

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم علوم الإعلام والاتصال

2015/.....

تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على مهنة رئيس التحرير في الصحافة المكتوبة

دراسة مسحية لعينة من رؤساء التحرير في الصحف الوطنية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مكتوبة

إشراف الأستاذ:

? رضوان بوقرة.

من إعداد الطالبة:

? أمال نادية عيسو.

لجنة المناقشة:

رئيسا.

مشرفا ومقررا.

ممتحنا.

بوبكر بوعزيز

رضوان بوقرة

صالح بلخيري

السنة الجامعية: 2014-2015



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ



شكر وتقدير

بعد الله هز وجل صاحب الفضل الأول والأخير، أتقدم بجزيل الشكر وفائق

الاحترام والتقدير إلى الأستاذ بوقرة رضوان الذي تابعتني طيلة إعداد هذه

الدراسة وأفادني من سديد رأيه ووجيه نصحه.

كما لا يفوتني أيضا أن أعبر عن خالص امتناني وعرفاني إلى كل من أمدنا بيد

العون من صحافيين وعمال المؤسسات الصحافية.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد.

مباشرة أو غير مباشرة بالقليل أو بالكثير لإتمام هذا العمل.

أمال



إهداء

*- إلى من أوصاني بهما ربي برا وأتمنى رضاهما دوما... من قال فيهما
تعالى {..وبالوالدين إحسانا} القلب الحنون الذي غمرني بعطفه وحنانه ولم
يحرمني من شيء احتجته، أُمي الحبيبة التي لو مشيت العمر كله على رموش
عيني ومنحتها حياتي ما وفيت بأفضالها علي..ماما مرزاقه وريح .
إلى روح والدي تغمده الله برحمته التي وسعت كل شيء...
*- إلى الذي رعاني وشقي وكدّ من أجل راحتي....إلى من رسم لي طريقا من
هذه الحياة ونمت معه فضائل الرجولة خالي العزيز العالي عمار
وإلى أخي سليم. - إلى كل أفراد عائلتي
*- إلى كل الأصدقاء حفيظة_وداد_راضية_ صونيا_وردة_ خولة-
حسينة -أمال*- إلى رفقاء دربي وكافة إخواني الطلبة...
ورفقائي واخص بالذكر صديقي خالد ، إلى كل من علمني، وإلى كل يد
بيضاء لم تدّخر وسعا في تقديم يد العون لي يوسف.
اهدي لهم هذا العمل المتواضع واسأل الله العلي القدير أن يجعله في ميزان
حسناتي وأن ينفع به عباده

أمال

قائمة المصنفين

قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
1	شكر و عرفان
2	الإهداء
3	قائمة المحتويات
8	قائمة الجداول والأشكال
14	مقدمة
الإطار المنهجي: الإطار المنهجي للدراسة	
18	1-الإشكالية
18	2-تساؤلات الدراسة
19	3-الأسباب اختيار الموضوع
19	4-أهداف الدراسة
19	5-نوع الدراسة
20	6-منهج وأدوات الدراسة
24	7-مجتمع وعينة الدراسة
24	8-عينة الدراسة
24	9-تحديد المفاهيم
الفصل الأول: الصحافة المكتوبة	
27	تمهيد
28	المبحث الأول: تعريف الصحافة المكتوبة
28	المطلب الأول: التعريف اللغوي
28	المطلب الثاني: اصطلاحا
32	المطلب الثالث: التعريف الإجرائي
32	المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة كمؤسسة
33	المبحث الثالث: الأقسام المؤسسة الصحفية
33	المطلب الأول: قسم التحرير
35	المطلب الثاني: قسم الصحفيين
39	المطلب الثالث: القسم الفني
39	المطلب الرابع: القسم التوزيع

40	المطلب الخامس: قسم الإعلانات
40	المبحث الرابع: وظائف الصحافة المكتوبة
40	المطلب الأول: الوظيفة الإخبارية
41	المطلب الثاني: وظيفة الترفيه و التسلية
42	المطلب الثالث: الوظيفة التاريخية
42	المطلب الرابع: الوظيفة التثقيفية
42	المطلب الخامس: الوظيفة الإقناعية
44	خلاصة
الفصل الثالث: رئيس التحرير	
46	تمهيد
47	المبحث الأول: مراحل تطور مهنة رئيس التحرير
47	المطلب الأول: مرحلة حرفية
47	المطلب الثاني: مرحلة المنسق <i>le coordinateur</i>
48	المطلب الثالث: مرحلة الإخراج <i>le réalisateur</i>
48	المبحث الثاني: ماهية رئيس التحرير
48	المطلب الأول: تعريفه
49	المطلب الثاني: مميزات رئيس التحرير
50	المبحث الثالث: دور رئيس التحرير ومسؤولياته
51	المطلب الثاني: مسؤوليات رئيس التحرير
52	المبحث الرابع: المهام التقنية لرئيس التحرير
52	المطلب الأول: مرحلة جمع المعلومات وتنظيم جدول البرمجة
54	المطلب الثاني: عمليات جمع المعلومات
55	المطلب الثالث: مرحلة إعادة قراءة وتحضير المقال
57	المطلب الرابع: مرحلة العناوين والعناوين الفرعية وتعليق الصور
60	المطلب الخامس: مرحلة اختيار الصور
65	المطلب الخامس: مرحلة الماكيت والإخراج الصحفي
69	خلاصة
الفصل الثالث: تكنولوجيا الاتصال الحديثة	
71	تمهيد

72	المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
72	المطلب الأول: التكنولوجيا
73	المطلب الثاني: اصطلاحا
76	المطلب الثالث: إجرائي
76	المبحث الثاني: مراحل التطور التكنولوجي للاتصال الحديثة
79	المبحث الثالث: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة
79	المطلب الأول: التفاعلية (<i>Interativity</i>)
80	المطلب الثاني: اللامجاهيرية
80	المطلب الثالث: اللاتزامنية (<i>Asynchronization</i>)
80	المطلب الرابع: القابلية التحرك أو الحركة (<i>Mobilité</i>)
80	المطلب الخامس: قابلية التحويل (<i>Convertibility</i>)
81	المطلب السادس: قابلية التوصيل والتركيب (<i>Connectivity</i>)
81	المطلب السابع: الشبوع أو الانتشار (<i>Ubiquity</i>)
81	المطلب الثامن: الكونية (<i>Globalization</i>)
82	المبحث الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة المكتوبة
83	المطلب الأول: المدخلات
86	المطلب الثاني: تقنية التوضيب الإلكتروني
87	المبحث الثالث: المخرجات
87	المطلب الأول: المرحلة الأولى
89	المطلب الثاني: المرحلة الثانية
91	المطلب الثالث: المرحلة الثالثة
91	المبحث الخامس: البرمجيات
92	المطلب الأول: برنامج الناشر الصحفي
94	المطلب الثاني: برنامج <i>Page Maker 5.0 Middle East</i>
95	المطلب الثالث: برنامج <i>Quark EXPress</i>
96	المبحث السادس: تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية
96	المطلب الأول: جمع واستقراء المعلومات الصحفية وتراسلها مع الصحيفة
96	المطلب الثاني: تكنولوجيا جمع المادة الصحفية وإرسالها إلى مقر الصحيفة
97	المطلب الثالث: تكنولوجيا التوثيق الصحفي (تخزين المعلومات واسترجاعها)

98	المطلب الرابع: تكنولوجيا إنتاج ومعالجة المعلومات الصحفية
99	المطلب الخامس: التغطية الصحفية المستمرة (<i>Continuing Coverage</i>)
100	المبحث السابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة
100	المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة
101	المطلب الثاني: عيوب
102	خلاصة
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة	
104	تمهيد
105	المبحث الأول: محور البيانات الشخصية
112	المبحث الثاني: محور مكانة رئيس التحرير في الصفحة
132	المبحث الثالث: محور مدى استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تأدية عمله
151	نتائج الدراسة
153	خاتمة
155	قائمة المراجع
162	الملاحق



قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول		
الرقم	الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	112
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	113
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	114
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي	115
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير ملكية الجريدة	116
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة الجريدة:	117
07	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	119
08	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير السن	120
09	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير ملكية الجريدة	121
10	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير تخصص العلمي	122
11	يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	123
12	يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	124
13	يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير الجنس	125
14	يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير ملكية الجريدة	126
15	يوضح إنجازات ماكيت الجريدة وعلاقته بتخصص العلمي	127
16	يوضح إنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بملكية الجريدة	128
17	يوضح تصحيح رئيس التحرير المقال الصحفي وعلاقته بملكية الجريدة	129
18	يوضح مستوى تدخل رئيس التحرير تصحيح المقال وعلاقته بملكية الجريدة	130
19	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	131
20	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير التخصص العلمي	132
21	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	133
22	يوضح تطبيق سياسة التجديدية للصحيفة عند نشر مواضيعها وعلاقتها بملكية الجريدة.	134
23	يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغيرين الجنس والملكية الجريدة	135
24	يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	136
25	يوضح العوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير وعلاقتها بملكية الجريدة.	137
26	يوضح وسائل الاتصال المتاحة في المؤسسة الصحفية وعلاقتها بملكية جريدة.	139
27	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير الجنس	140

141	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير السن	28
142	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير المستوى التعليمي	29
143	يوضح كيفية تحكم في استخدام هذه التكنولوجيا وعلاقته بمتغير السن	30
145	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بملكية الجريدة و متغير لغة الجريدة	31
147	يوضح الاستفادة من الدورات التكوينية وعلاقته بمتغير السن	32
148	يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير السن	33
149	يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	34
150	يوضح الاستفادة من دورات تكوينية وعلاقته بمتغير و ملكية الجريدة	35
151	يوضح مجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وعلاقته بملكية الجريدة	36
152	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين وعلاقته بملكية الجريدة	37
153	يوضح تكنولوجيا الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بتخصص العلمي	38
154	يوضح تكنولوجيا الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة	39
155	يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بالتخصص العلمي	40
156	يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بملكية الجريدة	41

قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	112
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	113
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	114
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي	115
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ملكية الجريدة	116
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة الجريدة:	117
07	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	119
08	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير السن	120
09	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير ملكية الجريدة	121
10	يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير تخصص العلمي	122
11	يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	123
12	يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	124
13	يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير الجنس	125
14	يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير ملكية الجريدة	126
15	يوضح إنجازات ماكيت الجريدة وعلاقته بتخصص العلمي	127
16	يوضح إنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بملكية الجريدة	128
17	يوضح تصحيح رئيس التحرير المقال الصحفي وعلاقته بملكية الجريدة	129
18	يوضح مستوى تدخل رئيس التحرير تصحيح المقال وعلاقته بملكية الجريدة	130
19	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس	131
20	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير التخصص العلمي	132
21	يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	133
22	يوضح تطبيق سياسة التجديدية للصحيفة عند نشر مواضيعها وعلاقتها بملكية الجريدة.	134
23	يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغيرين الجنس والملكية الجريدة	135
24	يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	136
25	يوضح العوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير وعلاقتها بملكية الجريدة.	137
26	يوضح وسائل الاتصال المتاحة في المؤسسة الصحفية وعلاقتها بملكية جريدة.	139
27	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير الجنس	140

141	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير السن	28
142	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير المستوى التعليمي	29
144	يوضح كيفية تحكم في استخدام هذه التكنولوجيا وعلاقته بمتغير السن	30
146	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بملكية الجريدة و متغير لغة الجريدة	31
147	يوضح الاستفادة من الدورات التكوينية وعلاقته بمتغير السن	32
148	يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير السن	33
149	يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة	34
150	يوضح الاستفادة من دورات تكوينية وعلاقته بمتغير و ملكية الجريدة	35
151	يوضح مجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وعلاقته بملكية الجريدة	36
152	يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين وعلاقته بملكية الجريدة	37
153	يوضح تكنولوجيا الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بتخصص العلمي	38
154	يوضح تكنولوجيا الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة	39
155	يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بالتخصص العلمي	40
156	يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بملكية الجريدة	41

دو لاء

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها ثورات هي ثورة المعلومات التي أحدثت انفجارا معرفيا ضخما تمثل في ذلك الكم الهائل من المعرفة، والذي أمكننا السيطرة عليه والاستفادة منه بواسطة تكنولوجيا المعلومات، وثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تقنيات الاتصال الحديثة والتي بدأت بوسائل الاتصال السلكية وللأسلكية، مروراً بالتلفزيون ووصولاً إلى الألياف البصرية وتقنية الأقمار الصناعية، وأخيراً ثورة الحاسبات الإلكترونية التي توغلت في كل نواحي الحياة وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندجت معها. ولعل شبكة الإنترنت العالمية تجسد ذلك الامتزاج في أوضح صورة.

ويعود الفضل في إمكانية تحقيق المزج فيما بين الثورات الثلاث -المعلومات والاتصال والحاسبات- إلى ما يعرف اليوم بالتقنية الرقمية حيث أتاحت هذه التقنية المتقدمة إمكانية ترجمة المعلومات بكافة أنواعها إلى رموز شفرية: الصوت والنص، الصورة الفوتوغرافية وغيرها من العناصر الجغرافية.

عام 1965 مقال تحت عنوان: الجريدة في آفاق *Louis Guéry** نشر لويس قيري بمجلة أوراق مركز تكوين و تدريب الصحفيين *Le Journal de l'Horizon* التسعينات 90 تمحورت الفكرة الأساسية لهذا المقال حول التطورات التقنية *Les Feuilles du CFPJ*. المستقبلية للجريدة "تنبأ" صاحب هذا المقال بإمكانية تجهيز أقسام التحرير كلياً بآلات إلكترونية وبإمكانية اقتحام الإعلام الآلي كل أقسام المؤسسة الإعلامية بما فيها المطبعة. بعد نشر هذا المقال، تعرض صاحبه لانتقادات لاذعة من طرف زملائه. فمنهم من وصفه بالحالم، في حين وصفه آخرون -أكثر تطرفاً- بالمثالي الخطير الذي يهدد أركان المهنة.

فما كان في سنوات الستينات عبارة عن تنبؤ لا غير، أصبح اليوم حقيقة ملموسة وتم العملية الإنتاجية للصحف إلكترونياً بالفعل.

ولعلنا نعرف أيضاً أن النجاح المستمر للصحف يعتمد بدرجة كبيرة على قدراتها وعزمها على تطوير وتبني التقنيات الجديدة التي تقوم من خلالها بأداء وظائفها في توصيل الأخبار والمعلومات، ولا سيما المعلومات التي يتم التعبير عنها بالصورة التي سبقت الكلمة المكتوبة والمطبوعة.

* Professeur au Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (C.F.P.J).

خلال السنوات الأخيرة، أخذ استخدام الصحف للتقنية الإلكترونية في كل المراحل الإنتاجية تغيرات جذرية في العملية الإنتاجية للصحيفة بكل عناصرها المقروءة والجرافيكية (graphique).

الاتصالات بشكل عام هي - في أبسط تعريفاتها - عملية نقل المعلومات بأنواعها المختلفة من مكان لآخر. تقوم الاتصالات بعملية نقل المعلومات التي تمثل فكر الإنسان وثرواته العقلية والعملية سواء كانت هذه المعلومات في هيئة صوت أو صورة أو بيانات أو أرقام أو نصوص، وهو ما يتأتى من خلال استخدام الإشارات الكهربائية أو الموجات المغناطيسية. تمتاز الاتصالات الكهربائية بقدرتها على نقل كميات كبيرة من المعلومات، وبسرعة عالية جدا تقترب من سرعة الضوء التي تبلغ ثلاثمائة ألف كيلومتر في الثانية الواحدة.

تطورت تقنية الاتصالات وتقنية الحسابات الإلكترونية كل منها على انفراد دون أية رابطة بينهما، والآن أدى التطور التقني الحديث إلى المزج بين التقنيتين. وهو الأمر الذي ضاعف من قدرات وطاقات الاتصالات بعد أن استفادت من التقدم الذي تشهده تقنية الحسابات. وأصبح الآن ممكنا أن يتم نقل الصوت والصورة والنص معا في كابل واحد وآن واحد أيضا، بعد أن كانت عملية نقل كل منها تتم على انفراد لأسباب فنية بحثه.

رغم التعدد والتنوع الذي تشهده اليوم تقنية نقل المعلومة والصورة الصحفية، فإنها جميعا تندرج تحت نوعين أساسيين من الاتصالات:

اتصالات سلكية: تشمل جميع الاتصالات التي تتم عبر وسائل نقل فعلية ملموسة مثل الأسلاك والكوابل، ومثل ذلك شبكات الهاتف المحلية، وشبكات اتصال الحسابات داخل المباني.

أما هو الحال في شبكة الكمبيوتر الخاصة بكل صحيفة على حدة - بالإضافة إلى الكوابل المحورية التي تمتد تحت البحار والمحيطات بين قارات العالم المختلفة.

اتصالات لاسلكية: وهي التي يتم فيها استخدام الموجات الكهرومغناطيسية التي تسرى في الغلاف الجوي، وتثبت هذه الموجات عبر الفراغ المحيط بواسطة هوائيات إرسال معينة، وتستقبل لدى محطات الاستقبال بواسطة هوائيات أخرى، ويوفر انتشار الموجات المغناطيسية في الغلاف الجوي الأساس العلمي والعملية لعدد كبير من الاتصالات اللاسلكية وبخاصة عبر المسافات الطويلة وأيضا كان نوع الاتصال المستخدم في نقل الصورة الصحفية فإنه يمكن التمييز بين تقنيتين أساسيتين: تقنية النقل التناظري أو القياسي أو التماثلي وتقنية النقل الرقمي.

تقنية النقل التناظري: في ظل هذه التقنية يتم تحويل المعلومات إلى إشارات كهربائية وموجات متشابهة تماما لتلك بالمعلومات.

تقنية النقل الرقمي: وهو النظام المستخدم في نقل المعلومات الخاصة بالحسابات الآلية وفي ظل هذه التقنية تتولى أجهزة إلكترونية تقطيع المعلومات المنقولة إلى نبضات إلكترونية قصيرة في ظرف الإرسال، وعند الاستقبال تتم عملية عكسية لاسترجاع المعلومات الأصلية. والنبضات الإلكترونية هي إشارات رقمية تتكون من تشكيلات متنوعة للتعبير عن المعلومات المنقولة. تتألف جميعا من الرقمية ومن متطلبات هذه "الثورات" أيضا التخصص. حيث أصبح التخصص في مجال الإعلام حتمية.

وقد قسمنا دراستنا هذه إلى أربعة فصول: حيث تناولنا في الفصل الأول الذي يندرج تحت عنوان الصحافة المكتوبة حيث تطرقنا فيه إلى مفهومها كمهنة وكذا مفهومها كمؤسسة وإلى أقسام المؤسسة الصحفية ووظائف الصحافة المكتوبة، أما الفصل الثاني: تحت عنوان دور رئيس التحرير في الصحف الوطنية اليومية والذي تطرقنا فيه إلى مراحل تطور مهنة رئيس التحرير ومفهومه وكذا مميزاته ومسؤولياته ودوره ومهامه التقنية في الصحف اليومية، أما الفصل الثالث فتناولنا فيه تكنولوجيات الاتصال الحديثة، أما الفصل الرابع فتناولنا فيه الدراسة الميدانية والتي تمثلت في تحليل بيانات الاستمارة والتعليق عليها كفيها وكما وصولا في الأخير إلى أهم نتائج هذه الدراسة لنصل في الختام إلى خاتمة عامة حول دراستنا هذه.

الفصل المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- الأسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- نوع الدراسة
- 6- منهج وأدوات الدراسة
- 7- مجتمع وعينة الدراسة
- 8- عينة الدراسة
- 9- تحديد المفاهيم



1- الإشكالية:

تشكل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في أهم حصيلة مهمة من المعارف المنظمة التي تتصل بميادين واكتشافات واختراعات، لاسيما في حقوق الاتصال ووسائله المختلفة التي تعبر بشكل جلي عن الأسلوب الذي اختارته المجتمعات في التعامل مع محيطها للاستمرار في الحياة ولبلوغ التقدم المنشود.

وإذا لاحظنا تغيرات تكنولوجيايات الحديثة وحجم تأثيرها على علوم الإعلام والاتصال، في المقدمة منه مجالات الصحافة فنلاحظ حجم التغيير الواسع بعدما دخلت المكننة والآلات في كل تفاصيل العملية الاتصالية الأمر الذي أثر بشكل عميق على مخرجاتها¹، وغيرت العديد من المفاهيم والادوار للأشخاص المكلفين بجمع وتصنيف ونشر الأخبار وتوزيعها كما ان تكنولوجيايات ادت إلى إعادة هيكلة العمل الصحفي على جميع مستويات سواء بالوسائل او الوظائف وفي هذا الاطار تعد مهنة رئيس التحرير من أهم وظائف في الصحافة المكتوبة ما لها اهمية تتعلق بتسيير الخط الافتتاحي للجريدة وتحديد مخرجاتها، وهذه الوظيفة تعرف تغيرات بسبب التطورات التكنولوجية التي مست جانب تكوين لدى رئيس التحرير ومكانته في الصحيفة وطورت أساليبه التحريرية بالإضافة إلى مهامه التقنية.

وهذا ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى تؤثر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على مهنة رئيس التحرير في الصحافة الوطنية؟

2- تساؤلات الدراسة:

ü ما هو دور رئيس التحرير في الصحف اليومية؟

ü ما مدى استقلالية رئيس التحرير؟

ü ما هي مهامه التقنية؟

ü هل يستخدم رئيس التحرير تكنولوجيايات الاتصال الحديثة؟

ü ما هي المستويات المهنية لرئيس التحرير التي مسها التغيير تحت وطئة التغيير التكنولوجي ؟

ü ما هي مجالات استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة؟

¹عبد الرزاق محمد أحمد ديلمي: إشكاليات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على الصحافة بحث استطلاعي نحو تأثير تكنولوجيايات الحديثة على الصحافة، مجلة العرقية للمعلومات، مج 11، ع 1-2، 2010، ص 22.

3- الأسباب اختيار الموضوع.

- الأسباب الذاتية.

إن الملاحظة هي الخطوة الأولى لكل دراسة علمية أكاديمية. فغالبا ما تنطلق دراسات من ملاحظة بسيطة لظاهرة أو حدث ما كما هو حال موضوع دراستنا. بحكم دراستنا منذ سنوات في حقل الصحافة تعرفنا عن مختلف مهن الصحافة ما جعلنا نهتم بمهنة رئيس التحرير فرغم أهمية و حساسية المنصب لم يعرف رئيس التقدير الأزم. كما لاحظنا اختلالا ونقصا في الإمام بالقواعد العلمية و الأكاديمية لمهنة رئيس التحرير. خلقت هذه الملاحظة عندنا الرغبة في التعرف وبصفة علمية على كيفية عمل رئيس التحرير في الصحف اليومية الوطنية.

- الأسباب الموضوعية:

- حدثا الموضوع واعتبار دوره محط نقاش وجدل. فلا يزال موقع رئيس التحرير في الصحف الوطنية يشوبه كثير من الغموض والضبابية.
- انعدام دراسات و معارف نظرية حول هذا الموضوع حيث أردنا إن تشكل دراستنا قاعدة معرفية وعلمية لدراسات مستقبلية.
- الغرض من هذه الدراسة تكوين مرجعية معرفية وأكاديمية تسمح بإنجاز دراسات تحليلية.

4- أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى إعطاء تعريف لرئيس التحرير يتعد عن العموميات ويقتررب من خصوصيات ومميزات هذه المهنة من خلال الممارسة الميدانية والذي يعتبر احد ركائز مؤسسة الصحفية.
- التعرف على مدى استخدام رئيس التحرير لوسائل الاتصال الحديثة في تطوي مهنته.
- التعرف بصفة علمية وجدية على موقع رئيس التحرير في الصحافة اليومية الوطنية.

5- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وهي دراسات تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة، إلى جماهيرها المختلفة¹.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 52.

والبحوث الوصفية أو التشخيصية، كما يعرفها الدكتور سمير محمد حسين هي¹: "بحوث تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين أو ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى إستبصارات بشأنها وتستخدم في المرحلة المتوسطة من مراحل نمو المعرفة العلمية في التخصصات المختلفة".

فالبحوث الوصفية تقوم على أساس التعمق في دراسة نقطة معينة أو تناولها من زاوية معينة قصد الإحاطة بها وإدراك خفاياها بالحصول على كل البيانات المتاحة عن الحالة أو المخططة، أو الحدث، أو الشخص قيد الدراسة والبحث²، ذلك أن الحالات تمثل وسيلة لنقل صورة واقعية للأحداث والمتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة، يتم من خلاله تقديم عرض موجز لموضوع معين، مع التركيز على الجانب المعين موقع الدراسة³، فالبحوث الوصفية تتناول الوقائع وتقدم لها وصفا محددًا لأبعادها وبنائها ومكوناتها بجمع البيانات الكافية والملائمة.

ومن الضروري في حالة البحوث الوصفية الحصول على وصف كامل ودقيق للموضوع والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة وتفادي أي تحيز في جمع هذه البيانات⁴.

6- منهج وأدوات الدراسة:

لا يفوتنا قبل التعرف على منهج الدراسة إعطاء لمحة عن البحث العلمي الذي هو السبب الأساسي لوجود هذه المناهج حيث يعرفها الدكتور محمد عبد الحميد "بأنها التقصي المنظم بإتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بقصد التأكد من صحتها وتعديلها وإضافة الجديد لها وإذا تطرق الأمر بالبحث في مجال الإعلام والاتصال فقد عرفه الكاتب بأنه "النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظواهر الإعلامية و الحقائق المتصلة بالعملية الإعلامية ، وإطرافها والعلاقات بينها وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من اجل تحقيق الأهداف ووصف الحقائق وتفسيرها، والتوقع باتجاهات الحركة فيها⁵.

¹ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب، 1995، ص 123.

² محمد شلي، المنهجية في التحليل السياسي، الجزائر: دون ناشر، 1997، ص 87.

³ خالد الهادي، قدي عبد الحميد، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر، 1996، ص 46.

⁴ سمير محمد حسين، مرجع السابق، ص 133.

⁵ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، علم الكتاب، القاهرة، 2001، ص 09.

أما عن المنهج فهو مصطلح ليس أحادي المعنى في العلم حسب قراويتس أما حسب موريس أنجرس فالمنهج هو كيفية تصور و تخطيط العمل حول موضوع دراسة ما¹.

والمنهج يعني الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة².

كما يعرف المنهج بأنه "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأعمار العديدة، إما من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا أو من اجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون³. يستدعي هذا الوضع إن يكون الباحث على وعي كبير بأهمية الجوانب المنهجية⁴.

لكل دراسة منهاجاً علمياً يحدد مسار البحث، وينظم خطواته، ويرتبط منهاج البحث بطبيعة الدراسة والزاوية التي تعالج منها المشكلة وقد أملت علينا دراستنا اختيار المنهج المسحي فهو المنهج الذي يلجأ فيه الباحث إلى جمع البيانات ميدانياً بوسائل متعددة ومتنوعة بغرض الوصف أو التحليل أو الكشف⁵. فهو طريقة علمية "تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك"⁶. والمنهج المتبع هو المسحي المسحي الذي يعتمد على تجميع البيانات والحقائق عن الظاهرة معينة، وما يتطلبه البحث من التخطيط العلمي وتحليل وتفسير البيانات بعناية بالغة⁷ هو المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.

ويرى الباحث "محمد عبد الحميد" أن منهاج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية⁸ ذلك أن منهاج المسح يقوم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، ما جعل بعض الباحثين يعتبرون الدراسات الوصفية والمنهج المسحي شيئان متطابقان.

¹ محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، الطبعة 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983، ص 148

² أحمد بن مرسل: أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام والاتصال المجلة الجزائرية للاتصال العدد 15 جانفي، جوان 1997، ص30.

³ خالد الهادي، قدي عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 43

⁴ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص 286

⁵ حامد الرفاعي، جبار العبيدي: المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية مركز عبادي للدراسات والنشر، اليمن، 1996، ص286.

⁶ نفس المرجع السابق، ص286.

⁷ نفسه، ص286.

⁸ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1993، ص 122.

حيث يرى الباحث "محمد زيان عمر" أن الدراسات الوصفية دراسات مسحية في أساسها بل أن كثيرا من المهتمين بمنهج البحث يعتبر أي دراسة مسحية دراسة وصفية¹ لأن دراستنا دراسة وصفية تحليلية، فإن توظيف منهج المسح في هذه الدراسة لم يتوقف عند حد جمع البيانات ووصف بل تم تحليل موضوعات الدراسة وتفسير المعلومات الواردة في مفردات العينة، وتناولها بالشرح للخلفيات والأسباب الكامنة وراء الظاهرة.

أدوات الدراسة:

إن أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث والمعطيات من الواقع² ويتم عادة تحديد الأدوات اللازمة اللازمة لجمع البيانات في مرحلة إعداد تصميم البحث في ضوء الأهداف والبيانات المتاحة ومدى ملائمة هذه الأدوات لدراسة المشكلة موضوع الدراسة³، وقد ركزنا في بحثنا هذا على أدوات البحث التالية: الاستبيان، المقابلة.

استمارة الاستبيان:

وتم اعتماد هذه الأداة باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق وهي من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره للبحث بها⁴ وهي مجموعة أسئلة عامة يجيب عنها المبحوث وهي محددة من طرف الباحث⁵. وهي أيضا إذا أيضا إذا استعملها الباحث من أجل الحصول على المعلومات بقصد إثبات صدق فرض أو فرضية⁶ فرضية⁶ أي بمعنى تعريض المستفيدين لميزات مختارة ومرتبطة بعناية بقصد جمع المعلومات.

¹ محمد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، الطبعة الرابعة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ، ص 11

² مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة يزيد صحراوي، ط2، دار القصة للنشر الجزائر، 2006، ص107.

³ أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال مرجع سبق ذكره، ص220.

⁴ أحمد بن مرسللي: المرجع نفسه، ص 220.

⁵ رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث في علوم الاجتماعية، دار النشر للهدى، الجزائر، 2007، ص 219.

⁶ فاند الين ديولد: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نبيل وآخرون، ط3، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1985، ص293.

وتتضمن الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة 26 سؤالاً موجهة لمجتمع البحث وقد تنوعت هذه الأسئلة بين أسئلة مغلقة بسيطة و أسئلة مغلقة اختيارية، أسئلة متعددة الاختيارات و أسئلة مفتوحة حيث حرصنا على ترتيب هذه الأسئلة و توضيحها و إعطائها الصبغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة غموض أو حرج، ثم تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف و قام بمراجعتها و التحقق من مدى جاهزية الأسئلة و كذلك تعديلها، ثم صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي و قد تم عرضها على ثلاثة محكمين:

ü بوبكر بوعزيز

ü سعيداني سلامي

ü بالخيري صالح

قبل وضعها في شكلها النهائي و بعدها وزعت هذه الاستمارة على رؤساء التحرير في الصحف الوطنية اليومية.

وتتضمن استمارة الاستبيان من حيث الشكل ثلاثة محاور رئيسية و هي:

✓ المحور الأول: البيانات الشخصية.

✓ المحور الثاني: دور رئيس التحرير في الصحف اليومية.

✓ المحور الثالث: تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على مهنة رئيس التحرير.

المقابلة:

هي عملية تتم بين الباحث وشخص آخر أو مجموعة أشخاص تطرح خلالها أسئلة يتم تسجيل إجاباتهم على تلك الأسئلة المطروحة¹، أو هي حوار لفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة وبين مجموعة من المبحوثين للحصول على المعلومات التي تعبر عن الآراء والاتجاهات والادراكات²، والمقابلة في الدراسات الميدانية تعتبر حجر زاوية في الوصول إلى الحقائق التي لا يمكن للباحث معرفتها وفي النزول إلى واقع البحث والاطلاع على ظروفه المختلفة. والعوامل التي تؤثر فيها في المقابلة الناجحة تتطلب درجة من التفاعل الإيجابي بين القائم بالمقابلة والمبحوث³ وقد اعتمدنا على:

¹ منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي ط1، عمان دار الميسرة للنشر والتوزيع 2007، ص 96 .

² علي محمد: علم الاجتماع والمنهج العلمي، دراسة في طرائق البحث العلمي وأساليبه، ط2، الإسكندرية، دار المعرفية، د.ت، ص963.

³ حامد الرفاعي، جبار العبيدي: المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية، المرجع السابق، ص 55.

المقابلات المفتوحة: والتي كانت تجري أثناء الزيارات الاستطلاعية من اجل الاحتكاك أكثر بالجانب الميداني وجمع البيانات.

7- مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة ونتائجه ويتواجد الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته¹ وتحديدتها ومجتمع البحث في دراستنا هذه هو رئيس التحرير في الصحف الوطنية.

8- عينة الدراسة :

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لاقتصار عينتنا على رئيس التحرير في الصحف الوطنية دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي "التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة، والعينة القصدية حسب الدكتور محمد عبد الحميد² بأنه نوع الذي تختار فيها الوحدات أو المفردات بطريقة قصدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من صفات وسمات وخصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث³.

وعليه فلقد اخترنا عينة تتكون من 30 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في الفترة ما بين نهاية مارس إلى بداية أبريل 2015 على عينة من رئيس التحرير بالولاية الجزائر العاصمة.

9- تحديد المفاهيم:

لكل بحث مفاهيمه الخاصة التي ترتبط بالإشكالية المثارة في الدراسة لذلك كان لزاما علينا تحديد بعض المفاهيم التي تشكل مفاتيح لدراستنا وهي كمايلي:

¹ محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية لمكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 112.

² أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط، 2005، ص 178-179.

³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع سبق ذكره، ص 132.

1- الصحافة المكتوبة:

الصحافة هي أيضا تسجيل الوقائع اليومية بدقة و انتظام و ذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام و البشرية وتناقل أخبارها و وصف نشاطها.¹

2- رئيس التحرير:

يعمل رئيس التحرير على تنفيذ السياسة العامة للجريدة والسياسة الصحفية فقط وهو صاحب القرار التنفيذي بشأن المادة الصحفية والعمل اليومي بالإضافة إلى ذلك يجب عليه توكيل الأعمال للمحررين وكذلك مواكبة الوقت الذي يستغرقه كل منهم لإكمال مهمتهم تقضي مهمتها أيضا بمتابعة المطبوعات المنافسة وكشف أسباب التفوق لديهم لمراجعة ذلك والمضي قدما في إنجاح مطبوعته.

3- التكنولوجيات الاتصال الحديثة:

إنها كل التكنولوجيات الحديثة والمتعلقة بتبادل المعلومات وتخزينها واسترجاعها... الخ والتي تساهم في تسهيل عملية التواصل بين الموظفين فيما بينهم بين المسؤولين والموظفين وتمثل في جهاز الحاسوب وانترنت.

¹□ مروة أديب: الصحافة العربية نشأتها و تطورها، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، ص17.

الفصل الأول

الصحافة المكتوبة

تمهيد.

المبحث الأول: تعريف الصحافة المكتوبة.

المبحث الثاني: تعريف الصحافة المكتوبة كمؤسسة.

المبحث الثالث: أقسام المؤسسة الصحفية.

المبحث الثالث: وظائف الصحافة المكتوبة.

خلاصة.



تمهيد:

الصحافة كمهنة لها أصولها وقواعدها وتطبيقاتها لاحتوائها على الفنون التي تستقطب حضور القراء تحتاج إلى مختصين في مختلف المجالات... ومطابع مواد تشغيلية لتحديد الأخبار والمقالات، الإخراج والتوزيع... إلخ.

لا بد للصحافة أن تكون مثلها مثل باقي المهن لها عناصر الإنتاج رأس المال والعمل المنظم وفريق الصحفيين حيث تجعل هذه العناصر شيئاً مميزاً من الصحافة وتجعلها تتخذ منشأة أو هيئة وتقوم بتحقيق مجموعة من أهداف صحفية تبرز في كل جريدة أو مجلة تسمى المؤسسة الصحفية مثلها مثل أي مؤسسة لها كيان إداري فيكون من أقسام الإدارية يسيرها طاقم صحفي الذي يتصل ببعضهم البعض من أجل إصدار الصحيفة.

وهذا ما نحاول معرفته في هذا الفصل الذي تطرقنا فيه إلى تعريف الصحافة كمهنة أولاً وكمؤسسة ثانياً وأقسام المؤسسة الصحفية منها: قسم الصحفيين قسم التحرير..... إلخ ووظائف الصحافة.



المبحث الأول: تعريف الصحافة المكتوبة:

المطلب الأول: التعريف اللغوي: ورد في المعجم الوسيط أن الصحافة تدل على معنيين: معنى مقابل الكلمة *journalisme* أي المهنة الصحفية ومعنى لكلمة *press* أي مجموعة ما ينشر في الصحف وقد فرق المعجم بين هذين المعنيين فدل على الأول بلفظ الصحافة (بكسر الصاد) وعلى الثاني بلفظ الصحافة (بفتح الصاد)¹.

وهذا ما ورد في قاموس أو كسفورد إذ تستخدم بمعنى *press* وهي شيء مرتبط بالطباعة والطبع والنشر والأخبار والمعلومات وتعني أيضا *journal* ويقصد بها الصحيفة و *journalisme* بمعنى الصحافة و *journalist* بمعنى الصحفي² أما المعنى الصحفي المتعارف عليه اليوم للصحافة في العربية فيرجع الفضل كما يرى الدكتور فاروق أبو زيد للشيخ نجيب حداد منشئ لسان العرب في الإسكندرية وهو أول من استعمل لفظ الصحافة بمعنى صناعة الصحف والكتابة فيها ومنها أخذت كلمة صحافي³ وعليه فقد جاء في لسان العرب أن الصحيفة هي التي يكتب فيها⁴ أو في القاموس المحيط للفيروز أبادي يقصد بالصحيفة للكتاب وجمعها صحائف⁵ وفي المصباح المنير تعني الصحيفة قطعة جلد أو قرطاس كتب فيه.⁶ وفي المعجم اللغوي البستان جاء فيه "أن الصحيفة تعني الكتاب وقرطاس مكتوب.⁷ أما المعجم الوسيط فقد ورد فيه تعريف الصحيفة على أنها اضمائة من الصفحات تصدر يوميا في مواعيد منتظمة جميعها صحف وصحائف"⁸.

المطلب الثاني: اصطلاحا: ورد في معجم مصطلحات الإعلام أن الصحافة هي: "صناعة إصدار الصحف وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين افراد المجتمع وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة فضلا على

¹ خليل صابات: الصحافة رسالة، استعداد، فن، دار المعارف، مصر 1995، ط1، ص11.

² اشرف صالح، محمود علم الدين: مقدمة في صحافة، مركز تكنولوجيا التعليم، ط 1، القاهرة، 2004، ص32

³ فاروق ابو زيد: مدخل الى علم الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1998، ص 37

⁴ ابي فضل جمال الدين، 1997، المجلد التاسع، ص 186

⁵ عبد العزيز بشرف: المدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، ط1، مصر، 1999، ص12.

⁶ محمد منير، حجاب، 2003، المجلد الرابع: الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 القاهرة، ص 1489

⁷ عبد الله البستاني: البستان، 1992، مكتبة لبنان، بيروت، ص 594.

⁸ فاروق ابو زيد، المرجع نفسه.

أنها من أهم وسائل توجيه الرأي"¹ ويعتبر هذا التعريف الصحافة صناعة" وبوضوح وظيفتها وأهدافها ويعتبرها وسيلة من وسائل التأثير على الرأي العام إلا أنه لم يوضح دورية النشر.

عرفت الصحافة أيضا بأنها: "نشرة تطبع آليا من عدة نسخ وتصدر عن مؤسسة اقتصادية تظهر بانتظام في فترات متقاربة جدا أقصاها أسبوع ويشترط في هذه النشرة ان تكون ذات طابع عالمي ذات فائدة عامة تتعلق بشكل خاص بالأحداث الجارية ويشترط فيها أن تنشر الاخبار وتذيع الأفكار وتحكم الأشياء وتعطي المعلومات بقصد تكوين جمهورها والاحتفاظ به". إضافة الى توضيح وظيفة الصحافة التطرق لطبيعتها ووظيفتها في التأثير يربط هذا التعريف الصحافة بالاقتصاد لكونها تصدر عن مؤسسة اقتصادية. وهي أيضا مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها و يعلق عليها ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة منها والخاصة².

ولاحظ على هذا التعريف لم يذكر الهدف من الصحافة رغم إشارته إلى طبيعتها، أنواعها ووظيفتها (الشرح والتعليق على الأخبار). لذلك فقد اصطلح على مساحات الورق المطبوع بطريقة آلية لنقل الرسائل الاتصالية من القائم بالاتصال أو المرسل إلى أعداد كبيرة ومنشرة من الأفراد بالصحف³.

كما ان هناك من التعاريف من اقتصر على إبراز وظيفتها كما جاء في تعريف ريكهام سنيد" إذ يرى أن وظيفة الصحافة هي تجميع الاخبار ذات الفائدة العامة أما الموسوعة العربية العالمية" فنصف الصحافة كإحدى أهم المهن التي تنقل للمواطنين الاحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم والعالم أجمع كما تساعد الناس في تكوين الآراء حول الشؤون الجارية من خلال الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون يشار إلى وسائل الاتصال المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية⁴.

على غرار التعاريف السابقة من الملاحظ أن هذا التعريف يصنف الصحافة كمهنة تجمع الاخبار وتنشرها من أجل تكوين الآراء حول الاحداث الجارية وذلك عن طريق الرسائل الاخبارية المختلفة من صحف، مجلات، إذاعة، تلفزيون هناك أيضا من قام بإعطاء نظرة مخالفة لتعريف الصحافة" نستكشفها من خلال التعريف التالي: "الصحافة عملية اجتماعية تسهم في تحقيق عدد

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي فرنسي عربي)، دار الكتاب اللبناني، ط 2، لبنان، 1994، ص 124

² فضيل دليلو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منوري، قسنطينة، الجزائر، 2002، ص 56

³ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، 1997، ص 44

⁴ الموسوعة العربية العالمية، المجلد الخامس عشر، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، ط2، الرياض، 1995، ص45

من الحاجات الاجتماعية التي يتطلع المجتمع لتحقيقها من خلال عدد من المؤسسات الاجتماعية ومنها المؤسسة الصحفية مهما اختلف الهدف من قيامها مرتبطة بطبيعة اجتماعية في تحقيقها لعدد من الحاجات الفردية التي تجتمع لغته من الفئات تشكل فيما بعد مجموع القراء أو الرأي العام أو جمهور العملية الاتصالية¹. يرى هذا التعريف بأن الصحافة هي مؤسسة اجتماعية تلبى العديد من الحاجات المشتركة للقراء وتشكل جمهور العملية الاتصالية في اطار واسع هو عملية اجتماعية وهذا ما ذهب إليه جون ستوتزل. في تعريفه للصحافة: "الصحافة مؤسسة اجتماعية ثقافية مدججة في حضارات تطورت مع مرور الوقت لها تاريخ انتشرت في الفضاء² وفي قانون الاعلام الجزائري تعرف الصحافة في المادة 15 منه ما يلي: "تعتبر نشرية دورية في مفهوم هذا القانون كل الصحف والمجلات بكل أنواعها والتي تصدر في فترات منتظمة وتصنف النشريات إلى صنفين: الصحف الإخبارية النشرات الدورية المتخصصة، جاءت في المادة 16: تعتبر صحف إخبارية عامة بمفهوم هذا القانون النشريات الدورية التي تشكل مصدر للإعلام حول الأحداث الوطنية أو الدولية والموجهة الى الجمهور³.

أما المادة 28 من نفس القانون فتحدد مهنة الصحفي وقد جاء فيها: "الصحفي المحترف هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها واستغلالها وتقديمها خلال نشاطه الصحفي الذي يتخذه مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله"⁴ من خلال هذه التعريفات يتضح مدى مرونة هذا المصطلح وتعد معاينة إذ يتعذر علينا أن نجد تعريفا شاملا له وعلى هذا الاساس يمكن القول أن الصحافة عدة معاني⁵:

المعنى الأول: الصحافة بمعنى الحرفة أو المهنة هذا المعنى يتصل بالصناعة والتجارة من خلال عمليات الطباعة والتصوير والتوزيع والتسويق والادارة من جانب والشخص الذي اختار مهنة الصحافة ومنها اشتقت كلمة الصحفي أي الشخص الذي يجمع الاخبار وتحليلها والتعليق عليها.

المعنى الثاني: فيه يأخذ معنى الصحافة بعد آخر يرتبط بالفن والعلم وهي تعني المادة التي تنشرها الصحيفة وما يرتبط بها من مختلف الاشكال الصحفية أو كما عبر عنها بفنون التحرير الصحفي

¹ محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1992، ص 23

¹ balle francis ; sociologivedel' informiom texte fondame,taux, libraire rousse, paris, 1979, p 277.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 04، 1982، ص 04

⁴ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 14، 1990، ص 07

⁵ فاروق ابو زيد: مدخل الى علم الصحافة، المرجع السابق، ص 46-48.

والصحافة. لان موهبة شرط أساسي للصحفي علم لأنها تستند إلى قواعد وقوانين علمية في التحرير.

المعنى الثالث: تدل الصحافة هنا الشكل الذي تصدر به أي الصحف والتي هي دوريات مطبوعة تصدر في عدة نسخ ويشترط فيها صفة الانتظام في هذا المعنى يفرق الدكتور بين مصطلح الاعلام ومصطلح الصحافة حيث يقف موقف المعارض لتيارين، يزعم الأول أن الصحافة قديمة قدم الحياة الاجتماعية للإنسان أي منذ ظهور الحاجة الى نقل الاخبار والمعلومات وتبادلها والملاحظ ان هذا المعنى اقرب الى الاعلام منه الى نقل الاخبار والمعلومات وتبادلها والملاحظ ان هذا المعنى أقرب الى الاعلام منه الى الصحافة هذه الاخيرة التي لم تظهر الا مع اكتشاف المطبعة أما التيار الثاني الذي لا يختلف كثيرا عن الاول فهو يعمم المفهوم ليشمل وسائل الاعلام الاخرى إذ لا يكتفي بتلك التي ظهرت قبل اكتشاف الطباعة فيزيد عليها تلك التي ظهرت بعدها لتظهر صحافة مقروءة وصحافة مسموعة وصحافة مرئية وهذا ما أشار اليه تعريف الموسوعة العربية العالمية كما سبق وهنا يرى الدكتور أن وسائل الاعلام أن الاتصال بالجماهير إذا اشتركت في وظائفها الا أن لكل وسيلة هويتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من وسائل الاعلام الاخرى إلا أن المعنى الاول للصحافة أي مهنته يرفع هذا اللبس.

المعنى الرابع: يرتبط معنى الصحافة هنا بوظيفتها في المجتمع باعتبارها رسالة تستهدف خدمة المجتمع وبذلك خدمة الأفراد مما يؤكد ارتباطها بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسبب الايديولوجي التي تصدر فيه الصحيفة، وهو في رأيه الامر الذي المدارس الصحفية المتباينة(الاشتراكية- الامبريالية).

كان هذا عن معنى الصحافة ونظرا لتعدد المعاني فإن تركيزنا سوف ينصب على المعنى الذي يوافق دراستنا حيث أن حديثنا يدور حول الصحافة المكتوبة هو يوافق المعنى الثالث حسب الدكتور فاروق أبو زيد" وتوافق التعاريف اللغوية لكلمة صحافة بفتح الصاد وكلمة *press* أي مجموع ما ينشر في الصحف ، وقد وضع محمد منير حجاب " تعريفا للصحافة المكتوبة على أنها" تعني الصحف هي كل ما يطبع على الورق ويوزع في مواعيد دورية وينقسم من حيث الهيئة الشكلية وطبيعة المضمون إلى جرائد ومجلات¹.

¹ محمد منير، حجاب : الموسوعة الاعلامية، المرجع السابق، ص 1491.

المطلب الثالث: التعريف الإجرائي:

مطبوع دوري يصدر بانتظام في أوقات متقاربة أو متباعدة في عدة نسخ يعنى بجمع الاخبار والظواهر والقضايا التي تهتم القراء في جميع المجالات يحللها ويعلق عليها وهي إما يوميات أو مجلات.

المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة كمؤسسة:

مؤسسة الصحيفة هي المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار كيان إداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة¹. تقوم المؤسسة الصحفية بالعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف الابداعية المرتبطة بالمضمون والتحرير الصحفي والإعلان والتوزيع ويتصل الأفراد من خلالها ببعضهم البعض من أجل تقديم خدمة صحفية تبرز في شكل جريدة أو مجلة أو خدمات صحفية خاصة تحقق أهدافهم الخاصة العامة في ظل ترتيب منظم للأفراد والتقنيات المستخدمة وتهدف الى هدف يتعلق بالمضمون الرسالة الاعلامية ويتضمن عدد من الاهداف الفرعية يمكن حصرها في الآتي: الأخبار - دعم المبادئ والأسس التي يقوم عليها المجتمع - رفع المستوى الفكري والثقافي ونشر الوعي السياسي لتكوين الرأي العام².

مؤسسة الصحيفة مؤسسة صناعية عادية تستخدم موظفين ... لتصير نتاجها وتنشأ قسم الانتاج مهمته انتاج السلعة وتؤسس قسما للمبيعات مهمته توزيع السلع في أسواق وتنشأ جهاز مكنتي لتنسيق الاصول والاحتفاظ بالسجلات والحسابات وكذا الصحيفة فان لديها هي الاخرى مصمميها وسلعتها من الانباء والأبواب الخاصة بل ككل ضمن الصحيفة المطبوعة كما لديها جهاز بيع يوزع السلع والصحيفة جسم حي وليست مجرد قطعة جامدة من .. بناء على ذلك يختلف تنظيما من عدة جوانب وهذا الجسم حي يرفض توحيد المقاييس فيكبح جماحه وبالتالي ليست هناك طريقة واحدة لتنظيم المؤسسة الصحفية.³

¹ إبراهيم عبد الله المسلمي: إدارة المؤسسة الصحفية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ص 80.

² عبد النبي عبد الله الطيب: إدارة مؤسسات الصحفية، جامعة وادي النيل، السودان، ص 10.

³ فرنيزر بوند، ترجمة راجي صهيون، مراجعة إبراهيم داغر: مدخل إلى الصحافة، دار الطباعة والنشر، بيروت، ص 243.

المبحث الثالث: الأقسام المؤسسة الصحفية:

تحويل الأحداث إلى الأخبار هو الدور الاساسي للصحيفة وهي تعتمد بالإضافة إلى الصحفيين على عدد من العمال والمستخدمين موزعين على ثلاث أقسام الادارة، المبيعات، الاعلانات.¹

تتولى الإدارة القضايا التجارية والمالية وإدارة شؤون العمال والصحفيين وتهتم كذلك بإيصال الصحيفة للمشتركين ومؤسسات التوزيع وتتولى الإعلانات في الصحيفة شركات الإعلانات ومكاتب الإعلانات لهذا يقتصر دور المكلفين بشؤون الاعلانات داخل المؤسسة على مراقبة تنفيذ طلبات المعلنين.

المطلب الأول: قسم التحرير.

مهمة قسم التحرير أن يقدم للمطبعة في الوقت المناسب لكل المطبعة كمية النصوص والعناوين والإيضاحات وتعليق الصور الكافية لصناعة الصحيفة بإضافة إلى ما كيت (مخطط الصفحة أو مشروع الصفحة) لكل صفحة مع تعليمات الطباعة الملائمة ويشترك في هذا الجهود كل الصحفيين والمتعاونين والرسامين والمصورين وتجري المحافظة بدقة متناهية على توقيت سير العمل.

يختلف تنظيم قسم التحرير من صحيفة الى أخرى وفقا لطبيعة صدور الدورية يومية- أسبوعية- شهرية- وسعة انتشارها وضخامة جهازها البشري إذن لقسم التحرير أهمية بالغة في إنجاز الجريدة رغم هذا فمصاريف قسم التحرير ليست هي الأكثر أهمية في الجريدة رغم أنه من الصعب تحديد فعليا النسبة المخصصة من الميزانية لهذا القسم إلا أنه بعض الباحثين يحصرها بين 15 و20% من ميزانية اليوميات وأقل من هذا بالنسبة للأسبوعيات والدوريات الأخرى فهي مرتبطة مباشرة بعدد المحررين وكذا نوعية المقالات² رغم الخصوصية التنظيمية والوظيفية لكل مؤسسة إلا انه اجمالا يتبعون المخطط النمطي التالي تحت إشراف رئيس التحرير واحد او عدة رؤساء التحرير تقسم الجريدة الى عدة اقسام او مصالح متخصصة في اليوميات هذا التقسيم يكون كالتالي³:

1- رئاسة التحرير

¹ فيليب غايار: تقنية الصحافة، ترجمة فادي، الحسيني منشورات عويدات، ط 2، بيروت، 1983، ص 22.

² Albert pierre: la presse, 5^{eme} édition, que sais je pi f, 1985,p35.

³ عبد النبي عبد الله الطيب : إدارة مؤسسات الصحفية، المرجع السابق، ص 55.

- 2-سكرتارية التحرير
- 3-قسم التحرير
- 4-قسم الشؤون الاجتماعية
- 5-قسم الاجتماع فقط
- 6-قسم السياسة المحلية
- 7-قسم السياسة الخارجية
- 8-قسم الرياضة البدنية
- 9-قسم الفنون والمطبوعات والفنون
- 10- قسم القانون

رئيس مكلف بالإخراج النهائي للمادة الصحفية بطريقة مستحدثة المقال والصور والاشهار فيما يخص العلاقة بين جهاز التحرير وبقية أقسام المؤسسة الصحفية فهي بسيطة تنتظر المطبعة من قسم التحرير أن يسلمها المواد الصحفية الرسوم وهي تطلب كذلك التعليمات المطبعية الضرورية لتأدية هذه العمليات.

الإدارة باستثناء قسم المبيعات ليس لها علاقة بالصحفيين إلا لجهة ضبط رواتبهم ومكافآتهم وتكاليف التحقيقات التي ينجزونها يتطلب قسم المبيعات معرفة معلومات عن كل طبعة ليتمكن من تحديد كمية الطبع والتوزيع وتخدم المعلومات التي يقدمها الى جهاز التحرير عن تأثر حجم المبيعات بطريقة نشر الاخبار كتابتها خدمة جليلة للصحيفة لينقل قسم الاعلان الى جهاز التحرير لوائح خطية يلتزم القسم الفني بتنفيذها.

وتسهل هذه اللوائح عمل رئيس التحرير في وضع ماكيت الصفحة بالتقرير المطلوب وبشكل عام فإن أوامر قسم الإعلان المتعلقة بتاريخ ومكان النشر نهائية وإلزامية وتترك الحرية في بعض الحالات لرؤساء التحرير حتى يتخذ القرار المناسب وتتعدد العلاقة بين قسمي الإعلان والتحرير حينما يدخل عمال الإعلان مجال عمل رئيس التحرير إن هذا الخبر يناسب المعلن فيجب إبرازها ولا يناسبه فيجب التعتيم عليه فمن المفروض أن لا ينشر خبر عن كارثة تحتوي إعلانا لشركة طيران. من جهة ثانية ليعقد رئيس التحرير انه من المفروض أيضا ان لا يترك هذا الخبر يمر دون ان يكتب شيئا عنه يوجد مكان لحوار مخرج يستدعي أحيانا تدخل الإدارة.

المطلب الثاني: قسم الصحفيين:

عرف فيليب "جيلارد" أحد الكتاب الفرنسيين الصحفيين بأنه تتلخص الجزء الأكبر من نشاطه لمزاولة الاعمال الصحفية ويستمد منها الجزء الأكبر من دخله وعرفه البعض الآخر بأنه من يكتب في صحيفة وتعريف آخر ليس دقيقا إذا قيس بمعايير التعاريف لأنه ليس الجامع المانع أن هناك صحفيين لا يظهر اسمهم حرف واحد في الصحيفة التي يعملون فيها وهم أولئك الذي يؤدون واجبههم الصحفي متوازنين عن الأنظار مثل رئيس التحرير والمصححين وغيرهم¹ وهناك بجانب هؤلاء الأساتذة الجامعيون وكتاب أخصائيو في مختلف فروع المعرفة بنشرهم الصحف مقالات عديدة لكن لا يجوز اعتبارهم صحفيين ويمكن القول بان الصحفي هو من يزاول في منشأة صحفية العمل الصحفي لقاء أجر ويتخذ هذا العمل مهنة مختارة له وتقوم بينه وبين المنشأة رابطة العامل بصاحب العمل ويقصد بالعمل الصحفي: البحث عن الخبر والمادة التحريرية (وتشمل الصورة) الحصول على المعلومات ثم اعدادها لكي تكون صالحة للنشر عن طريق ظهورها في الصحيفة ما تقرأ ويتخذ هذا العمل صورة تحريرية او فنية تتطلب من المحرر ان يكون كثير التنقل في بعض الأحيان أو أن يقبع وراء مكتبه أو في المطبعة ولا يغير ذلك من طبيعة عمله الصحفي.

لا يمكن إعطاء تعريف شامل للصحفي المحترف فمجال الصحافة مفتوح للمواهب من كاتب الافتتاحية إلى المصور المبتدئ فالصحافة المهنية مفتوحة على كل التيارات لكن مع التطورات التقنية والتكنولوجية المستمرة أصبح يتطلب من رجل الإعلام عمل نوعي (كيفي) أكبر وثقافة عامة واسعة وتكوين متخصص.² فحسب قانون الإعلام لسنة 2012 في المادة 73: (يعد صحفيا محترفا في مفهوم هذا القانون العضوي كل من يتفرغ للبحث عن الاخبار وجمعها انتقائها ومعالجتها او تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء او خدمة اتصال سمعي بصري او وسيلة الاعلام عبر الانترنت ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدر رئيسيا لدخله).³

- حسب قانون العمل الفرنسي لسنة 1974 الصحافي المحترف هو الشخص الذي يعمل بصفة دائمة ومنتظمة ويتقاضى أجرا على ذلك في جريدة يومية ودورية .

¹ عبد النبي عبد الله الطيب : إدارة مؤسسات الصحفية، المرجع السابق، ص77-78

² IPID, albert pierre, p36

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد30، 1990، ص 09

- اعتبر هذا التعريف مبهما وناقصا لذلك تم تغييره ليصبح " الصحفي المحترف هو الذي يعمل بصفة أساسية في جريدة أو عدة جرائد أو دوريات أو وكالة أنباء أو عدة وكالات ويجب أن يكون الاجر الذي يتقاضاه هو مصدر ماله الأساسي¹.

إن الفرق الرئيسي لصناعة الصحيفة لجمع وتوزيع الانباء والآراء هو خدمة الرفاهية وذلك من إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الاحكام حول قضايا العصر والصحفيون والصحفيات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتوفرة لديهم بحكم مهنتهم و يوجهونهم تبعا لدافع أنانية لأغراض غير جديرة يكون قد خان الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام من الواضح أن أصحاب اتخاذ القرار في مستويات جهاز التحرير الصحفي يستطيعون عن طريق السلطة الممنوحة لهم أن تحكم في شكل الاخبار ولكن نفس الشيء يستطيعه المحررون ايضا فهم اول من يستخلص التفصيل والجوانب المختلفة المتعلقة بالقصة الصحفية وهم يستطيعون اهمال بعض هذه التفاصيل والتركيز على بعضها الآخر في النص.

إن الناشر الذي يستغل أعمدة الاخبار في الصحيفة لكي يساند مرشدا معينا أو قضية معينة أو الهجوم على احد خصومه يعتبر متهما بإساءة استغلال مسؤولياته الصحفية والواقع ان الاشخاص العاملين في مهنة الصحافة وعند كل مرحلة من مراحل انتاج الصحيفة وخصوصا عند نقطة فرز الاخبار لديهم الفرصة لإساءة استخدام سلطة الصحافة يوميا فمن السهل جدا تلوين خبر ما او كتابة العنوان بطريقة ملتوية بحيث يؤدي الى الغرض الذي ينحاز اليه المحرر أو لتسجيل نقطة معينة ويمكننا القول ان هناك ثلاث جوانب أساسية مؤثرة وقد تكون معيقة في اداء الصحفيين مهنيا ومتحكمة في حرية التعبير بالصحيفة.

أ-الجانب الذاتي اخلاقيات المهنة:

1-استقلال الصحفي في أداء عمله: يعد الاستقلال المهني دعامة أساسية من دعامات ممارسة المهنة الحرة، فالمهني يتخذ مؤهل علميا وفنيا وعلى درجة عالية من التخصص.. توجب أن يكون هو الحكم الوحيد في كل ما يقوم به من أعمال المهنية (إذا كان الصحفي ينشر الأخبار لإرضاء الجمهور فانه يقبل ذلك في مسؤولياته ويتحمل مخاطرة² لا يجوز تبعا لذلك أن يخضع فيما

¹Maruelmolina; les journaliste statut professionnel libertés et responsabilités, victionres, édition, paris, 1989, p09.

²إبراهيم عبد الله المسلمي: التشريعات الإعلامية، قراءة تقنية لأسس الدستورية والقانونية التي تحكم أداء وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 283

يتعلق بمباشرة المهنة للوصاية من أية جهة من الجهات القضائية فالممارسة المهنية للصحفي لا تفرق مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الادارية ويجب بمقتضاها على المرؤوس الخضوع فنيا لرئيس إطاعة أوامر وتنفيذ تعليماته فالعمل المهني الصحفي ينهض على قاعدة أخرى مؤداها استقلال المهني في مباشرة أعمال مهنته وتحمله مسؤوليته عن هذه الأعمال والصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم في أداء عملهم لغير القانون¹.

2- أداء الرسالة الاعلامية بطريقة لا تنقص من ثقة الناس في مهنة الصحافة ومسؤولية الصحفي اتجاه نفسه في القيام بعمله بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية² والتي تعني النزاهة والبعد عن الهوى والتجرد من العواطف الذاتية والموضوعية الصحفية هي حالة ذهنية للمحرر أو المراسل الصحفي تتضمن جهدا واعيا بعدم الحكم على ما يرى فالأخبار الموضوعية هي التي تعطي القارئ الثقة بان التقارير التي يبني عليها آرائه هي مصدر المعلومات الدقيقة وهذا لا ينفي التفسير في الخبر ولا يقل المراسل او الصحفي عن إعطاء معلومات خلفية للقارئ تتجلى له تفاصيل الحدث الذي يتابعه فعلى الرغم من ان المفهوم الاساسي للأخبار لم يمس فان النصف الثاني من القرن 20 زاده ثراء بإضفاء وعي جديد لمسؤولية الأخبار وهذا لتأكيد القوى لتمييز فالقصة الخبرية تصبح غير مكتملة ما لم ترتبط بالبيئة المحيطة بها اذا لم يرجع الصحفي لأصل وقائعها ويرى البعض أن مشكلة معالجة الانباء هذه الطريقة تبدو أصعب بكثير مما في الصحف التي يصطلح على تسميتها باسم الصحف المستقلة لأنها مهما يكوم الامر فان العاملين بهذه الصحف أو على الاقل رؤساء الاقسام بها هم عادة يدينون بمبادئ الاتجاه الذي تمثله الصحيفة لذا فانه من الصعب عليهم التخلص منها³.

3- **الصدق:** يعتبر الصدق من أهم معايير القيم الممارسة الصحفية بل وانه الأساس الذي يبنى عليه منتج المادة الصحفية المعلومة ان الخبر لا يقتصر هدف الصحفي مع الآخرين من مصادر وحيهم بل يمتد ليشمل هدف الصحفي⁴ مع نفسه وعلى هذا فان مستويات الصدق ينبغي أن تتوافر في الصحفي ثلاثة:

¹ الملازم الأول ياسر محمد: إدارة الإعلام الأمني أهمية الصحافة ووظيفتها والمبادئ التي تحكم عملها وفق القوانين المقارنة، موقع جامعة:

نايف سعود للعلوم الأمنية www.nauss.ed.sa يوم 2014/11/14.

² حسن عماد مكايو: أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة لدار المصرية اللبنانية، ط3 القاهرة، 1994، ص 169

³ جمال الدين الحماسي: من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، القاهرة، 1965، ص 104

⁴ محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية، للصحافة الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ص 122

- صدق أفعال يمثل جانب الظاهري للعمل الصحفي
- صدق أقوال: ويعني ان الصحفي لا يقول إلا صدق
- صدق الذاتي: أي صدق في الغابات ويعكس درجة الاقتناع والايمان فالعمل الصحفي ويحلل الصحفي بقلبه وقالبه مع ما يكتبه أو ينادي به
- 4-الدقة: تعني ان كل عبارة في القصة الخبرية أو التقرير الخبري وكذا كل اسم أو تاريخ أو اقتباس من كلام المصدر لابد أن تكون صحيحة فضلا عن تقديم عبارات الخبر بطريقة واضحة وليس فيها لبس.

إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة والحق وبذل كل الجهد لضمان إن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا خاليا من أي تزييف وتغطية جميع بعدالة¹. والدقة عامل مكمل لصدق الخبر فقد يكون الخبر صحيحا ولكن لا ترعى نية الدقة في نشره بالطريقة التي تحفظ عليه صحته ويكون من نتيجة ذلك بطبيعة الحال إما سوء الفهم أو فقدان الخبر قيمته عند النشر² وأفضل حماية من عدم الدقة هي اليقظة والصبر فكل فقرة لابد أن تكتب ويعد قراءتها برؤية خاصة بالتفاصيل ومن أسباب عدم الدقة: صدور الجريدة- عدم مبالاة الصحفيين بالتحقيق من المعلومات، القصة الخبرية من مصادر متعددة، الاعتماد على مصدر³. واحد للمعلومة إذ يجب على الصحفي أن يسعى وراء مصادر مختلفة حول موضوع واحد.

- الاكتمال او الإلمام: فعلى المحرر أن يكون ملما بمثل هذه التفاصيل بأن يوردها في الخبر الذي ينقله للقارئ لكي يقدم لهم أوضح صورة ممكنة للخبر⁴.

ب - ومن بين العوامل المؤثرة في أداء الصحفي نمط ملكية الصحفية: إن التغطية الاخبارية وعمل الصحفي يتأثر تبعا لنمط الملكية حيث ينسحب هذا التأثير على الأشكال الرئيسية لملكية وسائل الاعلام ومن بينها الصحافة وهي ملكية الدولة المباشرة أو هيئة تابعة لها والملكية الفردية الخاصة وكذلك الشركات التي تعمل بشكل اقتصادي .

يقول روبرت مردوخ" في هذا الشأن بأن الروابط بين الملكية والعمل الخاص يجمع ومعالجة المادة الاخبارية روابط ملتوية وغير مباشرة وصحيح يتخذون العديد من القرارات التي تؤثر على

¹أحمد علي ميثاق: أخلاقيات المهنة الصحفية ahmedah23@gamil.com يوم الجمعة 16 يونيو 2013

²محمد حسام الدين، المرجع نفسه ص123

³جمال الدين الحماسي: من الخبر الى الموضوع الصحفي، المرجع السابق، ص 77

⁴محمد حسام الدين، المرجع نفسه ص124

مضمون وسيلة الاتصال ولكن لا نفرق على وجه الدقة العوامل التي تؤثر على قراراتهم ليست متشابهة دائما¹.

إن ظاهرة احتكار ملكية الصحف من قبل أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة لا تقتصر على البلدان العربية فقط بل أن هذه الظاهرة عالمية تعاني منها أيضا دول أمريكا وأوروبا ويمكننا القول أن احتكار الصحف من قبل أصحاب رؤوس الأموال يجعل تلك الصحف التابعة لهم في كل ما نشره من آراء وأفكار سياسية وإقتصادية..الخ.

وبالتالي تؤدي إلى احتكار الرأي والرأي الآخر ويشكل عائقا أمام حرية ممارسة الصحافة ، أشار القانون الجزائري في هذا الصدد في المادة 59 من قانون الاعلام في إحدى نقاطه " يتولى المجلس الأعلى للإعلام ما يأتي: تنص بقراراته لمركز العناوين والأجهزة تحت تأثير المالي والسياسي والايديولوجي لمالك واحد" نجد هنا إن القانون كان غير دقيق ويحمل العديد من التغيرات التي يمكن لأصحاب المصالح السياسية والايديولوجية والمالية على وجه التحديد من بينها تمركز..... وعزز هذا الموقف غياب المجلس الأعلى للاعلام وإحالة مهام هذا المجلس إلى وزارة الاتصال وهو منصب لا يشترط أن يتولاه شخص في الأسرة الاعلامية بل هو مفتوح لرغبات القوى السياسية التي تكون في السلطة².

المطلب الثالث: القسم الفني: يشمل القسم الفني الخط والرسم والتصوير والجمع الالكتروني بواسطة الحاسوب وهو الذي يضطلع مهمة الاخراج الصحفي³.

المطلب الرابع:القسم التوزيع: كثيرا ما تعتمد الصحف مهمة التوزيع لشركات خاصة بالتوزيع أو تنشئ من شركات توزيع متفرعة عنها، تتولى توزيع الجريدة وغيرها من الصحف والمجلات التي تعتمد عليها بمهمة توزيعها.

قسم التوزيع هو الذي يقوم بتنظيم عملية التوزيع ويضم خبرا في التوزيع والتسوية كما يضم القسم عددا من المفتشين الذين يقومون بدراسة عملية التوزيع وإلا.. الجديدة في الاحياء والأقاليم المختلفة والدول الخارجية⁴.

¹ إبراهيم عبد الله المسلمي: إدارة المؤسسة الصحفية، المرجع السابق، ص 111.

² محمد أبو اروغان: ترشيد الأموال العمومية أم ترشيد الصحافة، الخبر، العدد 4191، الثلاثاء 14 /09/ 2004 الموافق ل: 29 رجب 1425

³ عبد النبي عبد الله الطيب : إدارة مؤسسات الصحفية، المرجع السابق، ص55

⁴ المرجع نفسه، ص 56

المطلب الخامس: قسم الإعلانات: يعتبر أهم أقسام المؤسسة الصحفية لأنه يأتي بإيرادات الصحيفة وهذا القسم يدير الاعلانات بطرق مختلفة فأحيانا تتعاقد الصحف مع شركة إعلانات التي تحتكر عملية الاعلان في الصحيفة وتقوم بجلب الاعلانات مقابل نسبة معينة من أجر الإعلان وتبلغ هذه النسبة 20٪ من قيمة الإعلان في الصحافة السودانية في أحيان أخرى تزيد هذه النسبة لأن الوكالة تتولى عملية تصميم الإعلان بنفسها، فقسم الإعلان في الصحف مرتبط بشكل أساسي بقسم التحرير حيث تكون هناك خطة مسبقة للاتفاق على الأماكن والمساحات التي يتم تخطيطها للإعلانات¹.

وتقدر أجور الإعلانات إما بسعر السطر الواحد العمود الواحد إذا كانت الاعلانات إخبارية أو بالسنتيمتر المربع إذا كانت الاعلانات مصورة كما أن الاعلانات قد تكون فردية أو بواسطة عقود تتناول مساحات معينة أي أن المعلن قد يدفع في كل مرة ثمن الإعلان الذي يريد نشره كما أنه قد يتفق على عدد الاسطر أو السنتيمترات.

المبحث الرابع: وظائف الصحافة المكتوبة.

حدد " لاسيويل" في أواخر الأربعينيات من القرن العشرين ثلاث وظائف وهي مراقبة البيئة، العمل على ترابط المجتمع ، نقل التراث الثقافي و أضاف الباحث "رايت" وظيفة التسلية أو الترفيه، و"شرام" جاء بالإعلان.

فالصحافة مؤسسة اجتماعية تمارس دورا كاملا و مسؤولا عما تنقله و تنشره للجماهير، وفيما يلي بعض الوظائف التي تهدف الصحافة المكتوبة إلى القيم بها:

المطلب الأول: الوظيفة الإخبارية:

تعتبر الوظيفة الأساسية للصحافة إذ تعمل على تزويد الجمهور بمجموعة من المعطيات والدلالات التي تجعله دائم الاتصال بالحيط الذي يتواجد فيه و أكثر اندماجا معه و تكون بذلك حلقة مستمرة من إرسال للمعلومات وتلقيها.

"فرانسيس بال" يصف الوظيفة الإخبارية بأنها عملية نشر معلومات تزود المجتمع بوسائل تجعله قادرا على كشف ذاته وتوفر له إمكانية تغيير نفسه بنفسه.. وتجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجمعي أكثر وضوحا، كما تجعل الحلول إلى هذه الخيارات أقل غموضا وأكثر فعالية.

¹عبد النبي عبد الله الطيب : إدارة مؤسسات الصحفية، المرجع السابق، ص54-55

فالخير بمثابة العمود الفقري للخدمة الإعلامية حيث أصبح للبحث عن الأخبار والتقاطها والسبق إليها و نشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصر، والملاحظ في الواقع الإعلامي أن الخبر أساس المعرفة فدون أخبار لا نستطيع فهم ما يجري حولنا في عالمنا.

الوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الصحافة المكتوبة لتأدية وظائفها الأخرى وتمكن الفرد من التأقلم وتكوين العلاقات الاجتماعية المختلفة وتسهل له الوظائف الحياتية و الإنسانية اليومية وتعزز تفكيره ونشاطه وتحفزه على المشاركة الديمقراطية لبناء مجتمعه¹.

المطلب الثاني: وظيفة الترفيه و التسلية:

هي وظيفة قديمة تخفف العبء عن النفوس والعقول، فهي تحاول ترفيه جمهورها بطرق مختلفة كزوايا الألعاب، الكلمات المتقاطعة، المسابقات، الألغاز والقصص والرسوم الكاريكاتورية والتحقيقات الصحفية مع كبار الفنانين و الشخصيات البارزة.

لكن شريطة أن لا تتجاوز هذه الوظيفة حدودها كي لا يصبح ضررها أكثر من نفعها و ذلك من خلال تحلي الصحافة بالمسؤولية الاجتماعية حتى تتمكن من الحفاظ على استقرار جماهيرها.

فبعض الأخبار كالجريمة و العنف يعتبرهما البعض أسلوب جذب و إثارة لأكثر عدد من الجماهير تحت شعار التسلية لكن نتائجها قد تكون أسوء كالترويج لهذه الظواهر الغريبة، بل حتى بعض الصحفيين يؤلفون قصص لا يقبلها المنطق بدون التفكير في الآثار التي تخلفها الأساطير الكاذبة و الخرافات.

ولقد ارتبط بروز التسلية كوظيفة بظهور الصحافة الشعبية، كما مكنت الزيادة المستمرة في الدخل الإعلاني للصحف من خفض ثمن بيعها إلى الجمهور و كذلك خفض قيمة الاشتراكات. وقد أحدث هذا التطور انقلابا كبيرا في محتوى الصحف و دفعته المنافسة في جذب أكبر عدد من القراء إلى استحداث صحف جديدة تثير جاذبية القراء و زيادة إقبالهم.

لكن وكما قلنا من قبل تبقى هذه الوظيفة سلاح ذو حدين إذا ما تحلى الصحفيين بمبادئ العمل الإعلامي و المسؤولية اتجاه جماهيرهم².

¹ محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، دار الرفاعي، الرياض، ط2، 1986، ص 321.

² فاروق أبو زيد: المرجع السابق، ص 66.

المطلب الثالث: الوظيفة التاريخية:

مع مرور الوقت و تعدد وظائف الصحافة وشمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني صارت الصحافة تقوم بوظيفة هامة وهي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية و بالتالي صارت مصدرا من مصادر التاريخ فهي تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية. تقوم الصحافة كمصدر للتاريخ بوظيفتين:

- أولها رصد الوقائع و تسجيلها و الاحتفاظ بها للأجيال المقبلة.

- و ثانيها القيام بقياس الرأي العام، آراء الجماعات و التيارات المختلفة وإزاء وقائع و قضايا تاريخية معينة¹.

المطلب الرابع: الوظيفة التثقيفية:

بجانب الوظيفة الإخبارية بدأت الصحف تفتح صفحاتها للتثقيف وظهر فن المقال الصحفي لترويج الأفكار والفلسفات الجديدة من أجل إشباع رغبة القارئ بالمحتوى الثقافي الذي يمكن من بناء المجتمع المتحضر، فالتثقيف هو زيادة المعرفة لغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة ما يتصل بنواحي الحياة العامة وتساعد هذه الزيادة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما يدور حوله من أحداث.

تعتبر وظيفة التثقيف من أهم الوظائف التي تقوم بها الصحافة المكتوبة ساعية إلى إيجاد ذلك القارئ المثقف الذي يعيش عصره معايشة كاملة وتكوين الإنسان الإتصالي المزود بالمعلومات، ويدخل في هذه الوظيفة أيضا اكتساب الفرد المهارات الاجتماعية و تعريفه بالخصائص الثقافية للمجتمع و التأكيد عليها حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي و الاجتماع حول الرموز والأهداف الوطنية و كذلك التمسك بالعادات و التقاليد و القيم الاجتماعية التي تحدد الهوية لكن بالارتباط دائما بما يقبله الدين و العرف و المجتمع و ما لا يتعارض مع الآداب أو العادات والتقاليد².

المطلب الخامس: الوظيفة الإقناعية:

لكي تتمكن الصحافة المكتوبة من الوصول إلى حد كبير مع الأهداف المرسومة ضمن سياسة الجريدة لابد أن تعتمد على أساليب إقناعية.

¹ فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، 1998، ص 67.

² عبد الحليم فتح الباب، إبراهيم حافظ الله: وسائل الإعلام والأعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1985، ص ص 69.

فالاكتفاء على الإقناع يكون بالتركيز على الواقع و إظهاره كما يراه الجمهور دون تزيف أو تحريف وهذا من واجبات الصحفي الذي يحتم عليه الأمانة.

ولا يمثل الإقناع الأسلوب العقلي فقط القائم على الحجج السليمة و البراهين المنطقية بل يمتد ليشمل النواحي الأخرى للإقناع مثل الأسلوب العاطفي أو الإيحاء غير المباشر بهدف التأثير في الجماهير و تغيير السلوكيات الضارة في المجتمع خاصة في الآونة الأخيرة حيث كثرت الظواهر الغريبة الاختطاف، السرقة، تعاطي المخدرات وغيرها مما جعل محاربتها من أولويات الأجنحة الإعلامية.

لكن من الضروري دراسة هذه الاستعمالات الإقناعية بما يخدم الجمهور وليس بما يؤدي إلى القيام بهذه السلوكيات فالإفراط قد يؤدي إلى نتائج عكسية.(الجريمة و الصحافة).
تختلف وظائف الصحافة المكتوبة من دولة إلى أخرى فوظائف الصحافة المكتوبة في الدول النامية ليست هي نفسها في الدول الاقتصادية فهي تختلف باختلاف النظام الاقتصادي و السياسي القائم¹.



¹ لبيض ليندة: إسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2001-2002، ص 72.

خلاصة:

إن لصحافة المكتوبة معاني كثيرة تعتمد على أساليب جذابة تقنيات المتطورة عند مؤسستها الصحفية التي ساعدت، سهلت مهنة الصحافة وجذبت الجمهور إليها باهتمامها بالأخبار وقضايا المجتمع.

أما بالنسبة للمؤسسة الصحفية فهي كسائر المؤسسات. لها أقسام وإدارات الموظفين يسهرون على تلبية رغبات القراء وهو آلية تطورات الحاصلة في المجتمع بمختلف الوسائل التقنية.

الفصل الثاني

رئيس التحرير

تمهيد.

المبحث الأول: مراحل تطور مهنة رئيس التحرير.

المبحث الثاني: ماهية رئيس التحرير.

المبحث الثالث: دور ومسؤوليات رئيس التحرير.

المبحث الرابع: المهام التقنية لرئيس التحرير.

خلاصة



تمهيد:

إن ممارسة مهن الصحافة لا تتحدد فقط بهدف الاقتناع بالسياسة التحريرية بل نجد أنها أيضا تخضع وتتأثر سلبا وإيجابا باعتباريات أخرى مثل: التنظيم الإداري الداخلي ومستوى وكيفية اتخاذ القرارات والتكوين الأكاديمي المهني للعاملين والعوامل المادية والمعنوية... الخ.

تشكل مصنفة الصحافة من عدة فئات على عكس ما يعتقد الكثير لا يمثل الصحافي العمود الوحيد للجريدة، تركز الجريدة على عدة أعمدة لعل أهمية رئيس التحرير وإذن مهنة رئيس التحرير حلقة واحدة من سلسلة إنتاج المعلومات فهي مرتبطة ارتباطا عضويا بالحلقات الأخرى التي تؤثر وتتأثر بهم.

وهذا ما سنكتشفه في هذا الفصل ونحاول معرفة رئيس التحرير من خلال دوره ومكانته في الصحف اليومية الوطنية ومهامه التقنية.



المبحث الأول: مراحل تطور مهنة رئيس التحرير:

قبل البدء في تقديم التعاريف المختلفة لرئيس التحرير من المهم الإشارة إلى المراحل المختلفة التي مرت بها هذه المهنة، يمكننا تمييز ثلاث مراحل وهي:

المطلب الأول: مرحلة حرفية:

سميت هذه المرحلة أيضا بمرحلة *le maitre jacque* تعني أن رئيس التحرير في هذه المرحلة كان الشخص (بمعنى الخادم) الذي ينجز كل المهام التحريرية والتقنية في الوقت نفسه، كان مدير النشر في هذه المرحلة بأفلام خارجية كالكتاب- رجال السياسة أو ما يعرف اليوم بالمتعاونين (*collaborateur*) في هذه الفترة كان مدير النشر بحاجة إلى شخص ذو مهنة أي رئيس التحرير هو الذي يقوم بتنظيم متابعة العمل في جريدة بتقييم المقالات وتصحيحها، في هذا الصدد كتب الأديب الفرنسي الشهير بلزاك¹ في إحدى رواياته رئيس التحرير هو في أغلب الأحيان العامل الدائم الوحيد فهو يقوم بدور رجل كل المهام *le maitre jacque*: يطلب المقالات ثم يصححها أو يعيد صياغتها إذا تطلب الأمر ذلك قبل أن يرسلها إلى ورشة الطباعة التي يشرف هو عليها.¹

كانت المشاكل التقنية شبه منعدمة حيث يمكن حصرها في قص بعض الأسطر أثناء عملية الإخراج الصحفي، كما لم تعرق هذه المرحلة استعمال الصور لهذا لا يمكننا الحديث عن إخراج صحفي حقيقي أو بالمعنى الحالي للكلمة حيث كانت الجريدة تشبه أكثر الكتاب من حيث الشكل كانت تتركب على عمود واحد فقط، تميزت مهمة رئيس التحرير في هذه المرحلة بالتركيز على الجانب التحريري أكثر *une fonction rédactrice* لم تكن تتطلب وظيفة عمل تقني خاص بقدر ما كانت تتطلب ثقافة واسعة وحس عالي في العلاقات الإنسانية.

المطلب الثاني: مرحلة المنسق *le coordinateur*:

ظهرت في منتصف القرن ما يسمى بصحافة الإعلام *la grande presse d'information* والتي عرفت أيضا في البدايات الأولى لاقتحام الإشهار للصحف، أصبح طموح أصحاب جرائد الوصول إلى أكبر عدد من القراء وهذا بغية جلب الإشهار، ما تطلب تنوع في أركان وأقسام الجريدة التي عرفت تضاعف عدد صفحاتها ارتفاع نسبة سحبها وتوظيف عدد أكبر للصحفيين، أصبحت صفحات الجريدة من حيث الشكل متكونة من عدة أعمدة

¹ Louis guery :le secrétaire rédaction ,de la copie à la maquette de mise en forme, 6^{eme} édition, éditions du cfrj, paris,1990, p17

وأصبح رئيس التحرير في هذه المرحلة العمود الذي يتمحور حوله كل عمل صحفي باعتباره الشخص الوحيد الذي يكتسب الخبرة والحكمة الأزمتان في مجال الصحافة¹.

المطلب الثالث: مرحلة الإخراج *le réalisateur*:

يمكن تحديد المرحلة الثالثة في فترة ما بين الحربين 1945/1914 التي عرفت استعمال الصور والرسومات في الصحف وتميزت هذه المرحلة أيضا بتغيير جذري في شكل الجريدة التي أصبحت صفحاتها تتكون من 08 أعمدة، فلم تعد تخضع الصحف للقواعد الجامدة التي ميزت المراحل السابقة وهذا بفضل تأثير الصحافة الأنجلوسكسونية والتطورات التقنية، أصبحت الصحف تهتم أكثر بالجانب الجمالي والإبداعي في الإخراج الصحفي، عرفت هذه المرحلة تحول جذري في التطور، أصبحت الصفحة الأولى عبارة عن ملصقة *affiche* انظر الاستعمال الصورة البند العريض أصبح لزاما على رئيس التحرير لمواكبة هذه التطورات أن يضيف إلى سجله اتفاق قواعد... أثارت هذه التطورات حفيظة بعض رؤساء التحرير الذين نظروا لهذه التحولات بنظرة تشاؤمية رفض الكثير منهم القيام بمهام قررها... واعتبروها من صلاحيات الخطاطون *graphistes*: وهذا ما فتح باب الصحافة على مصراعيه لخطاطين والتبوغرافيين، لكن نقص الخبرة والمعرفة بمجال الصحافة انعكس سلبا على مردودية ومستوى عمل هذه الفئة رغم تكوينهم الأكاديمي.

المبحث الثاني: ماهية رئيس التحرير.

المطلب الأول: تعريفه.

رئيس التحرير بالإنجليزية *Edition in chief* هو المشرف على كل أو جزء من جهاز التحرير في أي مطبوعة دورية سواء كانت جريدة أو مجلة². عرف رئيس التحرير في بدايات القرن العشرين بأنه: يضع رئيس التحرير الجديدة هو تقني ليس له أي صلة بالحياة اليومية لا يقرأ أبدا المخطوطات التي تدرج في الجريدة دوره الأساسي هو قياس المساحة المخصصة لكل المقال³ كما عرفه كورت لوين على أنه: "الفرد أو عدة أفراد لهم سلطة أو تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل أم لا"⁴.

¹Louis guery :, op, cit, p17

²john la portegiven :making a news paper, henrvy holt and company ,new York ,1912,p30.

³robert de jounenl; le journalisme en vingt leçons, édition payot, paris,1920, p42.

⁴رشتي جيهان :الاسس العلمية لنظريات الاعلام المشتركة المتحددة، للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1978، ص 294

كما جاء تعريف رئيس التحرير: هو الذي يتخذ القرار بما يدخل ويخرج في الجريدة¹. يعرف رئيس التحرير في الكتابات الحديثة على أنه صحفي ولكنه صحفي لا يمضي، فهو الذي يضيف على الجريدة نوع من الجاذبية لجلب نظر القارئ وبالتالي ضمان المقروئية، يعرف محمد الموسوي " رئيس التحرير هم الذين يؤثرون على إدراك اهتمام أفراد من الجمهور للمواد الإعلامية².

رئيس التحرير هو الصحفي الذي يستخدم قواعد المنهج العلمي لزيادة موضوعيته ورفع فاعلية أدائه فهو في موقعة من الأحداث والتفاعلات المحيطة يشبه موقف الباحث العلمي من الظواهر والوقائع التي يتولى دراستها بموضوعية أي يدرسها باعتبارها أشياء ويقوم بالفصل الواضح بين الخبر والرأي فالحقيقة شيء والتعليق عليها بالرأي شيء آخر³.

- رئيس التحرير هو الذي يجب عن.. فهو يقوم بمتابعة الصفحات أثناء مرحلة التركيب والإنتاج وإعادة قراءة الصفحة ويصحح ما يجب تصحيحه قبل أن يعطي الإذن بالطبع *bon a tirerbat* أي هو المسؤول على إنجاز وإخراج كل الصحيفة وكذا احترام مواعيد تقديم المقالات، بالإضافة لكل ما جاء سابقا يجب أن تتوفر في رئيس التحرير خاصيتان مهمتان هما: السرعة والمرونة و التكيف مع الوضع المتغير⁴.

- إذا رئيس هو الذي يقوم بتقييم ترتيب وتصنيف وتقديم المعلومات للقارئ، فهو مسؤول عن إنجاز وإخراج الصحيفة كما هو يكتب الصفحة كما يكتب الآخرين المقال⁵.

المطلب الثاني: مميزات رئيس التحرير:

- يعرف رئيس التحرير على أنه صحفي كامل وصحفي تقني وصحفي مسؤول.
- الصحفي الكامل: هو الذي تتوفر فيه الشروط التالية⁶:
- حس أكيد الخبر: ليتمكن من ترتيبها حسب الأهمية.
- ثقافة عامة واسعة: ليتمكن من تصحيح محتوى المقال قبل شكله.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي السيد: اتصال ونظريات المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1998، ص177.

² محمد الموسوي : نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الدائمك منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدائمك، ص19

³ Mourisjanowiy ;professional models in journalism, the gate keeper and the advocat journalism quarterly, vol 52,n°1,1975,p618.

⁴ louisguery :op, cit, p19

⁵ فيليب غايار: تقنية الصحافة: ترجمة فادي الحسيني، المرجع السابق، ص 109

⁶ مقابلة مع مالك ربراب: رئيس جريدة الفجر، يوم 2015/02/14، على الساعة 13.30 زوالا

- دراية وتمكن كبيران بقواعد وفنون اللغة: فهو مكلف بتصحيح المقالات.
 - الإلمام بقانون الإعلام: ليتجنب المتابعات القضائية في حالة حرق القوانين السارية.
 - حس فني أكيد: ليتمكن من إنجاز ماكيت منسجمة وذات تقديم نظري جذاب (*Présentation visuelle agréable*) الذي يسهل القراءة.
 - معرفة واسعة بفن الصورة سواء كانت رسم أم صورة فوتوغرافية.
 - أخيرا التواضع: رئيس التحرير هو الصحفي الوحيد الذي لا يمضي، رغم أنه يكتب بصفة دائمة ككل الصحفيين الآخرين¹.
- الصحفي التقني:** يكتسب رئيس التحرير معارف تقنية ضرورية لإنجاز مهامه على أكمل وجه. أستوعب تقنيات التركيب واللغة التقنية بصفة عامة ليسهل عليه الاتصال بمختلف مصالح صناعة الجريدة.

يجب على رئيس التحرير أن يتكيف ويتأقلم مع مختلف التطورات التكنولوجية التي تعرفها الساحة الإعلامية².

الصحفي المسؤول: لا نأخذ هنا مفهوم المسؤولية من منظور السلم التدريجي فهو مسؤول لأنه يشارك وبصفة فعالة في التوجه والخط السياسي للجريدة³.

يجب أن يكون مسؤول إلى درجة لا يسمح فيه آرائه ومعتقداته الخاصة أن تؤثر في اختياره للمقالات أو صياغة العناوين أو إعادة تأطير الصور، يجب أن يتحلى بالموضوعية و الوفاء⁴.

المبحث الثالث: دور رئيس التحرير ومسؤولياته:

سكرتارية التحرير هي المركز الذي تصب فيه الأنباء من مختلف المصادر حيث يعاد تحريرها وتوزيعها على صفحات ويلعب رئيس التحرير دورا رئيسيا لكنه خفي، لأن رؤساء التحرير لا يتحدثون مباشرة بالأحداث ولا بالجمهور الذين يعملون من أجله.... لأنهم لا يوقعون المقالات التي يعيدون تحريرها ورئيسي لأنهم صانعي الصحيفة الحقيقيون أنهم يختارون الأنباء ويكملونها ويعطونها الشكل الذي تصل فيه إلى الجمهور القراء أنهم يحددون حجم العنوان والصورة المناسبة، لكن حريتهم حدود فهم يخضعون لإمكانات المطبعة ودقة التوقيت وعليهم أن

¹ مقابلة مع حريزي سامعي، صحفي بجريدة الهداف يوم 2015/03/23 على الساعة 10.00 صباحا.

² مقابلة مع هابت حناشي، رئيس تحرير جريدة الحياة، يوم: 2015-01-14 على الساعة 14.00 مساء

³ مقابلة مع أمين علام: رئيس تحرير بجريدة وقت الجزائر، يوم: 2015/01/24 على الساعة 11.00 صباحا.

⁴ مقابلة مع أحمد حجاب، صحفي بجريدة الحوار، يوم: 2015/03/23، على الساعة 09.30 صباحا.

ينفذوا أوامر المعلنين وعليهم ان يحترموا توجيهات ورؤساء التحرير وعليهم أن يسيروا ضمن سياسة الجريدة العامة أن يتقيدوا بقرارات مجلس التحرير. كما يكمن دور رئيس التحرير في نقل اوامر وإرشادات الى مختلف المصالح التي يشرف عليها يسهر على إيصال اقتراحات أعضاء مصالحه المختلفة لرئيس التحرير. كما يستند دور رئيس التحرير بتقويم عمل الليلة الماضية قبل تحضير عمل اليوم الجديد يتناول تقويم الاخطاء ويحقق في اسباب التقصير فملاحقة الاخبار.

- تبدأ سكرتارية التحرير في إعداد العمل اليومي بتجميع الرسائل والقطع الواردة وتنظيم قائمة المواضيع المنتظرة التي يقترحها مجلس التحرير.²

- لا يحدد مجلس التحرير سوى الخطوط الرئيسية للعمل اليومي. لا يهتم بالأخبار الرئيسية وعلى رئيس التحرير أن يتخذ سلسلة القرارات التفصيلية لهذا الغرض يتلقى برقيات وصور وكالات الأنباء ومقالات وصور المتعاونين لمراجعتها وتصحيحها.¹

المطلب الثاني: مسؤوليات رئيس التحرير.

1- تتركز مسؤولية رئيس التحرير في الصحافة لمسؤوليته المباشرة عن شؤون التحرير والإشراف على اقسام التحرير.²

2- التنسيق بين التحرير في صحيفة الأقسام الإدارية الأخرى.³

3- مسؤولية تنفيذ سياسة الجريدة لذا فمن حققة نشر أو إلغاء أو حذف مواد معينة، فهو يمارس دور .. الرقيب الذاتي (غالباً ما يتولى هذه المهمة كمرحلة أولى رؤساء أقسام التحرير ومن ثم سكرتارية التحرير.. مدير التحرير.⁴

4- مباشرة الامور التنفيذية فيما يتعلق بتسيير الامور الصحفية.⁵

5- تقع المسؤوليات الادارية والمالية على عاتق رئيس التحرير في غالب الاحيان الذي يشغل منصب المدير العام او رئيس مجلس الادارة.⁶

¹ فيليب غايار: تقنية الصحافة: ترجمة فادي الحسيني، المرجع السابق، ص 111.

² الحسيني الدين: الدارة ونجاح المؤسسة الصحفية، رسالة دكتوراه، عرض عاطف صقر، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 46، القاهرة، 1987، ص 86.

³ الإدارة الصحفية: منشورات اتحاد الصحفيين، سلسلة المهنية سلسلة محاضرات الدورة التدريبية، ص 1.

⁴ عبد الرزاق محمد كامل حورشيد: القيادة الإدارية في المؤسسات الإعلامية، مجلة كلية بغداد، للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 23، 2010، ص 13.

⁵ الصحافة وحقوق الإنسان: نقابة الصحفيين المغاربة، الرباط، 1998، ص 12.

⁶ رادفد ايفانس، ترجمة الباحثة الجومر: صحافة بلا دموع، الموسوعة الصغيرة، 1889، ص 22.

المبحث الرابع: المهام التقنية لرئيس التحرير:

تتجلى المهام التقنية لرئيس التحرير في تتبع مراحل إنجاز المقال، قبل إعطاء الإذن بالطبع *Bonne à tirer (bat)* وهو المسؤول على احترام جدول توقيت إنجاز الجريدة أو المنشورة. يمكن تقسيم نشاطاته إلى ستة مراحل أساسية:¹

جمع المعلومات وإنجاز جدول التوقيت: جمع المقالات والوثائق الفوتوغرافية، تحديد أوقات تقديم المقالات والصور والرسومات والإشهار.

1. إعادة قراءة المقالات وهذا لتصحيحها أو إدراج بعض التعديلات إذا تطلب الأمر.

2. *La cotation* تحضير المادة الإعلامية والإشهارية للطبع النهائي وكذا اختيار نمط الكتابة، حجم الأحرف وبالتالي إرسال كل هذه المواد إلى مصلحة التركيب (*Montage*).

3. تحرير العناوين: *Titration* تحرير مشاريع عناوين خاصة بالنسبة للصفحة الأولى، وإعادة صياغة العناوين غير اللائقة.

4. اختيار الصور والرسومات *Illustration*: اختيار الصور أو الرسومات التي تتماشى مع محتوى المقال وكذا تحرير (*Les légendes*) كلام الصور

5. *la mise e page* الإخراج الصحفي: *la maquette* ومراقبة ومتابعة مرحلة التركيب، يهتم رئيس التحرير أيضا بإمضاء الصفحات الجاهزة للطبع (BAT) وهذه المسؤولية تجري لوحدها عملية سابعة وهي تصحيح الصفحات المركبة أو البروفة (*Owalidesouepeupesou morasses*)

المطلب الأول: مرحلة جمع المعلومات وتنظيم جدول البرمجة:

تعتبر إعادة قراءة وتصحيح المقالات بصفة خاصة والمادة الإعلامية بصفة عامة المهمة الرئيسية لرئيس التحرير، بعد هذا يمكن له أن يحدد مكان المقال في الصفحة حسب الأهمية، لهذا الصحفيون مطالبون باحترام أوقات تسليم (*Remise*) المقالات المحددة سلفا من طرف رئيس التحرير ومنه يمكننا الحديث عن مهمة مزدوجة:

الأولى: طلب وجمع المادة الإعلامية (مقالات، صور، الخ) والإشهارية لصنع الجريدة التي تخضع لإرشادات رئاسة التحرير.

¹Louis Guery, op, cit, p 27.

الثانية: توزيع المادة الإعلامية والإشهارية على رؤساء الأقسام، هذه المرحلة هي مرحلة تنظيم جدول التوقيت.

تخضع عملي جمع المعلومات إلى جدول التوقيت والتي تتغير حسب نمط الدورية والإمكانات المادية والبشرية المتوفرة للجريدة.

تنظيم جدول البرمجة:

أ- تنظيم جدول التوقيت في اليوميات:

يخضع تنظيم جدول التوقيت لمعيار عدد الطباعات في اليوم الواحد والإمكانات المادية والبشرية لكل صحيفة¹.

إن لرئيس التحرير في اليومية مقارنة مع نظيره الذي يعمل في مجلة، الامتياز النسبي الذي يمكنه من العمل داخل فترة زمنية لا تتغير (ماعداد حدث خاص أو هام على الساحة الدولية أو الوطنية).

يمكن لرئيس التحرير أن ينظم جدول التوقيت حسب أوقات تسليم المقالات وإمكانات الإنتاج الدقيقة للمطبعة.

يقبض رئيس التحرير عند كل بداية يوم عمل المساحة المخصصة للإشهار في الصحفية ليتعرف على المساحة المتبقية للمادة الإعلامية يخصص جزء من المساحة المتبقية للعناوين بالبنط العريض وللصور.

ب- تنظيم جدول التوقيت في المجالات (دوريات):

تنظيم جدول التوقيت هو في اغلب الأحيان مهمة أصعب بالنسبة لرئيس التحرير الذي يعمل في مجلة خاصة إذا كانت إمكانياتها البشرية والمادية محدودة مثل المجالات الحركة الجماعية أو مجلة صغيرة. حيث يتعاون رئيس التحرير في مثل هذه الظروف مع صحفيين غير محترفين، لا يملكون فكرة واضحة وواسعة عن تقنيات صناعة الجريدة، فهم لا يعتبرون احترام وقت تسليم المقال شيء مهم.

إنه من الصعب إعطاء قوانين محددة لتنظيم جدول التوقيت لأسباب متعددة أهمها:

تنظيم قسم التحرير، إمكانيات المطبعة، نمط الدورية (يومية، أسبوعية شهرية...) شكل الجريدة، استعمال أو عدم استعمال الصورة، استعمال الألوان... الخ.

¹Louis Guery, *op, cit*, p 33.

ومنه لا يمكننا إلا تقديم منهجية عامة، لهذا نأخذ كمثال شهرية ذات مائة صفحة و4/3 من مساحتها تخصص للمادة الإعلامية، يستعمل الألوان في جزء واحد من هذه المجلة : الصفحة الأولى للمجلة تطبع بالألوان (*Quad richromie*) في بداية الأمر يجب تحديد تاريخ بداية العمل (*Conception*) وتاريخ نهاية العمل (*Rélisation*) بالنسبة لكل طبعة.

- تحديد تاريخ عرض المجلة للبيع وإرسالها للمشتريين.
- تحديد تاريخ اجتماع قسم التحرير لنقاش محتوى العدد القادم انطلاقاً من تحديد تاريخ عرض المجلة للبيع يحدد رئيس التحرير الأوقات الأخرى تسليم المقالات، والرسومات والصور والمادة الإخبارية الخ.

ومنه يقسم جدول التوقيت إلى قسمين كبيرين:
- قسم الصفحات الداخلية وقسم الصفحة الأولى وصفحات الإشهار بالألوان.
ينقسم القسم الخاص بالصفحات الداخلية بدوره إلى ثلاث أقسام: مقالات وصور ورسومات وإشهار.

يحدد رئيس التحرير لمختلف هذه الأقسام أوقات العمليات المتعددة لصنع الجريدة:
تركيب النصوص، طلب مقال حول موضوع ما، البحث عن الوثائق والصور اللازمة، إعداد الصفحات الإخبارية الخ.

المطلب الثاني: عمليات جمع المعلومات:

تبدأ عملية جمع المعلومات مباشرة بعد انجاز مخطط أو جدول البرمجة يعاد قياس المساحة المتبقية للمادة الإعلامية (ب طرح المساحة المخصصة للإشهار من المساحة الكلية للجريدة) ويعلم رئيس التحرير مسؤول المطبعة بتاريخ الطبع، يسهر رئيس التحرير على احترام مواعيد تسليم المقالات من طرف الصحفيين(بالساعة بالنسبة لليوميات وباليوم بالنسبة للدوريات يتكلم رئيس التحرير بالإضافة إلى جمع المادة الإعلامية باختيار الصور والرسومات على ترجمة البر "الكلمة" إلى صورة.¹

يسهر رئيس التحرير وبصفة مستمرة على التنفيذ الجيد لكل الإرشادات والتعليمات وعلى احترام جدول البرمجة يؤثر عدم احترام المواعيد على سيرورة العمل ككل.

¹المرجع نفسه ص.33

عملية جمع المعلومات في قسم تحرير مجهز بالإعلام الآلي: *La collecté dans une redaction informatisée*

أدى إدخال الإعلام الآلي في مختلف أقسام التحرير في العامل إلى تغيير عملية جمع المعلومات التي أصبحت تتميز بالسرعة في نقل المعلومات فبفضل الإعلام الآلي واستعمال أحدث التكنولوجيا الاتصال في هذا الميدان، اختزلت المسافات وحذفت الحدود الجغرافية. يستطيع مراسل جريدة ما، حتى وإن كان على بعد مئات الكيلومترات من مقر الجريدة، إرسال مقاله فور انتهائه من تحريره، لا تتطلب هذه العملية إلا بضع دقائق. كما أصبح من الممكن قراءة برقيات وكالات الأنباء على شاشة الكمبيوتر فور نشر، وبهذا الشكل يريح رئيس التحرير وقت ثمين.

مكن استخدام الإعلام الآلي في الصحافة رئيس التحرير من متابعة إنجاز المقالات وهذا بفضل نظم النشر الإلكتروني (*Réseau*) الذي يربط بين مختلف أجهزة الإعلام الآلي للصحيفة بمختلف أقسامها، وعليه يتبع نسبة إنجاز العمل (قائمة المقالات) ساعة بساعة وبدون أن يضطر إلى الاتصال برئيس التحرير أو رئيس القسم. وبفضل نظام النشر الإلكتروني، يمكن لرئيس التحرير أن يبعث برسالة إلى رؤساء الأقسام يستعجلهم فيها بتسليم المقالات المتأخرة أو ليخبرهم بآخر المستجدات، الخ. فضلا عن هذا سهل الإعلام الآلي عمل قسم الأرشفة والتوثيق. يمكن لرئيس التحرير بنقرة واحدة فقط على لوحة مفاتيح الكمبيوتر أن يحصل على تاريخ حدث ما أو البحث عن خبر نشر منذ أيام أو أسابيع لا يتطلب كل هذا العمل إلا دقائق معدودة، إذن لم تتغير مهام رئيس التحرير، ما تغير هي الوسيلة المستعملة فقط.

المطلب الثالث: مرحلة إعادة قراءة وتحضير المقال.

إن رئيس التحرير هو آخر من يعيد قراءة المقال مهما كان مصدره، وآيا كان صاحبه قبل أن يرسل إلى التنضيد (التركيب). يدقق رئيس التحرير في كل معلومة، لأن هذه المرحلة هي الفرصة الأخيرة لتفادي الأخطاء شكلا ومضمونا.

كما يمكن له أن يطلب من كاتب المقال أو ورپورتاج أن يضيف شروحا حول نقطة يراها غامضة أو العكس يطلب من صاحب المقال حذف التكرارات مثلا.

يصحح أيضا الأخطاء اللغوية والإنشائية والإملائية كما يتحقق من ملائمة حجم المقال مع المساحة المخصصة له.

في هذا الصدد، كتب فرنن بودان *FernandBoudan*: "المقالة الجيدة هي منتج نصف كامل؟، يمكن لعامل المطبعة أن يحولها بدون عناء إلى منتج كامل"¹

□ "Une bonne produit semi-fini que l'imprimer pourra transformer en produit fini"□

وبالتالي مسؤولية محتوى المقال مشتركة بين كاتبها أي الصحفي ورئيس التحرير، لا يتوقف عمل رئيس التحرير عند حد تصحيح الشكل بل يتعد ذلك ليصل إلى مضمون المقال، رئيس التحرير مكلف بتحويل المادة الإعلامية إلى مادة قابلة للطبع.

يحرص رئيس التحرير على أن تحترم القواعد التيبوغرافية (الاختزالات، استعمال المزدوجتان، كتابة الإعداد الرومانية أو العربية، الخ) في المقال كما يهتم رئيس التحرير بالاستعمال الجيد للخط المائل والبنط العريض والمساحة البيضاء (*Esaqce Blanche*) للدلالة على تغيير نبرات صوت المتحدث أو لحظات من الصمت (*Sinence*).

ومنه يستعين رئيس التحرير في هذا المجال بميثاق استعمال الخطوط (*code des oulignement*)²

يتشكل هذا الميثاق من مجموعة من الخطوط (خط مائل، خطان متوازيان، خط مستقيم...) حيث كل خط يشير إلى وظيفة معينة.

يقوم رئيس التحرير قصد تسهيل القراءة بتجزئة الفقرة الطويلة إلى عدة فقرات والغرض نفسه يعمل على صباغة عناوين فرعية للمقالات الطويلة (*Inter titre*)، يلعب هذا النوع من العناوين دون المناوب (*Relais*) في القراءة بالإضافة إلى دوره الجمالي والإبداعي، لهذا تحرر العناوين الفرعية بطريقة تبعد عن التفاهة والسطحية ويجب أن تلفت الانتباه وتثير فضول القارئ.

يحذف رئيس التحرير كل ما يعيق الفهم الجيد والسريع لفكرة المقال ويعيد صياغة الفقرات ذات الأسلوب الركيك أو المبهم، يحرر أيضا مقدمات للمقالات التي تتطلب هذا كما يمكن له أن

¹*FernandBoudin: "la presentation de la cpie" in la chose imprimés, Editions Rets; N85; paris, p73.*

²*Louis Guery, op, cit, p 43.*

يأخذ فكرة واحدة من المقال لأهميتها ويبرزها في إطار على حد *Encadre* لعمله اليوم رئيس التحرير بحاجة للمراجع الآتية :

- فهرس موسوعة *Dictionnaire encyclopydique*

- فهرس اللغة *d. De la langue*

- نحو وصرف.

- فهرس صعوبات اللغة.

- فهرس المفردات.

- مختصر القانون التيبوغرافي الخاص بالصحافة.

- القانون التيبوغرافي.

- مرشد حقوق الصحافة.

المطلب الرابع: مرحلة العناوين والعناوين الفرعية وتعليق الصور:

يهدف العنوان إلى إعلام القارئ وحثه على قراءة الخبر، فالصحيفة التي تنشر أحسن المقالات، لكنها تقدمها تحت أسوء العناوين ، وهي صحيفة فاشلة فهي لم تستطع كسب القراء. كثيرا ما يدمج في العنوان عنصرا الإثارة والإعلام ، لأن العنوان يتضمن إجمالا عدة أجزاء، عنوانا كبيرا، عنوانا دقيقا، وعنوانا مشروحا¹.

القاعدة العامة هي تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات. وتستعمل الصحف الانجليزية هذه الطريقة إلى حد كتاباتها العناوين بأسلوب تلغرافي أما الصحف الفرنسية فهي أقل تطرقا في هذا المجال.

تعمل العناوين الفرعية على اعادة تركيز انتباه القراء خاصة إذا تعلق الأمر بمقال طويل ، هذا العنوان يحتوي اجمالا على عنصر مثير يلفت الانظار ويثير الفضول.

ويشبه دور الصورة دور العناوين الفرعية ، فأول ما يقوم به القارئ عندما يفتح الصحيفة، هو إلقاء نظرة على العناوين والصور، فإذا أثارت الصورة انتباهه وفضوله قرأ ما هو مدون تحتها ومن هنا أهمية تضمين الصورة عناصر اعلامية تدفع القارئ إلى مطالعة المقال.

من بين المهام العديدة لرئيس التحرير تحضير العناوين بإعادة تحريرها إذا تطلب الأمر ذلك وتحديد المساحة اللازمة واختيار البنط اللازم لكل عنوان..

قبل أن نتطرق إلى الجانب النفسي لتحضير العناوين، سوف نتحدث باجتهاد عن مختلف أنواع العناوين¹.

• العنوان الإخباري *Le titre informatif*:

يعلم هذا العنوان عن محتوى المقال ويجيب عن بعض الأسئلة التالية إن لم يكن عن كلها: من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ لماذا؟ مع من؟
مثال: معركة عارمة بين العراق وإيران.....عنوان كبير.

خمسة مائة ألف رجل مجندون على ثلاث جهات عنوان دقيق

الطريق بين البصرة وبغداد مقطوعةعنوان مشروح يعطي العنوان الإخباري الفكرة الأساسية للمقال لا يجذب رجال الإعلام هذا النوع من العناوين، لأنه حسب رأيهم لا يشجع على متابعة قراءة المقال وهذا بسبب طوله، فهو يحتوي على كل العناصر الإخبارية للمقال ما يجعل القارئ لا يبحث عن التفاصيل في المقال.

يركز المدافعون عن هذا النوع من العناوين على مبدأ أن محتوى الجريدة لا يقرأ أبداً بأكمله تسمح طريقة القراءة بالمستويات مثلاً قراءة العناوين، أو المقدمة فقط، باكتساب أكبر عدد ممكن من المعلومات.

• العنوان الإيحائي أو الإيثارى *Titre allusif ou incitatif*:

يهدف هذا النوع من العناوين إلى إثارة فضول وانتباه القارئ فهو يقترح أكثر مما يعلم ويشير الرغبة في متابعة قراءة المقال لاكتشاف محتواه لنأخذ مثالاً عن الحرب بين العراق وإيران: العنوان الإيحائي سوف يكون:

عراق – إيران العنوان الكبير

خوميني على طريق بغداد العنوان الدقيق

Sur titre..... IRAN-IRAK

Titre.....Khomeini sue la route de bagdad□

ينطلق هذا النوع من العناوين من مبدأ أن القارئ على علم بأنه هناك حرب بين العراق وإيران، وأن الخوميني يرمز لإيران وجيشه.

¹Louis Guery, op, cit, p 117.

يمكن أن يكون العنوان الإيجائي أو الإيثاري عبارة عن مقولة متداولة، مثل أو مثل شعبي، عنوان فيلم أو كتاب مما يمكن أن يعاب على هذه العناوين هي إمكانية عدم استيعاب القارئ للمعنى الضمني للعنوان وبالتالي لا يثير فضوله ولا انتباهه وهذا ما يعني أن المقال لن يقرأ.

مميزات العنوان الجيد:

يشترط في العنوان الجيد إخباري أو إيجائي كان ما يلي¹:

- الملموس (*sensduconcret*): لا تشجع الأفكار والكلمات المجردة على القراءة لأن القارئ لا يفهمها أو لا يريد بذل مجهود ذهني، إذن العنوان الناجح هو الذي يحول المفاهيم المجردة إلى كلمات ملموسة.

- الاختصار (*laconcition*): يجب على كل كلمة في العنوان أن تؤدي دور لا يجب أن يشمل العناوين كلمات زائدة أو بدون فائدة حتى العنوان الإخباري رغم طوله لا يجب أن يتضمن كلمات إضافية.

- بساطة التعبير (*Lasimplicité de vocabulaire*): يختلف المستوى التعليمي من قارئ إلى آخر لهذا يجب اختيار الكلمات البسيطة وغير المعقدة خاصة بالنسبة للصحف و الإعلام العام أي غير المتخصص.

حول هذه الفكرة أنجز "جاك دويل" تجربة حول نسبة مقروئية المقال حسب نوعية عنوان، نشرت نتائج هذه التجربة في كتابه *le journal tel qu'il est lu* توصل إلى نتيجة مفادها أن المقال الذي تكون عبارات عنوانه بسيطة أكثر مقروئية من نفس المقال الذي كان يتضمن عنوانه كلمات صعبة.

كانت نسبة مقروئية المقال تحت عنوان:

مؤشر الأسعار *Clignantsurlrs prix* 48.5٪ في حين نسبة مقروئية المقال المعنون بارتفاع الأسعار *haussedesprix* كانت بـ: 63.5٪.

لا يجذب أيضا استعمال الكلمات الطويلة التي لا يمكن قراءتها بنظرة واحدة والكلمات الثقيلة وذات الأصل الأجنبي، كما يسهر رئيس التحرير على حذف الرموز والكلمات التي تحمل عدة معاني².

¹Louis Guery, op, cit, p 117.

²Louis Guery, op, cit, p 119

- الوفاء والنزاهة. *Honnête*

يجب أن يعبر العنوان عن فكرة محتواه في المقال فليس من أخلاقيات المهنة تغليط القارئ

● عناصر العنوان:

يقسم العنوان ، خاصة الإخباري إلى أربع مستويات وتسمى هذه المستويات بـ : *latitraile*

- عنوان كبير *surtitre* ويرمز له بـ s/t^1

يوضع فوق العنوان ويكتب ببسط رقيق يجب بصفة عامة عن الأسئلة أين؟ متى؟

- عنوان : *titre* ويرمز له بـ t

يعلن العنوان عن الحدث، يجب العنوان الإخباري عن الأسئلة : من ؟ أو ماذا؟

- عنوان مشروح *Lesous-titre*

يأتي بعد العنوان مباشرة، يجب العنوان المشروح غالبا عن الأسئلة : كيف؟ لماذا؟ واحتمالا

مع من؟

● الفهرس *Lesommaire*:

يلخص في عدة نقاط أهم أفكار المقال ، تكون كل فكرة مسبقة بدائرة صغيرة سوداء أو مربع أسود، حسب التقديم التيبوغرافي لكل جريدة.

استعمال كل عناصر العنوان ليست قاعدة عامة، يتجه اليوم معظم لإعلام في الجرائد

لاستعمال عنوان كبير + عنوان فقط.

مثال:عنوان الركن الحياة الاجتماعية

عنوان كبير بعد خطاب الوزير الاول

العنوان اضراب: تأزم الوضع

عنوان مشروح بنوك: 8 ملايين صك بالانتظار الخطوط الجوية الفرنسية: ضمان الحد الادنى من العمل.

المطلب الخامس: مرحلة اختيار الصور.

يختار رئيس التحرير الصور اللازمة لكل مقال قبل الانتهاء من انجاز الصفحة.

لوحظ خلال هذه السنوات الأخيرة أن الصورة لا تخضع لمعالجة نوعية خاصة في الصحف

اليومية على عكس الأسبوعيات والمجلات الشهرية، قزم دور الصورة التي أصبحت مجرد رسم لملء

فراغ في صفحة، اقتصر دور الصور على الديكور أو لإدخال نوع من الحركة على الصفحة، رغم أن للصورة "قوة بيع" (Force vente) تساوي قوة المقال

الصورة سلاح حاد *L'image une arme percutante*

أوضحت نتائج دراسة قام بها "جاك دويل": "تشكل الصورة والرسومات قطب جذب اهتمام القارئ، مثلها مثل العناوين، وما هو مؤكد أن الصورة تجلب انتباه القارئ أكثر من النص" حسب نتائج هذه الدراسة دائما: تجلب الصورة انتباه الرجال بنسبة 38% والنساء بنسبة 51% تبين أيضا أن 74% من الرجال يطالعون المقال لأن الصورة جلبت انتباههم مقابل 89% من النساء تظهر هذه النتائج قوة الصورة في الجريدة، الصورة سلاح ذو حدين "تخاطب الخيال¹ *Un pouvoir plus grand que celui du rédacteur* إذن سلاح فتاك بين أيدي رئيس التحرير، ففضل هذه الوسيلة أي الصورة يمكن أن يقلل من شأن مسؤول ما أو التشكيك فيه، ويمكن أن يوجه ويتلاعب بعقول القراء كما يريد. إذن، وبدون أي مبالغة، يمكننا أن نقول أن سلطة رئيس التحرير أكبر من سلطة كاتب المقال.

لهذا على رئيس التحرير أن يؤدي واجبه بأمانة وموضوعية مثالية.

على رئيس التحرير أن يراعي عدد اختيار كل صورة مقياس الدلالة *Une image ignifiante*.

الصورة لا تمثل لغة عالمية: *L'image ne constitue pas langage universel*

جرى الاعتقاد أن الصورة يمكن أن تفهم من طرف كل الناس، مهما كانت جنسيتهم ولغتهم وثقافتهم ومستواهم العلمي، فالصورة هي لغة عالمية تسمح بالتواصل والتفاهم بين الناس. للأسف، في مجال الصحافة الشيء مختلف¹. إذا كان صحيحا أن الصورة تتخطى كل حواجز اللغة، ولهذا السبب تستعمل في: المطارات، والفنادق الفخمة... يجب الاعتراف أيضا أن هذه اللغة هي في الوقت نفسه فقيرة ومحدودة (*limitée pauvrete*) تكمن الصعوبة الأساسية في استعمال الصورة لوحدها فقيرة من حيث الدلالات²:

¹Louis Guery, op, cit, p 119

²Daniel grojnowski: l'image et le texte dans presse actualité n°170, février, 1983, p62.

لا تقدم الصورة اجابات بقدر ما تطرح أسئلة، بصفة عامة ينقص الصورة "الكلام" فبدون الكلمات التي تغطيها الصورة "تظهر ولا تقول شيء" "*Elle montre sans rien dire*" يفتح هذا "الفقر" المجال لتعدد المعاني خاصة لما يتعلق الأمر بصورة فوتوغرافية فالصورة متعددة الدلالة (*polysémique*) تترجم الصورة حسب الفهم الخاص بكل شخص، إضافة لهذا يمكن التحدث أيضا عن العراقيل أو عوائق الفهم عند القارئ:

- قراءة الصورة: إذا كان الشخص قد تعلم كيف يقرأ المقال فهو لم يتعلم كيف يشفر *Déchiffrer* الصورة.

- عادات وقيم مختلفة من قارئ لأخر.

مثلا: يمثل خط مائل من الزاوية السفلى اليسرى إلى الزاوية اليمنى للأوربي فكرة الصعود ويمثل للقارئ العربي (المتعود أن يكتب من اليمين إلى اليسار) فكرة النزول.

يعني اللون الأبيض للبعض فرحة، في حين يعني للاسيويين الحزن، يفسر كل فرد الصورة انطلاقا من أحاسيسه الخاصة، وبهذا فهو يغير معانيها *Déformer et changer la signification*.

الصورة ليست موضوعية:

على عكس الفكرة السائدة ليست موضوعية لا يمكن للصورة الفوتوغرافية أن تكون موضوعية لعدة اسباب اهمها:

- اختيار زاوية التقاط الصورة والتأطير من طرف المصور.

- اختيار ثاني لتأطير الصورة أثناء عملية إخراج الصفحة الذي يؤدي حتما إلى إلغاء بعض المعلومات لإظهار معلومات أخرى.

- استعمال الألوان في الصور لا يمكن أن يكون حيادي: فاللون الأصفر والأحمر يدلان على التعاطف، الأزرق والأخضر يدلان على اللامبالاة.

- الصورة الفوتوغرافية مبهمة ومتعددة المعاني (الدلالات)

- يمكن للصورة نفسها أن تعبر عن دلالات مختلفة، حسب الاتجاه السياسي للجريدة.

- يمكن لكلام الصورة (*légende*) أن يغير كلياً معناها.

أثبتت تجربة قامت بها الباحثة في علم الاجتماع ايفلينسوليرو (*Evelynesulleront*)

هذه النتيجة.

كي تصبح للصورة الفوتوغرافية دلالة يجب:

- استعمال بلاغة الصورة* (*Rh2oriaue desimage*) بمختلف مراحلها: مقارنة، معارضة ... التي يمكن أن تمتد إلى الخطاب الفوتوغرافي هذا يؤدي بنا إلى القول أن الصورة لا تصبح ذات معنى إلا إذا قورنت بصور أخرى، الشيء نفسه بالنسبة للكلمة التي تأخذ معناها من سياق الجملة.

- استعمال هذه الطريقة لا يعني حذف المعاني المختلفة للصورة الفوتوغرافية. ومنه، الطريقة الأنجح والأكثر ضمانا للفهم الصحيح للصورة هي الربط بين الصورة والنص والعنوان وكلام الصورة.²

إذن هذا الكل (عنوان وصورة ومقال وكلام الصورة) يعطي معنى ورسالة للقارئ. يمكن بهذه الطريقة وضع حد "للنزاع" القائم بين المدافعون عن أولوية النص على الصورة والمدافعون عن أولوية الصورة على النص. الوظائف المختلفة للصورة.

● إخباري *informatifs*: الدور الإخباري هو المهمة الرئيسية للصورة يجب على رئيس

التحرير قبل اختيار أي صورة أن يطرح الأسئلة التالية:

- ما هي المعلومة التي تحملها هذه الصورة؟

- هل تقدم معلومة إضافية؟

- أم هي تكرر نفس معلومة بالمقال؟

- هل تقدم وصف أفضل لموضوع المقال؟

تلخص الصورة في ثواني معدودة ما يمكن كتابته وشرحه في مقال مطول.

وكما هو معروف، يسمح المخطط أو المنحنى، بفهم جيد للموضوع وهذا ما تؤكد

مقولة نابليون "Un cour croquis m'en dit plus long qu'un long rapport"

● توثيقي: *Documentaire*

يمكن للصورة أن تبين، كما هو الحال بالنسبة للرسم والمخطط والخريطة الجغرافية، الخ أدق

التفاصيل يمكن أن تبين الديكور الذي يجري فيه الحدث أو ملامح شخصية الخ.

**La rhétorique de l'image: cpmparation, opposition, inversion, analogie, hyperbole, antithèse...*

تشجع الصورة مشاركة القارئ في الحدث وتشكل أيضا أداة إثبات بمعنى أن الصورة يمكن أن تثبت ما جاء في المقال.¹

مثال: يتحدث مقال عن اختراع نوع من القماش مقاوم للنار، في هذه الحالة تبين الصورة الفوتوغرافية صحة ومصداقية المعلومة بإظهار شخص يرتدي لباس مصنوع من هذا القماش ويمشي بين السنة النيران دون ان يتضرر.

• رمزي *symbolique*:

أصبحت بعض الصور رمزا لظاهرة أو مناسبة ما.

صورة طفل إفريقي ببطن منتفخة ترمز للمجاعة كما يعتبر الشريط الأحمر رمز الدية والبلورات رمز البرد والثلج، الخ...

• ترفيهي *Divertissant*:

استعمال الصورة يريح البصر ويقلل من تعب القراءة وتستعمل الصورة لكسر الروتين في الجريدة

• تزييني *illustratif-Décoratif*

يمكن للصورة على عكس ما قلناه آنفا أن تستعمل كأداة للزينة فقط وهذا في الحالات التالية:

- كل المقالات لا يمكن وضع لها صورة.

- أو لا توجد صورة تتماشى وموضوع المقال.

في هذه الحالات يختار رئيس التحرير صورة أو رسم خارج النص (*Hors- texte*) لقمته الجمالية أو الشعرية أو الفكاهية كي يتمكن القارئ من تقبل مجانيتها *faire admittresagratiuity*.

تأطير وإعادة تأطير الصورة:

المرحلة الأولى لتحضير الصورة هي تأطيرها وإعادة تأطيرها إذ تطلب الأمر ذلك.

يستعمل رئيس التحرير في معظم الحالات الصورة بالتأطير الأولي أي التأطير الذي حدده المصور.

الهدف من إعادة التأطير الصور هو:

- التحديد بدقة الجزء الأهم من الصورة.

¹Louis Guery, le srcréataire de redaction, p170

تكمن أهمية هذه المرحلة في :

- يلتقط المصور غالبا الصورة وهو يجهل الاستعمال الفعلي لها أي ماذا يريد أن يظهر رئيس التحرير من خلالها؟
- من جهة أخرى تباع صور وكالات الأنباء لعدة جرائد وكل جريدة سوف تستعملها بالطريقة التي تخدم خطها الافتتاحي.
- يسمح التأطير أيضا بإظهار ما هو أساسي (*Miseenvalueur*) تبعا لهدف المقال هذه العملية تسمح بإظهار أكثر ملامح الشخص أو تحديد المكان الذي يجري فيه الحدث.
- يسمح التأطير بالقضاء على "التشويش النظري الذي يعرقل القراءة الجيدة والصحيحة للصورة"¹.

لا يجب أن تغير عملية إعادة التأطير كليا معنى ومحتوى الصورة، أدت أخطاء مثل هذه بالمصورين إلى اشتراط منع إعادة تأطير صورهم، الشيء الذي رفض من طرف مدراء الجرائد للسبب التالي: رئيس التحرير له الحق في تصحيح أو حذف أو زيادة جملة أو جمل في المقالات، إذا تطلب الامر ذلك، إذن يجب أن يسمح بالشيء نفسه بالنسبة للمصور.

يتطلب اختيار وإعادة تأطير الصور وتصحيح تعاليق الصور (*Légende*) من رئيس التحرير الموضوعية.

يجب أن يستعمل التأطير وإعادة التأطير لتسهيل قراءة الصورة وترجمتها بطريقة صحيحة، ولا يجب أن يستعمل قصد التلاعب بالعقول (*Manipuler*) "بقدر ما نحن (المصورون) مع إعادة التأطير للقضاء على التشويش النظري بقدر ما نحن أيضا ضد إعادة التأطير لتلاعب بعقل القارئ *La manipulation parlere cadrage* لأن هذا يعتبر اغتصاب للحقوق الأخلاقية لصاحب الصورة".

المطلب الخامس: مرحلة الماكيت والإخراج الصحفي.

يحضر رئيس التحرير "الماكيت": (مخطط الصفحة) بالاستناد إلى قواعد الإخراج الصحفي في أغلب الأحيان يتغير الماكيت بتغير الصحيفة فكل جريدة تتبع طريقة معينة في عرض الاخبار، وتغير اسلوب الإخراج لا يخضع لقرار من رئيس التحرير، بل يستوجب قرارا يشترك فيه مجلس

¹Louis Guery, *le srcréataire de redaction*, p170.

التحرير لأن مثل هذا القرار يستطيع أحداث تبديلا في عادات القراء، ويهدد بإبعادهم عن قراءة الصحيفة.

إذن ينطلق صنع الماكيث التجميع بين أربع عناصر: النصوص والعناوين والصور والإعلانات¹.

الإعلانات هي العنصر الذي لا يستطيع رئيس التحرير ممارسة نفوذه عليه، يطلب من المعلن نشر الإعلان بالحجم والمكان الذي يناسبه، وإلى الإعلانات تضاف المواد الإعلامية التي يرتبط اختيارها بالموصات التيبوغرافية والمحتوى الإعلاني، ولكي لا تفقد الصفحة توازنها، يختار رئيس التحرير الصورة والمقال اللذان يناسبان والإعلان، فمثلا لا ينشر مقالا عن اخطار التدخين إلى جانب اعلان عن نوع سجائر.

يأتي بعد الإعلانات مباشرة دور الصورة في "الماكيث" فهي العنصر الرئيسي لتحقيق التوازن في الصفحة وبعد ان يختار رئيس التحرير الصور المناسبة، يعتمد على توزيعها، في بعض الاحيان تكون الصور موضوعا قائما بذاته فلا تحتاج ا إلى كلام مناسب لها (تعاليق الصور *(légende)*

يعتبر بعض رؤساء التحرير أن العناوين أهممن النصوص فهي التي تجذب أنظار القراء، وهذا لاعتبارات عديدة أهمها: الراحة والجمالية.

جرت العادة أن يبدأ الإخراج الصحفي من رأس الصفحة، إلا في بعض الحالات الاستثنائية تتركب المقالات المهمة في رأس الصفحة أو أعلى الصفحة لكن في بعض الأحيان ونظرا لاعتبارات جمالية منها توازن الصفحة، قد يضطر رئيس التحرير إلى إنزال المقال الذي يستحق رأس الصفحة، ويعرف رئيس التحرير أن مقالا منشورا في وسط الصفحة ترافقه صورة وعنوان عريض، يجذب الأنظار أكثر من مقال منشور في عمود في رأس الصفحة.

● بعض المبادئ التي تراعى في الإخراج الصحفي:

- توازن الصورة في الصفحة وتجنب نشر صورة إلى جانب صورة أخرى.
- العنوان: يجب أن يغطي كل المقال أو الصورة، إلا عند وجود "الإطارات" والهدف هو إظهار العلاقة بين العنوان والنص والصورة.
- لا يجب أن يغطي عنوانا ما عنوان مقال آخر.

¹Louis Guery, le srcréataire de redaction, p170

- الصورة التي تأخذ من الجانب لشخصية *profil* يجب أن تتركب بشكل تظهر فيه الشخصية وكأنها تنظر إلى داخل الصفحة.
 - يجب تجنب وضع عنوانين متلاصقين.
 - تجنب الإطارين المتلاصقين.
- ينتهي عمل رئيس التحرير اليومي في مكتبه عندما يرسل المواد التحريرية، والعناوين والصور إلى المطبعة، ولكنه لا يغادر الصحيفة بل يدخل إلى قاعة الإخراج (*Fabrication*) يكتفي رئيس التحرير بمراقبة التنفيذ ويجري التعديلات الضرورية هذا إذ لم ترد أنباء جديدة في اللحظة الأخيرة.¹
- وعند الانتهاء من تركيب الصفحات، يتم سحب نسختين من كل صفحة واحدة للمصحح والأخرى لرئيس التحرير وتدعى النسخة الورقية "بروفة" (*Marasse*).
- ولا يتجاوز تصحيح البروفات دقائق معدودة وهي الفرصة الأخيرة لتفادي الأخطاء على الأقل يمكن تصحيح العناوين والعناوين الفرعية وتعليق الصور (*Légende*) ومن جهة أخرى تصنف مراحل معالجة الأخبار إلى:
- جمع المعلومات ونقلها.
 - التحضير.
 - التقديم.
 - التوزيع والبيع.
- تتطابق وظيفة رئيس التحرير مع المرحلة الثالثة أي مرحلة التقديم.
- لا تعني مرحلة التقديم تجميع المقالات فحسب بل يحرص رئيس التحرير على ان يكون كل مقال محرر بطريقة جيدة ويحمل عناوين مناسبة ومرفق بصور أو رسومات ذات دلالة ومعنى، يمكن للصورة بمفردها أن تسهل عملية إرسال المعلومة.
- يحرص رئيس التحرير أيضا على ترتيب المعلومات في الصفحة وفق قاعدة الهرم المعكوس أي يرتب المعلومات من الأهم إلى الأقل أهمية، فالمقال الذي تفتتح به الصفحة هو بالضرورة أكثر أهمية من مقال أسفل الصفحة إلا في حالات استثنائية في الأخير يجب أن تشكل الصفحة كل متناسق بحث على القراء في الأخير يجب أن تشكل الصفحة كل متناسق بحث على القراء.²

¹Louis Guery, op, cit, ,p13

²Louis Guery, op, cit, ,p13

وهنا تجدر الإشارة إلى أن استعمال كلمة "تقديم" لا تعني فحسب وظيفة بصرية وإلا اختزلت إلى ابطء تعبيرها وهي "التغليف" (*Emballage*)، فإذا كان الحال كذلك، يمكن للماكتست أن يقوم بهذه الوظيفة، تتعدى مهام رئيس التحرير الوظيفة التقنية لصنع الجريدة فرئيس التحرير هو محرك كل إبداع ديناميكي جماعي مستمر في الصحيفة أو الدورية. يعطي رئيس التحرير كل يوم بالنسبة لليوميات وكل اسبوع بالنسبة للأسبوعيات وكل شهر بالنسبة للشهريات الروح والشكل لهذه المجموعة من المقالات والإعلانات والصور والرسومات والتي بدونه تبقى مجرد عناصر مختلفة ومرتبة الواحدة تلو الأخرى.



خلاصة:

إن تطور مهنة رئيس التحرير مرت بمراحل عديدة عرفت من خلالها تطورا في أسلوبه وتقنياته، ومن خلال ما توصلنا إليه بهذا الفصل أن رئيس التحرير يبقى دور مدير ورئيس بالنسبة للجريدة وبالنسبة للمؤسسة الصحفية أيضا باعتباره نقطة مرور أو نقطة ربط بين أقسام المؤسسة الصحفيين وبين أجزاء الجريدة.

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تمهيد.

المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

المبحث الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

المبحث الثالث: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

المبحث الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة المكتوبة

المبحث الثالث: مخرجات

المبحث الخامس: البرمجيات

المبحث السادس: تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية.

المبحث السابع: مزايا وعيوب.

خلاصة .



تمهيد:

شهدت الخريطة الاتصالية فقرات تكنولوجية وإعلامية ومتسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قرب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة فإن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحت عنصرا ملازما لكل مظاهر الحياة العصرية، ولذا أصبح الاهتمام بوسائل الإعلام يتزايد ويأخذ أبعادا أكثر عمقا وشمولا وتأثيرا خاصة من خلال تطور الأدوات والتقنيات الإعلامية الحديثة التي زادت من فاعلية الاتصال الجماهيري لتصبح وسائل الإعلام ميدانا كبيرا ومجالا خصبا للمنافسة وإحراز الجودة والنسق الإعلامي.

إن الإيمان بأهمية هذه التكنولوجية لا يكفي لتكيف المعلومات، والإعلام لمتطلبات العصر فالمطلوب توفير الخبرة والمعرفة الكافية لمختلف أنواع التكنولوجيا من أجل اختبار أفضل منها وعلى وفق الحاجة ووضع الخطط الكفيلة بذلك.

البحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

المطلب الأول: التكنولوجيا:

كلمة إغريقية الأصل من جزأين أحدهما "تكنيك" أي الإتقان أو التقنية والثانية "الوجي" أي العلم أو البحث وتعني علم التقنية من الدقة¹، وقد عرفت الموسوعة الفلسفية التكنولوجيا بأنها: "مجموع الآلات والآلية والأنظمة ووسائل السيطرة والتجمع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات كل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب"².

وهذا التعريف حصر التكنولوجيا في مجرد الآلات ووسائل الإعلام على عكس بعض التعريف التي وسعت مفهوم التكنولوجيا إلى مجموع المعارف وتطبيقات علمية، حيث تعرف أنها "مجموع من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة والتي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها في مختلف مناحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية"³.

وهناك تعريف آخر وهو: "مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة، أو تقدم خدمة في إطار نظام اجتماعي اقتصادي معين".

الاتصال: تناولت الكثير من الدراسات موضوع الاتصال منذ ظهور هذا المصطلح إلى الآن وسنحاول الآن تقديم أهم التعاريف التي أحاطت بمفهوم الاتصال.

حيث يرجع أصل كلمة "اتصال" «*Communication*» إلى الكلمة اللاتينية "*Communis*" ومعناها "*Common*" أي "مشترك" أو "عام"، وبالتالي فإن: "الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك ما".

أما في اللغة العربي فقد ورد تحديدها في قاموس المحيط ولسان العرب، على أنها مشتقة من "وصل" والذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، فوصل الشيء إلى الشيء وصولاً وتوصل إليه أي انتهى إليه وبلغه ويعني أيضاً المواصلات والبلاغ⁴.

¹ حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، المصرية واللبنانية، 1994، ص 52.

² محمد الزغبي: التغيير الاجتماعي، ط1، دار الطليعة، 1988، ص 85

³ عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 92.

⁴ أسامة الخوالي، القرارات التكنولوجية وأثرها على وسائل الإعلام، الإسكندرية، دار النهضة العربية، 2000، ص 41.

المطلب الثاني: اصطلاحا:

ويعرف الاتصال اصطلاحا على أنه: "نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات بالإضافة للتوزيع والتفاوض".

كما يعرفه كارل هولند على أنه "العملية التي يقدمها من خلال القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)"¹. ويرى الباحث لنبرج أن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى "التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر، تعمل كمنبه للسلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز"، وتتفق التعاريف على اعتبار الاتصال عملية ديناميكية تشمل على التأثير، والذي يظهر من خلال تفاعل مرسل ومستقبل للرسالة.²

ويذهب تشارلينموريس إلى أن الاتصال: "يتناول أي ظروف يتوافر فيها مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين" ولكن موريس يقصر الاتصال على: "الاتصال استخدام الرموز لكي يحقق شيوعا ومشاركة لها مغزى وهو نفس المذهب الذي ذهب إليه سمير حسن، حيث يقول أن الاتصال وهو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق الانتقال³ المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين".

وقد عرف أحمد ماهر الاتصال بأنه: "عملية مستمرة تتضمن قيام الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة تنقل من خلايا وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر"⁴. حيث نستخلص من هذا التعريف أنه اهتم بذكر العناصر الأساسية للعملية الاتصالية (مرسل، رسالة، مستقبل، وسيلة) كما وصف العملية بأنها مستمرة ودائمة.

ويرى عملاء النفس والاجتماع أن الاتصال بصفة إجمالية: "عملية تبادل للمعاني فيها الطرفين مرسل ومستقبل والتبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين أو أكثر فأن وقع فإنه يسمونه

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 23.

² فضيل دليلو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 9.

³ جيهان احمد رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص 50، 52.

⁴ أحمد ماهر، كيف ترفع مهارتك الإدارية في الاتصال، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2000، ص 25.

بالاتصال الفردي الشخصي وهو اتصال بدائي وأن وقع وعدد كبير من الأشخاص فإنهم يسمونه بالاتصال الجماعي أو الجماهيري وهو الاتصال المتطور"¹.

وهذا التعريف الأخير يركز على عدد من المستقبلين للرسالة، اتصال شخصي ويكون مباشرة بين المرسله ومستقبلواحد واتصال جماهيري يتطلب وسائل جماهيرية كوسيط للاتصال (الصحف، الراديو، التلفزيون، الإنترنت) ويكون مع عدد كبير من المستقبلين.

• تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

لتحديد مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة لابد أن نخرج إلى تقديم تعريف تكنولوجيا الاتصال كما يلي:

حيث يرى روبن ويرنت بأنها "أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين واستقبال البيانات"²، ويلخص هذا التعريف الاتصال في آلات تمكن من توزيع وتخزين واستقبال البيانات وهو نفس المذهب الذي ذهب إليه التعريف الآتي ترى صاحبه أن تكنولوجيا الاتصال: "إليه أو تقنية العمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو استقبال أو عرض المعلومات".

ورد تعريفها في المعجم الإعلامي بأنها: "بجمل المعارف والخبرات المتاحة والأدوات المتاحة والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"³.

وما يلاحظ على هذا التعريف أنه يجمع بين النظر إلى تكنولوجيا الاتصال كعلم وكتقنية تستخدم لإرسال المعلومات وتوصيلها.

وتكنولوجيا الاتصال كثيرا ما تتداخل مع مصطلح آخر هو تكنولوجيا المعلومات، لذا ارتأينا أن نقدم تفصيلا عن تكنولوجيا المعلومات.

حيث تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: "عملية جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات واستخدامها، مع الاعتراف بأهمية الإنسان والأهداف التي يضعها والقيم التي يستخدمها في تحديد مدى تحكمه في التكنولوجيا ومساهمته في إثراء حياته"⁴.

¹ زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004، ص 9.

² حسن عماد مكاوي: ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص 24.

³ محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص 166.

⁴ محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار الرحاب، 2005، ص 141.

ويرى "نبيل علي" أن تكنولوجيا الاتصال: "رافد لتكنولوجيا المعلومات" على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف، وأدواتها الأساسية بلا منازعهي الكمبيوتر وبرمجياته التي تستهلك طاقته الحسائية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية أما توزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة أو من خلال أساليب البث المباشر كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات، التي تصل بين كمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحداته الطرفية.

بينما يرى الأستاذ "سعد لبيب" أن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهات واحدة لعملة واحدة على أساس أن "ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجير المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، ظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة، وبناء على ما سبق فإنه لا يمكن الفصل الآن بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، وارتبطت شبكات الاتصال وتطور كل منهما¹.

ويتجه بعض الباحثين والمتخصصين إلى تحديد مفهوم التكنولوجيا الاتصالية وفقاً لنظرة شمولية متكاملة متضمنة كلا من المصطلحين التكنولوجي، المعلومات، المجتمع معاً، حيث يرون أن التكنولوجيا وسيلة ضرورية لإنجاز المهام وتسيير وتحقيق أهداف الحياة الإنسانية طبقاً لقيم كل المجتمعات و رغبات الأفراد، وبما تعني أن تكنولوجيا الاتصال تتضمن جوانب ثقافية وتأثيرات مجتمعة ولا تقتصر فقط على الجانب التقني.

فالتكنولوجيا هي جزء مكتمل في مصفوفة اجتماعية أكبر، ويرى دكتور اسما حسين حافظ أن تكنولوجيا الاتصال أنها: "تعني اقتناء واختزان المعلومات في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو معالجة بالليزر، ونقلها أو بثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية الحاسبة ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد"².

وتعتبر كلمة "حديثه" التي تضاف إلى تكنولوجيا الاتصال نسبة لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الرقمي فما هو حديث في زمن معين قديم في زمن آخر، إلا أن أغلب

¹ حسن عماد مكاي: ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص 63.

² أسما حسين حافظ: تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي مصر، الدار العربية للنشر، والتوزيع، 2005، ص 13.

التعريف تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة، هي تلك التكنولوجيات التي تجمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر.

وقد ورد تعريفها عن الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات التي تساعد على القيام بالاتصال وتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية"¹.

وهي الرأي الذي يعرضه "فضيل دليو" في تعريفه لها حيث قال بأنها: "تعني أساسا تلك الوصلة بالكمبيوتر ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا"².

وهناك من وسع مفهومها ليشمل: "الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي، والذي توج باستخدام الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل والمعلومات هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب وما يتصل به من تقنيات"³.

وقد خص عبد الهادي عثمان تعريف التكنولوجيا الاتصال الحديثة في: "القنوات التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر".

المطلب الثالث: إجرائي:

تكنولوجيا الاتصال الحديثة في هذه الدراسة: "كل التكنولوجيات المتعلقة بعمليات المعالجة والإنتاج وتبادل المعلومات والتي تجمع بين ثلاث مجالات تقنية: المعلوماتية، الاتصال السمعي والبصري".

المبحث الثاني: مراحل التطور التكنولوجي للاتصال الحديثة:

أن التطورات التكنولوجية الاتصالية الحديثة قد عملت على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية هذه والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة، وحتى أواخر السبعينيات إذ نشأت علاقات لم يتوقعها أحد أو يتصورها وهي علاقات باتت تربط بين الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات بعيدة.

المدى والمعلوماتية والتداخل المتزايد بين أجهزة الإعلام الآلي التي أطلق عليها "نورأومليك" تسمية "التليماتيك" التي تعني التزاوج بين الاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية.

¹ محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، المرجع السابق، ص 141.

² فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، ص 147.

³ الموسوعة العلمية الحديثة www.m3loma.com (2303، 2014).

وقد حقق هذا التزاوج نتائج مهمة على الصعيد الإعلامي، وأبرز هذه النتائج التوسع في التغطية الإخبارية وإفادة المجتمع الواضحة من وسائل الاتصال والمعلومات¹.

بداية التكنولوجيا كانت في القرن التاسع عشر، مع ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الحديثة استجابة إلى علاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية فقد أدى التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام، والتوسع في فتح الأسواق جديدة خارج الحدود، فبرزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، حيث أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لتبلي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي فظهرت العديد من المخترعات الجديدة.

في عام 1934 استطاع العالمان "جارسووير" تصميم نظام التلغراف يعمل لمسافات بعيدة وكان في عام 1844 م تمكن الأمريكي "صامويل موريس" بمعاونة آخرين من ابتكار نظام جديد للتلغراف باستخدام النقطة.

والشرطة للكود وهو ما عرف "بكود موريس"².

وفي عام 1846 نجح العالم الاسكتلندي "ماكسويل" في وضع نظرية عامة للموجات الكهرومغناطيسية وانتشارها، وقام برجها على الأوساط العلمية؟، وفي عام 1887، استطاع العالم الفيزيائي الألماني "هيرشهيرتز" أن يحقق علميا نظرية "ماكسويل" ويثبت أن موجات الراديو لمسافة "60 ميلا" وفي نهاية عام 1901 تم ثلاث إشارات خافتة مرسله عبر الأطلنطي بعد أن قطعت رحلتها مسافة تصل إلى 1700 ميل، في عام 1786، اخترع "غراهامبل" التليفون لنقل الصوت إلى مسافات أبعد بعيدة مستخدما نفس تكنولوجيا التلغراف³.

وتم افتتاح أول سنترال لتليفون في عام 1878، وفي عام 1877م اخترع "إديسون" جهاز الفوتوغراف وفي عام 1887، تمكن العالم "بلنجر" من ابتكار المسح الذي يستخدم في تسجيل الصوت.⁴

¹ حسن رضا نجار: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة البحرين، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 495.

² صلاح محمد صلاح: التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي، دراسة تطبيقية ميدانية الجامعة الإسلامية، غزة، 2011-2012، ص 14.

³ صلاح محمد صلاح: المرجع نفسه، ص 15.

⁴ المرجع نفسه ص 16.

وفي عام 1890م كان أول عرض سينمائي في فرنسا، ثم السينما الناطقة في عام 1968، وفي أواخر العشرينيات في القرن الماضي بدأ التلفزيون في الظهور بالولايات المتحدة الأمريكية وبلغ عدد من محطات التلفزيون عشر محطات تجارية في عام 1946¹.

وظهر بعدها التلكس وبدأت أنظمة الاتصالات عبر القارات المتمثلة في الكابل البحري ثم الأقمار الصناعية وتوظيف أشعة الليزر والألياف البصرية الحاسبات الإلكترونية في النصف الثاني من القرن الماضي، وتطورت جيل ودخلت كل مجالات الحياة ومنها المجال الإعلامي.

وقد أدى امتزاج الحاسبات الإلكترونية بأكثر من تكنولوجيا اتصالية إلى ظهور شبكات المعلومات المحلية والدولية، والتي تطورت بشكل كبير خلال المرحلة الحالية والتي يطلق عليها "مرحلة التكنولوجيا الاتصال المتعددة الوسائط"، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية أو مرحلة التكنولوجيا الوسائط المهجنة والمرتكزات الأساسية لنمو هذه المرحلة وتطورها في الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس المتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي إضافة إلى الألياف الضوئية وأشعة الليزر، والأقمار الصناعية².

وشهد النصف الثاني من القرن العشرين شكل من أشكال التطور التكنولوجي الاتصالي ما يتضاءل ما تحقق في قرون سابقة من أبرزها من اندماج ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال التي نتج عنها ما يعرف بشبكة العنكبوتية الانترنيت³.

أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة أفرزت نمطا اتصاليا يتميز بسمات تختلف عن الأنماط الاتصالية التقليدية التي تشمل الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي الجمعي أم اتصال الجماهيري.

وهذا النمط الاتصالي أو كما يطلق عليه اسم الاتصال الوسيط يجمع كلا من سمات الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري، وله وسائله الخاصة به التي تضم في داخلها أشكال الاتصالات عن بعد وعي الاتصالات السلكية واللاسلكية والتلغراف والهاتف والإذاعة واتصالات الحاسوب الإلكتروني (البريد الإلكتروني) كما يتضمن هذا النمط الاتصالي داخله الاتصالات الاستطلاعية كإذاعة وعمليات مراقبة البيئة وألعاب الفيديو والحاسوب الإلكتروني ويطلق على هذه الوسائل، وسائل الاتصال الوسيطة، وفي ظل انتشار الأقمار الصناعية بدأت معالم

¹مدوح عبد الهادي عثمان: التكنولوجيا ومدرسة المستقبل: الواقع والمأمول، www.edc.gov.sa 23-02-2014.

²علم الدين وآخرون: الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال القاهرة، دار الشروق، 1998، ص 24، 27.

³علم الدين وآخرون: المرجع السابق، ص 28.

صياغة مجتمع دولي كبير يتعرف كل شخص على أيديولوجيات أخرى وثقافات أخرى وأجناس أخرى، وقد اتسع نطاقه الخدمة الإخبارية عن الإعلام الإلكتروني المرئي، إذ أصبح في استطاعت شبكات الإعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه وفي موقعه سواء داخل الدولة أو خارجها¹.

وهذا الاتساع الإعلامي الإخباري على نحو خاص جاء نتيجة التطور التكنولوجي السريع والذي شمل وسائل الاتصال وأدوات الاتصال والتلقي فالتكنولوجيا بشكل عام وتكنولوجيا الاتصال والإعلام بشكل خاص لا تؤدي دورا حيويا في السيطرة الثقافية فحسب ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة لمواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في المجال الإعلامي².

المبحث الثالث: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الراهنة تكاد تشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما تلقي بظلالها وتفرض من تأثيراتها على وسائل الإعلام.

وأبرز هذه السمات التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الحديثة هي:

المطلب الأول: التفاعلية (Interativity):

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين تأثير في أدوار الآخرين. وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال فقط مشاركين بدلا من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، والتبادل، والتحكم والمشاركة ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفزيونية³.

¹ صلاح محمد صلاح: المرجع السابق، ص 15.

² عبد الجواد سعيد محمد ربيع: إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في المواقع والمستحدثات القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 50.

³ حسن رضا نجار: المرجع السابق، ص 497.

المطلب الثاني: اللامهيرية:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن الجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، ومثال ذلك عن محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته¹.

المطلب الثالث: اللاتزامنية (Asynchronization):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم من المشاركين ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم اليريج الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل الرسالة.

المطلب الرابع: القابلية التحرك أو الحركة (Mobilité):

تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى رسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات ومن أمثلة عن هذه الوسائل الجديدة، تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية².

المطلب الخامس: قابلية التحويل (Convertibility):

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. وقد ظهرت مقدماته في نظام المينيثال "Minitel" الفرنسي، فالحدود والفوارق أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقه إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الأسطوانات المدججة على الرغم من اختلافها في الشكل³.

¹ عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ... دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، 2005، ص 261262.

² محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، الجزائر، دار الهدى، 2006، ص 25

³ محمود علم الدين: المرجع السابق، ص 177.

المطلب السادس: قابلية التوصيل والتركيب (*Connectivity*):

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية عن أكمل وجه فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع شركة "إيستون" "Easton"، والديمو المحلل من صنع شركة "ناكستوف" والرأس من صنع شركة "شارب" "Sharp"¹.

المطلب السابع: الشيوع أو الانتشار (*Ubiquity*):

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة تلمح ذلك في التلفون والفاكسميل وجهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها، وفي رأي (الفن تولفر) أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل -لا يقصي- من هم أقل رثاء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها².

المطلب الثامن: الكونية (*Globalization*):

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعتقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً. عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان من الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم³.

¹ عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المرجع السابق، ص 262، 263.

² محمود علم الدين: المرجع السابق، ص 179، 180.

³ محمد شطاح: المرجع السابق، ص 25.

³ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 235.

المبحث الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة المكتوبة:

يتكون نظام النشر المكتبي الإلكتروني من عدد من الأجهزة الإلكترونية التي تعتمد في عملها على أساسيات التقنية الرقمية وتمثل هذه الأجهزة في أبسط شكل لنظم النشر المكتبي من جهاز كمبيوتر شخصي أو أكثر *Personal Computer* ووحدة ذاكرة لتخزين البيانات الرقمية PC، وشاشة عرض *Monitor* وجهاز للمسح الضوئي الإلكتروني بمثابة وحدة إدخال *inputunit* للعناصر الجرافيكية، وطابعة بمثابة وحدة إخراج *outputunit* للنظام.

وتؤلف هذه الأجهزة التي قد توضع جميعا على منضدة متوسطة الحجم، نظاما صغيرا يناسب أعمال النشر الصغيرة ومحدودة الأغراض، كإنتاج النشرات الإخبارية *News Letters* للمؤسسات التجارية المختلفة وتتفاوت نظم النشر الإلكتروني هذه بتفاوت مكوناتها، فبدلا من جهاز واحد لكل مكون، تتعدد الأجهزة التي تمثل كل مكون من المكونات السابقة، وبخاصة فيما يتعلق بوسائل وأجهزة المدخلات والمخرجات والتوضيب الإلكتروني، كما تتعاضد أيضا الإمكانيات والبرمجيات الخاصة بكل منها، وصولا إلى ما يعرف بنظم النشر الإلكتروني الضخمة والعاملة في كبريات الصحف اليومية في أنحاء العالم كافة.

والواقع أن العديد من أنظمة النشر الإلكتروني المتاحة اليوم، والعاملة بالصحف والمجلات، تسمح بالعرض المسبق للصفحات، مع توضيب صفحات نهائية بأسلوب تفاعلي وهي لا تزال في هيئة رقمية، وهو ما يعرف بمبدأ "ما تراه هو ما تحصل عليه" ويرمز إليه بحروف "WYSIWYG" اختصارا لكلمات *What You See Is What You Get* وتعتمد الأنظمة المتطورة التي تحقق هذا الغرض على شاشات رئيسية للعرض المرئي *Hi-Resolution Monitors* ذات درجات عالية من الوضوح والتبيين.

وبالنظر إلى أنظمة النشر الإلكتروني العاملة بكبريات الصحف والمجلات والتي تعمل وفقا لما أوضحناه آنفا يتضح أنها تتكون في الأساس من وحدات إدخال *Input Units* للمدخلات ووحدات إخراج *Output Units* للمخرجات يتوسطهما تقنية التوضيب الإلكتروني *E-Pagination* على شاشات العرض المرئي عالية التبيين، هذا إلى جانب مجموعة متعددة ومتنوعة من البرمجيات التي من خلالها تستطيع هذه النظم القيام بوظائفها المختلفة ولذلك فإننا سوف نعرض لكل مكون من المكونات الرئيسية الأربعة السابقة، على النحو التالي:¹

¹ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 236

المطلب الأول: المدخلات.

تتحكم نوعية المدخلات المراد إدخالها إلى نظم النشر الإلكتروني في تحديد وسائل أو وحدات الإدخال المستخدمة في هذه النظم، وعلى أية حال لا تخرج مدخلات نظم النشر الإلكتروني بالصحف عن نوعين من المدخلات، ولكل نوع منهما وسائل إدخاله الخاصة نعرض ذلك على النحو التالي:

● أولاً: المعلومات النصية/الحرفية: أي المعلومات المعبرة عن النصوص والحروف وتشمل حروف المتن والعناوين المنشورة بالصحف، والمتضمنة بالمادة التحريرية والإعلانية على حد سواء، وبالنسبة لوسائل أو طرق إدخال المعلومات النصية لنظم النشر الإلكتروني فهي تتمثل في الآتي:

1- لوحات المفاتيح الملحقة بأجهزة الكمبيوتر العاملة بالنظام، وتعد أشهر وسائل إدخال النصوص على الإطلاق وإحدى العلامات المميزة للحاسبات الآلية عموماً، وبواسطتها يمكن تزويد النظام بما نريده من بيانات ومعلومات نصية أو حرفية. وتعمل هذه اللوحات من خلال أحد برامج معالجة الكلمات *word pro-cessing* أو من خلال أحد برامج تصميم وإخراج الصفحات على الشاشة وتتيح برامج معالجة الكلمات إمكانات كبيرة في معالجة الكلمات والنصوص إلكترونياً على الشاشة، مما يمكن المستخدم من تنفيذ المعالجات التيبوغرافية والإخراجية اللازمة سواء لحروف المتن والعناوين على الصفحة- وذلك بما تتضمنه هذه المعالجة من جوانب عدة مثل: حجم الحرف، كثافة الحرف، شكل الحرف، اتساع الجمع، وغير ذلك من التأثيرات البصرية التي يمكن إضافتها على الحروف وهي في هيئة رقمية على شاشة النظام كما يتراءى لمخرج الصفحة.¹

2- أجهزة المسح الضوئي الإلكتروني المزودة بتقنية التعرف البصري على الحروف *Optical Character recognition OCR* وبرمجياتها المختلفة، وتفيد هذه الوسيلة في إدخال النصوص المكتوبة مسبقاً، سواء بواسطة أجهزة الكمبيوتر أو الآلة الكاتبة إلى نظام النشر الإلكتروني بالصحيفة، وبذلك تكون قد تحولت إلى الهيئة الرقمية بحيث يمكن التعامل معها ومعالجتها تيبوغرافياً² بواسطة برامج معالجة الكلمات أو برنامج تصميم الصفحات المعتمد بالصحيفة، شأنها في ذلك شأن النصوص المدخلة بواسطة لوحات المفاتيح سابقة الذكر.

¹ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 236-237.

² شريف درويش: تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص 150، 155.

3-الميكرفون.. ويعد إحدى الوسائل الحديثة والسريعة لإدخال الحروف والنصوص للحاسبات الآلية المزودة بتقنية التعرف على الأصوات VOICR REC-OGNITION التي تتولى تحويل الموجات الصوتية للمستخدم إلى إشارات كهربائية رقمية يتعرف عليها جهاز الكمبيوتر، ومن ثم تظهر على الشاشة ليتم التعامل معها بواسطة برامج معالجة الكلمات، وقد شهدت أجهزة الحاسبات من هذا النوع تطورات كبيرة، ففي البداية كانت هذه الأجهزة لا يمكنها التعرف إلا على صوت واحد فقط تتم من خلاله عملية الإدخال، ثم قامت شركة IBM بتصميم نظام للتعرف على الأصوات يمكنه تخزين ست آلاف بصمة صوتية، وأخيراً صممت الشركة نفسها برنامجاً يتسع لستة عشر ألف بصمة صوتية، مع قدرة هذه الحاسبات على تحويل الكلام المنطوق إلى لغة مكتوبة تماثل ما يكتب بواسطة لوحة المفاتيح، وذلك بلغات متعددة من بينها اللغة العربية.

4-النصوص الرقمية الجاهزة.. وهي النصوص المخزنة على إحدى وسائط التخزين الإلكتروني للبيانات، مثال ذلك النصوص المخزنة على الأقراص المرنة FLOPPY DISK أو أقراص CD المدججة التي يخزن عليها النصوص الصحفية في هيئة رقمية صالحة لإدخالها مباشرة إلى نظم النشر الإلكتروني بالصحف.

5-شبكات الكمبيوتر سواء المحلية أو العالمية التي يتصل بها نظام النشر الإلكتروني بالصحيفة، مما يتيح الفرصة لاستقبال أية بيانات أو معلومات نصية أو غيرها مباشرة على شبكة الكمبيوتر بالصحيفة.

- **ثانياً:المعلومات التصويرية:** أي المعلومات المعبرة عن العناصر الجرافيكية المختلفة المتضمنة بالمادة التحريرية والإعلانية المنشورة بالصحيفة، وتتنوع هذه المعلومات ما بين تلك المعبرة عن الصور الفوتوغرافية أو الرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة مثل الرسوم التوضيحية كالخرائط والرسوم البيانية¹ وغير ذلك والرسوم التعبيرية وغيرها من أعمال الفن اليدوي. وتعدد وسائل إدخال هذه النوعية من المعلومات الصحفية مع الثورة التكنولوجية الحالية، ومما يذكر في هذا الصدد أن معظم هذه الوسائل قد تم التحدث عنها تفصيلاً في مواضع سابقة وعليه سوف نتعرض لها في شكل شديد الإيجاز، وذلك على النحو التالي:²

¹ سعيد الغريب النجار : المرجع السابق، ص 237_238

² المرجع نفسه، ص 239

- 1- أجهزة المسح الضوئي الإلكتروني بنوعها المسطحة والأسطوانية، والقادرة على تحويل الأصول الجرافيكية بأنواعها كافة، سواء العادية أو الملونة، إلى هيئة رقمية، لتكون بذلك صالحة لإدخالها إلى نظام النشر الإلكتروني بالصحيفة.
- 2- أرشيف الصورة الإلكتروني EPA: والذي يعد مستودعا للصور الرقمية وغيرها من العناصر الجرافيكية والمخزنة عادة على نوع من الأقراص CDs المدججة وقد تحدثنا عنه تفصيلا في موضع سابق من هذا الكتاب
- 3- ديسك الصورة الإلكتروني EPD: والذي نشأ في الصحف في الصحف - وكذا في وكالات الأنباء- مع تحولها إلى نمط الإنتاج الإلكتروني واعتمادها على الوسائل الرقمية- سواء كانت السلكية أو اللاسلكية- في الحصول على الصورة الصحفية من مصادرها المختلفة، ويرمز إليه في الصحف الأجنبية بحروف EPD اختصارا لكلمات *Electronic Picture Disk* وفي الصحف العربية يعرف بمسمى وسيط الصور *picturenet* والمهمة واحدة في الحالتين، وهو ما سبق شرحه في الفصل الثاني من هذا الكتاب
- 4- الكاميرا الرقمية.. التي توفر الصور في هيئة رقمية أيضا على أحد أنواع الذاكرة الإلكترونية التي تعتمد هذه التقنية سواء كانت الذاكرة الداخلية بالكاميرا أو أقراص *Pccard* بأنواعها المختلفة، وقد يتم إرسال الصور الرقمية المتلقطة بواسطة الكاميرا الرقمية عن بعد إلى مقر الصحيفة، وفي هذه الحالة يستقبلها ديسك الصورة الإلكتروني المسؤول عن استقبال الصور الخارجية.
- 5- الكاميرات التلفزيونية الرقمية.. *DVC* وهي المسؤولة عن إدخال الصور التلفزيونية إلى نظم النشر الإلكتروني بالصحف، والتي يتم التقاطها من البث التلفزيوني أو من أي مصدر فيديوي آخر، الأمر الذي جعل نظم النشر الإلكتروني بالصحف قادرة على الاستفادة من البث التلفزيوني والأقمار الصناعية لأخبار ومجريات الساعة، والعاملة طوال الأربع والعشرين ساعة.
- 6- مكثبات الصور الجاهزة.. *EPL* والتي يتم إنتاجها بواسطة تقنية *Photo - CD* القادرة على تحويل الأصول الجرافيكية بأنواعها المختلفة-الأصول المطبوعة العاكسة والأصول الشفافة والساليبات الفيلمية مقاس 35 مم- غلى هيئة رقمية مخزنة على نوع من أقراص CDs المدججة.

7- شبكة الإنترنت INTERNET والشبكة العنكبوتية العالمية WWW التي تعد هي الأخرى من المصادر الحديثة للصور الرقمية لنظم النشر الإلكتروني بالصحف، حيث تكون هذه النظم متصلة بالإنترنت بصفة دائمة، الأمر الذي يتيح لها الاستفادة مما تنشره هذه الشبكة من صور وأخبار، سواء في شكل صحف إلكترونية أو أخبار تليفزيونية أو شرائح فيديو وغير ذلك.

المطلب الثاني: تقنية التوضيب الإلكتروني:

يعمل نظام النشر الإلكتروني من خلال التوضيب الإلكتروني لصفحة متكاملة مجمعة ومعرضة على شاشة العرض ومخزن على ذاكرة الكمبيوتر، تستخدم في النهاية من أجل الحصول على إيجابيات أو سلبيات جاهزة لصفحات الصحيفة بأكملها من خلال وحدة الإخراج بالنظام نفسه. وترتكز عملية التوضيب الإلكتروني، ومن ثم أنظمة النشر الإلكتروني بصفة عامة، على أن يتولى رئيس التحرير استدعاء المقالات والأخبار والإعلانات والصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة¹، المخزنة جميعاً في هيئة رقمية على ذاكرة النظام، بحيث يتم تصميم الصفحات على الشاشة مباشرة، من خلال قيام سكرتير التحرير بحجز المساحات المناسبة للموضوعات والصور المختلفة أمامه على الشاشة، وكذا الإعلانات².

وعن طريق تعليمات معينة يوجهها للنظام وبواسطة برمجيات معينة خاصة بمعالجة كل عنصر، يستطيع توضيب صفحة كاملة بكل عناصرها التيبوغرافية والجرافية على الشاشة، وفي النهاية يحصل إما على نسخة ورقية أو فيلمية أو نسخة مسجلة على لوح طباعي جاهز طبقاً لإمكانات نظام النشر المستخدم وبالصحيفة وتتم العملية كلها دون إجراء القص أو اللصق وخلافه، كما كان عليه الحال في ظل نمط الإنتاج التقليدي للصحيفة وتتسم النظم المتكاملة للنشر الإلكتروني بوجود قاعدة مشتركة للمعلومات تجمع بين المكونات الأساسية الثلاثة للنظام، وهي الخاصة بالصور والحروف والإعلانات، كما تتوفر لهذه الأنظمة ملفات للحفظ تتمتع بخاصية التمييز بطريقة سريعة ومنطقية بين مختلف العناصر الطباعية كالعمل الفني الخطي والصور ذات التدرجات الظلية المتفاوتة، وحروف المتن والعناوين وغيرها وتسمى هذه العناصر جميعاً بعناصر المعلومات *Information Elem* التي يتيح النظام الحصول عليها جميعاً من داخل ملفات الحفظ الموجودة بنظام النشر الإلكتروني بمستويات عالية من المرونة والسرعة والإحكام ويتم الحصول

¹ سعيد الغريب النجار : المرجع السابق، ص 240

² Benjamin campanies :the newspaper industry in 1980,in assessment of economies and technology, newyork, knowledge in dustry pub ,1980,p152_153.

على هذه العناصر إما بشكل متتابع أو في آن واحد ويحتل التوضيب الإلكتروني أهمية كبرى بالنسبة للصحف اليومية بخاصة، نظرا للأهمية القصوى لعامل السرعة الإنتاجية لهذا النوع من الصحف وذلك مقارنة بالدوريات الأسبوعية ونصف الأسبوعية التي تمتلك وقتا أطول لأداء المهام الإنتاجية المختلفة .. ولهذا السبب نجد الصحف والدوريات غير اليومية أقل اهتماما بالصور الإخبارية عموما ذلك النوع من الصور الذي يحتل المرتبة الأولى من الاهتمام لدى الصحف اليومية ويعود ذلك إلى أن نظم التوضيب الإلكتروني على الشاشة، تقلل بصفة عامة من الوقت والجهد المطلوبين في إنجاز عمليات ما قبل الطبع، فقد أثبتت إحدى الدراسات الحديثة على عدد 12 صحيفة بالولايات المتحدة الأمريكية، أن التوضيب الإلكتروني يقلل الوقت المستغرق في صالة التحرير بما يعادل 15 دقيقة من وقت المحررين، بالنسبة لكل صفحة من صفحات الصحيفة مقارنة بالوضع من ذي قبل.

المبحث الثالث: المخرجات¹.

بالنظر إلى تطور نظم النشر الإلكتروني بصفة عامة من حيث وحدات إخراجها *Output Units* ومن ثم من حيث مخرجات هذه النظم وهيئتها التي تخرج بها من النظام، يمكن رصد ثلاث مراحل أساسية لتطور نظم النشر الإلكتروني من حيث مخرجاتها، وهو ما ترتب بالطبع على تطور هذه النظم من حيث وحداتها الإخراجية.

وأيضا ترتب على تطور نظم النشر طبقا لنوعية وهيئة مخرجاتها تطورها.

أيضا من حيث المزايا التي تحققها هذه النظم للصحف والمطبوعات، ذلك حيث مثلت كل مرحلة من المراحل الثلاث بمخرجاتها تطورا في الإمكانيات ومزايا² النظام للمرحلة السابقة عليها، ونعرض لهذه المراحل الثلاث لتطور نظم النشر الإلكتروني من حيث مخرجاتها على النحو التالي:

المطلب الأول: المرحلة الأولى:

وقد مثلت هذه المرحلة بدايات ظهور وتطور نظم النشر الإلكتروني، فكانت نظم النشر الإلكتروني في هذه المرحلة أقل تطورا بكثير مما هي عليه الآن، حيث كانت تفتقد القدرة على دمج الصور والنصوص معا على الصفحة الواحدة على الشاشة، وكان ما يحدث هو ترك مساحات مناسبة للصور والعناصر الجرافيكية بيضاء على الصفحة على شاشة الحاسب، بحيث يتم

¹ سعيد الغريب النجار : المرجع السابق، ص 241.

² المرجع نفسه، ص 242243

وضعها في أماكنها على الصفحة في مرحلة مستقلة وذلك في أثناء تنفيذ عملية المونتاج الفيلمي لصفحات الصحيفة، الأمر الذي يعنى وبوضوح أن مخرجات هذه النظم للنشر الإلكتروني كانت عبارة عن صفحات ورقية تحمل النصوص والجداول فقط إلى جانب مساحات بيضاء للعناصر الجرافيكية التي يتم استنساخها تصويريا على أفلام موجبة أو سالبة بقسم التصوير الميكانيكي بالصحيفة بواسطة كاميرات التصوير الميكانيكي *process Camera* وتمثلت وحدات إخراج هذه النظم بشكل أساسي في طابعات الليزر *laser printers* التي تعتمد في عملها على النسخ الضوئي بواسطة أشعة الليزر، وقد ظهرت أول طابعة من هذا النوع عام 1984، ومثلت آنذاك قفزة في صناعة الكمبيوتر، لما لها من قدرات عديدة تميزها عن الطابعات التي تعمل بنفث الحبر *inkjet printers* فطابعات الليزر تستطيع إنتاج مطبوعات بقوة تبيين عالية *Hi-resolution* تبدأ من 300 نقطة في البوصة الواحدة، وهو ما يعد كافيا لطباعة الحروف، وحتى 600 نقطة في البوصة وأكثر من ذلك، بما يجعلها قادرة على طبع المستندات التي تتضمن الحروف والصور وغيرها من الأشكال، وقد بدأت هذا الاتجاه شركة *Hewlet packard* بطابعتها *laser jet* وشركة *Apple* بطابعتها *laser Writer*، واستمر هذا النوع من الطابعات في النمو والازدهار حتى يومنا هذا.

فقد تطورت الطابعات كثيرا في عصرنا الحالي سواء من حيث الذاكرة الخاصة بالطابعة التي يجب ألا تقل عن 1MB. بما يسمح بتزويدها بعدد كاف من أشكال الحروف التي يتم تحميلها للطابعة من خلال الكمبيوتر فيما يعرف بمكتبة الحروف *font Library* بالطابعة، كما تطورت الطابعة أيضا من حيث السرعة الطباعية، أي عدد الصفحات التي يمكن طباعتها في الدقيقة الواحدة، فقد تزايدت من ست صفحات وصولا إلى 24 صفحة وأكثر في الدقيقة الواحدة.¹ ويأتي ذلك بالنسبة للصفحات التي تتضمن نصوصا فقط، حيث تقل سرعة الطابعة كثيرا في حالة طبع صفحات تتضمن إلى جانب الحروف صوراً وعناصر جرافيكية، وبخاصة أن هذه² الصور تتطلب ان يتم الطبع بدقة تحليلية لا تقل عن 600 نقطة في البوصة الواحدة ومع كل زيادة في معدل الدقة التحليلية المستخدمة في الطبع ينخفض معدل سرعة الطابعة في استخراج المطبوعات وبالنسبة للطابعات التي تعمل في حقل النشر المكتبي أو الإلكتروني بصفة عامة، يجب أن تستخدم

¹ سعيد الغريب النجار : المرجع السابق، ص 243_244

² محمود يسري، منى ابو طبل: البرمجيات العديدة للنظم النشر الإلكتروني، عالم الطباعة، المجلس السادس، العدد الثاني عشر، ص10

لغة أو نظام پوست سكريت *poste Script* وهي لغة تعرف بلغة وصف الصفحات *page* «
Description Language على أساس أن هذه اللغة هي التي تمكن الطابعات من إنتاج وصف
الحروف والأشكال وطباعة الصور والعناصر الجرافيكية بدرجات جودة عالية، وقد ظهر هذا
النظام أول ما ظهر عام 1984 وتبنته بعد ذلك شركة آبل وألحقته بطابعتها ليزر رايتز².

وتتمثل الوظيفة الأساسية للغة وصف الصفحة بأنها تكون بمثابة حلقة الوصل فيما بين الكمبيوتر
والطابعة، فهي التي تتولى مسألة ترجمة المعلومات النقطية *pixels* المعبرة عن الحروف والأشكال من
الكمبيوتر إلى طابعة الليزر، بحيث يمكن استخدامها في تكوين الشكل الكلي للصفحة
المطلب الثاني: المرحلة الثانية:

في هذه المرحلة حققت نظم النشر الإلكتروني قفزة كبيرة بحيث أصبحت معظم أنظمة
النشر الإلكتروني بجميع أنواعها تستطيع إدماج الصور الفوتوغرافية والأشكال والرسوم اليدوية
المختلفة في الصفحات مع النصوص والعناوين، وغيرها من العناصر المشتركة في البناء التيبوغرافي
للصفحة بأكملها من الصحيفة، وتتمثل مخرجات هذه النظم المتطورة والمتكاملة للنشر الإلكتروني
في أفلام كاملة للصفحات الفيلمية *laser Photo Setters* وباعتماد هذه الأنظمة المتطورة
بالصحف، يتم التخلص تماما من غرفة التصوير الميكانيكي، التي تقوم في ظل النمط التقليدي
لإنتاج الصحيفة¹ بمهام عديدة مثل تحويل الأصول الفوتوغرافية إلى أصول ظلية، واستقبال
الصفحات التي تم تنفيذها بالقص واللصق على ورق البروميد للحصول على صور سالبة منها، يتم
من خلالها فيما بعد الحصول على الألواح الطباعية للتركيب بما كينة الطبع.

بل يمكن القول، إنه بفضل ظهور أنظمة النشر الإلكتروني القادرة على دمج الصور
والنصوص معا، تم دمج خطوات عديدة في خطوة إنتاجية واحدة، بما تتيحه هذه النظم من إنجاز
كل العمليات التمهيديّة لما قبل الطبع، بداية من الأصل وحتى الفيلم النهائي للصفحة بأكملها،
الذي يستخدم في تجهيز السطح الطباعي في سبيل طبع نسخ الصحيفة مكتملة، الأمر الذي يفيد
أيضا في عدم الحاجة إلى أيدي عاملة كثيرة- كما كان عليه الحال من قبل- مع السرعة العالية في
تنفيذ المراحل كافة، ومتابعة الحاسب الآلي لمختلف خطوات العمل بما تحويه كل منها من عناصر،
مع القدرة والمرونة الكاملتين لدى الناشر على إجراء أية تعديلات يراها ضرورية على الشاشة،
وسهولة التحديد الصحيح لمواقع مختلف العناصر داخل التصميم والتحكم الدقيق في مواصفات كل

¹ الأنظمة الإلكترونية لتجهيز الصفحات، عالم الطباعة، فبراير 1988، ص22.

منها وسماته الإخراجية المختلفة ومساعد على تطور هذه الأنظمة المتكاملة أساس أمران أساسيان هما:

- ظهور أجهزة تصوير صفحات التي تعتمد أيضا لغة بوست سكريبت، وكانت شركة لينوتيب *linotype* من أوائل الشركات التي أنتجت آلات *laser photo setters* لتصوير الصفحات، حيث أنتجت الشركة نفسها آلات الجيل الرابع التي عملت في ظل نظم النشر الإلكتروني للصحف على أساس أنها توظف نظام بوست سكريبت لصف وطباعة الصفحات. وتستطيع آلات هذا الجيل استخراج صفحات الصحيفة من القطع العادي¹ *Standard* كاملة بكل عناصرها على نسخ فيلمية، كما أنها تتيح معدلات دقة تحليلية أعلى بكثير مما تتيحه طابعات الليزر تصل إلى 25000 نقطة في البوصة الواحدة. بما يجعلها قادرة على طباعة كل عناصر الصحيفة وبخاصة التصويرية منها، وذلك كله بمعدلات عالية جدا من الجودة الإنتاجية².

ومن أشهر أجهزة استخراج الصفحات الفيلمية وأكثرها استخداما، هو جهاز "لينوترونك" بطرزه المختلفة وبخاصة طراز لينوترونك 500 الذي يعد أحدث الطرز من هذا الجهاز، وهو لشركة لينوتيب، ويعمل بأشعة الليزر ذات القدرة على إنتاج الصفحات الفيلمية لكل الصحف بجميع أحجامها مع إمكانية ترك حيز لعلامات التطابق ومعلومات التحكم، ويلغى هذا الجهاز دور كاميرا التصوير الميكانيكي لقدرة على إنتاج الصفحات كاملة في هيئة أفلام سالبة أو موجبة بالإضافة إلى إمكانية إنتاجها على ورق حساس بروميد، إلى جانب إنتاج أفلام الفصل اللوني للصفحات في الوقت ذاته.

- تطور أجيال الحاسبات الآلية من حيث سعة الذاكرة ومرونة الاستخدام وسرعته، الأمر الذي أتاح استخدام هذه الأنظمة في إنتاج الصحف اليومية واسعة الانتشار. بما يوفر للصحيفة بمحرريها ومخرجيها إمكانات وتسهيلات واسعة. بمجرد النقر على مفاتيح النظام، سواء فيما يتعلق بمعالجة الصور الفوتوغرافية والرسوم بأنواعها أو بالتعامل مع الأخبار والمقالات والأبواب الثابتة والإعلانات وغيرها من عناصر التصميم مع وضع كل هذه العناصر مجتمعة على صفحة الكترونية متسقة ومتكاملة

¹ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 245

² سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 246

المطلب الثالث: المرحلة الثالثة:

وتمثل هذه المرحلة ابعده مراحل تطور نظم النشر الإلكتروني حتى اليوم حيث تطورت في السنوات الأخيرة أنظمة للنشر الإلكتروني تستطيع تجهيز السطح الطباعي ذاته مباشرة حيث تتمثل مخرجاتها في لوحات طباعية جاهزة للتركيب بماكينات الطبع، وتعرف هذه الأنظمة الأشد تطوراً، والتي تعمل في خطوط إنتاجية متكاملة، بأنظمة CTP اختصاراً لكلمات *to- Plate - Computer* وتعرف أيضاً بأنظمة *Direct -to -plate printing CTPs* وتعتمد أنظمة على أجهزة شديدة التطور لإعداد اللوحات الطباعية تعمل بأشعة الليزر ومتصلة بوحدة الكمبيوتر، وتعرف بأجهزة التي من خلالها يمكن لنظام النشر الإلكتروني تحويل نماذج الصفحات الواردة من الكمبيوتر مباشرة إلى لوحات طباعية بلاستيكية جاهزة للتركيب بماكينة الأوفست الطباعية وطبقاً لنتائج إحدى الدراسات الحديثة فإن هذه النظم التي تمثل خطوطاً إنتاجية متكاملة، قد وفرت إلى جانب السرعة والمرونة نسبة 5% من كلفة العملية الإنتاجية مقارنة بالكلفة الذاتية في حالة العمل بالأنظمة التي تتمثل مخرجاتها في أصول فيلمية سالبة أو موجبة للصفحات، الأمر الذي يعني أنه بواسطة هذه الأنظمة صالة الجمع وغرفة التصوير الميكانيكي، وصالة المونتاج الورقي والفيلمي صفحات، وصالة تجهيز الزنكات الطباعية، قد تجمعت جميعاً في مرحلة إنتاجية واحدة تبدأ بالحرر وتنتهي بالزنكات الجاهزة للتركيب بماكينة طبع الصحيفة.

المبحث الخامس: البرمجيات:

بقدر تعدد وتنوع مكونات نظم النشر الإلكتروني وبخاصة المتطورة منها كما سبق أنفاً تتعدد وتتغير أيضاً البرمجيات العاملة في هذه النظم المتطورة للنشر الإلكتروني إذ إن كل الإمكانيات المبهرة لهذه النظم لا يمكن بحال من الأحوال أن تتم دونما الحاجة إلى البرمجيات التي تمثل قائمة الأوامر التي خلالها يعمل ويبدع كل مكون من مكونات نظم النشر الإلكتروني تستجيب لأوامر ورغبات مستخدميه. من أمثلة- لا الحصر- البرامج العاملة في حقل النشر الإلكتروني هناك معالجة الكلمات والنصوص *Word processing programs* وبرامج المعالجة الرقمية للصور الصحفية *image Editor* والتي- تحدثنا عنها بشيء من التفصيل في الفصل السابق من هذا الكتاب¹ وبرامج تصميم الصفحات *page Makeup Program* وبرامج الاتصالات *Communication Program* برامج الدهان والتلوين *paint program* وبرامج الرسوم

¹ سعيد الغريب النجار : المرجع السابق، ص 246247.

التوضيحية *Illustration program* وبرامج الخرائط *Map programs* وغيرها من البرامج التشغيلية الخاصة لكل مكون من مكونات نظام النشر الإلكتروني المتكامل. وأمام هذا التعدد والتنوع في برمجيات نظم النشر الإلكتروني، فسوف نقتصر حديثنا في هذا الكتاب على برامج تصميم وإخراج الصفحات، تلك النوعية من البرامج التي تعمل في ظل تقنية التوضيب الإلكتروني على الشاشة في سبيل تصميم صفحات الصحيفة مكتملة على شاشة النظام.¹

ويتوفر اليوم لتقنية التوضيب الإلكتروني على الشاشة في ظل نظم النشر الصحفي الإلكتروني المختلفة، برامج عديدة ومتعددة الإمكانيات فيما يتعلق بمعالجة ودمج الصور والنصوص والإعلانات معا على الصفحة الواحدة داخل خطة تصميمية معينة تجمع وتنظم العلاقات المختلفة فيما بينها جميعا على الصفحة الإلكترونية ولعل أشهر البرامج العاملة في حق التوضيب الإلكتروني سواء بالنسبة للصحف اليومية الصادرة في العالم العربي أو تلك التي تصدر في بلاد العالم المتقدم، هي برامج ثلاثة رئيسية تدعم في الوقت ذاته اللغة العربية، سواء بالنسبة لبيئة "ماكنتوش" أو بيئة "ويندوز" نعرض لهذه البرامج الثلاثة بشكل موجز ومختصر في سبيل إلقاء الضوء على بعض-وليس الكل- قدرات هذه البرامج وذلك على النحو التالي:

المطلب الأول: برنامج الناشر الصحفي:

الذي تنتجه شركة "ديوان"، وهو تطوير عربي لبرنامج *Design studio* الذي أنتجته شركة "ليترست" وأثبت فعالية كبيرة في تصميم الوثائق والكتب والصحف اليومية وغيرها من المطبوعات، حتى المجالات المتطورة والملونة في بلاد العالم المتقدم.

ويعد برنامج "الناشر الصحفي أول برنامج متعدد اللغات يقوم بعملية النشر بأكملها بدءا من وضع محتوى المطبوع ومعالجة النصوص والصور والرسوم، وتصميم الصفحات وتركيبها، وحتى إعداد الصفحات الجاهزة للطبع وفرز الألوان. كما أنه يعد من أشهر البرامج المستخدمة في حقل التوضيب الإلكتروني للصحف اليومية وغيرها من المطبوعات الدورية الصادرة في بلاد العالم العربي ويتيح برنامج "الناشر الصحفي العديد من الإمكانيات فيما يتعلق بمعالجة الصور والعناصر الجرافيكية، سواء من خلال لوحة مواصفات كتلة الصور، أو شريط الأدوات أو من خلال قوائم

¹ سعيد الغريب النجار، المرجع نفسه، ص 248

المختلفة، بما يسمح للمخرج بإجراء بعض المعالجات الفنية على الصور المنشورة على الصفحة، ولعل أهمها يتمثل فيما يلي:

إجراء عمليات التصغير والتكبير للصور أفقياً ورأسياً أو في أحد الاتجاهين دون الآخر، ويتم ذلك بنسب متفاوتة تتراوح من نسبة 10٪، إلى نسبة 50٪ بحيث يتم تحديد النسبة المطلوبة سواء بالتصغير -من 10٪ إلى 99٪- أو التكبير حتى 500٪، طبقاً لرغبات المخرج والحيز المتاح للصورة على الصفحة.

التحكم في الشكل الخارجي للصورة، ويتيح البرنامج في هذا الشأن عدة أشكال متنوعة يمكن أن تتخذها الصورة على الصفحة، من خلال مربع أشكال لوحة المواصفات الخاصة بكتلة الصور، كالأشكال الرباعية والدائرية وغيرها الأشكال الشاذة التي يمكن أن تتخذها الصورة على الصفحة.¹

إمكانية جعل النص ينساب حول الصورة، أي كان شكلها الخارجي على الصفحة مع التحكم في المسافة الفاصلة فيما بين الحدود الخارجية للصورة وجواب المتن المحيط بها. إمكانية إجراء تأطير الصورة باستخدام إطارات وجداول متنوعة الشكل السمك واللون من خلال لوحة التحكم وهيئة ولون القلم بقائمة «رسم» إلى إمكانية وضع الصورة على أرضية شبكية معينة، تتخذ أشكالاً وكذا عديدة، سواء من حيث الشكل الخارجي للأرضية أو من حيث تكوين الأرضية ذاتها، ويتأتى ذلك إما من خلال الأشكال المتاحة للوحة التحكم، بإيداع أشكال خاصة كما يتراءى للمخرج من خلال استخدام أداة الرسم من التحكم وهيئة ولون الحشو من قائمة رسم".

إمكانية القص والنسخ وتحريك الصورة أفقياً ورأسياً داخل الإطار لتحديد المرغوب إظهاره على الصفحة، وكذا تحريكه فوق الأرضية المحيطة للصورة بما يخلق تشكيلات متنوعة من العنصرين معاً، وذلك من خلال لوحة وقائمة الشكل.

- إمكانية قلب الصورة رأسياً أو أفقياً بما يغير اتجاه الحركة للعناصر الظاهرة في الصورة من اليمين إلى اليسار أو من أعلى لأسفل أو العكس، وذلك من خلال قائمة "شكل"

¹ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 249، 250

- إمكانية تدوير الصورة ككل بنسب تتراوح ما بين 360 درجة، وحتى - درجة، ويتم ذلك من خلال القائمة ذاتها- قائمة "شكل" - بتحديد نسبة الدوران، أو من خلال لوحة التحكم باستخدام محور الدوران الخاص بذلك الغرض.

- إمكانية إجراء الفرز اللوني في حالة الصور الملونة، إلى صيغة CMYK اللونية، لاستخراج النسخ المفصلة للصفحات الملونة، وذلك من خلال لوحة المواصفات الخاصة بكتلة الصور.

المطلب الثاني: برنامج *Page Maker 5.0 Middle East*:

الذي طورته شركة وينسوفت الفرنسية، عن النسخة اللاتينية لبرنامج *E-Page Maker* لشركة *Aldus* وتعمل النسخة العربية من البرنامج مع النظام العربي لأجهزة ماكنتوش"، ومن ثم فهي لا تحتاج إلى خطوط خاصة بها، بل تستغل ما يحويه النظام العربي منها، ويتنافس برنامج *Page Maker* مع برنامج *Quark Express* على زعامة سوق النشر الإلكتروني للصحف الصادرة في بلاد العالم المتقدم، إلى جانب برنامج *Design Studio* الذي يستخدم أكثر في المجالات الملونة.

وتتيح النسخة العربية من برنامج الإمكانيات نفسها التي يتيحها برنامج "الناشر الصحفي"، ولكن أجمل ما في هذا البرنامج فيما يتعلق بمعالجة الصور الصحفية، هو عملية انسياب النص حول الصورة، فإذا وقع جزء من كتلة الصورة أو جميع أجزائها داخل كتلة من النصوص، فإنه من الممكن جعل النص يلتف حول الصورة، مع إمكانية تحديد الالتفاف ومقدار ابتعاد حدود الصورة عن النص، كما يتيح في هذه الحالة ظهور إطارين حول الصورة، أحدهما خارجي لتصغير وتكبير الصورة بالماوس"، والآخر داخلي ليقوم المخرج بتشكيله ليتناسب مع تعرج حدود الصورة تماما، بعدها يلتف النص مع هذه الحدود الجديدة التي تم رسمها حول الصورة من ذلك الإطار.¹

ومن خلال لوحة التحكم يتم السيطرة على كتلة الصورة من حيث الموقع والتدوير والإمالة وغيرها، كما يتيح البرنامج إمكانية إجراء الفرز إلى ألوان CMYK الطباعية، مع ضبط الزوايا الشبكية لكل لون منها، وإمكانية إظهار دوائر التسجيل اللوني وعلامات القطع وأسماء الألوان بعد الطبع للنسخ المرسومة.

¹ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 250

المطلب الثالث: برنامج *Quark EXPress*:

الذي يحتل مكانه اليوم بقوة بين دور النشر والمجلات الكبرى في العالم بحيث اقترب لكونه النظام المعياري للنشر المكتبي المحترف، وأصبح يضع المقاييس لتطبيقات النشر المكتبي الأخرى. وقد راقب الناشرون العرب صعوده على مدى السنوات الماضية، مع الشعور بالعجز لعدم القدرة على استخدامه باللغة العربية، حتى تصدت شركة "لاياوت" اللبنانية لمحاولة تعريبه، واستفادت من قدرات البرنامج التي تتيح للمطورين إمكانية بناء إضافات *Extension* لتوفير وظائف معينة، وطورت الشركة إضافة أسمتها *Arabic XT Extension* وتعد الإضافات عموماً بمثابة برامج إضافية تمكن برنامج *Quark EXPress* وغيره من البرامج من القيام بوظائف جديدة وتندمج فيه كجزء منه.¹

وأبسط وصف لوظيفة إضافة *Arabic XT* هو تمكين البرنامج من التعامل مع اللغة العربية، حيث تتيح لبرنامج *Quark EXPress* إمكانية استقبال النصوص والخطوط العربية دون الإخلال بوظائف البرنامج الأساسية، الأمر الذي يسمح في النهاية للمستخدم بالحصول على نظام للنشر المكتبي العربي ذي قدرات مماثلة لقدرات البرنامج الأساسي، قد تزيد أو تقل طبقاً لمتطلبات وخصوصية اللغة العربية وطبيعة تركيب حروفها. وفيما يتعلق بمعالجة الصور الصحفية، يتيح برنامج *Quark EXPress* جلب الصور من صيغ مختلفة، ورؤيتها قبل فتحها، ثم وضعها في إطارات الصور التي تتغير أشكالها يدوياً أو آلياً بحيث يتغير معها شكل الصورة، مع إمكانية تكبير الصور وتصغيرها، وضبط مواقعها داخل الإطارات وإخفاء أجزاء منها وإمالتها حتى زاوية 360 درجة في كل الاتجاهات، إلى جانب وضع الصورة على أرضيات متنوعة الأشكال، وانسياب النص حول الصورة، وربط الصور بالفقرات داخل النص، فضلاً عن إمكانية فرز ألوان الصور إلى صيغة CMYK اللونية الطباعية.

ويلاحظ أنه حتى الآن لم يحتل برنامج *Quark EXPress* وكذا برنامج *Page Maker* المكانة ذاتها التي يحتلها برنامج "الناشر الصحفي" من حيث مدى الاستخدام بالنسبة للصحف اليومية وغيرها من المطبوعات الدورية الصادرة في بلاد العالم العربي عموماً، ولعل ذلك

¹ المرجع نفسه، ص 253-254.

يعود في الأساس إلى حداثة دخول هذين البرنامجين إلى حقل عالم النشر الصحفي الإلكتروني باللغة العربية¹.

المبحث السادس: تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية:

أثرت التكنولوجيات الاتصال الحديثة المختلفة على الصحافة بشكل مباشر وغير مباشر في كافة عمليات الإنتاج الصحفي من جمع المعلومات والتصميم والإخراج والتحرير وصولاً إلى عملية الطباعة والتوزيع وهذه الجوانب التي أثرت فيها التكنولوجيا الحديثة انعكس بشكل تلقائي على عمليات التحرير والإنتاج والتوزيع، والتعرف على أهم أوجه الاستفادة من المبتكرات التكنولوجية واستخداماتها المتطورة، وذلك بالنسبة لمختلف الجوانب والمراحل التي يمر بها النشاط الصحفي تمثله في كل من :

المطلب الأول: جمع واستقراء المعلومات الصحفية وتراسلها مع الصحيفة.

- حفظ وتخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها.
- إنتاج ومعالجة المواد الصحفية.
- تغطية المواد الصحفية.
- نشر المواد والمعلومات الصحفية ونقلها أو تبادلها².

المطلب الثاني: تكنولوجيا جمع المادة الصحفية وإرسالها إلى مقر الصحيفة:

تطورت الصحافة مرحلياً في مجال استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة. وحيث تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية استخدام الإنترنت بوجه خاص بالنسبة للصحف، وبرزت بالتالي القاموس الصحفي مصطلحات: الصحافة الإلكترونية، والجماعات الإخبارية، والقوائم البريدية، والصحفي الرقمي... ونحوها.

ومنذ مدة مضت أخذت أجهزة الكمبيوتر والإنترنت تتزايد بشكل مكثف وتدخل غرف الأخبار في الصحف لاستخدامها في التحرير وجمع المعلومات والتغطية والاتصالات الصحفية والجمع الإلكتروني، ومن ثم فإن الإنترنت والحاسبات وأنظمة الاتصال الهاتفي والفاكس قد أتاحت أمام الصحفيين الوصول إلى كم كبير من المعلومات، ومن مصادر متعددة وفي أسرع

¹□ سعيد الغريب النجار: المرجع السابق، ص 254

² أسماء حسين حافظ: المرجع السابق، 2005 ص 89.

وقت، كما وأن تقدم وسائل الترجمة الإلكترونية قد ساعد في إثراء العملية الصحفية وتوفير المعلومات وتبادلها.

وعلى مسار التطور فقد أمكن التوصل إلى تقنية "الحاسب الإلكتروني المحمول" عام 1990، ويتمثل في حساب صغير متنقل يصلح خصيصا للصحفيين، وحيث لا يحتاج إلى تيار كهربائي نظرا لتزويده ببطارية لتشغيله¹.

ومن جهة أخرى فقد استحدثت المفكرة الإلكترونية ذات الهاتف النقال والحاسب الإلكتروني النقال واللاسلكي، وتعرف بجهاز "الاتصالات الشخصية" أو "المساعد الشخصي الإلكتروني"². ومن أهم إمكانيات استخدامه في الكتابة على حيز من شاشاته، والقيام بترجمة الخطية إلى خط الآلة الكاتبة، وتخزين المعلومات في ذاكرته لاستدعائها عند الحاجة.

وتسمح الحاسبات الإلكترونية المحمولة باليد البيانات مع الأجهزة المكتبية وتسجيل الصوت وتلقي المعلومات والبيانات مع إتاحة إمكانيات الدخول على صفحات الشبكة العنكبوتية العالية على شبكة الإنترنت.

ونصل مما سبق إلى أن تكنولوجيا الإنترنت أتاحت للمحور الصحفي وهو في موقع الحدث إمكانيات الاتصال بمقر الصحيفة وبشبكات وقواعد البيانات والمعلومات، بالاستفادة من الشبكة كوسيط للاتصال والتفاعل، وبما أدى إلى إضافة ضغط مهني جديد على الصحفيين³.

حيث أصبح عليهم اكتساب مهارات البحث المتطور عن المعلومات والتعامل مع موقع الحدث والكاميرا الرقمية وبرامج الإنترنت والكمبيوتر، والاستفادة بشكل عام من تكنولوجيا الإنترنت كوسيط للاتصال بالمصادر الصحفية وبمقر الصحيفة⁴.

المطلب الثالث: تكنولوجيا التوثيق الصحفي (تخزين المعلومات واسترجاعها):

وقد شهد هذا المجال بدوره تطورا جذريا في الأسلوب والآليات المستخدمة، حيث بدأت بالتحول من مجرد مجموعة من الملفات المليئة بالقصاصات والصور الفوتوغرافية والرسوم والكليشيات، إلى استعمال المصغرات الفيلمية (الميكرو فيلم والميكرو فيش) حتى وصلنا إلى استعمال الحاسبات الإلكترونية في عمليات التخزين والاسترجاع، واستدعى هذا أنشأ فهارس

¹ شريف الدرويش اللبان: المرجع السابق، ص 187.

² سعيد بن عامر، علي محمد عبد الوهاب: الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة (ط2)، القاهرة، مركز وليد سير قيس، 1998) ص 37.

³ أسماء حسين حافظ: المرجع السابق، ص 90

⁴ السيد بخيت: السيد بخيت: الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 26.

إلكترونية وكشافات، وبحيث أصبح من الممكن تخزين إعداد الجريدة كلها خلال عام على أسطوانة مدمجة وفرص مدمج وتوجه نظم الأرشفة الإلكترونية للصحيفة التكامل مع عمليات التحرير الصحفي، بحيث تتيح للصحفي استخدام شاشة عرض واحدة لحاسب إلكتروني متصلة بالأرشيف والمكتبة¹.

وقد تطورت خدمات تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها بشكل كبير خاصة مع ازدهار وتطور عملية النشر الفوري، حيث أتاحت الأخيرة إمكانيات جديدة أكثر فعالية من الخدمات التقليدية السابقة هما القدرة على البحث والتحول بجرية والحصول على نتائج أسرع ودقة عالية، إلى ثراء الأرشيف الإلكتروني وتنوع مصادره ومعلوماته، حيث تضم إشكالا مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية ولقطات الفيديو، والصور إلى جانب المواد النصية، بما يحقق تنوعا من التكامل والثراء في عرض المعلومات، هذا بالإضافة إلى تضخيم حجم المواد التي يمكن حفظها واسترجاعها، مقارنة بالأرشيف التقليدي، الأمر الذي يساعد على التغلب على مشكلة المساحة التي تعانيها نظم المعلومات والأرشيف التقليدي².

المطلب الرابع: تكنولوجيا إنتاج ومعالجة المعلومات الصحفية:

تصاعدت أهمية الثورات التكنولوجية في مجال عمليات معالجة المعلومات الصحفية وإنتاجها، وتطورت الاستخدامات لشبكة الإنترنت صحفيا. حتى أشحت الصحيفة حاليا مجموعة من خلايا إلكترونية تدار وتوجه بواسطة الحاسبات الإلكترونية إضافة إلى الاستعانة بأشعة الليزر والألياف البصرية، ويشهد على ذلك ظواهر عديدة يمكن رصدها في كل من:

اتجاه الصحف ومنذ حوالي الستينات في القرن العشرين إلى استخدام أنظمة "الجمع الإلكتروني" لتمثل بذلك بداية تحول إلى استخدامها "الأنظمة الرقمية".

وفي ذلك يمكن القول أنه مع إدخال الحاسبات الإلكترونية في مجال صنف المعلومات الصحفية (المواد أو المحتوى) فقد ازدادت الكفاءة والسرعة كما وكيفا يفوق التصور، بجانب تخزين المواد الصحفية وعمليات تصحيحها وتعديلها بالإضافة أو الحذف، وهذا مله عن طريق تحكم

¹ محمود علم الدين: المرجع السابق، ص 219.

² أحمد هند: تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة، رسالة دكتوراه القاهرة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، 2007، ص 237.

الحاسب الآلي، وبما يمثل مزية كبرى لصناعة الصحافة حيث أمكن الاستعانة بقدرته أنه الجمع التصوري التي تفوق بكثير مقدرة الجمع على الآلة السطرية¹.

وفيما يخص بالمواد الصحفية المصورة، فقد أتاحت التكنولوجيا المتقدمة والمتطورة إمكانيات إدخال النصوص المصورة من صور فوتوغرافية ورسوم إلى الحاسب الإلكتروني عن طريق ماسح ضوئي "Scanner" بحيث تدخل إلى الماكيت مع المواد المكتوبة إلى الشاشة على شاشة الحاسب وبالتالي توزيع المواد على الصفحات، وتوزيع المادة الخاصة بكل صفحة من حيث المحتوى أو المضمون والعناوين والصور والرسوم والجداول والفواصل ... وتحديد الحجم والموقع والاتجاه على آلة الجمع الإلكتروني ذاتها بجانب المادة الإعلامية التي قد تكون مصاحبة لذلك. وبهذا النحو تندمج عمليات المونتاج مع الإخراج الصحفي في ذات الوقت على شاشة الحاسب الإلكتروني.

أيضا استحداث جهاز الفيديو جراف "Video graph" الذي يمكن استخدامه في تحويل صور الفيديو من على الشاشة التلفاز إلى صور فوتوغرافية تدخل على السحاب الإلكتروني، الأمر الذي ينطوي على تحول جوهري وتغير مضاف إلى تقنيات عمل المصور الصحفي الصور الصحفية².

المطلب الخامس: التغطية الصحفية المستمرة (Continuing Coverage)

بمعنى إتاحة تغطية الأحداث والأخبار والمعلومات بنحو مستمر على مدار ساعات الليل والنهار، حيث لا يتوقف العمل الصحفي على الإنترنت وبما يزيد مساحة المقرونية وفرص التعرض للمواد الصحفية، لا سيما وأن تلك التغطية تتيح تجديد المواد بشكل مستمر ومثير للاهتمام، إلى جانب السرعة وملاحقة الأحداث في التغطية.

استجماع الكل ما سبق نصل إلى أن التقدم التكنولوجي الاتصالي الحديث يفرض على الصحافة المعاصرة التوجه إلى مسابرة التطور في ضوء الإمكانيات ولاستخدامات المتاحة، وذلك في إطار تحقيق تغطية صحفية أفضل يمكن وصفها بالتغطية المتكاملة "Comprehensivecov" أو التغطية الإخبارية اللامحدودة "Infin News HoleCov" بالنظر إلى توافر معلومات ومساحة

¹ السيد بخيت: المرجع السابق، ص 23.

² محمود علم الدين: المرجع السابق، ص 253.

أو مواقع لا محدودة على الإنترنت تسمح بتغطية متكاملة للأحداث بإمكان الصحفي القيام بها، حتى دون ما انتقل من موقع عمله أو مغادرة المكان¹.

المبحث السابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

- تعمل على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر.
- قامت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من الحد من استهلاك الورق خصوصا بعد ظهور الكتاب الإلكتروني.
- تقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية.
- زادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من حجم المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، إضافة إلى أن عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وهي أنسب هذا العصر.
- ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ضعف ما تتسم به من مرونة وسرعة فائقة وقدرة إنتاجية².
- السرعة الفائقة في نقل استقبال المعلومات والبيانات، فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة.
- أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث وزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.
- وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.
- أتاحت "ثورة الاتصال" للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيات، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختبار البرامج³.

¹ السيد بخيت: القاهرة، المرجع السابق، ص 28، 29.

² عبد الباسط محمد عبدالوهاب: المرجع السابق، ص 265.

³ المرجع نفسه، ص 265، 267.

المطلب الثاني: عيوب.

- على الرغم من هذه المزايا إلا أن للتكنولوجيا الاتصال الحديثة تظل أسيرة مشكلات وسلبات مختلفة يمكن أن تندرج أهمها فيما يلي:
- كون أن هذه التكنولوجيات أقل اجتماعية وعاطفية وجسدية.
 - بالرغم ما قدمته تكنولوجيات الاتصال الحديثة من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية، فليس هناك ضمان بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير¹.
 - أن التفتت أو اللاجماهيرية تؤدي إلى انقسام الجمهور العريض الواحد على عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع.
 - تكنولوجيا الاتصال الحديثة من شأنها أن تنتهك خصوصياتها وتتخلص على ما يحدث داخل منازلنا كما أنها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها.
 - الغزو الثقافي والمعرفي وانهيار القيم وعادات الشعوب.

¹ نفسه، ص 268، 269.

خلاصة:

إن هذا التطور السحري لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، تعبر بدقة عن المسار التطوري للتقانة والعلوم التي أدت إلى جعل العالم آلة من الممكن الاطلاع على تفاصيلها بزارات وشاشات ورموز تؤدي إلى فتح المجال على مختلف الميادين بشكل عام والميدان الإعلام بشكل خاص، وتحقيق كل ما يحتاجه الفرد في أي مكان مع تجاوز كل الحدود الزمانية والمكانية.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

المبحث الأول: محور البيانات الشخصية

المبحث الثاني: محور مكانة رئيس التحرير في الصفحة

المبحث الثالث: محور مدى استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تأدية عمله

نتائج الدراسة



تمهيد:

من خلال هذا الفصل نهدف إلى الكشف عن دور رئيس التحرير في الصحف الوطنية في ظل التكنولوجيا الاتصال الحديثة.

ولقد تم الاعتماد على الأداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين فقمنا باختيار عينة متكونة من 30 مفردة من رؤساء التحرير وتم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور:

المحور الأول: خاص ببيانات الشخصية:

أما المحور الثاني: دور مكانة رئيس التحرير في الصحيفة

المحور الثالث: مدى استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيات الاتصال في تأدية عمله.



المبحث الأول: محور البيانات الشخصية:

تمهيد:

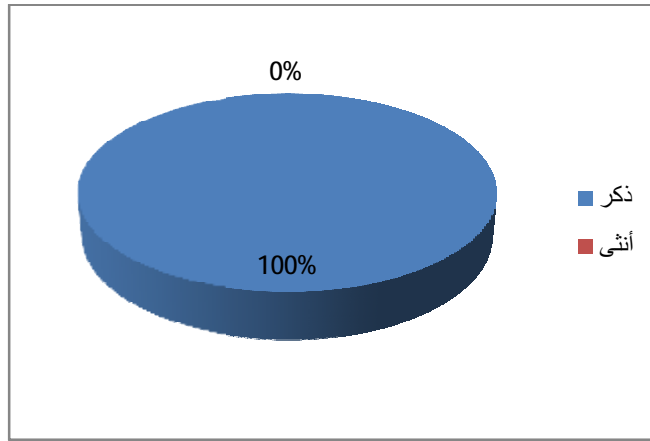
من خلال هذا لفصل التعرف على البيانات التي يؤثر في دور رئيس التحرير وقمنا باختبار مجموعة من البيانات والتي تخدم الموضوع من طبيعة المؤسسة لغة الصحافة، المستوى التعليمي مدى تأثير هذه البيانات فيها بينها في رئيس التحرير.



تحليل الجداول البسيطة

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	30	٪100
أنثى	0	٪0
المجموع	30	٪100



الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

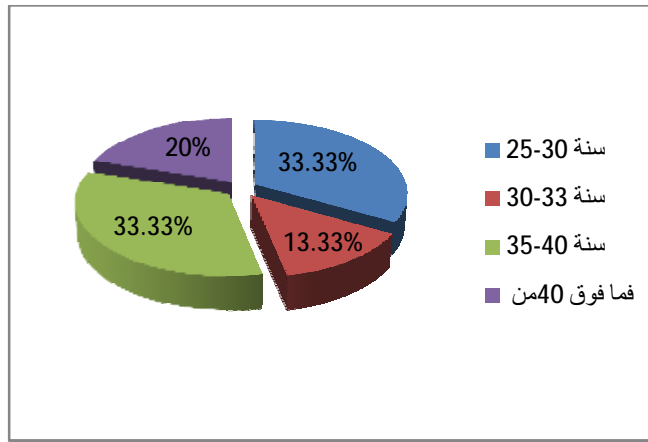
التحلي الكيفي:

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الجنس فمن خلال فحص البيانات يتضح أن 30 مفردة بنسبة ٪100 هي من جنس ذكر فيما نجد عدد الإناث 01 بنسبة ٪0 منعدمة ويبين من خلال هذه البيانات ن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث أي انعدام عنصر الإناث في منصب رئيس التحرير احتكار هذا المنصب من طرف الذكور، هذا يفسر نقص الإناث على أن التخصص غير مطلوب ويعد منصب رئيس التحرير لا يليق بالإناث لعدم القدرة على تولي المنصب وأن مهنة رئيس التحرير من أصعب مهن الصحافة وفي أغلب الأحيان رئيس التحرير هو أول من يصل إلى جريدة أول من يغادرها أي تكريس الوقت والجهد.

□

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
25-30 سنة	10	33.33%
30-33 سنة	4	13.33%
35-40 سنة	10	33.33%
من 40 فما فوق	6	20%
المجموع	30	100%



الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

التحليل الكيفي:

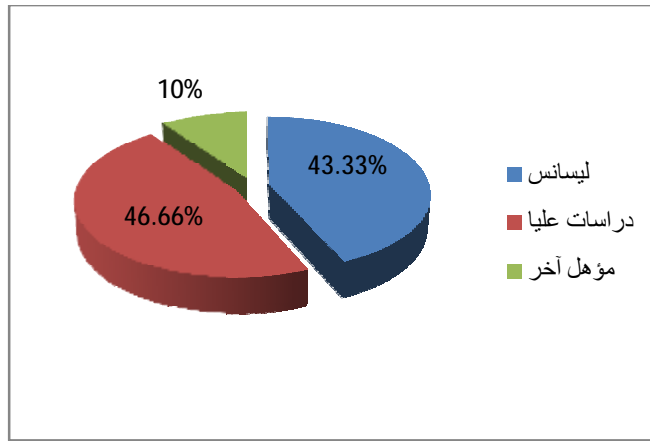
يوضح الجدول لأعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث أعلى نسبة مثلتها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 25-30 و 35-40 سنة وذلك بنسبة 33.33% تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم من 40 سنة فما فوق بنسبة 20% في حين نجد نسبة 13.33% بالنسبة للفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 30-35 سنة.

ويتضح أن الفئة الأكثر التي تشغل منصب رئيس التحرير هم الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 25-30 و 35-40 سنة مقارنة مع الفئة العمرية التي تتراوح من 40 فما فوق و 30-35 سنة.

□

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
43.33%	13	ليسانس
46.66%	14	دراسات عليا
10%	3	مؤهل آخر
100%	30	المجموع



الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

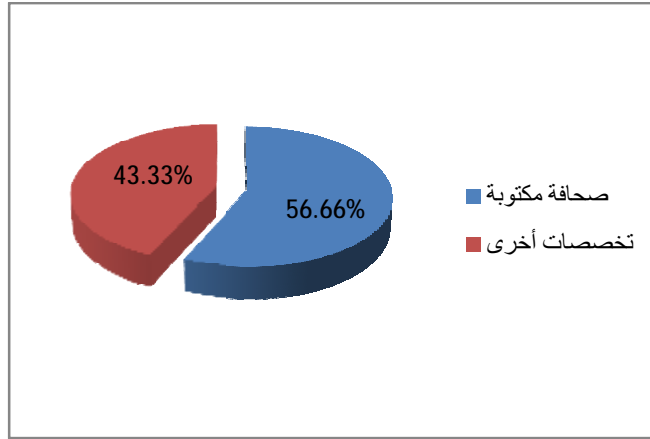
التحليل الكيفي:

يمثل الجدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نجد نسبة 46.66% لذوي دراسات عليا من المجموع الكلي في حين 43.33% بالنسبة لمن لهم ليسانس في حين نجد 10% من لهم مستويات تعليمية أخرى من نفس المجموع، وهذا يفسر أن معظم رؤساء التحرير لهم دراسات عليا منها (ماستر- دكتوراه- ماجستير) بينما نجد من لهم ليسانس بنسبة متوسطة أما بالنسبة الباقية أصحاب مؤهلات أخرى بنسبة قليلة ومن بين هذه المؤهلات دبلوم دولة في الإعلام الآلي - شهادة دراسات تطبيقية في قانون التأمينات... الخ.

□

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
56.66%	17	صحافة مكتوبة
43.33%	13	تخصصات أخرى
100%	30	المجموع



الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

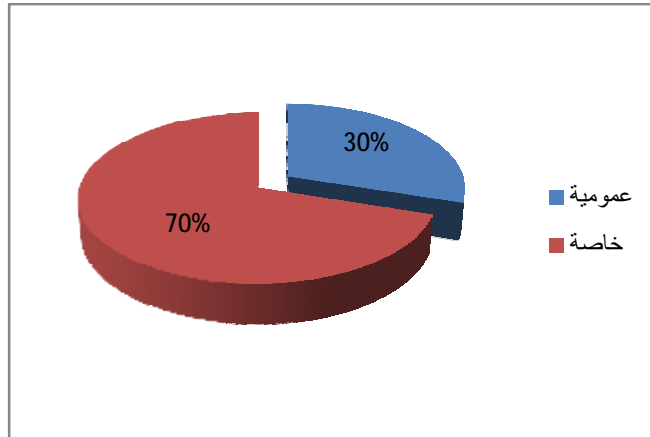
التحليل الكيفي:

يمثل الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي نجد أن أعلى نسبة مثلت نسبة رؤساء التحرير في تخصص الصحافة مكتوبة 56.66% مقارنة مع نسبة تخصصات أخرى التي مثلت نسبة 43.33% فنلاحظ أن أصحاب التخصص صحافة مكتوبة هم أكثر شغل لمنصب رئيس التحرير بينما أصحاب تخصصات أخرى مثل حقوق، اتصال، مالية ومحاسبة، أدب عربي، سمعي بصري هم فئة قليلة في هذا المنصب ويرجع هذا إلى شغل هذا المنصب أصحاب التخصص لصحافة مكتوبة لأنهم أدرى بهذه المهنة.

□

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير ملكية الجريدة

ملكية الجريدة	التكرار	النسبة
عمومية	9	30%
خاصة	21	70%
المجموع	30	100%



الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ملكية الجريدة

التحليل الكيفي:

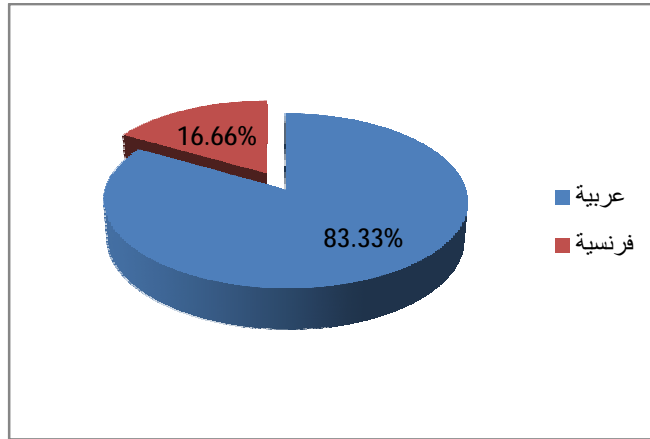
يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ملكية الجريدة ونجد أن 70% من المجموع الكلي تابعين للمؤسسة

خاصة في حين نجد أن 30% من المجموع الكلي يعملون في مؤسسة عمومية بنسبة ضعيفة



الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة الجريدة:

النسبة	التكرار	لغة الجريدة
83.33%	25	عربية
16.66%	2	فرنسية
100%	30	المجموع



الشكل رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة الجريدة

التحليل الكيفي:

يمثل جدول توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة الصحيفة نجد أن المؤسسات الصحفية التي أجرينا عليها البحث، أخذنا منها العينة للدراسة كانت بنسبة 83.33% عربية بنسبة كبيرة والفرنسية تمثل نسبة 16.66% نسبة قليلة.

□

المبحث الثاني: محور مكانة رئيس التحرير في الصفحة.

تمهيد:

من خلال هذا الفصل نود التطرق إلى مفهوم رئيس التحرير منصبه الأصلي في الجريدة ووظيفته ومدى استقلاليته في أداء عمله وهذا من خلال صياغة جملة من التساؤلات لأفراد العينة البحث وعلى إجاباتهم نقوم بتحديد مكانة رئيس التحرير في الصحيفة.



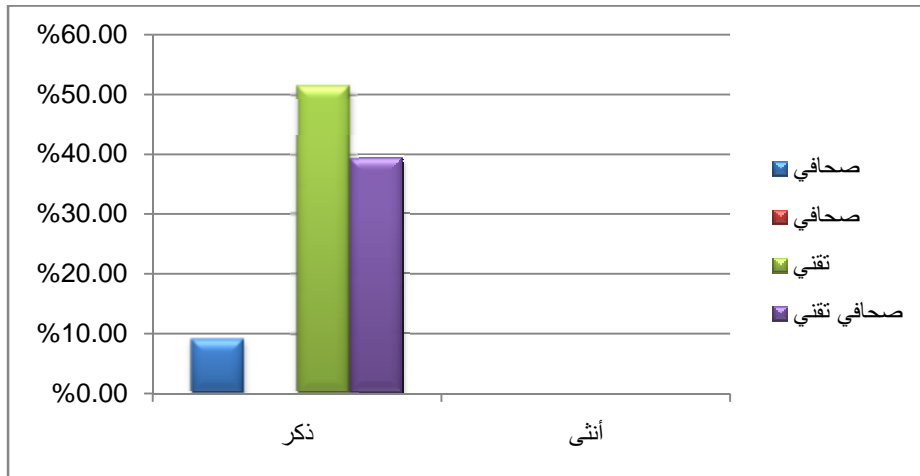
تحليل الجداول المزدوجة

الجدول رقم (07): يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

تعريف رئيس التحرير										الإجابة	
المجموع		مسؤول		صحافي تقني		تقني		صحافي		متغير الجنس	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٪100	33	٪39.39	13	٪51.51	17	٪0	0	٪9.09	3	ذكر	الجنس
100	0	٪0	0	٪0	0	٪0	0	٪0	0	أنثى	
100	33	٪39.39	13	٪51.51	17	٪0	0	٪9.09	3	المجموع	

التحليل الكيفي:

يتضح من بيانات الجدول أعلاه المتعلق بمتغير الجنس أن نسبة 51.51٪ من المبحوثين من الذكور يعد فئة التحرير على أنه صحافي وتقني في حين نسبة 39.39٪ بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن رئيس التحرير مسؤول أما باقي المبحوثين اعتبروا رئيس التحرير صحافي بنسبة 9.09٪ في حين نسبة تقني منعدمة وهذا راجع لاعتبارهم أن رئيس التحرير صحافي وتقني في نفس الوقت لأنه يقوم بعمل الصحفي بعمل التقني وطبيعة مهامه هي تحريرية أولاً ثم تحريرية.



الشكل رقم (07): يمثل تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

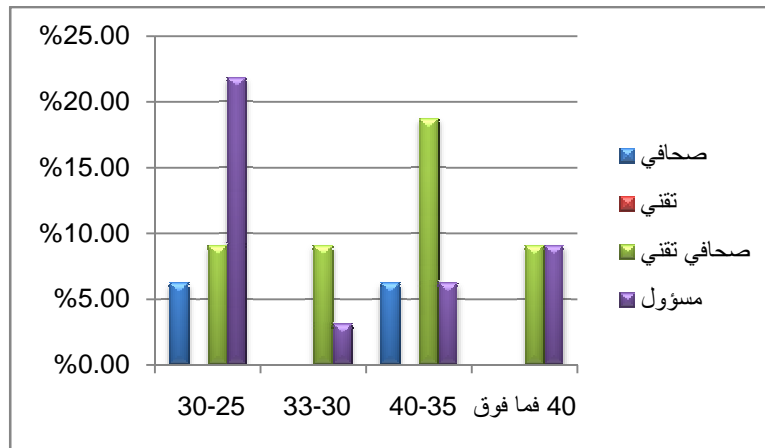


الجدول رقم (08): يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير السن

تعريف رئيس التحرير										الإجابة	
المجموع		مسؤول		صحافي تقني		تقني		صحافي		متغير السن	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
37.5%	12	21.87%	7	9.09%	3	0%	0	6.25%	2	30-25	السن
12.5%	4	3.12%	1	9.09%	3	0%	0	0%	0	33-30	
31.25%	10	6.25%	2	18.75%	6	0%	0	6.25%	2	40-35	
18.75%	6	9.09%	3	9.09%	3	0%	0	0%	0	40 فما فوق	
100%	32	39.39%	13	46.87%	15	0%	0	12.5%	4	المجموع	

التحليل الكيفي:

يظهر الجدول أعلاه المتعلق بمتغير السن نلاحظ نسبة 21.87% من المبحوثين في شكلها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 30-25 سنة حيث يعرفون رئيس التحرير أنه مسؤول تليها فئة التي يتراوح أعمارهم ما بين 35-40 سنة الذين يعرفون على أنه صحافي تقني في نفس الوقت في حين الفئة العمرية من 40 إلى ما فوق ترى أن رئيس التحرير هو صحافي وتقني ومسؤول بهذا يرجع إلى خبرة المهنية في المنصب في هذه الأخيرة تلعب دورا في اكتساب الخبرة معارف بتقنيات المنصب ومسؤولياته لهذا أغلب المبحوثين يعرفون على أنه مسؤول.



الشكل رقم (08): يمثل تعريف رئيس التحرير وعلاقته بمتغير السن



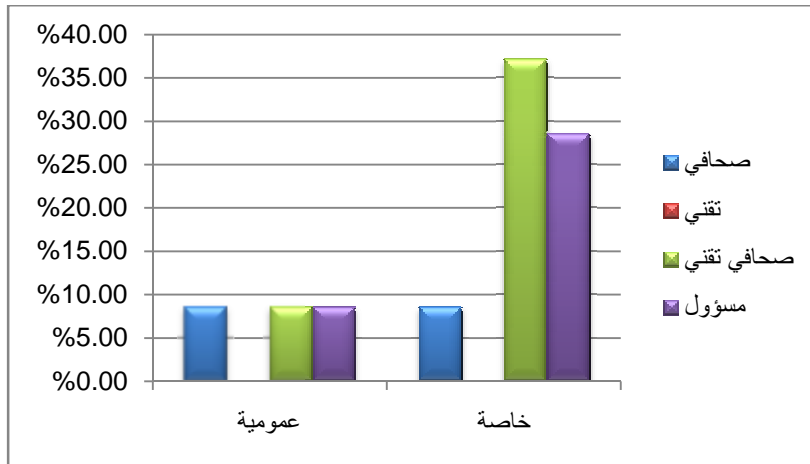
الجدول رقم (09): يوضح تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير ملكية الجريدة

ملكية الجريدة	صحافي		تقني		صحافي تقني		مسؤول		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
عمومية	3	8.57%	0	0%	3	8.57%	3	8.57%	9	25.71%
خاصة	3	8.57%	0	0%	13	37.14%	10	28.57%	26	74.28%
المجموع	6	17.14%	0	0%	16	45.71%	13	37.14%	35	100%

التحليل الكيفي:

يتضح من الجدول أعلاه المتعلق بتعريف رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة أن معظم أفراد عينة البحث يرون أن رئيس التحرير في نظر رؤساء التحرير التابعين للقطاع الخاص هو صحافي تقني في نفس الوقت بنسبة 37.14% تليها نسبة 28.57% بالنسبة لمسؤول أما بنسبة 8.57% فتمثل صحافي أما التقني فهو معدوم بالنسبة لمنعدمة.

أما رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام فهم يعرفون رئيس التحرير على أنه صحافي وصحافي تقني في نفس الوقت ومسؤول بنسبة 8.57% وهذا يؤكد على نظرة رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام مختلفة عن رؤساء التحرير في القطاع الخاص فهم يعتبرونه يقوم بكل هذه المهام في نفس الوقت.



الشكل رقم (09): يمثل تعريف رئيس التحرير وعلاقته بالمتغير ملكية الجريدة

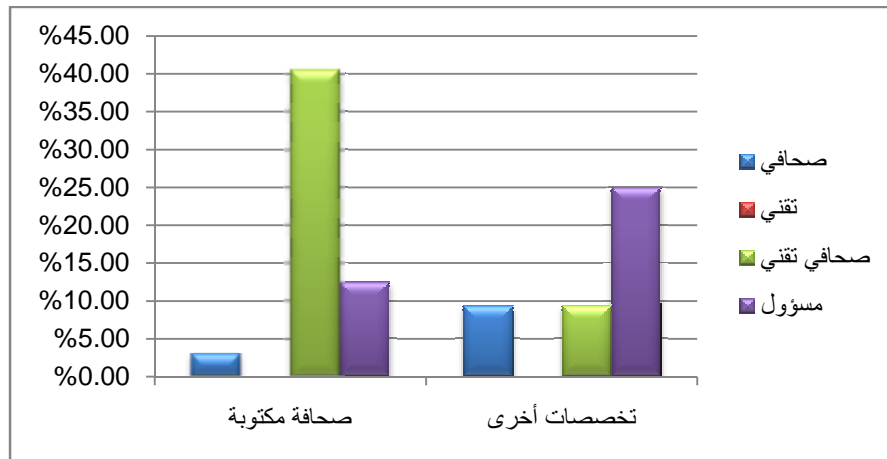


الجدول رقم (10): يوضح تعريف رئيس التعريف وعلاقته بالمتغير تخصص العلمي

التخصص العلمي	صحافي		تقني		صحافي تقني		مسؤول		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
صحافة مكتوبة	1	3.12%	0	0%	13	40.62%	4	12.5%	18	56.25%
تخصصات أخرى	3	9.37%	0	0%	3	9.37%	8	25%	14	43.75%
المجموع	4	12.5%	0	0%	10	50%	12	37.5%	32	100%

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 40.62% من المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة يعرفون رئيس التحرير على أنه صحافي تقني وتليها نسبة 12.5% بالنسبة لمسؤول أما لكون رئيس التحرير صحافي بنسبة 3.12% لذلك نلاحظ أن رؤساء التحرير يعرفون رئيس التحرير على أنه صحافي تقني وهذا يرجع لأن رئيس التحرير في الصحافة المكتوبة يقوم بدور صحافي تقني في نفس الوقت أما بالنسبة لرؤساء التحرير ذو تخصصات أخرى نجد أن منهم بنسبة 25% يرون أنه مسؤول ويليهما أنه صحافي وصحافي تقني في نفس الوقت بنسبة 9.37% ونستنتج أن رؤساء التحرير في تخصصات أخرى يعرفون رئيس التحرير على أنه مسؤول بالدرجة الأولى باعتباره مسؤول عن الجريدة وعن محتوياتها وعن إخراجها.



الشكل رقم (10): يمثل تعريف رئيس التعريف وعلاقته بالمتغير تخصص العلمي

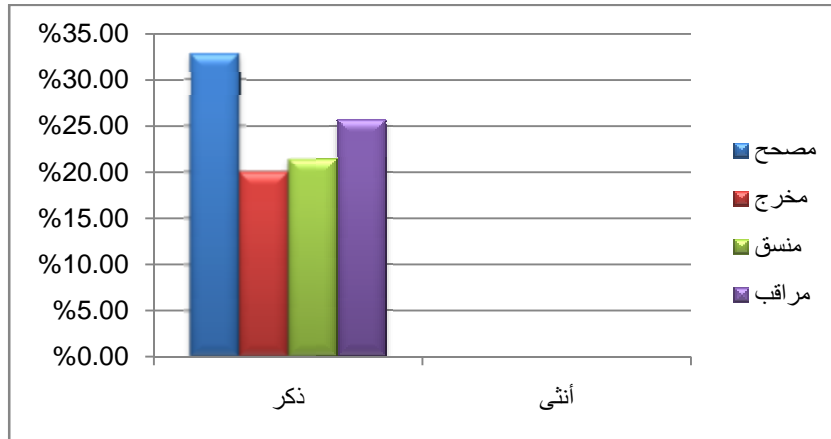


الجدول رقم (11): يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

المتغير		الإجابة		مصصح		مخرج		منسق		مراقب		المجموع	
الجنس	ذكر	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	32.85%	23	70	21.42%	15	20%	14	25.71%	18	0%	0	100%	70
أنثى	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
المجموع	32.85%	23	70	21.42%	15	20%	14	25.71%	18	0%	0	100%	70

التحليل الكيفي:

من خلال ملاحظة الجدول أعلاه والمتعلق بمنصب الأصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس أن نسبة 32.85% من المبحوثين من الذكور يرون أن منصب الأصلي لرئيس التحرير هو مصصح في حين نسبة 32.85% بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن رئيس التحرير هو مراقب في حين يرون أن رئيس التحرير هو مخرج بنسبة 20% بينما منسق بنسبة 21.42%.



الشكل رقم (11): يمثل منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

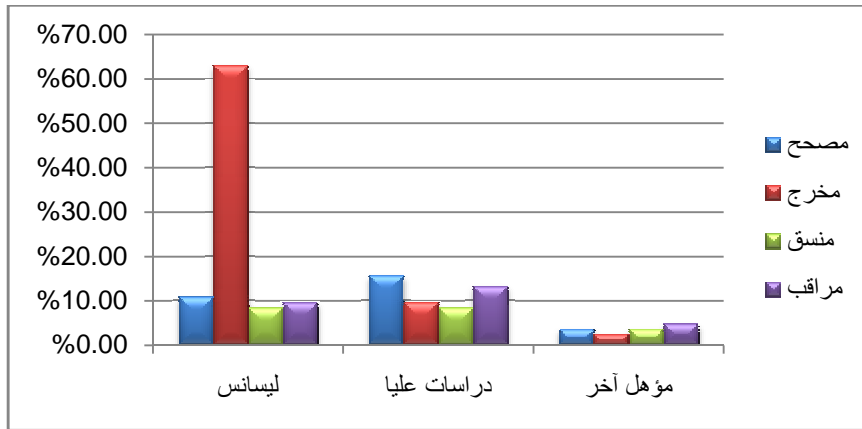


جدول رقم (12): يوضح منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي

الإجابة		مصصح		مخرج		منسق		مراقب		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ليسانس	9	10.84%	8	6.3%	7	8.43%	8	9.63%	32	38.55%
دراسات عليا	13	15.66%	8	9.63%	7	8.43%	11	13.25%	39	46.98%
مؤهل آخر	3	3.61%	2	2.40%	3	3.61%	4	4.81%	12	14.45%
المجموع	25	30.11%	18	21.66%	17	20.47%	23	27.69%	83	100%

التحليل الكيفي :

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المستوى العلمي نجد أن 30.11% من الباحثين يرون أن المنصب الأصلي لرئيس التحرير هو مصصح وتليها نسبة 27.69% بالنسبة لمراقب في حين نجد أن نسبة 21.66% منهم يرون أن منصب الأصلي هو مخرج وأخيرا نسبة 20.47% من هؤلاء منصب رئيس التحرير منسق وهذا راجع إلى مستواه العلمي فمن يحمل شهادة ليسانس يعتبر رئيس التحرير مراقب بالدرجة الأولى بينما يحمل شهادة دراسات عليا يرون أنه منصب أصلي لرئيس التحرير هو مصصح بينما من يحمل شهادات أخرى في مختلف المجالات يرون أنه مراقب وهذا باعتبار رئيس التحرير حارس البداية.



الشكل رقم (12): يمثل منصب أصلي لرئيس التحرير وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي

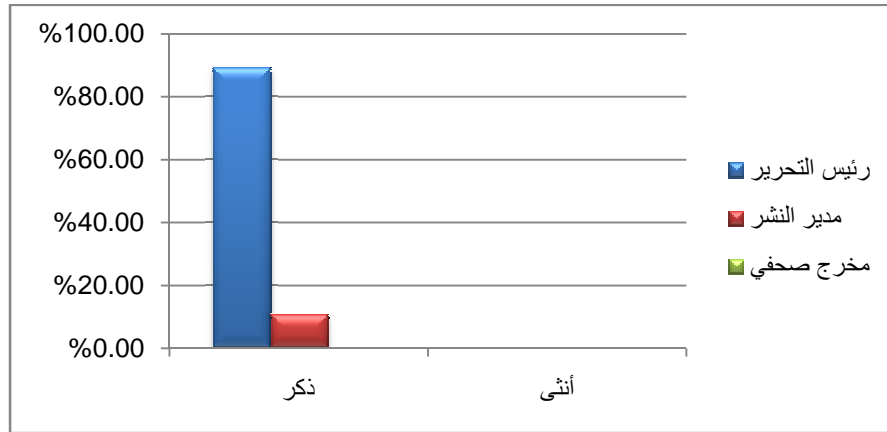


الجدول رقم (13): يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير الجنس

المجموع		مخرج صحفي		مدير النشر		رئيس التحرير		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متغيرين	
%100	28	%0	0	%10.71	3	%89.28	25	ذكر	الجنس
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أنثى	
%100	28	%0	0	%10.71	3	%89.28	25	المجموع	

التحليل الكيفي:

يظهر الجدول أعلاه وضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير الجنس وملكية الجريدة وفي هذا الجدول نجد أن نسبة 89.28% من المبحوثين الذكور يرون أن من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة هو رئيس التحرير بينما يليه مدير النشر بنسبة 10.71% بينما نسبة المخرج الصحفي فهي بنسبة منعدمة.



الشكل رقم (13): يمثل من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير الجنس



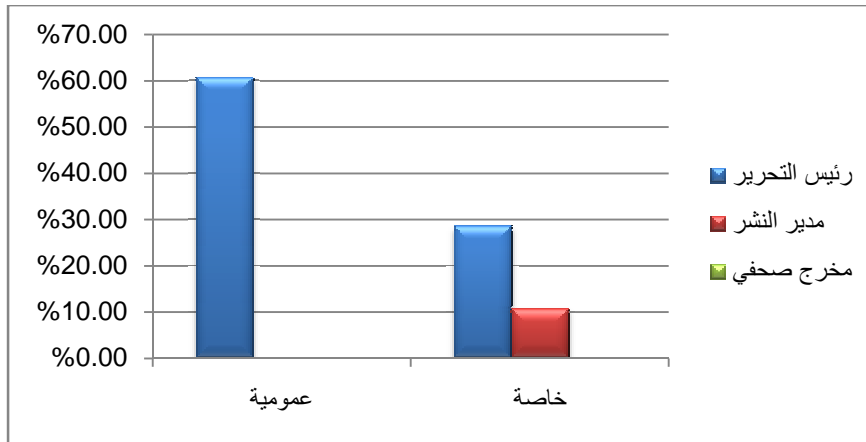
جدول رقم (14): يوضح من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير ملكية الجريدة

المجموع		مخرج صحفي		مدير النشر		رئيس التحرير		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متغيرين	
%60.71	18	%0	0	%0	0	%60.71	17	عمومية	ملكية الجريدة
%39.28	11	%0	0	%10.71	3	%28.57	8	خاصة	
%100	28	%0	0	%10.71	3	%89.28	25	المجموع	

التحليل الكيفي

يظهر الجدول أعلاه المتعلق بمتغير ملكية الجريدة أن بالنسبة لرؤساء التحرير التابعين للقطاع العام نجد أن 60.71% بالنسبة الذين يرون أن رئيس التحرير من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وهذا يفسر أن رؤساء التحرير في القطاع العام يعملون وفق سياسة تحريرية للجريدة والتي للجريدة والتي رئيس التحرير هو المسؤول عن وضع المادة الإعلامية في الجريدة.

بينما في القطاع الخاص نجد نسبة 28.57% رئيس التحرير الذي يضع المادة الإعلامية في الجريدة بينما نجد مدير النشر بنسبة 10.71% وهذا يفسر أن السياسة التحريرية للجرائد الخاصة تسمح لمدير النشر أن يضع المادة الإعلامية في الجريدة وأن هذه المهمة ليست احتكار على رئيس التحرير فقط.



الشكل رقم (14): يمثل من يضع المادة الإعلامية في الصحيفة وعلاقتها مع متغير ملكية الجريدة

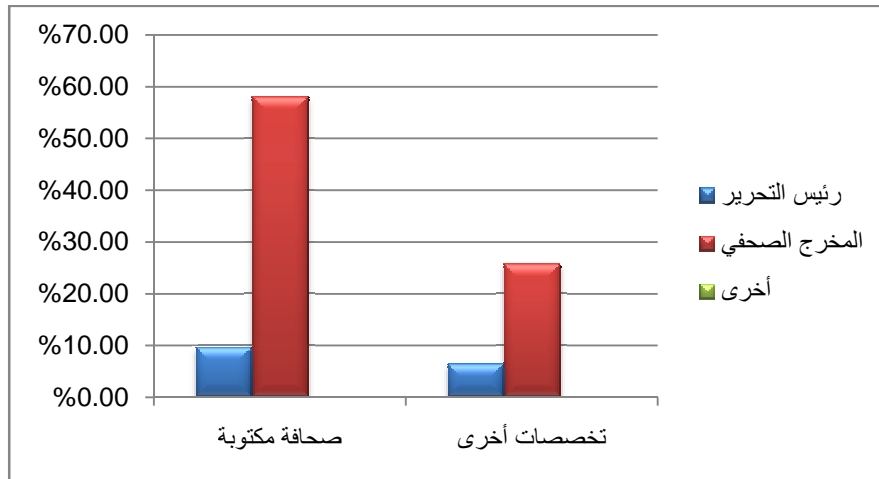


الجدول رقم (15): يوضح إنجازات ماكيت الجريدة وعلاقته بتخصص العلمي

مجموع		أخرى		المخرج الصحفي		رئيس التحرير		إجابة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	التخصص العلمي
%67.74	21	%0	0	%58.06	18	%9.67	3	صحافة مكتوبة
%23.25	10	%0	0	%25.80	8	%6.45	2	تخصصات أخرى
%100	31	%0	0	%83.86	26	%26.12	5	المجموع

التحليل الكيفي:

الملاحظ في هذا الجدول المتعلق بإنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بتخصص العلمي نجد أن %58.06 من المبحوثين تخصص صحافة مكتوبة يرون أن من ينجز ماكيت الجريدة هو المخرج الصحفي بينما نجد أن نسبة %9.67 من المبحوثين يرون أن رئيس التحرير هو من ينجز ماكيت الجريدة. بينما في تخصصات أخرى نجد أن %25.80 منهم يرون المخرج الصحفي من ينجز ماكيت الجريدة وبينما %6.45 لرئيس التحرير وهذا يفسر أن رؤساء التحرير يؤدون عملهم هو تحرير ليس مهنة الإخراج فالماكيت الجريدة من مهمة المخرج الصحفي وحده.



الشكل رقم (15): يمثل إنجازات ماكيت الجريدة وعلاقته بتخصص العلمي

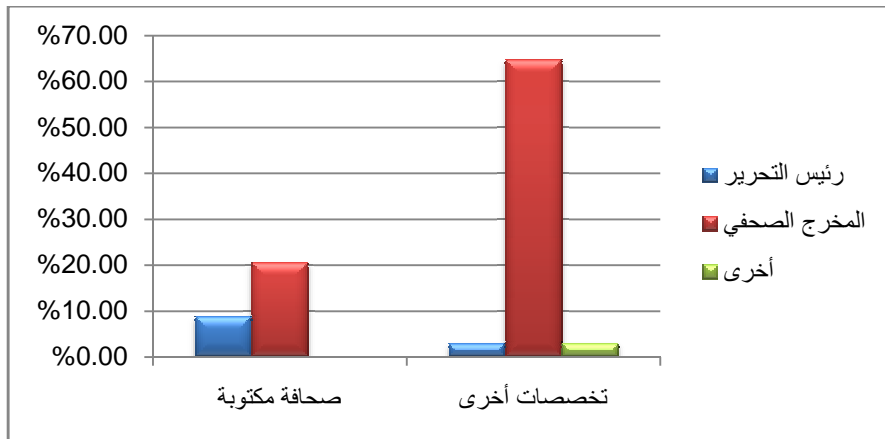
□

الجدول رقم (16): يوضح إنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بملكية الجريدة

مجموع		أخرى		المخرج الصحفي		رئيس التحرير		إجابة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	ملكية الجريدة
29.41%	10	0%	0	20.58%	7	8.82%	3	عمومية
70.28%	24	2.94%	1	64.70%	22	2.94%	1	خاصة
100%	34	2.94%	1	85.28%	29	11.74%	4	المجموع

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول المتعلق بإنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بملكية الجريدة نجد رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام يرون أن من إنجاز ماكيت الجريدة هو المخرج الصحفي بنسبة 20.58% بينما رئيس التحرير بنسبة 8.82% بينما رؤساء التحرير العاملين في القطاع الخاص نجد نسبة 64.70% من يرون أن المخرج الصحفي هو من إنجاز ماكيت الجريدة، يليها رؤساء التحرير بنسبة 2.94% أي نسبة قليلة، أما بالنسبة أشخاص آخرين مثل مسؤول التنظيم بنسبة 2.94% وهذا يفسر أن رؤساء التحرير في كل القطاعين الخاص والعام يعملون وفق منصبهم وليس في إنجاز ماكيت الجريدة بنسبة متوسطة وليس في أغلب الأحيان وإنما إنجاز ماكيت الجريدة هو من مسؤولية المخرج الصحفي إلا في بعض الجرائد هناك أشخاص آخرين وبنسبة قليلة جدا.



الشكل رقم (16): يمثل إنجاز ماكيت الجريدة وعلاقته بملكية الجريدة

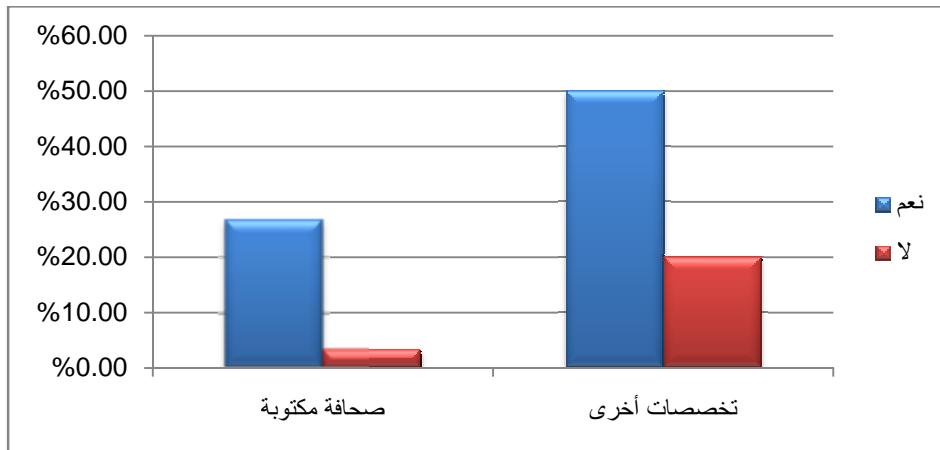


الجدول رقم (17): يوضح تصحيح رئيس التحرير المقال الصحفي وعلاقته بملكية الجريدة

مجموع		لا		نعم		إجابة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	ملكية الجريدة
30%	9	3.33%	1	26.66%	8	عمومية
70%	21	20%	6	50%	15	خاصة
100%	30	23.33%	7	76.66%	23	المجموع

التحليل الكيفي:

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن رؤساء التحرير التابعين لقطاع العام نجد أن نسبة 26.66% من يقومون بتصحيح المقال الصحفي، بينما نلاحظ في القطاع الخاص رؤساء التحرير العاملين فيه نجد أي نسبة 50% من المبحوثين من يقومون بتصحيح المقال الصحفي بينما نجد 20% من المجموع الكلي لا يقومون بتصحيح المقال الصحفي وهذا القسم أن رئيس التحرير بتصحيح المقال الصحفي وهذه مهمته من مهمات العديد وكثيرة وهذا يرجع أيضا إلى سياسة التحريرية الصحفية فهناك صحيفة يصحح فيها رئيس التحرير هناك صحف يصحح فيها مسؤولون آخرون يهتمون بتصحيح المقالات مثل مدقق لغوي.



الشكل رقم (17): يمثل تصحيح رئيس التحرير المقال الصحفي وعلاقته بملكية الجريدة

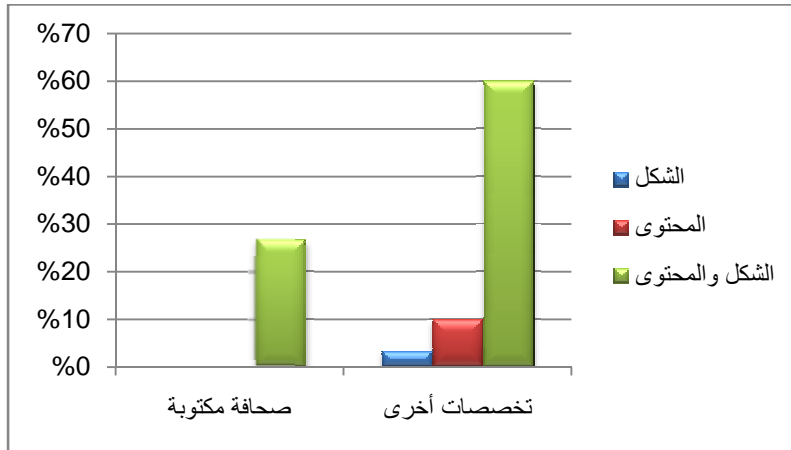


الجدول (18): يوضح مستوى تدخل رئيس التحرير تصحيح المقال وعلاقته بملكية الجريدة

مجموع		الشكل والمحتوى		المحتوى		الشكل		إجابة ملكية الجريدة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
26.66%	8	26.66%	8	0%	0	0%	0	عمومية
73.33%	22	60%	18	10%	3	3.33%	1	خاصة
100%	30	86.66%	26	10%	3	3.33%	1	المجموع

التحليل الكيفي:

يتضح من الجدول أعلاه المتعلق بمستوى تدخل رئيس التحرير في تصحيح المقال وعلاقته بملكية الجريدة نجد نسبة 26.66% من المجموع الكلي خاص بالشكل والمحتوى معاني الجرائد العمومية أما بالنسبة للشكل والمحتوى نجدها منعدمة أما رؤساء التحرير التابعين للقطاع الخاص نجدها منعدمة أما رؤساء التحرير التابعين للقطاع الخاص نجد 60% من المجموع الكلي يرون تدخل رئيس التحرير في تصحيح المقال على مستوى الشكل ومحتوى معا يليها المحتوى بنسبة 10% وأخيرا الشكل بنسبة 3.33% وهذا يفسر أن رئيس التحرير من مهماته تصحيح المقال على المستوى الشكل والمحتوى وهذا في كلتا القطاعين.



الشكل (18): يمثل مستوى تدخل رئيس التحرير تصحيح المقال وعلاقته بملكية الجريدة

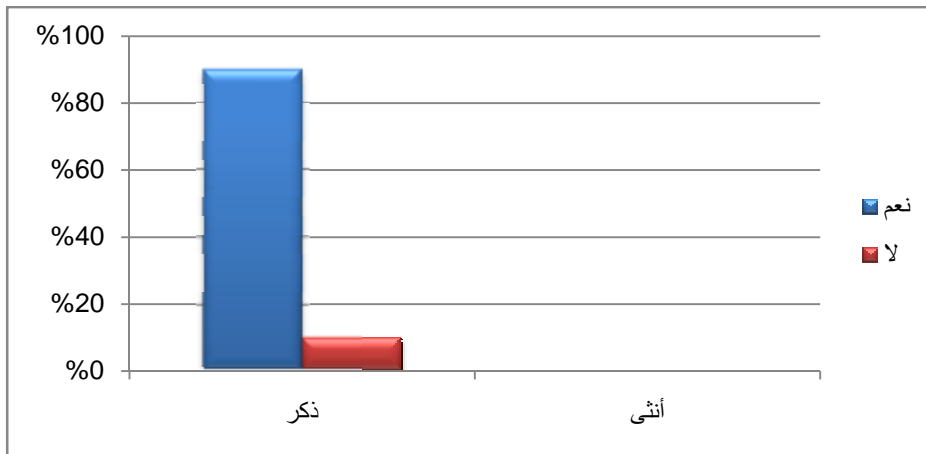


الجدول رقم (19): يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس	
%100	30	%10	3	%90	27	ذكر	الجنس
%0	0	%0	0	%0	0	أنثى	
%100	30	%10	3	%90	27	المجموع	

التحليل الكيفي:

يتضح من بيانات الجدول أعلاه المتعلق بوظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس ، نجد أن نسبة الذكور الذين قالوا نعم بنسبة %90 بينما من قالوا لا بنسبة %10.



الشكل رقم (19): يمثل وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس

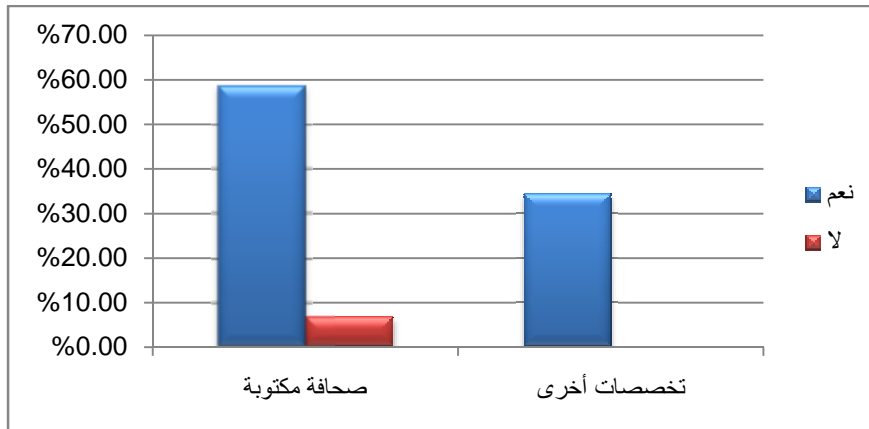


جدول رقم (20): يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير التخصص العلمي

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس	
%65.51	19	%6.89	2	%58.62	17	صحافة مكتوبة	التخصص
%34.48	10	%0	0	%34.48	10	تخصصات أخرى	العلمي
%100	29	%6.89	2	%93.1	27	المجموع	

التحليل الكيفي:

أما أصحاب التخصص صحافة المكتوبة بنسبة %58.62 من المبحوثين قالوا نعم بينما %6.89 يرون أن رئيس التحرير ليست وظيفة تحرير تنسيق وربط بين جهاز التحرير والأقسام الإدارية بينما تخصصات أخرى يرون أن %34.48 أن وظيفة رئيس التحرير تشمل تنسيق وربط بين الأقسام الإدارية.



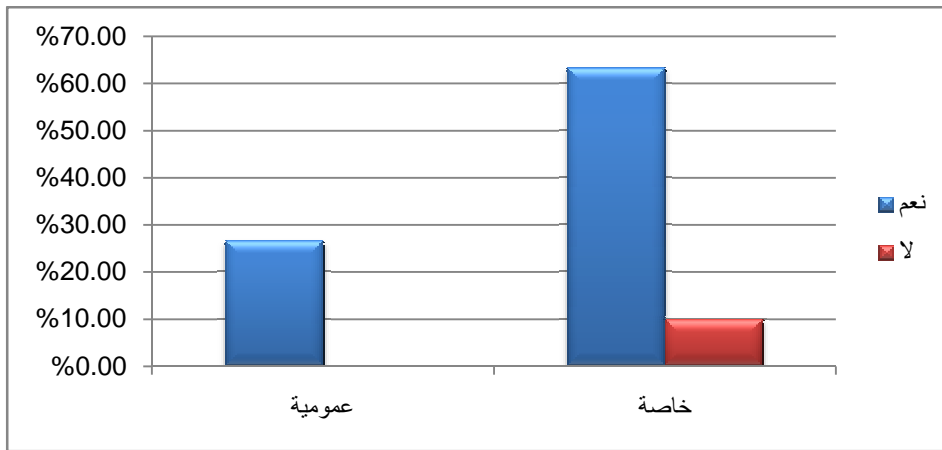
الشكل رقم (20): يمثل وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير التخصص العلمي

جدول رقم (21): يوضح وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس	
26.66%	8	0%	0	26.66%	8	عمومية	ملكية الجريدة
73.33%	22	10%	3	63.33%	19	خاصة	
100%	30	10%	3	89.99%	27	المجموع	

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام بنسبة 26.66% بنعم أي نسبة قوية بينما في القطاع الخاص نجد أن 63.33% من المبحوثين يرون أن وظيفة رئيس التحرير تنسيق وربط بين الأقسام الإدارية، بينما يرى 10% منهم أن وظيفته لا تشمل ربط وتنسيق الأقسام الإدارية ويفسر هذا رئيس التحرير وظائف عديدة بإضافة إلى وظيفة تحريرية هناك وظيفة إدارية ووظيفة التنسيق والربط إلا أن بعض رؤساء التحرير لا يعتبرون الربط والتنسيق من وظائف رئيس التحرير وإنما وظائفه تقتصر فقط على التحرير.



الشكل رقم (21): يمثل وظيفة رئيس التحرير وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

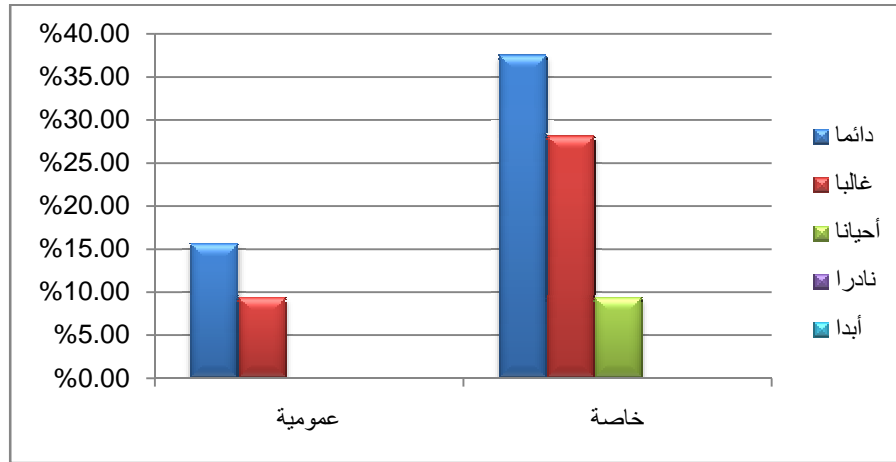


الجدول رقم (22): يوضح تطبيق سياسة التجديدية للصحيفة عند نشر مواضيعها وعلاقتها بملكية الجريدة.

الإجابة	دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
ملكية الجريدة											
عمومية	5	15.62%	3	9.37%	0	0%	0	0%	8	25%	
خاصة	12	37.5%	9	28.12%	3	9.37%	0	0%	24	75%	
المجموع	17	53.12%	12	37.49%	3	9.37%	0	0%	32	100%	

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول أعلاه المتعلق بتطبيق السياسة التحريرية للصحيفة عند نشر مواضيعها وعلاقتها بملكية الجريدة نجد أن 15.62% من المبحوثين دائما ما يطبقون السياسة التحريرية للصحيفة عند نشر مواضيعها في حين الذين يطبقونها غالبا بنسبة 9.37% وهذا ما نجده في القطاع العمومي، أما بالنسبة لرؤساء التحرير التابعين للقطاع الخاص بلغت نسبة أفراد العينة الذين يطبقون سياسة التحرير للصحيفة دائما بنسبة 37.5% في حين بلغت نسبة غالبا بـ 28.12% أما بالنسبة الذين يطبقونها أحيانا بنسبة 9.37% بينما نادرا وغالبا فهي نسبة منعدمة وهذا يرجع إلى السياسة التحريرية للصحيفة التي تفرض على رئيس التحرير اتباعها وتطبيقها عند نشر المواضيع.



الجدول رقم (22): يمثل تطبيق سياسة التجديدية للصحيفة عند نشر مواضيعها وعلاقتها بملكية الجريدة.

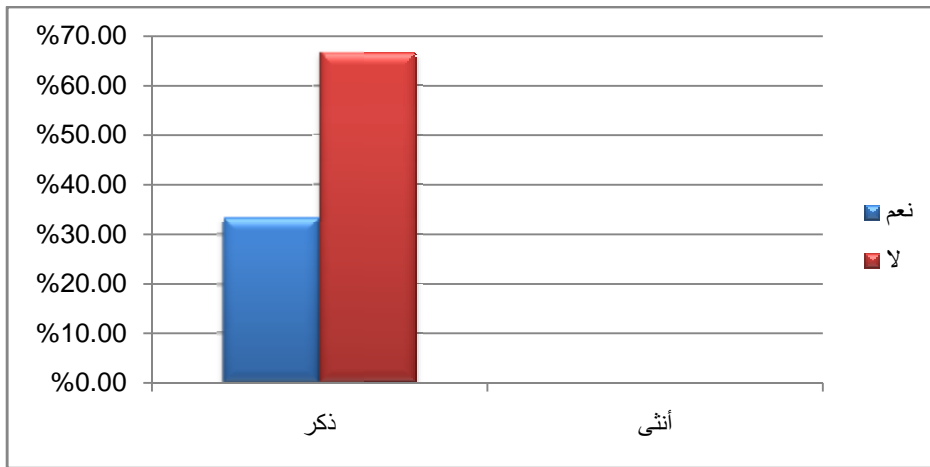


الجدول رقم (23): يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغيرين الجنس والملكية الجريدة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس	
%100	30	%66.66	20	%33.33	10	ذكر	الجنس
%0	0	%0	0	%0	0	أنثى	
%100	30	%66.66	20	%33.33	10	المجموع	

التحليل الكيفي:

أظهرت نتائج الجدول أعلاه المتعلق باستقلالية رئيس التحرير وعلاقته بمتغير الجنس نجد أن %33.33 من الذكور يرون أن رئيس التحرير مستقل في عمله بينما %66.66 لا يرون أنه مستقل في عمله.



الشكل رقم (23): يمثل استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغيرين الجنس والملكية الجريدة

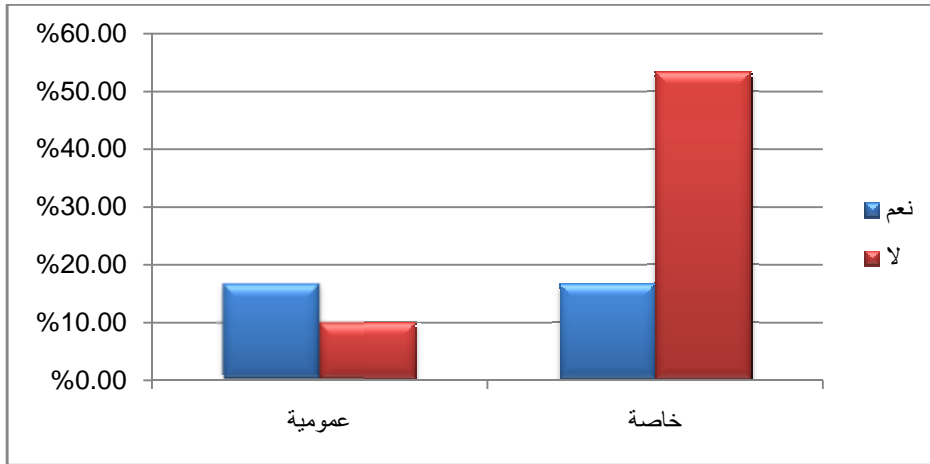


الجدول رقم (24): يوضح استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ملكية الجريدة	
26.66%	8	10%	3	16.66%	5	عمومية	ملكية الجريدة
70%	21	53.33%	16	16.66%	5	خاصة	
100%	30	63.33%	20	33.32%	10	المجموع	

التحليل الكيفي:

يظهر الجدول أعلاه المتعلق بمتغير ملكية الجريدة نجد 16.66% من رؤساء التحرير العاملين في النظام العام يرون أنه مستقل في عمله بينما نجد نسبة 10% لا يرون أنه مستقل أما التابعين للقطاع الخاص فهم يرون أن رئيس التحرير مستقل بنسبة 53.33% بينما من يرون أنه مستقل بنسبة 16.66% إذ يستنتج أن ارتباط استقلاليته رئيس التحرير بسياسة تحريرية للصحيفة نلاحظ أن هناك نوع حرية لرئيس التحرير في أداء عمله وهذا يطبع يؤثر على تأديته لعمله بشكل إيجابي.



الشكل رقم (24): يمثل استقلالية رئيس التحرير في تأمين عمله وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

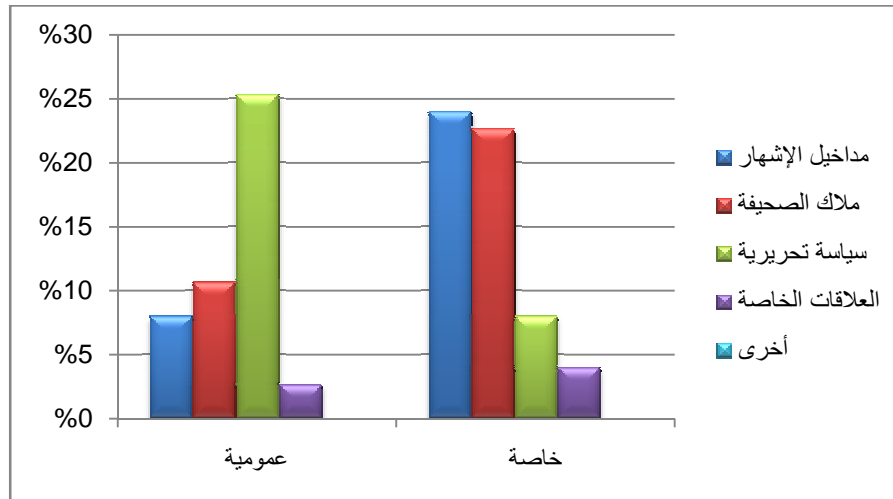


الجدول رقم (25): يوضح العوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة.

الإجابة	مداخيل الإشهار		ملاك الصحيفة		سياسة تحريرية		العلاقات الخاصة		أخرى		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
عمومية	8%	6	10.66%	8	25.33%	19	2.66%	2	0%	0	48.33%
خاصة	24%	18	22.66%	17	8%	6	4%	3	0%	0	58.66%
المجموع	32%	24	33.32%	25	33.33%	25	6.66%	5	0%	0	75%

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق بعوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة نجد أن رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام يرون أن عامل سياسة التحرير هي تؤثر على استقلالية رئيس التحرير بنسبة 25.38% تليها نسبة 10.66% خاصة بملاك الصحيفة ثم تليها مداخيل الإشهار وبنسبة 8% فأخيرا العلاقات الخاصة بنسبة 2.66% أما بالنسبة للقطاع الخاص نجد أن نسبة 24% مداخيل الإشهار تليها ملاك الصحيفة بـ 22.66% ثم سياسة التحرير بـ 8% وفي الأخير نجد 4% بالنسبة للعلاقات الخاصة، وهذا يفسر أن رؤساء التحرير يخضعون لطبيعة الصحيفة ففي القطاع العام من العوامل التي تؤثر في استقلالية رئيس التحرير سياسة التحرير بالدرجة الأولى أما في القطاع العام نجد أن مداخيل الإشهار وملاك الصحيفة هم الذين يؤثران على استقلالية التحرير وهذا يرجع إلى امتلاك الصحيفة للأشخاص الذين يسيرون الصحيفة وفق مصالحهم وللمعلنين الذين يفرضون رغباتهم آرائهم بالنسبة لإشهارهم.



الشكل رقم (25): يمثل العوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة.



المبحث الثالث: محور مدى استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تأدية عمله.
تمهيد:

من خلال هذا الفصل نود التعرف على مدى استخدام لتكنولوجيات الاتصال الحديثة والمجالات واستخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة والكشف عن هذه التكنولوجيات التي تساعد رئيس التحرير في عمله.



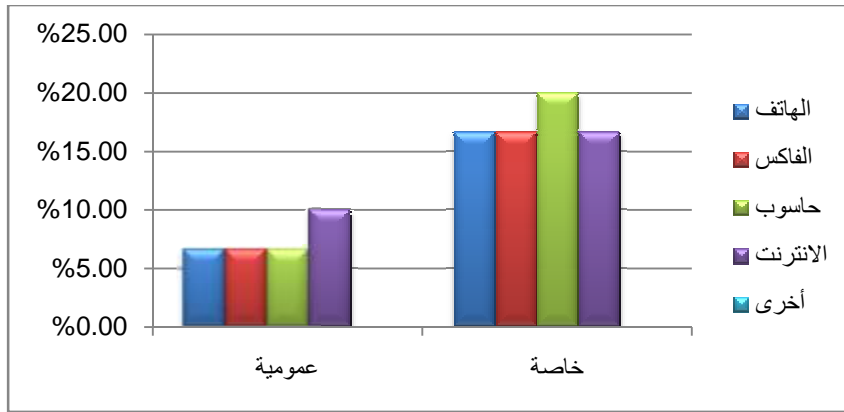
تحليل الجداول المزدوجة:

الجدول رقم (26): يوضح وسائل الاتصال المتاحة في المؤسسة الصحفية وعلاقتها بملكية جريدة.

الإجابة	الهاتف		الفاكس		حاسوب		الانترنت		أخرى		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
املكية الجريدة												
عمومية	2	6.66%	2	6.66%	2	6.66%	3	10%	0	0%	9	30%
خاصة	5	16.66%	5	16.66%	6	20%	5	16.66%	0	0%	21	70%
المجموع	7	23.32%	7	23.32%	8	26.66%	8	26.66%	0	0%	30	100%

التحلي الكيفي:

أظهرت نتائج الدراسة المسجلة في الجدول أعلاه أن نسبة 10% من المبحوثين في القطاع العام أكدوا على وجود الإنترنت في مؤسستهم الصحفية وتليها 6.66% بالنسبة للهاتف والحواسيب والفاكس متعادلة بينما نفوا وجود وسائل الاتصال الأخرى في المؤسسة الصحفية. أما في القطاع الخاص فأكدوا على وجود الحاسوب بنسبة 20% من المبحوثين ويليهما كل من الإنترنت والهاتف والفاكس بنسبة 6.66% أما بنسبة وسائل الاتصال الأخرى نسبة منعدمة وهذا يفسر أن القطاع العام يستخدم الإنترنت أكثر من القطاع الخاص، بسبب مجانية الإنترنت أما بالنسبة لباقي وسائل الاتصال فهي متاحة في كلتا القطاعين.



الشكل رقم (26): يمثل وسائل الاتصال المتاحة في المؤسسة الصحفية وعلاقتها بملكية جريدة.

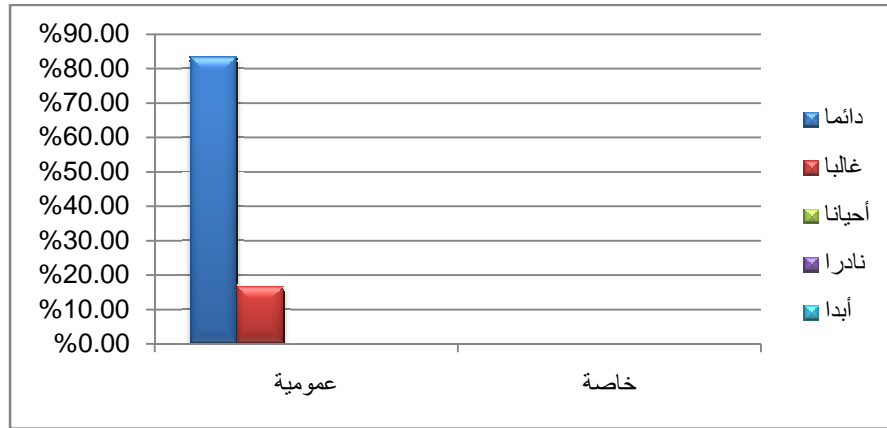


الجدول رقم (27): يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير الجنس

المجموع		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الإجابة	الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%100	30	%0	0	%0	0	%0	0	%16.66	5	%83.33	25	عمومية	الذكور
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	خاصة	
%100	30	%0	0	%0	0	%0	0	%16.66	5	%83.33	25	المجموع	

التحليل الكيفي:

أظهرت نتائج الدراسة المسجلة في الجدول أعلاه أن نسبة 83.33% من الباحثين من الذكور دائما ما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل .



الشكل رقم (27): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير الجنس



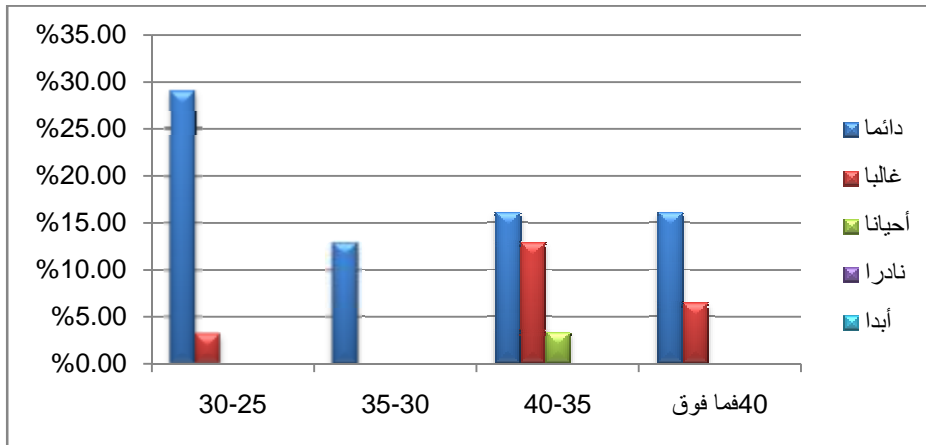
الجدول رقم (28): يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير السن

الجنس	الإجابة		دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
نساء	30-25	9	29.03%	1	3.22%	0	0%	0	0%	0	0%	10	32.25%
	35-30	4	12.90%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	12.90%
	40-35	5	16.12%	4	12.90%	1	3.33%	0	0%	0	0%	10	32.25%
	40 فما فوق	5	16.12%	2	6.45%	0	0%	0	0%	0	0%	7	22.57%
	المجموع	23	70.21%	7	22.57%	1	3.33%	0	0%	0	0%	31	100%

التحليل الكيفي:

أما بالنسبة لتوزيع الأفراد حسب العينة نجد أن أعلى نسبة مثلتها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 30-25 سنة ويليهما فئة 40-35 سنة وفئة من 40 سنة إلى ما فوق بنسبة 16.12% ويليهما الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 35-30 سنة بنسبة 12.06% في حين غالبا ما يستخدمون وسائل الاتصال بنسبة 12.90% خاص بالفئة العمرية 40-35 سنة ويليهما فئة من 40 سنة فما فوق وأخيرا الفئة العمرية 30-25 سنة بنسبة 3.22% في حين قدرت الذين يستخدمونها أحيانا بنسبة 3.33% بالنسبة للفئة العمرية 40-35 سنة، وبلغت نسبة أفراد العينة الذين نادرا أو أبدا ما يستخدمونها بنسبة منعدمة، نستنتج أن أغلبية الباحثين هم دائما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة وفي كافة الأعمار وهذا لمواكبة التطورات الحاصلة الأمر الذي يعكس رغبتهم في هذا من خلال تبني وسائل الاتصال الحديثة في الصحافة واعتماد عليها كمصدر مهم للحصول على الأخبار ونشرها واستخدامها في تبني طرق حديثة في تحرير الأخبار.

كما يتضح لنا أن نسبة منعدمة بالنسبة لنادرا وأبدا في استخدام وسائل الاتصال الحديثة لعدم الاستغناء عنها في العمل الصحفي.



الشكل رقم (28): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير السن

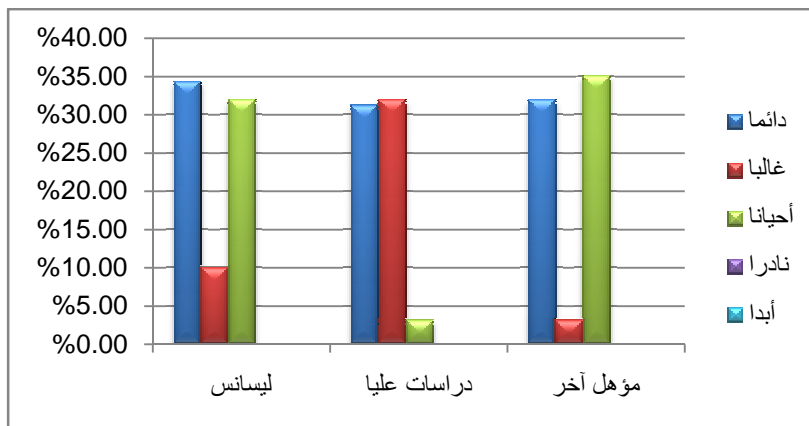


الجدول رقم (29): يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير المستوى التعليمي

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبيا		دائما		الإجابة	المستوى التعليمي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%43.75	14	%0	0	%0	0	%32	3	%10	0	%34.37	11	ليسانس
%43.75	14	%0	0	%0	0	%3.12	1	%32	3	%31.25	10	دراسات عليا
%12.5	4	%0	0	%0	0	%35.12	0	%3.12	1	%32	3	مؤهل آخر
%100	32	%0	0	%0	0	%70.24	4	%35.12	4	%97.62	24	المجموع

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق باستخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بالمستوى العلمي والتخصص العلمي أن إجابات الباحثين جاءت على أشكال مختلفة حسب المقترحات فبلغت نسبة %34.37 من يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة بالنسبة من لهم شهادة ليسانس، أما بالنسبة لمن لهم مؤهلات أخرى يستخدمونها بنسبة %32 أما بالنسبة من لهم دراسات عليا يستخدمونها %31.25 وغالبيا وصلت نسبة %32 بالنسبة لأصحاب شهادات دراسات عليا أم من لهم شهادة ليسانس بنسبة %10 وفي الأخير من لهم مؤهلات أخرى بنسبة %3.12 وعبرت نسبة %35.12 بعبارة نادرا لأصحاب مؤهلات أخرى، كما أجاب الباحثين ذو مستويات ليسانس بنسبة %32 عن استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة بينما أجاب كل الباحثين بنفيه أي نسبة منعدمة هذا راجع إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة من كافة مستويات التعليمية ولكن يختلفون فقط كيفية استخدامها ونلاحظ أن من لهم شهادات ليسانس هم من يستخدمونها بكثرة ويلبها من لهم مؤهلات أخرى لأنهم يحتاجونها في تأدية عملهم أما بالنسبة من لهم دراسات عليا يستخدمونها كثيرا لأنهم يعتمدون على معارفهم وخبرتهم المهنية يستخدمون أساليب التقليدية.



الشكل رقم (29): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العلم وعلاقته بالمتغير المستوى التعليمي



الجدول رقم (30): يوضح كيفية تحكم في استخدام هذه التكنولوجيا وعلاقته بمتغير السن

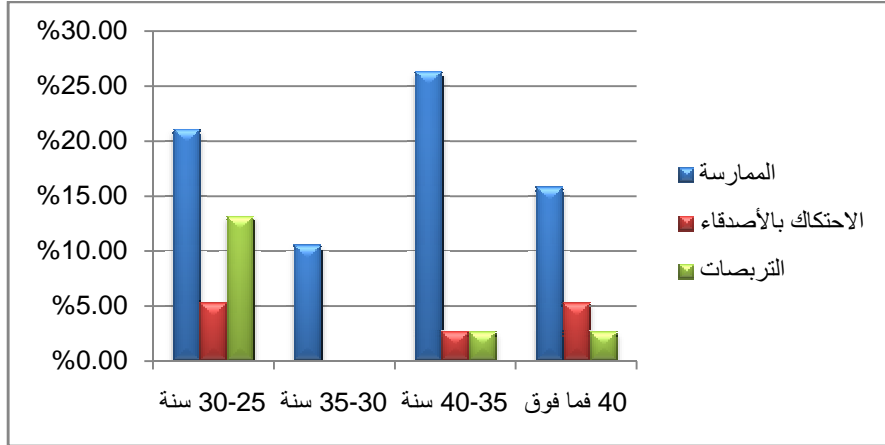
مجموع		التربصات		الاحتكاك بالأصدقاء		الممارسة		الإجابة	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
34.21%	13	13.15%	3	5.26%	2	21.05%	8	30-25	سنة
10.25%	4	0%	0	0%	0	10.52%	4	35-30	
31.57%	12	2.63%	1	2.63%	1	26.31%	10	40-35	
23.68%	9	2.63%	1	5.26%	2	15.78%	6	40	
100%	38	13.15%	5	13.15%	5	73.66%	28	المجموع	

التحليل الكيفي:

يوضح هذا الجدول كيفية تحكم في استخدام هذه التكنولوجيا وعلاقته بالجنس والسن فنجد 73.685 من أفراد العينة من الذكور يتحكمون في استخدام تكنولوجيا الاتصال عن طريق الممارسة بينما نجد نسبة 13.15% عن طريق الاحتكاك بالأصدقاء تكنولوجيا والتربصات في حين نجد نسبة 21.05% من المجموع الكلي بالنسبة للفئة العمرية 30-25 سنة يتحكمون في تكنولوجيا عن طريق الممارسة وتليها التربصات بنسبة 7.89% وبعدها الاحتكاك بالأصدقاء بنسبة 5.26% لأمل الفئة الثانية التي تتراوح أعمارهم ما بين 35-30 سنة فيتحكمون بهذه التكنولوجيا تحكم كامل عن طريق الممارسة بنسبة 10.52% ونلاحظ أن هذه الفئة تعتمد على الممارسة في تحكمها في هذه الرسائل وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم بهذه التكنولوجيا وحب معرفتها وتعلمها لذلك نجد نسبة ضعيفة في تحكمهم بها.

أما بالنسبة للفئة 40-35 سنة نجد 26.31% وهي بنسبة كبيرة بينما نجد 2.63% بالنسبة للاحتكاك بالأصدقاء بالنسبة للتربصات بنسبة 2.63% وهي نسبة ضعيفة وهذا يفسر أن هذه الفئة هي أكثر فئة تحكمت بتكنولوجيا الاتصال عن طريق الممارسة بالدرجة الأولى وهذا من أجل مواكبة التطورات الحديثة في هذا المجال.

أما الفئة العمرية الأخيرة من 40 سنة إلى ما فوق نجد 15.78% للذين تحكّموا في هذه تكنولوجيا عن طريق الممارسة ثم تليها الاحتكاك بالأصدقاء بنسبة 5.26% ثم 2.63% بالنسبة للتربصات وهذا يؤكد أن هذه الفئة رغم أنها فئة لم تعرف وسائل الاتصال الحديثة وقتها إلا أنها استطاعت مواكبة هذا التطور والتأقلم معها واستخدامها في عمله.



الشكل رقم (30): يمثل كيفية تحكّم في استخدام هذه التكنولوجيا وعلاقته بمتغير السن



جدول رقم (31): يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بملكية الجريدة ومتغير لغة الجريدة

المجموع		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%25.82	8	%0	0	%0	0	%0	0	%9.67	3	%16.12	5	عمومية	ملكية الجريدة:
%74.19	23	%0	0	%0	0	%6.45	2	%19.35	6	%48.38	15	خاصة	
%100	31	%0	0	%0	0	%6.45	2	%29.02	9	%64.50	20	المجموع	
%82.35	20	%0	0	%0	0	%2.94	1	%11.76	4	%67.64	23	عربية	لغة الجريدة:
%14	5	%0	0	%0	0	%0	0	%8.82	3	%5.88	2	فرنسية	
%100	34	%0	0	%0	0	%2.94	1	%73.51	7	%73.52	25	المجموع	

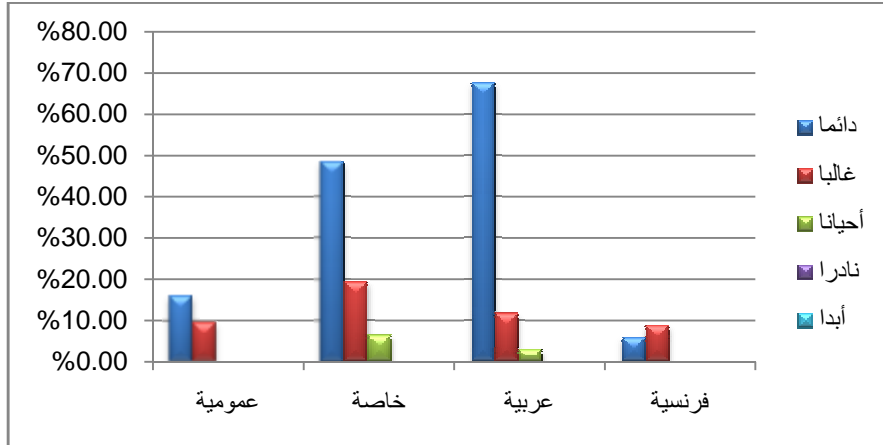
التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق باستخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بملكية الجريدة ولغة الصحيفة حيث نجد أن رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام دائما ما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة في عملهم بينما نجد نسبة 9.67% قالوا غالبا ما يستخدمونها أما بالنسبة للقطاع الخاص نجد أن 48.38% دائما ما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة بينما غالبا ما يستخدمونها المبحوثين بنسبة 19.35% في حين 6.45% من المبحوثين غالبا ما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة.

أما بالنسبة لرؤساء التحرير العاملين في الصحف العربية نجد أن 67.64% ما يستخدمونها بينما نجد 11.76% غالبا ما يستخدمونها في حين 2.94% من المبحوثين أحيانا يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة أما في الصحف الناطقة بلغة الفرنسية نجد أن نسبة 8.82% من المبحوثين غالبا ما يستخدمونها بينما 5.88% من المبحوثين من يستخدمونها وهذا يفسر أن الصحف العمومية تستخدم وسائل الاتصال الحديثة في أغلب الأحيان بينما الرؤساء التحرير العاملين في الصحف الخاصة يستخدمونها مع علم توفرهم على كافة الوسائل وهذا حسب إستراتيجيتهم بينما رؤساء التحرير العاملين في الصحف الناطقة باللغة العربية يستخدمونها كثيرا وهذا لحاجتهم لها في حين الصحف باللغة الفرنسية رؤساء التحرير فيها يستخدمونها غالبا وهذا راجح حسب تقبل كل رئيس التحرير لوسائل الاتصال الصحفية لاستخدامها في عمله.

أما بالنسبة للتخصص العلمي نجد نسبة 40% من المبحوثين يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة دائما بينما نجد من يستخدمونها غالبا 16.66% في حين قدرة استخدامها أحيانا بنسبة 3.33% وهذا بالنسبة لتخصص صحافة مكتوبة والتي نجد فيها انعدام بعبارة نادرا وأبدا بنسبة منعدمة تماما.

أما بالنسبة لم لهم تخصصات أخرى نجد منهم من يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة وهذا يفسر كل التخصصات يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة لكن أصحاب صحافة مكتوبة بنسبة قوية بينما تخصصات أخرى بنسبة متوسطة وهذا راجع إلى أن أصحاب صحافة مكتوبة يرون تطوير مهنة الصحافة لذلك يستخدمونها إضافة إلى أساليب وفنون الصحفية القديمة أي المزيج بين القديم والحديث للحصول على شيء مبتكر ومعاصر.



الشكل رقم (31): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل وعلاقته بملكية الجريدة ومتغير لغة الجريدة



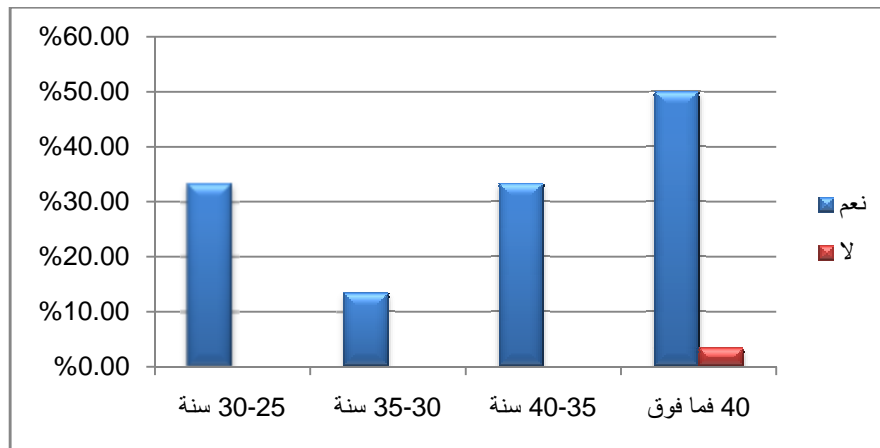
الجدول رقم (32): يوضح الاستفادة من الدورات التكوينية وعلاقته بمتغير السن

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	السن	
%33.33	10	%0	0	%33.33	10	30-25	سنة
%13.33	4	%0	0	%13.33	4	35-30	
%33.33	10	%0	0	%33.33	10	40-35	
%20	6	%3.33	1	%50	5	40 فما فوق	
%100	30	%3.33	1	%29.99	29	المجموع	

التحليل الكيفي:

نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 96.66% من المجموع الكلي للذكور استفادوا من دورات تكوينية بينما نجد 3.33% نسبة ضعيفة أي فرد واحد لم يستفد من دورات تكوينية وهذا نفسر أن معظم رؤساء التحرير في الصحف الوطنية خضعوا لدورات تكوينية وهذا لزيادة معارفهم وخبراتهم المعرفية وتطوير أساليبهم وفنون الصحفية وتعلم استخدام تكنولوجيا الحديثة بينما نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر استفادة من الدورات التكوينية هي فئة من 40 ما فوق بنسبة 50% وهذا بسبب حاجة رؤساء التحرير إلى تعلم تكنولوجيا الحديثة وكيفية استخدامها أكثر من غيرهم وهذا من أجل تحكم فيها ومواكبة العصر أما الفئة التي استفادت من الدورات التكوينية هي فئة 30-25 سنة و 40-35 سنة بنسبة 33.33% وهذا راجع إلى صغر سنهم ومعارفهم المرجعية حول تكنولوجيا الحديثة حيث لذلك لا يحتاجون إلى دورات تكوينية كثيرة إنما لتذكير وزيادة المعارف فقط.

نجد أن نسبة 3.33% من المبحوثين في فئة من 40 إلى ما فوق يقومون بدورات تكوينية وهذا حسب اعتقاد أنه لا يحتاج إلى دورات تكوينية.



الشكل رقم (32): يمثل الاستفادة من الدورات التكوينية وعلاقتها بمتغير السن

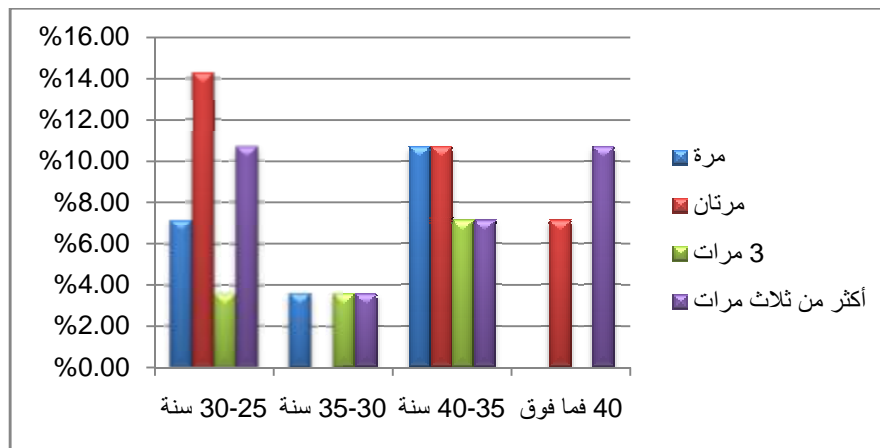


الجدول رقم (33): يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير السن

المجموع		أكثر من ثلاث مرات		3 مرات		مرتان		مرة		الإجابة	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
35.7%	10	10.71%	3	3.57%	1	14.28%	4	7.14%	2	30-25	نساء
35.7%	3	3.57%	1	3.57%	1	0%	0	3.57%	1	35-30	
10.71%	10	7.14%	2	7.14%	2	10.71%	3	10.71%	3	40-35	
17.85%	5	10.71%	3	0%	0	7.14%	2	0%	0	40 فما فوق	
100%	28	21.42%	9	14.28%	4	24.99%	9	21.42%	5	المجموع	

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه حيث نجد أن 14.28% تخص الفئة 30-25 سنة بالنسبة لرؤساء التحرير الذين قاموا بدورات تكوينية 3 مرات أما بالنسبة الأكثر من 3 مرات نجد نسبة 10.71% أما بالنسبة لمن يقومون بدورات تكوينية لمرتين في السنة بنسبة 14.28% أما لمن قام بمرّة واحدة فنجد نسبة 7.14% أما بالنسبة للفئة العمرية الثانية من الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 40-35 سنة بمرّة واحدة بنسبة 10.71% كذلك نجد من قاموا بدورات تكوينية لمرتين في السنة بنفس النسبة 10.71% أما بالنسبة لأكثر من 3 مرات نجد 7.14% نجد أن هناك 10.71% من المجموع الكلي من قاموا بها لكثير من 3 مرات أما الفئة العمرية الأخيرة هي فئة 35-30 سنة التي نجد فيها نسبة متساويين ب 3.57% في كل من مرة واحدة 3 مرات ولأكثر من 3 مرات لعدد الدورات تكوينية في السنة.



الشكل رقم (33): يمثل حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير السن

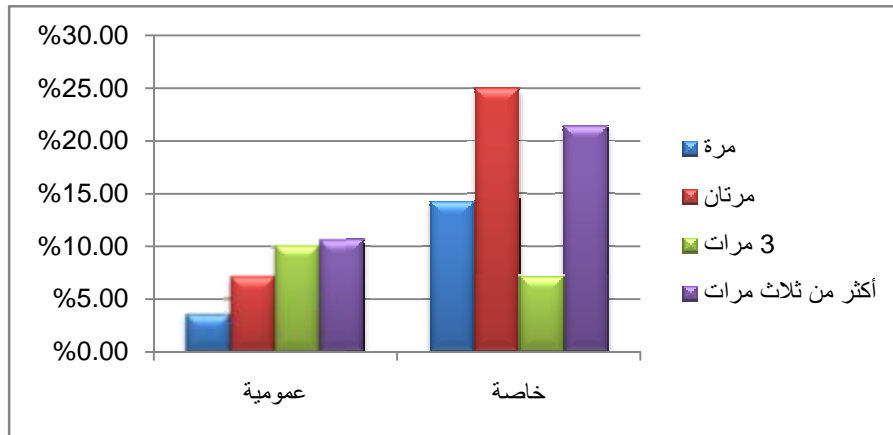


الجدول رقم (34): يوضح حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

المجموع		أكثر من ثلاث مرات		3 مرات		مرتان		مرة		الإجابة	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%42.14	9	%10.71	3	%10.17	3	%7.14	2	%3.57	1	عمومية	ملكية الجريدة:
%67.85	19	%21.42	6	%7.14	2	%25	7	%14.28	4	خاصة	
%100	28	%32.13	9	%17.85	5	%42.14	9	%17.85	5	المجموع	

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن نسبة ملكية الجريدة نجد أن رؤساء التحرير في القطاع العام يقومون بدورات تكوينية لـ 3 مرات في سنة بنسبة %10.71 كما نجد أن أكثر من 3 مرات في سنة لها نفس النسبة بـ %10.71 بينما من يقومون بها مرتان في السنة بـ %7.14 أما في القطاع الخاص نجد أن رؤساء التحرير يقومون فيها بدورات تكوينية لمرتان في السنة في سنة بنسبة %25 تليها أكثر من 3 مرات بنسبة %21.42 ثم تليها نسبة %17.14 لـ 3 مرات في السنة وأخيرا نجد مرة واحدة في السنة بنسبة %14.25 وهذا يفسر أن حجم دورات تكوينية مكثف بنسبة لرؤساء التحرير مهما كانت أعمارهم لإدراكهم لحجاتهم لتلك الدورات لتزويد بكل ما هو جديد في مجال تكنولوجيا الحديثة هذا ما لمسناه في كل من القطاع العام والقطاع الخاص.



الشكل رقم (34): يمثل حجم دورات تكوينية وعلاقته بمتغير ملكية الجريدة

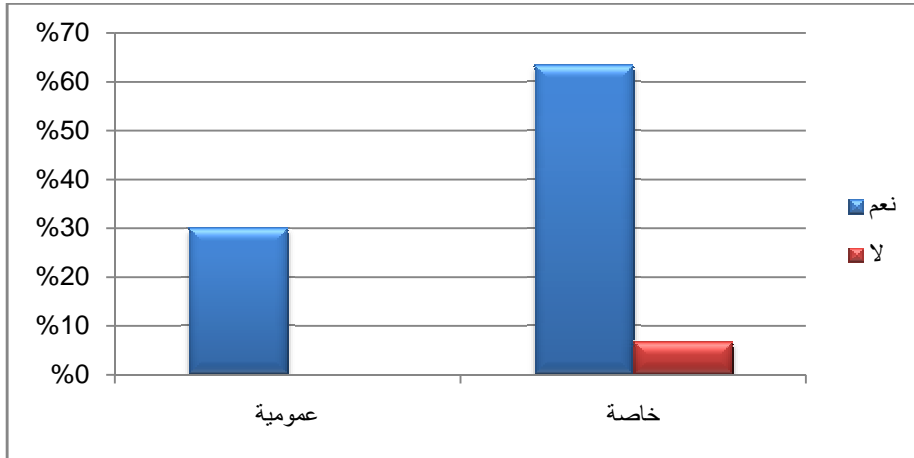


الجدول رقم (35): يوضح الاستفادة من دورات تكوينية وعلاقته بمتغير وملكية الجريدة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
30%	9	0%	0	30%	9	عمومية	ملكية الجريدة
70%	21	6.66%	2	63.33%	19	خاصة	
100%	30	6.66%	2	93.33%	28	المجموع	

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه المتعلق بالاستفادة من دورات تكوينية وعلاقته بمتغير وملكية الجريدة نجد أن نسبة 30% من رؤساء التحرير العاملين في القطاع العام يستفيدون من دورات تكوينية أما في القطاع الخاص نجد أن رؤساء التحرير العاملين في القطاع الخاص يستفيدون من دورات تكوينية ويرجع هذا إلى رؤساء التحرير العاملين في القطاع الخاص بحاجة ماسة إلى دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيات الاتصال حسب اعتقادنا يرجع هذا إلى الإمكانيات المادية لرؤساء التحرير في حالة إذا كانت دورة على حسابه أما في القطاع العام فرؤساء التحرير ليس مهتمين بدورات تكوينية ويعتبرونها ليست مهمة وليسوا بحاجة إليها.



الشكل رقم (35): يمثل الاستفادة من دورات تكوينية وعلاقته بمتغير وملكية الجريدة



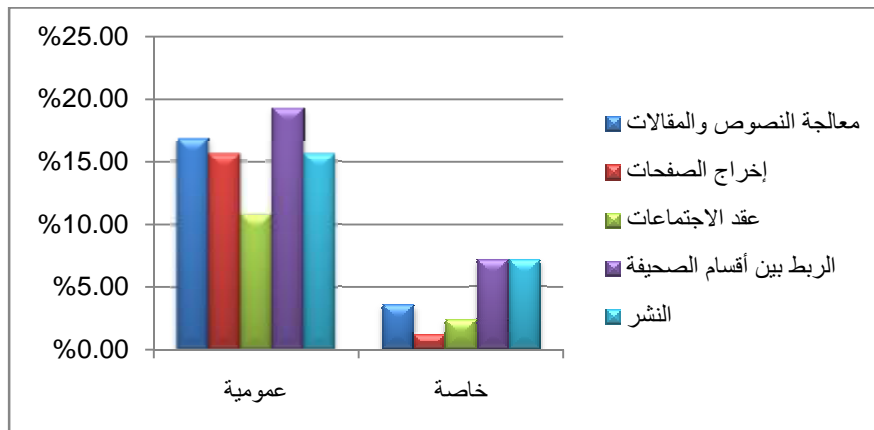
الجدول رقم (36): يوضح مجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وعلاقته بملكية الجريدة

الإجابة	معالجة النصوص والمقالات		إخراج الصفحات		عقد الاجتماعات		الربط بين أقسام الصحيفة		النشر		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
عمومية	14	16.86%	13	15.66%	9	10.84%	16	19.27%	13	15.66%	65	76.31%
خاصة	3	3.61%	1	1.20%	2	2.40%	6	7.22%	6	7.22%	18	21.68%
المجموع	17	20.47%	14	16.86%	11	13.26%	22	26.49%	19	22.88%	83	100%

التحليل الكيفي:

نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 19.27% من رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام يستخدمون وسائل الاتصال في الربط بين أقسام الصحيفة ويليهها معالجة النصوص والمقالات بنسبة 16.86% ونجد نسبة 15.66% للنشر وإخراج الصفحات بنسبة 10.84% لعقد الاجتماعات ومهنا نستنتج أن رؤساء التحرير في القطاع العام يستخدمون وسائل الاتصال في مختلف المجالات وهذا يؤكد على أن وسائل الاتصال ضرورية في المؤسسة الصحفية وفي عمل الصحفي والهدف الأول من هذه الوسائل هي الربط بين أقسام الصحيفة بالدرجة الأولى.

أما بالنسبة للقطاع الخاص نجد أن رؤساء التحرير يستخدمون وسائل الاتصال في النشر والربط بين أقسام الصحيفة بنسبة 7.22% بينما نجد 3.61% في معالجة النصوص والمقالات 2.40% في عقد الاجتماعات وأخيرا 1.20% بنسبة ضعيفة جدا في إخراج الصفحات وهذا يفسر أن القطاع الخاص رؤساء التحرير يستخدمون وسائل الاتصال لربط والنشر أولا وهذا لأنها تسهل التواصل بين أفراد العاملين في المؤسسة الصحفية وتختصر الوقت والزمن في النشر وكذلك تساعد في معالجة النصوص من خلال إدخال تطبيقات وبرامج تسهل عملية إخراج في وقت وزمن قصير وبشكل صحيح ومنتقن.



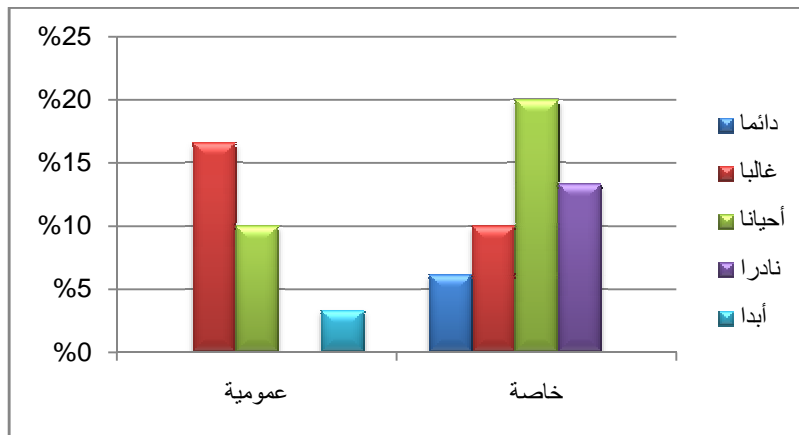
الشكل رقم (36): يمثل مجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وعلاقته بملكية الجريدة

الجدول رقم (37): يوضح استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين وعلاقته بملكية الجريدة.

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الإجابة	ملكية الصحيفة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
30%	9	3.33%	1	0%	0	10%	3	16.6%	5	0%	0	عمومية
70%	21	0%	0	13.33%	4	20%	6	10%	3	6.15%	8	خاصة
100%	30	3.33%	0	13.33%	4	30%	9	26.66%	8	6.15%	8	المجموع

التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه المتعلق باستخدام وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين وعلاقته بملكية الجريدة نجد أن رؤساء التحرير العاملين في القطاع العام غالبا ما يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين بنسبة 16.66% في حين نجد غالبا ما يستخدمونها بنسبة 10%. كما نجد من لا يستخدمها أبدا بنسبة 3.33% أما في القطاع الخاص نجد أن رؤساء التحرير التابعين لها أحيانا يستخدمونها بنسبة 26% تليها نسبة نادرا بـ 13.33% أما 10% نسبة غالبا ما يستخدمونها بينما دائما يستخدمونها بنسبة 6.15% وهذا يفسر أن رؤساء التحرير في القطاع العام والخاص أحيانا ما يستخدمون وسائل الاتصال لعقد الاجتماعات بين الصحفيين وهذا بسبب عدم انتشار فكرة التواصل وعقد الاجتماعات (on line) أو يرجع كذلك إلى عدم توفر بعض المؤسسات الصحفية على هذا النوع من تكنولوجيات الاتصال.



الشكل رقم (37): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين وعلاقته بملكية الجريدة

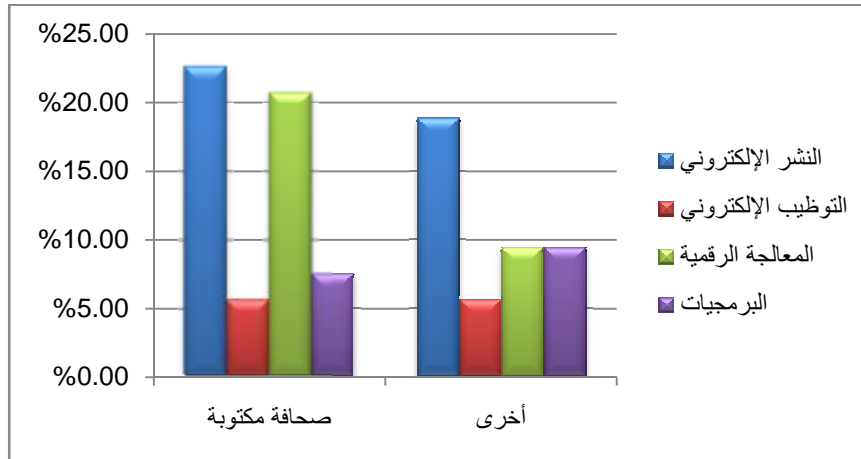


الجدول رقم (38): يوضح تكنولوجيات الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بتخصص العلمي

الإجابة		النشر الإلكتروني		التوضيب الإلكتروني		المعالجة الرقمية		البرمجيات		التخصص العلمي	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
صحافة مكتوبة	12	22.64%	3	5.66%	11	20.75%	4	7.54%	30	56.60%	
أخرى	10	18.86%	3	5.66%	5	9.43%	5	9.43%	23	43.39%	
المجموع	22	10.76%	6	11.92%	16	30.18%	9	16.97%	53	100%	

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن رؤساء التحرير أصحاب تخصصات صحافة يستخدمون تكنولوجيات الصحافة للنشر الإلكتروني بنسبة 22.66% تليها المعالجة الرقمية بنسبة 20.75% بينما نجد أن البرمجيات تحتل نسبة 7.56% من المجموع الكلي كما نجد أن التكنولوجية التوضيب الإلكتروني تحتل نسبة 5.66% أما بالنسبة لأصحاب التخصصات الأخرى نجد أن النشر الإلكتروني بنسبة 18.86% ثم في المرتبة الثانية يتقاسمها كل البرمجيات المعالجة الرقمية بنسبة 9.43% أما أخيراً نجد 5.66% بالنسبة لتوضيب الإلكتروني وهذا يفسر أن في كل التخصصات الصحافة المكتوبة أو غيرها يعتمدون على النشر الإلكتروني بالدرجة الأولى كذلك نلاحظ استخدام كافة أنواع تكنولوجيا الصحافة ترى أن هذه التكنولوجيات الصحافة تقتصر فقط على أصحاب تخصص الصحافة المكتوبة بل يستخدمها رؤساء التحرير يرون تخصصات أخرى وهذا يؤكد على أن هذه التكنولوجيات يمكن اكتسابها عن طريق الممارسة.



الشكل رقم (38): يمثل تكنولوجيات الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بتخصص العلمي

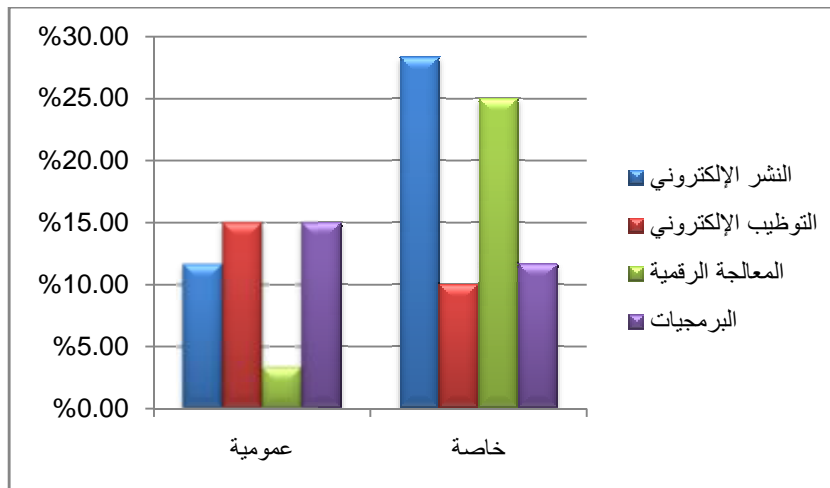


الجدول رقم (39): يوضح تكنولوجيات الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة

الإجابة		النشر الإلكتروني		التوضيب الإلكتروني		المعالجة الرقمية		البرمجيات		التخصص العلمي	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
7	11.66%	3	15%	2	3.33%	3	15%	115	25%	عمومية	في ال ت ج م
17	28.33%	6	10%	15	25%	7	11.66%	45	75%	خاصة	
14	39.99%	9	25%	17	28.33%	10	26.66%	60	100%	المجموع	

التحليل الكيفي:

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ ان نسبة لملكية الجريدة فنجد رؤساء التحرير في القطاع العام يستخدمون تكنولوجيات الصحافة بنسبة 15% للتوضيب الإلكتروني والبرمجيات بينما النشر الإلكتروني بنسبة 11.66% أما المعالجة الرقمية بنسبة 3.33% أما في القطاع الخاص نجد استخدام رؤساء التحرير لتكنولوجيا الصحافة بنسبة 28.33% بالنسبة للنشر الإلكتروني يليها المعالجة الرقمية بنسبة 25% أما بالنسبة للبرمجيات 11.66% بينما التوضيب الإلكتروني وهذا يفسر أن في القطاع العام يستخدمون تكنولوجيات الصحافة في البرمجيات والتوضيب الإلكتروني بينما نجد في القطاع الخاص يستخدمونها في النشر الإلكتروني نلاحظ أن هناك اختلاف في استخدام تكنولوجيات الصحافة.



الشكل رقم (39): يمثل تكنولوجيات الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير وعلاقته بملكية الجريدة



الجدول رقم (40): يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بالتخصص العلمي

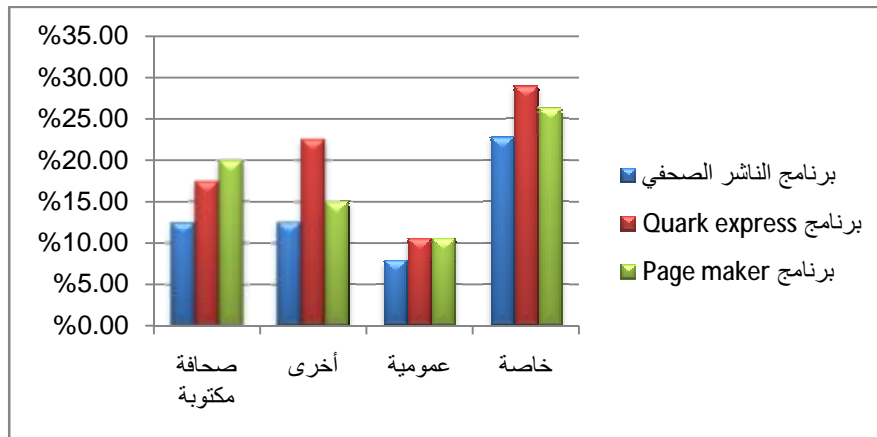
المجموع	برنامج Page maker		برنامج Quark express		برنامج الناشر الصحفي		الإجابة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
	20	50%	8	20%	7	17.5%	5	12.5%
	20	50%	6	15%	6	22.5%	5	12.5%
	40	100%	14	35%	16	40%	10	25%

التحليل الكيفي:

يمثل الجدول أعلاه البرامج التي يستخدمها رئيس التحرير في تصميم وإخراج الصفحات وعلاقتها بتخصص العلمي وملاحظ من خلال البيانات أن 20% بالنسبة لبرنامج Quark express بالنسبة لتخصص الصحافة المكتوبة ويليها برنامج Page maker بنسبة 17.5% ويليها برنامج الناشر الصحفي بنسبة 12.5%. أما بالنسبة لتخصصات أخرى نجد أن 22.5% لبرنامج Page maker ثم برنامج Quark express بنسبة 15% يليها برنامج الناشر الصحفي بـ 12.5%.

ونلاحظ أنه عند إخراج الصفحات وتصميم يعتمدون على برنامج Quark express بكثرة في صحافة مكتوبة وهذا يرجع إلى حسب أسلوب الإخراج المعتمد في الصفحات المكتوبة والذي يعتمد على فنون التحرير واللغة... الخ. وهذا لا يعني استخدام برامج أخرى.

بينما في تخصصات أخرى نجد أنهم يستخدمون بكثرة برنامج Page maker.



الشكل رقم (40): يمثل البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها بالتخصص العلمي

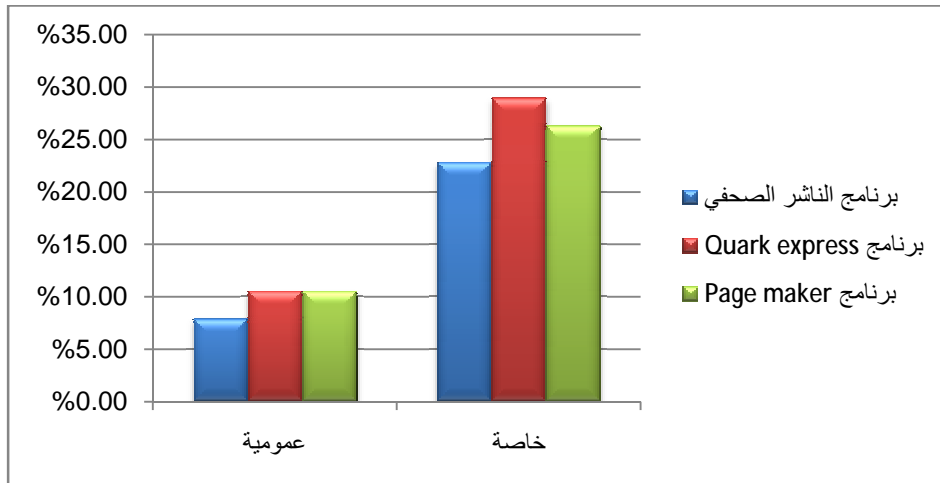


الجدول رقم (41): يوضح البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها ملكية الجريدة

المجموع	برنامج Page maker		برنامج Quark express		برنامج الناشر الصحفي		الإجابة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
	28.94%	11	10.52%	4	7.89%	3	عمومية	في البرامج التي تستخدمها
	71.05%	27	26.31%	10	22.80%	6	خاصة	
	100%	38	36.84%	14	30.69%	9	المجموع	

التحليل الكيفي:

يظهر من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة ملكية الجريدة فنجد رؤساء التحرير التابعين للقطاع العام يستخدمون برنامج Quark express وبرنامج Page maker بنسبة متعادلة 10.52% أما بالنسبة لبرنامج الناشر الصحفي بنسبة 7.89% أما في القطاع الخاص يستخدمون برنامج Page maker بنسبة 28.94% ويليهما برنامج Quark express بنسبة 26.31% في جديد برنامج الناشر الصحفي بنسبة 22.80% وهذا يفسر أن جريدة حسب ملكيتها العامة أو الخاصة لها برنامج خاص بها وهذا ما نلاحظه في صفحات الجريدة وهذا ما يميز كل جريدة عن جريدة في أسلوب إخراجها للصفحات واختيارها البرامج المناسبة.



الشكل رقم (41): يمثل البرامج التي تستخدمها في تصميم إخراج الصفحات وعلاقتها ملكية الجريدة



نتائج الدراسة:

1. أصبحت مهنة رئيس التحرير محتكرة من طرف الذكور.
 2. أصبحت مهنة رئيس التحرير مهنة تحريرية تقنية في نفس الوقت.
 3. المنصب الأصلي لرئيس التحرير في الصحف الوطنية هو مصحح لأنه يصحح بالدرجة الأولى.
 4. مهام وضع المادة الإعلامية من مهام رئيس التحرير.
 5. تقلصت مهام رئيس التحرير التقنية منها إنجاز الماكيث خاصة بعد ظهور مهنة أخرى مثل: الإخراج الصحفي لكن لم تقلص بشكل كامل.
 6. يصحح رئيس التحرير المقال ويتدخل في تصحيحه على مستوى الشكل والمحتوى معا وهذا يعني تزايد مهماته.
 7. تكمن وظيفة رئيس التحرير في الصحف الوطنية في الربط والتنسيق بين الأقسام الإدارية.
 8. يطبق رئيس التحرير السياسة التحريرية للجريدة عند نشر مواضيع، كما يتمتع باستقلالية في تأدية مهمته لأن أنه يخضع لعدة عوامل تؤثر في استقلالية.
 9. يستعمل رئيس التحرير كافة وسائل الاتصال الحديثة ويستخدمها في عمله اليومي بكثرة.
 10. يتحكم في هذه تكنولوجيات عن طريق الممارسة والتربصات حيث يخضع رئيس التحرير في الصحف الوطنية اليومية لعدة دورات تكوينية لتنمية قدراته ومواكبة تطورات عصره.
 11. معظم الصحف الوطنية لا تملك وسيلة اتصالية الحديثة التي تسمح بعقد الاجتماعات مباشرة (*On line*) بين الصحفيين.
 12. يستخدم رئيس التحرير كافة البرامج التي تساعد في إخراج والتصميم الصفحات.
 13. أكثر من 40% من رؤساء التحرير قالوا بأن تكنولوجيات الاتصال الحديثة ساعدت كثيرا في تطوير مهنة الصحافة من ناحية الجودة والآنية في نقل الأخبار ومن ناحية التحرير.
- سمحت بالتواصل بين الصحفيين وغيرهم خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمثال الفايسبوك وفتحت المجال أمام ظهور ما يسمى بصحافة المواطن والصحافة الإلكترونية وظهور ما يسمى بالصحافي الإلكتروني كما ساهمت بدورها في عملية توسيع نشاط النشر الإلكتروني وهذا ما سيفتح آفاق جديدة في المستقبل لرئيس التحرير.



اللائحة

الخاتمة:

عرف مجال الصحافة السنوات الأخيرة انفجارا تكنولوجيا رهيب أدت استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ظهور مهن مرتبطة مباشرة بالإعلام الآلي المركب (*Monteur* *Rewriter*) والماكينت أما أدت هذه التطورات التكنولوجيا إلى ظهور مهن أخرى الذي يسهر على استعمال عقلائي وجيد *Visualiseur* المكلف بإعادة كتابة المقالات وللصورة الإعلامية. أخذت آل واحدة من هذه المهن الجديدة جزء من عمل رئيس التحرير ولكن هل آل هذا يسمح لنا القول إن مهنة رئيس التحرير مهددة بالانقراض؟ طبعا لا. تبقى مختلف هذه المهن تحت إشراف رئيس التحرير. فهو المنسق لمختلف المهام. فلا يمكن لأي من هذه المناصب الجديدة أن تعوض أهمية رئيس التحرير في الجريدة. حيث في هذا الصدد أجابنا السيد محمد شولي، رئيس تحرير سابق في عدة مجالات وجرائد وطنية وأجنبية قائلا: "لا يمكننا تحويل صباغ إلى رسام. بمجرد توفير له الفرشاة والألوان، أما لا يمكننا تحويل بناء إلى مهندس معماري. بمجرد توفير له كوس وقلم رصاص ومستعمل جهاز الكمبيوتر لا يمكن أن يتحول إلى رئيس تحرير. بمجرد توفير له آلة فعالة". إذن توفير الآلات والأجهزة الإلكترونية الحديثة لا تكفي لوحدها لضمان سير العمل الجيد بالجريدة إذا لم يكن هناك شخص يتقن قواعد الإخراج الصحفي والمبادئ الأولية اليتبوغرافية (*Typographie*).



قائمة اطرا جے

قائمة المراجع:

المعاجم والقواميس:

1. بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي فرنسي عربي)، دار الكتاب اللبناني، ط 2، لبنان، 1994.
2. البستاني عبد الله: البستان، مكتبة لبنان، بيروت، 1992.
3. جمال الدين أبي فضل، المجلد التاسع، 1997.
4. حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر، 2004.

الكتب باللغة العربية:

5. أبو اروغان محمد: ترشيد الأموال العمومية أم ترشيد الصحافة، الخبر، العدد 4191، الثلاثاء 14/09/2004 الموافق ل 29 رجب 1425
6. أبو زيد فاروق: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1998.
7. إحدادن زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004.
8. أحمد رشقي جيهان: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي 1978.
9. أنجوس موريس: منهجية البحث لعلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة يزيد صحراوي، ط2، دار القصة للنشر الجزائر، 2006.
10. نجيت السيد: الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
11. بن عامر سعيد ، علي محمد عبد الوهاب: الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، ط2، القاهرة، مركز وليد سير قيس، 1998.
12. بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
13. بن مرسللي أحمد: أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام والاتصال المجلة الجزائرية للاتصال العدد 15 جانفي، جوان 1997.
14. بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
15. بوند فريزر ، مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، مراجعة إبراهيم داغر، دار الطباعة والنشر، بيروت.
16. جيهان رشقي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام المشتركة المتحددة، للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1978.
17. حافظ أسما حسين: تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي مصر، الدار العربية للنشر، والتوزيع، 2005.
18. حسام الدين محمد: المسؤولية الاجتماعية، للصحافة الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.

19. حسين سمير محمد: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 1995.
20. الخوالي أسامة ، القرارات التكنولوجية وأثرها على وسائل الإعلام، الإسكندرية، دار النهضة العربية، 2000.
21. درويش شريف: تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
22. دليو فضيل ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.
23. الرفاعي حامد ، جبار العبيدي: المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية مركز عبادي للدراسات والنشر، اليمن، 1996.
24. زرواتي رشيد: مناهج وأدوات البحث في علوم الاجتماع، دار النشر للهدى، الجزائر، 2007.
25. الزغبي محمد: التغير الاجتماعي، ط1، دار الطليعة، 1988.
26. زيان عمر محمد: البحث العلمي مناهجه تقنياته، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983.
27. سيد محمد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، دار الرفاعي، الرياض، ط2، 1986.
28. شرف عبد العزيز: المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، ط1، مصر، 1999.
29. شطاح محمد: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، الجزائر، دار الهدى، 2006.
30. شفيق محمد: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية لمكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
31. شلي محمد، المنهجية في التحليل السياسي، الجزائر: دون ناشر، 1997.
32. صابات خليل: الصحافة رسالة، استعداد، فن، دار المعارف، مصر، ط1، 1995.
33. صالح أشرف ، محمود علم الدين: مقدمة في صحافة، مركز تكنولوجيا التعليم، ط1، القاهرة، 2004.
34. الضامن منذر: أساسيات البحث العلمي ط1، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع 2007.
35. عبد الحميد محمد: بحوث الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1992.
36. عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 1997.
37. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، علم الكتاب، القاهرة، 2001.
38. عبد الحميد محمد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1993.
39. عبد الله الطيب عبد النبي: إدارة مؤسسات الصحفية، جامعة وادي النيل، السودان.
40. عبد الله المسلمي إبراهيم: إدارة المؤسسة الصحفية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة.
41. عبد الله المسلمي إبراهيم: التشريعات الإعلامية، قراءة تقنية لأسس الدستورية والقانونية التي تحكم أداء وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
42. علم الدين محمود: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار الرحاب، 2005.
43. علم الدين وآخرون: الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال القاهرة، دار الشروق، 1998.

44. عماد مكاوي حسن ،ليلى السيد: اتصال ونظريات المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1،1998.
45. عماد مكاوي حسن: أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة لدار المصرية اللبنانية، ط3 القاهرة، 1994.
46. عماد مكاوي حسن: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، والمصرية واللبنانية، 1994، ص 52.
47. العياضي جمال الدين: من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، القاهرة، 1965، ص 104.
48. غايار فيليب: تقنية الصحافة، ترجمة فادي، الحسيني منشورات عويدات، ط 2، بيروت، 1983.
49. فالين ديولد فاند: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نبيل وآخرون، ط3، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1985.
50. فتح الباب عبد الحليم ، إبراهيم حافظ الله: وسائل الإعلام والأعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1985.
51. ماهر أحمد ، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2000.
52. محمد ربيع عبد الجواد سعيد: إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في المواقع والمستحدثات القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
53. محمد علي: علم الاجتماع والمنهج العلمي، دراسة في طرائق البحث العلمي وأساليبه، ط2، الإسكندرية، دار المعرفة، د.ت.
54. مروة أديب: الصحافة العربية نشأتها و تطورها، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان.
55. النجار سعيد الغريب: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، ط2003، 1.
56. الهادي خالد ، قدي عبد المجيد: المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر، 1996.
57. ياسر محمد الملازم الأول: إدارة الإعلام الأمني أهمية الصحافة ووظيفتها والمبادئ التي تحكم عملها وفق القوانين.

الكتب باللغة الفرنسية:

58. Albert pierre: la presse, 5^{eme} édition, que sais je pi f, 1985.
59. ballefrancis ; sociologivedel' informatiom texte fondame, taux, libraire rarousse, paris, 1979.
60. Benjamin campanies :the newspaper industry in 1980,in assessment of economies and technology, newyork, knowledge in dustry pub ,1980.
61. Daniel grojnowski: l'image et le texte dans presse actulité n°170, février, 1983.

62. Fernand Boudin: "la presentation de la copie" in la chose imprimés, Editions Rets; N85; paris.
63. John LaPorte: making a news paper, Henry Holt and Company, New York, 1912.
64. La rhétorique de l'image: comparaison, opposition, inversion, analogie, hyperbole, antithèse...
65. Louis Guery: le secrétaire rédaction, de la copie à la maquette de mise en forme, 6^{ème} édition, éditions du C.F.R.J., Paris, 1990.
66. Louis Guery, le secrétaire de rédaction.
67. Maruella Molina; les journalistes statut professionnel libertés et responsabilités, victorien, édition, Paris, 1989.
68. Mody First World Communication Technology in the third world, Context. □
69. Mourisjanowiy; professional models in journalism, the gate keeper and the advocate journalism quarterly, vol 52, n°1, 1975.
70. Robert de Jouvenel; le journalisme en vingt leçons, édition Payot, Paris, 1920.

المذكرات والأطروحات:

71. الحسيني الدين: الدارة ونجاح المؤسسة الصحفية، رسالة دكتوراه، عرض عاطف صقر، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 46، القاهرة، 1987.
72. ليندة لبيض: إسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التنموية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2001-2002.
73. محمد عبد الوهاب عبد الباسط: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ... دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، 2005.
74. هند أحمد: تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة، رسالة دكتوراه القاهرة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، 2007.

الجرائد والمواثيق الرسمية:

75. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 04، 1982.
76. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 14، 1990.
77. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 30، 1990.

المواقع الإلكترونية:

78. أحمد علي ميثاق: أخلاقيات المهنة الصحفية ahmedah23@gamil.com يوم الجمعة 16 يونيو 2013

79. المقارنة، موقع جامعة: نايف سعود للعلوم الأمنية www.nauss.ed.sa يوم 2014/11/14.
80. ممدوح عبد الهادي عثمان: التكنولوجيا ومدرسة المستقبل: الواقع والمأمول، www.edc.gov.sa 23-02-2014.
81. الموسوعة العلمية الحديثة www.m3loma.com (23-03-2014).

الموسوعات:

82. ايفانس رادفد، الموسوعة الصغيرة، ترجمة الباحثة الجومر: صحافة بلا دموع، 1889.
83. حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2003.
84. الموسوعة العربية العالمية: المجلد الخامس عشر، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، ط2، الرياض، 1995.

المنشورات والمجلات:

85. حورشيد عبد الرزاق محمد كامل: القيادة الإدارية في المؤسسات الإعلامية، مجلة كلية بغداد، للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 23، 2010.
86. دليو فضيل: وسائل الاتصال وتكنولوجياه، منشورات جامعة منوري، قسنطينة، الجزائر، 2002.
87. رضا نجار حسن: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة البحرين، منشورات جامعة البحرين، 2009.
88. صلاح محمد صلاح: التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي، دراسة تطبيقية ميدانية الجامعة الإسلامية، غزة، 2011-2012.
89. الموسوي محمد: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الدانمارك منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.

المنشورات:

90. الإدارة الصحفية: منشورات اتحاد الصحفيين، سلسلة المهنية سلسلة محاضرات الدورة التدريبية.
91. الصحافة وحقوق الإنسان: نقابة الصحفيين المغاربة، الرباط، 1998، ص12.
92. محمود يسري، منى أبو طبل: البرمجيات العديدة للنظم النشر الإلكتروني، عالم الطباعة، المجلس السادس، العدد الثاني عشر.
93. الأنظمة الإلكترونية لتجهيز الصفحات، عالم الطباعة، فبراير 1988.

المقابلات:

94.مقابلة مع هابت حناشي، رئيس تحرير جريدة الحياة، يوم: 14-01-2015 على الساعة 14.00 مساءً.

95.مقابلة مع مالك ربراب: رئيس جريدة الفجر، يوم 2015/02/14، على الساعة 13.30 زوالاً

96.مقابلة مع حريزي سامعي، صحفي بجريدة الهداف يوم 2015/03/23 على الساعة 10.00 صباحاً.

97.مقابلة مع أحمد حجاب، صحفي بجريدة الحوار، يوم: 2015/03/23، على الساعة 09.30 صباحاً.

98.مقابلة مع أمين علام: رئيس تحرير بجريدة وقت الجزائر، يوم: 2015/01/24 على الساعة 11.00 صباحاً.

الملاحف



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique
et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد بوضياف
المسيلة
Université
Mohamed Boudiaf
M'Sila



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

موضوع الرسالة

تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على مهنة رئيس تحرير
في الصحافة المكتوبة

دراسة مسحية لعينة من رؤساء التحرير في الصحف الوطنية

إستمارة مقدمة في إطار حصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام
والإتصال تخصص صحافة مكتوبة

اعداد الطالبة اشرف الاستاذ

بوقرة رضوان

عيسو أمال نادية

الرجاء الإجابة على الأسئلة الاستمارة بالشطب على العبارة المناسبة. كما نعلمكم أن
هذه الاستمارة توظف لغرض علمي بحث والمعلومات التي تدون بها تبقى سرية.
وشكرا.

1_المحور الاول البيانات الشخصية

1_الجنس

ذكر

انثى

2_السن

30_25 سنة

35_30 سنة

40_35 سنة

من 40 سنة الى مافوق

3_المستوى العلمي

ليسانس

دراسات عليا

مؤهل اخر

.....ماهو

4_تخصصك العلمي

صحافة المكتوبة

تخصصات اخرى

.....اذكرها

5_ ملكية الجريدة

عمومية

خاصة

6_ لغة الصحيفة

عربية

فرنسية

2 المحور الثاني :مكانة رئيس التحرير في الصحيفة

7_ كيف يعرف رئيس التحرير ؟

صحافي

تقني

صحافي وتقني في نفس الوقت

مسؤول

8_ ماهو المنصب الاصيلي لرئيس التحرير ؟

مصحح

مخرج

منسق

مراقب

9_ من يقرر وضع المادة الاعلامية في الصحيفة ؟

رئيس التحرير

مدير النشر

المخرج الصحفي

10_ من ينجز ماكيت الجريدة ؟

رئيس التحرير

المخرج الصحفي

اخرين

انكرهم.....

11- هل يصحح رئيس التحرير المقال الصحفي ؟

نعم

لا

12_ اذا كانت اجابتك بنعم الى اي مستوى يتدخل في تصحيحه ؟

الشكل

المحتوى

الشكل والمحتوى معا

13_ هل تتضمن وظيفتك تنسيق وربط بين جهاز التحرير وأقسام الادارية اخرى؟

نعم

لا

14_ هل تعمل وفق السياسة التحريرية للصحيفة عند نشر مواضيعها ؟

دائما

غالبا

احيانا

نادرا

ابدا

15_ هل تعتقد ان رئيس التحرير مستقل في تادية عمله؟

نعم

لا

16_ ماهي العوامل المؤثرة على استقلالية رئيس التحرير؟

مدا خيل الاشهار

ملاك الصحيفة

سياسة التحرير

العلاقات الخاصة

اخرى

اذكرها.....

3 المحور الثالث: مدى استخدام رئيس التحرير لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تأدية عمله؟

17_ ماهي وسائل الاتصال المتاحة في مؤسستكم؟

الهاتف

الفاكس

حاسوب

الانترنت

اخرى

اذكرها.....

18_ هل تستخدم وسائل الاتصال الحديثة في عملك؟

دائما

غالبا

أحيانا

نادرا

ابدا

19_ كيف تحكمت في استخدام هذه تكنولوجيات؟

الممارسة

الاحتكاك بالأصدقاء

التربصات

20_ هل استفدتم من الدورات تكوينية؟

نعم

لا

21_ إذا كانت اجابتك بنعم ما حجمها في السنة ؟

مرة واحدة

مرتان

3 مرات

اكثر من 3 مرات

22_ ماهي المجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عملك؟

في معالجة النصوص و المقالات

اخراج الصفحات

في عقد الاجتماعات

في الربط بين اقسام الصحيفة

في النشر

23_ هل تستخدم وسائل الاتصال الحديثة في عقد الاجتماعات بين الصحفيين (on line)؟

دائما

غالبا

احيانا

نادرا

ابدا

24_ ماهي تكنولوجيا الصحافة التي يستخدمها رئيس التحرير في عمله اليومي؟

النشر الالكتروني

التوضيب الالكتروني

المعالجة الرقمية

البرمجيات

25_ ماهي البرامج التي تستخدمها في تصميم وإخراج الصفحات ؟

برنامج الناشر الصحفي

برنامج Page maker 5.0 middel East

برنامج Quark express

26_ حسب رأيك هل ساعدت هذه الوسائل في تطوير مهنة الصحافة ؟

.....

.....

.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ