

جامعة الجزائر

كلية العلوم السياسية و الإعلام

قسم علوم الإعلام و الاتصال

موقع سكرتير التحرير
في الصحافة اليومية الوطنية
مذكرة لنيل شهادة الماجستير

من إعداد الطالبة :

ملیكة لعمودي

تحت إشراف :

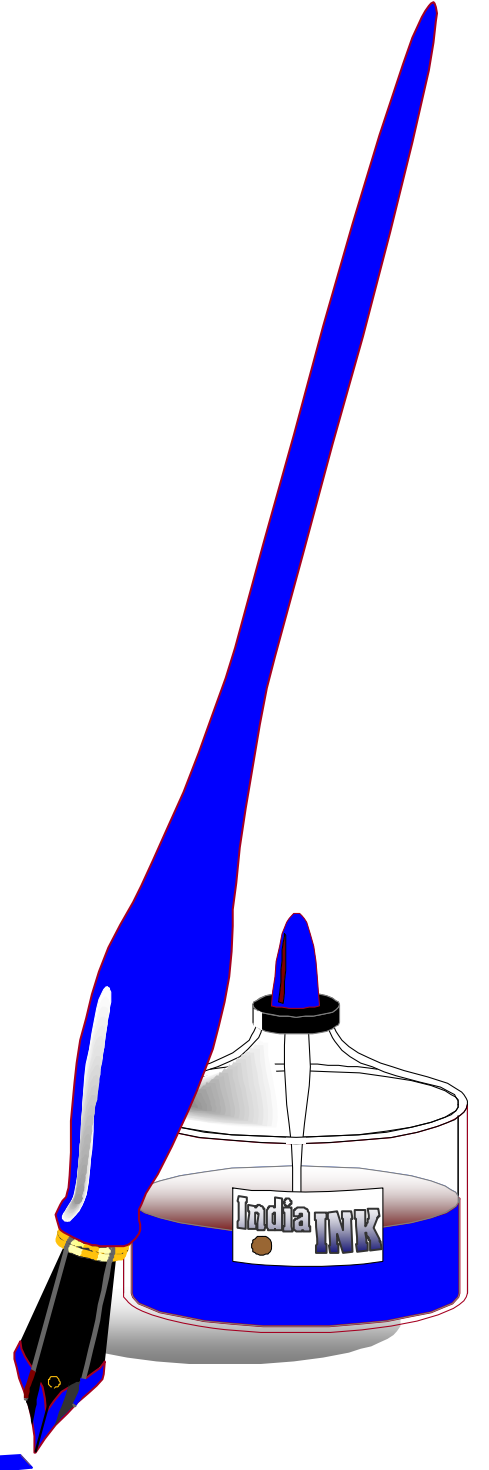
الدكتور بلقاسم بن روان

السنة الجامعية 2009 / 2010

إهداء

إلى أمي.. زوجي.. و ابني

بكل إخلاص
مليكة لعمودي



كلمة شكر

أتقدم بجزيل الشكر إلى الدكتور
بلقا سم بن روان لإشرافه على مذكرتنا
وعلى توجيهاته القيمة و العلمية.

الطالبة مليكة لعمودي



مقدمة:

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج ثورات هي : ثورة المعلومات التي أحدثت انفجارا معرفيا ضخما تمثل في ذلك الكم الهائل من المعرفة، والذي أمكننا السيطرة عليه و الاستفادة منه بواسطة تكنولوجيا المعلومات، وثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تقنيات الاتصال الحديثة و التي بدأت بوسائل الاتصال السلكية وللأسلكية، مروراً بالتلفزيون ووصولاً إلى الألياف البصرية و تقنية الأقمار الصناعية، وأخيراً ثورة الحسابات الإلكترونية التي توغلت في كل نواحي الحياة و امتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها.

و لعل شبكة الإنترنت العالمية تجسد ذلك الامتزاج في أوضح صورة. و يعود الفضل في إمكانية تحقيق المزج فيما بين الثورات الثلاث – المعلومات والاتصال و الحسابات – إلى ما يعرف اليوم بالتقنية الرقمية⁽¹⁾ حيث أتاحت هذه التقنية المتقدمة إمكانية ترجمة المعلومات بكافة أنواعها إلى رموز شفرية : الصوت و النص ، الصورة الفوتوغرافية و غيرها من العناصر الجغرافية.

نشر لويس قيري **Louis Guéry* عام 1965 مقال تحت عنوان : *الجريدة في آفاق التسعينات* *Le Journal de l'Horizon 90* بمجلة *أوراق مركز تكوين و تدريب الصحافيين Les Feuilles du CFPJ*. تمحورت الفكرة الأساسية لهذا المقال حول التطورات التقنية المستقبلية للجريدة. " تنبأ " صاحب هذا المقال بإمكانية تجهيز أقسام التحرير كلياً بآلات إلكترونية و بإمكانية 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 و تتم العملية الإنتاجية للصحف إلكترونيا بالفعل.

و لعلنا نعرف أيضاً أن النجاح المستمر للصحف يعتمد بدرجة كبيرة على قدراتها وعزمها على تطوير و تبنى التقنيات الجديدة التي تقوم من خلالها بأداء وظائفها في توصيل الأخبار و المعلومات، و لا سيما المعلومات التي يتم التعبير عنها بالصورة التي سبقت الكلمة المكتوبة و المطبوعة.

(1) : د . سعيد الغريب النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، طبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 17

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

خلال السنوات الأخيرة، أخذت استخدام الصحف للتقنية الإلكترونية في كل المراحل الإنتاجية تغيرات جذرية في العملية الإنتاجية للصحيفة بكل عناصرها المقروءة و الغرافيكية (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 و ثرواته العقلية و العملية 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، و بسرعة عالية جدا تقترب من سرعة الضوء التي تبلغ ثلاثمائة ألف كيلومتر في الثانية الواحدة.

تطورت تقنية الاتصالات و تقنية الحاسبات الإلكترونية كل منها على انفراد دون أية رابطة بينهما، و الآن أدى التطور التقني الحديث إلى المزج بين التقنيتين. و هو الأمر الذي ضاعف من قدرات و طاقات الاتصالات بعد أن استفادت من التقدم الذي تشهده تقنية الحاسبات. و أصبح الآن ممكنا أن يتم نقل الصوت و الصورة و النص معا في كابل واحد و أن واحد أيضا، بعد أن كانت عملية نقل كل منها تتم على انفراد لأسباب فنية بحثه. رغم التعدد و التنوع الذي تشهده اليوم تقنية نقل المعلومة و الصورة الصحفية، فإنها جميعا تندرج تحت نوعين أساسيين من الاتصالات:

اتصالات سلكية : تشمل جميع الاتصالات التي تتم عبر وسائل نقل فعلية ملموسة مثل الأسلاك و الكوابل ، و مثل ذلك شبكات الهاتف المحلية ، و شبكات اتصال الحاسبات داخل المباني .

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

اتصالات لاسلكية : وهي التي يتم فيها استخدام الموجات الكهرومغناطيسية التي تسرى في الغلاف الجوي، و تثبت هذه الموجات عبر الفراغ المحيط بواسطة هوائيات إرسال معينة، و تستقبل لدى محطات الاستقبال بواسطة هوائيات أخرى، و يوفر انتشار الموجات المغناطيسية في الغلاف الجوي الأساس العلمي و العملي لعدد كبير من الاتصالات اللاسلكية و خاصة عبر المسافات الطويلة.

و أيا كان نوع الاتصال المستخدم في نقل الصورة الصحفية فإنه يمكن التمييز بين تقنيتين أساسيتين: تقنية النقل التناظري أو القياسي أو التماثلي و تقنية النقل الرقمي.

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

تقنية النقل الرقمي: و هو النظام المستخدم في نقل المعلومات الخاصة بالحسابات الآلية و في ظل هذه التقنية تتولى أجهزة إلكترونية تقطيع المعلومات المنقولة إلى نبضات إلكترونية قصيرة في ظرف الإرسال، و عند الاستقبال تتم عملية عكسية لاسترجاع المعلومات الأصلية. و النبضات الإلكترونية هي إشارات رقمية تتكون من تشكيلات متنوعة تتألف جميعا من الرقمية (1/0) للتعبير عن المعلومات المنقولة. و من متطلبات هذه " الثورات " أيضا التخصص. حيث أصبح التخصص في مجال الإعلام حتمية.

الأسس المنهجية للدراسة

الإشكال:

تطرقت بعض الدراسات إلى تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال على مستقبل التلفزيون والصحافة المكتوبة ودرست أخرى ما ينتظره الجمهور من وسائل الإعلام. بالمقابل، لم تعطي أهمية كبيرة للأشخاص المكلفون بجمع و تصنيف و نشر الأخبار. فبين الوسيلة الإعلامية و المادة الإعلامية كمفتوح نهائي، لم يشكل القائم بالاتصال محور دراسة أكاديمية إلا في حالات معدودة. حيث اتخذ القائم بالاتصال في هذه الدراسات كمختص⁽¹⁾ بمعزل عن وسطه الطبيعي أي المهني. ولأن ممارسة مهن الصحافة لا تتحدد فقط بمدى الاقتناع بالسياسة التحريرية، بل نجدها أيضا تخضع و تتأثر سلبا و إيجابا باعتبارات أخرى مثل التنظيم الإداري الداخلي ومستوى و كيفية اتخاذ القرارات والتكوين الأكاديمي والمهني للعاملين، والعوامل المادية والمعنوية، الخ.

(1) Padioleau (J-C), "Système d'interactions et rhétoriques journalistiques", in sociologie du travail, N°03, 1976.

تتشكل مهنة الصحافة من عدة فئات. على عكس ما يعتقد الكثير, لا يمثل الصحافي العمود الوحيد للجريدة. تركز الجريدة علي عدة أعمدة، ولعل أهمه سكرتير التحرير. تشكل إذن مهنة سكرتير التحرير حلقة واحدة من سلسلة إنتاج المعلومات فهي مرتبطة ارتباطا عضويا بالحلقات الأخرى التي تؤثر وتتأثر بهم. اذن, من هم هؤلاء الرجال و النساء الذين يختارون و يرتبون و ينشرون الأخبار في الصيغة النهائية.

انطلاقا من هذه الفكرة, قمنا بصياغة الإشكالية التالية:

تتمحور الإشكالية:

ما هو موقع وما هو دور سكرتير التحرير في الصحافة اليومية الوطنية التي تعرف اليوم استخداما واسعا لأساليب الاتصال الحديثة؟

التساؤلات:

و منه طرحنا التساؤلات التالية :

- ❖ من هو سكرتير التحرير و ما هي مهامه ؟
- ❖ ما هو موقع سكرتير التحرير في الصحف اليومية و هل مازالت الصحف بحاجة له ؟
- ❖ ما مدى استقلالية سكرتير التحرير أثناء تأدية عمله ؟
- ❖ هل تكيف سكرتير التحرير مع أساليب الاتصال الحديثة ؟
- ❖ ما مستوى التأهيل الأكاديمي لسكرتير التحرير ؟

أسباب اختيار الموضوع و أهدافه:

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 عملنا منذ سنوات التخرج في حقل الصحافة المكتوبة، تعرفنا عن قرب بمختلف مهن الصحافة. ما جعلنا نهتم بمهنة سكرتير التحرير. فرغم أهمية و حساسية المنصب, لم

يعرف سكرتير التحرير التقدير اللازم. كما لاحظنا اختلالاً ونقصاً في إلمام بالقواعد العلمية والأكاديمية لمهنة سكرتير التحرير.

خلقت هذه الملاحظة عندنا الرغبة في التعرف وبصفة علمية على كيفية عمل سكرتير التحرير في الصحف اليومية الوطنية.

الأسباب العلمية:

شجعنا انعدام دراسات ومعارف نظرية حول هذا الموضوع في إنجاز هذه الدراسة، حيث أردنا أن تشكل دراستنا قاعدة معرفية وعلمية لدراسات مستقبلية. و عليه يهدف بحثنا لإعطاء تعريفاً يبتعد عن العموميات ويقترّب من خصوصيات ومميزات هذه المهنة من خلال الممارسة الميدانية. والغرض من هذه الدراسة تكوين مرجعية معرفية وأكاديمية تسمح بإنجاز دراسات تحليلية.

المنهج و أدوات الدراسة:

المنهج:

تصنيف الدراسة: أمام انعدام دراسات علمية في الجزائر حول سكرتير التحرير فدراستنا تصنف ضمن البحوث الاستطلاعية أو الريادية. تهدف دراستنا إلى التعرف بصفة علمية وجدية على موقع سكرتير التحرير في الصحافة اليومية الوطنية. بما أن دراستنا استطلاعية فهي تعتبر محطة انطلاق لدراسات وصفية ثم تحليلية مستقبلية.

فالدراسات الوصفية والتحليلية (سببية) لا يمكن إنجازها إن لم يكن هناك أولاً دراسات ريادية تثري الإرث الأكاديمي و المعرفي في هذا المجال . لهذا تكتفي دراستنا بطرح مجموعة من التساؤلات، طالما أن شروط فرض الفروض غير متوفر.

و منه نوع دراستنا استطلاعية و المنهج المتبع هو المسح.

تعتمد الدراسات المسحية على تجميع البيانات و الحقائق عن ظاهرة معينة، و ما يتطلبه البحث من التخطيط العلمي و تحليل و تفسير البيانات بعناية بالغة⁽¹⁾.

يمكننا منهج المسح في دراستنا من الإجابة على سؤال محوري : ماذا ؟

بما أن مجتمع بحثنا منحصر في سكرتيري التحرير العاملين بالصحف اليومية الوطنية الصادرة باللغة العربية و الفرنسية و بما أنه إلى غاية شهر أفريل 2007 أحصينا 30 جريدة تصدر بصفة منتظمة و دائمة، رأينا أنه من الإمكان إنجاز مسح شامل لمجتمع البحث.

تجدر الإشارة إلى أن اللغة لا يمكن اتخاذها كمتغير في دراستنا لكونها أداة عمل لا غير. فقواعد الإخراج الصحفي هي نفسها سواء كان الأمر في جريدة تصدر باللغة العربية أو باللغة الفرنسية.

أدوات الدراسة:

تعتبر مصادر المعلومات و أوعيتها المختلفة أدوات مهمة من أدوات البحث العلمي. لهذا سوف نعتمد على أداتين لجمع المعلومات:

الاستبيان أو الاستمارة: هي أداة يستعملها الباحث من أجل الحصول على معلومات بقصد إثبات صدق فرض أو فرضية، أي بمعنى تعريض المستفتين لمثيرات مختارة و مرتبة بعناية، بقصد جمع المعلومات⁽²⁾.

الاستمارة الاستبائية تشكل مجموعة أسئلة بعضها مفتوحة و بعضها مغلقة ، وبعضها يتعلق بالحقائق و بعضها الآخر يتعلق بالأراء و المواقف.

المقابلة : المقابلة في الدراسات الميدانية تعتبر حجر الزاوية في الوصول إلى الحقائق التي لا يمكن للباحث معرفتها دون النزول إلى واقع البحث و الاطلاع على ظروفه المختلفة و العوامل التي تؤثر فيه . فالمقابلة الناجحة تتطلب درجة من التفاعل الإيجابي بين القائم بالمقابلة و المبحوث⁽³⁾.

(1) : حامد الدفاعي و جبار العبيدي، المرشد العلمي في البحوث النفسية و الإعلامية، الطبعة الأولى، مركز عبادي للدراسات والنشر، اليمن، 1996، ص 55.

(2) : فاندالين ديولد، مناهج البحث في التربية و علم النفس، ترجمة محمد نبيل و آخرون، طبعة 3، مكتبة الانجلوالمصرية، القاهرة، 1985، ص 293.

(3) : حامد الرفاعي و جبار العبيدي؛ مرجع سابق؛ ص 41

مجتمع البحث:

تشمل دراستنا الصحفي الذي يختار و يصنف و يقدم الأخبار للقارئ. يتكون مجتمع بحثنا من سكرتيري التحرير العاملين بالصحف اليومية الوطنية. يرتكز مجتمع البحث إذن على الذين سماهم جان تنستال *Jean Tunstall* في كتابه: الصحفيين في العمل *Journalists at Work* بـ «Processors» على عكس «Gatherers». «Processors» تعني سيرورة. سكرتير التحرير هو الصحفي الذي يتتبع سيرورة انتقاء و تصنيف ومعالجة و إعطاء الشكل النهائي للأخبار.

بعد استطلاع أولي لمجتمع البحث والمتكون من 30 جريدة يومية وطنية تم إسقاط 9 جرائد التي لا تتوفر على سكرتير التحرير. ومنه تقلص مجتمع بحثنا إلى 21 وحدة.

قائمة الصحف العمومية و الخاصة

عمومي	خاص	القطاع الجريدة
عمومي		EL MOUDJAHED
عمومي		الشعب
عمومي		المساء
	خاص	LE SOIR D'ALGERIE
	خاص	LIBERTE
	خاص	EL WATAN
	خاص	LE JEUNE INDEPENDANT
	خاص	LA NOUVELLE REPUBLIQUE
	خاص	LA TRIBUNE
	خاص	LE COURRIER

	خاص	الخبر
	خاص	الشروق
	خاص	L'expression
		Le Maghreb
	خاص	Le quotidien D'ORAN
	خاص	صوت الأحرار
	خاص	الفجر
	خاص	اليوم
	خاص	الأحداث
	خاص	LE MIDI LIBRE
	خاص	الوسط
	خاص	LA DEPCHE DE KABYLIE
	خاص	جزائر نيوز
	خاص	HORIZONS
	خاص	الأجواء
	خاص	INFOSOIR
	خاص	LE JOUR DALGERIE
	خاص	LA DEPECHE D'ORAN
	خاص	البلاد
	خاص	LE CITOYEN

شرح المفاهيم:

التخصص :

مفهوم نظري

يمكن أن يأخذ مفهوم التخصص عدة مستويات. و يمكن حصر أهمها في: صحافة متخصصة (في هذه الحالة تعطى الأولوية لمحتوى المقال أي المضمون) أو صحافة ذات أخبار عامة (تعطى الأولوية للأسلوب. أي كيف يمكن تقديم المعلومة بشكل بسيط و سهل). يمكن فهم التخصص من حيث رقعت توزيع الجريدة: جريدة وطنية أو جهوية أو محلية. يمكن فهم التخصص أيضا من حيث القناة المستعملة : صحافة مكتوبة أو سمعية أو سمعية- بصرية.

يكون التخصص في كلية علوم الإعلام و الاتصال أولي: تخصص اتصال أو صحافة مكتوبة أو سمعي بصري.

تلعب معاهد الإعلام والصحافة في العالم دور الموجه فقط.

مفهوم إجرائي

بالنسبة لدراستنا، نأخذ التخصص كالتالي:

أولاً: تخصص في صحف وطنية ذات معلومات عامة.

ثانياً : الصحف التي تملك سكرتير التحرير.

يتطلب التخصص في منصب سكرتير التحرير بالإضافة إلى إتقان و التمكن من تقنيات التحرير، مهارات تقنية واسعة و معرفة واسعة لقواعد التبيوغرافية و متطلبات المطبعة.

سكرتير التحرير :

مفهوم نظري : أنظر محور سكرتير التحرير

مفهوم إجرائي :

يبقى سكرتير التحرير صحفياً، و لكن صحفي لا يمضي. فهو الذي يضيف على الجريدة نوع من الجاذبية و التنسيق لضمان مقروئية قصوى. فهو كما قال إدمون فوبوني Edmond Volponi يكتب الصفحة، كما يكتب الآخرين المقال.

«Il écrit la page, comme d'autres écrivent l'article.»

تبقى وظيفة سكرتير التحرير تحريرية، حيث يقوم بتقييم و ترتيب و تصنيف و تقديم المعلومات للقارئ.

الإطار المهني

التعريف النظري:

يثور الجدل بين الأكاديميين والمهنيين حول تحديد الإطار المهني الذي يضم المشتغلين بالوظائف الإعلامية والصحفية أو أولئك الذين ينتمون إلى قطاع الاتصال بمعناه الواسع. في الواقع إن التوسع الهائل في الصناعات الثقافية وتزايد وتنوع أنشطة الإعلام والاتصال بفضل الثورة التكنولوجية والعلمية قد أسفر عن خلق وظائف جديدة. هذا وتتفاوت التعريفات التي وضعتها المدارس الإعلامية في الغرب للمشتغلين بالمهن الإعلامية والاتصالية. فهناك التعريف التقليدي الذي تقتصر هذه المهن في أولئك الذين ينتجون الأخبار من الصحفيين و المذيعين، وهناك التعريف الأحدث الذي يضم كافة المشتغلين في الوظائف الرئيسية في مجال إنتاج ومعالجة وتوزيع المعلومات .

وتم تصنيف العاملين في قطاع الاتصال والمعلومات إلى ثلاث فئات :

- 1- العاملين في إنتاج وبيع المعلومات كالصحفيين المؤلفين الخ.
- 2- الذين يجمعون المعلومات وينشرونها ويقتصر نشاطهم على التخطيط والتنسيق ومعالجة المعلومات، وتضم هذه الفئة سكرتيري التحرير والمديرين،
- 3- تشمل أولئك الذين يتولون تشغيل آلات وتكنولوجيا المعلومات التي تدعم نشاط السابقين.

التعريف الإجرائي

عمليا الإطار المهني بالنسبة لدراستنا هو نقطة التقاطع بين قسم التحرير أي قسم إنتاج وجمع وبيع المعلومات، والقسم التقني. ومنه لا تأخذ دراستنا القائم بالاتصال بمعزل عن وسطه الطبيعي أي المهني.

المحور الأول: الصحافة المكتوبة كمهنة و كمؤسسة

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة كمؤسسة

I - أقسام المؤسسة الصحفية :

تحويل الأحداث إلى أخبار هو الدور الأساسي للصحيفة. وهي تعتمد بالإضافة إلي الصحفيين، على عددا من العمال و المستخدمين، موزعين على ثلاث أقسام: الإدارة و المبيعات و الإعلانات و الصناعة⁽¹⁾.

تتولى الإدارة القضايا التجارية و المالية و إدارة شؤون العمال و الصحفيين. وتهتم كذلك بإيصال الصحيفة للمشتركين و مؤسسات التوزيع. وتتولى الإعلانات في الصحيفة إجمالاً شركات الإعلانات و مكاتب الإعلانات، لهذا يقتصر دور المكلفين بشؤون الإعلانات داخل المؤسسة على مراقبة تنفيذ طلبات المعلنين.

1- قسم التحرير :

مهمة قسم التحرير أن يقدم للمطبعة، في الوقت المناسب لكل طبعة، كمية النصوص و العناوين و الإيضاحات و تعاليق الصور الكافية لصناعة الصحيفة، بالإضافة إلى ما كبت (مخطط الصفحة أو مشروع الصفحة) لكل صفحة، مع التعليمات الطباعة الملائمة. ويشترك في هذا المجهود كل الصحفيين و المتعاونين و الرسامين و المصورين. و تجري المحافظة بدقة متناهية على توقيت سير العمل.

يختلف تنظيم قسم التحرير من صحيفة إلى أخرى، وفقا لطبيعة صدور الدورية (يومية أو أسبوعية أو شهرية) و سعة انتشارها و ضخامة 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⁽²⁾ يحصرها بين 15 و 20 % من ميزانية اليوميات و أقل من هذا بالنسبة للأسبوعيات و الدوريات الأخرى، فهي مرتبطة مباشرة بعدد المحررين و كذا نوعية المقالات.

(1) فيليب غايار، تقنية الصحافة، ترجمة فادي الحسيني، منشورات عويدات، بيروت، طبعة ثانية، 1983، ص 22

(2) Albert Pierre, La presse, 5^{ème} édition, Que sais-je, PUF, 1985, p. 35

رغم الخصوصية التنظيمية و الوظيفة لكل مؤسسة إلا أنه إجمالاً يتبعون المخطط النمطي التالي: تحت إشراف رئيس تحرير واحد أو عدة رؤساء تحرير، تنقسم الجريدة إلى عدة أقسام أو مصالح متخصصة في اليوميات هذا التقسيم يكون كالتالي: قسم سياسة الداخلية، سياسة خارجية، أخبار عامة، ثقافة، رياضة، جهوي، روبرتاج و تحقيقات. سكرتير التحرير مكلف بالإخراج النهائي للمادة الإعلامية بطريقة منسجمة بين المقال و الصور و الإشهار.

فيما يخص العلاقة بين جهاز التحرير و بقية أقسام المؤسسة الصحفية فهي بسيطة. تنتظر المطبعة من قسم التحرير أن يسلمها المواد الإعلامية و الرسوم وهي تطلب كذلك التعليمات المطبعية الضرورية لتأدية هذه العمليات.

الإدارة، باستثناء قسم المبيعات، ليس لها علاقة بالصحفيين إلا لجهة ضبط رواتبهم ومكافآتهم و تكاليف التحقيقات التي ينجزونها. يتطلب قسم المبيعات معرفة معلومات عن كل طبعة، ليتمكن من تحديد كمية الطبع و التوزيع. و تخدم المعلومات التي يقدمها إلى جهاز التحرير عن تأثر حجم المبيعات بطريقة نشر الأخبار و كتابتها، خدمة جلييلة للصحيفة.

ينقل قسم الإعلان إلى جهاز التحرير لوائح خطية يلتزم القسم الفني تنفيذها و تسهل هذه اللوائح عمل سكرتيري التحرير في وضع ما كيت الصفحة بالتقدير المطلوب. وبشكل عام، فإن أوامر قسم الإعلان المتعلقة بتاريخ و مكان النشر نهائية و إلزامية وتترك الحرية في بعض الحالات لسكرتيري التحرير حتى يتخذوا القرار المناسب. وتتعدد العلاقة بين قسمي الإعلان و التحرير حينما يتدخل عمال الإعلان في مجال عمل سكرتيري التحرير: "إن هذا الخبر يناسب المعلن فيجب إبرازه، أو لا يناسبه فيجب التعتيم عليه. فمن المفروض أن لا ينشر خبراً عن كارثة جوية في صفحة تحتوي إعلاناً لشركة طيران."

من جهة ثانية يعتقد سكرتير التحرير انه من المفروض أيضاً أن لا يترك هذا الخبر يمر دون أن يكتب شيئاً عنه. و بين الاستحالتين يوجد مكان لحوار محرر يستدعي أحيانا تدخل الإدارة.

2- الصحفيين :

لا يمكن إعطاء تعريف شامل للصحافي المحترف. فمجال الصحافة مفتوح للمواهب : من كاتب الافتتاحية الشهير إلى المصور المبتدئ. فالصحافة مهنة مفتوحة على كل التيارات لكن مع التطورات التقنية و التكنولوجيا المستمرة، أصبح يتطلب من رجل الإعلام عمل نوعي (كيفي) أكبر و ثقافة عامة واسعة و تكوين متخصص⁽¹⁾.

حسب قانون العمل الفرنسي لسنة 1974 الصحافي المحترف هو الشخص "الذي يعمل بصفة دائمة و منتظمة و يتقاض أجرًا على ذلك في جريدة يومية أو دورية."⁽²⁾ اعتبر هذا التعريف مبهما و ناقصا. لذا تم تغييره ليصبح : "الصحفي المحترف هو الذي يعمل بصفة أساسية و منتظمة في جريدة أو عدة جرائد أو دوريات أو وكالة أنباء أو عدة وكالات. ويجب أن يكون الأجر الذي يتقاضه هو مصدر ماله الأساسي."

«Le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources.»

الحقوق المهنية للصحفيين

لا يمكن تناول الحقوق المهنية للصحفيين و ضمانات ممارسة المهنة بمعزل عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في مجتمعاتهم و تأثيرها على الممارسات الصحفية و حقوق الصحفيين ومسؤولياتهم و حرية الصحافة الصحفيين ككل. و يلاحظ أن جميع الدراسات التي أجريت عن الصحفيين الغربيين أو عن الصحفيين في الدول النامية قد دارت حول محورين رئيسيين هما:

⁽¹⁾ : IPID, Albert Pierre, P 36.

⁽²⁾ : Manuel Molina, Les journalistes : statut professionnel, libertés et responsabilités, Victoires-Edition, Paris, 1989, P09 .

1- المحور المهني : الذي يتضمن كافة التفاصيل المتعلقة بظروف العمل الصحفي من حيث معايير الأداء المهني وعلاقات الصحفي بمصادره ورؤسائه وزملائه و ضمانات ممارسة المهنة ودور النقابات الصحفية في حماية المهنة وممارستها وحقوق ومسؤوليات الصحفيين مهنيا وقانونيا.

2- المحور المجتمعي : ويشمل تأثير الجوانب الاجتماعية والسياسية والثقافية على الأداء المهني للصحفيين كذلك يتناول علاقة الصحفيين بالسلطة السياسية ومواقفهم من الأوضاع الثقافية والتشريعات القانونية والظروف الاقتصادية السائدة في مجتمعاتهم.

وقد اجتمعت الدراسات لإعلامية على تحديد الحقوق المهنية للصحفيين على النحو التالي:

1- حق تلقي الأنباء و المعلومات والآراء.

2- حرية الوصول إلى مصادر المعلومات.

3- حق نشر وتبليغ الأنباء و المعلومات والآراء.

4- حرية الحركة والتنقل.

5- المحافظة على سر المهنة.

وهناك مجموعة من العوامل المهنية والمجتمعية التي تؤثر في ممارسة الصحفيين لحقوقهم المهنية، وتنقسم هذه العوامل إلى شقين. يتناول الشق الأول المحددات الخاصة بالطابع النوعي المتميز للصحافة كمهنة ذات رسالة مجتمعية، ويشمل الشق الثاني العوامل التي تؤثر في الأداء المهني للصحفيين. وتدور المجموعة الأولى حول المحددات التالية.

1- نمط الملكية الصحفية

ورغم أنه لا يمكن الارتكان إلى عنصر الملكية وحدها لضمان تحقيق الديمقراطية في مجال الاتصال عامة فضلا عن ضمان حماية الحقوق المهنية للصحفيين، إلا أن التجارب أثبتت أن هناك اختلافات ملموسة بين مستوى تمتع الصحفيين بحقوقهم في ظل أنماط معينة من الملكية الصحفية أكثر من سواها وخصوصا ما يسمى بالملكية الاجتماعية وهي ليست ملكية الدولة أو الملكية الخاصة، ويمكن الاستشهاد ببعض التجارب في دول أمريكا اللاتينية. والواقع أنه لا يوجد نموذج عالمي قابل للتطبيق في كل المجتمعات والأزمنة، ولكنها تجارب تستحق الدراسة للتعلم من إيجابياتها.

2- قانون المطبوعات والقوانين المنظمة للعمل الصحفي

وتشير التجارب التاريخية العالمية والمحلية إلى أن هذه القوانين لم توجد إلا لحماية مصالح الهيئات الحاكمة في مواجهة الصحافة والصحفيين، ويلاحظ أن الصياغة القانونية لكافة التشريعات لإعلامية وعلى الأخص ما يتعلق بالصحافة، تحرص على محاصرة وتقييد الحقوق التي تنص عليها من خلال العبارات المطاطة والإفراط في السلطة التقديرية التي تخولها للقائمين على الأمور الذين يملكون الحق في سحب أي صحيفة أو مصادرتها دون إبداء الأسباب، فضلا عما تفرضه قوانين المطبوعات من الأشكال الأخرى للتعطيل الإداري والرقابة السافرة والمقنعة على الصحف والصحفيين.

3- تأثير التكنولوجيا الاتصالية الحديثة

إن الإنجازات التكنولوجية لعلوم الاتصال سواء في جمع المعلومات والأنباء أو معالجتها ونشرها وتوزيعها لا يمكن النظر إليها باعتبارها تغييرات تكنولوجية فحسب. إذ كثيرا ما تؤثر هذه التجديدات التكنولوجية بصورة سلبية على الصعيدين الاجتماعي وإعلامي خصوصا إن الدول النامية تعتمد في الوقت الحالي اعتمادا يكاد يكون تماما على الدول الصناعية المتقدمة التي تتحكم في إنتاج هذه الابتكارات التكنولوجية المتقدمة. كما تفتقر الدول النامية إلى الموارد التي تمكنها من حسن استخدام وتقييم هذه المصادر الهائلة من المعلومات. وقد بات من المستحيل الإقدام على إصدار الصحف إلا الحكومات أو مراكز القوى الاقتصادية التي تستطيع تمويل كل ذلك مما ترتب عليه الكثير من السلبيات التي تتمثل في استغلال بعض الحكومات لهذا الوضع بتطبيق بعض أشكال الرقابة من خلال تقييد

استيراد ورق الصحف وتوزيعه طبقا لسياسة محددة تهدف إلى استبعاد الصحف المعارضة، فضلا عن استحالة قيام صحف مستقلة بسبب الأعباء الاقتصادية التي تستلزمها، مما يهدد العديد من الصحفيين الشرفاء بالبطالة والتشرد المهني أو الرضوخ لشروط السوق الإعلامية.

4- الإعلانات

لقد لعبت الإعلانات دورا تاريخيا في ترويج المقولة الغربية الخاصة بحرية الصحافة. هذا بينما لم تتمكن الإعلانات من القيام بنفس الدور في صحف العالم الثالث. إذ أصبحت تشكل جزءا هاما من السيطرة الأمريكية (بسبب أن معظم وكالات الإعلان العالمية تخضع لسيطرة الولايات المتحدة). ولسنا في حاجة إلى التأكيد على حاجة وسائل الاتصال الجماهيرية للإعلان وعلى الأخص الصحف التي تحصل على أكبر نصيب من الإعلانات. وإذا كانت الصحافة في دول أوروبا الغربية قد تمكنت بفعل عوامل عديدة من عدم السقوط كلية في قبضة الإعلانات التجارية. فإن الصحافة في دول الجنوب لم تفلت من سيطرة الشركات المتعددة الجنسية التي تخصص ميزانيات للإعلانات أكبر من الميزانيات التي تخصصها الحكومات الوطنية للتعليم مثل البرازيل التي بلغت نفقات الإعلان فيها أكثر من 3/2 النفقات المخصصة للتعليم ولا تخفي الآثار السلبية للإعلانات على الوظائف الإعلامية والثقافية والأدوار السياسية والاجتماعية للصحافة. فهي تحرم القراء من حقوقهم الإعلامية والثقافية فضلا عن دورها في إفساد الصحفيين وتحويلهم إلى أبواق لشركات الإعلان بتسخير المادة الصحفية لخدمة الأهداف التجارية لهذه الشركات. علاوة على ما تسهم به الرسائل الإعلانية في خلق أنماط استهلاكية معادية للاقتصاد الوطني في الدول النامية الفقيرة.

ويتضمن الشق الثاني العوامل التي تؤثر على الأداء المهني للصحفيين وتنصب أساسا على مجمل الظروف التي تؤثر بصورة مباشرة في الأداء المهني للصحفيين ويمكن إيجازها على النحو التالي :

1- مستوى التأهيل والتدريب التي يتمتع بها الصحفي،

2- علاقة الصحفي بمصادره،

3- علاقة الصحفي برؤسائه في العمل،

4- علاقة الصحفي بزملائه،

5- علاقة الصحفي بالنقابات والاتحادات الصحفية،

6- علاقة الصحفي بقرائه،

7- الحقوق الاقتصادية للصحفي،

8- ضمانات ممارسة المهنة في ظروف الحرب و النزاعات المسلحة،

9- مدى استيعاب وفهم الصحفي للقوانين المنظمة للعمل الصحفي،

10- مستوى أعمار الصحفيين والأمراض الناجمة عن المهنة.

ويلاحظ حداثة و جزئية الدراسات التي أجريت عن الصحفيين عموما و أن انفردت المدرسة الأمريكية بالسبق في هذا المجال إذ اهتمت طوال حقبتى الخمسينات والستينات بدراسة الأوضاع المهنية للصحفيين وركزت بوجه خاص على الضغوط المهنية والإدارية داخل المؤسسات الصحفية وتأثيرها على السياسات التحريرية ومدى مشاركة الصحفيين في صنع القرار لإعلام ي داخل الصحف. كذلك تناولت الفئات العمرية وتأثيرها على العمل الصحفي وقائمة المسموحات والممنوعات في الصحافة الأمريكية. كما أولت هذه الدراسات عناية خاصة لدراسة السمات الشخصية للصحفيين والتأهيل الأكاديمي والمهني ومدى تأثير ذلك على الاتجاهات السياسية والإيديولوجية للصحفيين الأمريكيين. وقد أكدت هذه الدراسات اختفاء التباينات الإيديولوجية والسياسية بين هؤلاء الصحفيين ووجود درجة عالية من التجانس السياسي والإيديولوجية بينهم وميل معظمهم إلى الاتجاه الوسطي. واهتمت المدرسة الأمريكية أيضا بدراسة حقوق والتزامات الصحفيين من النواحي القانونية والمهنية والاقتصادية. ويلاحظ أن البحوث الأمريكية عمدت إلى التركيز على معالجة الجوانب المهنية والتقنية دون ربطها بالعوامل السياسية والاقتصادية وسائر العوامل المجتمعية التي تؤثر في مهنة الصحافة والقائمين عليها.

ويلاحظ أنه فيما اهتمت المدرسة الأمريكية بالدراسات الجزئية ذات الطابع الامبيريقى عن الصحفيين. ركزت المدرسة الفرنسية على دراسة التكوين الإيديولوجي والمهني للصحفيين وتأثير الأوضاع الصحفية على الأداء المهني للصحفيين داخل المؤسسات

الصحفية وخارجها. كما اهتمت بدراسة صورة الذات لدى الصحفي وعلاقة الصحفي بالمصادر وبالجمهور.

أما المدرسة المصرية فقد قدمت بعض الإسهامات الهامة في دراسة الصحفيين في إطار بعض الدراسات الأكاديمية الأشمل. كما قامت نقابة الصحفيين المصريين بإعداد استطلاع للرأي لعينة من الصحفيين دارت حول بعض القضايا المهنية والثقافية وقدمت كلية لإعلام بجامعة القاهرة دراسة جماعية أشرف عليها قسم الصحافة تناولت الأوضاع المهنية والاجتماعية للصحفيين المصريين و أسفرت عن نتيجة أساسية مؤداها أن حوالي 1/2 الصحفيين المصريين (عينة البحث) يشاركون في السياسات التحريرية بسبب علاقاتهم الودية مع رؤسائهم ويحصلون على عائد اقتصادي ملائم ويشكو النصف الثاني من عدم المشاركة في صنع القرارات المهنية داخل المؤسسات الصحفية، ويعانون من ضالة العائد الاقتصادي وصعوبة حصولهم على المعلومات. كما تشير الدراسة إلى هيمنة السلطة السياسية على المؤسسات الصحفية والتي تتمثل في اختيار وتعيين رؤساء مجالس إدارات المؤسسات الصحفية ورؤساء تحرير الصحف وسريان هذا النظام داخل المؤسسات الصحفية و تأثيرها على حجم المشاركة من جانب جموع الصحفيين في صنع السياسات التحريرية. وتشير الدراسة إلى عجز نقابة الصحفيين رغم محاولاتها المستمر للدفاع عن حقوق الصحفيين مما كان له أثره الواضح في ضالة مشاركة الصحفيين في العمل النقابي ومطالبتهم بتغيير قانون النقابة.

وتكد هذه الدراسات على جملة حقائق نوجزها فيما يلي:

(1) الدور الكبير الذي تلعبه العلاقات الشخصية سواء بين الصحفي ورؤسائه أو مع المصادر و تأثير هذه العلاقات على الأداء المهني بصورة غير إيجابية في أغلب الأحيان،

(2) غياب المعايير الموضوعية لقياس الأداء المهني للصحفيين،

(3) عدم الالتزام بشرط الضمير في عقود العمل الصحفي،

4) عجز النقابات عن تقديم أي عون حقيقي للدفاع عن الحقوق المهنية للصحفيين في مواجهة السلطات و أجهزة المخابرات،

المسؤوليات المهنية للصحفيين

تنص القوانين والتشريعات الصحفية في مختلف أنحاء العالم المتقدم والنامي على أن السرية المهنية هي حق والتزام في الوقت نفسه كما تنص على الزام الصحفي بالامتناع عن نشر معلومات زائفة أو معلومات دعائية كذلك تنص على حظر نشر أنباء عن جلسات المحاكم السرية والمعلومات التي تتعلق بالأمن القومي (مثل المعلومات التي تتعلق بالجيش والشرطة). كما تلزم هذه القوانين الصحفيين باحترام حقوق الإنسان ومبادئ التعاون بين الشعوب وعدم نشر الأنباء التي تحض على كراهية أو احتقار الثقافات والأديان في حين تسعى هذه القوانين إلى تكريس هذه الواجبات والمسؤوليات بالنسبة للصحفيين فإنها تنص في ذات الوقت على عدم إعاقة الصحفي في ممارسة مهنته أو اللجوء إلى أي ضغط أو ترويع يهدف إلى تقديم معلومات محرفة أو مغرضة كما تنص على ضرورة تيسير الوصول إلى مصادر المعلومات للصحفيين وتنص على ضرورة الالتزام بشرط الضمير عند التعاقد بين الصحفي والمؤسسات الصحفية ومراعاة تعويضه عند ترك الخدمة على أساس التمسك بمعتقداته الفكرية والأخلاقية.

يواجه الصحفيون للعديد من المخاطر النفسية والسياسية والاقتصادية والحياتية أثناء ممارسة المهنة تتمثل في حدها الأدنى في الرقابة السافرة والمقنعة التي تمارسها الحكومات، وتتراوح ما بين المنع من الكتابة والفصل من العمل بصورة متعسفة والنقل إلى وظائف أخرى والمنع من السفر وصولاً إلى الاعتقال والإحالة إلى المحاكمات العسكرية وذلك رغم مظاهر التغيير في القوانين المنظمة لحرية الرأي والتعبير في العديد من دول العالم وعلى الأخص العالم العربي حيث تتصاعد نبرة الخطاب السياسي العربي في تأكيد هذه الحريات وكفالة ممارستها. غير أن الواقع يؤكد عكس ذلك إذ شهدت العديد من بلدان العالم العربي سلسلة من الممارسات المناهية لحرية الرأي والتعبير والنشر والإبداع والحق في تداول المعلومات أشارت إليها بالتفصيل تقارير منظمات حقوق الإنسان ومنظمات العفو الدولية وجميعها تشير إلى تزايد أعداد الصحفيين الذين يتعرضون للاعتداءات الأمنية والمطاردات والاحتجاز بأقسام الشرطة والسجون لفترات تتراوح ما بين 48 ساعة وسبعة شهور،

ويتعرض العديد منهم للضرب والتعذيب. وقد شهدت دول الخليج العربي قيودا إضافية على حرية التعبير السلمي بكافة أشكالها أعقبت المناخ الذي صاحب أزمة الخليج. كذلك تشير لجنة حماية الصحفيين (التي تأسست عام 1980 في الولايات المتحدة لكشف وفضح الانتهاكات التي يتعرض لها الصحفيون في مختلف أنحاء العالم) إلى وجود ما يزيد عن ألف حالة من الانتهاكات ضد الصحافة والصحفيين وقعت خلال عام 1990 وتتضمن 132 حالة اغتيال في 104 دولة وقد أشارت هذه اللجنة إلى 80 حالة تصفية جسدية، 270 حالة اعتقال بسبب نشر أنباء صحفية وحجز 99 صحفي كرهائن في 24 دولة في مختلف أنحاء العالم. وقد ركزت اللجنة في تقريرها على بعض الحالات الشديدة الفجاجة مثل السودان حيث يوجد أكثر من عشرين صحفيا معتقلا وكولومبيا التي شهدت مصرع العشرات من الصحفيين منذ عام 1986 بأيدي مافيا المخدرات ولا يزال الصحفيون هناك يواجهون الموت والخطف والنفي كبديل وحيد للصمت. وتعد الصحافة مهنة المخاطر الحقيقية في معظم دول أمريكا اللاتينية حيث يواجه الصحفيون الخطر الثلاثي الذي تشكله الحكومات وتجار المخدرات والعصابات. أما في آسيا، فإن أحداث العنف العرقي والسياسي تحمل الموت يوميا لعشرات الصحفيين خصوصا في الهند وباكستان. وقد شهدت الفلبين مقتل ما يزيد عن 24 صحفيا منذ تولي كوارازون اكوينو السلطة عام 1986 عقب حقبة فرديناند ماركوس التي شهدت مصرع حوالي ثلاثين صحفيا فلبينيا.

هذا وقد أسفرت المسوحات العلمية والطبية والاجتماعية التي قامت بإجرائها اللجنة الاجتماعية لمنظمة الصحفيين العالمية عن الأمراض التي غالبا ما يعاني منها الصحفيون والتي تسبب في الوفاة الفجائية لعدد كبير منهم وتتخلص في أمراض القلب والاضطرابات العصبية.

هذا ويتعرض المراسلون الأجانب لخطر الإجراءات الانتقامية إذا ما هاجموا الحكومات القمعية علاوة على تعرضهم لخطر تخلي رؤساء التحرير وأصحاب الصحف التي يعملون بها على مساندتهم، كما أن الكثير منهم قد تعرض للاحتجاز كرهينة أو للقتل خصوصا في المناطق التي تزخر بالاضطرابات السياسية أو النزاعات العسكرية، وهناك سجل حافل يحوي العديد من الأمثلة في لبنان و أفغانستان والكويت والعراق وبناما ونيكاراجوا والسلفادور وجنوب إفريقيا وفلسطين المحتلة.

المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة كمهنة

I – وظائف الصحافة

1- البحث و توزيع المعلومات

الوظيفة الأولى للصحافة هي البحث و التحري و نقل الأخبار. فهي تعلم القارئ بكل ما يجري عبر العالم، و هذا لا يعني أن الصحافة تعكس كل ما يجري في العالم. فكل ما يجري في العالم ليس بالضرورة حدث إخباري.

مثلا: القطار الذي يصل إلى المحطة في الوقت المحدد، لا يعتبر حدث بالنسبة للصحافة، لكن عدم احترام مواعيت الوصول قد يشكل موضوع مقال.

و في أحيان أخرى، الحدث يصنع من طرف الصحيفة نفسها أو الوسيلة الإعلامية.

مثلا: صحيفة ما تنشر حصريا ملف حول الرشوة أو موضوع آخر شائك.

بالإضافة لهذا، يقوم رجال الإعلام باختيار كمية المعلومات حسب المساحة المتبقية

في الجريدة. لأن الإعلام هو إختيار. «Informer, c'est choisir.»

فهم ينشرون الأخبار التي يعتبرونها مهمة و ذات قيمة.

تخبر الصحافة بما يحدث اليوم. «J'appelle journalisme ce qui sera moins

intéressant demain qu'aujourd'hui.»

"اسمي الصحافة الحدث الذي يكون مهما يوم وقعه." لأن الصحافة تتسم بصفة الأنية.

بالإضافة، هناك اختيار سياسي للمعلومات، البحث عن ما هو خارج عن العادة،

إرضاء القارئ، المتطلبات التجارية، الخ.

تشكل الصحافة في عالم اليوم، القناة الرئيسية لاقتناء المعلومات.

2- التعبير عن الآراء *Expression d'Opinions*

قال مؤسس الجريدة الإنجليزية قردين *Gardian* السيد سكوت: "الأحداث مقدسة

والتعليق حرة." «Les fait sont sacrés, les commentaires sont libres.»

إذن، يمكن الفصل بين مهمة الأخبار و مهمة التعبير عن الرأي أو التعليق، حتى وإن كان

من الصعب الفصل بينهما بصفة قطعية.

لأن الإعلام هو في حد ذاته تعبير عن رأي و نشر تعليق هو إخبار. و للتمييز بين النوعين, ظهر و منذ البدايات الأولى للصحافة ما يعرف بصحافة الإعلام و صحافة الرأي. تعتمد الأولى أساسا على نشر معلومات مجردة من أي تعليق و تعتمد الثانية علي إعطاء رأي للقارئ. حيث يعتبر بعض رجال الإعلام أن "اختيار و تقديم المعلومات هي عملية سياسية" (1) و تبقى وظيفة التعبير عن الرأي من المهام الأساسية للصحافة، و لكنس بطريقة لطيفة و غير مباشرة، "Subtitle, voilé, moins ouvertement proclamée" (2).

3- وظيفة اقتصادية و التنظيم الاجتماعي

تسهل الصحافة عملية الإتصال بين البشر. فهي تلعب دور هام في الحياة الاقتصادية للمجتمعات. فهي تلعب أيضا دور الوسيط بين المنتج و المستهلك بين عارض و طالب العمل.

يمكن للصحافة أن تقدم خدمات اجتماعية بتوفير عناوين الصيدليات المناوبة، برامج السينما و التلفزيون.

4- وظيفة ترفيهية و تسلية

نقرأ عامة الجريدة، نستمع للراديو و نشاهد التلفزيون أثناء أوقات الفراغ و هذا بغرض الترفيه و التسلية.

حسب الباحث في علم الاجتماع جون ستوتزل *Jean Stoetzel*، يعتبر الجمهور قراءة الصحافة نشاط ترفيهي و الذين لا يطالعون الصحف يبررون هذا بـ " ليس لدينا الوقت" و هذا ما يعني ضمنا أن قراءة الصحف ليست بالشيء الضروري أو المهم. (3) لهذا تقدم الصحافة المكتوبة، السمعية و السمعية البصرية للجمهور أركان مختلفة للتسلية، ألعاب، مسلسلات،... تؤثر الصفحات المخصصة للمعلومات بدورها على هذه الحاجة، و هذا التأثير يظهر جليا في طريقة التقديم: اختيار الصور و اختيار المعلومة.

(1) : Roland Cayrol, La presse écrite et audio-visuelle, Edition PUF, Paris, 1980, P10.

(2) : IDEM , P11.

(3) : IDEM , P 12.

تشكل وسيلة الإعلام, مهما كانت طريقة تقديم المعلومات, في حد ذاتها وسيلة ترفيهية لأنها تسمح للفرد "بالهروب" من حقل وحدته و من روتين حياته اليومية، فهي بالنسبة له نافذة على العالم الخارجي.

5- وظيفة بـسيكولوجية علاجية *Psychothérapique*

أول من تحدث عن هذه الوظيفة هو جون ستوتزل *Jean Stoetzel* ⁽¹⁾ في كتابه مجتمع الجماهرة (*Société de masse*).

في هذا المجتمع تكثر الانقباضات الفردية *Frustration Individuelle* وأصبحت العلاقات بين الأفراد مجردة و متفككة.

تخزن الحياة الاجتماعية (*Refole*) بعض الاتجاهات سواء كانت بيولوجية أو ثقافية. يحب الإنسان بطبعه السيطرة و لكنه تابع *Subordonné* وهو يبحث عن الحرية و لكنه يطبق الأوامر. لهذا ينتج نوع من الضغط بين هذان الاتجاهان المتعاكسان فمن شحنات الغضب التي لا يمكن التعبير عنها يولد الإحساس بالذنب.

تقوم في هذه الحالة الصحافة بدور بـسيكولوجي- علاجي (*Psychothérapique*). يشبعون بعض الأشخاص هذه الأحاسيس من خلال أفلام العنف و الجرائم أو من خلال الاطلاع على قصص فضائح المشاهير، الخ. تسمح الصحافة إذن بتحرير هذه المكبوتات.

6- وسيلة انتماء اجتماعي *Instrument d'identification et d'appartenance sociale*

يوجد تداخل (*Corrélation*) قوي بين استعمال وسائل الإعلام الجماهيرية والمشاركة السياسية (انتخابات، الانخراط في حزب، ...).

تسمح من جهة، قراءة الصحف و الاستماع للراديو و مشاهدة التلفزيون للجماهير بالإطلاع على ما يجري في الحياة الاجتماعية و السياسية، فهي إذن شرط للمشاركة.

تسهل، من جهة ثانية، للفرد التعرف على نفسه في الجماعة أو المجموعة التي ينتمي لها. ولكي يشعر بانتماءه لهذه الجماعة يتصرف و يتبنى أفكار هذه الجماعة. ويصبح نشاطه هو نشاط هذه الجماعة. يشتري الجريدة التي يعتبرها جريدة الجماعة أو الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها.

تسمح الصحافة بإظهار وتقوية الانتماءات الاجتماعية للقارئ. شراء جريدة ما أو الاستماع لحصة ما يمكن أن يكون أيضا مؤشر للجماعة التي يريد أن ينتمي لها.

(1) : IDEM, P 12.

عند شراء جريدة، منتج " نبيل " لأنه منتج ثقافي، يشتري القارئ في الوقت نفسه صورة لشخصه، كما هو أو كما يريد أن يكون.

7- وظيفة إيديولوجية : وسيلة منسق *Cohésion* إدماج اجتماعي و شرعية سياسية

تلعب الصحافة دور المنسق الاجتماعي و تعطي الشرعية للنظام السياسي القائم. تلعب في أنظمة الحزب الواحد دور الرابط (*Relais*) بين إدارة الدولة و الحزب و بين مناصلي الحزب و المنظمات الجماهيرية (نظريا في الاتجاهين). و لها دور أيضا تعليم الجماهير والدعاية لصالح النظام القائم.

أما في البلدان في طور النمو، و نظرا لنسبة الأمية المرتفعة، هذه المهام تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة منها التلفزيون.

أما في أنظمة الدول الغربية، و كما وضحه آلان جيرار ⁽¹⁾ *Alain Girard* "الصحافة تعمل في اطار نظام قائم و لحساب هذا النظام". فهي تنخرط و تنادي، عامة، لنفس المبادئ الأخلاقية و الإجتماعية و تختلف فقط مع النظام في الطرق و الوسائل اللازمة لتحقيق هذه الأهداف العامة.

"بوجودها و بالأخبار التي تقدم يوميا، تساهم الصحافة في ضمان الاندماج و تقوية الإحساس لدى الجميع بالانتماء إلى مجموعة واحدة. "

إذا كانت هذه الوظيفة الإيديولوجية للصحافة هامة في عالمنا اليوم، فالأشكال اليومية لدورها السياسي متعددة.⁽²⁾

⁽¹⁾ : IDEM, P 16.

⁽²⁾ : L. Althusser : «Idéologie et appareils : biologique d'Etat», La Pensée, Juin 1970, N° 151, P 34.

المحور الثاني: تكنولوجيا الصحافة

إن الحديث عن النظم المتكاملة للنشر الصحفي الإلكتروني، يعني بالضرورة حتمية تحويل كل العناصر المشتركة في البناء التيبوغرافي و الجرافيكي للصفحة إلى هيئة رقمية⁽¹⁾ بما يتيح إمكانية إدخالها إلى النظام و من تم إمكانية تنفيذ المعالجات الإخراجية اللازم إجراؤها على الشاشة لكل من تلك العناصر التيبوغرافية و الجرافية، سواء ما يتعلق منها بالصورة بأنواعها أو النصوص أو المادة الإعلانية، بما تتضمنه هي الأخرى من نصوص وصور ورسوم و غيرها.

المبحث الأول: المعالجة الرقمية

- و تتكون تقنية تشغيل و معالجة العناصر الجرافيكية رقميا، في ظل نظام النشر الإلكتروني من عدة عناصر أساسية:
- جهاز يختص بتحويل الصور الفوتوغرافية إلى هيئة رقمية، و يكون جهاز إدخال للنظام ككل، و ذاكرة لحفظ الصور.
 - حاسوب آلي بأقراصه و لوحة مفاتيحه الخاصة.
 - جهاز يستطيع عرض المعلومات الرقمية التصويرية المعبرة عن الصور المخزنة بذاكرة النظام.
 - وحدة تخزين رئيسية.
 - جهاز لاستخراج الصور بعد معالجتها على الشاشة في هيئة مطبوعة، سواء كان ذلك على ورق أو فيلم أو لوح طباعي.
- اليوم، و في ظل التطور التقني الهائل الذي تشهده صناعة الصحافة، تتميز عناصر أو مكونات النظم الرقمية لمعالجة العناصر الجرافيكية عموما، بإمكانية تحقيق معدلات عالية من الدقة و السرعة و الكفاءة، كما أنها توفر إلى جانب الجودة العالية الكثير من الوقت والجهد والتكاليف إلى حد وصف بعض الخبراء في هذا الحقل بأن النقص الوحيد للنظم الرقمية اليوم – و بخاصة المتطورة – يكمن في خيال و قدرات العامل على النظام، وليس في النظام ذاته بالنسبة لأي مكون من مكوناته.

(1) : محمد تيمور، التكنولوجيا المتقدمة و مستقبل طباعة الصحافة في الدراسات الإعلامية، العدد 59، 1990، ص 26-27.

في بداية تطبيق التقنية الرقمية الحديثة في إنتاج الصحف إلكترونياً، توقع الخبراء في مجال تقنية الصحافة بأن الصحف سوف تواجه في هذا الشأن مشكلتين رئيسيتين :

- تتعلق بالكلفة العالية التي تتطلبها قاعدة البيانات الضخمة التي يمثل وجودها ضرورة ملحة لاستيعاب كافة الصور و الرسوم و المعلومات التي يتم تخزينها رقمياً في ذاكرة النظام.

-تتعلق بمدى توافر البرامج التطبيقية التي تسمح لسكربتير التحرير بالوصول إلى كافة المعلومات الرقمية المخزنة في ذاكرة النظام، و ذلك في وقت سريع و مقبول، يتناسب وطبيعة العمل الصحفي و بخاصة في حالة الصحف اليومية⁽¹⁾.

و تتعاضم هاتان المشكلتان بدرجة أكبر في حالة النظم التي تتضمن المعالجة الرقمية للصور الصحفية، شأنها شأن بقية عناصر الصحيفة، نظراً لما تتطلبه الصورة الفوتوغرافية بصفة خاصة من سعة أكبر بكثير مقارنة ببقية عناصر الصحيفة.

المبحث الثاني: نظم النشر الإلكتروني

لا شك أن ظهور التقنية الرقمية في عالم الطباعة، و معالجة الصورة الصحفية وغيرها من العناصر الصحفية، قد أحدثت ظفره كبيرة و تطورا رهيبا في العملية الإنتاجية بأكملها، نظراً للدور الحيوي الذي تلعبه هذه التقنية المتقدمة، في مجال التجهيزات الطباعة عموماً إلى حد يغني تماماً عن اللجوء إلى الطرق اليدوية، التقليدية التي تعتمد على دقة ومهارة العامل الفني نفسه، بما يجعل احتمال الخطأ واردة بدرجة أكبر منه في حالة الإنتاج الإلكتروني.

إن استخدام الكمبيوتر في هذا الحقل الإنتاجي أدى إلى بناء أنظمة إلكترونية مختلفة، يعمل بعضها مع بعض في آن واحد بكفاءة متفاوتة، انكسرت معها حواجز أنظمة ما قبل الطباعة المغلقة، و التي تعتمد على تجهيزات و أنظمة تشغيل خاصة، يعمل كل منها بمعزل عن الآخر.

و تعرف هذه الأنظمة بمفرداتها الإلكترونية المختلفة و المتعددة بنظم النشر الإلكتروني، و يعد مصطلح النشر الإلكتروني مفهوماً واسعاً و شاملاً، حيث يتسع ليشمل نظم النشر المكتبي التي تستخدم أساساً في إنتاج الصحف و غيرها من المطبوعات الرقمية أو

(¹) : نفس المرجع، ص 159 .

التي تشمل بدورها على ما يعرف بتقنية التوظيف الإلكتروني على الشاشة والتي تعد إحدى أجزاء نظم النشر الإلكتروني.

و قد شهدت السبعينات من هذا القرن، بداية تحرك القائمين على صناعة الصحف نحو استخدام نظم النشر الإلكتروني في إنتاج صحفهم. و كانت شركة Aldus (ألدوس) من أوائل الشركات التي أنتجت برنامجا للنشر المكتبي، في حين كانت شركة Apple Macintosh (أبل ماكنتوش) هي صاحبة اختراع أول نظام متكامل للنشر المكتبي DTP وذلك في عام 1985.⁽¹⁾

و قد أصبحت اليوم غالبية الصحف اليومية و الدوريات الأخرى تعتمد في إنتاجها التقنية الإلكترونية، بما يشمل كل المراحل الإنتاجية اللازمة لكل العناصر التيبوغرافية والجرافيكية، سواء التحريرية أو الإعلانية.

و يتم تحديد و تنفيذ المعالجات الإخراجية للصحف و المجلات أثناء إجراء ما يعرف بالتصنيف أو التوظيف أو التركيب الإلكتروني لصفحات الصحيفة (Montage) مكتملة على شاشة الحاسب في ظل نظام النشر الإلكتروني المعتمد بالصحيفة. و تشير نظم النشر الإلكتروني في أبسط تعريفاتها إلى استخدام أنظمة و أجهزة تعمل بالكمبيوتر في الابتكار والإبداع و الصف و توظيف الصفحات و إنتاج صفحات نموذجية كاملة ومنتھية. و يتكون نظام النشر المكتبي الإلكتروني (P.A.O) في أبسط شكل من : جهاز كمبيوتر شخصي أو أكثر (Personnel Computers (PC)) و وحدة ذاكرة لتخزين البيانات الرقمية (Unité Centrale) و شاشة عرض و جهاز للمسح الضوئي الإلكتروني بمثابة وحدة إدخال (Input Unit) (Scanner) للعناصر الجرافيكية و طابعة بمثابة وحدة إخراج (Output Unit) للنظام.

و تُولف هذه الأجهزة ما يعرف في الجرائد بـ : La P.A.O Publication Assistée و par Ordinateur في الأساس، أنظمة النشر الإلكتروني تتكون من وحدات إدخال (Input Unit) للمدخلات و وحدات إخراج (Output Unit) للمخرجات تتوسطها تقنية التوظيف الإلكتروني على شاشات العرض المرئي، هذا إلى جانب مجموعة متعددة ومنتھة من البرمجيات التي من خلالها تستطيع هذه النظم القيام بوظائفها المختلفة.

(1) : محمود يسري و منى أبو طيل، البرمجيات العديدة لنظم النشر المكتبي، عالم الطباعة، المجلس السادس، العدد الثاني عشر، ص 10.

I - المدخلات :

تتحكم نوعية المدخلات المراد إدخالها إلى نظم النشر الإلكتروني في تحديد وسائل أو وحدات الإدخال المستخدمة في هذا النظام ، و على أية حال ، هناك نوعان من المدخلات:

1- المعلومات النصية الحرفية :

أي المعلومات المكتوبة حرفيا و تشمل حروف المتن أو جسم المقال و العناوين (المادة لإعلامية و الإعلانية).

وسائل إدخال هذه المعلومات لنظم النشرة الإلكتروني تتكون من:

- لوحات المفاتيح الملحقة بأجهزة الكمبيوتر العاملة بالنظام بواسطتها يمكن تزويد النظام بما نريده من بيانات و معلومات حرفية و تعمل هذه اللوحات من خلال برامج معالجة الكلمات *Microsoft Word* أو من خلال أحد برامج تصميم وإخراج الصفحات على الشاشة. تتيح برامج معالجة الكلمات إمكانات كبيرة في معالجة الكلمات و النصوص إلكترونيا على الشاشة، مما يمكن المستخدم من تنفيذ المعالجات التيبوغرافية و الإخراجية اللازمة و ذلك بما تتضمنه هذه المعالجة من جوانب عدة مثل حجم الحرف، كثافة الحرف، شكل الحرف، اتساع الجمع، شكل الجمع و غير ذلك من التأثيرات البصرية التي يمكن إضافؤها على الحروف.

- أجهزة المسح الضوئي الإلكتروني المزودة بتقنية التعرف البصري على الحروف وبرمجياتها المختلفة (*O.C.R : Optical Character Recognition*) و تفيد هذه الوسيلة في إدخال النصوص المكتوبة مسبقا سواء بواسطة أجهزة الكمبيوتر أو الآلة الكاتبة إلى نظام النشر الإلكتروني بالصحيفة، و بذلك تكون قد تحولت إلى الهيئة الرقمية بحيث يمكن التعامل معها و معالجتها بالتبوغرافيا⁽¹⁾.

- الميكروفون ... و يعد إحدى الوسائل الحديثة و السريعة لإدخال الحروف والنصوص للحسابات الآلية المزودة بتقنية التعرف على الأصوات التي تتولى تحويل الموجات الصوتية للمستخدم إلى إشارات كهربائية رقمية يتعرف عليها جهاز الكمبيوتر و من ثم تظهر على الشاشة ليتم التعامل معها بواسطة برامج معالجة الكلمات. و علي حد معرفتنا، فإن هذه الطريقة لم تستعمل بعد في الصحف الوطنية.

(1) : شريف درويش، تكنولوجيا الطباعة و النشر الإلكتروني ، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1997 ، ص ص 150-155.

- النصوص الرقمية الجاهزة : وهي التي تكون مخزنة على إحدى وسائط التخزين الإلكتروني للبيانات (*Disquette , CD*) الأقراص المرنة أو الأقراص المدمجة.
- 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.

2- المعلومات التصويرية :

أي المعلومات المعبرة عن العناصر الجغرافية المختلفة المتضمنة بالمادة التحريرية والإعلانية و قد تكون صور فوتوغرافية أو رسوم يدوية (خرائط ، رسوم بيانية، الخ) والرسوم التعبيرية (كريكاتور). وسائل إدخال هذه النوعية من المعلومات على النحو التالي :

- أجهزة المسح الضوئي الإلكتروني بنوعها المسطحة و الأسطوانية و القدرة على تحويل الأصول الجغرافية بأنواعها كافة إلى هيئة رقمية ، لتكون بذلك صالحة لإدخالها إلى نظام النشر الإلكتروني بالصحيفة.
- أرشيف الصورة الإلكتروني *E.P.A* الذي يعد مستودعا للصور الرقمية و غيرها من العناصر الجغرافية و المخزنة عادة على أقراص مدمجة (*CD*).
- ديسك الصورة الإلكتروني *E.P.D* ⁽¹⁾ و الذي نشأ في الصحف و كذا في وكالات الأنباء – مع تحويلها إلى نمط الإنتاج الإلكتروني و اعتمادها على الوسائل الرقمية في الحصول على الصورة الصحفية من مصادرها المختلفة. *E.P.D* اختصارا لكلمات *Eléctronic Picture Disk*.
- الكاميرا الرقمية التي توفر الصور في هيئة رقمية أيضا على أحد أنواع الذاكرة الإلكترونية التي تعتمد هذه التقنية، سواء كانت الذاكرة الداخلية بالكاميرا أو بالأقراص (*PC Cards*) بأنواعها المختلفة، وقد يتم إرسال الصور الرقمية الملتقطة بواسطة الكاميرا الرقمية : عن بعد إلى مقر الصحيفة، و في هذه الحالة يستقبلها ديسك الصورة الإلكتروني المسؤول عن استقبال الصور الخارجية.

(¹) : مرجع سابق، د / سعيد الفريد النجار، ص 239.

- الكاميرات التلفزيونية الرقمية « DVC »: وهي المسؤولة عن إدخال الصورة التلفزيونية إلى نظم النشر الإلكتروني بالصحف و التي يتم التقاطها من البث التلفزيوني أو من مصدر فيديو آخر.
- مكثبات الصور الجاهزة (EPL): والتي يتم إنتاجها بواسطة تقنية « Photo- CD » القادرة على تحويل الأصول الجرافيكية بأنواعها المختلفة – الأصول المطبوعة المعاكسة و الأصول الشفافة و السلبيات الفيلمية – إلى هيئة رقمية مخزنة على نوع من أقراص المدمجة (CD).
- شبكات الإنترنت و الشبكة العنكبوتية العالمية « www » : التي تعد من المصادر الحديثة للصور الرقمية لنظم النشر الإلكتروني بالصحف حيث تكون هذه النظم متصلة بالانترنت بصفة دائمة، الأمر الذي يتيح لها الاستفادة مما تنشره هذه الشبكات من صورة و أخبار.

II – تقنيات التوظيف الإلكتروني (E- Pagination) Montage sur Ecran

يعمل نظام النشر الإلكتروني من خلال التوظيف الإلكتروني لصفحة متكاملة مجمعة ومعرضة على شاشة العرض و مخزنة على ذاكرة الكمبيوتر تستخدم في النهاية من أجل الحصول على إيجابيات أو سلبيات جاهزة لصفحات الصحيفة بأكملها من خلال وحدة الإخراج بالنظام نفسه .

و تركز عملية التوظيف الإلكتروني على تولى سكرتير التحرير استدعاء المقالات والأخبار و الإعلانات و الصور الفوتوغرافية و الرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة المخزنة جميعا في هيئة رقمية على ذاكرة النظام، بحيث يتم تصميم الصفحات على الشاشة مباشرة من خلال قيام سكرتير التحرير بحجز المساحات للموضوعات و الصور المختلفة أمامه على الشاشة و كذا الإعلانات⁽¹⁾.

و عن طريق تعليمات معينة يوجهها للنظام و بواسطة برمجيات معينة خاصة بمعالجة كل عنصر، يستطيع توظيف صفحة كاملة بكل عناصرها التيوغرافية والجرافيكية على الشاشة. و في النهاية يحصل إما على نسخة ورقية أو فيلمية أو نسخة مسجلة على لوح

(1) : Benjamin Campanies, *the newspaper industry in 1980's*, In Assessment of economics and technology, New Tork, knowledge Industry Pub, 1980, P 152 -153 .

طباعي جاهز. تتم العملية كلها دون إجراء القص أو اللصق و خلافه، كما كان عليه الحال في ظل نمط الإنتاج التقليدي للصحيفة⁽¹⁾.

و يحتل التوظيف الإلكتروني أهمية كبرى بالنسبة للصحف اليومية بخاصة، نظرا للأهمية القصوى لعامل سرعة الإنتاجية في اليوميات، و ذلك مقارنة بالدوريات الأسبوعية أو نصف شهرية التي تملك وقتا أطول لأداء المهام الإنتاجية المختلفة، و لهذا السبب نجد الصحف والدوريات غير اليومية أقل اهتماما بالصور الإخبارية عموما، ذلك النوع من الصور الذي يحتل المرتبة الأولى من الاهتمام لدى الصحف اليومية.

يعود ذلك إلى أن نظم التوظيف الإلكتروني على الشاشة تقلل بصفة عامة من الوقت والجهد المطلوبين في إنجاز عمليات ما قبل الطبع، فقد أثبت إحدى الدراسات الحديثة التي أجريت على 12 صحيفة بالولايات المتحدة الأمريكية، أن التوظيف الإلكتروني يقلل الوقت المستغرق في إنتاج الصحيفة ككل، و لكنه يضيف إلى الوقت المستغرق في قاعة التحرير بما يعادل 15 دقيقة من وقت المحررين بالنسبة لكل صفحة من صفحات الجريدة مقارنة بالوضع من ذي قبل.

(1) : الأنظمة الالكترونية لتجهيز الصفحات، في عالم الطباعة، فبراير 1988، ص 22.

III – المخرجات (Outputs)

بالنظر إلى تطور نظم النشر الإلكتروني بصفة عامة ، يمكن رصد ثلاث مراحل أساسية :

المرحلة الأولى:

و قد مثلت بدايات ظهور و تطور نظم النشر الإلكتروني التي كانت تفتقد إلى القدرة على دمج الصور و النصوص معا على الصفحة الواحدة على الشاشة. و ما كان يحدث هو ترك مساحات مناسبة للصور و العناصر الجرافيكية، بحيث يتم وضعها في أماكنها على الصفحة أثناء تنفيذ عملية المونتاج الفيلمي لصفحات الجريدة.

هذا يعني أن مخرجات هذا النظم للنشر الإلكتروني كانت عبارة عن صفحات ورقية تحمل النصوص و الجداول فقط إلى جانب مساحات بيضاء للعناصر الجرافيكية التي يتم استنساخها تصويريا على أفلام موجبة أو سالبة بقسم التصوير الميكانيكي.

و تمثلت وحدات إخراج هذه النظم بشكل أساسي في طابعات الليزر التي تعتمد في عملها على النسخ الضوئي بواسطة أشعة الليزر. أول طابعة ظهرت عام 1984، و مثلت آنذاك قفزة في صناعة الكمبيوتر، لما لها من قدرات عديدة تميزها عن الطابعات التي تعمل بنفث الحبر (Jet d'encre).

فقد تطورت الطابعات كثيرا في عصرنا الحالي سواء من حيث الذاكرة، و من حيث السرعة الطباعية فقد تزايدت من ست صفحات في الدقيقة إلى 24 صفحة و أكثر في الدقيقة الواحدة⁽¹⁾ هذا بالنسبة للصفحات التي تتضمن نصوصا فقط.

المرحلة الثانية :

أصبحت معظم أنظمة النشر الإلكتروني تستطيع إدماج الصور الفوتوغرافية والأشكال و الرسوم، الخ، مع النصوص و العناوين في الصفحة الواحدة وتتمثل مخرجات هذه النظم المتطورة في أفلام كاملة للصفحات، يتم استخراجها بواسطة استخراج الصفحات الفيلمية (Laser Photosetters) و باعتماد هذه الأنظمة المتطورة يتم التخلص تماما من غرفة التصوير الميكانيكي.

(1) : شريف درويش ، مرجع سابق ، ص 157 .

من مزايا هذه الأنظمة القادرة على دمج الصورة و النص معاً، تم دمج خطوات عديدة في خطوة إنتاجية واحدة بداية من الأصل و حتى الفيلم النهائي للصفحة بأكملها الذي يستخدم في تجهيز السطح الطباعي في سبيل طبع الصحيفة مكتملة. متابعة الحاسوب الآلي لمختلف خطوات العمل مع القدرة و المرونة لدي سكرتير التحرير على إجراء أية تعديلات يراها ضرورية على الشاشة.

المرحلة الثالثة :

وهي أبعد مراحل تطور نظم النشر الإلكتروني حتى اليوم فهي قادرة على تجهيز السطح الطباعي ذاته مباشرة، حيث تتمثل مخرجاتها في لوحات طباعية جاهزة للتركيب بآلات الطبع، و تعرف هذه الأنظمة بـ : *CTP (Computer – To-Plate)* و تعرف أيضاً بأنظمة *Direct-To-Plate Printing*. و تعتمد أنظمة *CTP* على أجهزة شديدة التطور لاعداد اللوحات الطباعية (*Pointing Plates*) تعمل بأشعة الليزر و متصلة بوحدة الكمبيوتر، و تعرف بأجهزة *Laser Driven Platesetter* التي من خلالها يمكن لنظام النشر الإلكتروني تحويل نماذج الصفحات الواردة من الكمبيوتر مباشرة إلى لوحات طباعية بلاستيكية جاهزة للتركيب بآلة الأوفست الطباعية. بواسطة هذه الأنظمة (*CTP*) فان قاعة التركيب (الجمع) أو غرفة التصوير الميكانيكي و قاعة المونتاج (تركيب) الورقي و الفيلمي للصفحات و قاعة تجهيز الزنكات الطباعية، قد أصبحت جميعاً في مرحلة إنتاجية واحدة (تبدأ بالمحرر و تنتهي بالزنكات الجاهزة للتركيب).

VI - البرمجيات (Logiciels) Software

كل الإمكانيات المبهرة لهذه النظم لا يمكن بحال من الأحوال أن تتم، دونما الحاجة إلى البرمجيات التي تمثل قائمة الأوامر التي من خلالها يعمل و يبديع كل مكون من مكونات نظم النشر الإلكتروني.

ومن أمثلة البرامج العاملة في حقل النشر الإلكتروني، هناك برامج معالجة الكلمات والنصوص *Word Processing Programs* و برامج المعالجة الرقمية للصور الصحفية *Image Editors* و برامج تصميم الصفحات *Page Madeup Programs* و برامج الاتصالات *Communication Programs* و برامج الدهان و التكوين *Paint Programs*

وبرامج الرسوم التوضيحية و برامج الخرائط و غيرها من البرامج التشغيلية الخاصة بكل مكون من مكونات نظام النشر الإلكتروني المتكامل.

أمام هذا التنوع من البرمجيات، سوف نتحدث عن برامج تصميم و إخراج الصفحات، تلك النوعية من البرامج التي تعمل في ظل تقنية التوظيف الإلكتروني على الشاشة. و لعل أشهر البرامج العاملة في حقل التوظيف الإلكتروني هي برامج ثلاثة رئيسية :

1- برنامج " الناشر الصحفي " تنتجه شركة ديوان* وهو تطوير عربي لبرنامج « *Design Studio* » الذي أنتجته شركة " ليراست " . و يعد برنامج " الناشر الصحفي " أول برنامج متعدد اللغات يقوم بعملية النشر بأكملها بدءا من وضع محتوى المطبوع ومعالجة النصوص و الصور و الرسوم و تصميم الصفحات وتركيبها ، وحتى إعداد الصفحات الجاهزة للطبع و فرز الألوان .
أهم الإمكانيات التي يتيحها برنامج " الناشر الصحفي " فيما يتعلق بمعالجة الصور

و العناصر الغرافيةكية تتمثل فيما يلي:

- إجراء عمليات التصغير و التكبير للصور أفقيا و رأسيا أو في أحد الاتجاهين فقط:
- التحكم في الشكل الخارجي للصورة.
- إمكانية جعل النص ينساب حول الصورة أيا كان شكلها الخارجي على الصفحة، مع التحكم في المسافة الفاصلة فيما بين الحدود الخارجية للصورة و حواف المتن المحيط بها.
- إمكانية إجراء تأطير الصورة باستخدام إطارات و جداول متنوعة الشكل و السمك واللون.
- إمكانية القص و النسخ و تحريك الصورة أفقيا و رأسيا داخل الإطار لتحديد الجزء المرغوب إظهاره على الصفحة.
- إمكانية قلب الصورة رأسيا أو أفقيا بما يغير اتجاه الحركة للعناصر الظاهرة في الصورة من اليمين إلى اليسار أو من الأسفل إلى الأعلى أو العكس.
- إمكانية تدوير الصورة ككل بنسب تتراوح ما بين + 360 درجة و- 360 درجة.

* شركة " ديوان " العربية هي احدى الشركات الرائدة في مجال النشر المكتبي اللغة عربي / انجليزي ففي عام 1986 قدمت "ديوان " أول برنامج نشر عربي لأجهزة « *Apple Macs* » وهو برنامج " الناشر المكتبي 4 " أو يعتبر هذا البرنامج من المقاييس الأساسية و المتعارف عليها لأنظمة النشر العربي المتخصصة و هو أو برنامج متعدد اللغات لمعالجة النصوص و تصميم الصفحات و البرنامج تطوير عربي لبرنامج " ديري سيت جوا " لشركة " ليراست " .

- إمكانية إجراء الفرز اللوني في حالة الصورة الملونة إلى صيغة *CMYK* اللونية لاستخراج النسخ المفصولة للصفحات الملونة.

2-برنامج *Page Maker5.0 Middle East*

الذي طورته شركة "وينسوفت" الفرنسية، عن النسخة اللاتينية لبرنامج *E-Page Maker* لشركة « *Aldus* ».

تتيح النسخة العربية من هذا برنامج الإمكانيات نفسها التي يتيحها برنامج " الناشر الصحفي " و أجمل ما في هذا البرنامج فيما يتعلق بمعالجة الصورة الصحفية هو عملية انسياب النص حول الصورة، فإذا وقع جزء من كتلة الصورة أو جميع أجزاءها داخل كتلة من النصوص، فانه من الممكن جعل النص يلتف حول الصورة، مع إمكانية تحديد نوع الالتفاف و مقدار ابتعاد حدود الصورة عن النص، كما يتيح في هذه الحالة ظهور إطارين حول الصورة أحدهما خارجي لتصغير و تكبير الصورة " بالماوس " و الآخر داخلي ليقوم سكرتير التحرير بتشكيله ليتناسب مع تعرج حدود الصورة تماما بعدها يلتف النص مع هذه الحدود الجديدة التي تم رسمها حول الصورة من ذلك الإطار.

3-برنامج *Quark Express*

يحتل اليوم مكانة كبيرة بين دور النشر و المجالات الكبرى في العالم. استطاعت شركة "لاياوت" اللبنانية تعريبه و تمكنت من بناء إضافات (*Extensions*) لتوفير وظائف معينة و التي أسمتها *Arabic XT Extensions* و تعد الإضافات عموما بمثابة برامج إضافية تمكن برنامج *Quark Express* و غيره من البرامج من القيام بوظائف جديدة و تندمج فيه كجزء منه.

و أبسط وصف لوظيفة *Arabic XT* هو تمكين البرنامج من التعامل مع اللغة العربية، حيث تتيح لبرنامج *Quark Express* إمكانية استقبال النصوص و الخطوط 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 طبقا لمتطلبات و خصوصية اللغة العربية و طبيعة تركيب حروفها.

و فيما يتعلق بمعالجة الصورة الصحفية، يتيح هذا البرنامج جلب الصورة من صيغ مختلفة، و رؤيتها قبل فتحها، ثم وضعها في إطارات الصور التي تتغير أشكالها يدويا أو آليا بحيث يتغير معها شكل الصورة مع إمكانية تكبير الصورة و تصغيرها، و ضبط مواقعها داخل الإطارات، و إخفاء أجزاء منها، و إمالتها حتى زاوية 360 ° في كل الاتجاهات إلى جانب وضع الصورة على أرضيات متنوعة الأشكال و انسياب النص حول الصورة، و ربط الصورة بالفقرات داخل النص فضلا عن إمكانية فرز ألوان الصور إلى صيغة *CMYK* اللونية الطباعية⁽¹⁾.

(¹) : د / سعيد الغريب النجار ، مرجع سابق ، ص 254 .

المحور الثالث: سكرتير التحرير

المبحث الأول: سكرتير التحرير: تعريف و مميزات

قبل البدء في تقديم التعاريف المختلفة لسكرتير التحرير من المهم الإشارة إلى المراحل المختلفة التي مرت بها هذه المهنة. فمن الحرفية إلى غاية استعمال الإعلام الآلي، عرفت مهنة سكرتير التحرير تغيرات جذرية.

I- مراحل تطور مهنة سكرتير التحرير

يمكننا تمييز ثلاث مراحل كبرى:

المرحلة الحرفية

سميت هذه المرحلة أيضا بمرحلة *Le Maître Jacques*. تعني ان سكرتير التحرير في هذه المرحلة كان الشخص (بمعنى الخادم) الذي ينجز كل المهام التحريرية و التقنية في الوقت نفسه. كان مدير النشر في هذه المرحلة بأقلام خارجية، كالكتاب ورجال السياسة أو ما يعرف اليوم بالمتعاونين (Collaborateurs). في هذه الفترة، كان مدير النشر بحاجة إلى شخص ذو مهنة⁽¹⁾ أي سكرتير التحرير الذي يقوم بتنظيم و متابعة العمل في الجريدة و بتقييم المقالات و تصحيحها.

في هذا الصدد، كتب الأديب الفرنسي الشهير بالزاك (*Belzac*) في إحدى رواياته، سكرتير التحرير هو في أغلب الأحيان العامل الدائم الوحيد. فهو يقوم بدور رجل كل المهام (*Le Maître Jacques*) : يطلب المقالات ثم يصححها أو يعيد صياغتها إذ تطلب الأمر ذلك، قبل أن يرسلها إلى ورشة الطباعة التي يشرف هو عليها.

كانت المشاكل التقنية شبه منعدمة، حيث يمكن حصرها في قص بعض الأسطر أثناء عملية الإخراج الصحفي (*La mise en page*).

كما لم تعرف هذه المرحلة استعمال الصور لهذا لا يمكننا الحديث عن إخراج صحفي حقيقي أو بالمعنى الحالي للكلمة.

(1) : Louis Guery, le secrétaire de rédaction : de la copie à la maquette de mise en forme, 6^{ème} édition, éditions du CFPJ, Paris, 1990, P 17.

حيث كانت الجريدة تشبه أكثر الكتاب من حيث الشكل. كانت تتركب على عمود واحد فقط.

تميزت مهمة سكرتير التحرير في هذه المرحلة بالتركيز على الجانب التحريري أكثر Une fonction rédactrice. لم تكن تتطلب وظيفته عمل تقني خاص بقدر ما كانت تتطلب ثقافة واسعة و حس عالي في العلاقات الإنسانية.

مرحلة المنسق Le coordinateur

ظهرت في منتصف القرن XIX ما يسمى بصحافة الإعلام (La grande Presse d'Information) و التي عرفت أيضا البدايات الأولى " لاقتحام " الإشهار للصحف. أصبح طموح أصحاب الجرائد الوصول إلى أكبر عدد من القراء و هذا بغية جلب الإشهار.

ما تطلب تنوع في أركان و أقسام الجريدة التي عرفت تضاعف عدد صفحاتها وارتفاع نسبة سحبها و توظيف عدد أكبر للصحفيين.

أصبحت صفحات الجريدة من حيث الشكل متكونة من عدة أعمدة. وأصبح سكرتير التحرير في هذه المرحلة العمود الذي يتمحور حوله كل عمل صحفي، باعتباره الشخص الوحيد الذي يكتسب الخبرة والحكمة اللازمتان في مجال الصحافة.

مرحلة المخرج Le réalisateur*

يمكن تحديد المرحلة الثالثة في فترة ما بين الحربين 1914/1945 التي عرفت استعمال الصور و الرسومات في الصحف و تميزت هذه المرحلة أيضا بتغير جذري في شكل الجريدة التي أصبحت صفحاتها تتكون من ثمان (08) أعمدة.

فلم تعد تخضع الصحف للقواعد الجامدة التي ميزت المراحل السابقة و هذا بفضل تأثير الصحافة الأنجلواسكسونية و التطورات التقنية. أصبحت الصحف تهتم أكثر بالجانب الجمالي و الإبداعي في الإخراج الصحفي.

عرفت هذه المرحلة تحول جذري في تصور الصفحة الأولى (La Une). أصبحت الصفحة الأولى عبارة عن ملصقة (Affiche) نظرا لاستعمال الصورة و البند العريض.

* Le terme de réalisateur est pris ici dans le sens qu'on lui donne au cinéma.

La suggestion d'appeler ainsi désormais le secrétaire de rédaction a été faite par Michel Logié, professeur à l'Ecole supérieure de journalisme de Lille (France).

أصبح لزاما على سكرتير التحرير لمواكبة هذه التطورات أن يضيف إلى سجله إتقان قواعد الماكيت.

أثارت هذه التطورات حفيظة بعض سكرتيري التحرير الذين نظروا لهذه التحولات بنظرة تشاؤمية.

رفض الكثير منهم القيام بمهام الماكيتست واعتبروها من صلاحيات الخطاطون (Graphistes) و هذا ما فتح باب الصحافة على مصراعيه للخطاطين و التيبوغرافيين. لكن نقص الخبرة و المعرفة بمجال الصحافة انعكس سلبا على مردودية و مستوى عمل هذه الفئة رغم تكوينهم الأكاديمي.

II - تعريفه:

عرف سكرتير التحرير في بدايات القرن العشرين كما يلي :
" يصنع سكرتير التحرير الجريدة، هو تقني ليس له أي صلة بالحياة اليومية، لا يقرأ أبدا المخطوطات التي تدرج في الجريدة. دوره الأساسي هو قياس المساحة المخصصة لكل مقال".⁽¹⁾

يحمل هذا التعريف في طياته شيء من الفكاهة و الهزل و هو أيضا ناقص و غير كافي.

يعرف سكرتير التحرير في الكتابات الحديثة على أنه " صحفي و لكن صحفي لا يمضي «Ne signe pas». فهو الذي يضيء على الجريدة نوع من الجاذبية لجلب نظر القارئ و بالتالي ضمان المقرئية".⁽²⁾

سواء كان مكلف بإنجاز صفحة أو عدة صفحات من الجريدة، يجب أن يكون سكرتير التحرير على علم بالأحداث الوطنية و الدولية ليتسنى له أن يرتبها حسب الأولوية. يأخذ المقال أهميته أيضا بالمكان الذي يشغله في الصفحة. فالمقال الذي يضع في أعلى أو رأس الصفحة من البديهي أنه أكثر أهمية من الذي هو في أسفل الصفحة (قدم الصفحة).

(1) : Robert de Jouvenel , le journalisme en vingt leçons , éditions Payot, Paris, 1920, P42.

(2) : IBID, P69

مكلف سكرتير التحرير بإعطاء شكل منسق و منسجم للكم الهائل من المقالات والرسومات و الصور والإشهار أي المادة الإعلامية بصفة عامة. لتحقيق هذا الهدف, يتمتع سكرتير التحرير بكل الصلاحيات.

فهو الذي يقرر تقليص و إلغاء هذا أو ذلك المقال إذا كان حجم المادة الإعلامية يفوق المساحة المخصصة للإعلام, كما يمكنه رفض مقال إذا اعتبره غير مهم أو ذو أسلوب ركيك.

يبدأ سكرتير(*) التحرير بعد الانتهاء من المرحلة الأولى في العمل على إعادة كتابة العناوين إذا تطلب الأمر ذلك تليها مرحلة اختيار حجم المقال بعد تصحيحه و نمط بنط الكتابة (البنط العريض أو البنط العادي) و حجم الحرف.

تأتي بعدها مرحلة إنجاز الماكيت (Une Maquette) لكل صفحة من صفحات الجريدة.

بما أن سكرتير التحرير يبحث دائما عن الإتقان فهو يقوم بمتابعة الصفحات أيضا أثناء مرحلة التركيب و الإنتاج.

عندما يتم تركيب الصفحة (أي توضيب كل مقال في المكان المحدد له حسب الماكيت و احترام إرشادات سكرتير التحرير فيما يخص اختيار البنط و حجم الحرف) يعيد سكرتير التحرير قراءة الصفحة⁽¹⁾ ككل منسجم من المقالات و يصحح ما يجب تصحيحه قبل أن يعطى الإذن بالطبع (BAT أي Bon à tirer).

نظريا, يجب أن يكون في كل جريدة سكرتير تحرير رئيسي (SGR) وهو مسؤول على إنجاز و إخراج كل الصحيفة و كذا احترام مواعيد تقديم المقالات. و يساعد سكرتير التحرير الرئيسي في مهامه ثلاث أو أربع سكرتيري تحرير, حيث أن العدد يختلف من جريدة إلى أخرى.

بالإضافة لكل ما جاء سابقا, يجب أن تتوفر في سكرتير التحرير خصيتان مهمتان: السرعة و المرونة و التكيف مع الوضع المتغير⁽²⁾ (Rapidité et Souplesse).

إن يتعلق الأمر هنا بنشاط إبداعي يتجاوز المفهوم الضيق لمهمة التنفيذ أو المظهر التقني فقط .

* Secrétaire de rédaction est un terme de presse écrite, à la radio ou à la télévision, on trouve des chefs d'éditions, dont le rôle est analogue mais au lieu de répartir l'espèce, ils répartissent le temps dans un bulletin ou un journal.

(¹) : IBID, P69.

(²) : Louis Guery , Op cit , P 19.

فإذا ما قارنا بين منشورة و مسرحية أو جوقة فإن دور سكرتير التحرير هو بمثابة المخرج أو رئيس الجوقة.
وإذا قارنا بين جريدة و مؤسسة صناعية، سكرتير التحرير هو في الوقت نفسه مكتب جدول البرمجة (Planning) و مصلحة توزيع المهام (Dispatching) وتنظيم العمل وتوزيعه.

1-مكانة سكرتير التحرير:

يمكن تحديد مكانة سكرتير التحرير في السلم التدريجي كما يلي:
يحتل سكرتير التحرير المكانة نفسها مع رئيس التحرير على السلم التدريجي. أما من حيث تنظيم المؤسسة الإعلامية، فهو تابع لرئاسة التحرير.
بالإضافة إلى ما رأيناه سابقا، سكرتير التحرير هو عضو تنفيذ و ربط و يمكن شطر مهمة الربط إلى:

- **ربط شاقولي** : تكمن هذه المهمة في تطبيق و نقل أوامر و إرشادات رئيس التحرير إلى مختلف المصالح التي يشرف عليها ويسهر على إيصال اقتراحات أعضاء مصالحه المختلفة لرئيس التحرير.
يتكفل سكرتير التحرير بدراسة المشاكل المطروحة و يقترح الحلول المناسبة، يتخذ رئيس التحرير القرارات على ضوء اقتراحاته.

- **ربط أفقي** : يعطي سكرتير التحرير الأولوية للعمل المشترك في إطار مهمة التوفيق والتنسيق بين عمل مختلف مصالح الجريدة و هذا بتوحيد أهدافهم و آفاقهم.
كما تسند لسكرتير التحرير مهمة الفصل في النزاعات التي يمكن أن تظهر بين مختلف المصالح، و هذا بتوكيل من رئيس التحرير.

تتمثل الوظيفة الأساسية لسكرتير التحرير في تحويل المادة لإعلامية إلى جريدة أو منشورة فهو إذن أداة ربط بين قسم التحرير ككل و مصلحة الانتاج. يتمتع سكرتير التحرير

باستقلالية تامة و بمسؤولية خاصة في إطار اتخاذ القرارات العامة. فهو الذي يعطي الأوامر لتنفيذ عمليات كل مراحل صنع الجريدة : تركيب و اختيار الصور وإخراج صحفي.

2-مميزات سكرتير التحرير:

يعرف سكرتير التحرير على أنه صحفي كامل و صحفي تقني و صحفي مسؤول.

الصحفي الكامل: هو الذي تتوفر فيه الشروط التالية:

- حس أكيد للأخبار: ليتمكن من ترتيبها حسب الأهمية.
- ثقافة عامة واسعة: ليتمكن من تصحيح محتوى المقال قبل شكله.
- دراية و تمكن كبيران بقواعد و فنون اللغة: فهو مكلف بتصحيح المقالات.
- الإلمام بقانون لإعلام: ليتجنب المتابعات القضائية في حالة خرق 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: سكرتير التحرير هو الصحفي الوحيد الذي لا يمضي، رغم أنه يكتب بصفة دائمة ككل الصحفيين الآخرين.

الصحفي التقني: يكتسب سكرتير التحرير معارف تقنية ضرورية لإنجاز مهامه على

أكمل وجه. استوعب تقنيات التركيب و اللغة التقنية بصفة عامة ليسهل عليه الاتصال بمختلف مصالح صناعة الجريدة.

يجب على سكرتير التحرير أن يتكيف و يتأقلم مع مختلف التطورات التكنولوجية التي تعرفها الساحة الإعلامية.

الصحفي المسؤول: لا نأخذ هنا مفهوم المسؤولية من منظور السلم التدريجي فهو

مسؤول لأنه يشارك و بصفة فعالة في التوجه و الخط السياسي للجريدة.

أنظر ملحق 1: السلطة الخفية لسكرتير التحرير

يجب أن يكون مسؤول إلى درجة لا يسمح فيه آراءه و معتقداته الخاصة أن تؤثر في

اختياره للمقالات أو صياغة العناوين أو إعادة تأطير الصور. يجب أن يتحلى بالموضوعية و الوفاء .

المبحث الثاني: دور سكرتير التحرير و مهامه

سكرتارية التحرير هي المركز الذي تصب فيه الأنباء من مختلف المصادر حيث يعاد تحريرها و توزيعها على الصفحات و يلعب سكرتير التحرير دورا رئيسيا لكنه خفي ومجود. خفي لأنهم، أي سكرتيري التحرير، لا يحتكون مباشرة بالأحداث ولا بالجمهور الذين يعملون من اجله. و مجود لأنهم لا يوقعون المقالات التي يعيدون تحريرها. ورئيسي لأنهم صانعوا الصحيفة الحقيقيون⁽¹⁾. انهم يختارون الأنباء ويكملونها و يعطونها الشكل الذي تصل فيه إلى جمهور القراء. إنهم يحددون الحجم و المكان وحجم الحرف والعنوان والصورة المناسبة. لكن لحريرتهم حدودا، فهم يخضعون لإمكانات المطبعة و دقة التوقيت وعليهم أن ينفذوا أوامر المعلنين، و عليهم أن يحترموا توجيهات رؤساء التحرير، و عليهم أن يسيروا ضمن سياسة الجريدة العامة و عليهم أن يتقيدوا بقرارات مجلس التحرير. عند بداية كل يوم عمل، يقوم سكرتير التحرير بتقويم عمل الليلة الماضية قبل تحضير عمل اليوم الجديد. يتناول تقويم الأخطاء و يحقق في أسباب التقصير في ملاحقة الأخبار. تبدأ سكرتارية التحرير في إعداد العمل اليومي بتجميع الرسائل و القطع الواردة وبتنظيم قائمة المواضيع المنتظرة التي يقترحها مجلس التحرير.

لا يحدد مجلس التحرير سوى الخطوط الرئيسية للعمل اليومي، و لا يهتم إلا بالأخبار الرئيسية و على سكرتير التحرير أن يتخذ سلسلة القرارات التفصيلية. لهذا الغرض، يتلقى برقيات و صور وكالات الأنباء و مقالات و صور المتعاونين لمراجعتها و تصحيحها⁽²⁾.

I- المهام التقنية و التحريرية لسكرتير التحرير

(1) : فيليب غابار ، تقنية الصحافة، ترجمة فادي الحسيني طبعة ثانية، منشورات عويدات، بيروت، 1983، ص 109.
(2) : المرجع نفسه ، ص 111 .

تتجلى المهام التقنية لسكرتير التحرير في تتبع مراحل إنجاز المقال, قبل إعطاء الإذن بالطبع (B A T) Bonne à tirer. وهو المسؤول على إحترام جدول توقيت غنجاز الجريدة أو المنشورة.

يمكن تقسيم نشاطه إلى ستة مراحل أساسية:⁽¹⁾

جمع المعلومات و إنجاز جدول التوقيت: جمع المقالات والوثائق الفوتوغرافية، تحديد أوقات تقديم المقالات و الصور و الرسومات و الإشهار.

1- إعادة قراءة المقالات و هذا لتصحيحها أو إدراج بعض التعديلات إذا تطلب الأمر.
2- La cotation تحضير المادة لإعلامية و الاشهارية للطبع النهائي و كذا اختيار نمط الكتابة، حجم الأحرف و بالتالي إرسال كل هذه المواد إلى مصلحة التركيب (Montage).

3- تحرير العناوين: Titrage تحرير مشاريع عناوين خاصة بالنسبة للصفحة الأولى، وإعادة صياغة العناوين غير اللانقة.

4- اختيار الصور و الرسومات Illustration : اختيار الصور أو الرسومات التي تتماشى مع محتوى المقال و كذا تحرير (Les Légendes) كلام الصور.

5- La mise en page الإخراج الصحفي: إنجاز la maquette و مراقبة و متابعة مرحلة التركيب. يهتم سكرتير التحرير أيضا بإمضاء الصفحات الجاهزة للطبع (BA T). و هذه المسؤولية تجري لوحدها عملية سابعة و هي تصحيح الصفحات المركبة أو البروفة (Ozalides ou épreuves ou morasses) .

أنظر الملحق 2- Aperçu sur les techniques graphiques
نظرة عن التقنيات الغرافية في الصحافة

أنظر الملحق 3: سكرتير التحرير الأمس و سكرتير التحرير اليوم
Le SR d'hier et d'aujourd'hui

(¹) : Louis Guery, op .cit, P 27.

1- مرحلة جمع المعلومات و تنظيم جداول البرمجة

تعتبر إعادة قراءة و تصحيح المقالات بصفة خاصة و المادة الإعلامية بصفة عامة المهمة الرئيسية لسكرتير التحرير. بعد هذا يمكن له أن يحدد مكان المقال في الصفحة حسب الأهمية. لهذا الصحفيون مطالبون باحترام أوقات تسليم (Remise) المقالات المحددة سلفاً من طرف سكرتير التحرير و منه يمكننا الحديث عن مهمة مزدوجة :

الأولى : طلب و جمع المادة الإعلامية (مقالات، صور، الخ) و الاشهارية لصنع الجريدة التي تخضع لإرشادات رئاسة التحرير.

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

تخضع عملية جمع المعلومات إلى جدول التوقيت و التي تتغير حسب نمط الدورية والإمكانات المادية و البشرية المتوفرة للجريدة.

• تنظيم جدول البرمجة:

أ- تنظيم جدول التوقيت في اليوميات :

يخضع تنظيم جدول التوقيت في اليوميات لمعيار عدد الطباعات في اليوم الواحد والإمكانات المادية و البشرية لكل صحيفة⁽¹⁾.

إن لسكرتير 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 لسكرتير التحرير أن ينظم جدول التوقيت حسب أوقات تسليم المقالات وإمكانات الإنتاج الدقيقة للمطبعة.

يقيس سكرتير التحرير عند بداية كل يوم عمل المساحة المخصصة للإشهار في الصحيفة ليتعرف على المساحة المتبقية للمادة الإعلامية. يخصص جزء من المساحة المتبقية للعناوين بالبنط العريض و للصور.

(¹) : Louis Guery, opcit, P 31.

ب- تنظيم جدول التوقيت في المجلات (دوريات)

تنظيم جدول التوقيت هو في أغلب الأحيان مهمة صعب بالنسبة لسكرتير التحرير الذي يعمل في مجلة خاصة إذا كانت إمكانياتها البشرية و المادية محدودة مثل مجلات الحركة الجماعوية أو مجلة صغيرة. حيث يتعاون سكرتير 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. (1)

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.

و منه، لا يمكننا إلا تقديم منهجية عامة. لهذا نأخذ كمثال شهرية ذات مائة صفحة و 3/4 من مساحتها تخصص للمادة الإعلامية، يستعمل الألوان في جزء واحد من هذه المجلة: الصفحة الأولى للمجلة تطبع بالألوان (Quadrichromie).
في بداية الأمر، يجب تحديد تاريخ بداية العمل (Conception) و تاريخ نهاية العمل (Réalisation) بالنسبة لكل طبعة.

- تحديد تاريخ عرض المجلة للبيع و إرسالها المشتركين.
- تحديد تاريخ اجتماع قسم التحرير لنقاش محتوى العدد القادم.
- انطلاقاً من تحديد تاريخ عرض المجلة للبيع يحدد سكرتير التحرير الأوقات الأخرى:
تسليم المقالات و الرسومات و الصور و المادة الاشهارية، الخ.
و منه يقسم جدول التوقيت إلى قسمين كبيرين:
- قسم الصفحات الداخلية و قسم الصفحة الأولى و صفحات الإشهار بالألوان.
ينقسم القسم الخاص بالصفحات الداخلية بدوره إلى ثلاث أقسام : مقالات و صور و رسومات و إشهار.

يحدد سكرتير التحرير لمختلف هذه الأقسام أوقات العمليات المتعددة لصنع الجريدة: تركيب النصوص، طلب مقال حول موضوع ما، البحث عن الوثائق و الصور اللازمة، إعداد الصفحات الاشهارية، الخ.
أنظر ملحق 4: جدول التوقيت

(1) : Louis Guery, op cit, P 33 .

أنظر ملحق 5: توزيع الصفحات

2- عملية جمع المعلومات:

تبدأ عملية جمع المعلومات مباشرة بعد إنجاز مخطط أو جدول البرمجة. يعاد قياس المساحة المتبقية للمادة الإعلامية (ب طرح المساحة المخصصة للإشهار من المساحة الكلية للجريدة) و يعلم سكرتير التحرير مسؤول المطبعة بتاريخ الطبع. يسهر سكرتير التحرير على احترام مواعيد تسليم المقالات من طرف الصحفيين (بالساعة بالنسبة لليوميات و باليوم بالنسبة للدوريات). يتكفل سكرتير التحرير بالإضافة إلى جمع المادة الإعلامية باختيار الصور والرسومات القادرة على ترجمة الخبر "الكلمة " إلى صورة. يسهر سكرتير التحرير و بصفة مستمرة على التنفيذ الجيد لكل الإرشادات والتعليمات و على احترام جدول البرمجة. يؤثر عدم احترام المواعيد على سيرورة العمل ككل.

عملية جمع المعلومات في قسم تحرير مجهز بالإعلام الآلي: La collecte dans une rédaction informatisée

أدى إدخال الإعلام الآلي في مختلف أقسام التحرير في العالم إلى تغيير عملية جمع المعلومات التي أصبحت تتميز بالسرعة في نقل المعلومات. فبفضل الإعلام الآلي واستعمال أحدث تكنولوجيا الاتصال في هذا الميدان، إختزلت المسافات و حذفت الحدود الجغرافية. يستطيع مراسل جريدة ما، حتى وان 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 نشرها. و بهذا الشكل "يربح" سكرتير التحرير وقت ثمين. مكن استخدام الإعلام الآلي في الصحافة سكرتير التحرير من متابعة إنجاز المقالات و هذا بفضل نظم النشر الإلكتروني (Réseau) الذي يربط بين مختلف أجهزة الإعلام الآلي للصحيفة بمختلف أقسامها. و عليه يتتبع نسبة إنجاز العمل (قائمة المقالات) ساعة بساعة وبدون أن يضطر إلى الاتصال برئيس التحرير أو رئيس القسم. و بفضل نظام النشر الإلكتروني، يمكن لسكرتير التحرير أن يبعث برسالة إلى رؤساء الأقسام يستعجلهم فيها بتسليم المقالات المتأخرة أو ليخبرهم بأخر المستجدات، الخ.

فضلا عن هذا، سهل الإعلام الآلي عمل قسم الأرشيف و التوثيق. يمكن لسكرتير 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 سكرتير التحرير، ما تغير هي الوسيلة المستعملة فقط.

3- مرحلة إعادة قراءة و تحضير المقال

إن سكرتير التحرير هو آخر من يعيد قراءة المقال مهما كان مصادره و أيا كان صاحبه قبل أن يرسل إلى التنضيد (التركيب). يدقق سكرتير التحرير في كل معلومة، لأن هذه المرحلة هي الفرصة الأخيرة لتفادي الأخطاء شكلا و مضمونا. كما يمكن له أن يطلب من كاتب ريبورتاج أو مقال أن يضيف شروحا حول نقطة يراها غامضة أو العكس يطلب من صاحب المقال حذف التكرارات مثلا. يصح أيضا الأخطاء اللغوية والإنشائية والإملائية كما يتحقق من ملائمة حجم المقال مع المساحة المخصصة له. في هذا الصدد، كتب فرنن بودان Fernand Boudin : "المقالة الجيدة هي منتج نصف كامل، يمكن لعامل المطبعة أن يحولها بدون أي عناء إلى منتج كامل".⁽¹⁾

«Une bonne copie est un produit semi-fini que l'imprimeur pourra transformer en produit fini.»

و بالتالي مسؤولية محتوى المقال مشتركة بين كاتبها أي الصحفي و سكرتير التحرير. لا يتوقف عمل سكرتير التحرير عند حد تصحيح الشكل بل يتعد ذلك ليصل إلى مضمون المقال. سكرتير التحرير مكلف بتحويل المادة الإعلامية إلى مادة قابلة للطبع. يحرص سكرتير التحرير على أن تحترم القواعد التيبوغرافية (الاختزالات، استعمال المزدوجتان، كتابة الأعداد الرومانية أو العربية، الخ) في المقال.

⁽¹⁾ : Fernand Boudin : «La préparation de la copie», in la chose imprimée, Editions Retz, N° 85, Paris, P73 .

كما يهتم سكرتير التحرير بالاستعمال الجيد للخط المائل و البنط العريض والمساحة البيضاء (Espace Blanche) للدلالة على تغيير نبرات صوت المتحدث أو لحظات من الصمت (Silence).

و منه يستعين سكرتير التحرير في هذا المجال بميثاق استعمال الخطوط (Code de soulignements)⁽¹⁾.

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

أنظر الملحق رقم 6 ميثاق استعمال الخطوط

يقوم سكرتير التحرير قصد تسهيل القراءة بتجزئة الفقرة الطويلة إلى عدة فقرات وللغرض نفسه يعمل على صياغة عناوين فرعية للمقالات الطويلة (Inter titre). يلعب هذا النوع من العناوين دور المناوب (Relais) في القراءة بالإضافة إلى دوره الجمالي والإبداعي. لهذا تحرر العناوين الفرعية بطريقة تبتعد عن التافهة و السطحية (Banalité et Platitude) و يجب أن تلفت الانتباه و تثير فضول القارئ.

يحذف سكرتير التحرير كل ما يعيق الفهم الجيد و السريع لفكرة المقال و يعيد صياغة الفقرات ذات الأسلوب الركيك أو المبهم. يحرر أيضا مقدمات للمقالات التي تتطلب هذا، كما يمكن له أن يأخذ فكرة واحدة من المقال نظرا لأهميتها و يبرزها في إطار على حد (Encadré).

أنظر الملحق رقم 7

لعمله اليومي سكرتير التحرير بحاجة للمراجع الآتية:

❖ فهرس موسوعة *Dictionnaire encyclopédique*

❖ فهرس اللغة *Dictionnaire de la langue*

❖ نحو و صرف *Vocabulaire et Orthographe*

❖ فهرس صعوبات اللغة *Dictionnaire des difficultés de la langue*

❖ فهرس المفردات *Dictionnaire de synonymes*

(¹) : Louis Guery, op.cit, P 43.

❖ مختصر القانون التيبوغرافي الخاص بالصحافة *Abrégé du code typographique à l'usage de la presse*

❖ القانون التيبوغرافي *Code typographique*

❖ مرشد حقوق الصحافة *Guide de droit de la presse*

4- مرحلة العناوين و العناوين الفرعية و تعاليق الصور

يهدف العنوان إلى إعلام القارئ وحثه على قراءة الخبر. فالصحيفة التي تنشر أحسن المقالات، لكنها تقدمها تحت أسوء العناوين، هي صحيفة فاشلة. فهي لم تستطيع كسب القراء. كثيرا ما يدمج في العنوان عنصرا الإثارة و الإعلام ، لأن العنوان يتضمن إجمالا عدة أجزاء: عنوانا كبيرا، عنوانا دقيقا و عنوانا مشروحا. القاعدة العامة هي تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات.

و تستعمل الصحف الإنجليزية هذه الطريقة إلى حد كتابتها العناوين بأسلوب تلغرافي أما الصحف الفرنسية فهي أقل تطرقا في هذا المجال. تعمل العناوين الفرعية علي إعادة تركيز انتباه القراء خاصة إذا تعلق الأمر بمقال طويل. هذا العنوان يحتوي إجمالا على عنصر مثير يلفت الأنظار و يثير الفضول. و يشبه دور الصورة دور العناوين الفرعية، فأول ما يقوم به القارئ عندما يفتح الصحيفة، هو إلقاء نظرة على العناوين و الصور، فإذا أثارت الصورة انتباهه و فضوله قرأ ما هو مدون تحتها ومن هنا أهمية تضمين الصورة عناصر إعلامية تدفع القارئ إلى مطالعة المقال.

من بين المهام العديدة لسكربتير التحرير تحضير العناوين بإعادة تحريرها إذ تطلب الأمر ذلك و تحديد المساحة اللازمة و اختيار البنط اللازم لكل عنوان. قبل أن نتطرق إلى الجانب التقني لتحضير العناوين، سوف نتحدث بإيجاز عن مختلف أنواع العناوين. (1)

• العنوان الاخباري *Le titre informatif*

يعلم هذا العنوان عن محتوى المقال و يجيب عن بعض الأسئلة التالية إن لم يكن عن كلها : من ؟ ماذا ؟ أين ؟ متى ؟ كيف ؟ لماذا ؟ مع من ؟ (Avec qui)

(1) : Louis Guery, opcit, P 117.

مثال : معركة عارمة بين العراق و إيران -----عنوان كبير
خمسة مائة ألف رجل مجندون على ثلاث جهات-----عنوان دقيق
الطريق بين البصرة و بغداد مقطوعة-----عنوان مشروح
يعطي العنوان الإخباري الفكرة الأساسية للمقال.

لا يحبذ بعض رجال لإعلام هذا النوع من العناوين، لأنه حسب رأيهم لايشجع على متابعة قراءة المقال وهذا بسبب طوله. فهو يحتوي على كل العناصر الاخبارية 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 العنوان، أو المقدمة فقط باكتساب أكبر عدد ممكن من المعلومات.

• العنوان الإيحائي أو الايثاري Titre allusif ou incitatif

يهدف هذا النوع من العناوين إلى إثارة فضول و انتباه القارئ فهو يقترح أكثر مما يعلم و يثير الرغبة في متابعة قراءة المقال لاكتشاف محتواه.
لنأخذ مثال عن الحرب بين العراق و إيران : العنوان الإيحائي سوف يكون :

عراق – إيران ← العنوان الكبير
خوميني على طريق بغداد ← العنوان الدقيق

Sur titre -----IRAN – IRAK

Titre -----Khomeiny sur la route de Bagdad

ينطلق هذا النوع من العناوين من مبدأ أن القارئ على علم بأنه هناك حرب بين العراق وإيران، و أن الخوميني يرمز لإيران و جيشه.
يمكن أن يكون العنوان الإيحائي أو الايثاري عبارة عن مقولة متداولة، مثل أو مثل شعبي، عنوان فيلم أو كتاب، الخ.
مما يمكن أن يعاب علي هذه العناوين هي إمكانية عدم استيعاب القارئ للمعنى الضمني للعنوان، و بالتالي لا يثير لا فضوله و لا انتباهه و هذا ما يعني أن المقال لن يقرأ.

• مميزات العنوان الجيد

- يشترط في العنوان الجيد إخباري أو إيحائي كان ما يلي : (1)
- الملموس (sens du concret) : لا تشجع الأفكار و الكلمات 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 La Concision : يجب على كل كلمة في العنوان أن تؤدي دور. لا يجب أن يشمل العنوان كلمات زائدة أو بدون فائدة. حتى العنوان الإخباري رغم طوله لا يجب أن يتضمن كلمات إضافية.
- بساطة التعبير La simplicité du vocabulaire : يختلف المستوى التعليمي من قارئ إلى آخر لهذا يجب اختيار الكلمات البسيطة و غير المعقدة خاصة بالنسبة للصحف ولإعلام العام أي غير المتخصص.

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

كانت نسبة مقروئية المقال تحت عنوان مؤشر الأسعار Clignant pour les prix : *Hausse des prix* 48.5% ، في حين نسبة مقروئية المقال المعنون بـ : ارتفاع الأسعار *Hausse des prix* كانت بـ : 63,5%.

لا يجذب أيضا استعمال الكلمات الطويلة التي لا يمكن قراءتها بنظرة واحدة والكلمات التقنية و ذات الأصل الأجنبي. ، كما يسهر سكرتير التحرير على حذف الرموز و الكلمات التي تحمل عدة معاني.

- الوفاء النزاهة Honnêté

يجب أن يعبر العنوان عن فكرة محتواة في المقال فليس من أخلاقيات المهنة تغليب القارئ.

• عناصر العنوان

يقسم العنوان، خاصة الإخباري إلى أربع مستويات و تسمى هذه المستويات بـ : *La*

Titraille

(1) : Louis Guery , op cit , P 119.

- عنوان كبير: Sur Titre و يرمز له ب S/T
- يوضع فوق العنوان و يكتب ببنت رقيق. يجب بصفة عامة عن الأسئلة: أين ؟ و متى ؟
- عنوان: Titre و يرمز له ب T
- يعلن العنوان عن الحدث، يجيب العنوان الإخباري عن الأسئلة : من ؟ أو ماذا ؟
- عنوان مشروح Le sous-titre
- يأتي بعد العنوان مباشرة، يجيب العنوان المشروح غالباً عن الأسئلة : كيف ؟ لماذا ؟
- واحتمالاً مع من ؟ .

● الفهرس Le sommaire.

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

استعمال كل عناصر العنوان ليست قاعدة عامة. يتجه اليوم معظم لإعلام يون في الجرائد لاستعمال عنوان كبير + عنوان فقط.

مثال

عنوان الركن	الحياة الاجتماعية
عنوان كبير	بعد خطاب الوزير الأول
العنوان	إضراب : تأزم الوضع
عنوان مشروح	بنوك : 8 ملايين صك بالانتصار
	قطاع الغاز: توقف عن العمل ابتداء من اليوم
	الخطوط الجوية الفرنسية: ضمان الحد الأدنى من العمل

La vie sociale

Un exemple de la titraile

Titre de la rubrique →

Sous-titre en
Sommaire



Surtitre

Après le discours du premier ministre

Deuxième
Sous-titre

- Banques : huit millions de chèques en attente
- EDF : arrêt de travail dès aujourd'hui
- Air France : un seul vol assuré, pour Nice
- menacent de se joindre au mouvement
Cheminots, postiers, mineurs et enseignants

5- مرحلة اختيار الصور

يختار سكرتير التحرير الصور اللازمة لكل مقال قبل الانتهاء من إنجاز الصفحة. لوحظ خلال هذه السنوات الأخيرة أن الصورة لا تخضع لمعالجة نوعية خاصة في الصحف اليومية على عكس الأسبوعيات و المجالات الشهرية. قزم دور الصورة التي أصبحت مجرد رسم لملى فراغ في صفحة (1). اقتصر دور الصورة على " الديكور " أو لإدخال نوع من الحركية على الصفحة، رغم أن للصورة "قوة بيع" (Force de vente) تساوي قوة المقال (2).

- الصورة سلاح حاد L'image, une arme percutante

أوضحت نتائج دراسة قام بها " جاك دويل" (Jacques Doeul) : " تشكل الصورة والرسومات قطب جذب اهتمام القارئ، مثلها مثل العناوين، و ما هو مؤكد أن الصورة تجلب انتباه القارئ أكثر من النص."

«De tous les éléments qui composent le journal, les photos (et les dessins) constituent les pôles d'attractions les plus puissants. Elles attirent en moyenne autant et plus l'attention des lecteurs que ne le font les titres, et en tout cas significativement plus que les textes.»

حسب نتائج هذه الدراسة دائماً: تجلب الصورة انتباه الرجال بنسبة 38 % و النساء بنسبة 51%، تبين أيضاً أن 74% من الرجال يطالعون المقال لأن الصورة جلبت انتباههم مقابل 89% من النساء. تظهر هذه النتائج قوة الصورة في الجريدة. الصورة سلاح حاد " تخاطب " الخيال.

Un pouvoir plus grand que celui du rédacteur

الصورة هي إذن سلاح فتاك بين أيدي سكرتير التحرير، فبفضل هذه الوسيلة أي الصورة يمكن أن يقلل من شأن مسؤول ما أو التشكيك فيه، و يمكن أن يوجه و يتلاعب بعقول القراء كما يريد.
إذن، و بدون أي مبالغة، يمكننا القول أن سلطة سكرتير التحرير أكبر من سلطة كاتب المقال.

لهذا على سكرتير التحرير أن يؤدي واجبه بأمانة و موضوعية مثالية.
على سكرتير التحرير أن يراعي عند اختيار كل صورة مقياس الدلالة Une Image Signifiante

-الصورة لا تمثل لغة عالمية:-

L'image ne constitue pas un langage universel

جرى الاعتقاد أن الصورة يمكن أن تفهم من طرف كل الناس، مهما كانت جنسيتهم و لغتهم و ثقافتهم و مستواهم العلمي. فالصورة هي لغة عالمية تسمح بالتواصل و التفاهم بين الناس.

للأسف، في مجال الصحافة الشيء مختلف.

إذا كان صحيحا أن الصورة "تتخطى" كل حواجز اللغة، و لهذا السبب تستعمل في: المطارات و الفنادق الفخمة... يجب الاعتراف أيضا أن هذه اللغة هي في الوقت نفسه فقيرة و محدودة (Pauvre et limitée)

تكمن الصعوبة الأساسية في: استعمال الصورة لوحدها فقيرة من حيث الدلالات.

«L'image pose plus de questions qu'elle ne donne de réponses: qui est représenté, dans quel lieu, dans quel contexte?»⁽¹⁾, écrit Daniel Grojnowski.

لا تقدم الصورة إجابات بقدر ما تطرح أسئلة. بصفة عامة، ينقص الصورة "الكلام".
فبدون الكلمات التي تغطيها دلالة الصورة " تظهر و لا تقول شيء " «Elle montre sans rien dire»

(¹) : Daniel Grojnowski : «L'image et le texte», dans presse actualité, n° 170, de février 1983, P 62.

* Certains répondent que c'est une richesse : ce qui est vrai s'il s'agit d'illustration, mais plus contestablement dans le cas de l'information.

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 و قيم مختلفة من قارئ لآخر.

مثلا : يمثل خط مائل من الزاوية السفلي اليسرى إلى الزاوية العليا اليمنى للأوروبي فكرة الصعود و يمثل للقارئ العربي (المتعود أن يكتب من اليمين إلى اليسار) فكرة النزول.
يعني اللون الأبيض للبعض الفرحة، في حين يعني للأسويين الحزن. يفسر كل فرد الصورة انطلاقا من أحاسيسه الخاصة، و بهذا فهو يغير معانيها (Déformer et changer la signification) .

* Certains répondent que c'est une richesse : ce qui est vrai s'il s'agit d'illustration, mais plus contestablement dans le cas de l'information

- الصورة ليست موضوعية

على عكس الفكرة السائدة الصورة ليست موضوعية

أنظر الملحق رقم 9

- لا يمكن للصورة الفوتوغرافية أن تكون موضوعية لعدة أسباب أهمها :
- اختيار زاوية التقاط الصورة و التأطير من طرف المصور.
- اختيار صورة من بين مجموعة من الصور من طرف سكرتير التحرير.
- 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 و الأحمر يدلان على التعاطف، الأزرق و الأخضر يدلان على اللامبالاة.
- الصورة الفوتوغرافية مبهمة و متعددة 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 ايفلين سوليرو (Evelyne Sullerot)

هذه النتيجة.

أنظر الملحق رقم 10

كي تصبح للصورة الفوتوغرافية دلالة يجب :

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

استعمال هذه الطريقة لا يعني حذف المعاني المختلفة للصورة الفوتوغرافية.

و منه، الطريقة الأنجح والأكثر ضمانا للفهم الصحيح للصورة هي الربط بين الصورة والنص و العنوان و كلام الصورة.

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

إذن، هذا الكل (عنوان و صورة و مقال و كلام الصورة) يعطي معنى و رسالة للقارئ.

يمكن بهذه الطريقة وضع حد "للنزاع" القائم بين المدافعون عن أولوية النص على الصورة و المدافعون عن أولوية الصورة على النص.

1- الوظائف المختلفة للصورة

- إخباري *informatifs*: الدور الإخباري هو المهمة الرئيسية للصورة. يجب على سكرتير 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 و شرحه في مقال مطول. و كما هو معروف، يسمح المخطط أو المنحنى – بفهم جيد للموضوع و هذا ما تؤكد مقولة نابوليون (Napoléon) .
"Un court croquis m'en dit plus long qu'un long rapport."

• توثيقي *Documentaire*

يمكن للصورة أن تبين، كما هو الحال بالنسبة للرسم و المخطط و الخريطة الجغرافية، الخ، أدق التفاصيل. يمكن أن تبين الديكور الذي يجرى فيه الحدث أو ملامح شخصية ما الخ. تشجع الصورة مشاركة القارئ في الحدث و تشكل أيضا أداة إثبات بمعنى أن الصورة يمكن أن تثبت ما جاء في المقال.
مثال : يتحدث مقال عن اختراع نوع من القماش مقاوم للنار، في هذه الحالة تبين الصورة الفوتوغرافية صحة و مصداقية المعلومة بإظهار شخص يرتدي لباس مصنوع من هذا القماش و يمشي بين السنة النيران دون أن يتضرر.

• رمزي *Symbolique*

أصبحت بعض الصور رمزا لظاهرة أو مناسبة ما.
صورة طفل إفريقي ببطن منتفخة ترمز للمجاعة كما يعتبر الشريط الأحمر رمز للهدية
و البلورات رمز للبرد و الثلج،...

• ترفيهي Divertissant

استعمال الصورة يريح البصر و يقلل من تعب القراءة و تستعمل الصورة أيضا لكسر
الروتين في الجريدة.

• تزييني Illustratif - Décoratif

يمكن للصورة على عكس ما قلناه أنفا أن تستعمل كأداة زينة فقط.
و هذا في الحالات التالية:

- كل المقالات لا يمكن وضع لها صورة.
 - أو لا توجد صور تتماشى و موضوع المقال.
- في هذه الحالات، يختار سكرتير التحرير صورة أو رسم خارج النص (Hors-texte)
لقتها الجمالية أو الشعرية أو الفكاهية كي يتمكن القارئ من تقبل "مجانيتها" (Faire
admettre sa gratuit)

2- تأطير و إعادة تأطير الصورة

المرحلة الأولى لتحضير الصورة هي تأطيرها و إعادة تأطيرها إذ تطلب الأمر ذلك.
يستعمل سكرتير التحرير في معظم الحالات الصورة بالتأطير الأولي أي التأطير الذي حدده
المصور.

الهدف من اعادة تأطير الصور هو :

- التحديد بدقة الجزء الأهم من الصورة.

تكمّن أهمية هذه المرحلة في :

- يلتقط المصور غالبا الصورة و هو يجهل الاستعمال الفعلي لها أي ماذا يريد أن يظهر
سكرتير التحرير من خلالها ؟

- من جهة أخرى تباع صور وكالات الأنباء لعدة جرائد و كل جريدة سوف تستعملها
بالطريقة التي تخدم خطها الافتتاحي.

يسمح التأطير أيضا بإظهار ما هو أساسي (Mise en valeur) 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⁾

«Des bruits optiques qui gênent la bonne lisibilité de la photo en attirant inutilement l'attention du lecteur et en parasitant l'information.»

يسمح التأطير بتكييف الصورة حسب المساحة المخصصة لها : صورة بالطول أو صورة بالعرض.

أنظر ملحق رقم 11 و رقم 12

لا يجب أن تغير عملية إعادة التأطير كليا معنى و محتوى الصورة. أدت أخطاء مثل هذه بالمصورين إلى اشتراط منع إعادة تأطير صورهم، الشيء الذي رفض من طرف مدراء الجرائد للسبب الآتي : سكرتير التحرير له الحق في تصحيح أو حذف أو زيادة جملة أو جمل في المقالات، إذ تطلب الأمر ذلك، إذن يجب أن يسمح بالشيء نفسه بالنسبة للصور. يتطلب اختيار وإعادة تأطير الصور وتصحيح تعاليق الصورة (Légende) من سكرتير التحرير الموضوعية.

يجب أن يستعمل التأطير و إعادة التأطير لتسهيل قراءة الصورة و ترجمتها 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 par le recadrage لأن هذا يعتبر " اغتصاب " للحقوق الأخلاقية لصاحب الصورة.

6- مرحلة الماكيت و الإخراج الصحفي

يحضر سكرتير التحرير "الماكيت" (مخطط الصفحة) بالاستناد إلى قواعد الإخراج الصحفي. في أغلب الأحيان، يتغير الماكيت بتغير الصحيفة فكل جريدة تتبع طريقة معينة في

⁽¹⁾ : Louis Guéry, le secrétaire de rédaction, P 171.

عرض الأخبار. و تغير أسلوب الإخراج لا يخضع لقرار من سكرتير التحرير، بل يستوجب قرارا يشترك فيه مجلس التحرير لأن مثل هذا القرار يستطيع احدث تبديلا في عادات القراء، و يهدد بإبعادهم عن قراءة الصحيفة.

إذا، ينطلق صنع "الماكيت" التجميع بين أربع عناصر : النصوص و العناوين والصور و الإعلانات⁽¹⁾.

الإعلانات هي العنصر الذي لا يستطيع سكرتير التحرير ممارسة نفوذه عليه. يطلب المعلن نشر الإعلان بالحجم و المكان الذي يناسبه. وإلى الإعلانات تضاف المواد لإعلامية التي يرتبط اختيارها بالموصفات التيبوغرافية و المحتوى الإعلاني. و لكي لا تفقد الصفحة توازنها، يختار سكرتير التحرير الصورة و المقال اللذان يتناسبان والإعلان، فمثلا لا ينشر مقالا عن أخطار التدخين إلى جانب إعلان على نوع من السجائر.

يأتي بعد الإعلانات مباشرة دور الصورة في "الماكيت". فهي العنصر الرئيسي لتحقيق التوازن في الصفحة و بعد أن يختار سكرتير التحرير الصور المناسبة، يعتمد على توزيعها. في بعض الأحيان تكون الصور موضوعا قائما بذاته فلا تحتاج إلا إلى كلام مناسب لها (تعاليق الصور *Légende*).

يعتبر بعض سكرتيري التحرير أن العناوين أهم من النصوص فهي التي تجذب أنظار القراء و هذا لاعتبارات عديدة أهمها : الراحة والجمالية.

جرت العادة أن يبدأ الخراج الصحفي من رأس الصفحة، إلا في بعض الحالات الاستثنائية. تتركب المقالات المهمة في رأس الصفحة أو أعلي الصفحة لكن في بعض الأحيان، و نظرا لاعتبارات جمالية منها توازن الصفحة، قد يضطر سكرتير التحرير إلى إنزال المقال الذي يستحق رأس الصفحة. و يعرف سكرتير التحرير أن مقالا منشورا في وسط الصفحة ترافقه صورة و عنوان عريض، يجذب الأنظار أكثر من مقال منشور على عمود في رأس الصفحة .

* بعض المبادئ التي تراعى في الإخراج الصحفي:

- ❖ توازن الصورة في الصفحة و تجنب نشر صورة إلى جانب صورة أخرى.
- ❖ العنوان : يجب أن يغطي كل المقال أو الصورة، إلا عند وجود "الإطارات" و الهدف هو إظهار العلاقة بين العنوان و النص و الصورة.
- ❖ لا يجب أن يغطي عنوانا ما عنوان مقال آخر.

(1) : المرجع السابق، ص 113.

❖ الصورة التي تأخذ من الجانب لشخصية Profil يجب أن تتركب بشكل تظهر فيه الشخصية و كأنها تنظر إلى داخل الصفحة.

❖ يجب تجنب وضع عنوانين متلاصقين.

❖ تجنب الإطارين المتلاصقين.

ينتهي عمل سكرتير التحرير اليومي في مكتبه عندما يرسل المواد التحريرية، والعناوين والصور إلى المطبعة. و لكنه لا يغادر الصحيفة بل يدخل إلى قاعة الإخراج (Fabrication). يكتفي سكرتير التحرير بمراقبة التنفيذ و يجري التعديلات الضرورية هذا إذا لم ترد أنباء جديدة في اللحظة الأخيرة.

و عند الانتهاء من تركيب الصفحات، يتم سحب نسختين من كل صفحة واحدة للمصحح والأخرى لسكرتير التحرير و تدعى النسخة "بروفة" (Morasse).

و لا يتجاوز تصحيح البروفات دقائق معدودة وهي الفرصة الأخيرة لتفادي الأخطاء على الأقل يمكن تصحيح العناوين و العناوين الفرعية و تعاليق الصورة (Légende). و من جهة أخرى، تصنف مراحل معالجة الأخبار إلى:

- جمع المعلومات و نقلها

- التحضير

- التقديم

- التوزيع و البيع

تتطابق وظيفة سكرتير التحرير مع المرحلة الثالثة أي مرحلة التقديم.

لا تعني مرحلة التقديم تجميع المقالات فحسب بل يحرص سكرتير التحرير على أن يكون كل مقال محرر بطريقة جيدة و يحمل عناوين مناسبة و مرفق بصور أو رسومات ذات دلالة و معنى. يمكن للصورة بمفردها أن تسهل عملية إرسال المعلومة.

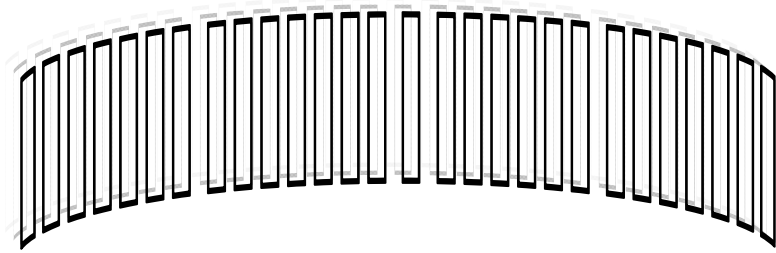
يحرص سكرتير التحرير أيضا على ترتيب المعلومات في الصفحة وفق قاعدة الهرم المعكوس أي يرتب المعلومات من الأهم إلى الأقل أهمية. فالمقال الذي تفتتح به الصفحة هو بالضرورة أكثر أهمية من مقال أسفل الصفحة إلا في حالات استثنائية.

في الأخير يجب أن تشكل الصفحة كل متناسق يحث على القراءة.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن استعمال كلمة "تقديم" لا تعني فحسب وظيفة بصرية وإلا اختزلت إلى أبسط تعبيرها و هي "التغليف" (Emballage). فإذا كان الحال كذلك، يمكن للماكتست أن يقوم بهذه الوظيفة. تتعدى مهام سكرتير التحرير الوظيفة التقنية لصنع الجريدة.

فسكرتير التحرير هو محرك كل إبداع ديناميكي جماعي مستمر في الصحيفة أو
الدورية.

يعطى سكرتير التحرير كل يوم بالنسبة لليوميات و كل أسبوع بالنسبة للأسبوعيات
وكل شهر بالنسبة للشهريات الروح و الشكل لهذه المجموعة من المقالات و الإعلانات
والصور والرسومات و التي بدونها تبقى مجرد عناصر مختلفة و مرتبة الواحدة تلو
الأخرى.



المحور الرابع: القراءة الكمية و الكيفية للجداول

لإنجاز هذه الدراسة الاستكشافية الاستطلاعية اعتمدنا منهج المسح باستعمال أداة الاستثمار لجمع المعلومات.

مرت عملية إنجاز الاستثمار بمرحلتين أساسيتين:

1. استثمار أولية

2. استثمار نهائية

1. استثمار أولية: بغرض الوصول لنتائج علمية ودقيقة، قمنا بتوزيع أولي لعدد محدود من الاستثمارات (10 استثمارات).

سمحت لنا هذه العملية بإعادة صياغة بعض الأسئلة التي اعتبرها بعض المبحوثين مبهمة كما سمحت لنا بإدراج أسئلة أخرى لتوضيح الفكرة المراد الوصول إليها.

2. استثمار نهائية: ساعدتنا عملية توزيع الاستثمارات الأولية على إعادة صياغة الاستثمار النهائية والتي تجدون نسخة منها بملاحق الدراسة.

قمنا بتوزيع 21 استثمار على الصحف الوطنية الصادرة باللغة العربية والفرنسية والتي تملك سكرتير تحرير ضمن طاقمها التحريري.

تجدر الإشارة إلى أنه من بين الصعوبات التي واجهتنا أثناء إنجاز هذه الدراسة يمكن ذكر:

- صعوبة استرجاع الاستثمار: لم يلتز كثير من سكرتيري التحرير بموعد إعادة الاستثمار. حيث اضطررنا للعودة إلى مقر جرائدهم عدة مرات قبل تسليمها لنا.
- عدم جدية بعض سكرتيري التحرير في الإجابة عن الأسئلة، مما أدى بنا للعودة مرة أخرى للاستفسار عن معنى إجاباتهم.

- لمسنا عند بعض المبحوثين عدم اهتمامهم بالبحث العلمي.

جدول 1

كيف يعرف سكرتير التحرير

الصفة	العدد	النسب
صحافي	4	19,04
تقني	1	4,76
صحافي و تقني في نفس الوقت	16	76,19
المجموع	21	% 100

يتبين لنا من القراءة الأولية لهذا الجدول أن 76,19 % من المبحوثين أي 16 من أصل 21، يعرفون سكرتير التحرير على أنه صحفي و تقني في الوقت نفسه مقابل 4 19,40 (%) يرون أنه صحفي في حين مبحوث واحد فقط أي ما يعادل 4,76 % يعتبره تقني لا غير.

تؤكد نتائج هذا الجدول أن سكرتير التحرير هو صحفي قبل كل شيء، الفرق الوحيد الموجود بينه و بين الصحفيين الآخرين أنه لا يمضي.
طبيعة مهام سكرتير التحرير هي تحريرية أولاً ثم تقنية.

يجب أن يلم سكرتير التحرير بقواعد و فنون اللغة (عربية أو فرنسية)، أن يمتلك ثقافة واسعة تمكنه من الانتقال من موضوع إلى آخر و من مجال إلى آخر من دون أي عناء. لا يمكن إذن حصر مهمة سكرتير التحرير في الجانب التقني فقط. فلو كان الأمر كذلك لكان بإمكان المركب (Monteur) أو الماكييتيست (Maquettiste) القيام بهذه المهام.

فمن الخطأ إذن تقليص مهمة سكرتير التحرير إلى أبسط تعبيرها ألا وهي المنفذ والتقني المحض (Exécutant et Technicien).

و منه تتعدى مهمة سكرتير التحرير هذان المجالان الضيقان لتصل إلى المجال الإبداعي.

جدول 2 جنس سكرتير التحرير

النسب	العدد	الجنس
76,19	16	رجل
23,80	5	امرأة
% 100	21	المجموع

بلغت الأرقام، يمارس مهنة سكرتير التحرير 16 رجل أي ما يعادل 76,19 % في حين 5 فقط أي 23,80 % نساء .

على ضوء هذا المعطي، يمكننا القول أن مهنة سكرتير التحرير حكر على الرجل. ولعل السبب الرئيسي يعود لكون مهنة سكرتير التحرير من أصعب مهن الصحافة. ففي أغلب الأحيان، سكرتير التحرير هو أول من يصل إلى الجريدة وهو آخر من يغادرها.

فالوقت يداهمه لإنجاز مهامه المختلفة (التقنية منها و التحريرية) في ظرف ساعات معدودة.

في هذا الصدد، صرحت لنا سكرتيرة التحرير لجريدة Le Soir d'Algérie، السيدة سعيدة بوكلي: " أن عنصر الوقت جعل الصحفيات ينفرن من هذا التخصص. لا تسمح متطلبات هذا المنصب بالتوفيق بين الحياة المهنية و الشخصية. المرأة الصحفية لا تنقصها المهارات المهنية اللازمة لهذا المنصب".

وكما رأينا في محور سكرتير التحرير، يجمع هذا المنصب بين الجانبين التقني و التحريري. تفرض هذه الازدواجية تكريس جهد و وقت كبير. فهو من أصعب مهن الصحافة.

جدول 3

هل هو حامل لشهادة دراسات عليا؟

النسب	العدد	الشهادة
71,42	15	نعم
28,57	6	لا
% 100	21	المجموع

من المجموع 21 مبحوث، 15 منهم أي 71,42 % يحملون شهادات جامعية، مقابل 6 بنسبة 28,57 % ليسوا من خريجي الجامعات.

يتضح لنا من الجدول أهمية منصب سكرتير التحرير. فهو يؤكد مرة أخرى أن منصب سكرتير التحرير يتطلب مهارات و قدرات فكرية و مهنية عالية.

لكن الشهادة العليا أو الخبرة لوحدها لا تكفي للقيام بمهمة سكرتير التحرير بصفة علمية و صحيحة.

ومنه، سكرتيري التحرير حاملي شهادات الدراسات العليا هم من الجيل الثاني، أي الذين التحقوا بمجال الصحافة في مطلع التسعينات.

جدول 4

هل تابع دراسات أكاديمية في هذا المجال (تخصص إعلام)

النسب	العدد	تخصص
33,33	7	نعم
66,66	14	لا
% 100	21	المجموع

من مجموع 21 سكرتير التحرير الذين يمثلون مجتمع البحث، 14 أي 66,66 % لم يزاولوا دراسات في تخصص علوم الإعلام و الاتصال. يمثل سكرتير التحرير من خريجي معهد علوم الإعلام و الاتصال نسبة 33,33 % أي 7 من أصل 21 أي ثلث مجتمع البحث.

يبرز هذا الجدول مرة أخرى أن مهنة الصحافة هي فعلا مهنة مفتوحة على كل التيارات.

كما أشرنا إليه في محور سكرتير التحرير أصبح التخصص اليوم حتمية لا يمكن تجاهلها.

يمكن التخصص من إتقان المهمة و عدم السقوط في العموميات. تتطلب مهمة سكرتير التحرير الدقة و القدرة على التحكم في التفاصيل. هذا ما يسمح لسكرتير التحرير أن يضيف على المادة الإعلامية ككل نوع من الانسجام و التناسق و يضمن بالتالي المقرؤية التي تضمن بدورها سعة انتشار الجريدة.

هذا ما يؤكد كذلك نتيجة الجدول رقم 1، كون سكرتير التحرير تقني و صحفي في الوقت نفسه.

و منه تبين أيضا أن معهد الإعلام و الاتصال لا يكون سكرتيري التحرير بقدر ما يكون صحافيين و صحافيات.

جدول 5 المستوى التعليمي

النسب	العدد	مستوى التعليم
71,42	15	جامعي
14,28	3	ثانوي
14,28	3	متوسط
0	0	ابتدائي
% 100	21	المجموع

يتراوح المستوى التعليمي لسكرتيري التحرير ما بين جامعيًا و متوسط. 15 أي % 71,42 ذو مستوى جامعي، 3 أي بنسبة 14,28 % زاولوا دراستهم إلى غاية الطور الثانوي في حين 3 آخرين أي 14,28 % لم يتعد مستواهم التعليمي الطور الإعدادي.

يوضح هذا الجدول الذي هو في الحقيقة تنمة للجدولان رقم 3 و رقم 4 وجود جيلان من سكرتير التحرير في الصحافة الوطنية اليومية.

يمثل الجيل الجديد أو الثاني سكرتيري التحرير خريجي المعاهد و الجامعات في حين الجيل القديم (الأول) مستواهم التعليمي لم يتعد الطور الثانوي في أحسن الحالات.

يكتسب الجيل القديم على عكس الجيل الجديد، خبرة واسعة في هذا الميدان. وهذا ما يسمح لهم بالحفاظ على التوازن.

بدأ أغلبية سكرتيري التحرير الجيل الجديد ممارسة المهنة مع فتح حقل الصحافة المكتوبة للقطاع الخاص. فتجربتهم لازالت فتية.

و ما تجدر الإشارة إليه هو انعدام التواصل و الاتصال بين الجيلان. لا يستفيد الجيل الثاني من الخبرة الواسعة لسكرتير التحرير الجيل الأول، في حين الجيل الأول لا يحرص على تكوين و نقل خبرته للجيل القادم. اكتسب الجيل القديم خبرته من الممارسة الطويلة لهذه المهنة و من الدورات التدريبية التي قام بها في بلدان أجنبية و عربية.

يظهر الاختلاف بين الجيلان في الإخراج الصحفي من جريدة لأخرى.

جدول 6 تعلم المهنة من الممارسة اليومية

النسب	العدد	الممارسة
71,42	15	نعم
28,57	6	لا
% 100	21	المجموع

أدل (15) خمسة عشر مستجوب أي 71,42 % أنهم تعلموا تقنيات المهنة من الممارسة اليومية، في حين 6 آخرون أي ما يعادل 28,57 % ذكروا أن الممارسة اليومية عمقت من معارفهم و مكتسباتهم الأكاديمية.

يمكن ربط نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم 4. أكثر من 66 % من أمناء التحرير العاملين في الصحف اليومية الوطنية لم يتابعوا دراسات عليا في هذا المجال. سمحت لهم ممارسة هذه المهنة من اكتساب خبرة و معارف بتقنيات المنصب.

و هذا ما يفسر أيضا الخلط والأخطاء الموجود في الصحف الوطنية : صفحات مكتظة، عدم توازن بين النص و الصورة و العناوين، عدم إبراز المقال، الخ. حيث انعكس الفقر الأكاديمي على مستوى عمل سكرتيري التحرير: فالارتجال، بالمعنى الضيق للكلمة، و انعدام الدقة يطبعان عمل اغلب سكرتيري التحرير في الجزائر. لا يركز عمل معظم سكرتيري التحرير على قواعد علمية. يعجز سكرتير التحرير في معظم الحالات، من تفسير أو توضيح اختياره لهذه الصورة عن تلك أو تبرير فائدة إعادة تأطير صورة، الخ. هذه المعارف أخذت بطريقة عشوائية، حيث لا تحترم بعض الصحف أدنى شروط و قواعد الإخراج الصحفي.

إذن معظم الأشخاص الذين يشغلون منصب سكرتير التحرير ليس لهم أدنى معرفة بالقواعد التيبوغرافية (Règle Typographique) و هذا ما يظهر أهمية الإطار النظري

للمهنة و الذي لا يمكن اكتسابه إلا من خلال متابعة دراسات عليا متخصصة في هذا المجال. فالإطار النظري هو بمثابة الوعاء الذي تصب فيه المعارف المستقاة من الخبرة والممارسة اليومية لكي يتم استغلالها بطريقة علمية و سليمة. الجانب النظري و الممارسة اليومية مكملان الواحد للآخر.

جدول 7 تربصات و دورات لتجديد المعلومات

النسب	العدد	الممارسة
38,09	8	نعم
61,90	13	لا
% 100	21	المجموع

تبرز القراءة الكمية لهذا الجدول أن 13 سكرتير تحرير أي ما يعادل 61,90 % الذين يمارسون مهنتهم في الصحف اليومية الوطنية لم يشاركوا في دورات أو تربصات لتجديد المعلومات، في حين 8 آخرون أي حوالي 38,09 % تابعوا تربصا و دورات تدريبية في هذا المجال.

تكرس نتائج هذا الجدول ما توصلنا إليه في الجدول السابق.

لا يعمل سكرتير التحرير على تجديد معلوماته. وهذا ما يظهر جليا عند تصفح الجرائد الوطنية اليومية. فمخططات الصفحات (الماكيت) هي نفسها في معظم الجرائد. فليس هناك أي إبداع أو حس جمالي عند إنجاز الصفحات، مما ينعكس سلبا على صورة الجريدة وهذا ما حول سكرتير التحرير إلى فاعل يقوم بمهام روتينية يوميا.

جدول 8
عدد سنوات الخبرة

النسب	العدد	الخبرة
19,04	4	0-5 سنوات
19,04	4	5-10 سنوات
19,04	4	10-15 سنوات
9,52	2	15-20 سنوات
14,28	3	20 فأكثر
% 100	21	المجموع

اتضح بعد ما تم تفريغ بيانات هذا الجدول أن نسبة سكرتيري التحرير الذين يكتسبون خبرة لا تزيد عن 5 سنوات هو 4 أي 19,04 % و هي النسبة نفسها للذين يكتسبون خبرة لا تفوق 10 سنوات و 15 سنة.

أما عدد سكرتيري التحرير الذين يعملون في هذا المجال منذ عشرين سنة (20) فعددهم 2 بمعدل 9,52 % مقابل 3 بنسبة 14,28 % يمارسون هذه المهنة منذ أكثر من 20 سنة .

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول هو أن عمل سكرتير التحرير في الصحف الوطنية اليومية، يرتكز أساسا على الخبرة المكتسبة من الممارسة اليومية. فعمله يفتقر لإطار نظري متجدد.

و هذا ما يفسر، كما أشرنا إليه سابقا، الأخطاء و الخلط الموجود في الصحف اليومية.

فمعظم سكرتيري التحرير يعملون حسب معاييرهم و ليس حسب ما تمليه قواعد ومعايير المهنة.

جدول 9

توجيه سكرتير التحرير إلى هذا المنصب

الاختيار	العدد	النسب
اختيار شخصي	6	28,57
تعيين من الإدارة	15	71,42
المجموع	21	% 100

من بين 21 سكرتيري التحرير العاملين بالصحف اليومية الوطنية، 15 أي % 71,42 تم تعيينهم لهذا المنصب، مقابل 6 آخرين أي ما يعادل 28,57 % اختاروا هذا المنصب.

يدل هذا الجدول على أن معظم سكرتيري التحرير لم يكن لديهم استعدادات وميولا لشغل هذا المنصب، حيث تم تعيينهم بقرار إداري. يخضع هذا القرار لاعتبارات شخصية أكثر منها مهنية. فالإدارة تهتم أكثر بالولاء من القدرات والكفاءة المهنية. وهذا ما يوضح أيضا التطابق الموجود بين نتائج هذا الجدول و نتائج الجدول رقم 4 الخاص بالتخصص.

و حول هذا الموضوع ، صرح لنا السيد محمد شولي (انظر ملحق رقم 16)، سكرتير تحرير سابق في عدة عناوين جزائرية و أجنبية، أن اختيار سكرتير التحرير كان يتم من بين رؤساء الأقسام و الذين يتم بعثهم للخارج لإجراء تربيصات و دورات تدريبية. تم تكوين معظم سكرتيري التحرير القدامى في البلدان الاشتراكية سابقا مثل (الاتحاد السوفيتي سابقا، يوغوسلافيا، تشيكوسلوفاكيا، المجر، بولونيا، ألمانيا الشرقية، الخ.) هذا بالنسبة للذين يعملون أو كانوا يعملون في صحف تصدر باللغة الفرنسية، أما الذين كانوا يعملون بالجراند باللغة العربية، فتم تكوينهم في البلدان العربية مثل: مصر، لبنان، سوريا و العراق.

و لكن بعد فتح حقل الصحافة المكتوبة للقطاع الخاص في 1990، تم " تكوين " معظم سكرتيري التحرير داخل المؤسسة الإعلامية نفسها، بدون أي تأطير أو توجيه. و هذا ما يوضح أهمية إدراج تخصص سكرتير التحرير كتخصص قائم بذاته و كما هو معمول به في البلدان الأخرى، في معهد علوم الإعلام و الاتصال. لان سكرتير التحرير هو العمود و المحرك الأساسي لكل عمل تقني و تحريري داخل الجريدة.

جدول 10 المنصب الأصلي لسكرتير التحرير

الاختيار	العدد	النسب
صحافي	16	76,19
مصحح	2	9,52
مركب	1	4,76
ماكيتيست	2	9,52
المجموع	21	% 100

تكشف القراءة الأولية لهذا الجدول أن معظم سكرتيري التحرير، بدؤوا مشوارهم المهني كصحفيين وهذا بمعدل 76,19 % أي 16 من أصل 21 سكرتير تحرير، الذين يمثلون مجتمع البحث. يتقاسم المرتبة الثانية مناصفة كل من المصحح و الماكيتيست اللذان يمثل كل واحد منهما نسبة 9,52 % أي 2 سكرتير تحرير. نجد في المرتبة الرابعة المركب (Monteur) بنسبة 4,76 % أي سكرتير تحرير واحد فقط .

يمكننا الآن القول أن سكرتير التحرير هو فعلا قبل كل شيء صحفي. صحفي يتقن اللغة التي يعمل بها و له ثقافة عامة واسعة و يلم بقانون الإعلام و جودة الأسلوب، الخ. يمكن تفسير نتائج هذا الجدول بكون مهام سكرتير التحرير اليوم، ليست نفس المهام السابقة. حيث أصبحت مهامه أكثر تحريرية منها تقنية. تقلصت مهامه و لم تعدد شاقة كما في السابق. أصبح دوره أقل أهمية من الجانب التقني. و هذا راجع لاستعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الصحف اليومية. حيث أصبحت ماكيت الجريدة (Maquette) تنجز من طرف مكاتب دراسات خاصة .

حيث أصبحت هذه الماكيت عبارة عن " قالب" يوضع بداخله المادة الإعلامية بمختلف عناصرها.

بهذا يمكن حصر مهام سكرتير التحرر اليوم في : إعادة كتابة المقال و العناوين والعناوين المشروحة و المقدمات و كلام الصور (Légendes) و اختيار الصور والرسومات اللازمة و ترتيب المقالات حسب الأهمية و تتبع الصفحات (Morasses).

جدول 11 مساعدى سكرتير التحرير

النسب	العدد	الأمين المساعد
33,33	07	نعم
66,66	14	لا
% 100	21	المجموع

يوضح هذا الجدول أن 14 سكرتير تحرير، أي 66,66 % يعملون بدون سكرتير تحرير مساعد، على عكس سبعة (07) منهم أي 33,33 % .

تثبت نتائج هذا الجدول نتيجة تقلص مهام سكرتير التحرير. فالعمل الذي كان سابقا لا يمكن القيام به من طرف شخص واحد، أصبح اليوم و " بفضل " إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المراحل المختلفة لصنع الجريدة يقوم به شخص واحد فقط. و كما أوضحناه في المحور الخاص بسكرتير التحرير، أمين التحرير اليوم لم يعد ذلك الشخص الذي يهتم بكل كبيرة و صغيرة في الجريدة.

جدول 12 الميثاق التحريري و الغرافيكي للجريدة

النسب	العدد	الميثاق التحريري
47,61	10	سكرتير التحرير
19,04	4	مدير الجريدة
33,33	7	آخر
% 100	21	المجموع

يبرز هذا الجدول أن 47,61 % من المستجوبين أي (10) عشرة سكرتيري التحرير أنجزوا الميثاق التحريري و الغرافيكي للجريدة، في حين أوكلت (07) سبعة جرائد أي بنسبة 33,33 % هذه المهمة لمكتب دراسات أما الأربعة الباقية (04) أي 19,04 % فمدراء التحرير هم من تكفلوا بهذه المهمة.

تبين هذه النتائج نقص التخصص و عدم الدراية و المعرفة اللازمين لأي سكرتير تحرير لكي ينجز بنفسه الميثاق الغرافيكي و التحريري للجريدة. و كما رأينا أنفا عدم مزاولة دراسات عليا في ميدان الصحافة و عدم المشاركة في دورات تدريبية و ترجمات انعكست سلبا على مستوى عمل و مردودية سكرتير التحرير في الجزائر.

جدول 13 ماكيت الجريدة

النسب	العدد	الماكيت
47,61	10	سكرتير التحرير
9,52	2	رئيس التحرير
9,52	2	المركب
33,33	7	آخر
% 100	21	المجموع

أنجزت ماكيت الجريدة في عشر حالات من طرف سكرتير التحرير أي ما يعادل 47,61%. كما يتضح أن رئيس التحرير و المركب (Monteur) تكفلا كل واحدا منهما بإنجاز الماكيت في جريدتان أي بمعدل 9,52% . كما تم إحصاء تكرار آخر في (07) سبعة حالات أي ما يعادل 33,33% .

تتطابق نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول السابق. بما أن ماكيت الجريدة لا يمكن فصلها عن الميثاق التحريري و التيبوغرافي نجد معدلات الترددات نفسها. يعود "آخر" هنا على مكاتب الدراسات الخاصة التي استعانت بها الجرائد لانحاز ماكيت و الميثاق التحريري و الغرافيكي للجريدة. كما تجدر الإشارة إلى أن معظم المكاتب هي مكاتب أجنبية خاصة فرنسية منها.

جدول 14 حدود عمل سكرتير التحرير

النسب	العدد	المهام
61,90	13	نعم
38,09	8	لا
% 100	21	المجموع

فيما يخص السؤال المتعلق بحدود عمل سكرتير التحرير، يتضح أن 61,90 % أي 13 مستجوبين يعتقدون أن لسكرتير التحرير حدود لا يمكن تخطيها أثناء تأدية مهامه، في حين 8 منهم أي 38,09 % يعتقدون العكس.

إن صلاحيات سكرتير التحرير ليست مطلقة. أثرت التطورات التكنولوجية واستعمال وسائل الاتصال الحديثة في الصحافة المكتوبة سلبا على مهام و حدود عمل سكرتير التحرير فبتقلص مهامه، تقلصت أيضا صلاحياته هذا من جهة. كما أوضحنا في المحور الثالث، سكرتير التحرير تابع لقسم رئاسة التحرير. فهو عضو تنفيذ و ربط و تنسيق. سكرتير التحرير ينقل و يتابع تطبيق أوامر و إرشادات رئيس التحرير كما يقوم بدراسة المشاكل المهنية التي تظهر بين مختلف الهياكل و يقترح الحلول اللازمة. رغم كل هذا لسكرتير التحرير خطوط حمراء لا يجب تجاوزها أثناء تأدية مهامه. بمعنى آخر، لكل جريدة خط افتتحي يحدد رؤيتها للعمل الصحفي. فلا يجب علي سكرتير التحرير أن يتخذ قرارات تتنافي و الخط الافتتحي أو السياسي الجريدة. مثلا : جريدة أ خطها السياسي "تقديم الخبر كما ورد للقارئ دون تأويل". في هذه الحالة، لا يسمح لسكرتير التحرير أن يدرج التعليق في المقال. رغم انه يتمتع بسلطة "رهيبية"، غير أن كونه صحفي مسؤول لا يترك معتقداته و آراءه الخاصة تؤثر عليه أثناء تأدية مهامه التحريرية.

انظر الملحق رقم 2

جدول 15

مستوى تدخل سكرتير التحرير في إنجاز الجريدة

النسب	العدد	مستوى التدخل
19,04	4	قسم التحرير
0	0	قسم التقني
80,95	17	قسم التحرير + قسم التقني
% 100	21	المجموع

يتبين من خلال هذا الجدول أن 17 سكرتير تحرير أي 80,90 % يعتبرون أن عمل أو مستوى تدخلهم في صناعة الجريدة لا يتوقف عند المستوى التقني فقط أو التحرير فقط ، بل يشمل هاتان المصلحتان أي التقني و التحرير في الوقت نفسه، على عكس (04) أربعة منهم أي 19,04 % يعتقدون أن عملهم يقف عند المستوى التحرير فقط.

تعكس نتائج هذا الجدول الوضعية الحقيقية لسكرتير التحرير في الجزائر. حتى وإن كان أكثر من 80 % منهم يعتقدون أن عملهم يشمل الجانبين (تقني + تحرير)، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن عملهم تحريري أكثر منه تقني. و هذا راجع لتطورات التكنولوجيا التي عرفتھا الصحافة المكتوبة.

التيومتر (Typomètre)، المقص، الغراء، الشريط اللاصق، القلم، الآلة الحاسبة، الخ. لم تصبح اليوم أدوات ضرورية لكي يتمكن سكرتير التحرير من أداء مهنته.

إدخال La Photo Composition أولاً ثم ثانياً PAO (Publication Assistée par ordinateur) قلصا و بشكل واسع المهام التقنية لسكرتير التحرير. فلم يعد بحاجة لحساب الأحرف أو المساحة المخصصة لكل مقال أو صورة ليتم قصها يدويا.

أصبحت كل هذه العمليات يقوم بإنجازها الحاسوب، فما على سكرتير التحرير إلا النقر على لوحة المفاتيح.

فسكرتير التحرير لم يعد ذلك الحرفي الذي يقوم بكافة مهامه يدويا، بل هو يستعين اليوم بالكمبيوتر و البرمجيات الخاصة بالصحافة المكتوبة لتسهيل مهامه، فالجانب التقني أصبح أكثر من اختصاص " الحاسوب " إذا صحت العبارة.

و كما كتب ريمون مانيفي Raymond Manevy مهام سكرتير التحرير تطورت بشكل ملحوظ منذ بداية القرن العشرين.

جدول 16 تصحيح المقال

التصحيح	العدد	النسب
نعم	18	85,71
لا	3	14,28
المجموع	21	% 100

أجاب 18 مستجوب أي 85,71 % أن لهم الحق في تصحيح المقال، في حين (03) ثلاثة أي 14,28 % منهم يرون العكس.

يدل هذا الجدول مرّة أخرى أن سكرتير التحرير هو صحفي قبل كل شيء وهذا الصحفي هو الذي يراجع و للمرّة الأخيرة قبل الطبع المقالات بشكل خاص و المادة الإعلامية ككل بصفة عامة.

و للقيام بمهمة تصحيح المقال، يجب على سكرتير التحرير أن يتقن قواعد اللغة و تقنيات التحرير و كذا الدراية الواسعة بالأحداث وطنية كانت أم دولية. تبين نتيجة هذا الجدول، مرة أخرى، أن مهمة سكرتير التحرير تحريرية أولا ثم تقنية. هذه الخصوصية و الازدواجية في العمل هي ما تميز مهنة سكرتير التحرير.

و كما جاء في المحور الثالث من هذه الدراسة، سكرتير التحرير هو صحفي كامل. أي صحفي يتمتع بحس أكيد للأخبار و يتمتع بثقافة واسعة وان يكون علي اطلاع بمحتوى قانون الإعلام.

جدول 17 مستوى تصحيح المقال

النسب	العدد	مستوى التدخل
33,33	7	الشكل
4,76	1	المحتوى
61,90	13	الشكل و المحتوى
% 100	21	المجموع

يوضح هذا الجدول أن 13 سكرتير تحرير أي 61,90 % يصححون المقال على مستوى الشكل و المحتوى في آن واحد، في حين 7 آخرين أي 33,33 % يصححون المقال من حيث الشكل فقط في حين سكرتير التحرير واحد (4,76 %) أجاب أن مهمته تنحصر في تصحيح المقال من حيث المحتوى.

هذا الجدول له علاقة مباشرة مع جدول رقم 15. حيث يوضح أن سكرتير التحرير هو عبارة عن همزة وصل بين القسم التقني و قسم التحرير.

تصحيح المقال من حيث الشكل يتطلب من سكرتير التحرير إتقان تقنيات التحرير و القواعد النيبوغرافية بالإضافة إلى اللغة. أما من حيث المحتوى، فسكرتير التحرير يجب أن يكون على علم بكل الأحداث و أن يكون منتبعا لكل الأخبار ليتمكن من ترتيبها حسب الأهمية و أن لا يقدم خبر قد نشر من قبل من طرف وسيلة إعلامية أخرى. في أبسط تعريفها ته الخبر هو تقديم الجديد. المعلومة التي نشرت البارحة لا تعتبر اليوم خبر.

جدول 18 رفض المقال

التصحيح	العدد	النسب
نعم	14	66,66
لا	7	33,33
المجموع	21	% 100

تبرز الدراسة الأولية لهذا الجدول أن 14 أمين تحرير أي 66,66 % يرون أن لهم الحق في رفض المقال في حين (07) سبعة منهم أي ما يعادل 33,33 % صرحوا بالعكس .

يدل هذا الجدول على أن رغم تقلص مهام سكرتير التحرير على المستوى التقني، خاصة مع إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في صناعة الجريدة، إلا أنه حافظ وبشكل واسع على الجانب التحريري لمهنته.

لا يعتبر سكرتير التحرير منفذ لأوامر و إرشادات رئاسة التحرير بل هو عضو فعال و منسق لعملية إنتاج الصحيفة بمراحلها المختلفة.

جدول 19 موقع المقال في الصفحة

النسب	العدد	مستوى التدخل
61,90	13	سكرتير التحرير
14,28	3	مدير النشر
23,80	5	رئيس التحرير
0	0	المركب
0	0	آخر
% 100	21	المجموع

حسب الجدول اختيار الموقع المخصص لكل مقال يرجع و بنسبة 61,90 % أي حسب (13 مبحوث) إلى سكرتير التحرير بالدرجة الأولى، يليه رئيس التحرير بنسبة % 23,80 أي ما يعادل 5 من مجتمع البحث أما مدير النشر يقرر موقع المقال في الصفحة بنسبة 14,28 % أي (03) حالات.

بما أن سكرتير التحرير هو الذي يعطي الشكل النهائي لكل صفحة من صفحات الجريدة، فهو إذن الذي يقرر موقع كل مقال في الصفحة بشكل يعطي نسقا و انسجاما للجريدة. يركز اختيار موقع المقال في الصفحة في معظم الأحيان على أهمية المقال. فالمقال المهم سوف يكون حتما في أعلى الصفحة أو ما يسمى أيضا رأس الصفحة. وهذا الترتيب يسميه سكرتير التحرير " السلم التدرجي للأخبار" و هو ما يخضع لمبدأ القيم الإخبارية، بمعنى آخر من المهم إلى الأقل أهمية. و تجدر الإشارة إلى أن هذا المبدأ نسبي. فما هو مهم في الجريدة أ ليس بالضرورة مهم في الجريدة ب. يخضع هذا المبدأ للخط الافتتاحي وللميولات السياسية لكل صحيفة. كما يتطلب هذا الترتيب المعرفة الواسعة بالأحداث اليومية و كذا ثقافة عامة واسعة. و هذا ما يميز سكرتير التحرير عن باقي الصحفيين، فهو صحفي كامل و لكن صحفي لا يمضي كما شرحناه في محور سكرتير التحرير.

جدول 20

اختيار موضوع الصفحة الأولى (La Une)

النسب	العدد	الصفحة الأولى
9,52	2	سكرتير التحرير
61,90	13	مدير النشر
28,57	6	رئيس التحرير
0	00	آخر
% 100	021	المجموع

يتضح بعد تفريغ البيانات أنه من اصل 21 سكرتير تحرير الذين يمثلون مجتمع البحث، (13) ثلاثة عشر منهم أي 61,90 % أجابوا أن اختيار موضوع الصفحة الأولى للجريدة (La Une) يرجع إلى مدير النشر في حين (6) ستة أي 28,57 % صرحوا أن رئيس التحرير هو الذي يختار موضوع الصفحة الأولى. في حالتين فقط أي بمعدل 9,52 % سكرتير التحرير هو الذي يختار موضوع الصفحة الأولى.

تعتبر الصفحة الأولى واجهة كل نشره. لهذا موضوع الصفحة الأولى يجب أن يستقطب أكبر عدد ممكن من القراء. فموضوع الصفحة الأولى يلعب دورا هاما في رفع مبيعات الجريدة.

نظريا، اختيار موضوع الصفحة الأولى من مهام سكرتير التحرير. لكن في بعض الأحيان يخضع اختيار الموضوع لاعتبارات سياسية أكثر منها مهنية. اختيار موضوع الصفحة الأولى يستجيب لمتطلبات سياسية محضة. لهذا يفضل اغلب سكرتيري التحرير ترك هذه المهمة للمسؤول الأول للجريدة لتفادي أي مشكلة لاحقا. و بما أن مدير النشر هو المسؤول الأول للجريدة فهو الذي يحمل على عاتقه هذا الاختيار.

و يمكن تفسير هذا الوضع أيضا من باب تقليص مهام سكرتير التحرير في الصحافة الوطنية.

جدول 21 التكيف مع التطورات التكنولوجية

التكيف	العدد	النسب
نعم	20	95,23
لا	1	4,76
المجموع	21	% 100

صرح (20) عشرين سكرتير تحرير أي ما يعادل 95,23 % أنهم تكيفوا مع التطورات التكنولوجية الحديثة لاسيما استعمال الإعلام الآلي في قاعات التحرير و القسم التقني في المقابل مستجوب واحد أي ما يمثل 4,76 % أجاب بالنفي.

إن مهنة سكرتير التحرير تتطور مع تطور أساليب الاتصال. فبعدما كان صنع منشورة من 8 أو 12 صفحة يتطلب عمل يوم كامل، أصبح حالياً سكرتير التحرير يغلق (Boucle) جريدة من 32 صفحة في ساعات معدودة وهذا كله بفضل تقنيات الاتصال الحديثة.

توضح هذه النتيجة أن مجال الصحافة في تطور مستمر. و بالرغم من أن إدخال الإعلام الآلي في قاعات التحرير و القسم التقني للصحف قد قلص من المهام التقنية لسكرتير التحرير، إلا انه لم "يقضي" على الحاجة إليه حيث عرف سكرتير التحرير كيف يسخر هذه التطورات لخدمة مهنته. فهو ليس مجرد منفذ للأوامر بل صاحب قرار أيضاً.

النتائج

بينت نتائج الدراسة أن:

1- على عكس السنوات الماضية، أصبحت مهنة سكرتير التحرير اليوم تحريرية أكثر منها تقنية و هذا نتيجة لاقتحام الإعلام الآلي لمجال الصحافة المكتوبة.

2- تقلصت مهام سكرتير التحرير التقنية منها خاصة بعد ظهور مهنة أخرى مثل الماكيست Maquettiste و المركب Monteur.

3 - نقص التكوين الأكاديمي لسكرتير التحرير في الجزائر، انعكس سلبا على نوعية عمله. حيث يعتمد أثناء تأدية مهامه أكثر على المعارف المكتسبة من الممارسة اليومية بدون أي مرجعية نظرية أو علمية.

4- لا تراعى في معظم الجرائد الجزائرية قواعد الإخراج الصحفي.

5- أصبحت صفحات الجرائد اليومية الوطنية هي عبارة عن تسلسل لمقالات. حيث أصبحت عبارة عن حيز أو " فضاء " يجب ملئه.

6- تقلص دور الصورة الفوتوغرافية إلى أبسط تعبيره. أصبحت الصورة تستعمل كعجلة نجدة فقط أي لمليء فراغ في الصفحة.

7- لا يوجد أي تنسيق أو إبداع في الإخراج الصحفي.

8- لم يزاو أكثر من 50 % من سكرتيري التحرير في الجزائر دراسات متخصصة في هذا الميدان.

9- ليس هناك تجديد لمعارف سكرتيري التحرير.

10- أكثر من 70 % من سكرتيري التحرير بدؤوا مشوارهم المهني كصحفيين.

11- الأغلبية الساحقة لسكرتيري التحرير العاملين بالصحافة الوطنية اليومية لم يجيبوا على السؤال المتعلق بذكر بعض نقاط من الميثاق الجرافيكي للجريدة وهذا ما يدل على عدم تمكنهم من الجانب النظري للمهنة و عدم درايتهم بالمصطلحات التقنية.

12- ينجز كل سكرتير تحرير مهنته كما يراها هو و ليس كما يجب أن تكون وبالتالي تخضع لاعتبارات ذاتية أكثر منها موضوعية و مهنية.

13- عكس ما تنبأ به البعض، مهنة سكرتير التحرير لم " تنقرض". منصب سكرتير التحرير مهم و ضروري لضمان السير الحسن لعمل الجريدة. رغم التطورات التقنية، استطاع سكرتير التحرير أن يتكيف معها و بالتالي الحفاظ على منصبه.

الخاتمة

عرف مجال الصحافة السنوات الأخيرة انفجارا تكنولوجيا رهيب. أدت استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ظهور مهن مرتبطة مباشرة بالإعلام الآلي كالمركب (Monteur) و الماكنيست كما أدت هذه التطورات التكنولوجية إلى ظهور مهن أخرى : Rewriter المكلف بإعادة كتابة المقالات و Visualiseur الذي يسهر على استعمال عقلائي و جيد للصورة الإعلامية.

أخذت كل واحدة من هذه المهن الجديدة جزء من عمل سكرتير التحرير. و لكن هل كل هذا يسمح لنا القول إن مهنة سكرتير التحرير مهددة بالانقراض ؟ طبعا لا. تبقى مختلف هذه المهن تحت إشراف سكرتير التحرير. فهو المنسق لمختلف المهام. فلا يمكن لأي من هذه المناصب الجديدة أن تعوض أهمية سكرتير التحرير في الجريدة.

حيث في هذا الصدد أجابنا السيد محمد شولي، سكرتير تحرير سابق في عدة مجالات و جرائد وطنية و أجنبية قائلا: "لا يمكننا تحويل صباغ إلى رسام بمجرد توفير له الفرشاة والألوان، كما لا يمكننا تحويل بناء إلى مهندس معماري بمجرد توفير له كوس و قلم رصاص. و مستعمل جهاز الكمبيوتر لا يمكن أن يتحول إلى سكرتير تحرير بمجرد توفير له آلة فعالة".

إن توفير الآلات و الأجهزة الإلكترونية الحديثة لا تكفي لوحدها لضمان سير العمل الجيد بالجريدة إذا لم يكن هناك شخص يتقن قواعد الإخراج الصحفي و المبادئ الأولية اليتبوغرافية (Typographie).

كتب Louis Guery في هذا السياق عام 1974 :

«Demain l'ordinateur sera devenu le pivot de l'entreprise de presse. C'est autour de lui que s'ordonnera tout le travail, aussi bien en amont qu'en aval, de l'enregistrement de la copie à la mise sous bande du journal, de la collecte des

petits annonces au départ des camions de livraison, des études de marché à la comptabilité analytique.»

عند انطلاق رحلة البحث عن المعلومات يوجد الإنسان و عند الوصول (أي تقديم الخبر في شكله النهائي) يوجد الإنسان و بين هاتان المرحتان يوجد أيضا الإنسان الذي يشغل و يستعمل الآلات حسب رغباته و إرادته و ذكائه و حاجاته.
مهنة سكرتير التحرير ليست مهددة بالانقراض و أيامها ليست معدودة.

المراجع

المراجع بالعربية

- حامد الدفاعي و جبار العبيدي، المرشد العلمي في البحوث النفسية و الإعلامية، مركز عبادي للدراسات و النشر، اليمن، 1996.
- د. سعيد الغريب النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، 2003
- فاندالين ديويولد ، مناهج البحث في التربية و علم النفس، ترجمة محمد نبيل و آخرون، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة، 1985
- فيليب غيار، تقنية الصحافة ، ترجمة فادي الحسيني ، منشورات عويدات ، بيروت ، 1983.
- محمود يسري و منى أبو طبل، البرمجيات العديدة لنظم النشر المكتبي، عالم الطباعة، القاهرة، 2002.

المراجع بالفرنسية :

- Alber Pierre, La Presse, PUF, Paris, 1988
- Archambault François et Lemoine J. F., 4 milliards de journaux, Alain Lemoine, Paris, 1977.
- Bellot Anne, Le journal, Hachette/CFPJ, Paris, 1988.
- Frédérix Pierre, Un siècle de la chasse aux nouvelles, Flammarion, Paris, 1959.
- Voyenne Bernard, Le droit à l'information, Aubier-Montaigne, Paris, 1970.

- Douël Jacques, Le journal tel qu'il est lu, Editions CFPJ, Paris, 1981.
- Guéry Louis, Précis de mise en page, Editions CFPJ, Paris, 1988.
- Jouvenel Robert, Le journalisme en vingt leçons, Payot, Paris, 1920.
- Grenier Jean-Claude, Le Journaliste, Editions CELSE, Paris, 1983.
- Lagardette Jean Luc, Le guide de l'écriture journalistique, éditions La Découverte, Paris, 2005.
- Abrégé de code typographique à l'usage de la presse, CFPJ, Paris, 2000.
- Voirol Michel, Guide de la rédaction, Editions CFPJ, Paris, 2001.
- Guéry Louis, Le secrétaire de la rédaction, Editions CFPJ, Paris, 1990.
- Manuel Mokina, Les journalistes : statut professionnel, libertés et responsabilités, Victoires Edition, Paris, 1989.
- Roland Cayrol, La presse écrite et audio-visuelle, Edition PUF, Paris, 1980.

الدوريات

- محمد تيمور, "التكنولوجيا المتقدمة و مستقبل طباعة الصحف", فى الدراسات الإعلامية, العدد 59 , 1990.

- Padioleau (J.C), «Système d'interaction et rhétoriques journalistiques»,in Sociologie du travail,N°3, 1976.
- L. Althusser : «Idéologie et appareil d'Etat », in La pensée, juin 1970, N°151.
- ernaud Baudin, «La préparation de la copie », in la chose imprimée, éditions Retz.
- Daniel Grojnowski : «L'image et le texte » dans Presse actualité, N° 170, de février 1983.

الفهرس

06	المقدمة
10	1- العينة
13	2- المنهج
14	3- أهداف الدراسة
14	4- المفاهيم
19	<u>المحور الأول: الصحافة المكتوبة كمهنة وكمؤسسة</u>
19	
	<u>المبحث الأول: الصحافة المكتوبة كمؤسسة</u>
19	I- أقسام المؤسسة الصحافية
19	1- قسم التحرير
21	2- الصحفيين
29	
	<u>المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة كمهنة</u>
29	II- وظائف الصحافة
29	1- البحث وتوزيع المعلومات
30	2- التعبير عن الآراء
31	3- وظيفة اقتصادية والتنظيم الاجتماعي
31	4- وظيفة ترفيهية وتسلية
32	5- وظيفة سيكولوجية علاجية
33	6- وسيلة انتماء اجتماعي
33	7- وظيفة إيديولوجية
35	
	<u>المحور الثاني: تكنولوجيا الصحافة</u>
35	
	<u>المبحث الأول: المعالجة الرقمية</u>
36	<u>المبحث الثاني: نظم النشر الإلكتروني</u>
38	I- المدخلات
38	1- المعلومات النصية الحرفية
39	2- المعلومات التصويرية
40	II- تقنيات توظيف الإلكتروني
41	III- المخرجات
43	VI- البرمجيات

44	1- برنامج الناشر الصحفي
45	2- برنامج PAGE MAKER
45	3- برنامج QUARK EXPRESS
47	

المحور الثالث: سكرتير التحرير

47	<u>المبحث الأول: سكرتير التحرير تعريف ومهام</u>
----	---

47	I- مراحل تطور مهنة سكرتير التحرير
47	1- المرحلة الحرفية
48	2- مرحلة المنسق
48	3- مرحلة المخرج
49	II- تعريفه
51	1- مكانة سكرتير التحرير
52	2- مميزات سكرتير التحرير
53	

المبحث الثاني: دور سكرتير التحرير ومهامه

54	I- المهام التقنية و التحريرية لسكرتير التحرير
55	1- جمع المعلومات وانجاز جدول التوقيت
56	2- إعادة قراءة المقالات و تحضير المادة الإعلامية
61	3- تحرير العناوين
65	4- اختيار الصورة والرسومات
72	5- الإخراج الصحفي
75	

المحور الرابع: القراءة الكمية والكيفية للجداول

102	النتائج
104	الخاتمة
	المراجع
	الملاحق