الإنسان الأخرى.

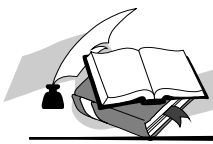
6. التسريع في عملية التنمية الوطنية الشاملة: الإعلام المتخصص وسيلة فعالة لتحقيق التنمية وضمان استمراريتها من خلال نقل المعلومات العلمية والتقنية من المنتجين الباحثين العلميين والعلماء والمتميزين والمبدعين ومراكز البحوث إلى المستفيدين من مزارعين وصناعيين ورياضيين وشباب بشكل خاص وإلى الجمهور بشكل عام، وتعمل على تنشئة الإنسان الواعي المؤمن بنفسه والوائق بقدرته على التغلب على العقبات والمشاكل التي تواجهه وذلك عن طريق بذل الجهد المتواصل.

7. تبني الأفكار المستحدثة والتوجيه إلى الاستفادة منها في السلوك والعمل: إن أحد أساليب زيادة احتمالات التبني الواسع لترويج الآراء والمعلومات الجديدة تكمن في الاستخدام المنظم للاتصال حيث



يهدف هذا أساسا إلى تزويد الأفراد والمجموعات بالمعلومات التي تجعلهم يهتمون بالفكرة المستحدثة، وإن الناس يستطيعون استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية كمصادر يحصلون منها على الإرشادات للسلوك المناسب الذي سوف

يساعدهم على التكيف مع العالم الذي يعيشون فيه سواء حدث ذلك عمدا أم بدون إدراك، ومن خلال تعرضهم للإعلام تختزن في ذاكرتهم الكثير من المعلومات التي يستعيدها الإنسان عندما يتصرف أو يسلك سلوكا معيناً ويحاول بشكل غير مباشر التصرف بموجب المعلومات المستجدة في ذاكرته وترشده إلى السلوك الأفضل.



8. تنشئة الشباب وإعداد الطفولة والأحداث: إن استخدام الصحافة ووسائل الإعلام في نشر الوعي

العلمي وإشاعة التفكير العلمي ونشر المعارف العلمية يجب أن يركز على الشباب في تطوير ثقافتهم العلمية وتنمية النظرة العلمية للشباب والتي تساعدهم على الملائمة بصورة فعالة مع البيئة وتنهي وعيهم



بحاجات العصر وبرسالة العلم الاجتماعية، إذ أن الاهتمام بالثقافة العلمية لدى الشباب ينمي قدرتهم على الاطلاع والمتابعة والتثقيف

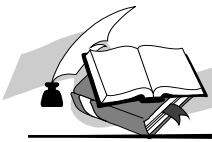
الذاتي ويساعدهم على الخروج بالمفاهيم والحقائق والقوانين العلمية العامة التي تجعلهم أكثر قدرة على رؤية الصورة التي يرسمها العلم، ولا يمكن إنماء تفكيرهم بالاعتماد على تسجيل الوقائع والمشاهدات فقط بالتجرد وتصوير المعاني الذي يعتبر أمراً هاماً في تكوين النظرة العلمية الحديثة للشباب وتدريبهم على التفكير العلمي الناقد وما يصاحب ذلك من اتجاهات مختلفة وان يتسم ذلك بالموضوعية، على أن يوضع في مقدمة الاعتبارات غرس القيم والميول العلمية للبحث العلمي الموجه، واعتماد الكفاح والمثابرة والتفاني والصبر في السعي لتحقيق الطموح وضرورة توفير الظروف المناسبة للميول العلمية عند الشباب وبث روح الالتزام باعتبار أن هذا أمراً أساسياً وضرورياً في استخدام العلم، على أن يكون ذلك فلسفة علمية تعين الشباب على النظر إلى العالم نظرة تتفق مع ما يحدث فيه من تطورات سريعة دون أن تزعزع قيمهم الروحية والاجتماعية وان تساعدهم على تكوين شخصيتهم والتحكم في تصرفاتهم وتمحيص الحقائق وان تحمهم من الأفكار وبعض التقاليد التي تعتمد الدجل والشعوذة والخرافات، ومع التقدم العلمي وتزايد الإنجازات العلمية لا يمكن عملياً تقديم كل الحقائق للشباب بل يمكن تزويدهم بالمفاهيم والمبادئ الأساسية لإدراك كثير من الحقائق، وتشكل وسائل الإعلام عنصراً مؤثراً ومهماً في مجال تثقيف الشباب وتنوير الأحداث والأطفال من خلال المواد العلمية الخاصة الموجهة إليهم في الصحافة العامة وصحافة الأطفال والكتب التي تتناول تفسير الظواهر والإجابة على الأسئلة التي يثيرها الأطفال في مجالات علمية متنوعة.



9. تنمية دافع الانتماء الوطني والقومي: ويتم ذلك

من خلال عرض التراث العلمي الوطني وإنجازات الباحثين في الداخل والتعريف بهم والذي يولد اعتزاز الإنسان واطمئنانه وثقته بالتطور الذي يشهده وطنه، وان ذلك يولد الوعي الوطني والقومي لدى الجمهور من خلال التعريف

بإمكانيات الوطن والأمة وجهود أبنائها، والعالم العربي اليوم بحاجة إلى ثقافة علمية واسعة تعطي القدرة على مواجهة التحديات المصرية التي تنسف تاريخ الأمة وتوصمها بالإرهاب والتطرف، وتتيح فرصة



اللاحق بركب الحضارة المعاصرة، ذلك أن سبب تخلف العالم العربي يرجع بالأساس إلى عدم الاعتماد على العلم والتفكير العلمي في الحياة، ومحاولة قطع جذور التواصل مع التاريخ والإرث الحضاري.



10. التنبيه إلى بعض مخاطر العلم والتكنولوجيا:

إحاطة الجمهور علما ببعض المخاطر التي قد تسببها الاستخدامات التكنولوجية والتقنية العلمية في مجالات العلم والعمل ومحاولة وقاية الإنسان منها، مع التنبيه إلى الاستخدام غير الصحيح لبعض المنتجات والأجهزة

والمعدات التقنية الحديثة والتوعية بأفضل السبل الكفيلة باستخدامها على وفق كامل حاجاتها وإدائها بما يكفل استثمارها بشكل أمثل، ومواصلة التعامل معها لأن أي تقاطع وعزوف عنها يعني حرمان جيل الشباب من هذه التكنولوجيا.

وظائف الصحافة المتخصصة:

يساهم الاعلام المتخصص باستقطاب الجمهور، ويمكن له أن يحقق أرقام مبيعات جيدة وتوزيع محترم، عن طريق الاهتمام بتأهيل وتدريب واستقطاب الكفاءات العلمية المتخصصة وإدماجها في العمل الإعلامي، ووسائل الإعلام تؤدي وظائف كثيرة منها، الإخبار ثم الشرح والتفسير والإرشاد والتوجيه ثم التعليم والتنشئة الاجتماعية والثقيف والتسويق والإعلان فالتسلية والترفيه، وهذه الوظائف تعتبر قاسما مشتركا في أدبيات الإعلام والصحافة والاتصال الجماهيري، وتأتي المادة المتخصصة لتبلي هذه الوظائف مجتمعة، فتقدم الأخبار والأحداث وتبلي حاجة الإنسان إلى الأمن والاستقرار إضافة إلى ما تقدمه من نشاطات مختلفة كما إنها تحيط المتلقي علما بما يدور في العالم من تطورات واكتشافات واختراعات ومواقعها والمتميزين في المجالات المتخصصة، ويستنبط الإعلام المتخصص وظائفه من الوظائف العامة للإعلام العام، ويمكن تحديد أهم الوظائف التي يسعى الإعلام المتخصص إلى تحقيقها في النقاط الآتية:

1. الوظيفة الروحية: إذ يسعى الإعلام المتخصص إلى التحفيز على التغيير للأفضل عن طريق خلق

طموحات مشروعة وممكنة وإذكاء روح التغلب على العقبات، فضلاً عن إشاعة القيم الجمالية بين



الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام المتخصص بالراديو أو التلفزيون أو الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر، وهي الوظيفة التي تتحقق من المضامين

المتخصصة في نظم تناول الطعام والأبراج والاهتمام بالصحة والارتقاء بوظائف أعضاء الجسم.

2. الوظيفة الاجتماعية والتربوية: فهو يسعى لفتح نافذة تواصلية على العالم وللعالم، ليتعرف الجمهور

على كل ما هو جديد ويطلع العالم على ما وصل إليه المجتمع من تقدم، كما أنه يخلق من مشاهديه



والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، بَعْدِهِ وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات، خاصة بعد أن دخل الإعلام مرحلة جديدة من مراحل تطوره وأتاح العديد من الإمكانيات وتوفرت العديد من القنوات التي تستطيع أن تتناول كل مجال من مجالات الحياة (الاقتصاد، السياسة، الرياضة، الدين، التربية، البيئة، الفن، المرأة) وتتضمن المضامين الاتصالية الخاصة بالوظيفة الاجتماعية والتربوية كل ما يتعلق بالأسرة من تعليم الأبناء ثقافة التعامل مع الآخرين والسلوك والمبادئ، فمثلا لا بد من تعليم النشء كيفية احترام الآخرين واحترام حقوقهم الشخصية واحترام آراءهم، وكيفية تحمل المسؤولية الاجتماعية اتجاه الآخرين، وكيفية التعامل بفاعلية داخل المجتمع، وكذلك البرامج الخاصة بمساعدة الأسر النازحة والمهجرة واللاجئين والفقراء، والبرامج التي تدعو للاشتراك في الجمعيات الخيرية والأنشطة الاجتماعية وبرامج تعليم العادات والتقاليد وأسس السلوك في المجتمع، وكيفية حل المشاكل الاجتماعية وكيفية ادارة أمور الحياة واحتمال مصاعمها، واشتهرت برامج اجتماعية متخصصة مثل "فطوركم علينا" في قناة الشارقة وبرنامج "المسامح كريم" لجورج قرداحي في قناة "MBC".

3. الوظيفة التعليمية: ذلك أنه يسعى إلى فتح قناة اتصال بين العلماء والخبراء، ومراكز البحوث العلمية



وبين الجمهور المستهدف، للتعريف بالمستجدات التي تطرأ على موضوع التخصص، محليا وإقليميا ودوليا بحيث يواكب الجمهور المستهدف من خلاله التطورات ولا يتخلف عن الركب

الحضاري، فضلاً عن نقله لرسائل محددة، ومدعومة بحقائق علمية وتاريخية، ذات صلة بالأمور الحياتية للمستقبل، وتقديمها بشكل خبر أو حدث أو فكرة أو ظاهرة لها علاقة باهتمامات المتلقي، وبالعامل على تزويد الجمهور بالمعرفة والثقافة العلمية الصحيحة.

4. وظيفة المعالجة: أي العمل على تنمية الوعي الوقائي والعلاجي، إذ يقوم الإعلام بإثارة القضايا الهامة

والمصيرية التي تلقى اهتماما واسعا من الجمهور، وذلك بالتركيز حول هذه القضايا والتخصص فيها مما



يجعل أمر متابعتها جديا، حيث يقوم بلفت النظر إلى المشاكل الصحية الملحة والمهمة في المجتمع، ودعوة الخبراء والعلماء إلى المشاركة في حلها مما يحفز الكوادر في مختلف الاختصاصات الطبية

على التعاون المثمر لحل هذه المشاكل وتطوير ما هو موجود ومتاح من حيث الإمكانيات الطبيعية أو المالية أو البشرية.

5. الوظيفة التوعوية: تهيئة الجمهور المستهدف لتقبل تغيير مزعم لسلوكيات سلبية وتنمية الوعي وتكوين

الاتجاهات الإيجابية الداعية لأهمية تغيير السلوكيات، فالإعلام المتخصص يعمل وبشكل مستمر بتوعية الناس بواقعهم وإثارة الاهتمام بضرورة التغيير والإصلاح والتطوير، ويعمل على تناول القضايا

المخصصة وتقديمها بأسلوب سهل وبسيط وشامل لرفع وعي الجماهير المستهدفة بأبعاد القضية وأسبابها وآثارها على كل المستويات.

6. الوظيفة التنموية": وهذه الوظيفة

تتناول التنمية المادية، وتنمية النواحي المعرفية والوجدانية والمهارات الثقافية، لدى شرائح محددة لتكون على علم بما يدور حولها من خلال ما



تتضمنه الرسالة الإعلامية من حقائق، وتعد التنمية الديمقراطية الأهم في ذلك عبر استحداث قنوات اتصال حوارية بين كل من الجمهور المستهدف ومتخذي القرار لتعزيز المشاركة في اتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول لمشاكل المجتمع، والحرص على استمرار الحوار بين جميع فئات الجماهير المستهدفة، وإيضاح الآراء والأفكار والمشكلات ومقترحات المواطنين.

مقومات الصحافة المتخصصة "ج1":

يملك الإعلام المتخصص مجموعة من المقومات التي مكنته من احتلال مكانة متميزة على الخريطة الإعلامية، وهذه المقومات هي:

1. **المجال المتميز:** تتعدد مجالات الإعلام المتخصص وتتأثر من ناحية تعددها بطبيعة المجتمع التي تصدر أو تقدم منه وله من ناحية درجة تقدمه العلمي والثقافي، ومستوى تخصصه وطبيعة المستويين الثقافي والاقتصادي للقراء والمستمعين والمشاهدين، والإمكانيات التقنية والبشرية والمادية المتاحة.
2. **الموضوع المتميز:** إن تحديد الموضوع المتميز يرتبط بمدى توافقه مع السياسات والبرامج الإعلامية للقوى المهيمنة على الإعلام المتخصص، ونظرة هذه القوى للموضوع وطبيعة المعايير المستخدمة في تحديد الموضوع الناضج والصالح للمعالجة والأهداف المتوخاة من المعالجة.
3. **الحدث المتميز:** يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه، أي من المجال الذي أخلص به ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن إطاره ويمتلك الحدث صفات عامة بغض النظر عن المجال الذي يجري فيه وأهمها السياق الذي حصل فيه الحدث، ومادة الحدث المفصلة، وتاريخ الحدث، أي اللحظة الآنية والراهنة للحدث، ولحظية الحدث، أي أن حياته قصيرة ومؤقتة.
4. **المصادر المتميزة:** تؤدي المصادر دوراً بالغ الأهمية في التغطية الإعلامية المتخصصة وعلى الرغم من وحدة المصادر في المجالات المختلفة، فإن طبيعة المصادر ونوعيتها، وأساليب التعامل معها، تختلف من مجال إلى آخر، وترتبط نوعية المصادر التي تعتمد عليها التغطية الإعلامية بنوعية هذه التغطية، ومستواها، وأساليب المعالجة الإعلامية التي تستخدمها في تغطية الأحداث والظواهر والتطورات، ومن أهم المصادر التي يعتمد عليها الإعلام المتخصص، والتي تميزه عن الإعلام العادي اعتماده على مصادر نوعية، تتميز بمستويات عالية من الخبرة، أو الاختصاص أو المسؤولية، كما تعد الهيئات والجهات العلمية والأكاديمية



والبحثية مصادر أساسية للإعلام المتخصصة، فضلاً عن الاعتماد على الشخصيات العلمية في المجالات الطبية المختلفة، والدوريات والمجلات المتخصصة، والنشرات والتقارير العلمية، كمصادر يعتمد عليها الإعلام المتخصصة.

5. فريق العمل المتميز: وهو القائم بالاتصال الفعلي التي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الاستراتيجية العامة التي حددتها القوى المالكة والموجهة، ومبرر وجود الفريق الإعلامي ومقياس مدى نجاحه أو فشله، يتمثل في قدرته على فهم هذه الاستراتيجية وتطبيقها تطبيقاً خلاقاً ومبدعاً في كل نتاج صحفي يقدمه، وذلك عبر فن إعلامي مناسب ومتطور، والمهمة المركزية للفريق الإعلامي هي خدمة المشروع الأيديولوجي - الاقتصادي الذي تمتلكه المؤسسة الإعلامية.

6. أسلوب المعالجة المتميز: تفرض الطبيعة المتميزة للموضوع والحدث والجمهور والفريق أساليب معالجة وتقديم متميزة، أن خصوصية الموضوع والحدث والجمهور والفريق هي التي تحدد نوعية ومستوى المعالجة الإعلامية للموضوع والحدث، وهناك سمات مميزة لأساليب المعالجة في الإعلام المتخصصة منها المعالجة الشاملة والعميقة، وهيمنة الطابع التحليلي والمعالجة المتوازنة للموضوع، واستخدام المداخل الإقناعية والاستعمالات الذهنية.

7. الجمهور المتميز: المقصود بالجمهور مجموعة من البشر الذين يشكلون الكتلة الرئيسة من الأفراد الذين يوصلون رسالة أو يتعرضون لوسيلة إعلامية معينة، دون أن يعني ذلك أن ليس أفراد آخرون من خارج هذه الكتلة يتلقون هذه الرسالة أو يتعرضون لهذه الوسيلة، أو أن أفراد هذه الكتلة لا يتعرضون لرسائل أو وسائل أخرى، ويعد الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية الاتصالية، الذي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى الوصول إليه والتأثير فيه، وهذا المفهوم؛ افتراضي، الأمر الذي يعني صعوبة رسم خطوط دقيقة وواضحة لجمهور كل وسيلة أو مادة إعلامية تعزله عن جمهور الوسيلة الأخرى، ليس ثمة جدران عالية فاصلة، بل ثمة تداخل وربما بدرجة كبيرة أحياناً، بين جماهير الوسائل والمواد.

وستتناول هذه المقومات بشيء من التفصيل وعلى النحو الآتي:

1. المجال المتميز:

تشكل الحياة المجتمعية مركباً واحداً، يتألف من مجالات متعددة ومختلفة وتأخذ الحياة المجتمعية خصائصها المميزة من مجمل الخصائص المميزة لمجالاتها المختلفة، ولا يتم ذلك عبر عملية جمع حسابية بسيطة، كما انه لا يتم بطريقة آلية، بل عبر عملية تفاعلية دائمة ومستمرة، وتتعدد مجالات الحياة المجتمعية وتختلف على وفق مجالات الفاعلية البشرية واختلافها.

إن الفعالية البشرية والاقتصادية، توفر أساس وجود المجال الاقتصادي، والفعالية البشرية السياسية توفر أساس وجود المجال السياسي، وهكذا الأمر بالنسبة للمجالات كافة، الرياضية والعسكرية والدينية والثقافية والإعلامية.. الخ، ويأخذ كل مجال من هذه المجالات خصوصيته من اعتبارات متعددة أبرزها:

- أ- طبيعة ونوعية القوانين العامة والمنظمة للحياة في هذا المجال.
- ب- طبيعة ونوعية القوى الفاعلة والمحركة للحياة في هذا المجال.



- ج- درجة التطور المتحقق في هذا المجال.
- د- وزن هذا المجال وثقله في حياة الفرد والمجتمع.
- هـ- نوعية الشخصيات الفاعلة في هذا المجال.
- و- الية اتخاذ القرار وصناعته في هذا المجال.
- ز- نظرة المجتمع وتقييمه لهذا المجال.
- ح- حجم الشرائح الاجتماعية التي يضمها هذا المجال أو يغنيها.
- ط- نوعية الحاجات وطبيعتها التي يسعى هذا المجال إلى إشباعها.
- مجمّل هذه الاعتبارات ومدى تواجدها بشكل ملموس وعيني هو الذي يحدد الطبيعة الخاصة بكل مجال من مجالات الحياة المجتمعية، وهو يفرض ضرورة الدراسة الواعية والمنهجية للتعرف على خصوصية كل مجال، والحرص على أن تكون هذه الخصوصية بمثابة مرشد وموجه ودليل لطريقة التعامل مع هذا المجال، وفهمه ومعالجة قضاياها والعمل على تفعيل تأثيره في مسارات تطوره اللاحق، كما أن النظرة المعمقة لهذه المجالات في ضوء هذه الاعتبارات هي التي تمكن الإعلامي من إدراك الخصائص المميزة للمجالات كافة، فالمجال العلمي على سبيل المثال، يختلف على وفق الاعتبارات السابقة عن المجال الرياضي، والثقافي أو الديني.
- إن الإعلام المتخصص فعالية إبداعية معنية أساسا بالتفاعل مع الواقع الموضوعي في مجالاته المختلفة، وحتى يستطيع الإعلام المتخصص أن يرتفع إلى هذا المستوى، لا بد له أن ينجز وبشكل فعال ومبدع أيضاً ثلاث مهام على قدر كبير من الأهمية والخطورة والتكامل وهي:
- أ- امتلاك نظرة كلية شاملة للحياة المجتمعية تشكل منطلقاً للاستراتيجية الإعلامية العامة، التي يجب أن يمتلكها الإعلام المتخصص، كما تشكل أساساً للسياسات والبرامج والخطط الإعلامية التي يضعها الإعلام المتخصص ويسعى إلى تطبيقها في المجالات المختلفة.
- ب- الإدراك العميق لخصائص كل مجال من مجالات الحياة المجتمعية والوعي العميق بالسمات المميزة لهذه المجالات، والاحترام الكبير للاعتبارات الخاصة التي تحكم طبيعة الحياة في هذه المجالات.
- ج- التوصل بطريقة إبداعية إلى المقاربة الإعلامية المناسبة لخصوصية كل مجال من مجالات الحياة. ومن شأن هذه المهام، حماية الإعلام من الانزلاقات البالغة الخطورة، وتقديم الحل السليم للتناقض المفتعل بين الخاص والعام والكلي والجزئي، وعدم البقاء في العام والكلي والانهيار بعموميته وكليته، وتحويلها إلى مبادئ وشعارات، وعدم الغرق في تفاصيل الخاص ودقائقه إلى درجة تحجب الرؤية العامة وتعرقل وجودها، والنجاح في تجنب النمطية والمدرسية في المقاربة الإعلامية للمجالات المختلفة.
- والإعلام لا يستطيع ان يعزل نفسه كفعالية أو كعلم ضمن إطار محدد كما تحاول العلوم الأخرى، بل هو الفعالية الإبداعية التي يتسع فرعها ليضم العلوم والمجالات كافة، وهذا ما يفسر تحول الإعلام إلى منصة مسرحية، أو إلى شاشة كبيرة تظهر عليها مختلف العلوم والمجالات إذ لا يمكن تصور الحياة الاقتصادية أو الاجتماعية أو الرياضية أو الثقافية أو العلمية بدون الإعلام وهذا ما أدى إلى تعاظم أهمية الدور الذي يؤديه الإعلام في حياة المجتمع المعاصر، وهذا أيضاً ما فرض على الإعلام امتلاك النظرة الكلية للحياة المجتمعية والواقع الموضوعي وملاقة المجالات المختلفة ومقاربتها بما لا يتناقض مع اعتباراتها الخاصة.



2. الموضوع المتميز:

إن تحديد الموضوع المتميز يرتبط بمدى توافقه مع السياسات والبرامج الإعلامية للقوى المهيمنة على الإعلام المتخصص، ونظرة هذه القوى للموضوع، وطبيعة المعايير المستخدمة في تحديد الموضوع الناضج والصالح للمعالجة والأهداف المتوخاة من المعالجة، وخصوصية المجال وتميزه تفرض خصوصية الموضوع وتميزه أيضاً، والمقصود بالموضوع هذا المادة أو القصة أو المسألة أو الأمر أو الشأن القائم والمتواجد في مجال معين، فيأخذ الموضوع نسق حياته ووجوده من السياق العام الذي يوجد فيه، أي من المجال الذي يقع فيه أن الخصائص المميزة المجال معين هي العامل الحاسم والمحدد لخصائص الموضوع في هذا المجال .

ان سمات المجال السياسي وما يتميز به من حساسية وسرعة تغيير ومسؤولية وخطورة ومناورة ومرونة ونوعية وقائع، وطبيعة مصادر وإمكانية قراءة وتفسير وتحليل وعرض وجهات نظر مختلفة ونوعية وطبيعة شخصيات فاعلة.. الخ، هي التي تميزه عن الموضوع العلمي الذي يتميز بقانونيته وثباته النسبي ودقته ونوعية وقائعه ومصادره وشخصياته وجمهوره وطبيعة معايير تقييمه، أو عن الموضوع الديني الذي يتميز بقدسيته ورسوخه ومرجعية قراءته وتفسيره ومقاييس تقييمه ونوعية المهتمين به وأساليب تقديمه ومعالجته، ويمكن تحديد أهم مقومات الموضوع المتميز والاعتبارات التي ينبغي مراعاتها في بناء المقاربة الإعلامية الناجحة للموضوع على النحو الآتي:

- أ- طبيعة الموضوع: مادية أم نفسية ومعنوية وروحية ملموسة أم مجردة، ذاتية أم موضوعية عامة أم خاصة، تهم جمهوراً واسعاً أم جماعة ضيقة جمهورها عادي أم نوعي؟
- ب- مادة الموضوع: هل هي الوقائع والمعلومات والحقائق أم الآراء والعواطف والانفعالات ووجهات النظر؟
- ج- مصادر الموضوع: جهات رسمية أم أهلية، أفراد أم مؤسسات داخلية أم خارجية والمعايير المستخدمة لتحديد الموضوع المناسب ذاتية أم موضوعية، درجة الأهمية أم درجة النضوج حجم الاهتمام، أم الضخامة والتأثير والنتائج المتوقعة؟
- د- المعايير التي تحدد كيفية معالجة الموضوع وطريقة نشره وتقديمه: المتطلبات الذاتية التي تتعلق بالموضوع والمجال أم الموضوعية التي تقع خارج الموضوع والمجال؟
- هـ- الهدف الخاص المتوخى تحقيقه من جراء معالجة الموضوع: الجمهور المستهدف الوصول إليه والتأثير عليه من خلال معالجة هذا الموضوع ونشره، ومواقف هذا الجمهور واتجاهاته إزاء الموضوع، ودرجة معرفته به.
- و- طرق المعالجة المستخدمة والمناسبة لطبيعة الموضوع والوسيلة والجمهور والهدف.
- ز- أساليب التقديم المستخدمة والمناسبة.
- ح- مستوى الاتصال المستخدم لمعالجة الموضوع (شخصي، جمعي، مؤسسي جماهيري).
- ط- نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة (صحيفة محلية أم مركزية، مجلة، إذاعة تليفزيون).
- ي- الفن الصحفي المناسب لمعالجة هذا الموضوع (خبر تقرير تعليق تحقيق مقال حديث).

تفاوتت قوة هذه العوامل، وبالتالي تختلف مقدرتها وتباين في عملية تحديد السمات الخاصة للموضوع في مجال معين، ولكن من المؤكد أن قوة حضور هذه العوامل، وبالتالي درجة تأثيرها وفق متغيرات كثيرة من مجال إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، إلا أنه من الثابت علمياً أن هذه العوامل في حركة تغيير مستمرة، وبالتالي هي تتبادل المواقع من حيث قوة التأثير، كما توجد حركة تفاعل وتبادل دائمة مع بعضها البعض الآخر، وان حصيلة هذا التفاعل هي التي تشكل السمات الخاصة بموضوع معين في مجال معين، ويجب رؤية هذه الخصوصية في حركتها



وديناميكيتها إذ تختلف مقومات خصوصية الموضوع الاقتصادي أو السياسي أو الأخلاقي من مجتمع إلى آخر كما تختلف من فترة زمنية إلى أخرى داخل المجتمع الواحد وتستدعي المقاربة الإعلامية الناجعة للموضوع الحرص على احترام الاعتبارات التالية:

- أ- امتلاك استراتيجية وسياسة وخطط وبرامج إعلامية مناسبة لمصالح وتوجهات القوى الاجتماعية - الاقتصادية السياسية التي تملك الإعلام المتخصص وتوجهه.
- ب- فهم الواقع الموضوعي القائم، والدراسة العميقة لمعطيات هذه المواقع، وتحديد القوى الفاعلة وطبيعة المرحلة، والمهام المطلوب إنجازها والإمكانيات المتوفرة ومسارات التغيير المطلوب واتجاهاته.
- ج- رؤية ومعالجة وتنفيذ مقومات الموضوع المتميز، أنفة الذكر في ضوء الاعتبارين السابقين.

3. الحدث المتميز:

يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه أي من المجال الذي اختص به ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن إطاره ويمتلك الحدث صفات عامة بغض النظر عن المجال الذي يجري فيه وأهم هذه الصفات للحدث تتمثل في:

- أ- سياق الحدث، يعكس الحدث التغيير الحاصل في سياق عام مستمر، يمثل الحدث لحظة في هذا السياق، أي عندما يكون حادث إرهابي في مدينة بغداد ليس له أهمية بقدر أهمية الحادث نفسه في عمان، لأن سياق الأحداث في العراق (٢٠٠٩) يختلف عن سياق الأحداث في الأردن.
- ب- مادة الحدث، هي الجزئي والتفصيلي والمحدود، ولا مكان للعام والمجرد والمطلق، فهو يخاطب جمهور متخصص يبحث عن أدق التفاصيل عن الحدث.
- ج- آنية الحدث، هو تاريخ اللحظة، وطبيعته الأنية، وهو وقت وقوع الحدث وتزداد قيمته الإخبارية حين يكون النقل حيا ومباشراً، مثل ما حصل عند نقل أحداث 11 سبتمبر في أمريكا نقلاً متزامناً مع وقت حصولها.
- د- قصر حياة الحدث، أي لحظيته وأن حياته قصيرة ومؤقتة، فهو يولد عملاقاً كالشهاب ولكنه يختفي بعد أن يهر الناظرين بنوره ليبدأ حدث جديد، فالحدث الرياضي يتفاعل مع السبق بقوة ويفقد بريقه بسرعة، في حين للحدث السياسي تداعيات مختلفة ومفتوحة على الزمن.

ولكن قوة وحضور هذه الصفات تتفاوت من مجال لآخر وتتمثل أوجه التفاوت في:

- أ- إيقاع التغيير المتفاوت من مجال إلى آخر: وبالتالي فإن إيقاع التغيير يؤثر في طبيعة الحدث التغيير في الحياة السياسية والرياضية والفنية، على سبيل المثال، يتم بإيقاع أسرع من التغيير في الحياة الدينية أو العلمية أو الثقافية أو البيئية وبالتالي، فإن إيقاع الحدث وحركيته لا بد أن يكونا مختلفين.
- ب- المعيار الجزئي والتفصيلي: مفهوم الجزئي والتفصيلي مفهوم نسبي، ولذلك يختلف مفهوم الجزئي من مجال إلى آخر التفصيل الدقيق جدا في المجال الفكري أو العلمي أو الأخلاقي قد لا يكون كذلك في المجال الفني أو الرياضي وذلك لأسباب عديدة أبرزها خصوصية المجال وخصوصية الجمهور، فتسريحة الفنانة مادونا، قد تكون تفصيلاً يشكل حدثاً مستقلاً بهم شرائح واسعة من جمهور واسع مهتم بالنجوم الفنية، أما تسريحة كونداليزا رايس مستشارة الرئيس الأمريكي لشؤون الأمن القومي لا يمكن أن تكون تفصيلاً يشكل حدثاً مستقلاً لجمهور مهتم بالشؤون السياسية، والتوقف المفاجئ السيارة باراك أوباما في الصين تفصيل يشكل حدثاً مستقلاً للصحافة الخفيفة، وفي الوقت نفسه لا نعيه الصحافة النوعية أي اهتمام.



- ج- الأنية: وبالرغم من كونها سمة عامة للحدث في المجالات كافة إلا أن درجة هذه الأنية تختلف من مجال إلى آخر الأنية في المجال السياسي أو الرياضي أو الاقتصادي والمالي تصل ذروتها، وقد تصبح القيمة التي على أساسها تتم عملية تقييم الحدث، وتحديد طريقة التعامل معه إعلامياً تقاس بالثواني، في حين أن الأنية الراهنة في مجالات الفكر والأخلاق والدين والعلم والاجتماع وغاليا الصحة والبيئة قد لا تأخذ بالضرورة هذه الأهمية وبالتالي قد لا تكون العامل الحاسم والمحدد لأهمية الحدث.
- د- يتميز الحدث عموماً بحياته القصيرة: حتى الأحداث الضخمة أصبح متعذراً أن تعيش عمرها كاملاً، بل غالباً ما يفرض عليها أن تعيش نصف عمر، وذلك بسبب ظهور أحداث أخرى تنافسها ومع ذلك فإن عمر الحدث يختلف، وطول حياته تتفاوت من مجال إلى آخر، الحدث العلمي يعيش عمراً أطول من الحدث الرياضي لأن تأثيره أضخم، والحدث الاقتصادي عمره أطول من الحدث الفني، لأن أثاره ونتائجه أعمق وربما اشمل.
- هـ- غزارة الأحداث وكثافتها أيضاً تشكل سمة عامة في مختلف المجالات، ولكن درجة هذه الغزارة تختلف من مجال إلى آخر على وفق طبيعة هذا المجال، ودرجة تطوره وتنوع معطياته واختلاف جوانبه ونوعية علاقاته بغيره من المجالات وأخيراً على وفق طبيعة ونوعية جمهوره ثمة مجالات تتميز باتساعها وتنوعها وسرعة إيقاع التغير فيها واتساع وتعدد الشرائح الاجتماعية والمهنية والمهتمة والمعنية فيها، وذلك مثل المجال السياسي والرياضي والتجاري والتمويلي والاتصالي والفني في حين أن مجالات أخرى مثل المجال العلمي والبيئي والفكري لها طبيعة مختلفة وبالتالي لها غزارة أحداث مختلفة، ويمكن الاستشهاد بغزارة الزخم الإعلامي الذي رافق بداية عمليات الجيش السوري انسحاب الجيش العراقي المفاجئ من الموصل في سيطرة الجماعات الإرهابية على نسبة 40% من المحافظات الغربية في العراق.

مقومات الصحافة المتخصصة "ج2":

4. المصادر المتميزة:

تؤدي المصادر دوراً بالغ الأهمية في التغطية الإعلامية المتخصصة، وعلى الرغم من وحدة المصادر في المجالات المختلفة، فإن طبيعة المصادر ونوعيتها، وأساليب التعامل معها، تختلف من مجال إلى آخر، وترتبط نوعية المصادر التي تعتمد عليها التغطية الإعلامية بنوعية هذه التغطية، ومستواها، وأساليب المعالجة الإعلامية التي تستخدمها في تغطية الأحداث والظواهر والتطورات، ومن أهم المصادر التي يعتمد عليها الإعلام المتخصص، والتي تميزه عن الإعلام العادي:

- أ- الوكالات بمضامين محددة قد تخدم الاعلام المتخصص.
- ب- يعتمد الإعلام المتخصص في الأعم والأغلب على مصادر نوعية، تتميز بمستويات عالية من الخبرة، أو الاختصاص، أو المسؤولية.
- ج- تعد الهيئات والجهات العلمية والأكاديمية والبحثية مصادر أساسية للإعلام المتخصص.
- د- تعد الشخصيات العلمية قوة في المجالات الطبية المختلفة البحوث الاختراعات النظريات الممارسات... الخ)، مصدرهاً بالغ الأهمية للإعلام المتخصص.
- هـ- يعتمد الإعلام المتخصص على الشخصيات التي تحتل مواقع رسمية مهمة في مختلف جوانب المجال.



و- الدوريات والمجلات المتخصصة، والنشرات والتقارير العلمية، مصادر أساسية يعتمد عليها.

5. الفريق الإعلامي المتميز:

تبحث المؤسسات الاعلامية في فرص فتح المجال لإعلام متخصص فاعل ومن اجل ذلك لابد من إعادة النظر في البناء المؤسسي لوسائل الاعلام بما يتلاءم مع روح التخصص التي تعتبر احدى السمات الأساسية لهذا العصر وتوفير اطر إعلامية على دراية بالمجالات المختلفة من حيث الحرفية والخبرة والدراسة والإلمام بالمجالات المعرفية المتخصصة، وتطوير الأداء المهني للإعلاميين العاملين في ميدان الاعلام بوجه عام عن طريق تكوينهم وتأهيلهم مع ضمان الحق في الوصول الى المعلومة واحتكاكهم بذوي الخبرة في المجالات المتخصصة عن طريق زجهم بدورات تكوينية وحلقات نقاشية تجمع الإعلاميين بهؤلاء في مختلف المجالات، وبذلك تتكون لديهم قاعدة معرفية متخصصة دون إغفال الاهتمام ببرامج التدريس في الكليات والمعاهد الاعلامية المتخصصة وعلى مستوى الدراسات العليا، وعن طريق فتح المجال أمام الخريجين من مختلف التخصصات للجمع بين تخصصاتهم وفنون الاعلام وحرفيته، أي ان الاستثمار في العنصر البشري لضمان خدمات جديدة وجيدة وعمل مهني متميز، وبشكل علمي يعد الفريق الاعلامي هو القائم بالاتصال الفعلي الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الاستراتيجية العامة التي تحددها القوى المالكة والموجهة، وان مبرر وجود الفريق الاعلامي ومقياس مدى نجاح او فشله يتمثل في مقدرته على فهم هذه الاستراتيجية وتطبيقها تطبيقاً خلاقاً مبدعاً في كل إنتاج صحفي يقدمه وذلك عبر فن اعلامي مناسب ومتطور.

والمهمة المركزية للفريق الاعلامي هي خدمة المشروع الأيديولوجي الذي تمتلكه المؤسسة الإعلامية، لكن ما يميز الفريق الاعلامي المتخصص عن أي فريق اخر هو انه لا يستطيع ان ينجز مهمته ويحقق وظائفه بطريقة الية وميكانيكية او بذهنية وظيفية بيروقراطية وانما هو محكوم بان يفعل ذلك بطريقة خلاقية ومبدعة، وعلى وفق متطلبات الإبداع الاعلامي وشروطه وقوانينه، والفريق الاعلامي محكوم بمقدرته على الإبداع الاعلامي اذ ان شرط الإبداع الاعلامي هو الذي يميز الفريق الاعلامي في مجال وظيفته عن مجالات وظيفية أخرى، وهو الذي يبرر أهمية العامل الذاتي للفاعلية الإعلامية، ولكن الإبداع الاعلامي ليس ذاتياً صرفاً، وليس مجرداً او مطلق هو يتم في نطاق الضرورة، أي النطاق الذي تحدده الاستراتيجية العامة للوسيلة الاعلامية وسياستها وبرامجها وخططها، ويعكس مستوى تطور الفريق الاعلامي نوعاً وكمياً مستوى التطور الاعلامي عموماً، ومستوى تطور المتلقي ومستوى تنوع وتعدد الحاج الاعلامية للمتلقي، كذلك مستوى تطور الواقع الموضوعي في مجالاته المختلفة، فحين ظهرت الصحافة المطبوعة امتلكت فريقاً انجذب اليها من مجالات مختلفة كالطباعة والمواصلات والأدب والدين واللغة.

شروط وخصائص الفريق الإعلامي المتخصص:

بعد أن تحول الإعلام إلى علم يسعى لاستكمال مقوماته النظرية، بات متعذراً وجود فريق إعلامي غير مؤهل إعلامياً ونظراً للتطور الحاصل في مجال الإعلام كوسائل وأنواع ومجالات، باتت الحاجة ملحة إلى ثلاثة مستويات من التأهيل الإعلامي وهي على النحو التالي:



أ- **التأهيل الإعلامي العام:** مهمة التأهيل الإعلامي العام إعطاء الفريق أساسيات علم الإعلام العام؛ الأدبيات والنظريات والأنواع والوسائل والتقنيات، وهو ما يتحصل عليه الاعلامي في دراسته الأولية في كليات الإعلام.

ب- **التأهيل الإعلامي المتخصص:** يمثل التأهيل الإعلامي المتخصص مرحلة متطورة، أكثر عمقا وأكثر تخصصا وإن مهمة التأهيل الإعلامي المتخصص تتمثل بتعميق تأهيل الفريق بأحد المجالات الإعلامية الرئيسية، ويكون التخصص في هذه المرحلة أما على أساس الوسيلة الإعلامية (صحافة إذاعة تليفزيون وكالة أنباء) أو على أساس الموضوع (إعلام رياضي إعلام اقتصادي إعلام ثقافي) ومثل ذلك دورات الصحافة الاستقصائية في منظمة نيريج.

ج- **التأهيل الإعلامي الضيق:** إن مرحلة التطور التي بلغها الإعلام المعاصر على الصعيدين النظري والعملي، وظهور المؤسسات الإعلامية العملاقة وتزايد ظاهرة عدم تجانس الجمهور وربما تفتته، وفي الوقت ذاته ارتفاع مستواه التعليمي والثقافي وخبرته الانصالية بالإضافة إلى المنافسة المحتدمة حول تقديم نتاج نوعي متميز، وتزايد أهمية الدور الذي اخذ يلعبه الإعلام المعاصر في حياة الفرد والمجتمع، نقول فرضت هذه العوامل ضرورة التأهيل الإعلامي المتخصص الضيق.

6. أسلوب المعالجة المتميزة:

تفرض الطبيعة المتميزة للموضوع والحدث والجمهور والفريق الاعلامي أساليب معالجة وتقديم متميز؛ ذلك ان خصوصية الموضوع والحدث والجمهور والفريق هي التي تحدد نوعية ومستوى المعالجة الاعلامية للموضوع والحدث، فالحدث الرياضي على سبيل المثال يختلف عن الحدث العلمي او الثقافي فهو أكثر ديناميكية وحركة وسرعة إيقاع، وبالتالي فان تحريره يتطلب استخدام أسلوب ارشاق يعتمد أساساً على الجملة الفعلية وخاصة الأفعال ذات الطابع الحركي، كما ان جمهوره مهم، وغالباً ما يكون متحيزاً وعاطفياً وانفعالياً وبالتالي فانه يريد رؤية الحدث وانتقاء وقائعه وترتيب عناصره الإخبارية بما لا يتعارض مع موقفه ورؤيته، في حين ان الحدث الثقافي اقل حركية وأبطأ إيقاعاً وبالتالي يتطلب تحريره أسلوباً أكثر هدوءاً ورقة، ويعتمد الجملة الاسمية وربما المتوسطة الطول او حتى الطويلة منها، كما ان جمهوره ارفع مستوى وأكثر موضوعية واطل وانفعالا وبالتالي يريد تغطية متوازنة وموضوعية وبعيدة عن النزق والانفعال والتعصب، فيما يختلف الموضوع السياسي عن الموضوع العلمي فالموضوع السياسي غالباً ما يكون قاقاً ومتغيراً ومفتوحاً لقراءات متعددة وقابلاً للآراء ووجهات النظر المتعددة، في حين ان الموضوع العلمي أكثر رصانة وثباتاً واطل إثارة للخلاف والجدل، وهذا ما يدفع باتجاه استخدام أساليب تناسب الطبيعة الخاصة لكل موضوع، ولكن مع احترام هذه الطبيعة الخاصة للموضوع والحدث، في المعالجات المختلفة يمكن الحديث عن سمات مميزة لأساليب المعالجة في الاعلام المتخصص وتحديد أبرزها على النحو الآتي:

أ- **المعالجة الشاملة والعميقة:** يتميز الاعلام المتخصص النوعي عموماً باستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقا من الاعلام العام حيث تظهر في تقديم الأحداث على وفق سياقها العام واستخدام التغطية التفسيرية في تقديمها، مع البقاء في حدود المعالجة والحذر من تحويل المعالجة الاعلامية المتخصصة الى بحث علمي متخصص.



- ب- هيمنة الطابع التحليلي: يعتمد الاعلام المتخصص النوعي على التحليل العلمي للأحداث والظواهر وتطوراتها وتقديم رؤية هادفة تقدم التحليل الذي يستخدم الأدلة والبراهين العلمية والمنطقية والذي يسعى الى الوصول الى ذهن المتلقي وعقله وإقامة نوع من الحوار معه.
- ج- المعالجة المتوازنة: يسعى الاعلام المتخصص النوعي الى تقديم رؤية متوازنة للحدث او الموضوع او التطور وتقوم هذه الرؤية المتوازنة على أساس تقديم الحقائق التي تغطي جوانب الحدث او الموضوع كافة.
- د- استخدام الاستمالات الذهنية: حيث يهيمن في الاعلام المتخصص استخدام الاستمالات التي تخاطب ذهن المتلقي وعقله وتسعى للوصول اليه والتأثير عليه في تقديم الحجة والبرهان المنطقي بهدف الإقناع.
- هـ- استخدام مداخل إقناعية: وآليات تأثير مناسبة لمجال التخصص ونوعية الجمهور والاستفادة الى الحد الأقصى من المعطيات العلمية المستخلصة من النتائج التي توصلت اليها البحوث الميدانية في هذا المجال.
7. الجمهور المتميز:

يعد الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية والجمهور هو الشريحة او الشرائح الاجتماعية التي تسعى الوسيلة الاعلامية الى الوصول اليها والتأثير عليها، والجمهور مفهوم افتراضي الأمر الذي يعني صعوبة رسم حدود دقيقة وواضحة لجمهور كل وسيلة او مادة إعلامية تعزله عن جمهور الوسيلة الأخرى، وليس ثمة جدران عازلة او فاصلة بل ثمة تداخل وربما بدرجة كبيرة احيانا بين جماهير الوسائل والمضامين، ولهذا فان المقصود بالجمهور هو تلك المجموعة من البشر الذين يشكلون الكتلة الرئيسة من الأفراد الذين يتلقون رسالة او يتعرضون لوسيلة إعلامية معينة، ولا يعني ذلك ان ليست ثمة أفراد آخرون من خارج هذه الكتلة يتلقون هذه الرسالة او يتعرضون لهذه الوسيلة، او ان أفراد هذه الكتلة لا يتعرضون لرسائل او وسائل اتصالية أخرى، وتعود أهمية جمهور الوسيلة الى اعتبارات متعددة يتصدرها الأهمية الاعلامية والأهمية المادية والأهمية التواصلية، ويتميز جمهور الوسائل الاعلامية وفق معايير ابرزها "الكم والنوع ودرجة التجانس والخبرة الاتصالية".

مرجعية الصحافة المتخصصة في تعاملها مع الأحداث:

- مما لا شك فيه ان الإعلام المتخصص يتعامل مع الحدث، على وفق المرجعية التي تعطي الحدث أهمية في التداول والترويج وتبعده عن أي مزاجية أو عفوية أو ذاتية، وذلك طبقاً لعناصر المرجعية الآتية:
1. القوة الذاتية للحدث نفسه: فليس كل حدث خبراً، بل الخبر هو الحدث الذي يمتلك مقومات ومعطيات معينة تمنحه صلاحية للنشر، فتتوقف عملية تقييم الحدث والحكم عليه، على عناصر القوة الذاتية التي يمتلكها هذا الحدث، وأبرزها ضخامة الحدث، والآثار المرتبة عليه، والشخصيات الفاعلة فيه، والشرائح الاجتماعية المهتمة به، ونوعية مصادره ومستواها، والتي يطلق عليها القوة الذاتية للحدث والتي يجب أن يحرص الإعلام المتخصص على احترامها وأخذها بعين الاعتبار في عملية التقييم وان لا يتجاهلها لأي سبب من الأسباب.
 2. موقف الناشر وموقف الوسيلة الإعلامية من الحدث: من المؤكد أن المؤسسات الإعلامية الجماهيرية عبارة عن مؤسسات فكرية واقتصادية معنية أساساً في خدمة مشاريع، وخدمة مصالح القوى



الاجتماعية والسياسية الاقتصادية التي تملكها وتوجهها، وبالتالي فان هذه المؤسسات ترى الحدث، وتنظر إليه، وتقيمه ليس بشكل مجرد أو محايد أو موضوعي، وإنما من وجه نظرها، وبما لا يتعارض مع رؤيتها للواقع وفهمها له، ويمثل موقف الوسيلة من الحدث إحدى هذه الحقائق المهمة التي يجب أخذها بعين الاعتبار لأنها تشكل عنصراً هاماً في مرجعية التغطية الإخبارية.

3. الإطار العام الذي جرى فيه الحدث: يمثل كل حدث كائناً حياً، له ماضيه وحاضره ومستقبله وتتعدى عملية فهم الحدث، وتقييمه ومعالجته إعلامياً، بمعزل عن سياقه، وحصره في لحظة الراهنة، وأن من شأن هذا أن يفقد الحدث ويحرمه من مصادر خصوبته وغناه وقوته، والإعلام المتخصص التفاعلي والإبداعي هو الإعلام الذي يرى الحدث ويفهمه ويعالجه على وفق سياقه الخاص والمتميز، فالإطار والسياق العام للحرب التي يخوضها الحوثيين أو اللبنانيين ليس مثل سياق حادث مصرع مجموعة من الأشخاص في حادث مروزي في باكستان.

4. الجمهور المعني بالحدث: يشكل المتلقي ركناً أساسياً من أركان الرسالة الإعلامية، يحرص الإعلام المتخصص الإبداعي والتفاعلي على أن يضع ضمن عناصر مرجعيته فهم الأحداث وتقييمها ومعالجتها، لنوعية وطبيعة اهتمام ومواقف واتجاهات المتلقين، كما يحرص على أن تكون التغطية على وفق مجرى تفاعلي يصب في اهتمامات الجمهور وإشباع حاجاته الإعلامية، فاهتمام الجمهور العراقي بتوقيع اتفاقية إنشاء ميناء الفاو الكبير غير اهتمام الجمهور الأردني بذات الموضوع.

5. الوسيلة الإعلامية والمدرسة الصحفية التي تنتهي إليها: تختلف الوسائل الإعلامية، وتنوع من حيث المدرسة والنوع والشخصية، وهذا ينعكس على التغطية الصحفية من حيث المجال الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي الذي تغطيه، ومن حيث الجمهور الذي تستهدفه، وتترك شخصية ونوعية الوسيلة آثارها المهمة على مجمل النشاط الإعلامي، وخاصة ما يتعلق بنوعية الأحداث التي تهتم بها وتغطيها وبكيفية التعامل معها، فصحيفة الصباح لا تتعامل مع مشروع إنشاء الأقاليم في العراق بذات الطريقة التي تتخذها صحيفة المدى.

يمكن القول ان عمل وسائل الاتصال المتخصصة المرئية والمسموعة والمقروءة لا ينطلق من فراغ او من لا شيء شأنها شأن وسائل الاتصال الأخرى، فلكل وسيلة إذا كانت صحيفة او قناة فضائية او إذاعية مرجعيتها الفكرية التي توجهها منهجياً او تدعمها وترتبط بها بشكل من الأشكال؛ لتحقيق رسائلها الاتصالية المرتبطة بها عامة كانت او خاصة، واهم هذه المرجعيات:

1. مؤسسات الدولة كالوزارات والجامعات التي تهدف الى عرض نشاطاتها وتوجهاتها الى المتلقي.
2. الأحزاب والتيارات السياسية والدينية بتوجهاتها المختلفة والتي سعت الى إصدار الصحف وامتلاك القنوات الفضائية والإذاعية لغرض عرض توجهاتها الفكرية وأهدافها إزاء قضايا المجتمع.
3. مؤسسات المجتمع المدني على تنوعها كالمؤسسات الإنسانية والديمقراطية وغيرها.
4. النقابات والجمعيات والاتحادات المهنية والقطاعات مثل القطاعات الصناعية والطبية والشبابية والنسوية وما الى ذلك.
5. الشركات والمؤسسات الاقتصادية الخاصة وشركات الإعلان.



6. الجامعات والكليات الحكومية والأهلية.

7. الفرد او مجموعة الأفراد الذين لديهم اهتمامات في احدى الاختصاصات الحياتية.

خصائص ومعايير جمهور الصحافة المتخصصة:

- الخصائص:

عن طريق المراجعة الدقيقة لمعظم المعطيات المتعلقة بجمهور الإعلام العام، يتبين لنا أنها تنطبق إلى حد ما على جمهور الإعلام المتخصص، إلا أنه من الممكن تحديد خصائص مميزة لهذا الجمهور نوردها على النحو الآتي:

1. جمهور محدد: إن شخصية الوسيلة الإعلامية المتخصصة تحدد جمهورها، وأحد أهم السمات الهامة للإعلام المتخصص؛ هي المقدرة على التعرف على الجماعات المحددة، والوصول إليها ومخاطبتها، ومن الواضح أن جمهور الإعلام المتخصص، جمهور محدد بقدر كبير من الوضوح والدقة، على وفق معيار أو أكثر من المعايير سالف الذكر، ولكن درجة تحديد هذه الجمهور تختلف على وفق درجة تخصص هذا الإعلام، فالمجلة الرياضية العامة، جمهورها هو الجمهور الرياضي العام أما المجلة الرياضية المتخصصة بكرة القدم مثلاً، فإن جمهورها يصبح أكثر تحديداً وهو أساس الكتلة من الجمهور الرياضي الأكثر اهتماماً بكرة القدم.

2. جمهور ضيق: يتميز جمهور الإعلام المتخصص غالباً بأنه محصور في إطار ضيق وهو إطار موضوع متخصص وان مجلة مخصصة للصيدلة مثلاً يكون جمهورها محصوراً في الصيدلة على الأغلب الأعم.

3. جمهور معروف سلفاً: غالباً ما تعرف الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها، وبالتالي فإن مهمتها تقتصر على مخاطبته والوصول إليه، في حين أن الوسيلة الإعلامية العامة غالباً ما تصنع جمهورها، وبذلك يكون جمهور الإعلام المتخصص معروفاً، في حين أن جمهور الإعلام العام غالباً ما يكون افتراضياً، وأن مجلة متخصصة موجهة للمهندسين المعماريين أو الزراعيين أو الحلاقين، نعرف جمهورها، وحدوده.

4. جمهور نوعي: يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور نوعي وليس جمهوراً عاماً، ولهذا قد يكون عدده محدوداً، ولكنه أكثر فاعلية في حياة المجتمع، لأنه يضم الخبراء والاختصاصيين وغالبية قادة الرأي العام في مجال الاختصاص.

5. جمهور معني وجاد: لا يتعرض جمهور الإعلام المتخصص إلى وسائل الإعلام المتخصصة بدافع الترفيه والتسلية وتمضية الوقت، كما هو الحال لدى شرائح متعددة وواسعة من جمهور الإعلام العام، بل هو جمهور معني بموضوع الاختصاص، وجاد في نظرتة لوسيلة الإعلام المتخصصة، ويتعامل معها بقدر كبير من الجدية، لأنه يبحث فيها عن إشباع الحاجات إعلامية محددة.

6. جمهور يمتلك خبرة اتصالية: غالباً ما يمتلك جمهور الإعلام المتخصص خبرة اتصالية غنية ناتجة عن حرصه على المتابعة، ذلك الحرص الذي يدفعه إلى التعرض لوسائل إعلامية مختلفة.

7. جمهور يمتلك حاجات إعلامية متعددة ومتنوعة: إن نوعية جمهور الإعلام المتخصص وخبرته الاتصالية وجدديته، تحدد سمته كجمهور نشط وفاعل، وبالتالي فإن تعرضه للخطاب الإعلامي ليس سلبياً، وإنما إيجابياً، بمعنى أنه يبادر إلى التعرض، ويفعل ذلك من أجل تحقيق هدف، وهذا الهدف هو إشباع حاجة



إعلامية معينة، ومن الثابت علمياً أن تعدد الحاجات الإعلامية وتنوعها، يرتبط طردياً مع ارتفاع مستوى الجمهور التعليمي والثقافي والحضاري وزيادة خبرته الاتصالية.

8. جمهور يمتلك موقفاً نقدياً؛ إن خبرة واختصاص ونوعية وجدية جمهور الإعلام المتخصص (وخاصة المطبوع منه)، تجعله يقف موقفاً نقدياً قوياً إزاء الخطاب الإعلامي الذي يتلقاه، وهذا يعني أن من الصعوبة بمكان الوصول لهذا الجمهور، ومن الصعوبة أكثر التأثير، فيه وغالباً ما يوصف هذا الجمهور بأنه جمهور "عنيد" لأنه لا يتأثر بسرعة، ولا ينقاد بسهولة.

- معايير الجمهور المتخصص:

هناك مجموعة من المعايير التي تميز جمهور الوسائل الإعلامية الجماهيرية من أبرزها:

1. **الكم: المعيار الكمي:** بمعنى الضخامة العددية للجمهور، وهذا مهم جداً ولكنه ليس معياراً مجرداً مطلقاً، بل يتوقف على شخصية الوسيلة الإعلامية الفكرية (الإعلامية، السياسية) ويختلف معيار قياس جمهور الوسيلة الإعلامية النوعية الجادة عن معيار قياس جمهور الوسيلة الإعلامية الخفيفة كما يختلف معيار قياس جمهور الوسيلة الإعلامية العامة أو المركزية عن جمهور الوسيلة المتخصصة أو المحلية.
2. **النوع: المعيار النوعي:** بمعنى نوعية الجمهور، أي مستواه، وموقعه على الخريطة الاجتماعية، الاقتصادية التعليمية والثقافية، إذ ترتبط نوعية الجمهور بشخصية الصحيفة، فالصحيفة الرياضية الإخبارية العامة، جمهورها واسع وعريض ولكنه من "نوعية" متواضعة من حيث المستوى المعرفي والثقافي والبروز المهني والاجتماعي، في حين أن جمهور المجلة الرياضية المتخصصة ضيق ومحدود ولكنه "بنوعية" عالية تضم نخبة المهتمين بالشأن الرياضي الذين يشكلون في الغالب قادة الرأي في هذا المجال وصناع القرار فيه.
3. **درجة التجانس:** أي هل يتسم جمهور الوسيلة الإعلامية بدرجة عالية من التجانس؟ أم انه ضم شرائح مختلفة ذات ثقافات فرعية مختلفة أو مستويات معرفية وفكرية وحضارية مختلفة، أو شرائح مختلفة ومتباينة من حيث السن والجنس ومستوى المعيشة ومكان الإقامة؟ أو يضم شرائح ذات أمزجة مختلفة أو ذات مواقف واتجاهات وانتماءات مختلفة.
4. **مكان التواجد:** هل يوجد جمهور الوسيلة في منطقة معينة أو بلد معين أم انه واسع ومبعثر ومنتشر عبر الإقليم أو ربما عبر العالم، جمهور قناة الجزيرة الرياضية، لا يمكن مقارنته بجمهور قناة العراقية الرياضية، والأمر مرتبط بسعة جمهور المجال الرياضي أولاً، وبمستوى كفاءة الوسيلة ثانياً.
5. **الجنس:** هل تمثل الكتلة الرئيسية من جمهور الوسيلة الإعلامية جمهوراً عاماً يضم خليطاً من الرجال والنساء أم جمهوراً محدداً يقتصر على جنس واحد، (جمهور البرامج الخاصة بالنساء الأزياء، والتجميل أنموذجاً).
6. **الفئة العمرية:** تتوجه الوسيلة الإعلامية إلى شريحة عمرية واحدة (أطفال، شباب، شيوخ).
7. **مستوى التعليم والثقافة:** ما هو المستوى التعليمي وما يترتب عليه من آثار ثقافية للجمهور المستهدف؟، (عندما تكون المقارنة بين جمهور قناة ناشيونال جغرافيك بأي قناة محلية أخرى).
8. **المستوى المادي:** إلى أية شريحة من شرائح الدخل (المنخفضة، الوسطى، المرتفعة) تنتمي الكتلة الأساسية من جمهور الوسيلة؟ وبالتالي ما هي القدرة الشرائحية لهذا الجمهور؟



9. نمط الثقافة الفرعية السائدة: تتيح الثقافة المهيمنة في كل مجتمع إمكانية وجود ثقافات فرعية تسود في مناطق معينة (لأسباب تتعلق بنمط الإنتاج ومستوى التطور وأسلوب الحياة) أو في أوساط جماعات معينة (طلاب، عمال، تجار أو جماعات قومية أو عرقية) من المهم جداً معرفة نمط الثقافة الفرعية السائدة في أوساط جمهور الوسيلة الإعلامية.

عناصر الصحافة المتخصصة وإيجابياتها وسلبياتها:

- عناصر الصحافة المتخصصة:

يضطلع الاتصال الجماهيري بمهمة الاتصال بجماهير كبيرة وعريضة ومتباينة، تصلهم الرسالة الإعلامية، ويتميز بمقدرته على الاتصال وتوصيل الرسالة للجمهور، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، بينما الإعلام المتخصص له سماته ومحدداته المختلفة فهو إعلام محدد بمجال معين ولفئة معينة، وهدفه تلبية احتياجات هذا الجمهور وإن كان قليلاً من حيث العدد، وبمقارنة بسيطة بين الإعلام العام أو الجماهيري والإعلام المتخصص من خلال مكونات العملية الاتصالية (القائم بالاتصال المتلقي الخبرة المشتركة الرسالة الوسائل أو القنوات الهدف أو الأثر التغذية الراجعة).

1. القائم بالاتصال: في الإعلام الجماهيري العام لا يعرف القائم بالاتصال جمهوره بشكل محدد، لأنه متباين وعريض وكبير الحجم، بينما القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص يعرف جمهوره بشكل دقيق ومحدد، ويعرف احتياجات واهتمامات ومتطلبات جمهوره من خلال دراسات ميدانية تجربها الوسيلة المتخصصة بشكل دوري.

2. الرسالة: في الإعلام الجماهيري تكون معدة لجمهور غير محدد لا يعرفه القائم بالاتصال بشكل جيد، بينما تكون الرسالة في الإعلام المتخصص تلبية لرغبات وأذواق واهتمامات جمهور محدد وذلك من خلال المعرفة المتعمقة بين القائم بالاتصال وجمهوره.

3. المتلقي: لا يعرف القائم بالاتصال في الإعلام العام أو الجماهيري المتلقين بشكل دقيق، وبالتالي يكون مستوى نجاح الرسالة الإعلامية ضعيف في الوصول والتأثير على أفكار ومعارف الجمهور، بينما في الإعلام المتخصص يعرف القائم بالاتصال متلقيه بشكل دقيق وهم قد يكونوا أطفال أو عمال، أو ممن يهتمون بمادة إعلامية محددة ومعروفة سلفاً للقائم بالاتصال المتخصص.

4. الخبرة المشتركة: والتي لا تتوفر في الإعلام الجماهيري، لأنه كما ذكرنا من قبل أن القائم بالاتصال لا يعرف جمهوره بسبب حجمه الكبير وبالتالي قد لا يوجد خبرات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهنا يكتفي الإعلام الجماهيري بمعرفة العادات والتقاليد والثقافة السائدة في المجتمع، ولكنه لا يعرف الجمهور بشكل متعمق، بينما تكون الخبرات المشتركة متوفرة بشكل كبير في الإعلام المتخصص لأن القائم بالاتصال على علم باحتياجات ورغبات جمهوره وبالتالي هدفه الوصول إلى الجماعات التي هو على علم بأنماط حياتها من خلال الدراسات التي يجريها.

5. الوسيلة: أو القنوات في الإعلام الجماهيري هي الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون عامة ويمكن أن تكون متخصصة من خلال ملاحق أو مواد بعينها، بينما الوسيلة في الإعلام المتخصص قد تكون



تقليدية أو جديدة كوسائل الاتصال الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من وسائل متعددة ومن خلال الأنترنت.

6. الهدف أو الأثر: يهدف الإعلام الجماهيري إلى مصلحة عامة للجمهور كالحملات الإعلامية وغيرها من الخدمات غير المتناهية، بينما يكون الهدف من الإعلام المتخصص مصلحة عامة في بعض الأحيان ولكن هدف الإعلام المتخصص بالأساس مصلحة خاصة لجمهور محدد من خلال مضامين محددة.

7. التغذية الراجعة: لا ترجع المعلومات بشكل دقيق للقائم بالاتصال في الإعلام الجماهيري وبالتالي لا يستطيع القائم بالاتصال التعرف إلى مدى نجاح الرسالة الإعلامية بشكل جيد، بينما ترجع المعلومات بشكل دقيق وسريع للقائم بالاتصال في الإعلام المتخصص وبالتالي يعرف القائم بالاتصال ان كانت استطاعت أن تلبى احتياجات الجمهور أم لا، وبالتالي التشجيع على الاستمرار في هذه الرسالة أو لا؛ بناءً على التغذية الراجعة المرتدة من الجمهور.

لقد أشرنا بشكل مفصل إلى طبيعة العلاقة بين عناصر الاتصال في الإعلام المتخصص، ولكن هناك ثلاثة عناصر رئيسية ومهمة يستند إليها التخصص، وتسهم في توفير بيئة مناسبة لظهور وسائل إعلام متخصصة وتفاعلية بشكل أكبر، هي:

1. **المضمون الإعلامي المتخصص:** وتكمن أهميته في كونه أكثر من مجرد نقل للمعلومات، إذ يبرئ منبراً للمنافسة ونقل الأفكار والمبتكرات، وتبادل الخبرات والتجارب، وقد يسعى إلى التأثير على أصحاب القرارات أو في تعزيز القدرات الإبداعية.

2. **المحرر الإعلامي المتخصص:** ان الإعلام المتخصص يتطلب خبرة وكفاءة خاصة في فريقه التحريري، وخاصة بالنسبة لكل نوع أو فرع من مجالات التخصص العديدة والمتنوعة، فالإعلامي المتخصص أشبه ما يكون بالباحث العلمي، ولذا يجب أن يتجاوز دوره المتمثل بمجرد فالإعلامي المتخصص أشبه ما يكون بالباحث العلمي، ولذا يجب أن يتجاوز دوره المتمثل بمجرد الأداء الإعلامي المعتاد وهو تقديم مجموعة من الأنباء للجمهور عن الأحداث، بل يمتد إلى دور أعمق وهو التحليل وكشف الأبعاد والخلفيات الفنية الدقيقة، على أسس علمية ومنطقية، مثل تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم فئة معينة من الجمهور سواء كانوا متخصصين أو لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية والمساعدة على التربية والثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية وخاصة بالنسبة لإعلام الأطفال والشباب، كذلك إحاطة الجمهور بتطورات وظروف العصر الذي يعيشونه في مختلف أنحاء العالم بنشر أحدث الأبحاث والمبتكرات في مجال التخصص وإعطاء المجال والفرصة للمتخصصين والخبراء للاقترب من الجمهور، وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة وبما يحقق فائدة أكبر، وعدم الاقتصار على الإعلاميين الذين يلمون إلماماً عاماً بالموضوع الذي يكتبون فيه، وهذا لا يلغي دور المحرر بل يصنع إعلاميين ومتخصصين على وفق لنوع الإعلام والتخصص الذي يعمل فيه. فضلاً عن تجديد فنون الإخراج الإعلامي وأساليبه إذ أن كل تخصص يحتاج إلى أسلوب إخراج يلائم نوع التخصص، فإخراج موضوع نسائي يختلف عن إخراج موضوع للأطفال أو



موضوع أدبي أو علمي، كل نوع من هذه الموضوعات له أسلوبه وفنونه الخاصة سواء من ناحية استخدام الألفاظ والصور، وغير ذلك من الأساليب الخاصة بالإخراج الإعلامي.

3. الجمهور النوعي المتخصص: هناك مجموعة من العوامل الواجب توفرها بين جمهور الوسائل الإعلامية لتحقيق التخصص الإعلامي، وتعميق التفاعلية، منها إتاحة التعليم، ورفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وضخامة حجم السكان، إضافة إلى توفر أوقات الفراغ، وعلى الإعلامي المتخصص أن يعرف طبيعة جمهوره، وتصنيفاته بين جمهور مثقف ثقافة متوسطة وجمهور مثقف ثقافة عالية، وجمهور متخصص عام.

- إيجابيات الصحافة المتخصصة وسلبياتها:

يعد الإعلام المتخصص مرحلة متقدمة في مسيرة العمل الإعلامي، وكونه متقدماً فبالتأكيد أن له إيجابيات وفوائد عديدة، وفي الوقت ذاته هناك بعض المضار أو السلبيات، نظيرة الحسنات فمن إيجابيات الإعلام المتخصص أنه؛ إعلام يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور الموجه له، ويهتم بالأذواق والميول والرغبات، وهذا الجمهور محدد وله سماته، وبالتالي له احتياجات ورغبات وأذواق مشتركة، أو متقاربة بين فئاته، وله عادات وتقاليد وثقافة سائدة، فهو يهتم بالجمهور الذي يوجه له رسالته، والتي يمتلك معها فرصة كبيرة في المراجعة والتعديل بناء على التغذية المرتدة من الجمهور، ويمنحها وقتاً أو مساحة أكبر من الوسائل العامة، أي أن القائم بالاتصال صار أكثر خبرة في مجاله وفي معرفة جمهوره، كما أن التخصص جعل المضامين الاتصالية في مجالاته كافة أكثر دقة وعمقاً، عما كانت في السابق، والإعلام المتخصص قدم خدمة كبيرة للشركات الإعلانية بما قدمه لها من تصنيف وتحديد للجمهور، الذي يتوقف عليه نوع الإعلان الموجه لهذا الجمهور (التخصص أتاح لشركات إنتاج اللوازم الرياضية، فرصة الإعلان عن منتجاتها عبر المطبوعات أو القنوات الرياضية المتخصصة) وهذا فيه فرصة للتأثير والاستجابة أعلى من التوجه لجمهور عام.

وترى أستاذة الصحافة المتخصصة في جامعة بغداد الدكتورة "شكرية السراج" أن الاعلام المتخصص يمتلك

مجموعة من الإيجابيات جعلته الأكثر تميزاً وفاعلية وتحدها على النحو التالي:

1. انه إعلام يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور الموجه له.
 2. انه إعلام يهتم بالأذواق المختلفة.
 3. يهتم بجمهور محدد له سماته ومن ثم له احتياجات ورغبات وأذواق متقاربة نسبياً.
 4. انه إعلام يهتم بالعادات والتقاليد وثقافة الجمهور الذي يوجه له رسالته.
 5. يهتم بالقضايا والموضوعات المختلفة ويمنح وقت او مساحة أكبر من الوسائل العامة.
 6. التخصص جعل النتائج العلمية في المجالات المختلفة أكثر دقة وعمقاً عما كانت عليه في السابق.
- مقابل ذلك هناك سلبيات لهذا التخصص منها؛ انكفاء كل فرد في مجال تخصصه وبالتالي أنعكس ذلك على غياب روح التكامل الثقافي، وحرم المتلقي من الفرص التثقيفية، لأنه أسهم في الابتعاد عن بقية أنواع المعارف والعلوم، ولم يعد قادر معها على استيعابها أو اللحاق بها والتواصل معها والتخصص تعزيز للعزلة والتفتيت للجمهور، عن طريق خلقه لأذواق مختلفة ومتباعدة تتوافق مع كل تخصص ومستغلة لعوامل الإبهار والجذب التي



وفرتها التكنولوجيا الحديثة لا سيما الصور المجسمة وامتيازات الصور الرقمية في الكاميرات الحديثة، والتخصص في اغلب المجالات يحركه عامل الربح وليس فائدة الجمهور، ويمكن ايجاز سلبيات الاعلام المتخصص بالاتي:

1. انغماس كل فرد في مجال تخصصه ومن ثم ينعكس ذلك على روح التكافل.
2. الابتعاد عن بقية أنواع المعارف والعلوم ولم يعد قادراً على استيعابها او اللحاق بها والتواصل معها.
3. داء الاعلام المتخصص بمشكلات وسلبيات يصعب في كثير من الأحيان السيطرة عليها.
4. يكون التخصص في مجالات كثيرة غير مفيد بل منافي لقيم واخلاق المجتمع وهنا يكون التخصص عاملاً للربح وليس فائدة الجمهور.
5. في بعض الأحيان أضر التخصص بالتقاليد العلمية وحرف بعض القيم بسبب عدم امتلاك الإعلاميين لقدرات علمية وافتقار معلوماتهم على بعض الامو السطحية.
6. جاء التخصص بالعزلة " تفتيت الجماهير" عن طريق خلق تعددية الاذواق مستغلا عوامل الابهار والجذب التي تمتلكها الوسيلة بفعل التطورات الهائلة والمتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال.

شروط الإعلامي المتخصص الناجح:

توجد مجموعة من الشروط التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلامي ليكون إعلامياً متخصصاً ناجحاً، ومنها:

1. التوجه أو الحماسة والاستعداد ضروريان لنجاح الصحفيين: على الرغم من عمل البعض في الصحافة على مدى 25 عاماً، فإن الإقبال على الدراسة والاطلاع مازال يدفعهم لتحديث معلوماتهم، فالمسألة ليست مسألة شهادة جامعية، بل مسألة توجه أو حماسة واستعداد، وعلى المرء أن يحمل في داخله نوعاً من تقدير الأمور، وأنفا يشتم الأخبار، وعقلاً يحمل المصلحة العامة في اعتباره، لقد تمكن غير الخريجين من الصحفيين في إنشاء عملٍ مهني ضخم في الصحافة، لأن " الصحافة تولد مع المرء، ولا تُصنع فيه " ولدينا مثل يقول الصحافة مهنة من لا مهنة له.
2. أن يتحلى بدرجة عالية من المصادقية مع نفسه ومع الناس وأميناً في معاملاته، والتي تقود الى أن يكون دقيقاً في ذكر المعلومات والحقائق، لأن أي تحريف أو نقل خاطئ للمعلومات قد يتسبب في مشكلات لها تداعيات كبيرة في المجتمع.
3. أن يتحلى بالنزاهة، والشجاعة في مقاومة الإغراءات المادية، وأن يكون جريئاً شجاعاً لا يتردد في كشف المفسدين والمنحرفين في المجالات المختلفة.
4. أن يكون مثقفاً بدرجة عالية في المجال الذي يتخصص به، وقادراً على فهم المصطلحات الإعلامية، وقادراً على إغناء المتلقي بالمعرفة بموضوعات محددة تهم فئة معينة من الجمهور، وأن يتقن التميز بين التوعية والتربية والتثقيف في مضامينه.
5. أن يمتاز بشبكة علاقات عامة مع المتخصصين في مجاله، وأن يكون قادراً على خلق تواصل بين العلماء والمتخصصين والباحثين من جهة، وبينهم وبين المتلقين من جهة أخرى.
6. الفضول والتفكير النقدي والتحرق للأنباء: إن الغرائز الصحفية الأساسية مهمة، ذلك أن الكثير من الصحفيين الممتازين لم يحصلوا على شهادة البكالوريوس في الاتصال أو الصحافة أو وسائل الإعلام،



- ومن الممكن أن يبدأ المرء بدايةً حسنة إذا كان يتمتع بالفضول، والتفكير النقدي، والتحرق للحصول على الأخبار، والرغبة الشديدة في إعداد تقرير جيد، وذلك بغض النظر عن طبيعة الوسيط أو المنصة.
7. يجب ان يتمتع الصحفي المتخصص بثقافة واسعة غير محصورة في دائرة تخصصه.
 8. ان يجيد لغة اجنبية واحدة على الأقل فمكتباتنا لا تلاحق بالترجمة ما يصل اليه العالم من كتب ودوريات.
 9. التواضع المهني صفة أخرى يجب ان تتوافر في الصحفي المتخصص حتى التزم بحدود تخصصه ولا يعطي نفسه الحق في الخروج على إطار التخصص لأسباب جوهريّة.
 10. قدرته ومعرفته على الموازنة بين لغة التخصص وبين لغة الكتابة الصحفية وبين اللغة العلمية وهذه الموازنة ضرورية حتى لا تتحول الصحافة المتخصصة الى محاضرات أكاديمية مطبوعة.
 11. استخدام الأسلوب الأمثل لعرض وسائل الإيضاح لكي تصبح المادة المتخصصة اقل صعوبة عن طريق استخدام اللون والصورة والرسم التخطيطي والوثائق.

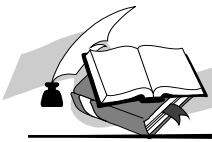
شروط إعداد وكتابة المواضيع المتخصصة في وسائل الاعلام:

هنالك بعض النقاط والملاحظات التي يمكن الاسترشاد بها عند كتابة وإعداد المواضيع المتخصصة في وسائل الإعلام وهذه النقاط هي:

1. اعتماد اللغة العربية واستخدام مفرداتها استخدامها صحيحا، فان في اللغة مفردات وتعابير ومرادفات ومصطلحات كثيرة وإمكانيات توفر الاشتقاقات، كما أن اللغة العربية تتيح المجال واسعا في اختيار المناسب منها، ومن المهم توجيه الجهود لتوحيد المصطلحات والمفردات العلمية والمتخصصة بتعاون الأطراف المعنية من كتاب ومحربين وعلميين ومتخصصين ممن يعملون في وسائل الإعلام والمؤسسات العلمية والبحثية، لإقرار استخدام اللغة العربية في الكتابة العلمية والإعلامية المتخصصة.
2. اعتماد محرر متخصص في الموضوع الصحفي، ولا بد من التمييز بين المحرر الصحفي العام والمحرر المتخصص عند كتابة المواضيع، ولاسيما العلمية سواء كان الموضوع مترجما أم منقولاً عن دورية أو معدا من قبل جهات علمية أو مقتبسا من مصادر متخصصة علمية أكاديمية، والتي تتطلب في بعض الأحيان اختصار الموضوع أو إجراء تعديلات عليه أو تبسيطه وإعداده للنشر.
- إن التعامل مع مثل هذه المواضيع يختلف بين المحرر المتخصص والمحرر الصحفي؛ فالأول يمكنه التعامل مع الموضوع واستيعابه وفهمه ومعرفة اتجاهاته والنقاط الأساسية فيه، ومن ثم إمكانية إعادة كتابته بصيغة مبسطة وواضحة من دون الإخلال بالاتجاهات الأساسية التي جاء بها، وهذه المهمة ليست سهلة على المحرر الصحفي الذي قد يؤدي هذا العمل على حساب الإخلال بالمعنى العام للموضوع، فقد يختصر بعض الفقرات المهمة وقد لا يستوعب بعض المعاني والمفردات والآراء العلمية الصرفة مما يتسبب في الإخلال بالموضوع وتقديمه بشكل غير مفهوم أو مبتور وبالتالي عدم وصول المعنى للقارئ.
3. التبسيط والوضوح وسهولة التعرض في كل ما يكتب، وان يكون ذلك منهجا ثابتا في إيصال الرسالة الإعلامية، لان ما تكتبه الصحيفة موجه إلى الجمهور العام وان عليها مسؤولية توضيح وتبسيط المقصود



- من المضمون وعدم ترك المتلقي دون أن يتمكن من استيعاب الموضوع مما قد يسبب له الانقياد لبعض الاستنتاجات الخاطئة وعدم القدرة على استيعاب النص ومن ثم التشتت والضيق والانصراف عن قراءة الموضوع وهو ما يوصل إلى عكس النتيجة المتوخاة من نشر المضمون.
4. عرض الأمثلة والنشاطات الحية القريبة من الإنسان، وربط الخبرات القديمة وغير المعروفة مع الخبرات الإنسانية المعروفة، والاستعانة بالأدلة والشواهد مما يزيد في الإيضاح، حيث أن الدليل والرأي يعززان بعضهما البعض وينبغي أن تكون بعض الأحكام قائمة على الأدلة والشواهد ومبنية على الحجج والأسانيد المقنعة مع استخدام الخبرات والتجارب السابقة الخاصة والعامة والبدء بها عند تناول المواضيع المتخصصة فان ذلك يساعد على إبراز النص ويميزه ويزيد من الإيضاح.
5. تجنب استخدام اللغة العلمية ومفرداتها الصرفة بحجة الارتقاء بالقارئ، والاستعاضة عنها بالمفردات السهلة التي توضح معنى أو تعطي تفسيراً للمصطلحات المتخصصة، ذلك أن اللغة العلمية مكانها الدوريات العلمية المتخصصة، كما ينبغي أن يستوعب المحرر المتخصص المضمون بشكل يمكنه من صياغة الأفكار الرئيسة عندما تقتضي الحاجة إلى اختصار الموضوع، ذلك أن عدم فهم الاتجاهات الرئيسية للمضمون يقدم صورة مشوهة وناقصة، وقد تكون خاطئة ومغايرة للموضوع الأصلي.
6. الاستعانة بالانفوغراف والصور والرسوم التخطيطية والبيانية والأشكال التوضيحية واستخدام أسلوب الطرافة والتشويق وجذب الانتباه كلما دعت الضرورة إلى ذلك، واستخدامها بشكل متوازن مع المادة المكتوبة، وهذا الأسلوب يساهم من تقبل الموضوع العلمي.



تصنيفات و أنواع الصحافة المتخصصة:

الصحافة المتخصصة وإن كانت سمة من سمات العصر - فقد كانت سمة من سمات الصحافة في نشأتها الأولى، حيث بدأت الصحافة بعد ظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر للميلاد متخصصة في كثير من إصداراتها، ومع التقدم في جميع مجالات الحياة دخلت الصحافة طور المرحلة الشعبية فأصبحت تهتم بكل ما يشغل الناس، وتوارت الصحافة المتخصصة لتفسح المجال أمام الصحافة الشعبية التي حرصت على تخصيص بعض من التغطية لشؤون الحياة المختلفة من علوم وآداب، وما يخص اهتمامات الناس في زمن معين ومجتمع معين وفي ظروف معينة... ثم عادت الصحافة المتخصصة إلى الساحة من جديد مع التطور البشري وصعوبة أن تلي الصحافة العامة أو الشعبية جميع اهتمامات واحتياجات القراء وذلك منذ أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين.

وتنتشر الآن في الدول العربية عدد من الدوريات في الصحافة المتخصصة التي تفوق عدد الصحف العامة، ومن أبرز التخصصات في الصحافة العربية صحافة الأطفال حيث لا تخلو دولة عربية من وجود صحافة الأطفال والصحافة النسائية، والصحافة الدينية والصحافة الرياضية والصحافة الأدبية، أما الصحافة الفنية فكما اشرفنا سابقاً فإنها تكاد تكون قاصرة على مصر ولبنان حيث تنشط الحركة الفنية في هذين البلدين وخاصة في مصر موطن تواجد الحركة المسرحية والسينمائية والتلفزيونية، أما الصحافة الفنية في دول الخليج فإنها تدخل في إطار الصحافة الاجتماعية التي تهتم بقضايا مختلفة مثل المرأة والأزياء والفنون المختلفة في وقت واحد، كذلك بدأت تظهر في السنوات الأخيرة الدوريات المتخصصة في القضايا الفكرية والسياسية، وقد عمدت بعض الدول إلى إيقاف صدور مجلات متخصصة لأسباب اقتصادية، كما حدث في قطر عندما توقفت مجلة الدوحة ومجلات متخصصة أخرى لأسباب اقتصادية.

أنواع الصحافة المتخصصة:

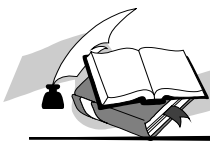
يصعب حصر أنواع التخصصات التي تغطيها الصحافة المتخصصة، إذ أنه ينسحب على جميع فروع المعرفة، وكل فرع من هذه الفروع يتفرع عنه فروع أصغر، ومن هذه الفروع الأصغر تتولد جزئيات أدق وهكذا، ويمكن تقسيم الصحافة المتخصصة إلى التقسيمات التالية الأكثر شيوعاً في الدراسات الإعلامية والتي يكثر فيها صحف

متخصصة على أرض الواقع:

1. صحافة تتعلق بسنوات العمر:

يتدرج تحت هذا النوع من الصحافة صحافة الأطفال التي تتنوع تبعاً لمرحل سنوات الطفولة بحسب تقسيمات علماء النفس والاجتماع لمرحل الطفولة، حيث تبدأ المرحلة





الأولى من سن ثلاث سنوات إلى ست سنوات، والمرحلة الثانية من ست سنوات إلى ثمان، والمرحلة الثالثة من ثمان إلى اثنتي عشرة سنة، ثم تأتي مرحلة المراهقة حتى سن الثالثة عشر، ولكل مرحلة من هذه المراحل صحافتها التي تدخل في صحافة الأطفال، كما يندرج تحت هذا النوع صحافة الشباب، وهناك صحف مخصصة لكبار السن تتناول مشاكلهم وحياتهم وتقدم لهم النصائح والبرامج الرياضية والغذائية للمحافظة على صحتهم النفسية.



2. صحافة تتعلق بالنوع "المرأة والرجل":

وهي الصحف التي تهتم بالمرأة من ناحية وبالرجل من ناحية ثانية، وتتنوع اهتماماتها بحسب الاهتمامات المتباينة للنساء والفتيات بحيث يمكن أن تنشأ صحف نسائية متعددة التخصص، فهناك ما يهتم بالأزياء أو تسريحات الشعر أو ترتيب المنزل والديكور والأثاث المنزلية واهتمامات ربة البيت. كما أن للمرأة صحافتها فالرجل أيضاً صحافته مثل تلك الصحيفة التي تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان "MEN"، وهي تهتم بالأمر التي تهتم الرجل مثل الملابس والأناقة والأنشطة المختلفة. وفي عام 1909 م عرف الفراء العرب الصحافة النسائية وبلغ عدد المجلات النسائية في ذلك الحين 14 مجلة.

3. صحافة تتعلق بالدين:



ينتشر في العالم هذا النوع من الصحافة، ويعد من أقدم أنواع الصحافة المتخصصة، حيث اهتمت الكنائس والمذاهب المسيحية بإصدار المجلات والصحف ذات الطابع الديني، بل إن الصحافة عندما ظهرت في إفريقيا في القرن التاسع عشر على يد

الأوروبيين كانت في بدايتها صحافة متخصصة في الشؤون الدينية تهتم بنشر الإنجيل وترجمته إلى الملحقات، كما تنشر المقالات الدينية، وتشير المصادر التاريخية الى ان أول جريدة دينية في العراق عرفت بـ (صدى الإسلام)، والتي صدرت في تموز 1915 م لصاحبها نور الدين بك والي بغداد وباللغتين العربية والتركية والتي احتجبت عن الصدور بتاريخ 1917/3/11 م إبان فترة احتلال القوات البريطانية لبغداد.

4. صحافة الهوايات والأنشطة الفردية:



تمثل الهوايات والأنشطة الفردية جانباً مهماً لدى القراء، لذلك نشأت صحافة متخصصة تعنى بهذا الجانب وبخاصة تلك التي تهتم بالأنشطة الرياضية والكشافة ويكثر هذا النوع من الصحافة في الدول الغربية، ويتفرع عن هذا التخصص تخصصات دقيقة، فالرياضة مثلاً يتفرع عنها مجلات في كرة القدم وأخرى في التنس وغيرها في المصارعة والملاكمة، أو في سباق الدراجات، ومنها ما يصدر أسبوعياً أو شهرياً أو على مراحل زمنية مختلفة، ويلاحظ أن أكثر الصحف في مجال الصحافة المتخصصة هي الصحافة الرياضية، وقد أكدت الدراسات الاجتماعية والنفسية التي



أجريت على عينات من المجتمع أن الرياضة تمثل الاهتمام الأول لدى القراء فيما يتعلق بالهوايات التي يفضلونها وبخاصة كرة القدم والتنس .. وتأتي بعد الرياضة هوايات أخرى لها صحفها ومجلاتها مثل لعبة الشطرنج وجمع الطوابع والصيد.

5. الصحافة السياسية:

الثابت لكل صحيفة توجهها تعبر عنه وتدافع عن مبادئه وأهدافه بغض النظر عن السياسة التي تقوم عليها الدولة التي تضمها هذه التوجهات فالحزب السياسي على سبيل المثال ينطوي تحت لوائه فئات مختلفة ذات تخصصات متباينة، ومن الصحف السياسية التي تحظى باهتمام كبير من المختصين صحيفة الصباح (السياسة اليومية العامة) التي تصدرها شبكة الاعلام العراقي.

6. صحافة ذات اتجاهات أدبية وفنية:

يعد هذا النوع من الصحف من أقدم الصحف المتخصصة إذ كانت الصحافة في بدايتها، ولاسيما في العالم العربي نشاطاً أدبياً وكان شعار معظم الصحف والمجلات هو الأدب، ونشأت دوريات ومجلات متخصصة في فنون الأدب من شعر ونقد وقصة ومسرح، وقد ازداد عدد الصحف الفنية والأدبية في السنوات الأخيرة، نظراً لنشاط الحركة الأدبية في العالم العربي، وتعدد النوادي والجمعيات الفكرية والاتحادات والروابط الأدبية.

7. صحافة التجارة والاقتصاد:



تعنى هذه الصحف بشؤون المال والاستثمار ولذلك فهي ترتبط بأعمال البورصة وتهتم كثيراً بالإحصائيات والبيانات التي تضم الأرقام والجداول التي تهتم بالمشاريع المختلفة، مثل التي تهتم بحركة البنوك والمصارف والبورصة والمال والتجارة والاستثمار، ومن أبرز الصحف المعبرة عن هذا التوجه "صحيفة الاقتصادية العراقية" التي تصدر عن مجموعة مساهمين و"الاقتصادية الكويتية" التي تصدر عن وزارة الاعلام الكويتية.

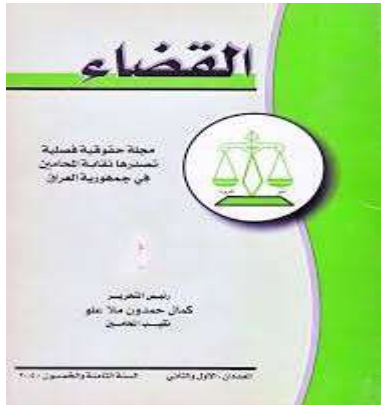
8. صحافة الإعلانات والدعاية:



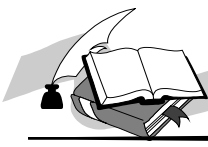
لا تعبر صحف الإعلانات والدعاية بالضرورة عن توجه سياسي معين، بل تقوم بترويج بعض السلع أو بعض الأشياء ذات الاهتمام الكبير التي تصدرها شركات الطيران

والسفارات والمنظمات والاتحادات المختلفة وتوزع في الغالب مجاناً كالتى تصدرها شركة خطوط طيران المملكة العربية السعودية مجلة (أهلاً وسهلاً).

9. صحافة مهنية (صحف تتعلق بالمهنة والوظائف المختلفة):



دأبت معظم النقابات المهنية في معظم الدول على إصدار دوريات فصلية تهتم بأخبار وأنشطة الأعضاء كما تهتم بمتابعة تطورات المهنة مثل مجلة (القضاء) التي تصدرها نقابة المحامين العراقيين.



10. الحوادث والجرائم والأخبار المثيرة:

يكثُر هذا النوع من الصحافة في الدول الأوروبية ويتخصص في صحف الحوادث والأخبار البوليسية والجرائم ويجد هذا النوع من الصحف قراء كثيرين يميلون إلى معرفة أخبار الجريمة وتفصيلها وكانت تصدر في القاهرة مجلة بعنوان (الجريمة) لصاحبها أديب البير وتقتصر على نشر تفاصيل الجرائم والحوادث وتقارير الشرطة وتحقيقات النيابة والمحاكم.



11. الصحافة الحربية:

تعد الصحافة الحربية، فرع متخصص في مجالات الصحافة والإعلام العام للدولة، بل أحد أدواته وليس منفصلا عنه، فالإعلام الحربي يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي العسكري للدولة، ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة،

وكذلك لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة، وهو بهذا المفهوم أيضا يتداخل مع الاعلام السياسي، ويقوم بجمع وتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات والصور والحقائق، والرسائل والتعليمات من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة، والتأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع ونشرها محليا وخارجيا باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة، وإحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى ضعف الروح المعنوية، أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش، مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن، وهذه العملية يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، بمعنى أن الإعلام الحربي منوط به تقديم المعلومات الدقيقة والصادقة والحقائق، التي تساعد على إدراك ما يجري في المجال الحربي وتكوين آراء صائبة في الأمور المهمة المعنية به، بحيث لا تتعارض تلك الحقائق والمعلومات مع الأهداف العسكرية العليا، التي تخدم قضايا القوات المسلحة والدولة في آن واحد.

التغطية الصحفية لشؤون الصحافة المتخصصة:

مفهوم التغطية الصحفية لغويا:

يرجع أصل كلمة "تغطية" في اللغة العربية إلى الفعل الرباعي المزيد بالتضعيف "غطى"، وأصله الفعل الثلاثي "غطى" الذي مضارعه "يغطي"، وقد ذكر اصحاب المعجمات العربية أن غطى الشيء يغطه غطياً، وغطى عليه، وغطاء تغطية، وغطاه بمعنى ستره، والاسم منه غطاء ومعناه الكساء، وما يتغطى به، والجمع أغطية، وذكر الراغب الأصفهاني أن "الغطاء" ما يجعل فوق الشيء من طبق ونحوه، وقال أحمد بن فارس: إن الغين والطاء والحرف المعتل الألف يدل على الغشاء والستر، يقال: غطيت الشيء، والغطاء ما يتغطى به.



اما المعنى الاصطلاحي للكلمة، فمن الاطلاع على الجذر اللغوي للفظة "التغطية"، واستقراء الدلالة اللغوية لها وبالشكل الذي تم ايراده انفاً يمكن القول ان المعنى الاصطلاحي يرتبط بدلالاتها اللغوية ارتباطاً وثيقاً، اذ استعير منها، من حيث التغطية الإعلامية تعني "نشر الخبر الإعلامي نشرًا يرمي إلى ذبوعه بحيث يعم الجهات المقصودة به، ويعلوا رجاءها، ويغشاها بحيث يكون له غطاء"، وهذا المعنى هو من قبيل المعنى المجازي، وقد ذكر الدكتور فاضل السامرائي تحت عنوان "من الابنية الجديدة في العربية المعاصرة" ضمن مادة "غطى": أن التغطية معروفة وهي وضع الغطاء على الشيء، ولا يتوسع في التغطية بأكثر من قولهم: غطى الشيء بمعنى داراه وستره.

بيد ان العربية المعاصرة، وقد تأثرت بما يقال في اللغات الغربية، عرفت معان جديدة لـ "التغطية" ومنها "تغطية النفقات" أي أن البضاعة أو العمل أو المشروع قد أتى من الفوائد ما سد النفقات التي اتفقت فيه، والتغطية الإعلامية بقصد الصحف ونحوها يتكفل فيها أن تروي الخبر وغيره رواية كافية، وقدم الباحثون في مجال الاتصال



الجماهيري تعريفات متعددة المفهوم التغطية الصحفية، التقت أغلبها لتحديد البنية الأساسية لهذا المصطلح الذي يعني عملية الحصول على البيانات والتفاصيل لحدث معين والمعلومات المتعلقة به، والاحاطة بأسبابه ومكان وقوعه واسماء المشتركين فيه، أو كيف وقع، ومتى وقع وغير ذلك من المعلومات التي

تجعل الحدث يمتلك المقومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر، وتعني التغطية الصحفية كذلك قيام المحرر بعملية تغطية شاملة لأحداث متعددة ومشابهه وعرضها داخل قصة اخبارية واحدة، وهي ايضا "عملية تتضمن مجموعة من الخطوات التي يقوم عن طريقها المحرر الصحفي بالبحث عن البيانات والمعلومات والتفاصيل والتطورات، والجوانب المختلفة للحدث أو الواقعة أو التصريح ثم يقيم هذه المعلومات ويحررها بأسلوب صحفي وشكل مناسب للتغطية الإخبارية".

والتغطية الجيدة لابد ان تتضمن المعلومات والبيانات والتفاصيل التي تتعلق بالحدث وعن طريقها تحقق الاجابة عن الأسئلة الستة (ما او ماذا - من - أين - متى - لماذا - كيف) اذ ان الاهمال في الحصول على اجابة أحد الأسئلة أو بعضها يجعل الخبر ناقصاً، كما عرفها بعض المتخصصين بانها جمع المعلومات والبيانات التي تستكمل خبر ناقص، وتعرف ايضا بانها تقرير عن شيء حدث لتوه، يقدم لك ما تعرفه اليوم من معلومات عن حدث ما لم تكن تعرفه بالأمس، وتعد من أكثر أنواع الكتابة الاخبارية

شيوفاً والتي تتصف بصفات عدة منها:

1. الصحة: أي ضرورة التأكد من صحة الخبر أو الحدث من الحصول على السبق الصحفي.
2. الدقة: بمعنى نقل الخبر للحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف ما يخل بسياقها أو يعطيها معنى أو تأثير مخالف للحقيقة.





3. الموضوعية: أي عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة.

4. سياسة الوسيلة الإعلامية: قد يوجد خبر مستوف جميع عناصر الخبر أو أجزاءً كبيرةً منها إلا أنه لا ينشر أو يذاع في وسيلة إعلامية معينة لتعارضه مع سياستها.

عناصر التغطية الصحفية:

يقصد بعناصر التغطية مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر كالأهمية، والقرب والتوقيت، والشهرة وغيرها، وفضلاً عن ذلك تعتمد التغطية في صناعة مفرداتها على عناصر عدة أبرزها:

1. بناء المصدقية: وذلك لكسب المتلقي بإيمانه بصدق الأخبار وتوسيع الجمهور عن طريق بدء التغطية بالحديث عن النكسات والخسائر، إذ إن المصدقية أهم رصيد يملكه الصحفي والدقة هي أفضل طريقه لحماية ذلك الرصيد.

2. بناء اللغة: إن بناء اللغة أمر في غاية الأهمية لأنها أداة للتواصل والتأثير في المتلقين باستعمال أكثر من صيغة أو أسلوب لتمويه المتلقي بالكلمات والجمل.

3. التوازن: إن توافر عنصر التوازن في التغطية ضرورة تتحقق عن طريق الاختيار المناسب لمصادر الأخبار، وتستند التغطية الصحفية في عملها واستمراريتها إلى مجموعة أسس منها:

1. الفورية والشمولية: وهي تغطية إخبارية شاملة لمجريات الأحداث في العالم وبصورة آنية وعلى مدار اليوم، كما هو الحال في أحداث الحروب والأزمات الدولية.

2. السيطرة الإخبارية: أي السيطرة على تدفق المعلومات والتحكم بنوعها وتوجيهها بشكل تام.

3. الاحتكار الإخباري: ويعني الهيمنة على أخبار العالم بواسطة الاستلام من أكثر من وكالة أنباء أو مصدر إخباري.

العوامل المؤثرة في التغطية:



هناك العديد من العوامل المؤثرة في عملية التغطية الصحفية منها:

1. العوامل الاقتصادية: إن النشاط الإخباري يتأثر شأنه شأن النشاطات الإنسانية الأخرى بالتخصيصات المالية ومدى وفرتها والدعم الممنوح لعمل المراسلين والمحريين وتكاليف أجهزة البث وما إلى ذلك.

2. العوامل السياسية: إذ تؤدي الضغوط السياسية دوراً مؤثراً في اتجاهات التغطية الصحفية لاسيما أن أغلب الفضائيات العربية تخضع للنظام السياسي الحاكم.

3. القواعد والقوانين والأعراف: والتي تحدد أعمال المؤسسات الإعلامية خاصة القنوات الفضائية العربية.

4. القيم الإخبارية: وهي القيم التي تؤمن بها المؤسسة أو أفرادها والأخلاقيات المهنية للمحريين والمراسلين.

5. السياسة الإعلامية التي تتبعها المؤسسة الإعلامية.

6. أسلوب جمع الأخبار وكيفية التعامل معها.





7. المنافسة بين المؤسسات الإعلامية لتغطية الأحداث المتداولة إعلامياً.
 8. أسلوب تعامل الدول مع مكاتب ومراسلي المؤسسات الإعلامية المكلفة بالتغطية الصحفية.
- أساليب التغطية الصحفية:**

وضع المتخصصون في مجال الإعلام عامة والصحافة خاصة أساليب عدة للتغطية الصحفية منها:



1. التغطية الصحفية البسيطة: وهي التغطية التي تتناول واقعة أو حادثة واحدة فتعمل جاهدة على الاحاطة بجوانبها والظروف التي ادت إلى حدوثها فضلاً عن الاستشهاد بشهود العيان.
2. التغطية الصحفية المركبة: وهي التي تتناول أكثر من واقعة والربط بينها وصولاً إلى تغطية صحفية ذات إطار واحد يضم أكثر من واقعة، بمعنى انها تغطية موسعة وشاملة.
3. التغطية الصحفية القائمة على سرد التصريحات: وهي التغطية التي تكون مادتها الرئيسية المؤتمرات الصحفية والخطب السياسية لرؤساء الحكومات وقادة الاحزاب والشخصيات المؤثرة في الدول اذ تقوم هذه التغطية على تصريح هذا المسؤول ويكون مصدر اهميتها.
4. التغطية الصحفية القائمة على سرد الاحداث: وهي التي تعتمد في عملها على سرد وقائع الحدث وتتبع تفاصيله اذ يقدم صورة واضحة ومتكاملة للحدث كما وقع.
5. التغطية الصحفية القائمة على سرد المعلومات: وهي التغطية التي تكون اغلبها المعلومات والبيانات والوثائق والحقائق التي تدور حول موضوع معين.

مصادر التغطية الصحفية:

تتأثر التغطية الصحفية في أحد جوانبها بمصادر الاخبار، لأن الاختلاف فيها. يساعد في فهم وتصوير وتحليل عملية التغطية الصحفية أو الاخبارية فضلاً عن أن اختيار المصادر يحتاج إلى حد كبير إلى طرف تشكيل الاخبار لان المصادر تسعى جاهدة إلى تعزيز المراكز والمناصب للصحفيين في سياق مضامين المادة الإعلامية بمعنى انه كلما زادت نسبة المصادر، زادت فرصة تقديم خدمة صحفية واخبارية جيدة للقراء، وعليه فأن هناك مصدران للتغطية هما:



✓ **المصادر الداخلية:** وهي المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها من مندوبين ومراسلين ومحربين وكتاب وفنيين في حصولها على المادة الصحفية الخاصة بالتغطية.

✓ **المصادر الخارجية:** وهي المصادر التي تعتمد عليها الجريدة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الانباء، والفضائيات، والاتفاقيات والمواثيق الدولية، المؤتمرات الدولية، والاذاعات بأنواعها المختلفة والصحف والمجلات والمراسلين الخارجيين.





أنواع التغطية الصحفية:

لم يتفق الباحثون على أنواع محددة للتغطية الصحفية وعليه نسلط الضوء على الأنواع الأكثر استعمالاً في العملية الإعلامية ومنها:

1. **التغطية الصحفية التمهيديّة:** وهي التغطية التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع، أي تحاول إيجاد مؤشرات أوسع في الاستنتاج والتأثير.
2. **التغطية الصحفية التسجيلية أو التقريرية:** وهي التي تنقل التفاصيل والمعلومات المحددة الخاصة بحدث معين تم بالفعل، مثل إعلان استقالة وزير أو وقوع زلزال أو سقوط طائرة.
3. **تغطية المتابعة:** تلك التغطية التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في وقائع سابقة، وفي هذه الحالة يتم تذكرة المشاهد بالتطورات السابقة لربطها بالخبر الجديد.
4. **التغطية الصحفية التفسيرية:** وهي التغطية التي تقوم على التفسير والتحليل والشرح شرط ان تقدم التفاصيل كلها المحيطة بالحدث أو المكان فضلاً عن ذكر المعلومات التاريخية أو السياسية من البلد التي وقع فيها الحدث. التغطية الصحفية المحايدة هي التغطية التي تقدم حقائق، أي قصص اخبارية من العنصر الذاتي الشخصي أي الابتعاد عن اعطاء الرأي ووجهات النظر عن الوقائع الحاصلة. التغطية المتحيزة أو الملونة: وهي التغطية التي تضيف أو تحذف أو تشوه بعض الوقائع أي تعمل وفق سياسة الصحيفة التي تنشر فيها التغطية.
5. **تغطية المجاميع الصحفية:** وهي التغطية التي تكون في موقع الحدث الذي لا يسمح لجميع الصحفيين المهتمين بهذا الحدث أو الواقعة، فيعمل القائمون على الحدث كأن يكون مؤتمر صحفي فيه عدة ممثلين لكل نوع من أنواع وسائل الإعلام ليسجلوا المادة الإعلامية ويضعونها في متناول زملائهم ومثالاً على ذلك حضور الرئيس الأمريكي السابق بيل كلنتون جنازة أحد ضباط الاكاديمية البحرية الأمريكية، ولان الكنيسة صغيرة تطلب الأمر تغطية جماعية.
6. **التغطية الصحفية الالكترونية:** وهي التغطية التي تقوم بها صحافة الانترنت والتي تتميز بالشمول والاتساع للأحداث اليومية الحاصلة في العالم وبالوسائط المتعددة صورة وصوت والتي برزت بشكل واضح وجلي اثناء ثورات الربيع في الوطن العربي.
7. **التغطية الإخبارية البسيطة:** وتعد من أبسط أنواع التغطية الإخبارية التي تقوم على أساس وصف واقعة واحدة، وفي مكان واحد، إذ يبدأ المراسل بمدخل يوجز أهم ما في الحدث، ومن ثم يستكمل الإجابات عن الأسئلة الخمسة، ويتطلب في التغطية الإخبارية البسيطة تضمينها، حقائق وأحداث وأقوال وتصريحات.
8. **التغطية الإخبارية المركبة:** وهي تلك التغطية التي تقوم على وصف عدد من الوقائع والربط بينها، وقد يكون الحدث نفسه أو المكان، إذ تتشكل من تصريحين أو أكثر حول موضوع واحد (الخبر الواحد)، أو من تصريح وحدث، لذا يفضل خبراء الإعلام، أن يتم تقسيم الأخبار وفقاً لتداعياتها ونتائجها، فيوجد الخبر المنتهي، وهو المتعلق بالأحداث التي تقع وليس لها تداعيات أو نتائج تتطلب تغطية مستمرة من قبل المراسل، والخبر



المتحرك أو الممتد، الذي تتوالى وقائعه ويتطلب تغطية مستمرة، مثل تداعيات ما بعد المرحلة الانتقالية للبلدان التي شهدت الثورات.

الصورة واختيار العنوان في الصحافة المتخصصة:

اقتحمت الصورة الصحفية حياة الإنسان بفضل التطور التكنولوجي المذهل الذي شهده عالمنا الحاضر في مجالات شتى وخاصة مجال تطور وسائل الاتصال من الصحافة الورقية الى الصحافة الإلكترونية الى الفضائيات والتي تنقل الى الأنسان كل يوم الآف الصور والمشاهد من عالمنا الذي يعتبر قرية صغيرة وتقتحم الصور علينا بيوتنا في كل وقت من أوقات النهار والليل وحتى يستسلم الإنسان الى النوم وفي ظل هذا التطور لا توجد على الإطلاق



صحف بلا صور إلا تلك التي تتخذ موقفاً بعدم نشر صور بسبب طبيعة هذه الصحف وسياستها التحريرية حتى ان الصور الصحفية أصبحت الشيء الأهم والأبرز في صحف اليوم.

وهنا نحتاج الى إجابة موفقة للمسؤول المنطقي " هل يمكن لنا ان نتخيل صحافة تخلو من الصور؟"

حتما نشك في إمكانية ذلك لأننا نعلم بأننا نعيش في عصر تعد الصورة احدى سمائه وعنصرأ له وظيفته المهمة وليس مجرد شكل جمالي يزينها، والتصوير الصحفي تحديداً بات يمثل موقعا بارزا على خارطة العمل الإعلامي في عالم اليوم، وهو يعكس بذلك مدى التأثير الذي يمارسه هذا النمط من التصوير في صناعة الإعلام الحديث.

شهد التصوير الصحفي التخصص كفن تطورات كبيرة نقلته من المرحلة الجمالية كفن جميل لا يهتم فيه الفنان إلا بالشكل والتكوين الفني إلى المرحلة الإعلامية كفن تطبيقي وظيفي يهتم بالقيم الإخبارية والصحفية في الفترة ما بين 1925م و1930م، وفي عام 1940م ظهر لأول مرة فريق من المصورين الذين وجهوا عنايتهم إلى الموضوعات التسجيلية أكثر من الموضوعات الجمالية وكانت هذه المدرسة التسجيلية نواةً لفن التصوير الحقيقي، وبذلك بدأت مرحلة جديدة تحول فيها الاهتمام من النواحي الجمالية الخالصة إلى النواحي الإعلامية وأصبحت مشكلات التكوين والإضاءة والنسب وغيرها من المعايير الجمالية وأصبحت تأتي في المرتبة الثانية بعد القيمة الإخبارية للصورة، ومن هذا المنطلق تظهر أهمية الصورة الصحفية للخبر الصحفي أكثر من أنها صورة جمالية فحسب ويعمد معظم المصورين الصحفيين الى إيجاد سمات معينة تميز أعمالهم عن غيرهم من المصورين خاصة اذا توافرت للجريدة الإمكانيات الخاصة بها، ولاشك أن براعة المصورين وإبداعهم إلى جانب الإمكانيات المادية والآلية قادرة على أن تضيف إلى هذه السمات أبعادا عميقة.

يعرف "محمود ادهم" الصورة الصحفية تعريفاً شاملاً تناول فيه ما ذكره غيره وقدم ما هو ات بعده وأشار الى الأساسيات المتصلة بها حيث يرى انها "الصورة الفنية، البيضاء والسوداء أو الملونة ذات المضمون الحالي المهم الواضح وال جذاب والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وامانة وموضوعية في اغلب الاحوال عن الاحداث او الاشخاص أو الانشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا لمدة تحريرية معينة لنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالة انباء أو صور على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والاضافة ولفت الانظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة



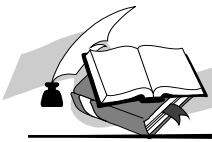
والامتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع وكمعلم وركيزة اخراجية والتي تلتقطها عدسة مصورها بطريقة تعكس حسا فنيا اتصالياً وفهماً لوظيفتها بعد اعداد خاص او بطريقة يدوية أو مفاجئة او تحصل عليها بمعرفة المحرر أو الوكالات أو من مصدر محترف أو حر أو من يتصل بموضوعها عن قرب وغالبا ما تكون اخبارية أو تكون تسجيلية أو تفسيرية أو جمالية او وثائقية وقد تكون قديمة متجددة الأهمية وتقدم بواسطة احد هذه المصادر نفسها أو بمعرفة مركز المعلومات أو ارشيف الصور الخاص بوسيلة النشر أو دور المحفوظات والوثائق كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص او اي رسام اخر ما دامت مناسبة".

مواصفات المصور الصحفي:

قبل الخوض في مواصفات المصور الصحفي علينا ان نعرف من هو؟ وما هي المهام الرئيسة الواقعة امامه؟
المصور الصحفي: هو محرر صحافي يعتمد على الكاميرا في تحرير المواضيع الصحفية المختلفة وبمعزل عن توجهات محرر النص المكتوب حرفاً، ولكن وفق دراسة واضحة ومحددة تفادياً لازدواجية أو سوء الفهم تعدها الأقسام المختصة بالصحيفة أو المجلة أو القناة مثل القسم الاقتصادي، السياسي، الاجتماعي... الخ ودون تحديد لأفكار التصوير حيث يحد ذلك من قدرات المصور وإبداعه في التصرف عند موقع الحدث أو التصوير لاستحالة التنبؤ بكيفية سير الأحداث، وهو قد يعمل لحسابه الخاص أو مصوراً صحافياً موظفاً لدى مؤسسة صحافية أو إعلامية ويوفر معداته وأدواته ومواده ومواضيعه الصحافية لنفسه ويبيع إنتاجه للجهات المعنية بصوره من وكالات الأنباء أو صحف، أو مجلات، بينما توفر له المؤسسة احتياجاته وغالباً مواضيعه في حال كونه موظفاً لدى مؤسسة، وقد يكون امام المصور الصحفي اختيارين لموضوع التصوير فقد تكون المواضيع خارج السيطرة ولا يمكنه التحكم بها كالأحداث المفاجئة، وقد تكون مواضيع تحت سيطرته بحيث يمكنه التحكم (نسبياً) في مجرياتها بالتدخل كمخرج مثل التحقيقات المصورة لبعض المهن للتعريف بها وبالعاملين فيها، على ان لا يغير من مصداقيتها.

أما المواصفات التي يجب أن يتمتع بها المصور الصحفي هي:

1. أن يكون ذا حركة سريعة وانتباه مشدود للحدث الإخباري، لأن فرص الحصول على اللقطات الناجحة قد تمر في ثواني معدودة لا تتكرر.
 2. يجب أن يتمتع بالحس الصحفي، فعليه أن يعرف ويميز غريزياً المشاهد التي تؤثر حتى يقدم صوراً ناجحة، فالحياة يجب أن تكون بالنسبة له سلسلة من الاحتمالات التي يمكن التقاطها بالعدسة.
 3. أن يستطيع العمل في مختلف الظروف، لا يتأثر بأي مشهد يراه مهما كان نوعه، صعباً، أو مؤثراً.
 4. الإلمام بالجوانب القانونية المرتبطة بعمله والتي تحدد واجباته وحقوقه وحدوده المهنية.
 5. الإلمام بقواعد التحرير الصحفي خصوصاً ما يتعلق بتجاوز الأفكار التقليدية والساذجة والمستهلكة.
- أهمية الصورة في الصحافة:



اختلفت الصورة الصحفية في الوقت الحاضر اختلافا كبيرا عن السنوات السابقة من ناحية الفهم والاستيعاب لمفهوم الصورة الصحفية ومن ناحية الاهتمام الكبير وتعدد المؤسسات التي تعني وتهتم بالصورة الصحفية، والإقبال الكبير للمصورين المحترفين والشباب على الدخول في عالم المخاطر من اجل نقل الحقيقة



للإنسانية، وعن طريق كل ما يجري في عالم الفضائيات وأنواع الصحافة الأخرى أصبحت الصورة سيدة العصر بلا منازع والجميع يلهث وراءها، إذ أطلق المتخصصون اسم عصر الصورة على الوقت الحاضر لانتشارها الكثيف في حياتنا اليومية و لكون الصورة أثبتت مصداقيتها في نقل الحقيقة من موقع الحدث وميل القارئ والمشاهد إلى اختصار الخبر ومعرفة

تفاصيله بنظرة واحدة للصورة المرافقة للخبر، دون قراءة الأسطر المكتوبة واختصارا للوقت وكما يقول المثل الشعبي " رأيت بعيني ولا اكذب عيني " وهو ما يثبت حقيقة الاهتمام والسباق المحموم بين وسائل الإعلام من وكالات عالمية متخصصة في عالم الكلمة والصورة بالمصور وبالعالم التصوير الصحفي .

أدت الصورة الصحفية دور كبير في نقل الطابع الإنساني ومجريات الحروب والكوارث الطبيعية التي يصنعها الإنسان أو الطبيعة، وبرز اهتمام كبير بالصورة والمصور على حد سواء وجرى تركيز وتكثيف من قبل المؤسسات الإعلامية على تدريب المصورين التابعين لها بدورات تدريب وتطوير وتأهيل مستمرة ومتواصلة إضافة إلى تجهيز المصور بأحدث أنواع الكاميرات والعدسات الرقمية الغالية الثمن والخوذة الفولاذية والسترة الواقية من الرصاص من اجل السيطرة على ساحة الحدث والتسابق في إرسال الصورة فور حدوثها من خلال الأقمار الصناعية لحظة بلحظة، والصورة الصحفية تؤدي مجموعة من الوظائف في اطار العمل الصحفي على انها عنصر طبيعي وتقع هذه الوظائف على محورين:

أولاً: المضمون: تأتي أهمية الصورة من هذا الجانب من خلال الاتي:

1. امكانية الصورة في اضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة مما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول، بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه.
2. دور الصورة في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعاً لدور المدخل البصري في إدراك الصورة لم العمل على تخزينها بما يؤدي الى ان تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقاً بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة.
3. امكانية تقديم الصورة معلومات في خبر صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أداءه، كما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب بذله من القارئ للإحاطة بالمادة المنشورة على العكس من المادة التحريرية المكتوبة التي تستدعي التأثر بها اعمال العقل والذهن في تخيل ما تثيره من معاني قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها للقارئ.
4. امكانية أن تشغل الصورة حيزاً يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطية الصحف للأحداث.
5. عمل الصورة على تنمية مواهب القراء في الملاحظة من خلال سعيهم لاكتشاف بعض الصور المنشورة.



6. امكانية الصورة في التعبير عن الآراء الخاصة بالصحف، وذلك كما يحدث مع الصور الشخصية أو الساخرة التي يمكن أن تطوع بما يتناسب مع الأفكار والاتجاهات السائدة في المواد الصحفية المصحوبة بهذه الصور.
 7. تعد الصورة وسيلة مهمة للتسلية والامتاع الفكري تفوق في ذلك غيرها من الوسائل، ولذلك أصبحت الصورة قاسماً مشتركاً بين الصفحات والأبواب المختلفة في الصحف.
- ثانياً: الشكل: تؤدي الصورة من حيث الشكل العديد من الوظائف التي ترتبط بالطبيعة الخاصة بها كعنصر طباعي مميز، وذلك على النحو الآتي:

1. لما كان الاخراج الصحفي يعد من الفنون المرئية التي تعتمد على حاسة البصر لدى القارئ، فان الصورة وهي تستجيب لذلك تعد عنصراً رئيسياً لمساعدة الصحافة على النجاح من خلال استغلالها لهذه اللغة المصورة في تقديم اشكال اخراجية تداعب حاسة الابصار لدى القراء. وفي هذا الإطار تتأكد أهمية الصورة تبعاً للاتجاهات الحديثة الخاصة بالتصميم الاساسي للصفحات، والتي تؤكد على أهمية العناية بالمداخل المرئية للصفحات تبعاً لدورها في جذب انتباه القراء بما يمكن من استخدامها في ابراز الوحدات الرئيسية في الصفحات دون أن يقتصر الابرار على الموقع الذي تنشر فيه هذه الوحدات مثلما كان سائداً في الاتجاهات القديمة.
2. قدرة الصورة على احداث التباين المطلوب لإنجاح عمليات التصميم الاساسي للصفحات، ويتحقق هذا من خلال تباين الصورة الظلية مع الارضيات الباهتة، ومن خلال تباين الصورة الخطية ذات الاثقال الخفيفة مع الصورة الظلية التي تمتاز بالدرجات القائمة.
3. دور الصورة في ايجاد التوازن بين الصفحة من جراء كونها عنصراً طباعياً ثقيلاً يتميز بالسواد، بما يتيح استغلالها في تثبيت اركان الصفحة وفي احداث التوازن مع العناصر الطباعية الأخرى كالعناوين والارضيات غير البيضاء.
4. ما تؤديه الصورة من دعم للتوجهات الهادفة الى مراعاة حركة عين القراء، ونجاحه إذا روعيت الاسس الفنية لاستخدامها كتحديد اتجاه نظر الشخصيات المتضمنة فيها، بما يؤدي توجيه حركة عين القراء باتجاه الوحدات الطباعية الأخرى.
5. ما تنطوي على الصورة من قيم جمالية في استيقاف النظر، واثارة البهجة في النفوس خاصة مع استخدام الصور الجمالية لما تعكسه من الجوانب الجميلة في الحياة المعاشية، وهي بهذا تعتمد على اضاءة جوانب الصفحة المختلفة، كما تعمل على إضفاء الحيوية والحركة التي تقضي على الرتابة والجمود.

خصائص الصورة الصحفية:

تعد الصورة الصحفية وسيلة اتصال، كغيرها من الوسائل لها تاريخها وطبيعتها واستخدامها في المجالات الاعلامية المختلفة، وتنقسم خصائص الصحفية في هذا المجال الى جانب عام يتبين من خلاله ان الصحفية وسيلة من وسائل الاعلام الأخرى، وخصائص فريدة للصورة تتميز بها على المستوى الاتصالي العام. ويمكن ان تحدد خصائص الصورة الصحفية في بعض النقاط الآتية:

1. دورها الثنائي كوسيلة اتصال ورسالة اتصالية قائمة بذاتها، ويمكن ان تقوم بدورها الجزئي احيانا والكامل احيانا أخرى.



2. الاصاله التاريخية التي تتمتع بها الصورة، اذ انها عرفت بقدوم الانسانية وهي من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة، فكان الانسان ينقشها للدلالة على انشطته او تعريف الغير بها، وحفظها حتى بقيت الى يومنا.
 3. المعرفة العالمية لدور الصورة الاتصالي المهم بين الافراد والشعوب والمجتمعات، وما يتفرع من ذلك من وظائف عديدة تسهم متى ما أحسن استخدامها في دعم جو التعارف والفهم المتبادل بين البشر.
 4. عمومية المعرفة: ان واقع الصورة عامة والصحفية خاصة، يؤكد انها تلفت انظار كل من ينظر اليها من غير القراء، أو غير القادرين على القراءة، من الاطفال ومن الكبار الذين لم يتعلموا القراءة بل ومن انصاف القارئین ايضا.
 5. القدرة على تحقيق الرابطة الانسانية اذ تؤدي دورا فاعلا ومؤثرا كوسيلة اتصال انسانية عامة.
- ضوابط استخدام الصورة في الصحافة:

- من المفيد الالتزام ببعض الضوابط الخاصة المتعلقة بمضمون الصورة وشكلها قبل اتخاذ قرار استخدام الصورة في بناء اية وحدة طباعية وذلك وفقا للآتي:
1. ضرورة اتساق الصورة مع مضمون الوحدة المراد استخدامها في بناء تلك الصورة.
 2. ضرورة أن تضيف الصورة للمضمون التحريري لما ينشر وان تكون تكراراً لما يقدمه هذا المضمون.
 3. ان تكون الصورة صالحة للنشر من الناحية الفنية خاصة فيما يتعلق بظهور تفاصيلها ووضوح الواضئها، ولمعان سطحها واحتوائها على قدر عال من التدرج.
 4. أهمية العمل على مراعاة بعض الاعتبارات الخاصة باستخدام الصور في اخراج الصفحات المصورة حيث انه من المهم التنبيه الى ان الاستخدام الوظيفي لهذا العنصر يتأتى من خلال استخدام ثلاث أو أربع صور كبيرة دون الحاجة الى اعداد كبيرة مع أهمية أن تهيمن صورة واحدة على اهم جزء في الصحيفة، وهو الجهة العلوية اليمنى في الصحف العربية وان يتم توزيع الصور تبعاً لذلك.
 5. ضرورة أن تعمل الصورة على جذب انظار القراء للإقبال على قراءة الوحدات التي تشترك في بنائها، مع أهمية الاتطغى الصورة بثقلها على بقية العناصر الأخرى حتى لا تستأثر باهتمام القراء لذاتها دون خدمة الوحدة التي ترتبط به.

أنواع الصورة الصحفية: هناك أنواع متعددة للصورة الصحفية نجملها بما يأتي:



1. الصورة الشخصية: وهي التي تمثل شخصية محور الموضوع، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية سواء كانت هذه الشخصية مهمة أم لا، ينبغي أن تتمتع بحركة او انفعال، وغالباً ما تنشر الصحيفة الصور الشخصية على عمود واحد الا انها احياناً تبالغ في المساحة لتشغل أكثر من عمود في الموضوعات الكبيرة مثل الأحاديث الصحفية.
2. الصورة الإخبارية: والتي تعتبر صورة مستقلة لوحدها كموضوع متكامل، تروي تفاصيل ما يصاحبها من سطور قليلة خبراً أو حدثاً عاماً، وعادة ما تكون بحجم كبير تنصدر الصفحة الأولى للأخبار.
3. صور الموضوعات: وهي الصور التي تهدف الى نقل او توصيل صور او تفاصيل عن أحداث أو وقائع أقل سرعة للنشاط الإنساني، ولان الصورة الإخبارية تتسم بخاصية الجدة أو الحالية أو الوقتية، نجد على



العكس من ذلك صور الموضوعات التي يمكن ان تؤجل يوميا او اسبوعيا او شهراً تنشر في اي وقت مع موضوعها لأنها لا ترتبط بتوقيت او حدث إخباري عاجل.

4. صورة التحقيق الصحفي: وهي الصور التي تكون مصاحبة لأي تحقيق تجريه المؤسسة الصحفية في حالة اختيارها لأي موضوع مهم جدير بالاهتمام من قبل القراء فيكون بذلك مدعوما بالصور كدليل قاطع على مصداقية التحقيق المكتوب وتختلف هذه الصور عن الصور التي ترافق الخبر، فالوقت المتوفر للمصور كاف لكي يلتقط صور التحقيق أكبر مما تتوفر لدى تصوير خبر او حادثة معينة.
5. صور الموضوعات الاخبارية ذات الجانب الإنساني: وهي الصور التي تخص المواضيع التي يتغلب عليها الطابع او العنصر الانساني وفيها زاوية اخبارية بسيطة مهمة، ولا تصلح للنشر بعد مرور زمن الواقعة الاخبارية.



6. الصورة الجمالية: والتي تنشرها بعض الصحف كنوع من الإبداع الفني للمصورين وتعتمد على براعة المصور الفنية أو الجمالية واختياره لتكوينات معينة، ولا يتضمن هذا النوع من أي قيمة اخبارية، ويستخدمها المخرج لتجميل الصفحة فقط.

7. الصور الدعائية: وهي التي تخدم في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات وتعتبر من أصعب الصور في التقاطها واخراجها لان كلا من المصور والمصمم يجب أن يضع باعتباره توفير العناصر التي تقوم بدور في هذا المجال.

يظهر لنا جلياً ان موضوع التصوير الصحفي من أهم المواضيع التي تهتم الوحدات الصحفية سواء كانت صحف او مجلات أو تلفزيون او سينما لما للتصوير دور مهم وبارز في اشراقه الموضوع واعطائه صفة الأهمية، وان نجاح المصور الصحفي المتميز لاقتناص الفرص في التقاط الصورة الصحفية التي تكون لها الدور المباشر في اثراء الموضوع وإغناؤه مما يعطي خاصية كبيرة له من قبل القراء الذين يتناولون الموضوع في الصحف أو المجلات المقروءة ومن المشاهدين ما يجعلهم ساكني الحركة عندما يشاهدون ذلك الموضوع الذي تم ادراج الصور المتميزة فيه.

اختيارالعنوان الصحفي:

إن العنوان الهادف الذي يعبر عن جوهر المادة الصحفية له أهمية في تقبل الموضوع وفي إثارة الاهتمام، لذا ينبغي مراعاة ما يأتي:

1. اختيار الكلمات الجذابة التي تعبر عن حاجة الإنسان للموضوع.
2. قدرة العنوان على ارضاء الفضول واثارة المتلقي والمساعدة على قراءة الموضوع الصحفي المتخصص.
3. الابتعاد عن المبالغة والتحويل الذي يفقد الموضوع شيئاً من قيمته وربما يؤدي إلى إهمال قراءته.
4. توظيف العناوين الفرعية بعدها عاملاً مساعداً لتقبل الموضوع وسهولة قراءته خاصة إذا لم يرافق الموضوع المنشور صورة أو أكثر.



5. مراعاة حجم العنوان بحيث يكون مناسباً لحجم الموضوع وفي الحالات التي تستوجب جلب الانتباه يمكن استخدام العنوان الكبير على ألا يزيد استخدامه الموضوع أو الموضوعين في صفحة الجريدة الواحدة، وللمواضيع المهمة فعلاً، لأن استخدام العناوين الكبيرة والضخمة لأكثر من موضوع يفقد القارئ الاهتمام والتركيز.

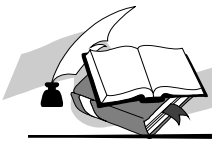
أما استخدام الأرقام والإحصائيات والجداول والأشكال البيانية في الصحف المتخصصة فإنها تؤدي إلى دعم الموضوع العلمي لما تضيف عليه من حقائق وأدلة ويشعر القارئ عند متابعتها لها ضرورة التركيز والتعمق في قراءة الموضوع ومعرفة مدلولات تلك الأرقام وما تعنيه مما يشكل عنصراً مساعداً في تقبل المادة العلمية ورسوخها في الذهن ويزيد من الإقناع، كما أن الأرقام والإحصائيات والجداول الرياضية المبسطة تساعد على المقارنة والتدقيق بما يشكل عنصراً إيجابياً في التغطية إضافة إلى أن استخدامها يختصر الكثير من الشرح ويقصص مساحة الموضوع، وتفيد الأرقام والإحصائيات والجداول البيانية والرياضية في عرض نتائج البحوث ونشاطات المؤسسات العلمية أو أن يكون الهدف منها فائدة المتلقي واستمالاته في تعميق الموضوع وفهمه، وفي الوقت ذاته فإن الإكثار منها فإنه قد يشكل عنصراً سلبياً قد لا يخدم القارئ ويبعده عن متابعتها، ومن المهم التدقيق بالأرقام والتحقق منها فإن الخطأ الذي يحصل قد يعطي نتيجة مضللة للجمهور وتؤدي إلى نتائج بعيدة عن الواقع.

التغطية الصحفية لشؤون الصحافة السياسية والإعلام السياسي:

الاعلام السياسي "المفهوم والتعريف":

صنفت مدارس الإعلام والإعلام المتخصص أنماط عدة منها الإعلام السياسي الذي يعد من أبرز أنواع الإعلام الذي يزود الرأي العام بكل ما تقوم به الدولة لخدمتها ومصالحها على النطاق الدولي عن طريق مختلفة الوسائل الإعلامية المتاحة، المنابر، التجمعات والأحزاب وذلك سعت الحكومات بأن تمتلك الإعلام ليكون أهم أذرعها في تقليل وقمع الرأي العام أو لترويضه وأبرز أشكال الإعلام السياسي هو الإعلام الخارجي والأخير تعني به مجموعة الوسائل الإعلامية ومضامينها التي تخاطب بها الرأي العام باللغات التي يفهمها وقد يتوجه الإعلام الخارجي إلى جمهور متعاطف مع الموقف السياسي للدولة أما بسبب الانتماء القومي أو الإيمان بمعتقد ديني ولذلك عد الخبراء الإعلام السياسي من أبرز أشكال بل نستطيع أن نقول من أبرز أذرع النظام السياسي للدولة السياسية الخارجية.

والإعلام السياسي هو احد أنواع أو فروع الإعلام الذي يهدف بشكل خاص إلى توصيل رسالة إعلامية من الدولة إلى مؤسساتها بهدف تحقيق التأثير في الجماهير لتحقيق أغراض تخدم السياسة العامة للدولة أو توجهاتها في المجال السياسي كالأضراب والانتخابات أو الاستفتاء على دستور أو معاهدات أو قوانين سيادية مهمة، أو تحريك مشاعر الجماهير في حالة السلم لخدمة الوطن أو التعاون مع الأمن أو الجيش أو لخدمة الوطن في حالة الحرب للدفاع عن الوطن ومقدراته ومكتسباته أو توعية الجمهور نحو أهداف الوطن السياسية بخصوص الولاء والانتماء للنظام الحاكم أو الحزب الحاكم أو موقف الدولة من دولة أخرى أو الأعداد لحرب ويمكن هنا بروز موضوع الشائعات والحرب النفسية لوسائل من وسائل الإعلام السياسي أو الإعلام السياسي المضاد.



والتخطيط للإعلام السياسي تكمن في تهيئة المناخ اللازم لنشاط الدولة السياسية في ظروف الأحداث



والوقائع والهام الجماهير الإحساس بشعور مشترك تجد نفسها عن طريقة أنها قادرة على ضمان أمنها ومواجهة الأخطار التي تهدرها أو تحقيق أهداف أخرى موحدة وفي ضوء ذلك أخذ الفرد يطالب بالحقائق ويسأل عن المصالح الأساسية لبلاده وهذه المطالبة وهذه التساؤل يؤثران في أبرز نشاطات

الدولة ويحتاجان إلى رفع القدرة النفسية للجماهير حتى تبقى عواطفها مقتزنة بالذي تتطلع إليه أماني كبار ولا يتم ذلك إلا بوضع هذه الأماني في إطار تخطيط موحد للإعلام السياسي على الصعيدين الداخلي والخارجي معا.

يعرف الإعلام السياسي بأنه " الأخبار بأي مضمون له بعدا أو مدلول سياسي، فكلمة إعلام تعني حرفيا (أخبار) أي الأخبار بالشيء"، والمقصود بالأخبار أو الإعلام إعلام الناس بما يهمهم ويتصل بحياتهم العامة والخاصة سواء في مجتمعهم الداخلي أو في المجتمع العالمي.

كما يعرف بأنه "الإعلام الذي يتولى على المستوى الخارجي شرح أهداف دولته ومبادئها ويتولى أيضاً تقديمها الى المجتمع الدولي أما بالنسبة لوظيفته بالداخل فأن التخطيط الإعلامي السياسي بوجه للرأي العام ليتولى الإقناع والتوجيه للجماهير ويرسخ المبادئ".

و بذلك تؤكد تعريفاته بأن الإعلام السياسي ضرورة قومية تمتلك من المقومات قدرة كبيرة على تحقيق فاعلية سياسية تعمل على إرساء قواعد بنية سياسية سليمة في المجتمع إلى جانب تهيئة بيئية ومناخ سياسي صحية يتحقق فيه الخير المرجو للأمة والوطن، شعباً وسلطةً، حاكماً ومحكوماً، جماهيراً وقيادات وهذا الأمر لن يتحقق بغير إرادة جماهيرية تصفها وتصوغها وسائل الإعلام على أساس علاقة حميمة متبادلة بين السلطة والجماهير على أساس من التفاهم والتفهم المطلق بين الطرفين في إطار غاية عليا هي الحرص على المصلحة العامة، والإعلام السياسي جزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية.

نشأة الإعلام السياسي:

تطور الإعلام السياسي مع تطور وسائل الإعلام المختلفة، إذ أصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية، إذ يقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلاً عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به وعليه تسعى الدول على اختلاف الأنظمة السياسية القائمة فيما إلى استعمال وسائل الإعلام والاتصال لتحقيق الأهداف الاستراتيجية في حالي السلم والحرب وعليه أصبح الإعلام السياسي عنصراً من العناصر المهمة في تقييم أداء السلطة والقائمين عليها لأنه يؤدي وظيفة سياسية مهمة، ويعمل على أحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الآخرين.

ان ارتباط الإعلام بالسياسة ودوره في المجال السياسي ليس وليد هذا العصر بل يعود إلى عصر السفسطائيين الذين استخدموا أدوات الإعلام والاتصال الخاصة في ذلك العصر للتأثير على الرأي العام وبث نوع



من السياسة لتساهم في حدوث التغيير الذي كانوا يقصدونه فقد كان ولا زال السياسة والقادة يدعمون كل ابتكار يساعدهم على الاتصال بال جماهير بشكل مباشر ويساعدهم على التأثير عليهم، أما الإعلام السياسي كحقل أكاديمي علمي في العلوم الإعلامية بعد ظاهرة حديثة.

وأخذ الإعلام السياسي بالتطور في المفهوم نهاية الحرب العالمية الثانية إلا أن أو ذكر للإعلام السياسي كمجال مستقل كان عام 1956م إذ ظهر كتاب بعنوان "السلوك السياسي" يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن وقد حدثت تطورات مهمة في أعقاب هذه المعادلة شملت المجال التطبيقي البحثي مثل آثار وسائل الإعلام في الانتخابات السياسية وأثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية ومن بين مجالات البحث الحالية: الخطابة السياسية - المناظرات السياسية- التنشئة السياسية- الحملات الانتخابية- ه الحركات السياسية - العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام.

وبعد ذلك ظهرت دراسات الاقتدار السياسي بجامعة ميتشغان على يد (كاميل) وزملاءه الذي يعد أول من عرف الاقتدار السياسي بأنه إحساس بالفعل السياسي الذي يمكن أن يكون له تأثير على العمليات السياسية وإمكانية حدوث التغيير الاجتماعي والسياسي وأن المواطن الفرد يمكن أن يشارك في هذا التغيير. وبدأ الإعلام السياسي بالتطور نتيجة للتطور التكنولوجي والتقني الحاصل في جوانب الحياة كافة.

وظائف الإعلام السياسي:

1. وظيفة التنشئة ونقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل إلى آخر والاهتمام بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق.
2. وظيفة التثقيف والتعبئة السياسية والتطوير السياسي للأفراد.
3. وظيفة المساندة السياسية: أي بتوظيف وسائل الإعلام لتحقيق الاستقرار السياسي.
4. وظيفة التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
5. التوعية الوطنية وخلق رأي عام.
6. إشباع رغبة الجمهور في التعلم.
7. ترسيخ القيم الأصيلة ونقل الأفكار وتوصيلها بالشكل المناسب.
8. خلق الشخصية الإيجابية، الضبط الاجتماعي.
9. دعم القيم الروحية والأيدولوجية، ونقل الحضارات بين الأمم.

أهداف الإعلام السياسي:

أولاً: أهداف ف الإعلام السياسي على المستوى الوطني:

1. التأثير على الاتجاهات.
2. الرقابة على الحكومة.
3. التثقيف السياسي.
4. التسويق السياسي.
5. تدعيم ولاء والتأييد بين المرسل والمستقبل وترسيخ الشعور بالولاء لبلورة ثقافة قومية.
6. مواجهة الدعاية الخارجية والعمل على توافق الآراء.

ثانياً: أهداف الإعلام السياسي على المستوى الدولي:



1. جمع المعلومات الكافية عن البيئة السياسية والاجتماعية والإعلامية داخل الدولة والدول المراد التوجه إليها والعمل فيها.
 2. دعم السياسات الخارجية للدول أو قضاياها على الصعيد الدولي.
 3. خلق صور وانطباعات إيجابية عن الدولة ومؤسساتها عند المتلقين في دول أخرى.
 4. تحقيق نوع من التداخل الحضاري للدولة أو مجموعة الدول القائمة بالاتصال.
- أنواع الإعلام السياسي: هنالك نوعان أساسين للإعلام السياسي هما:

1. الإعلام السياسي التضليلي: تنصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفاءها عن الجمهور المستقبل ووسائله هي التلوين والرمز أو التقويم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد وهذا النوع من الإعلام ليس إعلاماً دائماً بل هو إعلام مناسباتي تمليه الحاجات والظروف أكثر من كونه منهجاً ثابتاً في أية سياسة للإعلام الدولي، وغالباً ما تبرز الحاجة إليه أوقات الأزمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية.
2. الإعلام السياسي الموضوعي: وفيه يقوم المرسل ببث المعلومات عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حدث معين بحيث يتركز اهتمامه على إيجاد الحقائق كما هي دون التضليل بالتضخيم أو التحريف أو التشويه وهناك علاقة تناسبية بين الإعلام الموضوعي وطبيعة الحدث تؤثر بطريقة أو أخرى على إبراز الحقيقة طبقاً لرؤية القائم بالاتصال وأثر ذلك على مصالحه أما وسائل الإعلام السياسي فهي تتأخذ أشكالاً وأساليب متعددة قد تكون مباشرة أو غير مباشرة ثنائية أو فورية أو مجمعة مثل الأسلوب الشفهي كانتقال الخبر بين المواطنين أو الصحف أو المجلات أو الكتب المنشرات الملمصقات الفاكس الانترنت أو الصور الملمصقات الإعلانات التلفزيون السينما الفيديو والمنظمات وأحزاب جماعات الضغط فضلاً عن المحاضرات الندوات المعارض الملمصقات الزيارات، أما أهم الوسائل الذي يعتمد عليها الإعلام السياسي في تحقيق أهدافه هو التلفزيون كونها وسيلة أكثر جاذبية وتأثيراً وشعبية مقارنة بالوسائل الأخرى.

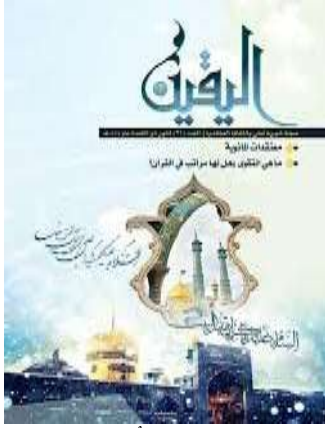
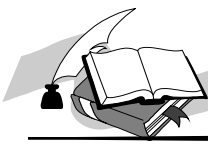
أساليب التغطية الصحفية للموضوعات السياسية المتخصصة:

تختلف أساليب التغطية الصحفية للموضوعات السياسية عن سواها من الموضوعات في المجالات الأخرى ويمكن تحديد مجموعة من الأساليب المتبعة في تناول المضامين السياسية بما يأتي:

1. تأطير المضامين الصحفية السياسية بصيغة دعائية: فمن المعروف أن الفرد لكي يجذب للدعاية يفضل استخدام كل تكتيك متوافر لإحداث التأثير المطلوب بأفضل شكل، ولذلك تستخدم عدة وسائل تصل كل وسيلة منها للفرد بشكل خاص، تجعله يستجيب لنفس الفكرة وب نفس الاتجاه ولكن بشكل مختلف، فالصحف تتيح الشكل المختلف والطريقة المختلفة في الوصول إلى الجمهور، فضلاً عن مقدرتها الإقناعية المختلفة.
2. توظيف مبادئ التسويق السياسي في التغطية الصحفية السياسية: دخل مصطلح التسويق السياسي بقوة إلى مفردات الحياة السياسية، وأصبح سمة لازمة لمعظم حملات الدعاية الانتخابية في العالم منذ خمسينات القرن الماضي، خاصة في العالم الغربي.



3. الاهتمام الكبير في الجانب التحليلي للمضامين السياسية: ففي العادة تقدم وسائل الإعلام والصحف على وجه الخصوص وصفا تحليلياً معمقاً للحدث وبقدر عمق التحليل ودقته و واقعيته تتمكن الجريدة من الاستحواذ على شريحة أكبر من الجمهور، ومراعاة روح الاستقصاء والعمق في تناول الموضوعات، فليس يكفي أن يغطي المحرر ندوة، أو يأتي بخبر تقليدي، أو يكون همه تصريحات مسؤول، وإنما يجب أن يتجاوز الحدث والرقم والتصريح إلى ما وراءهم جميعاً، من قضايا وحقائق وتطورات تتسم بالحدثة، وتجذب انتباه المتلقي، وتشغل بال الرأي العام، وتفتح مداركه على واقع مختلف، قائم على تفجير القضايا، وفتح الملفات المغلقة، والدخول إلى المناطق الخطرة، وإثارة الجدل حول المسكوت عنه، مع ابتكار طرق جديدة في سرد القصص، وإضافة السياق والخلفيات، والابتعاد عن طرح الأسئلة النمطية (من، ماذا، متى، أين، لماذا) بشكل رتيب، مع الالتزام بالفكرة الأساسية، وعدم الخروج عنها إلى قضايا فرعية، كي لا يتوه القارئ أو يتعرض فهمه للتشويش.
4. التركيز على توظيف الرمزية في بناء الرسائل السياسية: وسواء كان الرمز شخصي (تيتو) بمعنى (هو أنت) وهو التوصيف الذي كانت تستخدمه الصحف اليوغسلافية للتدليل على رئيس الجمهورية، وتوصيف (القائد الضرورة) الذي كان مستخدماً في الصحف العراقية قبل عام 2003م للتدليل على الرئيس العراقي آنذاك وهذا ما يسهم في اختزال عبارات مهمة في التأثير ويعزز الصورة النمطية الشخصية أو الحزبية، حيث توظف المؤسسات السياسية التغطية الإخبارية في دعايتها السياسية، وتكون وظيفة الرمز هنا تحقيق الحشد الجماهيري والسرعة في نقل الأفكار.
5. توخي الموضوعية والمصداقية في التغطية السياسية: رغم ما يشاع من غياب للمصداقية في الإعلام السياسي إلا أن توخي المصداقية ولو بشكل نسبي في المعالجة الصحفية للشأن السياسي تسهم في بناء جسور الثقة مع الجمهور وتعزز الثقة في هذه الجريدة مستقبلاً وتحاشي الوقوع في اختبارات الجمهور للمصداقية، وهذا الأسلوب من شأنه دعم المؤسسة الإعلامية في مواجهة الأزمات التي يمر بها الحزب أو السياسي نفسه أو في مواجهة حملات الخصوم في التسقيط.
6. ينبغي توخي "الإنسنة" في معالجة الموضوعات السياسية المتخصصة: بمعنى عدم التعامل معها على أنها أرقام جافة أو معلومات مجردة، وإنما ربطها بالواقع "الإنساني" الذي تنبثق منه ويتفاعل معها، مع استقصاء تأثيراتها الاجتماعية على حياة الأمم والأفراد، من حيث السلب والإيجاب، بحيث يكون "الإنسان" هو "البطل"، لا المصطلح أو الرقم، لان عوامل النجاح في الكتابة الصحفية المتخصصة لا تكفي بسرد المعلومات، وإنما لا بد من البحث في أغوارها، والتفتيش عن الظواهر المتعلقة بها، فيقع على الصحافة المتخصصة أعباء كثيرة، أبرزها القدرة على الإبداع، والأنسنة، كما أن الجوانب الإنسانية تستميل الأنصار أكثر.



التغطية الصحفية لشؤون الصحافة الإسلامية والإعلام الإسلامي:

يقصد بالثقافة الإسلامية مجمل نتاج المسلمين الفكري والحضاري والإنساني الذي انبثق عن فهم النصوص الدينية وتفاعلهم مع التطبيقات العملية لها في الواقع المعاش ويتبين هنا أن دائرة الثقافة الإسلامية الواسعة تشمل النصوص الدينية المستقاة من أصولها الشرعية المعتبرة، والتفاعل البشري مع هذه النصوص فهماً وتطبيقاً وهذا كله هو الإطار الفكري والفلسفي الذي يحكم حياة الإنسان المسلم ويضبط حركته في جميع مجالاتها مصداقاً

لقول الله تعالى "لو قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنَسْكَي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ * لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ"، وفي ضوء هذا المفهوم الشامل للثقافة الإسلامية هنالك علاقة مشروعة بينه وبين النشاط الإعلامي بصفة عامة، فالنشاط الإعلامي هو وجه النشاط الإنساني الذي لا يمكن أن ينطلق من فراغ أو يتجه أيضاً إلى فراغ، وكل نشاط إعلامي في أي مجتمع من المجتمعات البشرية لا ينفصل انفصلاً تاماً عن عقيدة ذلك المجتمع أو إطاره الفلسفي الذي يمثل مرجعيته العليا .

مفهوم الإعلام الإسلامي:

يتحدد مفهوم الإعلام الإسلامي عن طريق التعريف المحدد للإعلام الذي أعده العلامة الألماني "أتوجروت" وهو "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم في نفس الوقت"، وذلك عن طريق تزويد هذه الجماهير بالحقائق والمعلومات الصحيحة والثابتة والأخبار الصادقة التي تسعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو حادثة من الحوادث، أو مشكلة من المشكلات.

سمات وخصائص الإعلام الإسلامي:

على الرغم من إننا نتفق بان الإعلام الإسلامي لا يختلف عن الإعلام بمفهومه العام، إلا أن هذا الخلط لا يمنع من تمييز سمات الاعلام الإسلامي تميزه عن الإعلام غير الإسلامي أي إعلام الدول التي لا تخضع جميع مضامينها الإعلامية لضوابط الشريعة الإسلامية ومن هذه السمات:

1. الإعلام الإسلامي يستمد خطوطه العامة ومنطلقاته ومصادره من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، ويسير على هديهما في معالجة كل الأمور الإعلامية ونبذ كل ما يتعارض معهما.
2. إعلام عقائدي، أي أن نظرية الإعلام الإسلامي لا بد أن تعكس العقيدة الإسلامية في عملها.
3. إعلام عالمي، يشمل جميع القوميات والأديان من دون استثناء فهو يتوجه برسالته إلى الناس كافة.
4. إعلام ملتزم يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر، يحارب الرذيلة وينبي الأخلاق ويشجع على الفضيلة، ويربط القول بالعمل ولا يقتصر على العبارات أي انه يسعى من خلال وسائله إلى كل ما ينبي الأخلاق الفاضلة التي يدعو إليها الإسلام.



5. الإعلام الإسلامي إعلام موضوعي لا يتحيز على وفق المصالح الشخصية والسياسية بل يلتزم الحقيقة، ويعبر عنها في تناوله وتفسيره في جميع أشكاله، لأنه يستمد شريعة وجوده وموضوعيته من الله "سبحانه وتعالى"
6. الإعلام الإسلامي اعلام قيادي وليس مرآة تعكس الواقع، كما هو حال بعض الممارسات الإعلامية، يسمو بالبشر لترقيته، ويحارب ويتجنب تنمية الرذيلة والانحطاط الذي يعكس الواقع إذا كان فاسداً منحطاً.

مسوغات الإعلام الإسلامي:

ان المطلب القيم لا بد أن تتوافر له مسوغات ومبررات قوية ومقنعة، تُسوغ تبنيه بإخلاص وتدفع إلى الدعوة إليه بالحاح، وتقوي العزائم في سبيل تحقيقه في الواقع بلا توان، وتستند المطالبة بأسلمة الإعلام وصياغته صياغة إسلامية إلى مبررات ثلاثة هي:

أولاً: لمسوغ المنطقي: لقد جاء الإسلام للحياة كلها بجميع جوانبها ومجالاتها، ليكون منهجاً شاملاً وقد رسم للإنسان معالم لنظمه الاجتماعية المختلفة، لتتوافق هذه النظم مع الغاية الرئيسة لوجوده، وهي استخلاف الله له في الأرض لعمارة الكون على وفق منهج الله وتحقيق عبادته، وعندما ضعف التزام المسلمين بمبادئ دينهم، وتكالبت عليهم القوى الاستعمارية التي استهدفت خلخلة التصور الشمولي للإسلام وتطبيقه في حياتهم، تحوّل ارتباط معظم المسلمين بالإسلام في العصر الحاضر إلى مجرد ارتباط عاطفي محدود، يكتفي فيه المسلم بإقامة شعائره التعبدية، وتزكية نفسه بالرياضات الروحية والأخلاقية الفردية، نتج عن هذا المفهوم المغلوط لحقيقة الالتزام الإسلامي أن حفلت حياة المسلمين بصور الازدواجية والتناقض بين الارتباط العاطفي بالإسلام في ميدان العبادة والأخلاق الفردية، وبين الارتباط العلمي الواقعي بالمذاهب المناقضة للإسلام في ميدان النظم والتشريعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية .

ثانياً: المسوغ الواقعي: يواجه المسلمون اليوم في مختلف أقطارهم ومواطنهم غزواً فكرياً وثقافياً وحضارياً رهيباً يُعد هذا الغزو الحضاري الشامل مقصوراً على الوسائل التقليدية للغزو من كتب استشراقية، أو مذاهب هدامة، أو مؤامرات استعمارية مكشوفة، اذ انتهى عصر الغزو الاستعماري الاستشراقي المباشر، وأصبح الغزو الحضاري الذي تواجهه الأمة الإسلامية يستخدم وسائل جديدة، وأساليب جديدة، ذلك أن الرسالة الغازية تعبر إلى الأجيال الصاعدة، بل إلى العقول المثقفة، عن طريق الخبر الذي تبثه وكالة الأنباء، والتحليل السياسي، أو الاقتصادي الذي تكتبه الصحيفة والصورة التي ترسلها الوكالات المصورة، والرسالة الغازية تعبر إلى العقول المثقفة عن طريق الفيلم التلفازي المدهش، وشريط الفيديو، والبرنامج الإذاعي المشوق، وفيلم الكرتون المتنقن، وعبر النظريات المدسوسة في مناهج التربية والتعليم، معللة بدعاوى العلم والتقدم والاكتشافات الحديثة .

ثالثاً: المسوغ الإنساني: وسائل الإعلام لسان هذا العصر وقد أدرك أصحاب الديانات والمذاهب والأفكار أهمية استغلال هذه الوسائل في سبيل إيصال أفكارهم وعقائدهم ومذاهبهم إلى الناس، وكان النصارى الصليبيون أكثر الأمم ادراكاً لهذه الأهمية، وأسبقهم إلى استخدامها في مجال التنصير، وفي الوقت الذي ينشط فيه أصحاب الديانات المحرفة والمذاهب الفاسدة لاستغلال وسائل الإعلام لخدمة أغراضهم، نجد المسلمين غائبين عن الساحة الإعلامية الا بعض جهود محدودة لا أثر لها، والبشرية اليوم قد سئمت من الدين المحرف، وانصرفت عن المذهب الفاسد، وهي تعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً وقد أثقل كاهل الإنسانية في وقتها الراهن كابوس الإلحاد



والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي، والاستغلال الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي، وتعاليت الصيحات تبحث عن مصدر للأمان والعدالة والحياة الكريمة، فأين سيجدون كل ذلك إلا في الإسلام؟. إن البشرية اليوم بحاجة إلى الإسلام أكثر من أي وقت مضى، والمسلمون مطالبون - على وفق للتوجيه الإسلامي بمخاطبة الناس بلغتهم ووسائلهم- بأن يستخدمون وسائل الاتصال والإعلام في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان.

أساليب التغطية الصحفية للموضوعات الدينية المتخصصة:

يرى البعض أن العالم الإسلامي، هو ذلك العالم، الذي صيغ على نحو إسلامي، لأنه يصدر إسلاميا ومن بلاد يحكمها الإسلام، ولكن ليس كل ما يصدر في البلدان الإسلامية يُعد إعلاما، فاذا نظرنا إلى المادة الصحفية والتوجهات والجمهور، الذي يُخاطب عن طريق تلك الأجهزة فإننا نلمس هذه الحقيقة، فعندما نذهب إلى القول بأن ثمة إعلاما نكون قد حددنا - بداية - أنه الإعلام الذي يتعامل مع موضوعات أو قضايا إسلامية تهم المسلمين في الداخل كشعوب وفي الخارج كجاليات، وهذا هو المعنى الدقيق للإعلام الإسلامي الحق، فالمرئي منه يكون عبر قناة - أو حتى قنوات - تبث موضوعات شتى تتصل - اتصالا عضويا حيا - بالإسلام وبحياة المسلمين، وتكون السمات الرئيسية لها ذات صبغة دينية مباشرة أو غير مباشرة ويمكن تحديد هذه السمات بالآتي:

1. ينبغي ان تكون المضامين أبعد ما تكون عن الكذب والتشويه وتتوخى الدقة والمصادقية والموضوعية ألها تمثل دين سماوي.

2. أن يلتزم مبادئ الشريعة السمحاء تستدعي من القائم بالاتصال أن يتسلح بعلوم الشريعة عند التصدي لهذه المهمة، وان تعالج جميع قضاياها على وفق الرؤية الإسلامية، أي بالرجوع إلى ما ورد في القرآن والسنة النبوية. فإذا كان الإعلام الإسلامي، هو الدعوة إلى الله تعالى وترسيخ الجانب العقائدي الحق لدى أفراد المجتمع بما يوافق منطلقات الشريعة الإسلامية، فإن ذلك راجع - في الأساس - إلى أن هذا الإعلام يركز في مضمونه الشامل على معطيات القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، إضافة إلى الأطر الفكرية والاجتماعية، والإنسانية، والتربوية، المنبثقة من روح الإسلام، وحقائقه وقيمه، وضوابطه الشرعية، التي تحدد مسارات الإعلام على هدي منها، حيث يلتزم بها في نشاطاته المتعددة وممارساته الواقعية.

3. مراعاة البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الجمهور الإسلامي.

4. ينبغي أن يكون القائم بالاتصال ملما بجميع تفاصيل الهجمة الشرسة ضد الإسلام، التي تعد احد المبررات الحيوية لوجود الإعلام الإسلامي، في واقعنا الحضاري المعاصر، الذي يتصدى وبكل موضوعية ومنهجية للهجمات المتوالية التي تشنها وسائل التأثير الغربي، فكرية وسياسية وإعلامية، على الإسلام وحضارته، فيما يشبه الحملة المنظمة، التي تستهدف إبعاد المسلمين عن التمسك بدينهم وإبعادهم أيضا إن استطاعوا إلى ذلك سبيلا - عن البحث عبر النموذج الإسلامي - عن خالص لهم، وقد نتج عن تلك الصورة الكريهة، التي رسمها الأعداء للإسلام، ولا سيما التي ركزت على وصفه بالتخلف والرجعية ووصمه بالإرهاب والعنف، إن فقد كثير من المسلمين الثقة بالنموذج الحضاري الإسلامي، وبالتالي تلوثت أذهانهم بالدعايات المغرضة ضده إلى حد الاقتناع بعدم صالحيته لقيادة حياتهم المعاصرة.



5. توظيف الوجود الاجتماعي للجاليات الإسلامية في الدول الغربية لصالح الاعلام الدعوي، أي لا بد من سلوكيات مهيبة تعكس خلق الإسلام وتسهم في بناء صورة إيجابية عن الإسلام، ولكن في الحقيقة، هناك غياب كبير للإعلام الإسلامي، عن الساحة الكونية والإسهام بفعالية في تكوين اتجاهات الرأي الغربي عن طريق استثمار الجاليات المسلمة، ولكن لا يرى الغرب إلا ما يصله بشكل مباشر عن طريق الأقليات المسلمة؛ وعلى العكس من ذلك نجد أن الصهيونية قد نجحت في أن تستثمر الجاليات اليهودية في العالم كله، بكل في مجاله نجاحاً ملحوظاً.

6. التصدي للصورة النمطية المشوهة المتشكلة عن الإسلام، والتي تزداد تشوهاً عند الآخر وبخاصة الآخر الغربي، ويقابلها صورة ذهنية أخرى لا تقل تشوهاً عن الأولى بدأت بالتبلور في الذهن المحلي العربي والإسلامي، يمكن لها ان تتحول إلى صورة نمطية راسخة مع اتساع ظاهرة السلوك المتطرف لجماعات العنف في الإسلام السياسي، ومن المؤكد ان الصورتين من إنتاج وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، واذا كانت الأولى قد رسمتها وسائل الإعلام الغربية بالاستناد إلى أطر أيديولوجية عبر تضمينها حوادث ووقائع مفتعلة لا تمت إلى الواقع العربي والإسلامي بصلة، إلا ان الثانية منقولة ومدعومة بحوادث واقعية مروعة راح ضحيتها الإنسان المسلم ذاته، وبذا لم تعد الصورة المشوهة للإسلام في إطارها المحلي امتداداً للصورة النمطية المتشكلة للإسلام في الغرب، بل هي نتاج الواقعين المعاش والمنقول عبر الوسائل الإعلامية، فضلاً عن تداولها اليومي عبر شبكات التواصل، محدثة نوعاً من الاهتزاز القبيح، وبما أنها لم تشكل خطراً يعتد به في تشويه صورة الإسلام في أذهان شبابه، فقد لجأت الدوائر المعادية إلى تحريك الانفعال الإسلامي من خلال افتعال الحوادث كالرسوم المسيئة للرسول الكريم وغيرها، لتجني ثمارها سلوكيات إسلامية غير محسوبة يمكن استثمارها إعلامياً؛ وهذا ما يحدث بالفعل.

7. تقديم مضامين تعزز فصل الدين عن السياسة، فعلى الرغم من ان المتنورين قد أكدوا على ضرورة ذلك متنبئين بالتوظيفات السياسية السلبية للظاهرة الدينية في واقع لم يتوافر على حصيلة علمية وثقافية كافية، لكن بالمقابل أدرك الآخر أهمية تهشيم الإسلام بوصفه الحصن الأخير لعالمنا العربي، مستشعرين الخطر الأكبر من ان يجري تعاملنا معه بوصفه هوية وثورة وقيماً نبيلة وسبباً لتحقيق العدالة الاجتماعية باعتبارها مضمونا مهما للديمقراطية الحقيقية وحقوق الإنسان.

8. استحضار الصفات الإسلامية الحقيقية والحية في المضامين الإسلامية بشكل يعزز ثقة الآخر بالدين الإسلامي ويشكل باعثاً حياً على الأيمان به.

وظائف الإعلام الإسلامي:

1. تبليغ الدعوة الإسلامية إلى البشرية كافة، وتحقيق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
2. التمتع بالخصائص القرآنية الإعلامية
3. تنظيم حياة البشر على أسس سليمة مستمدة من الإسلام
4. التخلص من كل تبعية أو ضيق أفق أو مصلحة شخصية والتجرد من ذلك لصالح الحقيقة.
5. طرح الأساليب البديلة الصحيحة عند العمل لإصلاح ظاهرة منحرفة في المجتمع.



6. الالتزام الكامل بالأخلاق الإسلامية الصالحة التي تسيّر بالإنسان نحو أهدافه الأصلية .
ومن غير الممكن حصر وظائف الإعلام الإسلامي حصراً دقيقاً وسنورد بعض النماذج الأساسية لتلك الوظائف
وعلى النحو الآتي:

1. الوظيفة الإخبارية بأشكالها المختلفة- الشرح والتفسير والتحليل: وقبل ذلك رواية الحدث نفسه
ومتعلقات ذلك.
2. الوظيفة الاجتماعية: وتندرج تحتها مجموعة من الوظائف الفرعية أهمها الإرشادات والتذكير والنقد
والتوجيه والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
3. الوظيفة الحضارية: وبها وظيفتان فرعيتان هما الوظيفة التعليمية والوظيفة الفكرية أو الثقافية .
4. وظيفة المساندة: بشقها جانب التأييد والدعم وجانب ضد الاعتداء ومواجهته ومتطلبات ذلك إعلامياً.
5. وظيفة التنموية: المتمثلة في إيجاد المناخ الملائم لها والقائم على ركائز الإيمان والعلم والعمل والوحدة
والتعاون مع السعي إزالة معوقاتهما من الفسوق والجهل والكسل.
6. الوظيفة الإنسانية: وتتمثل في الجهود الإعلامية التي يقوم بها الإعلام الإسلامي أو وسائله وفي مقدمتها
الصحافة الإسلامية لدعوة غير المسلمين لإخراجهم من الظلمات إلى النور.
7. وظيفة تحصين الرأي العام الإسلامي ضد الفساد الفكري والخلقي والسلوكي وإعداد المؤمنين لمواجهة
الشذائد والدساس وصنوف الشائعات والضلالة.

صحافة الأقليات القومية والدينية في العراق:

يتألف المجتمع العراقي من عرب وكردي وتركمان وأقوام أخرى بعضها من أقدم الأمم التي عرفها العراق
وبعضها نزح إليه منذ عشرات السنين ومن أولئك السريان والكلدان والآشوريين وقد حافظت هذه العناصر
والأقوام على الوحدة الوطنية العراقية، كذلك هي الأقليات الدينية من مسيحيين ويهود وإيزيديين وصابئة وآخرين،
وعلى الرغم من تعدد اللغات في العراق - العربية والكردية والكلدانية والعبرية والتركية والفارسية والأرمنية - إلا أن
الجميع يعتزون بعراقيتهم التي يعتبرونها الرابط الكبير لتحقيق التعايش بين هذه الأقليات، ويعد العراق من
الأقطار العربية الأكثر تعقيداً من حيث مكوناته، ففيه تعيش جنباً إلى جنب جميع المجموعات الاثنولوجية
المتنوعة بالمجموعة العربية والكردية والتركمانية والأرمنية، كذلك تتباين الأديان والعقائد لدى هذه المجموعات
تبايناً كبيراً، فهناك الديانة الإسلامية وهي السائدة، والديانة المسيحية بمذاهبها المتعددة وفيها الديانة اليزيدية،
وظاهرة تعدد الأديان والمذاهب في جميع دول العالم هي ظاهرة طبيعية ولا تشكل تهديداً خطيراً على وجودها
وتقدمها طالما كانت غير خاضعة لاستغلال خارجي يحولها إلى حركات سياسية تحول المطالب القومية إلى ذرائع
انفصالية، ويمكن تسليط الضوء على أهم الصحف التي أصدرتها هذه الأقليات كما يأتي:

1. الصحافة المسيحية في العراق:

نشأت الصحافة المسيحية في العراق بصدر المجلة العراقية
الأولى التي طبعت عام 1902م والتي سميت "إكليل الورد" وجاء في
ترويضها أنها "مجلة دينية علمية شهرية أصحاب الامتياز الآباء
الدومنيكان" وقد بلغ عدد صفحاتها في بداية صدورها 20 صفحة .
وقد صدرت هذه المجلة بثلاث لغات وهي: العربية وصدر منها (560)
عددًا، والفرنسية وصدر منها (400) عددًا، والكلدانية وصدر منها



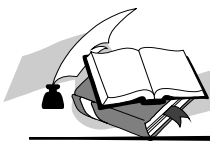


(330) عدداً، وفي جميع هذه اللغات كانت الموضوعات متشابهة تقريبا حيث كانت تترجم من لغة إلى أخرى فقط وقد اشتغل في تحرير هذه المجلة عدد من المحررين منهم: الأب عبد الأحد جرجي السرياني البغدادي والأب هياسنت وهو فرنسي الأصل، والقس باسيل بشوري السرياني البغدادي والأب فرج الله كسبو وتتسم كتابات هؤلاء جميعا بالطابع الديني الكنسي، أما مجلة "زهيرة بغداد" فقد كانت مجلة دينية أدبية شهرية أصدرها الآباء الكرمليون في بغداد في 25 آذار 1905 وكان من أبرز محرريها الأب انستاس ماري الكرملي وكانت مهمة بمعالجة القضايا الدينية والمذهبية أكثر من اهتمامها بمعالجة القضايا الأدبية

والاجتماعية وقد استمرت في الصدور أكثر من سنة وتوارت عن الأنظار ولم يعثر على أي عدد من المجلة لحد الآن، وقد توالى إصدار الصحف المسيحية التي لم تتعرض إلى التعطيل طوال القرن الماضي، باستثناء الإلغاء العام لامتيازات الصحف العراقية الذي نفذ بصدور مرسوم المطبوعات ذي الرقم 24 لسنة 1954م وهذا يعني أن الصحف المسيحية لم ترتكب جريمة نشر تؤدي إلى تعطيلها أو إلغاء امتيازها فيما نلاحظ صدور تعطيلات وإلغاءات للكثير من الصحف الدينية الإسلامية طيلة المدة التي سبقت عام 1970م، أما أشهر الصحف المسيحية في العراق فهي مجلة "الفكر المسيحي" التي صدرت عام 1964م ولا تزال تصدر حتى الوقت الحاضر، وهي مجلة مسيحية عمومية غير معنية بطائفة معينة من الطوائف المسيحية، وقد طرحت هذه المجلة نفسها رمزاً للوحدة الوطنية عندما حددت أهدافها بأنها مجلة تؤمن بالوحدة المسيحية فوق الفوارق الطائفية والمذهبية وتسعى إلى بعث الحوار المسيحي الإسلامي، وهي مجلة لا تدعي إنها لسان الكنيسة الرسمي بل تؤمن بتعددية الآراء ضمن وحدة الإيمان. ومن بين الصحف المسيحية المشهورة كذلك مجلة "بين النهرين" وهي مجلة فصلية صدرت أول مرة عام 1972 عن مطرانية الكلدان وقد ترأس تحريرها الدكتور يوسف حبي. كذلك تصدر حاليا مجلة "نجم الشرق" والتي أصدرتها في بغداد بطريركية الكلدان في مطلع عام 1995 ويرأس تحريرها المطران جاك إسحاق.

2. الصحافة اليهودية في العراق:

تتحدث بعض المصادر اليهودية بقليل من الاضطراب والخلط عن وجود صحيفة يهودية صدرت في العراق عام 1863 باسم "هادوبير"، فيما تشير مصادر أخرى إلى وجود صحيفة يهودية أصدرها يهود العراق في عام 1864 باسم "هامجيد"، ويمكننا أن نعدّ صحيفة "الزهور" التي شارك في تأسيسها اليهودي نسيم يوسف سوميخ والتي صدرت عام 1909م من أوائل الصحف اليهودية التي صدرت في العراق باللغة العربية. وتأتي بعدها صحيفة "تفكر" التي أصدرها في بغداد اليهودي سلمان عنبر لتخدم سياسة الاتحاديين وقد صدر العدد الأول منها عام 1912م، أما الصحف اليهودية الصادرة في العشرينات من القرن الماضي فهي صحيفة "يشرون" التي صدرت عام 1920م باللغتين العبرية والعربية.



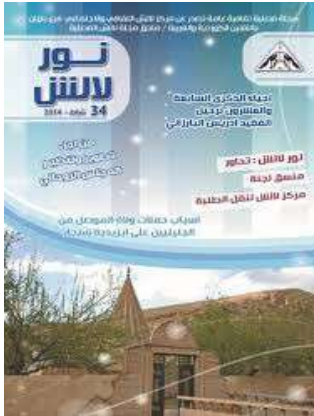
3. الصحافة المندائية في العراق:



صدرت أول مجلة مندائية في الولايات المتحدة عام 1990 وقد حررتها الشاعرة المندائية "لميعة عباس عمارة" باسم "المندائي" وصدر منها عشرة أعداد فقط ثم تحولت إلى مؤسسة ثقافية، وفي عام 1995 صدرت مجلة "آفاق مندائية" والتي لا تزال تصدر لحد الآن، وهي مجلة دينية ثقافية فصلية تصدرها طائفة الصابئة المندائيين في العراق وتوزع على أبناء الطائفة المندائية، وتصدر عن الطائفة نشرة دورية تهتم بأمر الدين

باسم "هيمنوئا" وتعني الإيمان ويحررها رجال الدين وبعض الشباب، ومن المجلات الحديثة التي صدرت بعد الاحتلال الأمريكي للعراق عام 2003 مجلة "الفكر المندائي"

4. الصحافة اليزيدية في العراق:



تعدّ مجلة "لالش" التي صدرت لأول مرة في محافظة دهوك في خريف عام 1993 الانطلاقة الأولى للصحافة اليزيدية في العراق وهي مجلة ثقافية دورية صدرت بثلاث لغات العربية والكردية والألمانية. وتصدر عن مركز لالش الثقافي جريدة "صوت لالش" وهي ملحق لمجلة لالش وقد صدر العدد الأول منها بتاريخ 7 تشرين الثاني 2007 باللغتين العربية والكردية وقد رأس تحريرها سعد سلو، وتصدر عن المركز أيضا مجلة "نور لالش" وهي مجلة شهرية ثقافية متنوعة صدرت عن مركز لالش فرع بعشيقه وبحزاني صدر عددها الأول بتاريخ 7 آذار 2003 وباللغتين العربية والكردية ورأس تحريرها الدكتور عبد العزيز سليمان. أما الصحف اليزيدية الأخرى التي تصدر فهي: مجلة زهرة نيسان وجريدة "كاتيا أسبي" وجريدة صوت الشعب اليزيدي.

الصحافة الرياضية:



تعد الصحافة الرياضية من أكثر أنواع الصحافة المتخصصة شيوعاً وانتشاراً وجماهيرية تبعاً لطبيعة الدور الذي تؤديه، والوظيفة التي تقوم بها، فقد استقطبت اهتمامات قطاعات واسعة من الجمهور على اختلاف وتنوع فئاته واهتماماته ولا سيما شريحة الشباب التي أقبلت على قراءة الصفحات والصحف الرياضية بنهم واهتمام شديدين، فلا تكاد تخلو صحيفة عامة من صفحات أو أبواب مخصصة للرياضة وأخبارها،

وأصبحت الموضوعات الرياضية القاسم المشترك الأكبر بين معظم المطبوعات، وتأخذ من المشرفين على إصدارها وتحريرها جل عنايتهم واهتمامهم، فحين يخطط لإصدار أية صحيفة أو مجلة يندرج من ضمن أوليات هذا التخطيط الشأن الرياضي حرصاً منها على الوصول لأكبر عدد من القراء والارتقاء بمستوى التوزيع وعائداته، وهو ما يؤثر في نحو كبير على نسبة الإعلانات في المطبوعة وأسعارها، وتلجأ كثير من الصحف إلى إصدار ملاحق



متخصصة وملاحق الرياضة هي أول ما يفكر به صناع القرار في المطبوعات المختلفة، وثبتت بواقع التجربة العملية والميدانية أنه حين توزع الصحيفة ملاحق من هذا النوع ترفع من نسب توزيعها.

تختلف الموضوعات الرياضية عن موضوعات الصحافة الأخرى بمجموعة ميزات تجعلها تحتل مكان الصدارة، فهي متعددة اذ ان الألعاب الرياضية مثل كأس العالم لكرة القدم، والبطولات المختلفة من ألعاب القوى إلى التنس وغيرها من البطولات، ومتجددة دائماً ما أن ينتهي موسم حتى يبدأ الموسم التالي، وتقوم على فكرة التنافس الدائم الذي يبعث لدى القراء فضول المطالعة والمتابعة، وتتميز بأن لها جمهورها العام الذي يفرض على الآخرين المشاركة إن أرادوا أن يكون لهم قبول في وسطهم الاجتماعي، وكثيرة هي الأسباب جعلت تناول الأخبار الرياضية مثار اهتمام العامة والخاصة.



وقد تطورت الملاحق الرياضية في الصحف العامة فيما بعد لتصبح صحفاً مستقلة تصدر أسبوعية أو نصف شهرية وتميز صدورهما بالحجم النصفى تابلويد وتوسعت في أخبار الألعاب الرياضية خصوصاً كرة القدم كأبرز معالم الرياضة وأكثرها جماهيرية، ودأبت على إجراء الأحاديث الصحفية مع مشاهير اللعبة الذين يتمتعون بإقبال القراء بما يقدمونه من قصص عن التفوق والنجاح، إضافة إلى ما يهم الجمهور العام ويجدون فيها

ما يبعث على المتابعة، ومثل هذه المواضيع تعتمد عليها الصحف والمجلات الرياضية اعتماداً كبيراً لجذب القراء، إضافة إلى الاهتمام بذكر تفاصيل المباريات الرياضية والتوسع بها أفقياً، أي تقوم على قاعدة التحريض بالرياضات الجديدة وطرق ممارستها وقوانينها ورأسياً بتعميق الفهم العام لكل ممارسة رياضية والجديد فيها من قوانين وانتصارات.

نجحت الصحافة الرياضية نجاحاً كبيراً وتمكنت من تأدية دورٍ وسيط بين الرياضات المختلفة والجمهور، وأبدعت نوعاً من المشاركة الجماهيرية بين ممارسي الرياضة وعشاقها، وهو دور مهم من أدوار الإعلام ولا سيما الإعلام الرياضي كما استطاع الإعلام الرياضي أن يجعل من أبطال الرياضة أساطير شعبية في زمن لم يعد يقر بالأسطورة، وخلقت منهم قدوة للآلاف من عشاق بعض الألعاب الرياضية وحتى الجمهور العادي، فمن منا لم يعرف ميسي أو كلاي أو رونالدو أو محمد صلاح وغيرهم كثير، وكم من صحيفة أصدرت ملصقات "بوستر" لمشاهير اللاعبين أقبل القراء عليها على نحو غير مسبوق، بل أصبح هذا الأسلوب أحد أبرز أساليب رفع أعداد توزيع العديد من الصحف والمجلات الرياضية.

ونشأت علاقة تعايش بين الإعلام والرياضة وأصبحت تغطية الألعاب الرياضية معياراً رئيسياً لشراء الصحف من قبل المتحمسين للألعاب الرياضية، وتزيد التقارير الرياضية الجذابة من الاهتمام الوطني بالرياضة، وتشجع القراء على مطالعة الموضوعات، وأكدت الدراسات الإعلامية في الغرب أن الرياضة تمثل الاهتمام الأول لدى القراء فيما يتعلق بالهوايات التي يفضلها الجمهور وخاصة كرة القدم والتنس، وتأتي بعد الرياضة هوايات أخرى لها صحفها ومجلاتها مثل لعبة الشطرنج وجمع الطوابع والصيد وغيرها.

مفهوم الصحافة الرياضية:



توزعت الرياضة إبان الثورة الصناعية إلى ملفين رئيسيين للنخبة والعالمية، فتعد الغولف والصيد وركوب الخيل والسباحة، من الرياضات النخبوية الخاصة بالطبقات العليا في المجتمع، يمارسونها في أوقات فراغهم ولا سيما في الإجازات وخصوصاً في فصل الصيف، بينما اشتملت الرياضات الشعبية على الألعاب الجماعية مثل كرة القدم والسلة والطائرة والفردية مثل الجري والقتال الفردي، على اعتبار أن الطبقة الشعبية التي تمارسها ليس لديها الوقت الكافي لممارسة رياضة منظمة، وهي بحاجة لوسائل تمكنها من الدفاع عن نفسها فاشتهرت رياضات القتال الفردي والدفاع عن النفس، رغبة في الأمان الاجتماعي وإثبات الذات، أما الطبقة الوسطى التي لديها بعض الوقت للممارسة الرياضة فقد وقفت في مواجهة الطبقات العليا في المجتمع، واستطاعت أن توسع انتشار الرياضات النخبوية، وأصبح متابعو الفرق الرياضية يزدادون وأصبحت من أدوات الترفيه مما ساعد في ارتفاع شعبية الفرق الرياضية ومشاهديها وبالتالي متابعو الإعلام الرياضي، واتسمت مجالات الصحافة الرياضة وتنوعت تغطيتها للأحداث الرياضية، وتطور دور العاملين في هذا الحقل الصحفي، فانقسموا إلى فريق مهمته الأساسية نقل الأخبار في المقام الأول وبنسبة أقل التعليق عليها، وفريق يعرض وجهات النظر المختلفة التي لا تعتبر في النهاية تجسيداً لسياسة الصحفية، وآخر يعمل على تحليل المجريات الرياضية، وغيره لتنسيق الموضوعات في الصفحات المخصصة للرياضة فضلاً عن طاقم المصورين والرسامين، وبدأت تنمو هذه المواد من زوايا صغيرة إلى صفحات ثم إلى أبواب ثم إلى صحف متخصصة. وارتفع الاهتمام الجماهيري بهذه الصحف ارتفاعاً كبيراً.

تستثمر الأنظمة التربوية مبالغ ضخمة في التربية الجسدية ليتمكن الأطفال من مدارس الرياضة في مدارسهم وقد بينت الدراسات أن كثيراً من الأمريكيين يناقشون الأخبار الرياضية مع الأقارب والأصدقاء والغرباء بجاهزية عالية وبشكل أسرع واذكى مما يمارسونه في موضوع آخر، حيث يظهر تأثير النزعة الرياضية في الحياة الاجتماعية اليومية للأشخاص، وتعتبر الصحافة الرياضية مهنة متعددة المهارات الطلب المحترفين الذين الاتصال مع جمهور متنوع وبنفس الوقت تحمل الكثير من خصائص الصحافة العامة، كان ينظر لها بوصفها صحافة ترفيه وتسليية وليس صحافة معلومات، ولكن نمو الألعاب الرياضية وتعددتها وإقبال الناس عليها، جعل الصحف تحرص على تزويد القراء بمعلومات وافية، علماً أن بعض الألعاب والأحداث الرياضية وما تحمله من عناصر المنافسة جعلت من التغطية الصحفية لها أمراً مرغوباً القطاعات متزايدة.

ولهذا أخذت تتفرع لأنواع وتتمايز طرق التغطية الصحفية تبعاً لنوع الرياضات المقامة، التي تتنوع إلى رياضات كبيرة مثل كرة القدم وما يشابهها في مواجهة الرياضات المحدودة مثل السكواش، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال للدرجات المخصصة لكلا اللعبتين، وأصبحت هناك رياضات جماهيرية في مقابل رياضات أقل شعبية، فكرة القدم ليست جماهيرية في الولايات المتحدة على الرغم من جماهيريتها في كافة أنحاء العالم، وتحظى رياضة التنس والتزلج في كندا بجمهور كبير، ورياضات الخيول في الهند وباكستان ليس لها هذا القدر من الحضور في دول أخرى.



والرياضات الفردية مثل ألعاب القوى في مقابل الألعاب الجماعية، فالأخيرة لها جمهورها الذي يضاعف جمهور الرياضات الفردية، وكذلك نوع الرياضة إن كانت يمارسها الرياضيون الماديون أو لذوي الاحتياجات الخاصة، كما أن أهمية الحدث الرياضي يلعب دوراً في التغطية الصحفية بين مباراة محلية وإقليمية، وإقليمية وقارية، وقارية ودولية، كما أن الرغبة في تعميم رياضة معينة ودعنها تحتاج المالية إعلامية وسع كماله رياضة الفروسية في الدول العربية، والرياضات النسائية.

نشأت الصحافة الرياضية:

ظهرت الصحافة الرياضية في البدايات كصحافة أنشطة وهوايات وتسلية نظراً لما للهوايات والأنشطة الفردية من أهمية للقراء، ومن بين هذه الصحف ما ركز أكثر بالجانب الرياضي، وخاصة تلك التي تهتم بأنشطة الكشافة، وزاد عددها في الدول الغربية نتيجة إقبال القراء عليها ولا سيما من فئة المراهقين الشباب، وتفرع عنها تخصصات رياضية دقيقة، فلم تعد صحفاً رياضية شاملة بل أصبح لكل رياضة منها صحفاً ومجلات منها مثلاً التي تخصصت في كرة القدم وأخرى في التنس وثالثة في الفروسية وغيرها في المصارعة والملاكمة، أو في سباق الدراجات، وتنوع صدورها فمنها ما يصدر أسبوعياً أو شهرياً أو على مراحل زمنية مختلفة، وظهرت في العقود الأخيرة صحفاً رياضية يومية تشبه إلى حد بعيد في إخراجها الصحف اليومية العامة بل تنافسها.

ويعتقد الباحثون أن أسباب انتشار الصحافة الرياضية في العالم ظهور وتعدد الأندية الرياضية كمجالات للتدريب الرياضي، وملتقى يجمع الرياضيين ببعضهم، وظهور كرة القدم بوصفها لعبة جماهيرية اكتسحت الرياضات في القرن التاسع عشر، ولعب انتشار وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ولا سيما الراديو والتلفزيون ونقلها المباريات الرياضية والتعليق عليها مباشرة، مما منحها المزيد من الجماهيرية، وغيرها من الأسباب ضاعف من أهمية الصحافة الرياضية، لا بل أصبحت مجال استثمار للعديد من المنشآت الصناعية والتجارية، وارتفعت أصوات المقامرات الرياضية وفتحت المجال لغسيل الأموال وخلقت بورصة للاعبين.

ومع تزايد اهتمام الجمهور بكرة القدم ظهرت الصفحات الرياضية الثابتة التي تعنى بشؤون الرياضة، ثم تطورت هذه الصحافة إلى إصدار ملاحق رياضية توزع مع الصحيفة وخاصة أثناء المباريات أو المواسم الرياضية ذات الاهتمام الكبير من قبل الجماهير.

وكان لظهور التلفزيون وخلق منافسة حادة مع الصحف لجذب استقطاب الجمهور إلى الرياضة وفرقها المتعددة أثره على بعض المؤسسات الصحفية والاتحادات والأندية مما جعلها تصدر صحف ومجلات متخصصة فيما يتعلق بالشؤون الرياضية كلها، وكثير من هذه الصحف والمجلات لم يكتب له الاستمرار لأن نموها يتحدد من قوة النادي أو الاتحاد الذي أصدرها، وظلت الصحف التي تصدر عن النوادي الكبيرة أو المدعومة من قبل رعاية الأندية أو من جهات حكومية.

الصحافة الرياضية العربية:



ظهرت الصحافة الرياضية في العالم العربي واقبل عليها القراء والجمهور، وذلك في العقود الأولى من القرن العشرين، وكانت عبارة عن أبواب صغيرة وقصيرة تنشرها الصحف العامة، بينما ارتبط انتشار الصحف في منطقة الخليج العربي والمملكة العربية السعودية بانتشار الصحف الرياضية، التي يعدها ويشرف عليها مسئولون وصحفيون تولوا بعد ذلك رئاسة تحرير الصحف العامة، فالصحافة الرياضية أسهمت في إعداد جيل من الصحفيين في هذه المنطقة، وتعتبر الصحف الرياضية التي تصدرها مؤسسة الشرق الأوسط السعودية في جدة أول صحف رياضية متخصصة في العالم العربي تصدر يومياً في قطع قياسي يماثل الصحف العامة، وقد تولدت فكرة إصدار الجريدة الرياضية مجموعة الشركة السعودية للأبحاث والتسويق الدولية لإقبال القراء على الصحف الرياضية في المملكة العربية السعودية خاصة ودول الخليج والدول العربية عامة، وتتميز الصحيفة بطباعتها الفاخرة على ورق ملون، لتطبع في كل من الرياض والظهران بواسطة الأقمار الصناعية، وتركز على الأخبار والموضوعات الرياضية في المملكة العربية السعودية والدول العربية وسائر دول العالم.

مصادر المعلومات في الصحافة الرياضية:

تتمتع وسائل الإعلام الجماهيرية عامة بالعديد من المصادر تزودها بالأنباء والأحداث والأراء، وعلى الرغم من إمكانية اعتماد الصحافة الرياضية جزئياً على هذه المصادر لتغطية الكثير مما تنشر، ولا سيما الأحداث الرياضية التي تقع بعيداً عن مقر الصحيفة أو لعدم وجود مراسلين خاصين بها في تلك المواقع، لكن التغطية الرياضية تحتاج لتقنيات خاصة للتعامل مع المصادر لتمكين المراسل الصحفي من إعداد موضوعات تستحق المطالعة، فالمسألة الأساسية في الصحافة الرياضية ترتبط بقدرتها في الوصول إلى مصادر المعلومات المهمة وكمية ونوعية ما يستحق النشر منها في العدد القادم، فكثير من القصص يرد إلى الصحف لكنه لا يحظى بفرصة النشر لأسباب عديدة من أبسطها اختيار موضوعات بسيطة أو مضي أوانها نتيجة دورية الصدور وغيرها من أسباب الحفظ، وقد يصل ما لا يحظى بالنشر إلى 90% من المواد التي ترد إلى الصحيفة.

قبيل موعد الطباعة بساعات قليلة يحدد محررو الصحيفة ما الذي ينشر؟ وما الذي يؤجل أو يحفظ؟ وأي القصص بنشر موجز عنها فقط، وأما يحتاج إلى متابعة؟ ... تتوقف الإجابة عن هذه الأسئلة على قدرة هذه القصص على إحداث تغيير في أرقام المبيعات ومدى مواكبتها لاهتمامات القراء.

وتتطلب الكتابة الرياضية شأنها في ذلك شأن الكتابة الصحفية الأخرى نسب الأخبار إلى مصادرها عند النقل عن مصدر معين، وعند الاقتباس يجب أن يشار إلى ذلك صراحة، أما في حال حضور المراسل المباراة أو المسابقة يمكنه الكتابة عنها من دون ذكر المصادر إن شاهد الحدث بنفسه فهو يكتب من موقع شاهد شخصي، فيما تظل متاعب الصحفيين الرياضيين حاضرة نتيجة نقص مصادر المعلومات وصعوبة الوصول لها، فيجدون أنفسهم في أرض الملعب بين مئات المشجعين، يعيشون حالة ذهول وعجز، وتلعب خبرة الصحفي وملكاته الشخصية دوراً في ذلك، وغالباً ما تكون البرامج الرياضية وجدول مواعيدها مصادر غنية للمحرر الرياضي، ويتوقف الاستفادة من هذه المصادر ولا سيما الحية منها وهي غالباً في الموضوعات الرياضية أكثر على قدرة الصحفي في الوصول لها والسعي للحصول على معلومات خاصة به ذات قيمة.



وينتشر الآن عدد كبير من المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية ينشر الكثير من الأخبار الرياضية المصورة، مما يجعلها خياراً مرغوباً أمام صحفيي الرياضة، ويؤمن البريد الإلكتروني لصحفيي الرياضة الكثير من المعلومات من الجمهور مباشرة، وعن طريق منتديات المناقشة يمكن اختيار بعض الرسائل التي تستحق النشر في هذا النوع من الصحف، فيما تبقى المشكلة قائمة في قدرة الصحفي على التزام الحياد وهي خاصية من خصائص الصحفيين عامة، فكيف يجب أن يكونوا محايدين وملتزمين بإبعاد آراءهم عن الأخبار الرياضية التي يغطونها؟ وفي الوقت نفسه عليهم التعليق الموضوعي عليها ويمتدحون أو يدينون الفرق نظراً لظروف المباريات.

المراسل الصحفي الرياضي ومهامه:

لا يقتصر دور الصحفي الرياضي في إعلامنا بمن ربح أو خسر بل يتابع تقديم معلومات مهمة تساهم في توضيح سبب الفوز والخسارة، بالإضافة إلى المعلومات وتحليلها، وتقديم وجهات نظر متعددة فإن كان الفوز أو الخسارة قد أخذ من التليفزيون أو الراديو إن كانت المباريات منقولة حية على الهواء أو مسجلة وبثت قبل موعد صدور المطبوعة، على الصحفي أن يبحث عن معلومات يحتاجها القراء لتفسير الفوز أو الخسارة ووضع الأمور في نصابها رغبة في تطوير أداء الفرق والأشخاص على حد سواء، ولأن معظم الكتابات الرياضية تأتي عن طريق مراسلين توفدهم صحفهم لتغطية أحداث رياضية معينة، يجب أن تتوافر فيهم مجموعة واجبات تمكنهم من أداء أدوارهم على النحو الأمثل، ومن أبرزها:

1. التواجد في مكان اللعبة الرياضية قبل بدءها بوقت كافٍ حتى يتمكن من الشروع في عمله على نحو سليم، فثمة معلومات يحتاجها ومزيد من الوقت يحتاجه للحصول على قوائم وإحصاءات الفرق والجدول التي يضمها مادته الرفع قيمة وأهمية ما يقدمه.
2. يجب متابعة الصحف الصادرة أو التي ستصدر قبل نشر الموضوع، فهي مصدر للمراسل لتعزيز قصته، وفرصة ملائمة لينفرد هو بما سيكتب مضيفاً لما لم يكتب عنه، أو ما سيكتبه بالتفرد عن الصحفيين يمثل قيمة مضافة للصحفي والصحيفة على السواء، وإعادة إنتاج ما كتبه الآخرون بعد تراجعاً في مستوى الإنجاز الصحفي.
3. يفضل الحصول على المقالات التي أعدها وأجراها الزملاء الآخرون قبل بدء اللعبة أو المباراة، لأنه بعد اللعبة سيحصل على النتيجة وردود الأفعال عليها.
4. على المراسل أن يعي أنه ليس المراقب الوحيد للعبة، ويجب أن يحتفظ بالمعلومات التي حصل عليها ويحللها بموضوعية.
5. على المراسل أن يكتب ما يستطيع مما قرأ وشاهد وسمع في أثناء الحدث الذي يغطيه، ولكن بتركيز وانتباه.
6. يجب مراجعة ما كتبه وحذف الأقل أهمية، وتعد هذه القراءة قراءة عملية يتم إنجازها بعد الانتهاء من الكتابة مباشرة.
7. يجب إعادة قراءة القصة مرة أخرى قراءة وجدانية لاكتشاف متانة تركيب الجمل وترابطها ودقة التعبير والدلالات المتضمنة في الموضوع، وهل هي قابلة للفهم من الجمهور العام، أم بحاجة إلى تعديل؟ وهل هناك ما يمكن أن يسيء المشاعر الآخرين؟ أم ما أن تتضمنه يقع في إطار النقد العام يستوعبه الآخرون بروح رياضية؟
8. لفت انتباه المصور إذا لم يكن المراسل هو المصور بالتقاط الصور التي تعبر عن المحتوى لما يراد نشره.



9. تعتبر معرفة المراسل المسبقة لقواعد اللعبة التي يغطيها والتغييرات التي طرأت عليها مهمة جداً مما يجعله يعالجها بطريقة أفضل.

10. المعرفة المسبقة للطاغم الفني والمدربين واللاعبين ومميزات الجمهور الذي يحضر المباراة مهمة للمراسل للاستفادة من هذه المعرفة في خدمة ما يكتب، ويجعله ينتج موضوعاً يحتوي على العديد من المعلومات التي يقبل عليها القراء بشغف.

بناء القصص الصحفية في الصحافة الرياضية:

تتميز فنون تحرير الصحافة الرياضية عن غيرها من فنون تحرير الصحافة المتخصصة الأخرى بأنها أقرب أنواع الصحافة إلى الناس، ولذلك يتضمن أسلوب الكتابة الرياضية بعض العبارات العامية الأقرب إلى استيعاب القراء، واستخدام الصور الحية، وتعدد الألوان، والتعليق الحيوي من أبرز معالم الفنون الصحفية التي تجذب إليها القراء، فالقراء في الغالب يكونون قد شاهدوا المباراة في التلفزيون وعرفوا نتائجها، لكنهم عندما يعودون في اليوم التالي لقراءة الصحيفة بدافع معرفة رأي المتخصصين في الرياضة في مجريات المباراة، ورأي الصحيفة المتخصصة بها أيضاً، وكيف كان مستوى التحكيم وهل كان الحكم على حق عندما احتسب لأحد الفريقين ضربة جزاء مثلا، فالقارئ يريد من الصحيفة الرياضية أن تشاركه رأيه أو تبدي رأيها في المباراة وينتظر كذلك للوقوف على رأي المدربين والفنيين واللاعبين وكبار المعلقين.

ومن مظاهر التغطية الإخبارية الرياضية ظهور نوع جديد يحمل صيغة التحليل الإحصائي فنحن نرى في الصحف إحصاءات ونتائج فرق على مر العقود، وسجل بعدد الألعاب والفرق ونتائجها وأخطائها مما يبعث في الكتابة الصحفية الرياضية الحركة، ويدفع القراء إلى متابعتها وانتظار صدورها.

عند كتابة أو إعداد مادة عن لعبة رياضية أو حدث رياضي يأخذ خطوات كتابة القصص الإخبارية نفسها، والفارق الأساسي بين الكتابة الرياضية والكتابات الأخرى في السبق الرياضي الذي يؤكد في المقام الأول على الإجابة عن: من؟ وماذا؟ وتأتي في الغالب في جملة واحدة موجزة إضافة إلى متممات القصة الأخرى، إن تضمن هذه النقاط في القصة الإخبارية يجعلها أكثر كمالاً وهي:

1. **السبق الصحفي الرياضي:** يقدم السبق الصحفي الرياضي عادة الإجابة عن سؤالين: من؟ وكيف؟ في

المقام الأول، وهذا لا يعني أنه لا يقوم بالإجابة عن بقية الأسئلة التقليدية الصحفية. من ماذا، متى أين، كيف لكنه يركز أولاً في الإجابة عن سؤال من التي تتضمن الظروف أو أسماء اللاعبين ثم الإجابة عن سؤال كيف؟ التي تشمل وصفاً مختصراً للمجريات المباراة أو النتيجة التي أدت إليها، ويلاحظ أن الإجابتين هما الأهم في القصة الرياضية لأن الإجابة عن "ماذا عادة هي نوع الرياضة أو اللعبة، والإجابة عن "متى هي موعد عقد المباراة أو الحدث الرياضي، وأين هي المكان الذي وقع فيه الحدث أو المباراة، وهي إجابات لا تحمل قيمة في السبق الصحفي الرياضي، ويلجأ الصحفيون إلى وضع السبق في موجز القصة للتأكيد عليه، ويجب عدم تكرارها في جسم القصة، فإذا نسي القارئ النتيجة يمكنه الرجوع بسهولة إلى السبق أو موجز السبق، مثال ذلك: ايمن حسين يسجل في الشوط الثاني من ركلة جزاء، وفريق الفرات الصاعد من الدرجة الثانية يفشل في تحقيق التعادل، هذا المثال يؤكد أن ايمن حسين وهو لاعب عراقي الذي سجل



- هدف يجيب على سؤال من، وهدفه من ركلة جزاء يجيب عن سؤال كيف، هذا السبق الموزج هو ما يجب التأكيد عليه في السبق الرياضي الصحيح، والنموذج الذي يجب على كتاب الرياضة إتباعه.
2. خلفية نبا السبق الصحفي: في تغطية الأحداث الرياضية والمباريات التي نقلت عبر الراديو أو التلفزيون نموذج آخر يجب التعرف عليه لا سيما والقراء يعلمون مسبقاً النتيجة النهائية للحدث أو المباراة مما يضطر المحررون الرياضيون إلى كتابة سبق يؤكد خلفية النبا الجذب القراء، وهو ما يسمى " اقتباس الغرفة المغلقة"، ومثال ذلك: يكتب المحرر: لو لم تلتو قدم "س" وأسقط الحاجز الخامس لكان أول من يتقلد الذهب الخاص في سباق الحواجز، معلومة السبق هذه تفسر خلفية النبا وليس النبا، فهو يتضمن الإجابة عن من؟ (س) وكيف؟ (التواء القدم وسقوط الحاجز) وبذلك يقدم تفسيراً أعمق من انقل الخام في الإجابة عن من؟ وكيف؟ فقط.
3. الجسر: لا يختلف الجسر في القصص الرياضية عن "تكنيك" استخدامه في القصص الإخبارية الأخرى، فالجسور تمثل الروابط بين عناصر الخبر متعدد المضامين، كما يستفاد منها لأغراض تنسيق المحتوى الذي يطلب تقديمه، وغالباً ما يكون بناء الجسر أكثر أهمية من جسم القصة، والجسر هو نسب المعلومة الموجودة في السبق إلى مصادرها، والتعريف بهوية الأشخاص أو المجموعات التي لم ترد في السبق، وربط القصة بقصة أخرى سابقة أو متوقعة، أو إظهار حقائق ثانوية في القصة مثل انحياز الحكم، أو رمي اللاعبين بالزجاجات الفارغة أو عرض الحقائق الثانوية التي تشرح طريقة أداء اللعبة طق ارتكاب أحد اللاعبين خطأ، ولماذا أوقف الحكم المباراة أو شرح موقع الفريق المفترض فيما إذا كسب المباراة، وما ستؤول إليه إذا خسر اللقاء؟ وما هو عدد الأهداف التي يجب أن يحققها لينتقل إلى الدور الثاني؟ وهكذا.
4. الجسم: يؤخذ جسم القصة الرياضية كوحدة متكامل، وإن قسم إلى أجزاء ينبغي أن يضيف كل جزء إلى سابقه شيئاً جديداً، فليس من الضروري الكتابة عن كل مجرى المباراة إن لم يحدث فيها شيء يستحق الذكر، وليس من ضرورة الاستفاضة في الشرح إن لم يكن هناك شيء يستحق ذلك أيضاً، وعند ذكر أسماء اللاعبين الجدد الذين انضموا إلى اللعبة إن كانوا مؤثرين في سير الأحداث في المباراة، يجب عرض أسمائهم في جسم القصة، وإن لم يحدثوا أي فارق في المباراة يفضل عدم ذكر أسمائهم أو تأجيلها لنهاية القصة، فمن غير المفيد أن يوصف دخولهم وأماكنهم وفرصهم التي لم تسفر عن نتيجة وفي بعض الأحيان عندما يتم اللجوء إلى الشرح ليس من الضروري الكتابة عن كافة التفاصيل، بل يجب التركيز على اللاعبين الأساسيين.
5. المصطلحات الرياضية واختيارها: ينبغي على محرر الرياضة معرفة المصطلحات الرياضية التي يكتب عنها، فإن لم تكون الرياضة شائعة من الحكمة البدئ بقراءة صفحات الرياضة في الصحف الأخرى للاستفادة من خبرة الآخرين في تغطية هذه اللعبة، أما إن كانت الفروق الفردية بين المحررين فيكون للخبرة قيمتها. ولا يعرف الصحفي هذه المصطلحات، بل ينبغي أن تكون في مستوى فهم القارئ العادي فحتى اليوم تستخدم مصطلحات على بعد 20 باردة ووحدة القياس المعتمدة هذه غير معروفة جيداً في



منطقتنا، أو سباق العشرة أميال. فأي ميل معتمد؟ هل هو الميل البحري أم البري؟ مع أن وحدة القياس المعروفة هي بالمتر.

6. الاقتباسات: الاقتباسات تستخدم في قصص الرياضة بنفس الطريقة التي تستخدم فيها في الكتابة الإخبارية، فإذا احتوت القصة الرياضية على اقتباسات من لاعبين أو مدربين أو مديري فنيين، توضع بأمانة وتوضع بين علامتين وتنسب لمصادرها وغالباً ما توضع في المقدمة أو أثناء عرض القصة.

7. التحويل و أفعال الوصف: يستخدم المحرر الرياضي وجهة نظره الشخصية في الحدث الذي شاهده فيصف دفاع أحد الفريقين بالتدهور، وهجوم الآخر بالحماس الزائد، وقدرة أحد الفريقين على اللعب بانسجام وتفاهم، وبراعة المدير الفني في تبديل أحد اللاعبين والإجراءات الصائبة التي اتخذها الحكم حيال مشكلة ما، هذا الرأي في الكتابة الرياضية مكانه مطلع الخبر ومقدمته، لأنه يزيد من فرص قراءة الموضوع، وينصح كتاب الرياضة بإدخال التضخيم والتحويل حتى يتم التأكد من معرفة كل شيء مما يكتب عنه، فمن غير المنطقي أن تبدأ بتضخيم قدرات فريق وتأتي نتيجة المباراة عكس ذلك، وغالباً يستخدم التحويل عند الوصف ويبالغ كتاب الرياضة باستخدام مفردات اللغة التي تعبر عن التضخيم مثل عبارات كشر عن أنيابه، اخرج مخالفه، استنفذ طاقاته، كافح بكل ما عنده، فرط حماسه وما إليها من عبارات، وعند استخدام هذه المفردات يكون مكانها العنوان الرئيس للقصة على الاتسيء إلى الأخلاق الرياضية.

8. الألقاب والمناصب: خلافاً للكتابة العلمية التي تستخدم الاختصارات جرت العادة في الكتابة الرياضية عدم استخدام الرتب خصوصاً في الرياضات العسكرية إن لم يكن لذلك ضرورة، فالكتابة الرياضية لا تستخدم الاختصار بل تكتب الأسماء كاملة، وان أصبح شائعاً يمكن اختصار ما يمكن اختصاره، وما الاكتفاء بذكر الكنية إلا شكل من أشكال الاختصار، وفي كثير من الألعاب يسمى اللاعبون المهرة بالقاب غالباً ما تكون مختصرة ومركزة يفضلون هم أنفسهم استخدامها، ويلجأ محررو الرياضة إلى التأكد من أسماء اللاعبين جيداً للتأكد من عدم ورود خطأ في ذلك، ويجب أن تشمل عنايته أيضاً للنتائج التي حققها الرياضيون أو الفرق في الفوز والخسارة، وعدد النقاط والأهداف، فالخطأ فيها لا يجوز ولا يمكن تبريره.

9. العادات المزعجة: الأصل في المحرر عموماً والرياضة خصوصاً الحياد والموضوعية، وفي بعض الصحف التي تصدرها أو تنشرها الأندية يلجأ كتابها إلى التضخيم واستخدام مفردات قاسية مزعجة للخصم مثل سحق رأس الخصم، أخرجته من الميدان مطأطئ الرأس، كسر أنف... وغيرها من المفردات التي لا ترقى إلى مستوى الأخلاق الرياضية وقواعد الرياضة التي تحتل الفوز والخسارة والتنافس الشريف وينصح كتاب الرياضة غالباً بشد عضلات كتاباتهم من خلال التشبيه والاستعارة على ألا يتعارض ذلك مع القاعدة الحساد والموضوعية.

10. المعلومات الجانبية: يجب على الصحفي الرياضي أن يركز انتباهه على نقاط الجذب الجماهيري الأخرى على هامش اللعبة التي يتم تغطيتها والحديث عنها، فهناك الكثير من المعلومات والبيانات التي تهتم القراء مثل عدد الجمهور الحاضر، عدد الإصابات والإطفاء، المواصلات إلى الملعب وغيرها مما هو خارج اللعبة



- نفسها وغيرها من الأضواء التي تبعث الطمأنينة في نفوس القراء أو تفسر ما جرى وترفع من عدد وشدتها، حالة الفنية للملعب حالة الجو الإجراءات الفنية والأمنية، فرق الإسعاف المتابعين للصحيفة الرياضية.
11. **الخبطة الصحفية:** يختلط السبق الصحفي بالخبطة الصحفية، والخبطة في المفهوم الواسع في أن تقدم للقراء ما يسعون إليه، ويستطيع المحرر تحريك هذه المساعي بخلق الاهتمام في أشياء لم تلفت اهتمام البعض وهي جديرة بالعناية، أو عرض مجموعة من المعلومات النوعية والبيانات الجديدة، وهو ما يطلق عليه الخبطة التي تؤثر في أرقام المبيعات وتضاعف من أعداد القراء الجدد، وترتبط الخبطة بنوع اللعبة الرياضية، فرياضة الرماية غالباً ما يتم الإخبار عنها بصرياً، وعلى الصحف التي تقوم بتغطيتها تقديم صورة للحدث بكامله ومشهد تعليم الميداليات أو كؤوس وشهادات الفوز.
12. **العتبة:** تتطلب العديد من الألعاب والبطولات الرياضية الشعبية عدة شهور لتحديد الفائز مثل كرة القدم أو كرة السلة بما يتيح لمراسلي الألعاب الرياضية متابعة وتسجيل كل ما جرى في خلال يوم أو أسبوع، وتزويد صحفهم بالحقائق والآراء التمييز تقاريرهم عن التقارير المنشورة في وسائل الإعلام الأخرى، ولتحقيق ذلك يأتي مفهوم العتبة والذي يشير إلى حجم الحدث الذي يؤثر في فرصة تغطيته في النشر والوصول إلى القراء، فإن كان الحدث صغيراً قد يمر من دون ملاحظة، بينما تحظى الأحداث التي تستمر لمدة طويلة باهتمام وتغطية صحفية أكبر.
13. **قرب الحدث أو الصلة به:** قرب الحدث من الجمهور المتابع يمكن تمثيله بتقرير عن كرة القدم أو كرة السلة في آسيا له قراء أكثر من تغطية مباراة مصارعة في بريطانيا، أو لعبة إسبانية محلية لقراء المنطقة العربية وهو ما يفسر بالقرب الثقافي أو الصلة، حيث يفترض المعيار الأول بأن القراء يحتاجون للشعور بشعور المجتمع نفسه الذي يحدث فيه الحدث أو شعور متابعي الحدث، بينما تشير الصلة إلى السمة النفسية التي تدفع القراء إلى متابعة الأديان الفردية أو الفرق التي تربطهم بها صلة، تماماً كما يندفع ويتفاعل مشجعو فريقهم الوطني وكيف اندفع آلاف العرب لتشجيع فريق مصر وتونس في بطولة كلين الأمم الأفريقية (جنوب أفريقيا ٢٠٠٩)، وكيف تابع القراء أخبار الفريقين عبر وسائل الإعلام المختلفة لوجود الصلة بين الفريقين والقراء، وقد يكون للصلة وجه آخر يرتبط بلاعب في فريق ماء كحالة المشجعين العرب الفريق فرنسا لأن أحد اللاعبين من أصل عربي زين الدين زيدان الجزائري.
14. **المستبعد أو غير المتوقع:** يبدو الحدث المتوقع طبيعياً ويحظى بفرص نشر أقل من فرص ما هو غير متوقع، ففوز لاعب في إحراز نصر على خصمه سواء كان النصر غير متوقع أو درجة النصر غير متوقعة، كلاهما يرجح أن يحتل اللاعب موقع الصدارة في وسائل الإعلام، كما أن انتصار فريق في أية لعبة رياضية يخطف الأضواء الإعلامية نحو هذا الفريق، ويسمح للصحفيين بكتابة تعليقاتهم حول كلا الفريقين المنتصر والمهزوم، سواء كانت حالة أسف على ما جرى أو رغبة في الانتصار للمستضعف، وتستغرق بعض القصص الرياضية وقتاً أطول للوصول إلى النتيجة، ولكن الصحف الرياضية تواصل متابعة ما يجري، وتعرض لكل مرحلة على حدة، وتغطية أنباء بطولات كرة القدم خير مثال على ذلك :



15. التحليل النقدي: هذا الأسلوب مأخوذ من الصحافة السياسية ووجد له مكاناً مميزاً في الصحافة الرياضية، لكن التحليل يحتاج المساحة أكبر من الخير، حيث يتفاوت حجم الموضوعات الرياضية تبعاً لطبيعة الموضوع ونوع الصحيفة قياسية، أو تصفية ولكن في حال نشر موضوعات من هذا النوع لا بد أن تتضمن الاستفادة والاستشهاد بالعناصر الرئيسية الخمسة المتعارف عليها للتحليل النقدي وهي: الوصف الدليل السياق التعليق التحليل.

الكتابة الصحفية للشؤون الرياضية:

للمحرر الرياضي ان يستخدم في كتابة الشؤون الرياضية فنون الكتابة الصحفية المعروفة من خبر وحديث وتحقيق ومقال، ولكن الصحافة الرياضية تتميز بثلاثة فنون صحفية وهي: فن التقرير الرياضي أو فن وصف المباريات، وفن



التعليق الرياضي وفن عمود (الثرة الرياضية، وسوف نتعرض لكل منها بالتفصيل:

1. فن التقرير الرياضي: التقرير الرياضي فن يهتم بوصف المباريات،

فالمباريات هي محور الحياة الرياضية، لذلك لا بد للمحرر الرياضي وهو في مرحلة اعداد التقرير الرياضي، ان يعمل على الحصول على المعلومات كافة عن الفرق المتنافسة، مثل متى يبدأ اللعب؟ واين؟ وتشكيل كل فريق، وعليه قبل بداية المباراة ان يتأكد عما إذا كان قد حدث تغيير في اللاعبين أو في مواقعهم، حتى يمكنه أن يتابع بعد ذلك المباراة بدقة وسهولة،

والتقرير الرياضي يقوم على التتبع الحرفي لأحداث المباراة، مع التركيز على الوقائع البارزة فيها، ثم تحليل جوانبها المختلفة، وهو يهتم ايضاً بوصف جو المباراة ورد فعل الجمهور تجاه سير اللعب وتجاه النتيجة، والتقرير الرياضي يجب ان يجسد للقارئ روح المباراة حتى تكتسب المعلومات الواردة في التقرير نبضها الحي، فالمعلومات الباردة تقتل التقرير ولا تجذب القارئ إلى تكملة قراءته، والبناء الفني للتقرير الرياضي يقوم على قالب الهرم المعتدل، أي ينقسم على ثلاثة أجزاء: مقدمة وجسم وخاتمة.

أ- مقدمة التقرير: يبحث المحرر الرياضي عن اهم واقعة في المباراة، لكي يجعل منها المدخل الطبيعي للتقرير، وقد تضم المقدمة نتائج المباراة واسم الفريق الفائز وأسماء اللاعبين الذين حققوا الأهداف... مثلاً: سجل يونس محمود كابتن الفريق العراقي هدف الفوز في مرمى قطر في الدقيقة الأخيرة من مباراة أمس، وبذلك كسب العراق كأس الخليج: 2-3.

ب- جسم التقرير: يأتي الوصف الكامل لوقائع المباراة، ولا بد ان يحتوي الجسم على العناصر التالية:

- ✓ عدد أهداف المباراة ونصيب كل فريق منها.
- ✓ كيف حدثت الأهداف.
- ✓ المقارنة بين أداء الفريقين المتنافسين على ان تشمل المقارنة نقاط الضعف والقوة في كل منهما.
- ✓ نجوم المباراة، وهم اللاعبون الذين حققوا الأهداف، أو كان لهم دور مؤثر في تحقيق الأهداف أو في حماية شبكتهم من الأهداف.
- ✓ المناخ الذي جرت فيه المباراة، حار، بارد، ممطر، صحو، وما اثر على سير المباراة أو النتيجة.
- ✓ انفعالات المتفرجين ولاسيما مشجعي الفريقين، وردود أفعالهم تجاه النتيجة.



- ✓ الجو النفسي الذي جرت فيه المباراة، هل هو جو هادئ ام متوتر ام سيطر عليه الانفعال، وهل حدثت تجاوزات من اللاعبين أو المتفرجين (روح المباراة).
- ✓ صراع الدقائق الأخيرة من المباراة، وكيف أنهى كل فريق المباراة.
- ✓ النتائج التي ترتبت على المباراة، وأثرها على مستقبل كل فريق، وعلى المسابقة كلها.
- ✓ المعلومات الخلفية للمباراة، وهل هي المباراة الأولى بين الفريقين أم العاشرة؟ وما نتائج المباريات السابقة بينهما، وغير ذلك من المعلومات التي تلقي الضوء على كل من الفريقين.
- هذه هي العناصر العشر التي يجب ان يتضمنها جسم التقرير الرياضي، وقد يخصص المحرر الرياضي فقرة مستقلة في جسم التقرير لكل عنصر منها، وقد يمزج أكثر من عنصر منها في فقرة واحدة، وهذه امور ترتين بطبيعة المباراة ورؤية المحرر الرياضي لها، ومن الضروري أن يتأكد المحرر الرياضي من ان عدد الأهداف التي ذكرها في جسم التقرير مطابقة لعدد الأهداف التي ذكرها في المقدمة، ومن الضروري ايضا ان يبين الوقت الذي تم فيه كل هدف.
- ج- خاتمة التقرير: يقوم المحرر الرياضي بالتقييم النهائي للمباراة ولأداء اللاعبين والحكام وسلوك المتفرجين، ولا مانع في ان يأخذ هذا التقييم شكل الدرجات التي تمنح لكل من شارك في المباراة، على أساس ان هذه الدرجات تعد تلخيصا سريعا ومباشرا لرأي المحرر الرياضي في المباراة، ويستوعبها القارئ بوضوح.



2. فن التعليق الرياضي: يقوم فن التعليق الرياضي على شرح وتفسير ونقد وتحليل المباريات الرياضية، فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب السلبية والإيجابية في أداء كل فريق من الفرق المتنافسة، اما البناء الفني للتعليق الرياضي فهو يقوم على قالب الهرم المعتدل، فهو يتشابه من هذه الناحية مع فن التقرير الرياضي، وبذلك يضم ثلاثة اجزاء: المقدمة والجسم والخاتمة.



- أ- مقدمة التعليق: يشير الكاتب إلى نتيجة المباراة مذكرا القراء بأهم وقائعها ومن الزاوية التي تتلاءم مع تقييمه لهذه النتيجة، مثل: رغم فوز نادي الجوية على نادي الزوراء ٢/١، الا انه لم يقدم العرض القوي الذي يتناسب مع بطل كأس العراق.
- ب- جسم التعليق الرياضي: يبدأ الكاتب في تحليل المباراة، وقيم طريقة اداء كل فريق، وهل طبق كل منهما طريقة اللعب التي وضعها المدرب، ومدى نجاح كل فريق أو فشله في تطبيق هذه الخطط، ولذلك فمن الضروري ان يتضمن جسم التعليق الرياضي العناصر التالية:
- ✓ تحليل طريقة اللعب عند كل فريق.
 - ✓ تقييم أداء كل فريق.
 - ✓ تقييم أداء أبرز اللاعبين.
 - ✓ تقييم أداء الحكم والمساعدين.
 - ✓ تقييم مستوى المباراة ككل.
- ج- خاتمة التعليق الرياضي: يلخص الكاتب الرياضي وجهة نظره في المباراة، ثم تقديم اقتراحاته العلاج السلبية التي ظهرت في اداء الفريقين المتنافسين، وقد يقدم بعض النصائح للاعبين أو الأندية.



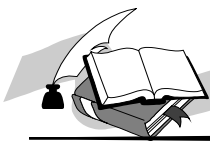


3. فن العمود الرياضي: العمود الرياضي، فن يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة في الشؤون الرياضية المختلفة، وهو في ذلك يختلف عن فن التعليق الرياضي الذي يقوم على النقد العلمي الموضوعي للحدث الرياضي. فالطابع العام لفن التعليق الرياضي هو طابع التقييم الرياضي الموضوعي، أما الطابع العام للعمود الرياضي فهو طابع التعبير الذاتي، ولعل ذلك هو السبب في كون الصحافة الأوروبية تطلق عليه عمود الثرثرة)، اذ يتحدث الكاتب إلى القراء، كما لو كانوا اصدقاء يتجادبون اطراف الحديث، ولذلك فان لهذه الأعمدة شعبية كبيرة لدى قراء الصحف الرياضية، وغالبا ما يجنح هذا العمود إلى

طابع (السخرية) اللازمة من الاندية ومن اللاعبين، وكثيرا ما يتضمن جانبا من الذكريات الرياضية للكاتب، وقد يدور العمود الرياضي حول موضوع واحد، وقد يتضمن أكثر من موضوع على الرغم من مساحته المحدودة، فهو عندئذ أقرب إلى الانطباعات أو التعليقات السريعة، والعمود الرياضي يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب وقرائه لذلك قد يتضمن العمود ردا على بعض رسائل القراء، وقد ينشر جانبا من هذه الرسائل، ولذلك فالصحيفة الرياضية تعطي كاتب العمود الرياضي حرية أكثر من التي تعطى للمحرر الرياضي، فهي اذا كانت تلزم المحرر الرياضي الالتزام بسياسة الصحيفة، فإنها لا تلزم كاتب العمود بالالتزام الدقيق بهذه السياسة، وان كانت لا تسمح له بمعارضتها، والبناء الفني للعمود الرياضي يقوم على قالب الهرم المعتدل، اذا ما تضمن موضوعا واحداً، اما اذا كان مجموعة من الفقرات، كل منها يسجل انطباعاته عن موضوع مختلف، فلا يلزم العمود بهذا القالب. وفي حالة ما اذا كان العمود يدور حول موضوع واحد، فمن الضروري أن يتضمن شأنه في ذلك شأن التقرير الرياضي والتعليق الرياضي - ثلاثة اجزاء المقدمة والجسم والخاتمة.

أ- مقدمة العمود الرياضي: لا بد وان ينطلق الكاتب من زاوية متميزة تجذب القراء ويمهد بها الكاتب الموضوع العمود مثل: الجمهور فعلا هو اللاعب رقم ١٢ الحاسم في لقاء بعد غد بين الميناء والنجف حتى يكتسب الميناء بجدارة تؤهله لاجتياز العقبة قبل الأخيرة في بطولة الدوري العراقي.

ب- جسم العمود الرياضي: يشرح الكاتب فكرته، أو يسجل تفاصيل انطباعاته عن الحدث الرياضي، ولا مانع من ان يذكر جانبا من ذكرياته التي تتعلق بموضوع العمود، وقد يشير الكاتب إلى خطاب بعث به اليه قارئ مهتم بالرياضة، وقد يعلق على رأي سبق نشره في صحيفة أخرى أو على حديث سمعه في جلسة ما أو في برنامج اذاعي أو تليفزيوني، أو تصريح القاه مسؤول رياضي.



ج- خاتمة العمود الرياضي: غالبا ما تكون جملة مؤثرة، أو لفظة ساخرة أو نقدا لاذعا، أو دعوة للقارئ للاهتمام بمسألة معينة، وقد تكون نصيحة إلى لاعب أو ناد رياضي، وقد تكون مجرد انطباع يضاف إلى الانطباعات التي سجلها في جسم العمود.



التغطية الصحفية لشؤون الصحافة النسوية:



ظهرت الصحافة النسوية بصورة مستقلة وأصبح لها كيان ذاتي خاص بها مع تأسيس مجلة "بيت السيدات كرتس" في بداية القرن التاسع عشر التي نشرها وحررها "ادوار بورك" أكبر المحررين في تاريخ المجلات النسوية، وانتشرت المجلات النسوية الأخرى بصورة واسعة في العالم ولاسيما في أمريكا نهاية القرن التاسع عشر، وكانت مجلتنا "إدارة البيت الجيد" و

"رفيق البيت النسوي" من المجلات النسوية المميزة التي ظهرت في الخمسينيات والستينيات من القرن الحالي بعدما مجلة "مساء السبت" في أمريكا وكانت متخصصة بشؤون المرأة كافة.

وفي المدة الواقعة بين عامي 1962م و1971م ازداد عدد المجلات النسوية المتخصصة ووصلت إلى 160 مجلة لتزداد فيما بعد إلى 753 مجلة نسوية متطورة استخدمت المداخل الجديدة من الفنون الصحفية من أجل الرواج الناجح، أما التنشئة الاجتماعية للمرأة سواء أكانت في الأسرة أم في بقية المؤسسات الاجتماعية أم عن طريق وسائل التبليغ الجماهيري فهي تنمي لديها كما تنمي لدى الرجل الشعور بكونها عضوه في جماعة هاشية وتجعلها تتقبل دوراً خاصاً بها لتصبح مميزة عن الرجل، وترتبط صورة المرأة العربية في الصحافة النسوية عبر وسائل الإعلام المختلفة بدورها ومركزها الاجتماعي وبنظام المجتمع ككل إذ ان وسائل الإعلام المختلفة تعد من القنوات المهمة والمسؤولة عن حالة الوعي بين الفئات الاجتماعية المختلفة وتكوين الصورة عنها ولقد ارتبط دور المرأة ومركزها الاجتماعي في الوطن العربي بظروفها ونظمها الاجتماعية والاقتصادية والتاريخية فقد طرحت هذه النظم مجموعة العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية التي تتلاءم مع شكل تقسيم العمل بين الذكور والإناث.



تعريف الصحافة النسوية :



من التعريفات المختلفة للصحافة العامة والصحافة المتخصصة وتحليل نوعية الصحف الجرائد والمجلات النسوية التي تصدر في العالم نجد أن هناك مدخلين لتعريف الصحافة النسوية على أساس صنفين هما:

أولاً: الصحافة النسوية العامة: وتعني النشاط الصحفي الذي يقوم على أساس إصدار الجرائد والمجلات التي توجه إلى جمهور عام يشمل قطاع النساء إلى جانب قطاعات أخرى والتي تتضمن ما يجمع بين المضمون النسوي المتخصص المعالج لقضايا المرأة المختلفة العامة والخاصة والقضايا العامة بهدف تحقيق وظائف الصحافة من إعلام وتفسير وتبسيط وشرح للأحداث المهمة وثقيف وتعليم وتوجيه وغالباً

ما يحررها محررون متخصصون بهذا المجال من العمل الصحفي وتصدر عن دور نشر عامة ومنظمات أو اتحادات ومن أمثلتها "سيدتي" السعودية التي تصدر في لندن باللغة العربية و"حواء المصرية" و"المرأة العراقية".

ثانياً: الصحافة النسوية المتخصصة : وتعني النشاط الصحفي الذي يقوم على أساس إصدار الجرائد والمجلات التي توجه إلى جمهور يتسم بالتجانس هو قطاع النساء وتحمل مضموناً نسوياً متخصصاً يعالج قضايا المرأة



المختلفة الخاصة والعامة بشكل أكثر تحديداً وتخصيصاً عن الصحافة النسوية العامة ويحررها متخصصون بهذا المجال من العمل الصحفي أو تصدر عن دور نشر عامة أو هيئة أو منظمات أو اتحادات تختص بالمرأة ومن أمثلتها (فينوس) المصرية الخاصة بالأزياء و (بوردا) الألمانية التي تصدر بـ 12 طبعة بلغات مختلفة و "Vogue" الفرنسية

و "Woman Show" الأمريكية ومجلة "المرأة العربية" وهي أول دورية نسوية علمية عربية مكرسة لقضايا المرأة والأسرة والطفل والتي تصدر عن الاتحاد النسائي العربي العام في بغداد .

مفهوم الصحافة النسوية :

يتسع مفهوم الصحافة النسوية ليشمل مجالين رئيسيين يأتي المجال الأول على شكل صفحات المرأة في الجرائد اليومية والمجلات العامة والأسبوعية والشهرية فيما يشتمل المجال الثاني على المجلات المتخصصة بالشؤون النسوية سواء أكانت أسبوعية أم شهرية أم فصلية .

وقد عرف المجال الأول في الصحافة النسوية في مدة مبكرة من تاريخ الصحافة إلا ان المجال الثاني ظهر وبشكل واضح بعد نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين في قارتي أوروبا وأمريكا، وقد شهدت الصحافة النسوية نهضة شاملة بإصدار العديد من المجلات المتخصصة، فقد اتسع المجال أمامها مع نجاح حركات تحرير المرأة في بلدان كثيرة واحتلال المرأة مواقع مؤثرة عديدة لاسيما في غرب أوروبا وشرقها وفي الولايات المتحدة الأمريكية والتي



اقترب توزيع بعضها إلى نصف مليون نسخة، وقد دخلت المجالات النسوية في السنوات الأخيرة من هذا القرن في مرحلة تخصص التخصص أي انها وجدت مجلات تتخصص في مجال واحد فقط من مجالات اهتمام المرأة مثل المرأة والموضة أو المرأة والأناقة أو المرأة والمطبخ أو المرأة والمكياج أو المرأة والطفل أو المرأة والديكور أو المرأة والصحة"، وفي المانيا مجلة "البوردا" التي تخصصت بالأزياء لمدة أكثر من 50 عاماً ومجلة "ماري كلير" الفرنسية التي تركز على التجميل والموضة، في حين تتبنى مجلة "ف. ما جازين" الفرنسية الدفاع عن حقوق المرأة وتهتم بمشكلات المرأة العاملة وفي الولايات المتحدة الأمريكية تصدر صحف ومجلات عدة ذات تسميات مختلفة لكنها تعنى بالمرأة مثل صحف "شؤون المجتمع وأسلوب الحياة والناس والمجتمع والثروة والطفل وتنظيم المنزل والديكور والموضات ، وفي الاتحاد السوفيتي الدول الاشتراكية سابقاً تصدر الصحف النسوية المختلفة تحت أسماء مختلفة عن الاتحادات والمنظمات النسوية نذكر منها مجلتي "المرأة و المرأة العاملة"، اما في إنكلترا فنجد اختلافاً من حيث كونها اكثر الدول التي تحدد تعريف صحافتها النسوية على انها "صحافة النسوة" أو "صحافة المرأة"

نشأة الصحافة النسائية في العالم العربي:

كانت مشاركة المرأة العربية مبكرة في الصحافة فقد عرف الوطن العربي السيدة اللبنانية "هند نوفل" " رائدة الصحافة النسائية لأول مرة في عام 1829م حين أصدرت أول مجلة نسائية عربية بالإسكندرية وهي مجلة "الفتاة" وبذلك فتحت الباب للمرأة العربية للعمل الصحفي، ثم تبع هند نوفل سيدات أخريات أصدرن دوريات نسائية حاولت جاهدة دفع المرأة العربية في طريق التقدم والمعرفة.

وتبعت مصر في هذا الميدان دول عربية متعددة، يأتي في مقدمتها لبنان التي كانت في ذلك الوقت جزءاً من بلاد الشام خاضعة للحكم العثماني فكانت أول مجلة نسائية تصدر في لبنان هي مجلة "الحسناء" التي أصدرها "جرجي نقولا باز" عام 1909م، وتتابع الصحافة النسائية العربية فصدر في سوريا وهي ثالث بلد عربي عرف الصحافة النسائية بصور "العروس" عام 1910م كأول صحيفة نسائية، أما البلد العربي الذي عرف الصحافة النسائية بعد ذلك فهو العراق حيث أصدرت "بولينا حسون" مجلة "ليلي" التي صدر العدد الأول منها في الخامس من تشرين الأول عام 1923م ، ومن المغرب العربي كانت تونس الدولة العربية الخامسة من حيث تاريخ إصدار الصحف النسائية، ففي عام 1936م صدرت أول مجلة عن المرأة التونسية هي مجلة "ليلي"، وكانت السودان هي التالية من حيث التسلسل التاريخي للدول العربية التي عرفت الصحف النسائية، ففي عام 1946م صدرت مجلة "بنت الوادي" كأول مجلة للمرأة السودانية أصدرتها "ماري سركسيان"، وعرفت الأردن الصحافة النسائية عام 1950م عندما صدرت بها مجلة "فتاة الغد"، أما باقي الدول العربية فعرفت الصحافة النسائية في فترة متأخرة أي مع بداية الستينيات من القرن العشرين وخاصة دول الخليج والجزيرة العربية التي انتعشت فيها الصحافة مع تدفق عائدات البترول، وقد احتلت الكويت كدولة خليجية المرتبة الأولى التي صدرت فيها مجلة نسائية، وهي مجلة "أسرتي" التي صدر العدد الأول منها في عام 1965م، ثم توالى ظهور مجلات المرأة والأسرة في باقي دول المنطقة.

مضمون الصحافة النسوية:

ويقصد بها محتويات المادة الصحفية التي اختارتها هيئة تحرير الجريدة أو المجلة والتي عن طريقها تعبر عن الأحداث التي صدرت من أجلها والمحددة لسياستها التحريرية أو الوجيهة التي اختارت أتباعها في إجابتها عن سؤالين غاية في الأهمية، هما: ماذا ستنشر؟، وكيف ستنشر؟ ... وعليه فإن المضمون الخاص بالصحافة النسوية سواء أكان منشوراً في مجلة أم جريدة يتحدد بأمور عدة وهي :



1. نوعية القضايا التي تنشرها هذه الصحيفة .
2. الأخبار التي تركز عليها وتبرزها .
3. المشكلات التي تسعى إلى حلها .
4. تقديم المعالجات للقضايا العامة التي تثيرها .
5. القضايا المتخصصة أو الخاصة المراد معالجتها .
6. الحجج التي تستوقفها الصحيفة للبرهنة على الآراء التي تعرضها .
7. الإستمالات التي تستخدمها للإقناع .

التغطية الصحفية للشؤون النسوية :

إن التغطية الصحفية للشؤون النسوية تقوم بتقديم إجابة عن السؤال الآتي: ماذا تريد المرأة أن تقرأ؟



وعلى هذا الأساس يمكن حصر تغطية الشؤون النسوية بالمجالات الآتية:

1. شؤون الموضة والأزياء والأناقة:

إن دور الصحافة النسوية لا يقف عند المتابعة المستمرة لابتكارات بيوت الأزياء العالمية والمحلية فحسب، وإنما يجب أن يمتد إلى حق اختيار التصميمات للقارئات ولا يحق لمحرفة شؤون الموضة أن تفرض الذوق الخاص بها، بل عليها إشراك القارئات في الاختيار ويتم ذلك عن طريق استطلاع رأي القارئات باستمرار

في هذه الموضوعات وذلك بالاستعانة بريد القراء أو استمارة الاستبيان التي ترفق بالصحيفة، والصحافة النسوية تستطيع أن تقدم للقارئات العديد من الخدمات في إرشاد المرأة مثلاً إلى كيفية خياطة الأزياء بنفسها وترشدها إلى أصلح الأقمشة وبالأسعار التي تناسبها، ومحرفة شؤون الموضة والأزياء والأناقة يجب أن تكون ملمة بأمور عدة منها:

- ✓ أن تكون على ثقافة واسعة ولاسيما الثقافة النفسية .
- ✓ أن تكون على اطلاع بعادات وتقاليد الشعوب .
- ✓ أن تكون على دراية كافية بمخاطبة النساء بالمستويات كافة .
- ✓ أن تكون قادرة على وضع قارئاتها في توافق مع الحياة العصرية .
- ✓ يفضل أن تكون حاصلة على دبلوم أو كورسات فنون تطبيقية.

2. شؤون التجميل:

إن الصحافة النسوية تستطيع أن تساعد المرأة على اكتشاف المكياج المناسب لشخصيتها ولبشرتها ولعمرها، ومحرفة شؤون التجميل تعلم جيداً أن المرأة تقضي وقتاً أمام المرأة وعليها أن تزرع الثقة في شخصيتها على أنها جميلة الأمر الذي يضطرها المحرفة إلى الاستعانة بخبراء التجميل ودور المحرفة هنا يتحول إلى خبيرة تجميل مناسبة لكل قارئة .





3. شؤون الطعام والمطبخ:

يجب أن لا تقف التغطية الصحفية لشؤون الطعام والمطبخ في الصحافة النسوية عند مجرد إرشاد المرأة إلى كيفية طهو بعض الأطعمة والأكلات، وإنما يجب أن تساعد المرأة في اختيار أقل الأطعمة تكلفة وأكثرها فائدة للجسم وكذلك متابعة أسعار الأطعمة ومهاجمة ارتفاع الأسعار ومطالبة الجهات المسؤولة بمراقبة الأسعار، والمطبخ لا يعني مكان إعداد الطعام والطهو وإنما يعني في الوقت نفسه أدوات إعداد الأطعمة والتكنولوجيا المنزلية، والصحافة النسوية هنا مطالبة بمتابعة هذه المبتكرات وأن تعرف المرأة عليها وترشدها إلى كيفية استخدامها والإفادة منها.

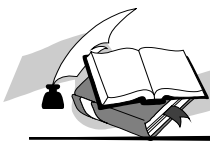
4. شؤون الأثاث والديكور:

في أكثر المجتمعات تختار المرأة أثاثها عند الزواج وهي التي تقوم بتحديدته وترتيبه وتنظيفه وإن إضافة اللمسات الشخصية ضرورة حتمية عند الاختيار لاختلاف الأذواق، والصحافة النسوية هنا تقوم بتقديم الخدمات والتسهيلات كافة للمرأة من تقديم مهندسين وخبراء ديكور فضلاً عن الإرشاد إلى مكان تواجد الأثاث المناسبة.

5. شؤون الزواج وعلاقة الرجل بالمرأة:

الزواج حلم المرأة الأبدي وتختلف نظرة الزواج في المجتمعات الصناعية المتقدمة عن غيرها ويظل الزواج وعلاقة المرأة بالرجل الموضوع المفضل عند المرأة القارئة، والصحافة النسوية لا بد أن تقوم بعرض المشكلات التي توجه هذه العلاقة بهدف إقامة جسر من التفاهم بين الطرفين ومن الخطأ تجاهل شؤون الرجل في الصحافة النسوية فأرقام التوزيع تؤكد أن نسبة لا يستهان بها من الرجال تقرأ الصحافة النسوية وعلى سبيل المثال أن نسبة 23% من قراء مجلة "ماري فرانس" من الرجال وكذلك تخصص "الشرقية العربية" جزءاً مستقلاً من صفحاتها للرجل تحت اسم الشرقي.

والرجل يقرأ الصحافة النسوية من أجل مزيد من الفهم للمرأة، والصحافة النسوية لا بد أن تساعد الرجل في فهم المرأة وفهم ظروفها لأن ذلك يحل الكثير من مشكلاتها، وموقف الصحافة النسوية من الرجل يختلف بحسب سياسة كل صحيفة فهناك صحف تنطلق من النظر إلى الرجل بعده خصماً تاريخياً، وأخرى تعده شريكاً للمرأة فهي تخاطبه بهدف كسبه إلى جانب حقوق المرأة، وهناك نوع ثالث من الصحف النسوية يعتقد أن المشكلات بين الرجل والمرأة في المجتمعات الصناعية المتطورة قد حلت وإن وظيفة الصحافة النسوية في المجتمعات تكمن في تقديم الخدمات الصحفية التي تساعد المرأة على الاستمتاع بحياتها.



وفي هذا المجال ترى أستاذة الصحافة المتخصصة في كلية الاعلام بجامعة بغداد "شكرية السراج" أن يكون المسؤول المحرر في هذا الباب محرر ومحركة حتى يكون هناك حياد واضح لكثير من المشكلات المعروضة فضلاً عن تعزيز الثقة لدى المرأة والرجل في الموضوع المطروح وحله من جهة أخرى، هذا أولاً وثانياً أن يكونا على درجة عالية من الإلمام بالعلوم النفسية والتربوية التي تساعدتهما في طرح الموضوع من زاوية واضحة تصحبه وسائل الإقناع المباشرة وغير المباشرة.

6. شؤون المرأة العاملة :



فرض دخول المرأة لميدان العمل على الصحافة النسوية مسؤوليات جديدة فمطلوب منها أن تشجع المرأة على ارتياد مجالات عمل جديدة كانت من قبل حكراً على الرجل وعلّمها أن تبرهن أن دخولها ميدان العمل لم يكن خطأ عن طريق تقديمها نماذج ناجحة من النساء العاملات، وعلى المرأة العاملة أن تتحمل مسؤولياتي " الأسرة" و" العمل".

الكتابة الصحفية في الشؤون النسوية :

تخضع الكتابة الصحفية في الشؤون النسوية لأمرين أساسيين هما:

الأمر الأول: إن الصحافة النسوية غالبية قارئاتها ينتمين إلى الطبقة المتوسطة أي متوسطي التعليم والثقافة الأمر الذي يفرض على الصحافة النسوية الالتزام بثلاث صفات هي: الأسلوب البسيط والتعبير الواضح والعرض المباشر للأخبار والمعلومات والآراء والأفكار، وهذا يعني إن الصحافة النسوية يمكنها استخدام فنون التحرير الصحفي كافة التي تستعملها الصحافة العامة من الخبر الصحفي والحديث والتحقيق والتقرير والمقال شرط أن تلتزم بالصفات المذكورة أعلاه .

الأمر الثاني: تركز الصحافة النسوية على اهتمامات المرأة الخاصة مثل : شؤون المنزل والأناقة والموضة وشؤون الحب والزواج ومشكلات المرأة بشكل عام، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن الصحافة النسوية يغلب عليها طابع صحافة الخدمات فهي تقدم للقارئات أحدث الأطعمة وطرائق طهوها وأحدث الموضات في الأزياء والمكياج وأحدث العطور والأثاث والديكور وغيرها من الخدمات النسوية وهذا يعني إن خصوصية الشؤون النسوية وتميزها بطابع الخدمات يتطلب منها الاستعانة بفنون صحفية مميزة في الكتابة الصحفية، وعليه فهناك ثلاثة فنون صحفية تنفرد بها الكتابة الصحفية النسوية وهي:

1. تقرير المادة المدعمة بالصورة:

يقوم البناء الفني لهذا التقرير على قالب الهرم المقلوب، وهو القالب الذي يضم مقدمة وجسماً فقط بحيث تشمل العناصر الرئيسية للحدث، أما جسم التقرير فيشمل تفاصيل الحدث ويتميز بأن مقدمته تشمل تفاصيل الحدث في حين أن الجسم شمل الصور المصاحبة له وذلك على النحو التالي:

أ- مقدمة التقرير: ويحتوي على (مكان وقوع الحدث، وزمان وقوعه وكيفية وقوعه، والأشخاص الذين يرتبطون به، والظروف المحيطة بالحدث) وهذا الجزء يكتب مستقلاً عن الصور المصاحبة



له، وفي الغالب فان مقدمة التقرير تجيب عن التساؤلات الستة للخبر وهي "من ومتى وأين ولماذا وماذا وكيف".

ب- **جسم التقرير:** ويقتصر على الصور المصاحبة للتقرير ويجب أن تقدم الصور التفاصيل الدقيقة للحدث بحيث تختص كل صورة بشرح جانب من التفاصيل وهذا النوع من التقارير الصحفية يستخدم في الموضوعات المتعلقة بعروض الأزياء أو أدوات التجميل أو الأثاث أو الديكور وكما موضح في الشكل الاتي:



2. تقرير الصور المتتابعة:

يقوم البناء الفني لتقرير الصور المتتابعة على قالب المستطيلات المتساوية فهو يتكون من جسم فقط ولا توجد فيه مقدمة، ذلك أن عنوان التقرير يؤدي دور العنوان والمقدمة معاً ويضم التقرير صوراً عدة متتابعة بحيث تختص كل صورة بجانب من جوانب الحدث ويقوم كلام الصور بدور الشرح والتفسير لأبعاد الصورة ودلالاتها ويستخدم هذا التقرير في كتابة الشؤون الخاصة بعروض الأزياء وأدوات المكياج أو التسريحات الجديدة وغيرها من الشؤون النسوية وكما موضح في الشكل الاتي:



3. التقرير المباشر للخدمات النسوية:



إن التقرير المباشر يلبي احتياجات الصحافة النسوية وبعدها صحافة خدمات وهو يقوم على تقديم الإرشادات والنصائح المباشرة للقارئة في مجالات اهتماماتها المختلفة ويقوم البناء الفني للتقرير المباشر على قالب الهرم المعتدل ويضم ثلاثة أجزاء مقدمة وجسم وخاتمة.

أ- مقدمة التقرير المباشر: ويقتصر على إبراز الهدف الرئيس للتقرير بحيث يجذب انتباه القارئة إلى أهمية الخدمة التي يقدمها التقرير مثال على ذلك هل تغسلين شعرك بطريقة صحية؟ وهل تعرفين نوع شعرك؟ وهل هو من النوع الدهني أو الجاف؟

ب- جسم التقرير المباشر: ويضم عدداً من الفقرات كل منها تعالج فكرة معينة وتشرح جانباً من الموضوع وهذه الجوانب تشمل العناصر الآتية:

✓ المعلومات الجديدة عن الموضوع.

✓ المعلومات الخلفية للموضوع.

✓ عرض الزوايا المختلفة للموضوع.

✓ الإرشادات المباشرة المتعلقة بالموضوع.

ج- خاتمة التقرير المباشر: وتضم ثلاثة عناصر هي:

✓ تلخيص الهدف الرئيس للموضوع.

✓ التركيز على إبراز جانب واحد من الموضوع يعتقد انه له أهمية أكبر من غيره.

✓ دعوة القارئة إلى اتباع سلوك معين يتناسب والحقائق الجديدة التي يعرضها

الموضوع. وكما مبين في الشكل الآتي:





الأخبار النسوية:

هي غير الأخبار الاجتماعية وغير أخبار المجتمع وإن كانت الأخيرة قريبة الشبه إلى الحد الذي تكاد تختلط به، إذ إن قسماً كبيراً من أخبار المجتمع يعد في الوقت نفسه من الأخبار النسوية لاسيما تلك التي تتصل بعروض الأزياء والتسريحات ومعارض الجمعيات الخيرية النسوية وأخبارها العامة وبما أن المرأة نصف المجتمع فإن أخبار المجتمع ليست كلها بالضرورة من الأخبار النسوية كما أن الأخبار النسوية ليست كلها عروض أزياء وتسريحات ومعارض وجمعيات خيرية وإنما هناك ميدان كبير وامتسع لمثل هذه الأفكار والتي تشمل ما سبق الحديث عنه في الأخبار الاجتماعية بشكل عام وهذه الميادين كلها أخبار النساء الشهيرات في مجالات الشهرة المختلفة كالوزيرات والمديرات وأعضاء المجلس البرلماني والأديبات والصحفيات والطبيبات والأمهات المثاليات.

وتتضمن الأخبار النسوية أخبار الصحة المتعلقة بالمرأة في أوقات الحمل والرضاعة والأخبار التي تتصل بالأجهزة المنزلية التي تعيق المرأة في مجال عملها فضلاً عن الكتب الجديدة الصادرة في مجال الأمومة والاحتفالات، وإذا كان بعضهم يجد أن محررة شؤون المرأة كان وجودها نادر منذ 50 عاماً كطبيبة النساء وإن كانت هذه الندرة قد عرفت الصحافة المصرية أيضاً حتى أن بعض المحررين الجدد يكلفون بترجمة وإعداد كتابه عن الأخبار النسوية للصحف اليومية والمجلات بالقياس لما لهذه المادة من أهمية فإن بعض الدول القريبة ماتزال الصحافة النسوية فيها تمثل عملة نادرة.

وعلى الرغم من ذلك فإن التطور نفسه سوف يفرض وجود هذا النوع من الصحافة وفي ميادين جمع الأخبار تماماً كما حدث في مصر على يد المولدة الحبشية الأصل "نرهان" والتي كانت تقوم بتحرير باب متخصص عن صحة المرأة بصفتها متخرجة من مدرسة القابلات وذلك في مجلة "يعسوب الطب" التي صدرت عام 1865م وكانت أول الصحفيات المتخصصة في آن واحد.

شهدت الصحافة النسوية في العالم نهضة شاملة وسريعة عقب نهاية الحرب العالمية الثانية، إذ اتسع المجال أمام المجلات والجرائد النسائية مع نجاح حركات تحرير المرأة في بلدان كثيرة واحتلال المرأة مواقع مؤثرة لاسيما في غرب أوروبا وشرقها ففي الولايات المتحدة الأمريكية بلغ عدد المجلات النسائية في بداية القرن التاسع عشر ولحد الآن 753 مجلة من بينها 60 مجلة توزع أكثر من مئة الف نسخة، وفي فرنسا توجد 40 مجلة نسائية متخصصة توزع بواقع نصف مليون نسخة، وهذا يؤكد وعلى مر تاريخ الإنسانية أن المرأة شكلت وضعباً استثنائياً داخل المجتمع عن طريق علاقاتها بالرجل ودورها المؤثر اجتماعياً واقتصادياً، وإذا كان المجتمع العربي قبل الإسلام قد عرف سلوكاً مهيناً للمرأة إلا أنه في ظل الإسلام سنت التغييرات الجذرية فيه وقد انعكس هذا التغيير في مجموعة التقنيات التي جاءت في القرآن الكريم وفي الأحاديث النبوية واجتهادات الفقهاء وإن المرأة بعد ظهور الإسلام لم تعد مكانتها مثلما كانت عليه مع بدايته وبالتأكيد فأن السبب في ذلك لا يعود للرسالة الإسلامية وما احتوته من قيم ومبادئ وإنما يعود إلى التطبيقات والتأويلات والآيات القرآنية وللأحاديث النبوية، كذلك فإن تزايد الدور الإنتاجي للمرأة في المجتمع الحديث، يضيف كل يوم مجالاً جديداً للتغطية الصحفية النسوية.

صورة المرأة في الصحافة:



التغطية الصحفية لشؤون الصحافة الفنية:

يشتمل مفهوم الصحافة الفنية على صفحات الفن في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية، فضلا عن المجلات المتخصصة في الفنون سواء أكانت أسبوعية أم نصف شهرية أم شهرية، ولا يتسع المفهوم للمجلات العلمية المتخصصة في الفنون، لأن مادة هذه المجلات أقرب إلى البحوث والدراسات الأكاديمية منها إلى فنون الكتابة الصحفية، وتشتمل مجالات التغطية الصحفية في الصحافة الفنية على العديد من الأنشطة الفنية يمكن ان نحصرها في المجالات التالية:

1. النشاط السينمائي بعناصره كلها من ممثلين ومخرجين ومصورين ومنتجين وفنيين وغيرهم.
 2. النشاط المسرحي بما يحويه من مؤلفين ومخرجين وفنيين.
 3. النشاط الإذاعي والتلفزيوني، ولاسيما ما يتعلق منه بالتمثيلات والمسلسلات وبرامج المنوعات.
 4. النشاط الغنائي بأركانه الثلاثة "المؤلف والملحن والمطرب".
 5. النشاط الموسيقي.
 6. الفنون التشكيلية بما تتضمنه من نشاطات خاصة بالرسم أو النحت أو التصوير.
- يختلف اهتمام الصحافة الفنية بالفنون حسب درجة شعبيتها ومدى إقبال الجمهور عليها، فهناك فنون أكثر شعبية مثل الأغاني والسينما والتلفزيون، وهناك فنون متوسطة الشعبية مثل المسرح والموسيقى، وهناك



أقل شعبية مثل الباليه أو الفنون التشكيلية. ويلاحظ بشكل عام ان الصحف الشعبية تهتم بالفنون ذات الاهتمام الجماهيري الواسع في حين تحرص الصحف المحافظة على توجيه بعض الاهتمام -إلى الفنون الراقية، ويختلف أسلوب التغطية الصحفية للشؤون الفنية حسب طبيعة النظام السياسي والاجتماعي القائم في البلد الذي تصدر فيه الصحيفة ففي المجتمعات الليبرالية يتم التركيز على المبادرات الفنية الفرقة اذ تهتم الصحافة الفنية بالشخصيات المبدعة أكثر من اهتمامها بالعمل الإبداعي ذاته، والصحافة الليبرالية هي صحافة مجوم أكثر من كونها صحافة فنون، اما في المجتمعات الاشتراكية فيتم التركيز على الإبداعات الجماعية فينصل الاعتماد على العمل الإبداعي اكثر من الاهتمام بالفنان الذي ابدع في العمل.

مصادر التغطية الصحفية للشؤون الفنية:

يلاحظ ان المصادر الرئيسية للصحافة الفنية في المجتمعات الليبرالية تتشكل من كبار النجوم في السينما والمسرح والأغاني وفي الراديو والتلفزيون، في حين تشكل المؤسسات الفنية العامة المصدر الرئيس للصحافة الفنية في المجتمعات الاشتراكية، وبشكل عام فان مصادر التغطية



الصحفية للشؤون الفنية يمكن إجمالها في المصادر الآتية:

1. نجوم الغناء والسينما والمسرح والتلفزيون: ومفهوم "النجم" لا يقتصر فقط على المطربين أو



- الممثلين، وانما يتسع ليشمل في كثير من الأحيان كبار الملحنين والمؤلفين في الغناء، وكبار المخرجين في السينما والمسرح- والتلفزيون، وقد يشمل في بعض الحالات بعض الفنيين مثل المصورين أو المنتجين.
2. الهيئات والمؤسسات العامة في مجالات النشاط الفني: مثل وزارات الثقافة والإعلام في الدول التي توجد فيها هذه الوزارات، مثل مؤسسات وهيئات-السينما والمسرح والإذاعة والتلفزيون، وشركات الإنتاج الفني العامة أو الخاصة.
3. أماكن الإنتاج الفني: مثل بلاتوهات السينما واستوديوهات الإذاعة والتلفزيون، حيث يتم تسجيل أو تصوير الاعمال الفنية سواء كانت أغاني أو أفلام أو مسلسلات أو تمثيلات.
4. دور عرض الإنتاج الفني: مثل دور السينما والمسارح والحفلات الغنائية. والمعارض الفنية والمتاحف والمهرجانات الفنية المحلية والدولية.
- أنواع التغطية الصحفية للشؤون الفنية:**

هناك ثلاثة أنواع من التغطية الصحفية للشؤون الفنية وهي:

1. التغطية الإخبارية: تقوم هذه التغطية على متابعة الأحداث الفنية، سواء ما تعلق منها بالإنتاج الإبداعي أو بالأحداث الشخصية للفنان، ويغلب على هذه التغطية الطابع التمهيدي، ويحتل عنصر "الشهرة" المتحقق فيها مكاناً متقدماً في أولويات القيم الخيرية عند النشر.
2. التغطية التحليلية: تقوم على عرض القضايا الفنية وشرح وتفسير الاعمال الفنية للكشف عن ابعادها ودلالاتها السياسية أو الاجتماعية أو الفكرية أو الفنية، وهي ترمي إلى مساعدة القارئ على فهم العمل الفني واستيعاب مغزاه، ويغلب عليها الطابع التسجيلي، وغالباً ما تأخذ شكل الحديث الصحفي أو التحقيق الصحفي، وان كان فن التقرير هو أقدر فنون الكتابة الصحفية على أداء هذه الوظيفة.
3. التغطية التقييمية: وتقوم على نقد الاعمال الفنية والكشف عن العناصر السلبية والإيجابية في هذه الاعمال، وذلك بهدف إرشاد القارئ ومعاونته في اختيار الاعمال الفنية المناسبة للسمع أو المشاهدة، ويعد المقال النقدي أصلح فنون الكتابة الصحفية لأداء هذه الوظيفة.

عناصر التغطية الصحفية للشؤون الفنية:

توجد أربعة عناصر رئيسة للتغطية الصحفية الفنية وهي:

1. **المساهمون في العمل الفني:** لا بد من الإشارة إلى العناصر البشرية التي ساهمت في إبداع العمل الفني وإخراجه إلى الجمهور، وعنصر الشهرة هنا يؤدي دوراً كبيراً فكلما ازدادت شهرة الشخصيات المساهمة في العمل الفني، ازدادت أهمية هذا العمل، ومن ثم ازدادت أهمية التغطية الصحفية له، فالأسماء الكبيرة تصنع الأخبار المهمة، والقراء بطبيعتهم يميلون إلى تتبع أخبار اللامعين من نجوم الفن، ولكن هذا لا يعني تجاهل غير المشهورين، فعلى الصحافة الفنية التزام غير مكتوب بدعم أصحاب الموهبة ولو كانوا من الناشئين أو غير اللامعين.



2. مضمون العمل الفني: إن التغطية الصحفية لا بد ان تشمل موضوع العمل الفني وفكرته ومغزاه وأبعاده، حتى يستطيع القارئ أن يفهم العمل وان يستوعب أبعاده مع ضرورة التركيز على الأفكار الجديدة التي يطرحها العمل الفني.
3. شكل العمل الفني: يقصد بشكل العمل الفني الأساليب الفنية التي يقوم بها العمل. وهل هي أساليب ملائمة لمضمون العمل والجمهور المتلقي؟
4. موقف الجمهور: إن التغطية الصحفية مطالبة بوصف رد فعل الجمهور المتلقي للعمل الفني ومدى إقبال أو انصراف الجمهور عن هذا العمل. وأسباب ذلك.

التكوين المهني للمحرر الفني:

يختلف التكوين المهني للمحرر الفني عن تكوين محرر الشؤون الخارجية فاذا كان المحرر الخارجي مطالب بان يجيد الكتابة في أكثر من مجال، وان يجيد استخدام فنون الكتابة الصحفية المختلفة، فان المحرر الفني لا بد أن يتخصص في مجال فني واحد، وان يمارس فنونا محددة من الكتابة الصحفية، ذلك ان العمل في القسم الفني في الجريدة اليومية أو المحلية الأسبوعية العامة يجري كما لو كان نموذجا مصغرا للصحيفة نفسها، فداخل الأقسام الفنية هناك من تقتصر مهمته على الحصول على الأخبار فقط، ثم هناك من يجرون الاحاديث الصحفية والتحقيقات الصحفية والتقارير الصحفية فقط، ثم هناك النقاد الذين تقتصر مهمتهم على المتابعة النقدية للإنتاج الفني، وكل فئة من هؤلاء المحررين تتطلب إعدادا مهنيا مختلفا عن الأخرى وقد جرت التقاليد الصحفية في الصحف الغربية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أو ربا على ان يبدأ المحرر الفني الناشئ عمله بالحصول على الأخبار، ويمكن بعد سنوات عدة ان يسمح له بإجراء وإعداد التحقيقات والتقارير الصحفية الفنية، ولكن لا يسمح له بأي حال من الأحوال بممارسة النقد الفني إلا اذا كان قد حصل على تأهيل علمي يؤهله لكتابة النقد الفني، وغالبا ما يوجه المحرر الفني الذي يملك اهتمامات نقدية إلى الحصول على دراسات في الفن الذي يريد أن يمارس النقد فيه، فضلا عن التأكد من صلاحية أدوات التعبير الفني لديه لكتابة النقد الفني.

ويلاحظ ان ضعف التكوين المهني للنقاد الفني في كثير من الصحف التي تصدر في دول العالم الثالث، تنتج عنه العديد من الظواهر السلبية مثل غلبة المجاملات على النقد الفني وغياب التقييم الموضوعي للأعمال الفنية وللفنانين مما أفقد النقد الفني مصداقيته فلم يعد مرشداً للقارئ في اختيار الاعمال الفنية أو المشاهدة، وأصبح من المؤلف ان نشاهد إقبالا جماهيرياً واسعاً على أعمال يرفضها النقاد أو انصراف الجمهور عن أعمال فنية يمتدحها النقاد.

الكتابة الصحفية للشؤون الفنية:

من أهم فنون الكتابة الصحفية المستخدمة في مجال الشؤون الفنية هي:

1. القصة الفنية الخبرية: وهي أكثر الفنون الصحفية ملائمة للأنشطة الفنية لان النسبة الغالبة من الأحداث الفنية تنتمي إلى الخبر البسيط الذي يقوم على وصف واقعة واحدة. ويقوم بناء الخبر الفني عن طريق القصة الخبرية على قالب الهرم المعتدل الذي يتكون من مقدمة تمثل مدخلاً للخبر، والجسم الذي يضم تفاصيل الخبر ثم الخاتمة وهي أكثر أجزاء الخبر جاذبية للقارئ.



2. الحديث الفني: ويركز على شخصية الفنان والمعلومات المتعلقة بعمله وحياته بعيداً عن العمل، وأراءه في بعض القضايا الفنية وغيرها، والقالب الفني الغالب على كتابة الحديث الفني هو قالب الهرم المعتدل الذي يضم مقدمة نصف شخصية الفنان أو روح الحوار أو مكانة وانطباعات المحرر عن الشخصية ويضم تفاصيل الحوار، أما الخاتمة فتضم الانطباعات النهائية عن شخصية الفنان وكما موضح بالشكل الآتي:



3. التقرير الفني: وهو من أكثر الأشكال الفنية استخداماً في الصحافة الفنية ويشمل:

أ- التقرير الفني الحي والذي يستخدم في تغطية الحفلات والمهرجانات والمعارض الفنية وعروض الأفلام والمسرحيات ويعتمد على قالب الهرم المعتدل اذ تحتوي المقدمة على جانباً متميزاً من الحدث الفني، وتأتي تفاصيل الحدث في جسم التقرير ثم انطباعات المحرر في خاتمته وكما موضح في الشكل الآتي:



ب- تقرير عرض الشخصيات الفنية، ويستخدم في تقديم الملامح الدقيقة لشخصية فنية معينة، عن طريق تحليل الشخصية بأبعادها المختلفة ويقوم بناء تقرير على عرض

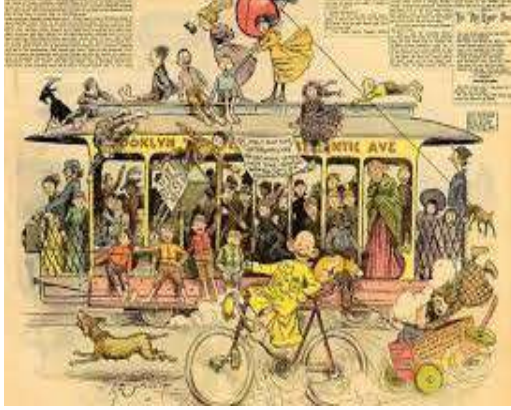


الشخصيات الفنية بـقالب الهرم المعتدل اذ تصف المقدمة جانباً بارزاً من الشخصية ويحتوي الجسم على باقي الملامح ويأتي رأي المحرر في الشخصية في خاتمة التقرير وكما

صحف الإثارة والصحف الصفراء:



يعبر مصطلح الصحافة الصفراء عن صحافة الإثارة والفضائح، ساعد على نشوئها الناشر والصحفي "وليم راندولف هيرست" وقد كانت له في كل ناحية من نواحي الولايات المتحدة الأمريكية صحيفة أو مجلة وقد انتهج في نشر الأخبار نهجا مثيراً، فأظهر الفضائح والجرائم مما ساعد على نشوء ما يعرف بالصحافة الصفراء، وقد درج



مصطلح "الصحافة الصفراء" على تلك الكتب القديمة عديمة النفع والقيمة التي اكل الدهر عليها وشرب، واصفرت أوراقها وتقادمت معلوماتها، ولم تعد ذات صلة بالحاضر، وهذا هو المعنى المقصود بالصاق هذا اللون وإضافته الى الصحافة او الكتب ليكون مجازا يفيد القدر والدم، وقد سُميت بالصفراء لأنها كانت تُطبع على أوراق صفراء وكانت هذه الأوراق رخيصة الثمن، وتساعد على طبع كميات أكثر،

وكان شعار هذه الصحف "أكذب أكثر تبيع أكثر" فالجودة تكون قليلة، لكن المبيعات تكون أعلى بكثير لأن الأغلبية يبحث عن "الفضائح" وهذا ما كانت تختص به هذه الصحف الصفراء التي تهدف بالدرجة الأولى إلى جمع الربح، وعلى هذا فهي مضطرة إلى تغيير طبيعة الأخبار والاعتماد على الإثارة والضجيج الإعلامي.

إذن في صحافة تفتقر الى المصداقية، والدقة، وتميل الى التهويل والتهويل والمبالغة، وتعتمد على الإشاعات او الأخبار الكاذبة او المحرفة او المصنوعة وهذا ما يفقدها ثقة القارئ بها، ويجعلها مجرد أوراق صفراء، لا يطمئن لها أحد ولا يكثر بما فيها من مضامين، وقد يكون هذا الوصف عاما أو مطابقا لأكثر ما تحمله مثل تلك الصحف والأوراق، وليس كلها.

والصحافة الصفراء قد تكون دورية يومية أو أسبوعية أو شهرية، مثلما انها قد تكون واسعة الانتشار وذائعة الصيت، شديدة الأثر او على عكس ذلك مغمورة قليلة الانتشار، ضعيفة التوزيع، وذات أثر محدود، ان لم يكن معدوما، ناهيك عما يمكن ان تصدر تحته من أسماء وعناوين لا تمت الى حقيقتها بصلة.

وينطبق ذلك على نوع من الصحافة التي استثمرت الفوضى الخلاقة التي رافقت ما يسمى بالربيع العربي في البلاد العربية، خصوصا تلك الصحف التي تشكل لسان حال "مؤامرات تحاك تحت جناح الظلام" او تتلقى المال الحرام على ما تنشره وتوزعه وتبثه من أكاذيب وسموم تهدم ولا تبني، تفرق، تمزق ولا تجمع ولا توحد، وأصبحت وسيلة تروي للفوضى الخلاقة وأمثلتها كثيرة، وهي واضحة للعيان ولا تخفى على أحد وخصوصا على النبهاء والأذكياء، من القراء والمتابعين الذين لا يختلط عليهم اللون الأبيض باللون الأسود، ولا النقي بالمغشوش.

وارتبطت الصحف الصفراء بالفضائح والإشاعات ونشر الغسيل للمشاهير من الفنانين واللاعبين والطبقة الراقية، وهي نوع من الصحف التي تهتم بنشر أخبار الجريمة والعنف والجنس والإثارة والكذب والخداع، وتهدف الى شد الجمهور من خلال الأخبار السريعة الخفيفة وأحيانا كثيرة دونما نظر لخطورة تأثيرها على وجدان الأمة ونفسية الجماهير والصحافة الصفراء تعتاش وتسترزق على أخبار و فضائح المجتمع و الفنانين و المواضيع الجنسية و مواضيع السحر و الشعوذة و قشور الدين، و الكثير من المعلومات التافهة والخاطئة، القائمة على الابتزاز وفبركة بعض الأخبار والوقائع والمبالغة والتهويل، وأغلب المواد الإعلامية - إن كان بالإمكان إطلاق هذه



التسمية عليها - المنشورة في هذه الصحف تكون مسروقة و مأخوذة من وسائل إعلام أخرى و في الغالب من مواقع شبكة الأنترنت، وهي ترتبط بمجمل الممارسات القائمة على أساس الابتزاز في العمل الصحفي، واختلاق القصص المثيرة، والمبالغة المسيئة، وتحريف الكلام عن مواضعه بقصد الإثارة، وإن كان على حساب الغير، وادعاء العلم بالأشياء، ومحاولة تشويه صورة الآخرين، والترويج للأكاذيب والخرافات، وهذا النوع من الصحافة موجود في معظم البلدان.

وبغض النظر عن التأثير في اتجاهات القارئ، فإن الهدف الرئيسي من الصحف الصفراء التي تتناول أسرار



السياسيين والفنانين ورجال الأعمال وقضايا أخرى، يتمثل في الاستفادة المالية ولديمومة استمرار الصحيفة. ولأن الإنسان في المبدأ كثير الحشرية، وفضولي الطبع ويريد أن يعرف تفاصيل الأخبار والأحداث ويريد أن يعرف الأمور الخاصة عند الآخر، تجده يتابع هذا النوع من الصحافة، ولكن؛ هل صحيح إنه عندما تصبح الصحيفة، صحيفة تشهير وعندما تصبح صحيفة سباب، أو بتحديد أكثر صحيفة ابتزاز، تخرج عن صحافة الدقة وصحافة تقصي الخبر؟... والإجابة على هذا السؤال تكمن في انه ينبغي أن ندرك أن مفهوم الصحافة الصفراء يختلف من مجتمع لمجتمع، ولهذا السبب يتوجب التحفظ في إطلاق

كلمة الصحافة الصفراء على صحف لها دورها في خدمة المجتمع رغم كل ما يلصق بها من اتهامات قد تكون صحيحة، حيث يرفض القارئون على تلك الصحف الاتهام بممارسة الإثارة ودغدغة مشاعر القراء، رغم اعترافهم بنشر صور جريئة في سياق ما ينشرونه من أحداث ووقائع، فقد أصدرت عام 1998م "جمعية الصحافة الأمريكية الحرة" دورية خاصة بمناسبة الاحتفال بالذكرى السنوية الـ 115 لما يسمى بالصحافة الصفراء، ومن الأمور المهمة التي تضمنها التقرير الذي نشر في الدورية الشعبية الفاصلة بين الصحافة الصفراء والمحترمة الخاصة بالصحافة الأمريكية الحرة بعنوان جاء فيه أن هناك صحفا في العالم اتهمت بالصحافة الصفراء لأن جريمتها الوحيدة كانت كشف الفساد والسرقات والاختلاسات، ناهيك عن الفساد الأخلاقي لبعض المتنفذين ومالكي رؤوس الأموال، بالإضافة إلى اتهامات أخرى.

الصحافة الصفراء المعاصرة:

أصبح للصحافة الصفراء مؤسسات ومطابع وأسواق وقراء ووسائل حديثة وجرائد ومجلات وكتب وفضائيات وغيرها، حيث انزلت إلى الإثارة وابتعدت عن النزاهة والاستقامة وجنحت معظم الصحف في الغرب إلى الأخبار الهشة والموضوعات التافهة والتسلية الرخيصة والخوض في أعراض الناس بحق او بدون حق حتى باتت الصحافة تجارة بعد ان كانت رسالة، وأصبحت تعبر عن جزء من الرأي العام بعد ان كانت مرآة للرأي العام تساهم في صنعه وتوجيهه وقيادته.

والصحافة الصفراء مصطلح يطلق على "الصحافة المثيرة" والإثارة هي احدى مميزات الصحافة العامة بل واهم صفة من صفات كتابة الأخبار إلا أن الإثارة في الصحافة الصفراء هي غير ذلك تماما وتختلف عنها اختلافا كبيرا،



ومعلوم ان صفات الخبر الصحفي تتعدى الخمسة عشر صفة لعل أهمها "الصحة والجدة والواقعية والإثارة والتشويق والحدائث والمكان والزمان والشهرة والغرابة" إلا ان الصحافة الصفراء تهمل جميع هذه الصفات وتهتم فقط بالجانب المثير حد الإسفاف والبذاءة والصدمة وخرق القوانين والأعراف وتخديش الحياء العام ويمكن استخلاص قاعدة جديدة او ما يشبه ذلك تنتهجها الصحافة المثيرة والمتمثلة بالقول المأثور "اذا عض كلب رجلا فهذا ليس خيرا ولكن اذا عض رجل كلبا فهذا هو الخبر!!"

إن ظهور الصحف المثيرة ألحق بالمجتمع والدولة أضرار بالغة، ومن اجل هذا فكرت هيئة الأمم المتحدة ومعها المجتمعات أو الشعوب أو الحكومات فيما يسمى بأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة وانهضت لذلك المؤتمرات الكثيرة وبذلت المحاولات العديدة، وتوصل المشتغلون بالإعلام الى طائفة من القواعد الأخلاقية لا تستطيع الصحافة العالمية الخروج عليها ما دامت تتوخى صلاح البشرية اولا وصلاح الشعوب والحكومات التي تمارس الصحافة بأنواعها المختلفة بعد ذلك، وقد حاولت الأمم المتحدة من خلال اللجان والمؤتمرات والهيئات التابعة لها تحديد حقوق الصحفي و واجباته بعد إصرار بعض القائمين على الصحف بتنصيب انفسهم وكلاء عن الشعب في شؤون النشر والإعلام إلا انها لم تجد نفعا كبيرا، اذ ما يزال هؤلاء وغيرهم ماضون في إفساد الذوق العام وإيذاء المجتمع وبشكل خاص فئات الشباب والمراهقين بإعطائهم مورفين الإثارة عن طريق نشر الفضائح والمواضيع والصور التي تخدش الحياء العام بقصد الربح السريع وتقف وراء ذلك الصهيونية العالمية فيما يخص سكان أقطار الوطن العربي حصرأ.

أساليب المعالجة في الصحافة الصفراء:

يمكن تحديد أهم أساليب المعالجة التي تعتمد عليها الصحافة الصفراء بما يأتي:

1. تليفيق الأخبار واختلاقها أو تزيفها: كما تفعل صحف الدعاية الصهيونية في أمريكا وأوروبا بقصد الإساءة الى العرب والتطاول على الدين الإسلامي والإساءة الى القرآن الكريم والنبي محمد ص وبذر الطائفية بين المذاهب وتحقير العرب والحط من شأنهم وتصويرهم على انهم رعا ع و متخلفون ورعاة ابل.
2. التخلي عن الصدق والأمانة والشرف والنزاهة: وهي لا تتوخى الحقائق فيما تروية من أخبار العالم العربي ومعظم هذه الصحف يمتلكها الكيان الصهيوني او يدفع لأصحابها أموال مغرية لتنفيذ سياستها حيث تمتلك إسرائيل أكثر من الفي صحيفة في معظم دول العالم.
3. عنایتها بالهش والتافه من الأخبار: وتوجيه القراء الى الأخبار الشخصية وتعويدهم على ذلك الى الحد الذي يعتاد فيه القراء الصد عن الأخبار الجادة بحكم التعويد والألفة.
4. تعمد انتقاء المثير من أخبار الجرائم والمحاكم: والذي يتعلق بالجانب الإغرائي والفضائح وكذلك الجانب العنيف كالجرائم الكبرى والسطو والإرهاب والقتل الجماعي، فمن حق الصحف ان تنشر أخبار الجرائم ومن حق المواطن ان يطلع على مثل هذه الأخبار ولكن نشر الجرائم شيء والطريقة التي تتبعها الصحف الصفراء في هذا النشر شيء آخر فلا ينبغي ان يكون القصد من نشر الجرائم هو التشهير بأصحابها او الإساءة الى سمعة الأسر والأفراد والهيئات والجماعات والمؤسسات المتصلة بها ولا ينبغي ان يكون الغرض من النشر كذلك هو مجرد تسلية القراء بإذاعة الفضائح وكشف الأسرار ومحاربة بعض



الناس في أرزاقهم وأفكارهم وأعراضهم بل يجب ان تكون جميع هذه القيم وديعة في ذمة الصحافة كما هي وديعة في ذمة القضاء واي عبث بهذه الودائع يعرض المجتمع الى هزات أخلاقية عنيفة ليس في استطاعة الصحافة ان تتحمل النتائج المترتبة عليها ولا الشرور التي تنجم عنها وباختصار يجب ان يكون الغرض من نشر الجريمة هو العبرة أولاً والإعلام بعد ذلك.

5. توظيف تقنيات صناعة الأنترنت في فبركة وتزوير الوثائق: وتوظيف إمكانيات الإتاحة في النشر للترويج لمعلومات وصور تنطوي على أكاذيب وتسيء إلى شخصيات مرموقة في المجتمع من السياسيين ووجهات المجتمع.



الكتابة لصحافة الأطفال المتخصصة:

ينسجم علماء التربية وعلماء الاجتماع والنفس في النظر إلى مدى خطورة الأثر الذي تتركه الوسائل الإعلامية وقراءة الصحف المختلفة في السنوات الأولى من حياة الإنسان من جانب قدرتها على تكون شخصيته وتشكيل ذوقه، وفي الوقت الذي أصبحت فيه الصحف في مرحلة التخصص الدقيق، فإن صحافة الأطفال هي الأخرى قد وصلت إلى هذا المستوى أيضاً، فنجد في الدول المتقدمة صحافة موجهة للمراحل العمرية المختلفة، كما فرض التطور ظهور ضروب الصحف والمجلات الأدبية والفنية والعلمية والثقافية والرياضية والصحافة المتخصصة في فروع المعرفة المختلفة مثل: الهوايات، والعلوم والفنون.

أوضحت الدراسات والحلقات النقاشية التي أجريت خصيصاً للهوض بالطفل أن عدد صحف ومجلات الأطفال في العالم قد تجاوز خمسة آلاف صحيفة ومجلة محلية وإقليمية ودولية، وهذا ناجم عن اهتمام الأطفال بالمادة المطبوعة في مجلة أو صحيفة ويعكس رغبة في إشباع حاجة ملحة عند الطفل وهي الجوع العقلي والرغبة الفطرية في النمو والتطور، والإشباع المعرفي من هذه المصادر الثقافية يتحدد على مدى ما تحتوي عليه من إمكانيات فنية ومعرفية لإثارة اهتمام الطفل وإقناعه وتسليته لتشجيعه على القراءة والاطلاع، ومن المعروف إن من بين أهداف صحافة الأطفال تنمية ميول الطفل للقراءة وحب المعرفة.

تنتهي صحافة الأطفال الى صحافة الفئات العمرية ونظراً لكونها تخاطب فئة في طور النمو والتشكل تتضح أهميتها في المجتمع، وخاصة عند تأثيرها على فئة اجتماعية عريضة من نسيج المجتمع في وقت يقاس بمقدار تقدمه بمقدار اهتمامه بالطفل وتنمية قدراته العقلية ومواهبه الشخصية.

نشأة صحافة الأطفال في العالم:

وثقت بعض الدراسات ان اول مجلات الأطفال كانت في فرنسا بين عامي 1747-1791م لكن المصادر لم تحدد التاريخ تماماً واكتفت بالإشارة الى ان صاحبها كان اديباً وانه يكتب باسم مستعار "صديق الأطفال" وأطلق هذا الاسم على مجلته، وبالرغم من المدة الطويلة التي قبل إنها صدرت خلالها قد وقف الباحثون مشككين بصورها، إذ استخدم بعضهم الفاظاً منقولة ولم يجزم أحد منهم أن لديه واحداً من أعدادها، لكن المصادر الأمريكية، بينت



وجود تناغم بين نشأة الصحافة في أوروبا وبين نشأتها في الولايات المتحدة الأمريكية، لكن التأكيد في المصادر الأمريكية يوجي بصحة التواريخ، الأمر الذي يشير إلى أسبقية الولايات المتحدة في مجال صحافة الأطفال على غيرها من دول العالم وتقول موسوعة دوريات الأطفال في الولايات المتحدة أنه في كانون الثاني عام 1789 م أصدر رجل يدعى "هدسن وشريكه جورج غوروين" أول مجلة أطفال في أمريكا وكانت تحمل اسم "مجلة الأطفال" ولكنها توقفت بعد ثلاثة أشهر، وبعد عقد من الزمن على التجربة السابقة أصدر "شارلز سميث" مجلة أطفال في نيويورك تحت عنوان "The Youth's Newspaper" ولكنها تعثرت أيضاً بعد سنة أعداد، كما تذكر المصادر التاريخية أن البداية الحقيقية للمجلات الأطفال الأمريكية كانت في فيلادلفيا، حيث ظهرت في عام 1802 م مجلتان هما: "The Juvenile Magazine و Juvenile Olio" واستمرتتا نحو عام ونصف، وبعد عقد آخر ظهرت مجلة The Juvenil Portfolio على يد "توماس كوندي" الذي كان أبوه بائعاً للكتب وصانعاً للحبر، وقد تمكن توماس رغم صغر سنه وصعوبة الظروف من المحافظة على إصدار المجلة حتى عام 1816 م.

شهدت عشرينيات القرن التاسع عشر توسعاً ملحوظاً في إصدار مجلات الأطفال في الولايات المتحدة، فظهر العديد من المجلات مثل "Juvenile Miscellan" عام 1826م، أما من أهم مجلات أطفال التي ظهرت في هذا العقد واطولها عمراً فكانت مجلة "The Youth's Eompanion" التي أصدرها "الليال ويليز" في بوسطن من عام 1826 م إلى عام 1919 م، أما ثلاثينيات وأربعينيات القرن التاسع عشر فقد شهدت دوريات أخرى تحمل توجهاً إصلاحياً موجّهة للفتيان، مثل مجلة صديق الرقيق التي صدرت عام 1836 م عن جمعية مناهضة العبودية الأمريكية، ومجلة "مدارس الأحد" التي أصدرتها مؤسسات دينية.

وكانت الانطلاقة الكبيرة مع بداية القرن العشرين ليبدأ سيل من الجلات الأمريكية التي أصبحت أكثر نضجاً وتنوعاً ولا يزال بعضها يصدر حتى الآن مثل مجلة "Boys Life" التي صدرت عام 1910 م ولم يتوقف عن الصدور حتى الآن، وبالعودة إلى أوروبا وتحديداً فرنسا التي كانت رائدة في الصحافة عموماً فنجد أنه في عام 1832م، أصدر "إميل دور جيرارادان" صحيفة "الأطفال" الغنية بالصور والرسوم التي رسمها أشهر الفنانين، إضافة إلى صحيفة "الشباب" ثم صدرت صحيفة "الأطفال الصغيرة" و "أحد الأطفال" الموجهة للشابات، ثم "المخزن الجميل" عام 1833 م المخصصة للفتيان ثم أصدر "كولات" في عام 1899 م صحيفة "الفرنسي الصغير المصورة"، ثم شهد القرن العشرين تطوراً في تقنيات الطباعة واتساع في التعليم، حيث انخفضت تكلفة الإنتاج فارتفع عدد مجلات الأطفال كما زاد عدد نسخها المطبوعة والمتداولة.

أما بريطانيا، فكان نصيبها عدداً كبيراً من مجلات الأطفال المتنوعة الميول والأهداف، وكان أقدمها مجلة "Young Soldier" الدينية الصادرة عام 1845م، وهناك مجلة تهتم بالكشافة وهي مجلة "Scouting" ولا تزال تصدر منذ عام 1909م.



وفي قارة آسيا نجد أن اليابان والصين من الدول التي أبدت اهتماماً كبيراً بمجلات الأطفال والهند كنموذج آسيوي نظراً لتنوع وتعدد اللغات والعقائد، فهناك مجلة تدعى "Anamdama" تصدر باللغة البنغالية منذ عام 1975 م، ومجلة Balivan. تصدر باللغة الهندية منذ عام 1948 م، ومجلة "Barbarity" تصدر بالإنكليزية منذ عام 1967 م، أما في الاتحاد السوفيتي السابق فقد اقتضت صحافة الأطفال على الصحافة الشيوعية، وكان أبرزها



"الطلائع" ذات التوجه الاشتراكي والفكر الشيوعي، ولم يكن من حق الأفراد أو التيارات المعارضة إصدار أي نوع من الصحف، بما فيها الصحف الموجهة للأطفال، وفي إفريقيا، فقد ظهرت أول مجلة للأطفال في نيجيريا عام 1944 م كملحق الجريدة Nigerian review " التي تغير اسمها إلى "New Nigerian" وكانت صحافة الأطفال كحال الصحافة العامة تصدر عن الجهات المستعمرة وبلغتها وفي كثير منها حملت الصفة التبشيرية .

صحافة الأطفال العربية:

بدأت صحافة الأطفال في الوطن العربي كصحافة مدرسية وإن كانت في بداياتها خاطبت الطفولة المتأخرة من سن 13 - 18 عاما فهي بذلك أقرب إلى الشباب، وكانت بواكيرها في العقود الأخيرة من القرن التاسع عشر، حيث ذكرت المصادر أن أول مجلة في مصر عام 1870 م حيث صدرت مجلة "سمير الصغير" عام 1897 م ، ومجلة "أنيس التلميذ" عام 1898 م ، ومجلة "التلميذ الشرقي" عام 1903 م وأصدرت جمعية التعاون الإسلامي مجلة "التلميذ" ، وقد كان ظهور أول صحيفة تجارية عم 1923 م عن دار اللطائف لصاحبها مار يوسف والتي نشرت قصصاً مسلسلة مثل "مغامرات البطب" و "ان في جميع البلدان" وقد نجحت في استجلاب الإعلان لصفحاتها.

أما باقي أقطار الوطن العربي فقد كان لها بداية تمهيدية تمتد من عام 1969 م وتمثلت بالصحف المدرسية التي أصدرها بعض المربين وبعض الهيئات التربوية وبعض المدارس على غرار بدايات الصحافة العالمية، لتكون أداة تكمل مناهج التعليم، وبقي هذا النمط متبعاً في مجلات الأطفال حتى بدأت الحيوية والنشاط، وبدأت تصدر



مجلات فيها سمات وخصائص صحافة الأطفال التي تهتم بشؤون الثقافة عموماً دون أن تقتصر على جوانب معينة مفيدة في المقررات المدرسية وتوردت عن النطاق المدرسي إلى الطابع التجاري بعض المجلات مثل مجلة "الأولاد المصورة" التي أصدرتها دار اللطائف عام 1923 م وترأس تحريرها إسكندر مكاريوس، وقد صدر عام 1922 مجلة "الطفل العراقي" ، تبعها "الكشاف العربي" عام 1924 في العراق أيضاً.

كان التطور بطيئاً إلى أن جاءت الستينيات من القرن الماضي، فصدرت عن دار الهلال الرائدة بالقاهرة مجلة سمير في عام 1965 م، ومجلة "ميكي" عام 1961 م وهي باسمها ومواضيعها نسخة عربية من



سلسلة مجلات "ميكي" الأمريكية لمؤسسها والد ديزني ثم صدرت مجلة "العصافير في الكويت وقد كتب على غلافها "أخذت عن ميكي الأمريكية، وصدرت دنيا الأطفال عام 1945م في العراق ومجلة سند وهند عام 1958م. وأصدرت مجلة "العربي" الشهيرة ملحقاً مجانياً لها سمي العربي الصغير عام 1959م، أما المملكة العربية السعودية فقد أصدر الشاعر طاهر الزمخشري عام 1953م مجلة "الروضة وهي أول مجلة ثقافية تصدر للأطفال في المملكة. صدر منها 27 عدداً فقط في سبعة أشهر وتوقفت في نفس العام، ثم صدر في 1977م مجلة "حسن" التي تخاطب الأطفال من سن السادسة حتى سن الخامسة عشر، ثم تتالي صدور غيرها من المجلات. أما في العراق، فبعد عام 1922م بدأت تصدر مجلات مدرسية مثل التلميذ العراقي" و "مجلة المدرسة ومجلة "صندوق الدنيا" و "دنيا الأطفال واستمرت هذه الفترة إلى عام 1969م تاريخ صدور "مجلتي" وبعدها "المزمار". وفي سوريا، ظهرت في البداية مجموعة مجلات أطفال مدرسية حررت هنا وهناك، منها قد صدر وتوقف مثل تعال نقرأ التي أصدرها "نزار النجار" وصحيفة رافع في دمشق ولكنها توقفت بعد فترة قليلة من صدورها. وكانت مجلات الأطفال قبل ستينيات القرن العشرين لا تناسب سن الأطفال كما أن طباعتها متواضعة والصور لم تكن ملونة وقد تكون غير مناسبة للموضوع الذي رسمت إلى جانبه أما بعد هذه السنوات فقد قفزت وتحسنت صحافة الأطفال تحسناً ملحوظاً وتزايدت أعدادها وتحسن أدائها وتطورت إمكانياتها الفنية والطباعية وتتابع صدورها حتى أصبح في كل قطر من الأقطار العربية بضع مجلات.

تعريف صحافة الأطفال:

شهد صحافة الأطفال العديد من المحاولات لتعريف مجلات الأطفال كأحد المصادر المعرفية لهم في المراحل العمرية الأولى، كونها وسيلة من وسائل التعبير عن الذات والكشف عن المواهب الكامنة لدى الأطفال والعمل على تنميتها بصورة موجهة وقد اهتمت بعض هذه المحاولات بإبراز خصائص ومجالات الأطفال ومميزاتها ووظائفها. يكاد يجمع معظم الذين تناولوا المصطلح "صحافة الأطفال" بالتعريف والتحديد الدقيق على انها مجلات الأطفال التي تجمع بين مظاهر الكتاب والصحيفة على اعتبار أنها تأخذ من الكتاب عمقه ومميزاته، وتأخذ من الصحيفة دوريتها وشكلها اللافت، وبالتالي تتجاوز حالة الملل التي قد تعتري الطفل أثناء مطالعته كما تعطي دورية الصحيفة للطفل فرصة المساهمة والرد على ما ينشر في مجلته المفضلة، مع نشر صورته والأنشطة ومواهبه المختلفة التي يتميز بها بجانب نشر الصور والرسوم التي تحظى باهتمام كبير من قبل الطفل كوسيلة جذب وتشويق وإمتاع أكثر من إدراك معاني ودلالات الألفاظ التي يتكون منها الموضوع المنشور، وقد اهتمت بعض التعريفات بدور القائمين على تحرير مجلات الأطفال وخصائص الجمهور الموجهة له الرسالة الإعلامية.

يعرف عبد التواب يوسف "صحافة الأطفال على أنها" المجلات التي تتوجه للطفل، ويحررها الكبار لتثقيف الصغار وهي أكثر انتشاراً من مجلات المدارس".

وتعرف ليلى عبد المجيد، فوضعت تعريفاً لصحافة الأطفال معتمدة في ذلك على دورية صدور المجلة وتقول في تعريفها إن صحافة الأطفال هي "المطبوعات الدورية التي تتوجه أساساً للأطفال، وإن اختلفت الكتابات في تحديد سنوات العمر التي -تمتد خلالها مرحلة الطفولة، وهي وإن كانت متوجهة للأطفال إلا أنه يحررها الكبار"، بينما يشير عبد الفتاح أبو معال إلى أن صحافة الأطفال هي "المجلات المتخصصة بأداب الأطفال



وعلومهم وثقافتهم، ويشرف عليها إما القطاع العام أو الخاص، فيما تعرفها سمر روجي الفيصل على انها "الصحف والمجلات التي يقوم عليها الكبار، ويسهم الأطفال فيها بنسب متفاوتة، وهي وسيلة تربوية تكمل ما تقوم به المدرسة" وبذلك يمكن القول أن صحافة الاطفال هي مطبوعة دورية تقدم للطفل الفنون والمعارف والآراء والصور المختلفة، الأطفال وتحيطه علماً بالقضايا والأحداث التي تدور من حوله.

انواع صحافة الأطفال:

يقسم المهتمون بعلم الصحافة صحافة الأطفال المتخصصة إلى عدة أنواع وفقاً لعدد من المعايير التي حددها علماء التربية وعلم الاجتماع للطفولة أهمها:

1. المرحلة العمرية:

أ- الطفولة المبكرة من الولادة إلى سن الخامسة: توجد صحف للطفولة المبكرة وتتميز بكثرة الرسوم ومحدودية الكلام.

ب- المرحلة المتوسطة: من سن الخامسة على الثامنة وهو الوقت الذي يبدأ فيه الطفل مرحلة اكتشاف ما حوله وتحتوي بعض القصص التي تحمل معاني الأساسيات الاجتماعية والتعليمية.

ج- الطفولة المتأخرة "الفيان": وهي التي تهتم بالهوايات وإنشاء المفاهيم الوطنية والاجتماعية.

2. الطبيعة الجغرافية:

بيئة الأطفال المراد مخاطبتهم في صحف الأطفال دوراً مهماً على اعتبار أن اهتمامات الأطفال ليست ثابتة بالطبع واحدة بل متنوعة ومختلفة، فاحتياجات طفل القرية هي غير احتياجات طفل المدينة أو الحضر، وبالتالي فإن البيئة والموقع الجغرافي يؤثران على حاجات الطفل من حيث الإشباع والاحتياجات والتطلعات، لذلك كان التوجه ناحية إصدار صحف للطفل الذي يعيش في القرية والارتفاع بمستواه وتنمية قدراته بحسب الخصائص التي تتميز بها بيئته التي يعيش فيها، هذا بعكس طفل المدينة الذي غالباً ما يكون أكثر انفتاحاً واحتياجاته تكاد تكون متوافرة وأدوات الترفيه والتسلية متوفرة بشكل أفضل وأوسع من الذي عليه طفل القرية.

3. المضمون المقدم:

تتنوع مضامين صحف الأطفال وتباين فيما بينها والذي يركز عليه القائم بالاتصال أو منتج الرسالة الإعلامية، حيث أن الطفل في مراحله الأولى تظهر عنده اهتمامات كثير من الأمور سواء كانت تقليد صوت مطرب من المطربين أو بواذر شعرية، أو اهتمامات علمية عن طريق مناقشة بعض القضايا العلمية التي قد يكون من الصعب على ولي الأمر الإجابة عليها أو اهتمامات رياضية وغيرها من الاهتمامات التي قد تعجز الأسرة عن سد حاجاته من المعلومات عنها، وتحاول صحافة الأطفال الاستجابة لكل هذا التنوع من جانب الأطفال، فكان على القائمين عليها أن ينوعوا من المضمون المقدم وفق احتياجات الطفل والمساعدة في توجيه مجالات الإبداع لديه التوجيه الصحيح، وتنمية مهارات الأنشطة التي يجب استثمارها الاستثمار الجيد والمفيد، وبالتالي يجد الطفل في مجلته ما يفيد ويساعده على تنمية الموهبة التي منحها الله إياها.



4. دورية الصحيفة:

وكما أن صحف الأطفال تختلف بحسب المضمون الذي يتنوع بتنوع اهتمامات الطفل ودرجة الإشباع التي تقدمها له صحيفتها، تختلف أيضاً بحسب دورية الصدور، فهناك الصحيفة التي تصدر أسبوعياً وتحاول أن تقدم مواضيع قيمة ومفيدة وملاحقة كل جديد في عالم الطفل والطفولة. وهناك أيضاً مجلة الأطفال الشهرية التي عادة ما تكون أغنى في مضمونها من الصحيفة الأسبوعية بل في طريقة عرض المواضيع. وتعتمد هذه النوعية غالباً على القصص والحكايات المغامرات المسلسلة. أما النوع الثالث فهو الصحف الفصلية التي تصدر وفق فصول السنة أربع مرات فقط) وتكون أضخم حجماً وأكثر تناولاً لمختلف القضايا التي تهم الطفولة والأمومة.

تصنيف صحافة الأطفال:

- تتعدد التصنيفات التي تتناول صحافة الأطفال وأفضلها التصنيف الذي يقسمها إلى ثلاثة اصناف هي:
1. مجلات الأطفال العامة: وهي من عنونها ينكشف مضمونها، إذ أنها سميت بالعامية نظراً لتنوع مضمونها، حيث تتضمن جوانب عديدة مثل القصص والمسلسلات المصورة والأخبار والمعلومات العامة.
 2. مجلات الأطفال الهزلية: وهي الصحف التي تعتمد على الفكاهة والتسلية والنكتة السريعة، وغالباً ما تكون خدعة أو مغامرة أو جريمة أو مقلباً، أو حيلة من الخيل.
 3. مجلات الأطفال الإخبارية: ومن المصطلح يتضح أن هذه النوعية من المجلات تعطي الجانب الخبري اهتماماً كبيراً عن الفنون الصحفية الأخرى، وهي بالتالي تختلف عن المجلات العامة أو التي تهتم بنشر القصص والمسلسلات، فهي في الغالب تهتم بمتابعة الأنشطة التي يقوم بها الأطفال في شتى الميادين. ومن أبرزها صحف الأطفال الرياضية والحزبية والدينية والفنية والتجارية وصحف البنين والبنات وصحف ذوي الحاجات الخاصة.

أهداف صحافة الأطفال:

ترجع أهمية صحافة الأطفال إلى تمتعها بقدرة هائلة من التأثير في مجال تربية الأطفال والعمل على تزويدهم بالثقافة والمعرفة. إذ تعمل على غرس القيم لدى الأطفال بمراحل عمرهم المختلفة وتنميتها وإشباع حاجاتهم العقلية والعاطفية والاجتماعية فضلاً عن تنمو ميول القراءة لديهم. كما أنها تؤدي دوراً مهماً في تقييم الخبرة الأولى للقراءة والتذوق الفني والجمالي، ومن هنا نستطيع أن تلخص أهداف صحافة الأطفال في النقاط المهمة التالية:

1. تستطيع من خلال مضمونها المبسط أن توأداب وعلم مختلفة، تعلم للطفل أصول المعارف من صحة
2. يمكنها أن تعالج بعض المشكلات التي يتعرض لها الطفل في مراحل العمرية مثل: الأنانية والكذب.
3. تدريب الطفل على التعبير السليم، وتنمية ملكة الإبداع والابتكار لديه، والنهوض بمواهبه المفيدة.
4. تنشيط خيال الطفل وتغذية عقله بالجديد والمفيد لمرحلته العمرية.
5. تكوين وتشكيل القيم الاجتماعية والدينية لدى الطفل.
6. توسيع دائرة معارف الطفل وتزويده بالخبرات الهادفة.
7. رفع مستوى التعبير الشفهي والتحريري للطفل عن طريق المواضيع القابلة للنقاش والرد عليها كتابة.
8. التنشئة الاجتماعية والمحافظة على العادات والتقاليد والقيم السائدة في مجتمع الطفل.



9. رعاية ثقافة الأطفال من خلال تهيئة الفرص المناسبة للتعبير عن شخصياتهم.
10. ربط الطفل بالقضايا الوطنية والقومية بحيث تصبح هذه القضايا ذات اهتمام لديه عند الكبر.
11. التواصل مع القارئ الطفل فقارئ صحافة الأطفال لا تجذبه المعرفة فحسب، بل هو كائن ينمو ويتطور ويمكنه التواصل مع صحيفته أو مجلته لأنها توفر له ما يساعده على النمو التطور". ولذلك تسعى صحافة الأطفال الإقامة علاقات التواصل مع الأطفال ومد قنوات الاتصال الدائمة والمستمرة مع قرائها، سواء عن طرق الهدايا أو المسابقات، أو فتح أبواب الكتابة لذوي المواهب منهم.
12. إبراز الشخصيات المحببة للأطفال: تتميز صحافة الأطفال بوجود شخصيات يرتبط بها الطفل ويتعامل معها كأصدقاء له وكمثل أعلى قدوة"، ولذلك تأخذ مجلات الأطفال أسماء محببة للأطفال مثل سندباد ماجد سامر سمير، سوبر مان ميكي ... وغيرها.
13. بث روح المسؤولية والشعور بالولاء الوطني واعتبار الوطن كيان يجب الدفاع عنه.
14. اكساب الطفل معرفة أشمل وأعمق للعالم المادي والاجتماعي والروحي.
15. محاولة استشراف الغد والتطلع إلى المستقبل وإعمال الخيال.
16. تنمية الإحساس بالجمال والتذوق النفي وتنمية القدرة على الابتكار والإبداع والنبوغ.
17. إدراك أهمية ما يتضمنه تراثنا العربي من قيم ومعارف وأساسيات التقدم والتطور.

الشكل والمضمون في صحافة الأطفال:

1. الشكل: لم تصدر مجلات الأطفال في بدايتها ملونة وكانت الصور فيها محدودة، ولكنها في العقود الأخيرة بدأت تهتم بالصور الملونة أكثر حتى أصبحت صحف الأطفال اليوم ملونة ومحللة بالصور الجذابة والمشوقة مع تطور واختلاف في الإخراج والإعداد، فحيث نجد سمير نسبياً لا تهتم كثيراً بالألوان والإخراج الفني، نجد "العربي الصغير" و"ماجد" و"فراس" و"الرواد" وغيرها تصدر جميلة وزاهية، وكل مجلة تختار اسم تعرف به يزين غلافها واختير بعناية فائقة، ولئن كان الاسم في السابق يرتبط بالمدرسة والتلميذ كالأسماء التي ذكرت سابقاً فإنها اليوم شاملة فتسمى بأسماء أعلام أو أطفال أو صفة لهم أو اسم زهرة أو حلم من الأحلام أو لعبة من الألعاب تشد اهتمام وانتباه الأطفال وتغريهم بما فيها. وأحياناً يكون الاسم مباشرة مثل: طفولة أو في رحاب الطفولة أو الأذكاء الصغار، أما حجم المجلات فهو متوسط ومقبول بقياس 21-27 وتتفاوت بين زيادة أو نقصان سنتيمتر واحد عن هذا القياس ما عدا مجلة "المزمارة" فإنها بقياس (25-32) مما جعلها لا تتناسب وأيدي الأطفال الصغار، وعدد صفحات المجلات يتراوح بين (20-75) صفحة، أما مجلتي العراقية (20) صفحة، والعربي الصغير الحالية نحو (75) صفحة.
2. المضمون في مجلات الأطفال (فنون الكتابة الصحفية): تتمتع صحافة الأطفال بخصوصية ثقافية وتربوية تنطلق من طبيعة الجمهور الذي تتوجه إلى وتخاطبه جمهور الأطفال الذين يختلفون في ميولهم وحاجاتهم من مرحلة عمرية إلى أخرى. ولهذا ثمة ظروف خاصة ومعطيات تفرض على صحافة الأطفال أسلوباً خاصاً في مخاطبة الأطفال، يعتقد الكثيرون أن صحافة الأطفال تعتمد أساساً على مواضيع التسلية والألغاز والأقوال الضاحكة والمسابقات، وهذا ظن خاطئ لأنه لا يستند إلى أساس صحيح فصحافة الأطفال تستوعب الواناً وصفية وعلمية وأدبية، كما أن للطفولة ميزاتها وخصائصها التي لا



يمكن للمواضيع المسلية والمضحكة فقط أن تلبها، إن صحافة الأطفال إضافة إلى كونها وسيلة اتصال جماهيري فإن مسئوليتها هي توسيع دائرة معارف ومدارك الطفل فيما يتعلق بكافة نواحي الحياة وأشكالها المختلفة، فكل طفل يمتلك في داخله روحاً شاعرية مرهفة، يستطيع من خلالها أن يرسم صوراً لكل شيء حوله، سواء كان جماداً أو ساكناً، أو كائناً حياً متحركاً. ومن واجب صحافة الأطفال مساعدة الطفل في الحصول على الانطباعات الجيدة الايجابية والمؤثرة في شخصيته الحالية والمستقبلية، وذلك من خلال المواضيع المختلفة، ولا سيما تلك التي تأتي بقوالب قصصية أو إخبارية أو مقالية أو تحقيقات صحفية. وعن طريق متابعة مجلات الأطفال، نجد أن في معظمها زوايا متقاربة ومتشابهة، وكل زاوية لها صورها الخاصة وأشكالها وترتيبها، وهذه الزوايا يكتبها الكبار للصغار، وبعض الزوايا يشارك في إعدادها الصغار وسنتحدث عن كل منها فيما يلي:

1. زوايا الأخبار: أشارت الدراسات أنه لا يمكن الاستغناء عن الخبر في مجلات الأطفال، لأن - الأطفال - في

حاجة إلى أن يواكبوا عصرهم وتطوراته وتغييراته، وفي الوقت نفسه يتمتعون بحب الاستطلاع والاستكشاف، ويرغبون في معرفة الأخبار التي تهمهم في مجتمعهم والعالم من حولهم وحرمان الأطفال من مواكبة الأحداث والقاء الأضواء عليها ومعرفة خلفياتها يعود عليهم بالكثير من الأضرار. وتشير الدراسات أيضاً إلى أن الأطفال يهتمون بالأخبار المحلية ويتذكرونها بنسبة أكبر من الأخبار الخارجية. وذلك يعود إلى اهتمام الطفل بالبيئة التي يعيش فيها، ولذلك خصصت مجلات الطفل القراءة الخبر، فضخامة العدد تضيف للخبر أهمية تلفت نظر الطفل إليه، ومن العناصر الشديدة الأهمية في الأخبار الموجهة للأطفال عنصر الغرابة والطرافة في الجانب غير المؤلف في مضمون الخبر، كما يجتذب الخبر عن المشاهير الطفل إلى الخبر، فالأطفال يهتمون بمعرفة معلومات عن مشاهير نجوم الفن والرياضة، وبأن ما يحمله الخبر من عنصر الشهرة يوجد أيضاً عنصر آخر وهو التشويق والإثارة التي يمكن أن يتحقق عن طريق الصياغة الذكية المناسبة لمادته، وإضفاء صورة ذهنية للخبر.

تستخدم مجلات الأطفال الخبر الصحفي البسيط والمقتضب الذي يتضمن معلومة واحدة، أو واقعة واحدة فيقدم وصفا وشرحا لجوانبها المختلفة مما يتيح للطفل فهم أبعاده واستيعاب مضمونه ببسر، لهذا من الضرورة بمكان أن تصاغ الأخبار بطريقة متقنة، تجذب الطفل إلى قراءتها، وتبرز ما يحمله الخبر من مفاهيم وقيم ومبادئ وأخلاقيات وما يحتوي من عناصر الجذب بأسلوب صحفي واضح وسهل.

2. التحقيق الصحفي: يقوم التحقيق الصحفي في مجلات الأطفال على فكرة يعالجها المحرر من زوايا

متعددة مدعمة بالحقائق والمعلومات. ولأن الأطفال ليسوا أصحاب مشكلة، فإن الفكرة التي يدور حولها التحقيق عادة طريفة ومسلية حتى يستطيع الطفل استيعابها والاستفادة منها. والتحقيق الصحفي عادة يعمل على معالجة فكرة أو خبر أو مشكلة أو قضية أو هواية ذات صلة بالطفل في مجالات متعددة والتحقيق الصحفي يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بحيث يجيب عن الكثير من التساؤلات التي قد تخطر ببال الأطفال والتي تبدأ عادة بكلمة الاستفهام لماذا؟ والبحث عن إجابات هو ما يحاول التحقيق لتلبية لحاجات الأطفال من المعرفة والتسلية والإقناع، ويمكن



أن يقدم جوانب حديثة وغريبة في الحياة مثل المواضيع التي تدور حول لغة أو لعبة تناسب الأطفال ونشأتها وتطورها، أو إحدى المناسبات لدى شعب من الشعوب ونشأتها ومظاهر الاحتفال بها.

3. **الحديث الصحفي:** من القوالب الفنية التي يهتم بها الأطفال الحديث الصحفي، إذ أن الحديث يقربهم من الشخصية موضوع الحوار، وغالباً ما يستهدف الحديث تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية عن حياة الشخصية المحببة للأطفال. ويتم هذا الحوار عادة مع النجوم في مختلف نواحي الحياة كالفن والفكر والثقافة والرياضة والعلوم بكل تخصصاتها.

4. **المقالة:** عادة المقال الصحفي المقدم للأطفال لا يرتبط بقالب تعبيرى محدد، ولا ينتهج شكلاً أدبياً معيناً، وما يميز هذا المقال أنه يتحدث إلى الطفل مخاطبة الصديق، حيث ينقل له الفكرة أو الرأي أو المعلومة بسرعة وهدهد، ويوحى كان ثمة علاقة حميمة تربط بين الكاتب والطفل، وأن يتحدث إلى الطفل حديثاً ودياً حميماً مباشراً، ويتميز المقال الصحفي الموجه للأطفال بأنواع متعددة، منها مقالات "الاعتراف" التي تتضمن خواطر أو طرائف أو حوادث تهم الأطفال، أو مقالات نقدية كاريكاتيرية "تجسد آراء أو مفاهيم معينة وتتسم بالجاذبية والسرعة والفكاهة وهذا ما يجعلها مستوعبة لدى الأطفال كمادة إعلامية ترفيهية وتثقيفية. وهناك المقال العلمي الذي يستمد مادته من العلوم المختلفة، ويجد الأطفال فيه الأفكار والحقائق التي تزيد من معارفهم وخبراتهم العلمية والحياتية.

وهناك المقالات الأدبية التي تعالج الأنواع المختلفة من أدب الأطفال، وتسهم في تنمية خيال الطفل وقوة الملاحظة والإبداع لديه، كما تعود طرائق التفكير المنطقي، وتغرس في نفسه مشاعر الخير والفضيلة، وتعزز القيم الاجتماعية والأخلاقية الأصلية، إضافة إلى تنمية ثروته اللغوية، واستثارة روح التذوق الأدبي ولا سيما في توظيف القصة والشعر والأمثال .



5. **الحكايات والقصص:** لا تخلو مجلة من مجلات الأطفال العربية من القصص، وتتصدر الصفحات الأولى وقد تتوزع هنا وهناك. وتكون مصورة وغير مصورة المصور منها الصورة فيها القليل من الكلام الوصفي. وتعتمد هذه القصص على الأسلوب الحوارى وكانت في بدايات الصحافة تعتمد على ترجمة بعض القصص المصورة كطرزان وغيره من الأبطال والمغامرات وقد تسيء أحيانا، ولكنها في الوقت الحاضر أصبحت قصصاً موجهة وهادفة تعمل على تربية الطفل على القيم والاخلاقيات،

وهي تجمع بين التسلية والمتعة والفائدة، إذ تلفت انتباه الطفل إلى صورها الجذابة وإلى الحوار بين أشخاصها وأبطالها، أما القصص غير المصورة، فهي أطول وأكبر حجماً وكلماتها واضحة وتكون غالباً من واقع الحياة أو عن الطبيعة وما فيها من مخلوقات أو مقتبسة من قصص التاريخ والتراث.

6. **الطرائف:** من المعروف أن الطفل بطبيعته خيال للابتسام ويفضل اللعب والمرح، لذا عملت مجلات الأطفال إدخال السرور والتفاؤل والأمل في نفوس الأطفال وتنوعت الصفحات في هذا الشأن تحت عناوين مقاربة "طرائف/ ابتسامات/ نوادر/ قف وابتسم" تقدم فيها ما يفرح ويضحك كما أنها تقدم اقصوصة



طريقة بالرسوم بدون تعليق أحياناً ليترجمها الطفل لنفسه ويضحك كما في العربي الصغير، ونجد أن غالبية ما تقدمه مجلات الأطفال تقريباً ممتع ومفرح ويدعو إلى السرور شكلاً ومضموناً، حتى ينشأ الصغار والبشاشة تملأ محياهم من هذه الطرائف: سأل المعلم الطالب لماذا تجلب الثلج معك إلى الامتحان فأجابه الطالب: الأبرد حرارة الأسئلة.

7. الأناشيد والقصائد الشعرية: ضروب الشعر محببة لنفوس الأطفال، لما يجدون فيها من الحان خفيفة حلوة تحرك مشاعرهم، وما فيها من معاني كبيرة تربي أنفسهم، كما أن المقطوعات الشعرية تقوي فصاحتهم وتكسيهم ثروة لغوية جميلة وقوية، خاصة البحور الخفيفة الراقصة.

8. زوايا الكتابة والمراسلة: تخطط المجلة الناجحة لإقامة علاقات شخصية حميمة مع قراءها، ففي العربي الصغير كتب المحرر تحت عنوان دعوة الصغار: يسعد العربي الصغير دعوة جميع قرائها الأعزاء للمشاركة في صفحاتها، فإذا كانت لديك قصة أو نكتة أو رسم أو استطلاع مصور عن بلدك أو صورة فوتوغرافية أرسلها على عنوان المجلة فقد تكون أحد المحظوظين بالفوز بإحدى جوائزنا المالية



بالإضافة إلى اشتراكات مجانية للذين تختار موادهم للنشر على صفحات المجلة لمدة سنة، ولأهمية هذه الزوايا من الناحية التربوية والأدبية الفنية، فالدعوة قائمة في كافة الأقطار العربية لإصدار مجلة خاصة يتولى تحريرها الأطفال أنفسهم على غرار ما حدث في الأردن، إذ صدرت مجلة (الكاتب الصغير) في عمان عام 1994م وهي أول صحيفة من

نوعها في العالم العربي مخصصة للكتاب الصغار من الأطفال والفتيان والفتيات، يرأس تحريرها الشاب محمد غوشة (22 عاماً)، ويساعده في التحرير بعض الكتاب الصغار سنناً والذين برزوا في صفحات الأطفال الأسبوعية.

9. الصور والرسوم في صحافة الأطفال: الصور والرسوم التوضيحية أو الكاريكاتيرية تعد من أكثر المواد الصحفية جذباً لاهتمام الأطفال عندما يتصفحون أية جريدة أو مجلة، لهذا تحرص مجلات الأطفال على استخدامها. فالصور ليست عنصراً إخراجياً فحسب، بل مادة صحفية حية لها قيمة جمالية كبرى وثقافية جلييلة، كما أن معظم الصور تحتاج إلى بعض الكلمات تكتب أسفلها الشرح عناصرها "caption". ويعتبر المزج بين الكلمات والصور ذو فائدة للطفل، فالكلمات توضح المعلومة التي لم تستطع الصورة نقلها بدقة، وتفسر الصورة بأعماق الكلمات والأبعاد التي لا تقدر الوصول إليها. وتشكل الصورة في مجلات الأطفال مع النص لغة جديدة وشكلاً من أشكال التعبير الذي يتألف من تحالف وثيق بين الصورة والكلام. وبالتالي تجذب الصورة انتباه الطفل وتثير اهتمامه. ولا تقتصر في تقديمها على تسليته وإقناعه بل تتعدى ذلك إلى إبراز المعاني والمفاهيم وتنمية الخيال وتدفعه إلى التأمل والإبداع في المراحل العمرية المختلفة.



القوالب الفنية الصحفية المستخدمة صحافة الأطفال:

تتعدد قوالب الصياغة الصحفية المرتبطة مع مضمون المادة المنشورة في مجلات صحافة الأطفال المتخصصة كغيرها من ألوان الصحافة الأخرى ومنها:

1. قالب الهرم المقلوب: يرى بعض العاملين والمتخصصين في مجال كتابة الطفل أن قالب الهرم المقلوب يكاد يكون أفضل القوالب الفنية لكتابة الأخبار البسيطة على الإطلاق وذلك لأن الأخبار المقدمة للطفل هي عامة أخبار بسيطة وغير مركبة، وغالباً تشتمل على واقعة واحدة يصبح هذا القالب من أهم وأفضل القوالب الفنية المستخدمة في مجلات الأطفال، وذلك لأن هذا القالب يقدم المضمون في البداية دون عناء، وهذا من الضروريات النفسية لدى الأطفال قارئ الصحف والمجلات المتخصصة.
2. قالب الهرم المعتدل المتدرج: هذا القالب ينشأ على أساس تشبيه البناء الفني للحديث الصحفي بالبناء المعماري للهرم المعتدل المتدرج، حيث يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة ويقوم من ثلاثة أجزاء مقدمة، وجسم، وخاتمة). وتحتوي المقدمة وصفاً للمتحدث ومكان الحوار والموضوع ويضم جسم الخبر التفاصيل تبعاً لأهميتها، أما الخاتمة فهي تلخيص للحوار وتعليق يتضمن رأي المحرر وانطباعاته عن شخصية المتحدث والقضايا التي تناولها.
3. قالب الهرم المعتدل: هذا القالب يلائم كتابة الأخبار والأحداث الصحفية، ويعتمد على مقدمة تشتمل على موضوع الحديث أو القضية المثارة في الخبر، أما جسم الحديث أو الخبر فيتضمن التساؤلات والأجوبة (س، ج) أو تفاصيل الخبر ابتداء من أقل التفاصيل أهمية، وانتهاء بأهم التفاصيل (الذروة)، وأخيراً خاتمة تشتمل على تلخيص ختامي للموضوع، وهو من القوالب الفنية المفضلة لدى معظم كتاب ومحرري مجلات الأطفال لأن أغلب المحتوى (المضمون) المقدمة في هذه المجالات يوضع في قالب قصصي مفضل للطفل، وهو ما يتماشى تماماً مع استخدام هذا القالب.
4. قالب الهرم المقلوب المتدرج: ويستخدم هذا القالب أيضاً لكتابة الأخبار والأحداث الصحفية في مجلات الأطفال، ويتوقف اختيار المحرر عموماً للقالب الفني الذي سيحتوي مضمون الحديث على عدد من العوامل التي تحقق درجة من التناسب بين الخصائص التحريرية ومصادر المجلة في إجراء الحديث الصحفي والشخصيات المتحدثة وأهداف الحديث.



الصحافة الساخرة والكاركاتير:

تنهل الكتابة الساخرة في الصحف من موروث عربي شعبي شديد الثراء والتنوع، وتوجه سهامها إلى السلبيات وتضع نفسها فوق موضوع السخرية وفي تضاد معه، وفي الحقيقة لا يوجد تضاد بين السخرية والجدية، فالسخرية تواجه الجدية المتصلبة الجامدة وتقدم وجهة نظر عميقة وليست مجرد عبث طائش أو خفة مرحة، وتهتم الكتابة الساخرة بالنقد الاجتماعي اللاذع القائم على السخرية من الأوضاع السلبية في المجتمع، وتهدف إلى الكشف عن العيوب والسلبيات وإبرازها وتضخيمها



ونقدتها بقسوة، ويرى البعض أن الكتابة الساخرة أكثر دلالة علينا وعلى نفسيتنا من كثير من الأدب الفصيح، وأن العراق وشعبه ممثلان في هذا الأدب الضاحك بأكثر وأقوى مما في الأدب الفصيح الخالي غالبا من الضحك والهزل، لسبب بسيط، وهو أنه ينبع من صميم الشعب وينطق عن روحه ومزاجه بدون أي تصنع أو تكلف، وقد لجأ الأدباء إلى الرمز في الأدب العربي وكان من أكثر الشخصيات التي تم استخدامها واستغلالها في المضامين الساخرة هي شخصية "جحا" لما يمثله من قبول واهتمام خاصة عند محبي قراءة الأدب الساخر، وتقع السخرية على نقطة ما بين ملكتين تقتربان منهما أحيانا وتبتعدان أحياناً أخرى، الفكاهة من ناحية والهجاء من ناحية أخرى وتشغل ملكة السخرية موقعا متوسطا بين هذين الأمرين، مع زيادة هنا أو نقص هناك، وهي أشد ضراوة من الفكاهة الأنيسة، وهي أقل من الهجاء الصريح.

والسخرية نوع من التأليف الأدبي يقوم على أساس الانتقاد للذائل والحماقات والنقائص الإنسانية، أو التقليل من قدرها أو جعلها مثيرة للضحك بهدف التخلص من الخصال والخصائص السلبية، والسخرية قد توجه نحو الشخص وليس صفاته وهي من أكثر أشكال الفكاهة، وتكمن أهميتها وهدفها في مهاجمة الوضع الراهن في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير، الذي يكون عادة محصلة لممارسات عدة خاطئة سابقة، مما يندر بأخطار ينبغي التحذير منها ومعالجتها ويكون الفن الساخر احد علامات هذا التحذير، وشكلاً من أشكال المقاومة، ومن الممكن النظر إلى السخرية على أنها أسلوب عام للتفكك يعبر عنه بالأساليب الأخرى مثل المبالغة والإهانة والتهكم والتورية والدعابة والنكتة والكاريكاتور والكوميديا والاستهزاء وغيرها، وبسبب الظروف التي تعيشها الشعوب أصبحت تضيق ذرعا بمشكلاتها، وتتدمر من المعالجات الصحفية الجادة؛ مما يتطلب تقديم قراءة خفيفة للواقع الاجتماعي ونقده والسخرية منه، عن طريق كتابات تتذوق المزاج الوطني بثقافته الرسمية والشعبية، وفقاً لمعالجات تتسم بعاطفة الدهاء وحكمة الفلاسفة والمفكرين.

الصحافة الساخرة في العراق:

يرتبط تاريخ الصحافة الساخرة في العراق بصدر جريدة "مرقعة الهندي" التي أصدرها أحمد حمدي المشراقي في البصرة بتاريخ 21 تشرين الثاني 1909 والتي تميزت باستخدام الأسلوب الساخر في مقالاتها وموضوعاتها ومعالجاتها، وقد رسمت الصحافة الساخرة لنفسها نهجا مميذا حاولت من خلاله محاكاة وتقليد الصحف الكاريكاتيرية الصادرة في اسطنبول عاصمة الدولة العثمانية، ولكنها بقيت عاجزة عن اللحاق بها، ولاسيما وان فن الكاريكاتير لم يكن يجيده في العراق أي من العاملين بالصحافة، فضلاً عن أن الصورة الصحفية بصورة عامة كان يتعذر نشرها في الصحافة العراقية لأسباب فنية، ولهذا بقيت الصحافة العراقية الساخرة ضمن مسارها الذي امتد حتى عام 1923م ولم تتعد حدود السخرية فيها المقالات والتعليقات والموضوعات التي حاولت رسم صورة ساخرة يتلمسها القارئ وهي نتاج أقلام الكتاب وليست ريشة الفنان الكاريكاتيري، وفي عام 1923م حدث أهم تطور في تاريخ الصحافة الساخرة في العراق عندما ظهرت الرسوم الكاريكاتيرية في الصحافة وقد غيرت هذه المرحلة عن ولادة رسام الكاريكاتير المحلي الذي أخذ يحاكي ويقلد ويقتبس الأفكار الكاريكاتيرية من الصحف العربية والأجنبية. وبعد تأسيس الحكم الوطني في العراق دعا الملك فيصل الأول 1921-1933م إلى ممارسة فكرية حرة وعلى أسس تقدمية متفتحة على ابرز التيارات الليبرالية الغربية، والاستمرار على وفق الحالة الجديدة التي كان قد بدأها العديد من الكتاب والأدباء والصحفيين العراقيين الأوائل من ذوي الآراء المستنيرة، وقد صدرت في العشرينات من



القرن الماضي العديد من الصحف الساخرة في العراق لاسيما في بغداد تعالج هموم الناس الاجتماعية من خلال الكاريكاتير والنقد الهزلي، ومن أبرز تلك الصحف نجد ما يأتي:

1. **جريدة جحا الرومي:** وهي أول صحيفة عراقية تنشر على صفحاتها رسماً كاريكاتورياً ولم تسبقها إلى هذا المضمار أية صحيفة أخرى.

2. **جريدة الهزل:** وهي جريدة ساخرة صدرت في بغداد عام 1924م بطبعة أسبوعية وعنيت بمختلف الفنون الصحفية إلى جانب اهتمامها بنشر الكاريكاتير وتضمنت العديد من الأبواب والزوايا الساخرة.



3. **جريدة كناس الشوارع:** وهي جريدة ساخرة صدرت في بغداد عام 1925م تميزت صفحتها الأولى بالصورة الملازمة لاسم الصحيفة وهي تمثل صورة كناس وكتبت تحت الصورة عبارة "من لم يمت بالسيف مات بضرب المكناس تنوعت الأسباب والموت واحد".

4. **جريدة حيزوز:** صدر العدد الأول منها عام 1931م

وكانت من الصحف الساخرة المتميزة في تاريخ الصحافة العراقية وقد اعتمد الإخراج الصحفي فيها على الطريقة البسيطة اذ قسمت الصفحة الواحدة إلى عمودين، لم تكن علاقة جريدة حيزوز بالسلطة القائمة أنداك علاقة ودية وان مقالاته الساخرة اللاذعة جعلت السلطة تحسبها على المناوئين واخذت تلاحقها بسلسلة من الإنذارات والعقوبات التي وجهت إليها، وقد توقفت هذه عن الصدور عام 1938.

واجهت الصحافة الساخرة في تلك الفترة مشكلة المعوقات الفنية المتمثلة في شحة اللوازم الطباعية وكانت حائلاً دون نشر الرسوم الكاريكاتيرية، والتي استمرت خلال عقد الثلاثينات من القرن الماضي ورغم التطور الذي عاشته الصحافة خلال الأربعينيات إلا أن هذه المشكلة ظلت ملازمة للصحف حتى أن بعض الصحف الساخرة أثرت أن تستخدم الكاريكاتير بشكل محدود.

فن الكاريكاتير الساخر

يعرف الكاريكاتير على أنه كلمة ذات أصل إيطالي، وهي مصطلح فني يعني رسماً يعتمد المبالغة في إبراز خصوصيات أشخاص أو أشياء أو مفارقات، وصولاً إلى أداء ساخر ناقد للأشخاص أو للأوضاع السياسية أو الاجتماعية حتى باستخدام أعضاء الحيوانات أو الطيور أو النبات في الهيئة الإنسانية أو أن تقوم بعمل تناظر وظيفي في أنسنة الأفعال الحيوانية، وهناك من يعرف الكاريكاتير بأنه "فن يقابل الهزل في الأدب ويبرز الشاذ والقبیح عبر كسره للتناسبات في الوجوه والأشكال وذلك بتبنيه للمفارقات في الحياة والوجود"، أي أن المفارقة في الكاريكاتير مزدوجة مفارقة في الشكل بطريقة المبالغة تهويلاً وتهويناً ومفارقة في الفكرة التي يعبر عنها من خلال الرسم، ونلاحظ أن البساطة في الرسم الكاريكاتيري عنصراً مهماً، لكن ليس إلى حد الإسفاف بالمضمون، وبالمقابل يشكل التعقيد في الرسم الكاريكاتيري لغزاً يحير مشاهده ويضعه أمام احتمالات عدة.

والكاريكاتير اصطلاح فني للرسم والضحك الساخر يستخدم بجانب الصورة والخرائط الجغرافية والرسوم السياسية والجداول الإحصائية لإعطاء محتوى أخباري معين، كما انه يزيد من قوة إقناع القارئ إلى جانب انه يساعد في ربط الأخبار المتقطعة، بينما يراه البعض الآخر فن يعتمد على رسوم تبالغ في تحريف الملامح الطبيعية،



أو خصائص وميزات شخص أو حيوان أو جسم ما، وغالباً ما يكون التحريف في الملامح الرئيسية للشخص، أو يتم الاستعاضة عن الملامح بأشكال الحيوانات والطيور، أو عقد مقارنة بأفعال الحيوانات، والكاريكاتور عملية اتصالية متكاملة لها تهدف الى إحداث التأثير في المتلقي في خمسة جوانب هي:

1. تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقي أو العكس.
2. تعديل الإتجاه السلوكي لدى المتلقي.
3. إثارة المتلقي وتهيجه.
4. التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقي تراكم في تراث الرضا لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة.
5. إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية.

فن الكاريكاتير والصحافة:

تعد الصحافة ركناً أساسياً في بنية جميع المجتمعات أياً كان مستواها الثقافي والسياسي والاجتماعي والاقتصادي والحضاري بشكل عام، حيث أنها الباب الذي يسمح بنشر رأي السلطة وفكر الشعب ونبضه، كما أنها مصدر المعلومة أياً كان نوعها إلى جانب أنها وسيلة للتثقيف والتوعية بشكل عام وأن فن الكاريكاتير ارتبط بالصحافة منذ ظهوره، أما كشكل فني مستقل فإن الكاريكاتير لم يتواجد قبل القرن التاسع عشر، بعد أن مهدت له قرون من الأحداث والتطورات حيث ارتبطت بداية هذا التطور ارتباطاً وثيقاً بظهور وانتشار طباعة الكتب والجرافيك في القرن الخامس عشر، وكان فن الكاريكاتير في بداياته الأولى لا يختلف في شيء عن باقي أنواع الفنون التشكيلية من تقنيات بالتنفيذ، إذ كان الكثير من الفنانين يرسمون لوحاتهم الكاريكاتيرية بالزيت والماء، لهذا فإن الكاريكاتير ظل يبحث لنفسه عن منفذ آخر، وعن تقنيات تلائم طبيعته لذلك ارتبط بتقنيات الجرافيك القابلة للطباعة والنسخ مثل الحفر على الحجر، أو الخشب، أو النحاس وغيرها من التقنيات التي سهلت انتشاره ووفرت الجهد والوقت لإنتاج أعمال أكثر وبهذا وفرت هذه التقنيات لفن الكاريكاتير الطابع الشعبي وخرج من حدود المعارض التي لا يرتادها إلا عدد من المثقفين أو المهتمين أصلاً بهذا الفن، وأصبحت أماكن عرضه أوسع مثل واجهات المحلات وما شابهها من أماكن تشهد تجمعات جماهيرية، إلا أن الطموح الكبير للانتشار لم يكن ليسمح للكاريكاتير بالتوقف عند هذا الحد إذ إن هذه التقنيات على الرغم من توافرها وانتشارها فإنها لم تساعده على الانتشار خارج حدود البلد والسبب في ذلك يعود لكون هذه الرسوم كانت تحمل في معظم الأحيان الطابع السياسي، ولم تكن تنشأ إلا في ظل الصراعات السياسية والحروب، لذلك كانت محرمة من الدخول لحدود البلد الخصم، فضلاً عن إمكانيات الطبع كانت غير قادرة على طباعة عدد كبير من الرسوم، أما أهم هذه الأسباب فهو انعدام نظام التوزيع على غرار ما موجود في وقتنا الحاضر في الصحافة.

واخذ هذا الفن يتطور مع تقدم فن الصحافة العصرية وارتقائها من حيث تميز التقنيات الفنية المتعددة، كما عمدت بعض الصحف لأن يتصدر الكاريكاتير صفحات كاملة لأهم القضايا الساخنة في الساحة العالمية فضلاً عن زوايا واسعة ثابتة، ليكون بمثابة المقال الافتتاحي اليومي لا فن التلخيص الصحفي السريع الذي لا بد منه، إذ يكتفي القارئ بنظرة فاحصة ليفهم مغزى موضوع الصورة الكاريكاتيرية وهي تحمل في طياتها روحية المرح والفكرة والإيجاز.

وفن الكاريكاتير من الفنون الصحفية التي لا يمكن لأية صحيفة الاستغناء عنه سواء أكانت ساخرة أم سياسية أم اجتماعية أو أدبية أم اقتصادية، إلا إنه في بداية الظهور كان رسامو الكاريكاتير يستمدون أفكار



رسومهم من رئاسة تحرير الصحيفة ولا يقوم الفنان إلا بتجسيد هذه الأفكار على شكل خطوط فقط لكن كثيراً من الصحف اليوم أعطت منفذاً كبيراً لرسام الكاريكاتير لتنفيذ أفكاره من دون أي تدخل من رؤساء تحريرها ولا يتعارضون مع الرسام إلا في حالة تكيف هذا الأداء مع الإمكانيات الطباعية للصحيفة نفسها أو بطريقة استعماله للألوان أو الأحبار عندما يتعذر إمكانية وضع الألوان نفسها أو لانعدام هذه التقنية الطباعية لديها أو لعدم توازن الصحيفة نفسها، ويعتمد الكاريكاتير على تصوير واقع الحياة اليومية للناس بشكل يثير في النفس البشرية الفضول وحب الاستطلاع، عبر المبالغة الضاحكة في الصفات والسلوك إلى السخرية سعياً وراء نقد سلبيات حالة أو شخص أو ظاهرة عامة، نجد قارئ الصحيفة يقلب صفحاتها من أول لحظة اقتنائه لها بحثاً عن زاوية الكاريكاتير، فانه غالباً ما يدخل إلى النفس حالة من المرح والراحة للتخفيف من ثقل أعباء الحياة، كما انه يصل إلى القلب سريعاً بينما الصورة أجماً تصل إلى العين فقط، وغالباً ما تعبر الصورة الكاريكاتيرية أفضل مما يعبر عنه مقال كامل من أفكار و انتقادات لاذعة، وأصبحت الصحف الكبرى في العالم تتسابق كل يوم على نشر أمثال هذه الرسوم الابلق تأثيراً من أي مقال فيها، ويتولى الرسم الكاريكاتيري في الصحف عادة فنانون كبار تخصصوا في هذا النوع من الرسم، لكل منهم أسلوبه وطابعه الخاص الذي يميزه عن غيره، أما من حيث الخطوط وإما من حيث المواضيع التي يعالجها، وأحياناً لا يجد المحرر عبارات مناسبة لانتقاد الأوضاع والممارسات كما لا يستطيع معالجتها بوساطة قلمه بالقدر الذي تتيحه ريشة الرسام الساخر حين تعري الواقع وتكشفه للناس بخطوط بسيطة وفي حيز ضيق، إذن فالرسمة الساخرة تثير قضية لم تطرح في السابق، أو تجد حلاً لمشكلة مطروحة أصلاً.

أساليب نشر الكاريكاتير الصحفي:

يمكن أن ينشر الرسم الكاريكاتيري في الصحافة بأساليب مختلفة تبعاً للأهداف المحددة له أو المؤشرات أخرى كثيرة ومن بين تلك الأساليب يمكن الإشارة إلى أبرزها وهي:

1. زاوية المستقلة.
2. الكاريكاتير المنشور مع زاوية صحفية أخرى "تقارير".
3. الكاريكاتير المنقول عن صحيفة أخرى.
4. الكاريكاتير على غلاف المجلة الأول.
5. الرسم الكاريكاتيري الذي يشكل رمزاً للدورية.
6. الرسم الكاريكاتيري الذي يرافق عنوان زاوية محددة.

وظائف الكاريكاتير:

أخذ الكاريكاتير مكانة مهمة في الصحافة فهو يؤدي دوراً كبيراً لا يرقى إليه أدنى شك، وهذا الدور لا يحمل صفة عمومية وشمولية فهو متنوع ومحدد يتلخص في الوظائف التي ينفذها على صفحات المجلات والجرائد، وقد يشارك الكاريكاتير باقي الفنون والأنواع الصحفية في معظم وظائفه. والتي يمكن تحديدها بما يأتي:

1. الوظيفة الدعائية (التحريضية): فالدعاية كأي عملية اتصالية تستلزم أساليب تنتهجها في إيصال مادتها الإعلامية للجمهور ومن أساليب الدعاية إثارة الانفعالات والعواطف، وتحويل الأنظار، واللف والدوران، والسخرية والنقد الساخر، ومن أبرز تلك الأساليب الدعائية العديدة والمتنوعة هو أسلوب السخرية إذ يستخدم للسخرية والهزل والضحك من شخصية أو موقف معين وقد يعبر عن ذلك في



- حديث رجل سياسي أو صحفي أو موظف دعاية أو خبير متخصص يطلق أوصاف السخرية اللاذعة للاستهانة بخصم سياسي.
2. **الوظيفة التربوية:** يعالج الكاريكاتير بطبيعته الانتقادية ظواهر سلبية بشكل أساسي، فالنقد هو أحد الأساليب الإيجابية في تقويم القضايا والسلوك والمواقف والفكر وهذه الطبيعة الانتقادية فيه بحد ذاتها تقود إلى المقارنة بين ظاهرة سلبية وعكسها، حيث ينتقد الكاريكاتير هذه الظاهرة ويدعو بشكل مباشر أو غير مباشر للوقوف ضدها وعليه فإنه يربي الجمهور على العداء لهذه الظاهرة.
3. **الوظيفة التعليمية:** يستخدم الكاريكاتير في مجال التعليم بشكل واسع، والسبب في ذلك أن دخول المعلومات إلى ذاكرة القارئ ورسوخها فيها انجح بكثير من الاعتماد فقط على النصوص المكتوبة.
4. **الوظيفة الإعلانية:** يعتمد الرسم الكاريكاتيري في الإعلان وخاصة الإعلان التجاري منه بشكل واسع، ولعل معظم الإعلانات في الصحف مرفقة برسوم كاريكاتيرية أي أن الرسم الكاريكاتيري يؤدي الوظيفة الإعلانية ويرتبط مضمونة بشكل أساسي باسم البضاعة التي يدرج لها الإعلان.
5. **الوظيفة الجمالية:** ينتهي الكاريكاتير إلى الفنون التشكيلية ولا بد له من أن يؤدي هذه الوظيفة لأنه يعتمد التقنيات التشكيلية، ويتلخص دور الكاريكاتير بإضفاء الحلة الجمالية على صفحات المجلة أو الجريدة فبناء الصفحة يعتمد على الكثير من العناصر منها العناوين وأنواع الخطوط والإطارات وتقسيم وتوزيع الأعمدة فضلاً عن الصور والرسوم، فإذا كان هذا البناء غير معلى وفق فإنه يؤدي إلى نتائج سلبية وإذا كان معلى وفق ومبنياً على أسس صحيحة فإنه سيؤدي إلى نتائج ايجابية.
6. **الوظيفة الترفيهية والتسلية:** غالباً ما يُستخدم الكاريكاتير لأغراض جادة، حيث يسهم في تعزيز قدرة القارئ على الفهم والاستيعاب، في المواد الصحفية الجافة، تنخفض قدرة القارئ على استيعاب المحتوى بشكل ملحوظ، خاصة عندما يواجه جزءاً مهماً من المادة الجادة. وبمرور الوقت، قد يشعر القارئ بالتعب وفقدان القدرة على التركيز، مما يؤثر على استمراريته في القراءة. هنا، يأتي دور الكاريكاتير في تجديد نشاط القارئ، حيث يمنحه فرصة للراحة الذهنية، مما يساعده على متابعة المحتوى بكفاءة أكبر وحبوية متجددة.
7. **الوظيفة النقدية:** تؤدي الصورة الكاريكاتيرية دوراً بارزاً في النقد وهي تعكس شخصية الفنان الذي يقدم فكرتها ورسمها وكلامها، فهي في مجموعها مقال قصير يحمل في طياته فكرة ما يعيشها الرسام ويقدمها إلى القارئ في خطوط معبرة، ثم يضيف إليها كلمات قليلة جداً، ولكنها كلمات لاذعة تلسع.
- أساليب المعالجة الساخرة في الموضوعات الصحفية**
- تهل الكتابة الساخرة في العراق اليوم من موروث شعبي شديد الثراء والتنوع، وتوجه سهامها إلى السلبيات وتضع نفسها فوق موضوع السخرية وفي تضاد معه، وتستخدم تقنيات عديدة من أهمها ما يلي :
1. **توظيف الألقاب والكنيات الهازئة:** وتلك التقنية تحرر من الخوف المتراكم ومن الرقيب الداخلي والخارجي، وتسقط الأغلال الثقيلة عن الذهن، وهي بمثابة تعليق مؤقت للنظام الرسمي بحواجزه لبرهة قصيرة.



2. الاهتمام بالتصوير الكاريكاتوري لأنه يبرز بروزاً شديداً في الكتابة الساخرة: حيث المبالغة في تضخيم السمات السلبية الواضحة، وقد يقتصر الأمر على سمة واحدة، دون حرص على التوازن في التشابه بين الأصل والتشويه المتعمد للسمة البارزة، وتتحول الشخصية إلى نمط نموذجي أو إلى قالب يشبه الدمية.
3. استخدام المحاكاة الساخرة بمعارضة قصائد رصينة: وإنزالها من مرتبتها السامية إلى لغة الحياة العادية، أو محاكاة نماذج معينة من الكتابة والكلام عند بعض أدعياء السياسة والثقافة، أو المحاكاة الساخرة لأسلوب الحكاية الشعبية، ومن أمثلة ذلك انشودة موطني وما جرى لها من محاكاة.
4. توظيف السخرية الدرامية بكل أشكالها: فهي التي تجسد المفارقات في مواقف حافلة بالتناقض، وتفاجئ الشخصيات التي تسخر منها في حالة تلبس، وتستدرج القارئ من مسلمات تبدو راسخة إلى اتجاه معاكس، وقد تنتهي بنظرة نقدية شاملة.
5. ينبغي ان تنطوي السخرية على تأمل وحزن: لأنها لا تهدف إلى المرح والترفيه بل هي تقدم القضايا والمشكلات بروح ساخرة وموهبة نادرة وثقافة عريضة تستند إلى تراث المجتمع الطويل. وهذا يتطلب من المحرر الصحفي الساخر أن يكون قارئاً من الطراز الأول، متابع دقيق ومستوعب للاتجاهات الحديثة، وان يوجه موهبته ضد الفساد وللدفاع عن حرية التعبير وحقوق الإنسان.
6. ضرورة تعبئة الموضوع بالحكمة والرؤية الواخزة: التي تعبر عن الألم والقدرة على التأمل والنفاد إلى ما وراء الأشياء، فتبدو وكأنها مواد دستور صاغها الضمير الجمعي لشعب عريق تجسد في شخصية كاتب الموضوع بحيث يعبر عن رجل الشارع، ويكون محامياً يدافع عن البسطاء والفقراء، وأن تنطلق كتاباته كالرصاصة لا تحيد عن هدفها، وان تستهدف الحقيقة المجردة من المصلحة والغرض.
7. البحث عن سبل لاستخراج النكتة من أنياب الأسد: وأن يمتلك المقدر على أن يجعل من رئيس الوزراء والوزراء الفاسدين أضحوكة يومية، ولكن بهدف محدد وهو الإصلاح.
8. تناول هموم الشارع وأحزانه: فعلى الرغم من الظاهر الساخر لها الذي يجعلنا نبتسم، فإنها تفيض بالأسى الشعبي وأحياناً الحزن مما تصير إليه الأمور، هذا الحزن الخاص هو الوجه الآخر للسخرية المثقلة بالهم الإنساني العام، الذي يحول الأسى إلى سخرية حادة.
9. القراءة النهمية في شتى فروع المعرفة والإبداعات الأدبية والفنية والسياسية: لأن ذلك من شأنه تزويد المحرر الساخر برؤية عميقة بعيدة المدى، وقدرة على التأمل في الأحوال على مختلف مستوياتها، فتبدو كتاباته سهلة لكن وراءها معاناة عميقة.
10. الحرص على أن يكون هناك توافق في اتجاهات الرأي العام والطروحات الساخرة: بحيث تكون هذه السخرية وقوداً للثورة على الفساد وتردي الخدمات والعنف والجريمة.

التغطية الصحفية لشؤون الجريمة والحوادث:

الجريمة حدث غير مألوف ولا يتفق مع الناموس الطبيعي للحياة ولهذا لسبب فإن كثيراً من الجرائم تستحق أن تتحول من حدث إلى خبر ينشر في الصحف إذ ان كل حدث ليس بالضرورة ان يصير خبراً، فالحدث يظل مجرد



حدث ولا يتحول إلى خبر الا حين ينشر أو يذاع فمن شهد كل يوم ملايين الأحداث التي تقع في أرجاء العالم الشاسعة، ولكن لا يرقى من هذه الأحداث إلى مرتبة الخبر الا تلك الأحداث التي تستحق أن تنشر في الصحف أو تذاع من الراديو ومن التلفزيون، فقيمة الحدث تتحدد بمدى قابليته النشر، فاذا وصلت طائرة مثلاً إلى نهاية رحلتها سالمة، بعد هذا حدث لا يستحق النشره اما اذا اختطفت الطائرة أو تحطمت في الجو، فأن الحدث يتحول إلى خبر يستحق النشر.

ويدخل في مفهوم الجريمة كل خرق للقوانين كالقتل والخطف والاعتصاب وجرائم العرض والشرف والسرقة والاختلاس والتبديد والسب والقذف والانحراف بالسلطة واستغلال النفوذ والنصب والتحايل على القوانين، ويتسع مفهوم بعض الصحف الصحفية الجريمة بحيث تغطي حوادث التصادم وقد لا يكون وراءها قصد إجرامي مثل حوادث الغرق والانتحار وسقوط المباني وتحطم الطائرات وسقوط وتصادم القطارات ونشوب الحرائق، ولعل ذلك هو السبب في تسمية الصفحة المتخصصة في نشر اخبار الجريمة في كثير من الصحف بصفحة الحوادث. وإذا كانت الجريمة في حد ذاتها حدث غير مألوف، فإن هناك جرائم غير مألوفة، أي ان تناقضها مع القاموس الطبيعي للحياة مضاعف، وهو الأمر الذي يكسبها أهمية أكثر عند النشر.

والجرائم لا تنحصر في حوادث القتل والسرقة والاعتصاب، فهناك جرائم أخرى لا تقل أهمية من وجهة نظر القارئ عن الجرائم السابقة مثل الفضائح المالية والرشاوى والانحرافات الخلقية وسوء استخدام السلطة والمحسوبية وفي هذا المجال فان صحافة الجريمة يمكن أن تؤدي دوراً مهماً في تنظيف المجتمع من الفساد عندما تلاحق حالات الانحراف والفساد في المجتمع ولاسيما في المجتمعات الديمقراطية ولقد نجحت الصحف في أوريا والولايات المتحدة في أن ترسل بالعديد من السياسيين وكبار رجال الاعمال والنقابيين المنحرفين إلى السجون، بل لقد نجحت بعض الصحف في الكشف عن الانحراف في أجهزة مقاومة الجريمة نفسها، فأسهمت في اصلاح السجون والكشف عن انحرافات بين رجال القضاء، وعن حالات الفساد واستغلال النفوذ بين رجال الشرطة. عناصر التغطية الصحفية لشؤون الجريمة:

يفترض توافر مجموعة من العناصر في التغطية الصحفية للجريمة وهي:

1. الاشخاص المشهورون الذين لهم علاقة بالجريمة " تايسون متهم بقضية اغتصاب ملكة جمال العام، مارادونا متهم بتجارة وتعاطي المخدرات "
2. الاماكن المعروفة التي جرت فيها وقائع الجريمة " انتحار شاب من فوق برج بغداد، سقوط سائحة امريكية من قمة الهرم الأكبر.
3. عدد الضحايا مقتل ثلاثة اشخاص وجرح اربعة في مشاجرة بسبب معاكسة فتاة.
4. حجم الخسائر: " 5 مليار دينار في حريق مخازن الشورجة".
5. الظروف غير المألوف التي تمت فيها الجريمة: " مصرع ثلاثة متهمين بسبب الثأر اثناء وجودهم داخل المحكمة.
6. الجوانب الإنسانية أو العاطفية المرتبطة بالجريمة: " مصرع عائلة من خمسة اشخاص ونجاة طفلة في الثانية من العمر في حادث مروري "



7. الطابع الدرامي للجريمة: "تقتل زوجها وتقطعه إلى عشرين قطعة وتلقي بها في صناديق القمامة، وتجلس لمشاهدة الكلاب والقطط تلتهمه"

ونشير إلى أن نشر جريمة ما لا يقوم على أساس توافر هذه العناصر كافة بها، وإنما يقوم على أساس قيمة ووزن كل عنصر من هذه العناصر السبعة المكونة لخبر الجريمة، فإذا وجد مثلاً خبر توافرت به نسبة كبيرة من هذه العناصر ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة، فإنه يفضل عليه في النشر خبر آخر يضم عدداً أقل من هذه العناصر ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة.

أنواع التغطية الصحفية لشؤون الجريمة:

هناك أربعة أنواع من التغطية الصحفية لشؤون الجريمة وهي النحو الاتي:

1. **التغطية عن طريق المعايشة:** وفيها يقوم المحرر بتغطية النشاط الإجرامي عن طريق المعايشة للجماعات الإجرامية لحصر وتسجيل انماط النشاط الإجرامي، وهذا الأسلوب تكتنفه صعوبات جمة، إذ أن تكلفته مرتفعة، ويتحمل الصحفي مسؤولية امانة التسجيل كما يصعب على غيره التدقيق مرة أخرى وراءه، فضلاً عن القيود القانونية التي تحيط بالمحرر وتجعله يواجه مشكلة ازدواجية وهي الولاء للقانون من ناحية، والحياد الموضوعي الذي تفرضه المهنة من ناحية أخرى، فيفترض في المحرر ألا يبلغ أجهزة العدالة بما يرتكبه افراد الجماعات الإجرامية التي أوّتمن على اسرارها.
2. **التغطية الذاتية:** وهو أسلوب يعتمد على اقرار أو اعتراف عينة من الجمهور عن بعض الأفعال التي ارتكبوها في حياتهم ولم تصل إلى علم أجهزة العدالة، وأهم شروط هذه التغطية هو تأكيد المحرر عدم الإشارة إلى شخصية المجرم بتجهيل اسمه تماماً، والحفاظ على سرية البيانات وعدم استخدامها بأية صورة في مجال التحريات الخاصة المساعدة لرجال الشرطة، وهناك نوع من أسلوب التغطية الذاتية يقوم على مقابلة المحرر لبعض المجرمين على أساس من الثقة المتبادلة مؤكداً لهم ضمان سرية أقوالهم.
3. **التغطية الصحفية لحالات الإجمام الظاهرة:** وهي تغطية تنصب على الإجمام المعاصر، أو ما يسمى بالإجمام الرسمي وهي الجرائم التي يُكشف عن الذين تورطوا فيها ووقعوا في قبضة رجال الشرطة أو مثلوا أمام المحاكم وهي تغطية تسجيلية لجريمة تمت بالفعل.
4. **التغطية الصحفية لحالات الإجمام الخفي:** ويقصد بالإجمام الخفي الجرائم التي يصعب توصل رجال الشرطة إليها في حين يمكن للصحافة أن تكشف عن بعض جوانبها، وقد لا تجد الصحافة صعوبة في متابعة الإجمام الظاهر، ولكنها مطالبة ببذل جهد أكبر لتغطية الإجمام الخفي، وعن طريق هذا اللون من التغطية الصحفية يمكن الصحافة أن تقدم مساعدة حقيقية للشرطة والمجتمع في الوقت نفسه.

مصادر التغطية الصحفية لشؤون الجريمة:

1. **اقسام الشرطة وسجلاتها:** في اقسام الشرطة تتجمع الجرائم ويحجز المتهمون لمدة من الوقت قبل الافراج عنهم أو ترحيلهم إلى السجون، لذلك فمحرر شؤون الجريمة مطالب بالمرور يومياً على أكبر عدد من اقسام ومراكز الشرطة، وان يطلع على السجلات اليومية للنشاطات الإجرامية، ويختار منها ما يستحق التغطية الصحفية تمهيداً للنشر، وفي اقسام الشرطة وفي سجلاتها يمكن للصحفي ان يعرف



اسماء المفقودين وحوادث التصادم، والنزعات الشخصية، والشكاوى والحرائق، وجرائم السرقة والقتل، وعلى المحرر أن يقيم علاقات وثيقة مع المسؤولين في اقسام الشرطة ابتداء من مأمور القسم وحتى اصغر شرطي فيه.

2. **المحامون:** بمجرد أن تقع الجريمة، وقبل أن تحول إلى النيابة أو بعدها، يظهر دور المحامي الذي يوكله المتهم للدفاع عن موقفه في القضية، وبذلك يصبح المحامي مصدراً ثالثاً من مصادر صحافة الجريمة، وعن طريقه يمكن الحصول على التفاصيل كافة الخاصة بموقف المتهم في القضية، وفي حالات كثيرة يمتنع رجال الشرطة وجهات التحقيق عن ذكر أي شيء عن جريمة ما للصحفيين، عندئذ يلجأ الصحفي إلى محامي المتهم، فهو بحكم اطلاعه بالدفاع عن المتهم على علم كامل بتفاصيل الجريمة كلها، وفي العديد من القضايا المهمة ولاسيما القضايا السياسية حصلت الصحافة على أغلب معلوماتها عن القضية من المحامين.

3. **المحاكم وسجلاتها:** في اثناء المحاكمة كثيراً ما تظهر خفايا العديد من الجرائم لم يكشف عنها الثناء وقوع الجريمة أو اثناء التحقيق فيها كذلك فإن سجلات المحاكم توثق الجزء الكبير من الجرائم مما لم تنتبه الصحافة إلى خطورتها اثناء وقوعها، لذلك كله فان سجلات المحاكم وجلساتها تعد مصدراً مهماً من مصادر التغطية الصحفية لشؤون الجريمة.

4. **الجناة والمجني عليهم والشهود:** إن الشخصيات المرتبطة بالجريمة تعد في حالات كثيرة من اهم مصادر التغطية الصحفية لشؤون الجريمة، وهذه الشخصيات تضم ثلاث فئات الجناة أو المتهمون، والضحايا أو المجني عليهم، ثم شهود الحادث، ومن الضروري ان تحرص الصحيفة على التدقيق في المعلومات التي تحصل عليها من هذه الشخصيات، فغالباً ما يحاول كل طرف ان يوجه المعلومات لصالحه وعلى الصحيفة. دائماً ان تكون دقيقة وموضوعية في تعاملها مع الجميع، وأن تحول بين كل طرف من أطراف القضية وتوجيه الرأي العام لمصلحته.

5. **الجمهور:** في بعض حالات الانحراف والفساد السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الأخلاقي، قد تجد الصحيفة صعوبة في الحصول على البيانات والوثائق التي تكشف الحقائق، ولاسيما عندما تمس الجريمة بعض كبار الشخصيات في المجتمع، وفي مثل هذه الحالات يمكن للصحيفة أن تطلب 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 إحدى حالات التزوير في ملكية قطعة ارض حكومية والاستيلاء عليها وطلبت من القراء موافقتها بالحالات المماثلة، وكان أن وضع بين يديها عشرات الحالات معتمدة بالوثائق والمستندات.

الكتابة الصحفية لشؤون الجريمة:

شأنها شأن بقية التخصصات الصحفية الأخرى صحافة الجريمة لا تستطيع ان تستخدم الفنون الصحفية كافة مثل الخبر، والحديث الصحفي، والتحقيق، والتقرير الصحفي، والمقال الصحفي، فيلاحظ أن أكثر الفنون



الصحفية استخداماً في صحافة الجريمة هو فن التقرير الصحفي، ولكن البناء الفني للتقرير يختلف عند استخدامه في مجال صحافة الجريمة عنه في المجلات الصحفية الأخرى وذلك على النحو الآتي:

أولاً: البناء الفني لتقرير الجريمة المبني على قالب الهرم المعتدل: يقوم على أساس معاملة تقرير الجريمة كالقصة الأدبية أي مقدمة وعقدة وخاتمة إذ يضم شكل الهرم المعتدل ثلاثة أجزاء هي:

1. المقدمة: وهي تركز على زاوية معينة في الجريمة، تكون بمثابة تمهيد بعد القاري لتقبل تفاصيل

الجريمة وينطلق هذا التمهيد من بداية وقائع الجريمة ويشترط فيه أن يثير اهتمام القارئ، ويجذبه

إلى تكملة بقية تفاصيل الجريمة فيدفعه للانتقال من قراءة المقدمة إلى جسم الخبر.

2. الجسم: وهو يضم وقائع الجريمة وتفصيلها الدقيقة، إذ يبدأ من الوقائع المهمة إلى الوقائع الأكثر

أهمية، شرط أن يشمل التقرير العناصر التالية:

أ- كيف تم الاعداد للجريمة؟

ب- المناخ والجو النفسي الذي وقعت فيه الجريمة.

ج- تطور الوقائع التي أدت إلى وقوع الجريمة.

د- الملابسات التي سبقت ارتكاب الجريمة.

هـ- أسباب الجريمة ودوافعها.

و- واقعة الجريمة نفسها أو كيف حدثت والاشخاص الذين اشتركوا فيها.

3. الخاتمة: وتضم وقائع الجريمة ونهايتها وتشمل العناصر التالية:

أ- المجني عليهم واسماؤهم، وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة عدد الوفيات، وعدد الإصابات.

ب- الجناة أو المتهمون واسماؤهم وحالتهم بعد ارتكاب الجريمة هل تم القبض عليهم؟ هل

اعترفوا؟ هل تم حبسهم رهن المحاكمة أم الفرج عنهم بكفالة وكما مبين بالشكل الآتي:

ثانياً: البناء الفني لتقرير الجريمة المبني على قالب الهرم المزدوج: يقوم تقرير الجريمة على أساس المزج بين

الهرم قالب المطلوب وقالب الهرم المعتدل إذ يضم قالب تقرير الجريمة كلا الهرمين، لذلك نجد هذا التقرير

ينقسم على جزأين هما:

1. مقدمة التقرير: وتكتب كهرم مقلوب، إذ يضم أهم وقائع الجريمة، وتبدأ بسرد الوقائع الأكثر أهمية،

فالوقائع المهمة، تشمل عدد الضحايا واسماؤهم وعدد الجناة واسماؤهم، ثم حالتهم جميعاً بعد

ارتكاب الجريمة، وهكذا تصاغ المقدمة، كما لو كان خبراً مستقلاً قائماً على أساس الهرم المقلوب.

2. جسم التقرير: ويكتب على أساس الهرم المعتدل، إذ يعاد سرد وقائع الجريمة منذ بداية الاعداد لها،

وكيف تم هذا الاعداد، والجو النفسي الذي تمت فيه الجريمة، ثم تطور وقائع الجريمة والملابسات التي

سبقتها والأسباب التي انت لها، ثم كيف حدثت الجريمة، والاشخاص الذين اشتركوا فيها، ثم ينتهي

جسم التقرير بخاتمة تبين المواقف النهائية الاطراف الجريمة من ضحايا وجناة.

وبذلك يكتب جسم التقرير وكأنه تقرير مستقل عن قالب الهرم المعتدل إذ أن قالب الهرم المزدوج يستفيد من

مميزات الهرم المقلوب والمعتدل فهو يلبي احتياجات القارئ المعاصر الذي لا يجد وقتاً لقراءة تفاصيل الجريمة

فيكتفي بالمقدمة، فإذا توافر له الوقت الاضافي تمكن من قراءة الجسم.



التغطية الصحفية لشؤون الصحافة العلمية:

تعرف الصحافة العلمية بأنها تلك الصحافة التي تعمل على نقل المعرفة العلمية إلى القارئ بمستوياته المختلفة عن طريق تبسيط العلوم ونشر الثقافة على أن يكون المقصود بالمعرفة العلمية، كل معرفة تقوم بالبحث والدراسة والصدق وكال اشعاع للفكر الإنساني، وكل ما يخص المجتمع العلمي الإنساني في ماضيه وحاضره ومستقبله، وتشمل هذه المعرفة العلوم الطبيعية والتكنولوجية، والعلوم السياسية والاجتماعية وفلسفة الطبيعة وهو ما يعبر عنه بالعلم "المحكم في العصر الحديث.

كما عرفها رائد الصحافة العلمية صلاح جلال بانها كل صحافة تعطي القارئ معلومات ليستفيد بها في حياته اليومية وهي التي تخاطب الناس بأسلوب مبسط بعيد كل البعد عن التخصص غير المطلوب فيها وهي ليست نشر كل ما يدور في الخارج في مجال التخصص، انها الصحافة التي تجد فيها كل ما يهمك وبالأسلوب الذي تفهمه مهما كان مستواك العلمي والثقافي.

وظائف وأهداف الصحافة العلمية:

ترمي الصحافة العلمية إلى تحويل البحث العلمي والتطبيق التكنولوجي من لغة معقدة إلى مفاهيم واضحة ومفهومة لكي يستطيع القارئ العادي فهمها واستيعابها، وفيما يأتي جملة من الوظائف والأهداف:

1. اشاعة التفكير العلمي والنظرة العلمية وتكوين العقلية العلمية: وهو ليس بالضرورة تفكير العلماء فالعالم يفكر في مشكلة متخصصة منتمية إلى ميدان لا يستطيع غير المتخصص أن يخوضه، وهو في ذلك يرتكز على حصيلة ضخمة من المعلومات في ميدان من ميادين العلم بينما التفكير العلمي لا ينصب على مشكلة متخصصة بعينها، أو حتى مجموعة المشكلات المحددة في شؤون الحياة اليومية، أو في النشاط الذي يبذل في ممارسة الاعمال المهنية المعتادة، أو في العلاقة مع الناس ومع العالم المحيط بهم وكل ما يشتمل التفكير هو أن يكون منظماً، وان يبني على مجموعة من المبادئ التي لحظة دون أن نشعر بها شعوراً واعياً، مثل مبدأ استحالة تأكيد الشيء ونقيضه في آن واحد، والمبدأ القائل أن لكل حاد من المحال ان يحدث شيء من لا شيء، والتفكير العلمي أو العقلية العلمية بالمعنى الواسع لا يعني -المعلومات العلمية أو معرفة طرائق البحث في ميدان معين من ميادين هو طريقة النظر إلى الأمور والتي تعتمد أساساً على العقل والبره بالتجربة أو بالدليل - وهي طريقة يمكن أن تتوافر لدى اشخاص لم تدريب خاص في أي فرع من فروع العلم، كما يمكن ان يفتقر لها اشخ المعارف العلمية الشيء الكثير.

2. نشر الوعي العلمي وتيسير المعرفة العلمية للجمهور: عملية النشر في احدى عمليات الاتصال التي يتم فيها نقل المادة المتخصصة من المرسل الذي قد يكون فرداً أو مجموعة أو هيئة إلى مستقبل وهو المتلقي الذي قد يكون فرداً أو مجموعة ايضاً بواسطة احدى وسائل الاتصال، وعملية النشر تسهم في توضيح الأساسيات وتساعد في فهم الظواهر الطبيعية والمكتشفات الحديثة والاسس العامة التي تقوم على استخدام العلم والتكنولوجيا في المجالات المختلفة ذلك ان الابقاء على الجهل بهذه الأساسيات يجعل التحدث عن المكتشفات العلمية شيئاً غير ذي معنى ولا فائدة منه، وأن الاهتمام بأساسيات العلوم ينمي القاعدة الرصينة التي يمكن



أن يعتمدها الفرد في فهم ما يستجد من تطورات علمية وتولد له القدرة على ربطها بما يحمله من معلومات كما انها تنور الجمهور وتبصره وتساعد في تبني الآراء على أساس من الوقائع والحقائق.

3. **تعزيز الثقافة العلمية:** ان تطوير وتعزيز المعلومات العلمية التي اكتسبها الفرد عن طريق ما تعلمه في المراحل الدراسية المختلفة الأولية منها وحتى الجامعة ولئن لم يحض بالدراسة، أو الاثنتين معاً وذلك بإضافة معلومات جديدة وباستمرار عن مستجدات الحضارة الحديثة من العلوم والتكنولوجيا في مجالات التخصص والإمام والإحاطة اقدر الامكان بأساسياتها وهذا ما يطلق عليه بمحو الأمية الحضارية، والتي تعرف بانها عدم استطاعة الفرد التعامل مع معطيات العلم وعدم قدرته على الاحاطة بمستجداته وعدم تمكنه من استيعاب التكنولوجيا وتقنيات العلم الحديثة.

4. **التعريف بالمبدعين والمتميزين:** وذلك عن طريق نشر نتائج البحوث العلمية في المجالات النظرية والتطبيقية والاختراعات والابتكارات في وسائل الإعلام إذ إن عملية النشر تساعد الباحثين والعلماء والمبدعين الآخرين على تطوير اعمالهم وابحاثهم وتحفزهم على العمل وتنبئ تفكيرهم باتجاه مواضيع جديدة ينبون عليها بحوثهم المستقبلية. ويساعدهم ايضاً في اقتباس وتطبيق ما يرونه مناسباً منها لتحسين أو ضاع مجتمعاتهم التي يعيشون فيها، فضلاً عن التعريف بالباحثين والعلماء والمبدعين، يؤمن توثيق الصلة فيما بينهم على النطاق الوطني والقومي والعالمي. أذ أن وسائل الإعلام أزالّت القطيعة التي سادت في الماضي بين العالم والفنان والاديب والرياضي وبين العالم وعامة الناس.

5. **متابعة نقل المستجدات:** المتابعة المستمرة للتطورات العلمية والتكنولوجية في العالم وتسهيل وتبسيط ايصالها إلى الجمهور واحاطته علماً بها وفهماً واستخدامها. ذلك أن تطورات العلم والتكنولوجيا هما ما يشغل ويحلم به المثقفون والعلماء والمتخصصون بشكل خاص والجمهور بشكل عام، وأن متابعة ذلك هو محاولة واعية ومنهجية ومنظمة لامتلاك المعرفة من نوع جديد تضاف إلى معارف الإنسان الأخرى.

6. **تنمية دافع الانتماء الوطني والقومي:** ويتم ذلك عن طريق عرض المستجدات العلمية وانجازات الباحثين في الداخل والتعريف بهم والذي يولد اعتزاز الإنسان واطمئنانه وثقته بالتطور الذي يشهده وطنه، وان ذلك يولد الوعي الوطني والقومي لدى الجمهور عن طريق التعريف بامكانات الوطن والأمة وجهود ابنائها.

7. **التنبيه إلى بعض مخاطر العلم والتكنولوجيا:** احاطة الجمهور علماً ببعض المخاطر التي قد تسببها الاستخدامات التكنولوجية والتقنية والعلمية في مجالات العلم والعمل ومحاولة وقاية الإنسان منها. مع التنبيه إلى الاستخدام غير الصحيح لبعض المنتجات والأجهزة والمعدات التقنية الحديثة والتوعية بافضل السبل الكفيلة باستخدامها وفق كامل حاجتها وادامتها بما يكفل استثمارها بشكل أمثل.

8. **التذكير بالتراث العلمي العربي:** بدأ التراث العلمي العربي في العصر الذهبي للحضارة الإسلامية، بداية قوية ناضجة سبق بها النهضة الأوروبية الحديثة بقرون عديدة ولو أن خط التقدم ظل متصلًا منذ النهضة العلمية القديمة حتى اليوم، لكننا قد سبقنا العالم في هذا المضمار إلى حد يستحيل أن يلحق بنا الآخرون.

مواصفات المحرر العلمي:

1. إن يكون الصحفي العلمي ملمّاً بفروع العلم والمعرفة.



2. يفضل ان يكون المحرر العلمي ممن أكمل دراسته في إحدى الكليات ذات التخصصات العلمية، كالزراعة أو الطب أو الصيدلة أو العلوم.
3. أن يتمتع المحرر بثقافة علمية، وأن يجيد لغة اجنبية على الاقل.
4. أن يتبع الدقة في تبسيط الحقائق العلمية وينقلها إلى القارئ بأمانة كاملة خالية من الاخطاء.
5. الاستعداد الشخصي والهواية والموهبة.
6. قدرته على اختيار الألفاظ البسيطة السهلة لتقريب وتبسيط المعلومات العلمية السالكة والصعبة.
7. أن يكون عالماً بالاماكن العلمية ومراكز البحوث وأهم الصحف والنشرات العلمية.

مصادرالمحرر العلمي:

1. رجال العلماء في بلده، ورؤساء مراكز البحوث العلمية، ورؤساء الجامعات.
2. العلماء من بلده والاجانب الذين يحضرون المؤتمرات والندوات العلمية في داخل بلده أو يلتقي بهم في الخارج.
3. الأبحاث والدراسات العلمية.
4. المراجع والكتاب المتخصصة في العلوم المختلفة.
5. الموضوعات العلمية المنشورة في الصحف أو الاذاعات أو الفضائيات أو التي ترد عن طريق وكالات الأنباء او شبكات الانترنت.

الكتابة الصحفية للشؤون العلمية:

يمكن للمحرر في الشؤون العلمية أن يستخدم فنون الكتابة الصحفية المعروفة من خبر وحدث وتحقيق ومقال وتقرير وعلى النحو الآتي:

1. **الخبر العلمي:** لا يختلف الخبر العلمي عن أي خبر من حيث ان عليه ان يجيب عن التساؤلات السنة ويلبي رغبة القراء في المعرفة أي يحقق وظيفة الصحافة في الاخبار والإعلام ويقوم الخبر العلمي في بنائه الفني على قالب الهرم المقلوب.
2. **الحدث العلمي:** وهو حوار يتم اجراؤه مع عالم أو طبيب أو أي مصدر علمي حول اكتشاف أو اختراع أو دواء جديد اذ يوضح المصدر مدى الفائدة من هذا الاكتشاف أو الدواء ومراحل الوصول اليه، وقد يكتب على هيئة (س) (ج) أي السؤال والاجابة، الا انه في معظم الاحيان تتم كتابته بدون ذكر الأسئلة.
3. **التقرير العلمي:** يقوم بتقديم معارف ومعلومات جديدة عن حدث أو اكتشاف أو ظاهرة علمية ومحاولة تفسير هذه الظاهرة وبيان أسبابها. ويكتب التقرير العلمي بطريقة الهرم المعتدل، أي تضم مقدمة التقرير مدخلاً لموضوع التقرير أو تذكيراً بالظاهرة أو الحدث الذي يدور حوله التقرير ويضم جسم التقرير التفاصيل والشواهد التي تفسر أو توضح الحدث أو الظاهرة ثم الخاتمة التي تضم أهم نتيجة.
4. **التحقيق العلمي:** ويتناول قضية علمية أو طبية بالبحث والدراسة ومحاولة الوصول إلى حلها، كأن تتناول ظاهرة مرضية أو الاصابة بمرض معين والبحث في أسباب انتشاره وكيفية علاجه، مثال على ذلك مرض انفلونزا الطيور، جنون البقر، حب بغداد... الخ. ويكتب التحقيق العلمي على أساس البناء الفني للهرم المعتدل الذي يتكون من مقدمة وجسم وخاتمة.
5. **المقال العلمي:** يتسع مفهوم المقال العلمي ليشمل أنواع المقال كافة، فقد يتم كتابة افتتاحي الجريدة يومية أو اسبوعية حول ظاهرة أو حدث علمي أو اكتشاف أو اختراع علم جديد ويمكن كتابة مقال تحليلي علمي



يتناول فيه كاتبه بالتحليل والتفسير ظاهرة قضية علمية معينة، أما أكثر أنواع المقال استخداماً في الصفحات العلمية هو العمر الصحفي الذي يكتب من حيث البناء الفني بقالب الهرم المعتدل الذي يقوم على مقدم يشير فيها الكاتب إلى قضية أو ظاهرة علمية أو اختراع أو اكتشاف ثم يناقش هـ القضية في جسم المقال أو يسجل انطباعاته الذاتية وقناعاته حولها وفي خاتمة المقال تأتي الخلاصة التي يصل لها من كتابة عموده أو رأيه النهائي في القضية التي تناولها. وقد يأخذ العمود العلمي شكل رسائل التي تصل المحرر العلمي والتي يعرضها في عموده.

وهناك قواعد عامة لتحرير الموضوعات العلمية منها:

1. اضافة الصبغة الاخبارية على المادة العلمية وربطها بالأحداث الجارية حتى تشد انتباه اكبر عدد من القراء.
2. مراعاة نوعية القراء ليس فقط من حيث تنوع المستوى الثقافي ودرجة التعليم وكذلك نظرهم للمادة العلمية ومدى اقتناعهم بها، وهذا يتطلب من المحرر العلمي أن يكتب مادته في كلمات دقيقة وواضحة في قدرتها على التعبير عن دنيا العلوم والتكنولوجيا التي تحيط بالقارئ.
3. مراعاة الأسلوب المبسط في شرح الأمور العلمية المعقدة حتى تصل إلى القارئ بسهولة ويسر.
4. محاولة ربط المادة العلمية بالواقع العلمي الحيوي وبالاهتمامات الإنسانية للقارئ.
5. عدم اللجوء إلى الفقرات الطويلة أو الجمل الاعتراضية، وجعل الجمل قصيرة واضحة، حتى لا يمل القارئ ومهرب من الموضوع قبل أن يصل إلى نهايته. العمل على الإجابة عن الأسئلة كافة التي يمكن ان يسألها القارئ حول الموضوع الذي تكتب فيه.
6. تجنب المبالغة غير القائمة على الحقائق، فلا تصف جهازاً أو دواء بأنه اختراع عظيم أو علاج مفيد واكتف بذكر الحقائق حوله والتي تدل على مدى فائدته أو جدارته وريادته.
7. تجنب الكلمات العلمية الصعبة أي صعبة الفهم وحاول تبسيطها أو حتى شرح استعمالها واستخدامها في الحياة اليومية للناس. ضرورة ان تكون لغة التقرير العلمي واضحة تقوم على تبسيط المعارف والعلوم أو المعلومات العلمية حتى يفهم القارئ حقيقة ما يحدث بسهولة ويسر.

إعلام الكوارث والحوادث:



ينطلق اعلام الكوارث من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام حيث يزداد لجوء المجتمعات إلى وسائل الاعلام لمعرفة ما يدور حولهم من أحداث وتطورات في مراحل الأزمات، فالكيفية التي تتصرف بها وسائل الاعلام تجاه الكارثة وسبل معالجتها وكيفية توظيفها تنعكس سلباً أو

إيجاباً، فيقوم الاعلام بدور في تخفيف حدة الأضرار الناجمة عن الكارثة إذا تم توظيفها بطريقة سليمة، فيقوم الاعلام بدور ايجابي في الاستعداد للكارثة ان كانت متوقعة أو في مراحل تطورها، وهو موقف يمثل مصالح الأمة العليا وليس موقفاً انفعالياً أو رد فعل كما يزعم البعض، وبالتالي فان المواجهة الاعلامية للكارثة تقع ضمن إطار



المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام، وتنطلق المعالجة الإعلامية للحوادث والكوارث من الخصائص الذاتية للإعلام وأبرزها:

1. الأنية: يعالج الاعلام ويعكس المتغيرات الحاصلة في الواقع الموضوعي بشقيه الاجتماعي والطبيعي باعتبار أن التغيير هو الحقيقة الوحيدة الثابتة في هذا الواقع، ويتعامل مع مستجدات الحدث على وفق نظام "العاجل".
2. الدورية: ترتبط وسائل الاعلام الجماهيري بوقت محدد للطباعة أو الإذاعة أو البث وتختلف هذه الدورية من وسيلة إلى أخرى، فقد تكون يومية في الصحافة اليومية أو أسبوعية في الصحافة الأسبوعية، وقد تكون ساعات محددة في الإذاعة والتلفزيون وذلك حسب جدولة نشرات الأخبار الرئيسية وقد تكون ساعة واحدة أو جزء من الساعة على وفق نظام الموايز التي تقدمها محطات الإذاعة والتلفزيون.
3. الجماهيرية: لا تخاطب وسائل الاعلام الجماهيري في الغالب النخبة المثقفة والمتعلمة أو المتخصصة، على العكس تمثل هذه الوسائل الحيز الثقافي والمعلوماتي للجماهير الواسعة، لأنها ناقلة وحاملة للثقافة الجماهيرية بامتياز ولذلك تتميز بسعة الانتشار.
4. التأثير والتوعية: تساهم وسائل الاعلام بتكوين معرفة ووعي وإدراك ثقافة المستقبل من خلال ما تقدمه من مواد متنوعة واستخدامها لأنواع صحفية مختلفة تخاطب ذهن متلقيها وعواطفه وانفعالاته.

سمات وخصائص الكوارث:

- قبل الحديث عن سمات الكارثة البد من توصيف لأنواع الكوارث فهي تنقسم على أنواع هي:
1. كوارث طبيعية: وهي الكوارث التي تتحكم فيها الطبيعة وليس للإنسان أي دور في حدوثها لكنه قد يتسبب في زيادة حجم الخسائر المترتبة عليها بالإهمال أو عدم اتخاذ الاحتياطات الوقائية المناسبة لتفادي تلك الآثار الضارة أو التخفيف من خسائرها، وتنقسم الكوارث الطبيعية على كوارث مناخية وجيولوجية مثل "الزلازل، البراكين، الفيضانات، الأعاصير البحرية، العواصف، التصحر، الجفاف، المجاعات المترتبة على حرائق الغابات"، و كوارث بيولوجية مثل "الأوبئة، الآفات الزراعية، الجراد، الحشرات البيئية" وكذلك الكوارث الكونية مثل "سقوط الشهب والنيازك" فضال عن الكوارث الإشعاعية.
 2. كوارث من صنع الانسان: قد تحدث الكارثة من صنع الانسان وان لم يتعمد حدوثها ولكن يؤدي الإهمال البشري دورا رئيسيا فيها ومن أمثلتها سوء استخدام الطاقة التي تؤدي الى الحرائق في القرى وفي المنشآت الصناعية والانفجارات وحوادث انهيار المنشآت لأخطاء في التصميم أو التنفيذ وكوارث لإرادية أو مخططة مثل الكوارث الناجمة عن حروب استخدام أسلحة الدمار الشامل.
 3. كوارث مشتركة بين الطبيعة والانسان: هذه الكوارث اما أن تبدأ بفعل الانسان ثم تؤدي الطبيعة دورا أساسيا في زيادة حجمها واثارها، ومن أمثلتها حرائق القرى التي تبدأ محدودة نتيجة للإهمال البشري ثم تعمل سرعة الرياح على انتشارها الى الحد الذي يأتي على القرية بأكملها أو العكس، أي أن تبدأ الكارثة بفعل الطبيعة ثم يؤدي التصرف من جانب البشر الى زيادة حجم الخسائر، ومن أمثلتها التدافع في مواسم الحج أو الناجم عن أعمال التفجير، وحدث الزلزال، كما أن هذه الكوارث قد تؤدي الى تدمير الممتلكات



من مباني سكنية وادارية وخدمية أو منشآت صناعية بمحتوياتها من أثاث ومفروشات وأجهزة وآلات وخامات ونتاج تام، والكوارث والأزمات تتصف بعدة خصائص لعل من أبرزها:

أ- إن مصدر الخطر أو الأزمة يمثل نقطة تحول أساسية في أحداث متعاقبة ومتسارعة، فالكارثة تخلق نقلة نوعية من حالة انقطاع في وضع مستقر وتؤدي إلى تبدلات فردية ومجتمعة بالغة الخطورة والأهمية في حياة الفرد والمجتمع.

ب- إنها تسبب في بداية حدوثها صدمة ودرجة عالية من التوتر مما يضعف إمكانات الفعل لمواجهة، فالكارثة تؤدي إلى حالة من عدم الاستقرار وتفرض مناخا من الخوف والتوتر والقلق.

ج- إن تصاعدها المفاجئ يؤدي إلى درجات عالية من الشك في الحلول المطروحة لمواجهة للضغط النفسي ولندرة المعلوم الأحداث المتسارعة نظرات أو نقصها.

د- تمثل نكبة إنسانية تطال حياة الفرد والمجتمع، وتؤدي إلى انقطاع مفاجئ وتغيير جذري في ظروف حياة ومعيشة الفرد "موت أقارب، فقدان ممتلكات وتشريد، تغيير مكان إقامة، تغيير مستوى ونمط معيشة... الخ"، وفي ظروف الجماعة "تدهور وانهيار بعد تقدم وعمران وانتشار أوبئة وأمراض وانهيار شروط الضبط الأمني والاجتماعي والتعليم".

فرضت هذه الخصائص المتميزة للكارثة شكل ومضمون التعامل معها وأسلوب المعالجة المتخصصة للكوارث ويمكن اجمالها فيما يأتي:

1. تكريس الاهتمام في الكوارث والحوادث المحلية، وربما نجد لهذه الصحافة الكثير من المبررات لعدم اهتمامها بالكوارث البعيدة جغرافيا لأنها من أهم الواجبات الاعلامية التي تفرضها طبيعة المهنة، وتواجه الصحافة الوطنية بين فترة وأخرى تحدي تغطية كوارث وحوادث مختلفة كالغرق والحرائق وحوادث المرور المفجعة وغيرها ما ينبغي الاستعداد لذلك.
2. الاهتمام بالمرحلة الأولى في مواجهة الكوارث والحرص على عدم التوسع في نشر الحوادث، والاهتمام بجانب التغطية الصحفية المصورة والتركيز على المعلومات الأولية عن الحدث، لكن مع وجود إعلام جديد في نشره الفوري للصور بمواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب، أصبحت هذه الأحداث مادة للجدل والنقد الشعبي في المجتمع، فتؤلب وتثير الكثير من الغضب على بعض الجهات والمؤسسات.
3. في المرحلة الثانية يجب الحرص على تحصيل تصريحات رسمية كافية تسهم في توفير العديد من الإجابات عن استفسارات الجمهور حول الحادث، أو نشر تفسير عن صور الحدث التي أصبحت متاحة ومنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
4. ضمان سرعة في التفاعل مع الحدث في الدقائق والساعات الأولى من الحدث لمواجهة كل اشكال اللغط والغضب والتشويش، والحرص على تنحية أي شكل من الحواجز الرقابية التي تمنع نشر التفاصيل الأولية عن الحادث والتي تقطع الطريق على محاولات التستر على بعض الجوانب من الحوادث، وقد تستدعي خطورة وأهمية وضخامة الكارثة تشكيل فريق عمل من هيئة أركان مركزية، تمثل السلطة المركزية وتضم الأجهزة والتنظيمات والمؤسسات المعنية بالكارثة لضمان توحيد القوى والإمكانات



والخبرات كافة في محور تنظيمي واحد من اجل تحقيق هدف واحد وهو مجابهة الكارثة بقصد تجنبها أو الحد من أثارها وإعادة الوضع إلى توازنه السابق.

5. التركيز على البعد المأساوي والانساني في التغطية الاعلامية للكارثة، مع ضرورة وجود رؤية منهجية للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الاعلام، ويجب ان تتعدد الفنون الصحفية لتشمل التحليلات والتحقيقات ومقالات الرأي التي تقدم المقترحات والتصورات عن السبل المثلى لمواجهة الكارثة، وقد لا تكتفي ظروف الكارثة بحشد القوة والإمكانيات والخبرات المحلية على وفق الرؤية الوطنية، بل قد يستدعي طبيعتها وحجمها و أبعادها وشدتها السعي لتحقيق أقصى قدر من التعاون الإقليمي وربما الدولي وذلك في المراحل الثلاث "التنبؤ بالكارثة، والاستعداد والتحضير لمواجهة ثم مرحلة المجابهة"، وأخيرا مرحلة تجاوز الكارثة وإعادة التوازن وهنا يكون دور الاعلام عابر للحدود الوطنية وان يكون فاعلا في اطار الاعلام الدولي، ففي حادث حريق مستشفى اليرموك 2016 تكررت المشكلة في تضارب الأنباء حول سبب الحريق، وقد سبق الاعلام الجديد المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي في الحضور بقوة منذ اللحظات الأولى للحريق، وتضاربت الأقوال وارتفعت حدة النقد والغضب على أكثر من جهة، وهي آراء يغلب عليها الانطباعات الشخصية والهجوم المكرر على جهات محددة، دون وجود رؤية مكتملة للحدث سوى التصريحات التقليدية التي تستبق استكمال التحقيقات الرسمية، هنا يأتي السؤال: كيف يصنع الصحفي قصة كاملة للحدث، ويجمع خيوط المشكلة وبعض المعلومات الغائبة أو المغيبة ليس من أجل إدانة هذه الجهة أو ذلك المسؤول، وإنما لصناعة مادة بهذه الكوارث اجتماعياً تُوجد وعياً للكثيرين وللسنوات طويلة، وأيضاً صحفية تكون مرجعاً في تقييم أداء الدفاع المدني في هذه الحادثة؛ لا يتوقف عند المعلومات الأولية، وأسبابها، فمثلاً عليه أن يبحث عن أكثر من رواية وشاهد؛ متى بدأ الحريق؟ ومتى وصل البالغ إلى الدفاع المدني؟ متى استطاع رجال الإطفاء الوصول إلى مكان الحدث؟ كم المسافة التي قطعها، وكيف اجتاز الحواجز ونقاط التفتيش؟ وماهي نوعية الزحام المتوقعة في ذلك التوقيت؟، وهل كانت استعدادات ومعدات الدفاع المدني مكتملة وجاهزة في تلك اللحظة؟، وغيرها من التفاصيل، وقد كان لنشر قصة فيها تضحية وسط تفاصيل مأساة احتراق الاطفال الخدج في مستشفى اليرموك اثر في تسليط الضوء على التفاني في أداء الواجب، والمتمثلة بقيام فريق من اطباء كانوا موجودين في المستشفى وقت وقوع الحريق التزاماً بقانون التضحية، وبقوا صامدين لإكمال اجراء عملية قيصرية لمراة على وشك الولادة رغم قوة الصدمة التي احدثها الحريق، كان هذا الفريق يواصل عمله في صالة العمليات القريبة من موقع الحريق غير مبالي بخطر الموت حرقاً وواصل عمله بكل همة وشجاعة لإنهاء العملية الجراحية لتلك المرأة، وما ان انتهت العملية بنجاح توسع حجم الحريق واصبح اكثر رعباً وبت يهدد حياتهم، وفي محاولة من الفريق الطبي الانسحاب من صالة العمليات فوجئوا بان ابواب الصالة باتت مغلقة وكادت حرارة النيران ان تلسع اجسادهم لولا شجاعة زوج احدي الطبيبات الذي كان بالانتظار خارج الصالة حيث قام بكسر شبك الصالة الزجاجي والدخول الى صالة العمليات على ضوء مصباح الموبايل ومن ثم المساهمة في



اخراج الفريق الطبي الى خارج صالة العمليات وانقاذهم بعملية بطولية وهم في حالة اعياء حيث تم نقلهم الى قسم الطوارئ لإسعافهم . ويمكن النظر الى نشر هذه القصة على انها تشجيع على الفضيلة .
أساليب معالجة الكوارث إعلاميا:

عند التغطية الاعلامية للكارثة البد من التركيز على جوانب مهمة منها:

1. ضرورة التعامل مع قضايا الكوارث والأزمات في الصحافة بمهنية عالية، حتى لا تتحول الأزمة إلى ذكرى تنخر في هيكل المجتمع، عوضاً عن النهوض به ليكون أكثر قوة وصلابة، لا سيما أن بعض الصحفيين أو الكتاب في الصحف المحلية ينساقون وراء العاطفة، ويسترسلون في طرح القضية من وجهة نظر شخصية بعيداً عن مفهوم "التخصص الصحفي"، وأن بعض من يمتنون الصحافة كمهنة ليسوا ممن درسوا وتخصصوا فيها، وهو ما أدى إلى عدم إجادتهم لفن الصحافة المتخصصة في تغطية تلك الأحداث، وهو ما يحتم على القائمين بالصحف إعطاء دورات دبلوم لكل من يرغب في تغطية الكوارث.
2. ضرورة تحقيق الصحفي للتوازن في تغطية الجانب الانساني للكوارث والأزمات والجانب المادي، إلا أن هناك ثمة مخاوف من أن يكون الصحفيين عاطفيين، عندما يشاهدون الأضرار الناجمة من الكارثة، ومعاناة الأفراد منها، وكيفية تعاملهم معها، لذا حري بمسؤولي التحرير عدم السماح لهم بقضاء فترات طويلة في تغطية ومتابعة تلك الأحداث والاسترسال في تغطيتها.
3. الابتعاد عن الإثارة أو محاولة تهيبج الرأي العام، خاصة أن عنصر الإثارة يعد مفصلاً حيوياً في صناعة الصحافة، ولكن في المقابل، هناك مسؤولية اجتماعية، تلزم الصحيفة أدبياً بحيادية الطرح والمناقشة، وإلا فإن الصحيفة ستصطبغ باللون الأصفر.
4. الإشارة إلى الأرقام الصحيحة للخسائر في حال توفرها وعند تعذر ذلك يشار إلى التعميمات، لأن الكارثة حدث يعني قطاعات اجتماعية معينة، أو مناطق جغرافية محددة ولكنه وبسبب حجمه وخطورته وآثاره ومستلزمات مواجهته، يعني المجتمع بشرائحه ومناطقه كافة.
5. في حال تعلق الكوارث بالأحوال الجوية والطقس يكون اعتماد التغطية على تقارير هيئة الرصد الجوية لضمان الدقة في المعلومات، مع مراعاة التنوع في المصادر لنقل الحقيقة.
6. عندما تتعلق الكارثة بإشعاع نووي أو تلوث كيميائي يجب ان يعتمد تقرير المتحدث والناطق الرسمي، لأنه يمثل الجهات والدوائر الرسمية مباشرة وهو المصدر الرئيس المخول بالإدلاء في المعلومات المتعلقة بالكارثة، لأن ما يدلي به مقنن وفق المصلحة العامة وضمان الاستقرار والسكينة، ويجب على وسائل الاعلام أن تنوع مصادرها وتثري رسائلها وترفع في غنى وخصوصية خطابها الاعلامي شرط ان لا يتعارض ذلك مع المنهج التكاملية الرسمي مع الاستراتيجيات والمنطلقات الرسمية المحددة لمواجهة الكارثة .



مصادر الاثراء:

1. مدخل الى الصحافة المتخصصة شكرية كوكز السراج
2. الصحافة المتخصصة ماهر عودة الشمايلة وآخرون
3. الصحافة المتخصصة سميرة محي الدين، محمد خليل الرفاعي
4. الصحافة المتخصصة عيسى محمود الحسن
5. الصحافة المتخصصة فاروق أبو زيد
6. الصحافة المتخصصة محمد خليل الرفاعي
7. محاضرات في الصحافة المتخصصة نصر الدين مزارى
8. محاضرات في الصحافة المتخصصة محسن عبود كشكول

والتوفيق من عند الله