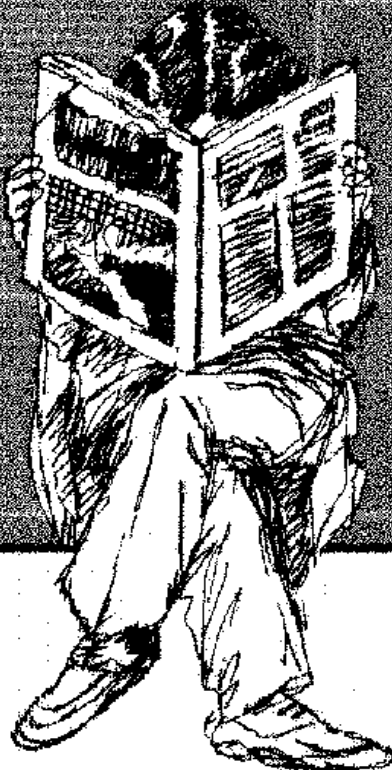


محمود علم الدين

المجلة

التخطيط لإصدارها
ومراحل إنتاجها

تقديم د. مصطفى طرس



اهداءات ١٩٩٨

مؤسسة الامراء للفنشر والتوزيع

القاهرة

٢٠٠٠

المجلة

**التخطيط لإصدارها
ومراحل إنشائها**



في تاريخ العصر الفاطمي - ايام بروز الموحدين - الفاتح
 الفاطمي ، ٢٧٦٦ - ٢٧٨١

تقديم

بقلم الدكتور صليب بطرس

نوجد بصفة عامة مدرستان فيما يتعلق بتزويد صناعة الصحافة بما يلزمها من الموارد البشرية : الاولى وتتبع الاسلوب الذى لا يستند أساسا الى التعليم الاكاديمى البحث عن طريق تخصص معاهد لتدريب المواد الاعلامية ، بل تعتمد الصحافة في ظلها في التزود بالموارد البشرية اللازمة لها عن طريق الاختيار القائم على الاستعداد الشخصى والخبرة والتجربة العمليتين .

ويكمل اصحاب هذا الاسلوب ما قد يكون هناك من نقص عن طريق التدريب اثناء ممارسة العمل in - job ، وفيه يلقي على الرؤساء عبء توجيه الجدد من العاملين في الحقل الصحفى على اختلاف سماتهم .

وهذا الاسلوب تنبّه الصحافة البريطانية ، ولو أنه عدل في العقدين الاخيرين لكي يتماشى مع مقتضيات العصر في التطور التكنولوجى وفنون الصناعة وامتزج هذا النظام بالتدريب داخل المنشأة وخارجها الذى يمتد حتى يصل الى من يشغلون مراكز قيادية في التحرير والادارة على السواء .

ولم يجد اصحاب هذه المراكز حرجا في استكمال ثقافتهم عن هذا السبيل ولم تبخل عليهم المنشآت في هذا المضمار فترسلهم الى أى مكان في العالم حيث يكون التدريب في افضل صورة له يقينا من القائمين عليها بأن هذا الاتفاق نوع من الاستثمار له عائد مجز في نهاية المطاف .

والاسلوب الثانى : ويستند الى أن الصحافة كأي مهنة أخرى لا بد للعاملين فيها من أن يتلقوا أصولها في المعاهد العلمية على أساس أكاديمى .

ومن ثم فقد أنشئت الكليات الجامعية التى يتلقى فيها الطلاب العمل الصحفى بنواحيه المختلفة ، ولا بأس من اختيار المتقدمين للالتحاق بهذه الكليات لانقضاء من تتوفر فيهم المقومات الشخصية التى تكفل لهم النجاح في ميدان الصحافة كسلامة التفكير وسلامة العبارة واتقان اللغة وما الى ذلك .

والصحافة الامريكية زعيمة هذا الاسلوب بلا منازع .

ومما يعزز انتشار هذه المدرسة أن الصحافة أصبحت صناعة ضخمة ولها مميزات الخاصة بها . فعنصر الوقت مثلا يلعب فيها دورا اكبر مما يلعبه في الصناعات الأخرى .

ويكفى لظهور أهميته أن يمر الصحيفة كله يعد بالساعات ، والخبر نفسه يعتبر من أكثر السلع بوارا ، فقد يصبح عديم القيمة في أقل من لمح البصر إذا سبقت إليه صحيفة أخرى .

ومن اليسير أيضا أن يتحول القارئ من صحيفته المفضلة إذا ما دأبت على التأخر عن الظهور في موعدها الذي اعتاد القارئ أن يحصل عليها فيه .

واعتماد الصحيفة ، كمنتج نهائي ، على حكم القارئ ، باعتباره المستهلك النهائي يتسم بدرجة من الذاتية أكبر مما يتسم به حكم أى مستهلك لاية سلعة أخرى .

ولا يشفع ماضي الصحيفة العريق لدى القارئ ، إذا اعتقد يوما أنها قد قصرت في خدمته أو أنها في تصوره تختلف عن مسيرة العمر . وحتى أسلوب توضيب الصحيفة (أخراجها وطبوغرافيتها) يتوقع القارئ ، تعديلها ولكن دون عنف من آن إلى آخر بحيث يزيل عنه الملل وبواكب العصر .

وبرغم التقدم التكنولوجي الهائل الذي اعتري الصحافة في جميع جوانبها ، وبخاصة منذ السبعينات ، فإن العنصر البشري ، في مجال التحرير على وجه الخصوص ، ما زال له تأثير كبير في مادة الصحيفة . فالحدث الواحد ، يخرج إلى قراء كل صحيفة في صور ونكهات مختلفة متأثرا ، ولا ريب ، بالمشاعر والاحساسات الشخصية لمن اشترك في الحصول عليه ولن صاغه . وما ذكرناه هنا لا يعدو الا ينون قليلا من كثير ليس هذا الاثنان عليه .

غير أن ما نود التاكيد عليه هنا أن هذه المميزات لا بد من أن يتردد صداها في صناعة الصحافة ابتداء من وضعها المؤسسي ، وهيكلها التنظيمي واساسها ووضع سياستها المختلفة وتبنيها .

ولا تختلف في ذلك الإدارة عن التحرير ، فالأولى في تصوري ، هي مجموعة الأعمال التي من شأنها أن تفضي في النهاية إلى اخراج الصحيفة على نحو يجعل منها مادة يقبل عليها القارئ ، وتباع له بسعر يكون في

متناوله ويحقق ربحا لأصحاب المنشأة الصحفية سواء أكانوا ملاكا تقليديين أم كانوا عمالا لهم في أرياح الصحيفة نصيب كبير كما هو الحال في الصحافة المصرية . وما دام الأمر كذلك فلا تناقض بين أهداف الإدارة وبين أهداف التحرير ، بل على العكس من ذلك فإن أهدافهما متطابقة تماما ، وهذا أمر لازم لنجاح التخطيط .

إن الصحافة في مصر لم تعد ، ما كانت عليه حتى أواخر الثلاثينيات وأوائل الأربعينيات عملا أدبيا محسوب ، كان يكفي للاضطلاع به أن يكون صاحب المشروع من رجال الأدب له صلات برجال السياسة بصفة عامة ورجال الأحزاب بخاصة حتى يقبل على إقامة المنشأة الصحفية . وكان يكفي من الناحية المالية أن يحصل على بضعة عشرات الألوف من الجنيهات يقيم بها المنشأة الصحفية وتاريخ الصحافة في مصر مليء بالأمثلة العديدة .

ومن الواضح جليا أن وضع الصحافة قد تبدل . فنحن نبيِّن عن عشرات الملايين من الجنيهات تلزم ليس لإنشاء مؤسسة صحفية جديدة بل لتجديد وتوسيع منشآت قديمة عريقة .

وهنا تبرز أهمية التخطيط في حياة الصحيفة .

ولعل الذهن ينصرف للتو ، عند ذكر التخطيط ، إلى ما أسببه المواد الأولية الملبوسة ابتداء من الآلات وانتهاء بالدويارة اللازمة لحزم الصحيفة الصحيفة ربطا وما بينها من مواد تنوعت أصنافها تختلف بين الورق والمواد الكيميائية غالبية الثمن وبين أصناف أخرى لا حصر لها . فإذا اقتصر التخطيط على هذم النواحي أضحي عديم الجدوى . بل أنه إلزام وأكثر ضرورة ولا ريب في مجال التحرير . ويتعين أن يلزم التخطيط الصحيفة على طول طريق حياتها ومنذ التفكير فيها إذا أريد لها الوجود بلبه البقاء . وحتى إذا قرر لها ، غير ذلك فاختيار الوقت المناسب للتوقف عن الظهور في حاجة إلى تخطيط أيضا . وأقرب مثل يضرب في هذا الصدد هو القرار الذي اتخذته مجلة لايف Life الأمريكية عندما قررت الاختفاء في وقت بلغت فيه مبيعاتها ما لا يقل عن ستة ملايين نسخة من العدد الواحد . فقد رأى القائمون على أمر هذه المجلة أن تلك اللحظة هي أنسب اللحظات لاتخاذ مثل ذلك القرار .

والتخطيط للصحيفة — وأنا استخدم هنا هذه الكلمة باعتبار أنها جنس و « المجلة » نوع تازكا التفرعات لما أورده المؤلف عنها — يبدأ بالاسم الذي يطلق عليها وبالطبقة أو الطبقات التي توجه الصحيفة لخدمتها ومخاطبتها وهذا أمر تتوقف عليه عوامل أخرى عديدة ، ويتوقف هو بدوره

على عناصر أخرى منها أسلوب مخاطبة جمهور القراء والتبويب ، واليوم الذى تظهر فيه وطبيعة المعلنين ، ونوع الطباعة والورق وما الى ذلك من الاعتبارات التى يتعين أن يتخذ فيه القرار على أساس متغيرات وثوابت عديدة لا تصلح لها العشوائية كما أنها ليست مجالاً للانفراد بالرأى لا من جانب التحرير ولا من جانب الإدارة .

ومن هذا المتعلق لا بد من أن تدرك الاجيال الشابة من الصحفيين الذين أعينهم بالخطاب . أن أى قرار فى مجال التحرير لم يعد كما يعتقد اصحاب المدرسة الصحفية القديمة أمر لا يسهه الا رجال التحرير ، وأن أى قرار ادارى كما تعتقد المدرسة الادارية العتيقة مجالاً لا يتعدى حدوده الا رجال الادارة .

والرأى عندي أن شراء المطبعة الخاصة بالصحيفة لم يعد عملاً ادارياً بحقاً يتخذه الرجل المسئول عن الادارة من برجه العاجى ، بل لابد من اشتراك الرجل المسئول عن التحرير فى وضع هذا القرار وما يصاحب ذلك من دراسة وبحث وتحييص . وكذلك الحال فى القرارات التحريرية .

ومن أجل كل هذا كان انشاء كلية الاعلام فى جامعة القاهرة عملاً ضرورياً للانتقال بالصحافة المصرية فى البيئة القديمة التى نشأت وعاشت فيها الى الاجواء الرحبة الحديثة التى لا يمكن أن تنمو الصحافة الحرة ، لخير المجتمع المصرى ، الا فى رحابها .

والواقع أن المؤلف وقد تخرج فى هذه الكلية — ويعمل الآن عضواً بهيئة تدريس قسم الصحافة بها — لخير مثل يضرب لما يمكن أن تقدمه للحقل الصحفى المصرى ، ومؤلفه (بفتح اللام) هذا لا توى دليل على ما ذهبت اليه لقد تناول بمنهج علمى مزوجاً بتجربة عملية شابة تخطيط كافة جوانب العمل الصحفى التحريرية والادارية بأوسع ما تنطوى عليه هذه الكلية من معانٍ معرجاً على ثلاث تجارب من الصحافة المصرية والعربية احداها حدية للغاية اذ تمت بعد منتصف السبعينات ، فهى والحالة هذه تجر تتسم بالجدة، ويتأثرها بآخر ما وصلت اليه التكنولوجيا الصحفية فى نواحيها المختلفة .

وقد حان الوقت لأن أخلى بين ما كتبه المؤلف وبين التارىء لى يسهر بنفسه ، ويلبس ما بذل فيه من جهد ، وما وصل اليه من نتائج ليقومها فى هدى ما سبق أن ذكرته .

القاهرة (جاردن سيتى)

مايو ١٩٨٠

هناك بيطرس

المستشار الفنى السابق لدار اخبار اليوم
استاذ زائر بكلية الاعلام / جامعة القاهرة

مداخل :
المجلة
التعريف والسجلات العامة

تعريف المجلة

عرفت منظمة اليونسكو الدوريات عام ١٩٦٤ ، بأنها كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة (منتظمة أو غير منتظمة) ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها (أو أعدادها) ويشترك في تحريرها العديد من الكتّاب ويقتصد بها أن تصدر الى مالا نهاية (أي لا يوضح حد معين تقف عنده الدورية) وقد قسمت المنظمة الدوريات الى فئتين كبيرتين : —

١ — الصحف (الجرائد) :

ومنها الصحف اليومية (التي تصدر أربع مرات اسبوعيا على الأقل) والصحف غير اليومية (التي تصدر أقل من أربع مرات في الاسبوع) ولا تدخل الولايات المتحدة الصحف ضمن المطبوعات الدورية بل تجعلها مدبرا مستقلا من مصادر المعلومات في حين تعتبر إنجلترا مثلا الصحف من المطبوعات الدورية .

ب — المجلات :

وهي تنقسم الى مجلات تهتم المثقف العام ومجلات متخصصة في أي مجال من المجالات : كالطب أو أحد فروع أو الهندسة أو الإدارة أو المكتبات أو التوثيق وهكذا ومن الواضح أنه لا يهم سوى المتخصصين (١) .

ويبقى مصطلح مجلة ، مثيرا لمعاني مختلفة ، ولجدل عنيف حولها ، فهناك ثمانية مصطلحات أو الفاظ تستعمل جميعا في وصف المجلة وتطلق جميعها عليها وهي : المطبوع Publication والدورية Periodical والجورنال Journal ونظرة عامة واستعراض ومعاينة Review والكتاب Book ، والجازيت Gazette والاداة Organ وأخيرا المجلة Magazine ، ولعل استقراء دلالات هذه الفاظ أو المصطلحات الثمانية تعطينا فكرة واضحة عن مفهوم المجلة (٢) .

المطبوع The Publication

اية مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعا : الجرائد ، الكتيبات والكتب ، والنشرات ، المطبوعات ، البطاقات ، الجداول

(الكتالوجات) ، الملصقات ، وقليل من هذه المواد المطلوبة يصدر بشكل دورى منتظم ، وتحت الاسم نفسه .

الدورية The Periodical

وتعنى أى مطبوع بصفة دورية ، واستعمل هذا المصطلح فى البداية للإشارة الى عمل واحد (مؤلف) كتبه مؤلف واحد على الرغم من أنه طبع فى أجزاء متكررة ، كل فى فترة ، وقد اعتاد كبار الكتاب فى بريطانيا أن ينشروا رواياتهم بهذا الشكل ، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية مثل : « أوراق بيكويك » ، و « ديفيد كوبر فيلد » ، و « نيكولا بيكر » ، و « الاوقات الصعبة » وست روايات أخرى ظهرت فى أجزاء شهرية .

وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات (لأنها تصدر بشكل دورى) فإن كل الدوريات ليست بالضرورة مجلات وروايات . « ديفيد كوبر فيلد » و « الاوقات الصعبة » لديكنز ظهرت مع مقالات وروايات لآخرين فى جريدة اسبوعية تسمى Household News

وقد استعمل مصطاح Periodical ليشير الى نمط من مقالات الجرائد ليميز من مقالات المجلة العامة ، ومع نهاية القرن التاسع عشر ، استعمل ليعبر من كل مطبوع يصدر بانتظام عدا الجرائد .

الجورنال (الجريدة) The Journal

Journal كلمة لاتينية تعنى daily book كتاب يومى و diary (يومية) ، ويعادلها كلمة diurnalis اللاتينية ، وهى مشتقة من كلمة Jour الفرنسية (يوم) أو (يوم) أو diurnali (يومى) ، وقد تطورت واستعملت فى أوربا : انجلترا وفرنسا فى الشرق الثامن عشر لتصف الجريدة اليومية .

والآن نطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جدا من المجلات الذى تصدره جماعات الاطباء والعلماء والمهندسين والكيميائيين على سبيل المثال ، والغريب ان هذا المصطلح الذى كان فى الماضى يسر عن الجريدة اليومية ، نجده الآن وقد أصبح أقل دورية عن معظم المجلات التى يصدر الكثير منها بشكل ربع سنوى وبعضها نصف سنوى ، وبعضها الآخر سنوى مثل :

- Birmingham University Journal
- The British Journal of Medicine

وعلى الرغم من ذلك فليست لكل هذه المجلات التى تسمى نفسها Journals

هذه الجدية نفسها أو التخصص الضيق نفسه ، فهناك أنماط من مجلات ذات مشهور أخف تستعملها مثل
Ladies Home Journal و Woman Journal

وهناك نمط ثالث يقع بين هذين النمطين تصدره جماعات مهنية أو منظمات مثل :
British Legion Journal, Gas Journal و Brewn's Journal

نظرة عامة ، استعراض ، معاينة The Review

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة ، وما زال يطلق حتى الآن على المجلة التي تحتوى على مواد أدبية ومقالات نقدية وتعليق على الأحداث الجارية ، تعرض لما كان يجري ، ويستعمل هذا المصطلح الآن في مجال الصحافة ليشير الى : الوصف النقدي لكتاب جديد ، مسرحية ، فيلم ، تسجيل ، أو برنامج اذاعي أو تليفزيوني وتسمى هذه الألوان بالعروض أو المراجعات أو المتابعة (خاصة في المجلات السورية والمراقبة) .

وبعض المجلات تسمى نفسها Reviews أو يشار اليها بأنها Reviews وهي في غالبيتها مجلات تتعامل مع أحداث اخبارية حالية ، ووقائع حديثة في عالم الفن والموسيقى والكتب ، أي أنها تعيد النظر Re - view فيما حدث أو تستعرضه ، وخاصة ما تم نشره في الجرائد أولا .

الكتاب The book

كثيرا من رجال الاخراج والطباعة — خاصة في الولايات المتحدة الامريكية — يسمون المجلات كتباً Books ، وقد يكون السبب في ذلك هو اقترابها بل تشابهها مع الكتاب في أنها لا تصدر بهدف أو لغرض معالجة الامور الحالية

والكتاب وفقا لما أورده Pocket Oxford Dictionary هو مجموعة من الاوراق المطبوعة مثبتة وموضوعة في غلاف ، وعلى هذا الاساس فان وصف المجلات بهذا المصطلح ككتب ليس دقيقا .

الجازيت The Gazette

كلمة تعود الى كلمة Gazetta الايطالية وهي اسم عملة بندقية (من البندقية بايطاليا) كانت سعر لاول ورقة خيرية هناك .

واطلقت على الجرائد ، وما زال هناك عدد من الجرائد المحلية التي تستعمل هذا الاسم في عناوينها مثل : Woldefield Gazette (الانجليزية) ولكن استعمالها المعروف بشكل جيد نجده في عنوان المطبوع الحكومي الانجليزي الرسمي : The London Gazette الذي يصدر ثلاث مرات في الاسبوع ، ويحتوى على قوائم للتعيينات الحكومية والترقيات ، وآخر التقليلات والاشعارات العامة الاخرى ، كما ان هناك مجلات تطلق على نفسها Gazette وتتناول تخصصات تهم كل الناس بشكل عام وهى : Railway Gazette و Police Gasette في انجلترا .

الإداة : The Organ :

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسى ، نقابة مهنية ، رابطة او اتحاد او أى منظمة من هذا النوع ، ومثل هذه المجلات توظف لتحمل الاخبار الرسمية للمنظمات التي تصدرها ، أى انها « أدوات » تستخدم بواسطة اصحابها ، وهذا بالضبط ما تعنيه الكلمة اللاتينية Organum التي تعنى أداة Instrument

المجلة : The Magazine

كلمة مجلة magazine الانجليزية الى الكلمة magazin الفرنسية المأخوذة من الكلمة العربية مخزن .

وناريخيا استعمل هذا المصطلح Magazine ، لأول مرة عام ١٧٣١ التالية استعمل ليصف الصحيفة التي كان لها شكل الجريدة ، ولكن محتواها متنوع .

وذلك لان الجريدة كانت مخصصة بشكل محدد للاخبار والاخبار السريعة والمحلية ، بينما المجلات لم تكن تفعل شيئا لتعرض اخبار ومقتها ، بل قدمت الروايات ، مقالات عن الرحلات ، ودراسات جادة ، ومواد أخرى للتسلية .

وهكذا نرى ان المجلة الجيدة يمكن ان تعنى مكانا تجمع فيه المقالات والقصص وتزود بأسلحة ونخائر عقلية ، عن طريق طرح الافكار ، والمناقشات ، وعرض المعلومات الهامة والمفيدة .

وهناك اتفاق بين العاملين في المجلات ومارسها الان على تعريف فرانك لوثر موت Frank Lutter Mott للمجلة Magazine الذي يرى فيه المجلة هي « مطبوع مغلف يصدر بشكل دورى — طسويل او قصير — ويحتوى على مادة مقروءة متنوعة » ، وهو في رأينا ايضا افضل تعريف .

كان هذا هو المفهوم الغربى : الاوربى والامريكى لكلمة مجلة : لغويا واصطلاحيا ... فهذا عن المفهوم العربى لكلمة مجلة ؟؟

يقول الدكتور : محمد مهدى علام ان اول من استعمل لفظ الصحافة بمعناها الحالى كان الشيخ نجيب الحداد منشئ لسان العرب في الاسكندرية ، وكان الصحفيون لا يفرقون اول الامر بين الجريدة والمجلة في الاستعمال ، ولكن كلمة Rewéw كانت هي المستعملة عند الفرنج في مقابل ما اطلقنا نحن عليه كلمة مجلة (٣) ، ويتفق مع الدكتور عبد اللطيف حمزة في اعتقاده بصحة قول قليلب دى طرازى ان اول من استخدم لفظ « مجلة » او اشار باستعمالها هو ابراهيم اليازجى عندما كان يحرر مجلة « الطبيب » ثم شأهت بعد ذلك (٤) ، وعرف الشيخ ابراهيم اليازجى المجلة بأنها مشتقة من مادة جلا أو جلاء ، أى ظهر ووضح ، ومنها جليلة الامر أى ما ظهر حقيقة أى الخبر اليقين ، والمجلة هنا بمعنى أنها استجلاء حقيقة من العالم .

فعندما تولى الشيخ ابراهيم اليازجى ادارة مجلة الطبيب عام ١٨٨٤ بالاشتراك مع الدكتور بشارة زلزل والدكتور خليل سعادة أشار باستعمال لقطة مجلة قائلا عنها : أنها صحيفة علمية أو دينية أو انتقادية أو تاريخية أو ما شابه ذلك تصدر تباعا في اوقات معينة ، وبذلك ثبت هذا الاسم وتبعه في ذلك جميع المجلات التى صدرت بعد ذلك .

وعندما انشأ الشيخ ابراهيم اليازجى والدكتور بشارة زلزل مجلة « البيان » في القاهرة قائلا عن المجلة أنها : جليس العالم ، وأستاذ المريد والموعد الذى يتلقى فيه المفيد والمستفيد ، بل هى خطب العالم في كل ندوة ، وبريده الى كل خلوة ، والمشكاة التى تستمع بها بصائر اولي الابواب ، والنار الذى تاتم به المدارك اذا اشتهت عليها شواكل الصواب « (٥) .

وفي رأى الدكتور عبد اللطيف حمزة ان المجلة لا تعدو في جوهرها ان تكون عبارة عن اعادة النظر — الذى ينطلق من ان المجلة يطلق عليها لفظ Review والمعنى الحرفى له هو اعادة النظر — فيما طبع من أخبار وحوادث ومواد سبق نشرها في الجرائد اليومية ، ولم تساعد طبيمة الصحافة اليومية على استيفاء هذه المواد كما ينبغي ، لكن المجلة تستطيع بعد كل هذا ان تعيد النظر في جميع هذه المواد على اختلافها وأن تبدى للقارئ وجهة نظر جديدة (٦) .

وينعرف الدكتور شكرى فيضل المجلة بأنها « ظاهرة من ظواهر الحياة الحديثة أو مؤسسة من مؤسسات هذه الحياة الخصبة التى يعيشها العالم في هذين القرنين ، وجدت مع التقدم الفكرى الذى ضر العالم ، وهذه

الحاجة الى تبادل الراى وتقابل الفكر — قبل ان يكون قادرا على ان يتمثل
تمثلا كاملا فى كتاب — بين المفكرين « (٧) » .

ويضع الدكتور محمد مهدي علام تعريفًا موجزا للمجلة ، وهو انها
« صورة مختصرة متجددة رخيصة الثمن لدوائر المعارف » ، ويقول ان
وظيفة المجلة كانت قائمة فى حياة المجتمع العربى منذ القدم ، وكانت هذه
الوظيفة تؤدى بطرق ثلاثم العصر ، فمن ذلك الى الادب والمناظرات
والامالى وتناقل الروايات « (٨) » .

ويتتبع الدكتور محمد مهدي علام كلمة مجلة فى لغتنا العربية (٩) :

— فى لسان العرب : لابن منظور « المجلة صحيفة فيها الحكمة » .

— وروى النابغة الذبياني :

(مجلتهم) ذات الاله ودينهم قديم
فمما يرجسون خسير العواقب
وهو فى ذلك يريد (الصحيفة) .

— وفى حديث سويد بن الصامت : قال رسول الله صلى الله عليه
وسلم : « لعل الذى معك مثل الذى معى قال : وما الذى معك ؟ قال مجلة
لعمان ، فكل كتاب عند العرب مجلة . يريد كتابا فيه حكمة لعمان .

— وفى حديث لاتس بن مالك : القى اليها مجال — جمع مجلة — يعنى
صحفا (أورد ذلك ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم المعروف بابن
المنظور الاثرى المصرى فى كتابه لسان العرب) .

— وقال ابو عبيدة بن الجراح : « كل كتاب عند العرب مجلة » .

ويرى الدكتور سامى عزيز ان المجلة هى « نشرة ذات غلاف تصدر
دورية تحتوى على نوعيات متعددة من المواد » ويحدد صدور أول دورية
على شكل مجلة بعام ١٦٤٦ فى انجلترا بصدر The Review محتوية
على اسماء الكتب والمؤلفين ، وتعليق وملخص للكتب ، وكان ذلك النوع
عنده أقدم أنواع المجلات (١٠) .

وترى الدكتورة اجلال خليفة ان المجلة : « احدى الوسائل الهامة
للاتصال بالجمهور ، تصدر فى دورية معينة واقل مدى لهذه الدورية اسبوع
واكثرها خمس سنوات . وتأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تنوع
مادتها ومجارية هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها ، وكلمة مجلة

في اللغة العربية — في رأيها — تعنى قائمة عمومية من المعارف وجمعها مجلات أو مجال « (١١) » .

ويحدد الدكتور محمد سيد محمد ثلاثة مقاييس رئيسية يمكن التمييز عن طريقها بين الجريدة والمجلة :

المقياس الأول : الفترة الزمنية لتتابع الصدور ، وهذا قد يبدو لأول وهلة مقياسا في الشكل ، لكنه الأهم عنده ، فالصدور اليومي لصحيفة ما يؤكد كونها جريدة ، ولأن هذا المقياس أيضا مرتبط بالمضمون ارتباطا وثيقا ، لأن الصحيفة اليومية لا يمكن أن تتخصص كما تتخصص المجلات .

المقياس الثاني : هو المادة التحريرية ، وهي في الجريدة الخبر في المحل الأول ، وفي المجلة المقال بأشكاله المتعددة ، والتقارير الصحفي بأنواعه الأربعة : من حديث وتحقيق وريبورتاج وماجريات ، إلى جانب القصص والطرائف والرسوم والصور وما شابه ذلك .

المقياس الثالث : فقد درجت الجرائد خلال تاريخها العالمي أن تكون في حجم أكبر ، كما درجت المجلات خلال تاريخها العالمي ، أن تكون في حجم أصغر وبرغم صدور صحيفة يومية بالحجم النصفى « التابلويد » وبرغم صدور مجلات بحجم الصحف اليومية ، لكن العبرة بالأغلب والأعم وما شذ عن هذه القاعدة قليل .

والى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية كنوع الورق ، والغلاف واستخدام الألوان ، وطريقة الطباعة ، والإخراج الصحفي ، واختلاف كل ذلك بصفة عامة في كل من الجريدة والمجلة (١٢) .

ويفرق الدكتور محمد سيد محمد بين المجلة والنشرة مؤكدا على أن المجلة (١٣) : دورية تمثل عملا صحفيا بكل ما يتطلبه العمل الصحفي من عناصر ، وما يقتضيه من التزامات ، وما يفرضه العرف الصحفي من عمومية واتصال مباشر بجماهير القراء ، أما مضابط البرلمانات أو تقارير النشاط السنوي للهيئات الثقافية أو ما شابهها فليست مجلات حتى لو اتخذت لنفسها عنوان مجلة لأن التسمية الصحيحة لها هي النشرة .

كذلك تختلف المجلة عن الطبعة الأسبوعية من الجريدة ، فالمجلة ذات غلاف ، والطبعة الأسبوعية هي جريدة رومى في تحريرها كثرة الموضوعات الحالية والانتباء المحلية والعالمية ومقالات عن الأدب والفن ، وفي بعض الأحيان كانت الامكانيات الضخمة للصحيفة اليومية تهىء لها فرصة لإصدار طبعة أسبوعية أو نصف شهرية وليست بالضرورة أن تحمل الطبعة الأسبوعية الاسم نفسه ، بل قد يضاف اسم آخر إلى جانب الاسم الأول كالسياسة ، والسياسة الأسبوعية ، والبلاغ ، والبلاغ الأسبوعي (١٤) .

أنواع المجلات

هناك أكثر من تصنيف لأنواع المجلات ، يعتمد على كل تصنيف منها على معيار محدد يتقرر على أساسه نوع المجلة ، ويمكن حصرها في ستة تصنيفات رئيسية (١٥) :

الاول : تصنيف القراء ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لميول القراء .

الثاني : تصنيف التوزيع ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لارتفاع توزيعها .

الثالث : تصنيف الشكل ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لنوع الورق ونوع الطباعة وشكل المجلة Format من مظهر أخرجي الى نبويب الى قطع .

الرابع : تصنيف المضمون ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمضمون الذي تحمله .

الخامس : تصنيف المصدر ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمصدر أو الناشر .

السادس : تصنيف دورية الصدور ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لعدد مرات صدورها أو دوية الصدور .

التصنيف الرباعي للمجلات

ولكني أميل الى تصنيف المجلات الى أربعة أنواع رئيسية هي :

(١) المجلات العامة General magazine

(٢) المجلات الاخبارية News Magazine

(٣) المجلات المتخصصة Specialized magazine

(٤) المجلات الملخصة أو المضمومة وهو في رأيي تصنيف شامل .
Digest

المجلات العامة :

ويطلق عليها المجلات العامة General magazines أو المجلات الجماهيرية
Mass magazines أو مجلات المستهلك Consumer magazines
أو مجلات النوعات Variety magazine أو متعددة الملايين Multi million

والمجلات العامة تنقسم بتنوع المضمون ، وتتوجه الى جماهير
متنوعة ، وأن كانت تستهدف القارئ العام غير المتخصص ، مثل مجلات:
Lesliés و Harper's Weekly, Collier's و Life, Look و
The People الأمريكية (١٦) ، و Paris - Match و
الفرنسية ، و stern الألمانية الغربية ، والمصور ، وآخر ساعة ،
وأكتوبر المصرية .

المجلات المتخصصة :

وتتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد أنواع الجمهور الذي تخدمه ،
والوظيفة التي تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذي تحمله .

فنجد أن هناك مجلات للمرأة والطفل والرياضة ، والدين والادب
والعلوم والهوايات ، وجمهورها محدد وكذلك مضمونها ، ويترأوح توزيعها
بين بضعة آلاف وأحيانا مئات في مجلات المدارس والشركات ، الى ملايين
مثل « T.V. Guide الأمريكية التي توزع ١٨ مليون نسخة اسبوعيا ، و
Antimité, Vogue, Elle, Jours de France الفرنسية ، و
Psychology Today ، و Yachting, Woman's Day
الأمريكية ، ومجلات « حواء » و « الاذاعة والتلفزيون » و « النخلة » ،
« الشباب وعلوم المستقبل » ، و « الاهرام الاقتصادي » المصرية ،
و « الفكر » التونسية ، و « الصقر » القطرية ، و « الشورى » الليبية .

المجلات الاخبارية :

يعتبر بعض أسانذة الصحافة ، ومنهم الدكتور سامي عزيز ، هذا
النوع من المجلات العامة (١٧) ، ولكنه أقرب انواع المجلات الى الجرائد
وهي تنقسم بمحافظتها على عنصر الحالبية عن طريق المناقشة المتعمقة ،
للاخبار ، وأهم ما يميز أسلوب تحريرها :

١ — الإيجاز : Brevity فأخبار الاسبوع تنشر مكثفة كلها في صفحات
قليلة ، كما أمكن ذلك .

٢ — الذاتية Subjectivity حيث يتم مزج الرأي بالحقيقة ويتم تلوين
الخبر بأسلوب شديد الجاذبية .

٣ — صحافة الجماعة : Group Journalism حيث يعمل عشرات من الباحثين والكتاب والمحررين في تحديد أهم موضوعات العدد ، خاصة موضوع الغلاف Cover Story (١٨) .

واقدم المجلات الاخبارية في العالم وأكثرها توزيعا هي مجلة Time التي تعد أكثر المجلات تأثيرا في الولايات المتحدة الأمريكية ، تليها Der Spiegel و News week . و U.S News and World Report الألمانية الغربية ، والـ Timpo المكسيكية ، التركية ، واليابانية Shako Aghi والهندية Look والـ الكينية Reporter (١٩) ، وفي مصر صدرت مجلة « الجيل الجديد » عام ١٩٥١ على هذا النمط ، واستمرت حتى عام ١٩٦٤ .

المجلات الملخصة أو المهضومة :

وتعتمد على أن تنشر في تركيز أهم وأبرز المقالات والتعليقات والموضوعات الجادة والخفيفة والمسلية والمنشورة في المجلات الأخرى العامة والمتخصصة مع التركيز على التخصص منها — وذلك بعد قراءتها — وأول مجلة من هذا النوع أنشئت في لندن عام ١٨٦٠ وهي الـ Literary Digest لفراند وجنتالر ، بعد ذلك أسس ألبرت شومروى Reader's Digest ، ولكن هذا النوع لم ينتشر ولم يزدهر بعد أن أصدر دى ويت والاس وزوجته ليلا أسيشون مجلتها الشهيرة الـ عام ١٩٢٢ ، بعدها تأسست عشرات المجلات المهضومة أو الملخصة (٢٠) وللأسف هذا النوع من المجلات لم يظهر حتى الآن في العالم العربي ، وتوقف صدور الطبعة العربية من الـ Reader's Digest — التي أصدرها مؤاد صروف خلال الحرب العالمية الثانية باسم «المختار» من الريدرز دايجست وتولى رئاسة تحريرها بعده محمد زكي عبد القادر ثم كمال عبد الرؤوف — عام ١٩٦٧ حين أغلقت بعد توتر العلاقات المصرية الأمريكية ثم قطعها في نهاية عهد الرئيس جمال عبد الناصر .

وفي العام قبل الماضي لدلت مفاوضات بين مؤسسة أخبار اليوم ودار النشر التي تصدر الـ Reader's Digest لإعادة إصدار الطبعة العربية منها ، ولكنها لم تنته الى اتفاق حتى حصلت على امتياز إصدار الطبعة العربية دار نشر عربية هي شركة النهار للمنشورات الدولية — باريس ، وتنشر الطبعة العربية من المختار الآن شركة رأس الخيمة للمنشورات الدولية التي أسسها كل من فسان تويني وتوفيق أبو خاطر وهنسان عائددي ولوسيان حدادح ، ومقرها الرئيسي باريس ، ويرأس تحرير هذه الطبعة العربية (المختار من ريديرز دايجست) آدمون صعب ويعاونه أديب صعب ، ويعمل مؤنس طه حسين مستشارا ثقافيا للمجلة ، ويعيب هذه الطبعة ركافة الترجمة العربية .

وترجع أهمية هذا النوع من المجلات الى انه يعطى الفرصة للقراء لتوسيع معارفهم ونظرتهم العامة والاطلاع على موضوعات هامة كان من الصعب بل من المستحيل عليهم — أحيانا — قراءتها في مصادرها (٢١) .

سمات المجلة : كوسيلة اتصال بالجمهور :

قال استاذ الراى العام الامريكى الراحل والتر ليبمان : « اننا لا نحكم على الاشياء في ذاتها بل على الصورة التى نكونها نحن عنها ، اى أن الصورة التى في رؤوسنا هى مادة آرائنا ، ومضمون هذه المادة على الدوام » .

ولكن كيف تتكون هذه الصورة ؟ ، وما القوى التى تساهم أو تشارك في هذا التكوين ؟

يرى استاذ الصحافة والمؤرخ الفرنسى س. دينواييه أن الجرائد اليومية تشارك بجزء فقط في تكوين هذه الصورة التى في رؤوسنا ، أما الأجزاء الأخرى فتأتى من طريق المجتمعات العامة ، والمنابر والمحاكم والمجالس النيابية وغير ذلك من الوسائل الفعالة فى التأثير على الراى العام ، وأخيرا تسلطت السينما والإذاعة على عقول الجمهور الى درجة جعلت الناس تعتقد خطأ انهما سوف تظلمان الصحافة من عرشها الى الأبد ، وفى المنافسة بين هذه الوسائل المتعددة فى تكوين آراء الناس تطغى المجلات دورا هائلا وذلك عن طريق الصور والقصص والموضوعات التى درست درسا عميقا (٢٢) .

فميزة الجريدة هى التكرار وميزة المجلة هى العمق .

فالمجلات أقدر على تقديم الموضوعات المدروسة والنتائج التى لم تكن معروفة من قبل ، لأن لديها فسحة من الوقت للبحث والدراسة ، والاستقصاء فتستطيع أن تعالج الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية خيرا من الصحف اليومية فمثل هذه التقارير أوقع فى نفس القارئ وذات أثر أبقي من العناوين أو التنبؤ أو الأخبار المصورة التى تنشرها الصحف (الجرائد) اليومية .

وتستطيع المجلة أن تؤثر فى مخيلة القراء عن طريق الرسم والصور الفوتوغرافية ، تفوق تأثير الصحيفة (الجريدة) اليومية ، وذلك لما يتوفر لدى المجلة مادة من الإمكانيات الفنية فى هذه الناحية ، فالطابع الجميل للمجلات من حيث الإمكانيات الطباعية والألوان والأخراج له تأثير سيكولوجى قوى فى نفوس الناس جميعا على اختلاف صفاتهم وأعمارهم ، لذلك تستغل المجلات بواسطة رجال الدعاية السياسية والتجارية كوسيلة ناجحة ومؤثرة (٢٣) .

وتاريخيا تطورت المجلة كشكل مهجن Ahybrid form مطبوع ، وذلك لتملا الفجوة الاتصالية الموجودة بين الجرائد والكتاب الثقافي الادق . فدافيد كرونريك يضعها في منطقة وسط بين الكتاب والجريدة ، ذلك انها توجه الى جمهور أكثر تحديدا من جمهور الجريدة ، ولا ترتبط بشدة بالحوادث اليومية وتشبه الكتاب أكثر من الجريدة بحكم مدى الافكار التي تعالجها (٢٤) .

وبينما يرى جورج ديهاميل أن : «المجلة تجمع بين الجريدة والكتاب، بعد أن غيرت خلال السنوات الأخيرة من مقرها والتمست لها مظهرا جديدا ، محافظة على مظهر الجريدة وأن تقدم مادة أغنى وأن لجأت الى شيء من التراجع في الزمن لتحكم على الوقائع والناس» (٢٥) .

ويمكن تحديد سمات المجلة كوسيلة اتصال ، وكذلك تحديد سمات جمهورها من خلال مقارنة المجلة بالوسائل الاتصالية الأخرى على أساس السرعة والتغطية والشكل والتكلفة وإمكانية الحصول عليها والدوام ، وذلك من خلال الجدول التالي :

الوسيلة					
السمة	الكلام	الكتاب	الجزيرة	المجلة	الإذاعة(*)
السرعة	لحظي	تاريخي	سريعة	وقتيية	لحظية
الانفعالية	—	—	مجزاة	تساهلة	مجزاة بشكل
التكلفة	—	محدد	فسيخائية	متعددة	جيد
إمكانية الحصول عليها	مجانى	مكلف	رخيصة	مرتفعة	عشوائية
التوافر	ثابتة	مضبب	جاهزة	أقل صعوبة	ثابتة
	زائل	دائم	معاصرة	نسبية	زائلة

(*) الإذاعة : المتصود بها الراديو والتلفزيون

كذلك يمكن التعرف على الجماهير التي تتوجه اليها المجلة ، من خلال مقارنة بين أنواع الجمهور — حسب تقسيم فردريك هويتى وهى Audience والعامه Publics والجماعات Groups والافراد من حيث سمات كل نوع والوسائل الاتصالية (الاعلامية) التي تستخدمها من خلال الجدول التالى (٢٦) :

نوع الجمهور المقارنة	الجمهور Audience	العامه Publics	الجماعات Groups	الافراد Individuals
السمات	اعداد اكبر دائما تزيد	غير تطوعية لا يمكن التعرف عليها	تطوعية يمكن التعرف عليها	اعداد اقل كلها مقسمة
	اقل تحديدا	ملايح مفردة موحدة	محددة	اكثر تحديدا
	غير مواجهة	جغرافيا ووظينيا	متجانسة	شخصية موافق غير معروفة
	غير متجانسة	وديموجرافيا	متجزاة	
الوسائل	جماهيرية تلفزيون	تلفزيون صحافة محلية	مطبوعات متحكم فيها	وسائل تستعين بالحاسب الالىكترونى
	وكالات انباء	راديو مجلات ادوات متجددة	تقبل شخصى	بريد مباشر تليفون

وتمكس المجلات التنوع البارز داخل اى مجتمع متقدم او نام بشكل لم يشرح ولم يظهر فى اى وسيلة اتصال بمقدار ما يظهر فى المجلات .

منظرة عاجلة الى قائمة بعنوانين المجلات فى الولايات المتحدة الامريكية ، نجد أن هناك مجلات للمرأة وللرجل ، للوقاية (Shelter) الازياء ، الرياضة ، الراى ، الاخبار ، الاعترافات ، الفكاهة ، والمجلات الاقتصادية ، والعنائدية والمطبوعات التجارية ، والمجلات المدرسية ، ومجلات الرواية العلمية ، ومجلات الشركات السنوية ، وقدر كبير من الكتالوجات التى تسمى مجلات وهى حوالى ٢٠ ألف مجلة .

وفى مصر : نجد لدينا مع الفارق الكبير فى الكم والنوع — مجلات عامة وسياسية ودينية ورياضية وفنية وثقافية وأدبية ، واقتصادية ، ومجلات للمرأة وللطفل وللسيارات وللعمال والمعلمين .

وبشكل عام يمكن القول بأن عمق المجالات وتنوعها يعطى صورة واضحة جذابة للمجتمع المعاصر ، ويحدد اهتمامات الناس وأذواقهم ، ومن خلال أرقام التوزيع وتحليل مضمون المجالات نجح بعض الانثروبولوجيين الاجتماعيين وعلماء المستقبلية (الدراسات التى تستطلع المستقبل) Futurology فى أن يرسموا بشكل دقيق عاى خلاصات ونتائج حول ثقافة هذا المجتمع وإنسانيته (٢٧) .

ويمكن أن نحدد أبرز الوظائف التى تؤديها المجلة فى المجتمع فى النقاط التالية (٢٨) .

(١) تشارك المجلة — مع الجريدة — فى الدعوة للإصلاحات السياسية فى المجتمع .

(٢) لا تقوم المجلة بتفسير الأحداث والمسائل العامة فقط ، ولكنها تضع هذه الأحداث فى أبعادها الوطنية ، وربما كانت المجالس مكملة لا منافسة لوسائل الاعلام الأخرى فى هذا المجال .

(٣) تساعد المجلة على تدعيم الاتجاهات الوطنية من أجل تكوين المواطن المتجانس كما تعمل المجلة على تدعيم الروابط الثقافية بين القراء .

(٤) زودت المجلة الصورة الملايين بوسيلة رخيصة للتسلية ، واحتلت المجلة خصوصاً — بعد احتوائها على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات فضلاً عن الصور — فى عادات القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين .

(٥) المجلة معلم قليل التكاليف إذ تقدم للجمهور فى حياته اليومية الكثير ، فهى تعطى المشورة بالنسبة للأطفال المتخلفون فى دراستهم ، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية وكيف يمكن أن يكون الزوجان أكثر تالفاً مثلاً ، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منازلهم وحدائقهم وكيف يعدون طعاماً رخيصاً وصحياً فى الوقت نفسه وهى تدل السيدات على كيفية العناية ببشرتهن وقوامهن وعلى آخر الأزياء والزينة وغير ذلك من أبواب المجلة ومحتوياتها .

(٦) المجلة معلم للجمهور فى مرانه الثقافى والخسارى فهى تسهل بمقالاتها وأخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذى سبقه ، والمجلة تحيط قرائها بإنجازات الشعوب الأخرى وصفاتهم وقصصهم وأعمال حياتهم . كما تذكر المجلة — عادة — تقارير عن الكتب الحديثة التى صدرت أو نبذ صغيرة منها ، وكذلك من المسرحيات والأفلام والاسطوانات

الموسيقية أى أنها تحت القارئ على أن يكتشف وتتلقى مصادر أخرى من المعلومات .

ويمكن فى النهاية القول ان احدى مميزات المجلة الكبيرة هى فى تقديمها لالوان مختلفة من المعلومات والتسلية ، محاولة من خلالها أن ترضى أنواق قطاعات كثيرة من القراء .

نظام تخطيط المبيعات

المجلة بالنسبة للمحرر الصحفي هي : مضمون صحفى متخصص
— فى حالة المجلة المتخصصة — وعام منوع فى حالة المجلة العامة — بترجم
ويعبر بسرعة عنه فى قوالب أو أشكال فنية أو صحفية ، قد تكون قصة
خبرية ، أو مقالا افتتاحيا ، أو دراسة صحفية ، أو ربما شكلا كاريكاتوريا
سماخرا .

وهى فى نظر المخرج الصحفى : مجموعة من الصفحات ، لها غلاف ،
وقائمة محتويات وتبويب معين ، يشمل فى داخله صفحات تضم كل منها
عنوانا ومقدمة ومثنا وصورا ورسوما ومساحات بيضاء واللوان .

أما بالنسبة للطابع : فهى عبارة عن مسطح طابع وحبر وورق
موضوع بعناية ونظام معين على أسطوانات تدار بشكل يختلف حسب
نوع الطباعة .

وبالنسبة لرجل الإدارة أو المنظم المجلة هي : « مشروع اقتصادى
ذو طبيعة خاصة » — يملئها هدف الإصدار وهو أداء هدف أو دور اعلامى
الى جانب تحقيق الربح — ، أى أنها فكرة معينة قابلة للتطبيق لتحقيق
أهداف معينة بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن ، أو هى موارد نادرة يجب
تخصيصها بطريقة مثالية لتحقيق الأهداف بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن .

لذلك نجد أن مشروع إصدار مجلة جديدة أو تعديل خطة مجلة قائمة
هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتشابكة المترابطة التى تهدف الى
استغلال الموارد المتاحة بشريا واقتصاديا وتكنولوجيا للحصول على منافع
معينة ، أى أن مجموعة من أنشطة تنفق عليها أموال معينة ومجموعة من
البشر يعملون فى علاقات ترابط معينة لإنجاز أهداف مشتركة ، ويتم فيه
عمليات تخطيطية وتمويلية وتنفيذية وله نقطة بداية ونقطة نهاية وذلك
بغية تحقيق هدف محدد فى النهاية .

وتأسيسا على ما سبق يمكن اعتبار عملية التخطيط لإصدار مجلة
شكل من أشكال تخطيط المشروعات يشترك فيها كل أطراف إنتاج المجلة :
من محررين الى طابعين الى فنيين ، الى رجال إدارة وتنظيم ، وذلك بحكم
طبيعة المجلة كمشروع اقتصادى صناعى ذو طبيعة اعلامية .

ويهيمن على عملية التخطيط لإصدار المجلة رجال الإدارة الصحفية،
وعملية التخطيط هذه فى جوهرها لا تخرج من كونها عملية منظمة وإاعية
لاختيار أحسن الحلول الممكنة للوصول الى أهداف معينة أو بعبارة أخرى
هى عملية ترتيب الأولويات فى ضوء الإمكانيات المادية والتكنولوجية
والبشرية المتاحة والهدف فى النهاية هو الوصول الى الخطة الأساسية

للمشروع — وهو هنا اصدار المجلة — او وضع استراتيجيية العمل ، اى وضع هذا التخطيط فى ضوء برنامج موقوت به اراحل وخطوات ونحدد زمانى ومكانى ، ويحدد الدكتور على رفاة الانصارى اربعة عناصر رئيسية تدخل فى تكوين استراتيجيية العمل فى اى مشروع وهى :

ماذا يحتمل عمله Whot might do

ماذا تستطيع عمله Whot it could do

ماذا ترغب فى عمله What it Would do

ماذا يجب علينا عمله What we Should do

واذا نظرنا الى عملية التخطيط لاصدار المجلة كمشروع فى ضوء بحوث العمليات Operation Research نجدها تكون فى داخلها نظاما او « مجموعة من العلاقات المرتبطة والاجزاء المتصلة ومتعلقاتها فى تفاعل متبادل ومتحد نحو هدف واحد » او « مجموعة من الاجزاء المرتبطة ببعضها البعض تمام الارتباط بحيث ان اى تغيير فى اى جزء لابد وان يؤثر فى باقى الاجزاء فلكل جزء هنا منطقته الخاص به والمنطق الخاص بكل جزء هو ان له دوره فى تحقيق الهدف النهائى ، فمنطق الاجزاء منطق تحقيق نتائج ، ومنطق الربط منطق تحقيق نتائج وليس مجرد تجميع تصورى او اعتبارى .

وبتحليل عملية التخطيط لاصدار المجلة كنظام ، نجده نظاما مفتوحا يسمح بالاخذ والعطاء مع بيئته ، ولهذا النظام حدوده ، وكل ما هو خارجه يمثل وسط هذا النظام وبيئته (٢) .

وخلال الصفحات القادمة سنقوم بعملية تحليل لنظام « التخطيط لاصدار المجلة » ، من خلال تحليل العلاقات المتبادلة بين اطرافه او عناصره الثلاثة : وهى المدخلات ginput ، والعملية Pwccm ، ثم المخرجات او النتائج Output

فعملية التخطيط لاصدار المجلة تتضمن كنظام ثلاثة ابعاد او اطراف تشمل :

اولا : المعطيات او المدخلات ginput وهى التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى مشروع اصدار المجلة .

ثانيا : العملية Process ، او التحريك التنفيذي ، وتتضمن اتخاذ مجموعة من القرارات الاساسية على المستوى التخطيطي ، والتي تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع ، فاصدار المجلة يتضمن جوانب عدة : صحفية واقتصادية ، وفنية ، وقانونية ، وتنظيمية وبشرية ان عملية الاصدار تشكل نظاما جمعيا Macro ، يتكون بدوره من مجموعة من النظم التحتية او الفرعية Sulrrtoms او النظم الصغيرة Micra ، وهذه العملية تنتهى بان يصدر المخطط لاصدار المجلة — وهو هنا رجل الادارة الصحفية الذى يهيمن على عملية التخطيط كلها — مجموعة من القرارات على مستويات متعددة وفي جوانب مختلفة تحريرية وفنية وفنية وبشرية وتنظيمية واقتصادية واخيرا قانونية وذلك بعد دراسة البدائل المختلفة .

ثالثا : النتائج او المخرجات Outputo وهى هنا الهدف او النتيجة النهائية المطلوبة ، وتتلخص فى وضع خطة او جدول زمنى لتنفيذ المشروع .

وهدف الكاتب — هنا على المستوى النظرى الاكاديمى وفي هذا الجزء من الدراسة — هو محاولة التوصل الى مجموعة من المراحل او المبادئ او المعايير المترابطة المتناسقة مع بعضها البعض فى علاقاتها فى وضع محدد هو التخطيط لاصدار مجله ، يمكن ان تصبح فى المستقبل نظاما تخطيطيا Planniny Ayrtom يمكن تطبيقه على أى منتج صحفى يراد اصداره فى شكل مجلة .

البعد الاول فى عملية التخطيط لاصدار مجلة

التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع

والهدف هو التحديد الدقيق والتفصيلى لجدوى مشروع اصدار المجلة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحفية، والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن ان ينفذ بها المشروع .

وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية اى فى اسلوب تحرير المجلة او مظهرية ، فى اسلوب الاخراج والقطع ، او بدائل تكنولوجية اى فى طريقة الانتاج ، او فى نوعية المعدات ، او بدائل فى موقع الانتاج او فى نوعية المواد الاولية المستخدمة او فى مصادر الحصول عليها .

وهنا يحتاج الامر الى تكاتف جهود اكثر من تخصص اثناء هذه الدراسة التى تتم فى اطار الخطة العامة لانشاء المجلة ويشارك فيها خبراء من اكثر من تخصص بينهم الصحفي والادارى والاقتصادى والمحاسب والمهندس ورجل الاعلان ورجل التوزيع اى ان الامر يتطلب تكوين مجموعة عمل او فريق خبراء يرأسهم مدير المشروع .

وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الجوانب التالية (٣):

(١) تحديد مواصفات المنتج (المجلة) المزمع انتاجها (اصدارها) .

(٢) جمع معلومات من السوق وتشمل :

— معلومات عن حجم الطلب الداخلى والخارجى على المجلات الموجودة فى السوق الآن ، التى تصدر وقت اعداد الدراسة ، اى دراسة ارقام التوزيع .

— معلومات عن حجم الانتاج الحالى والمستقبلى (عدد المجلات الموجودة والمشروعات المعلن عنها لانشاء مجلات فى المستقبل) .

— معلومات عن الاسعار المحلية والعالمية (اسعار المجلات المصرية مثلا والعربية والاجنبية داخل البلد الذى ستصدر فيه المجلة وخارجه) .

— التنبؤ بالطلب فى المستقبل (تقدير الرقم المحتمل للتوزيع) .

— تحديد حجم انتاج المشروع المزمع انشاؤه (رقم الملبوع من النسخ فى اول عدد) .

— تحديد الخطوات اللازمة لكيفية الدخول في السوق الحالى مع توضيح سياسات التوزيع والاسعار المتوقعة ونظم البيع .

(٣) جمع معلومات عن التواهي الفنية :

— الطاقة العادية للمصنع (وهو في المجلة : الأقسام الفنية : الجمع — التوضيب — ورش الحفر — صالات المونتاج — الرتوش — التصوير — المطابع — التجلية) والطاقة العظمى ، والتخطيط الداخلى لهذه الاقسام الفنية .

— طريقة الطبع وخطواته ، والمكينات والمعدات اللازمة .

— العمالة المطلوب اعدادها ومستوياتها بما فيها الادارة (المحررون — المندوبون — رجال الاعلان — التوزيع — عمال المطابع — الجمع — الحفر — الرتوش الخ) .

(٤) متطلبات العملية الانتاجية :

— المواد الاولية ، والطاقة المحركة (مياه — بخار — كهرباء) .

— قطع الغيار ومصادرهما .

— اسلوب الانتاج وخصائصه المختلفة .

— المنتجات الجانبية واستخدامها (الورق الدشت ... كيف يتم التصرف فيه على سبيل المثال ؟) .

(٥) الانشاء :

— وضع العمليات الرئيسية اللازمة في جداول زمنية .

— وضع خطة تعيين العمال والموظفين وتدريبهم .

— المعرفة الفنية المطلوبة وكيفية الحصول عليها .

(٦) الموقع :

— تحديد الموقع المناسب لانشاء المجلة مع ذكر الخصائص التي توفرت في الموقع الذي تم اختياره .

(٧) معلومات مالية واقتصادية :

- أ - قيمة المبيعات السنوية المتوقعة (التوزيع) الخارجى .
- ب - مصروفات التشغيل : وتشمل المداو الأولية ، والعماله ، وفوائد الإيجار والضرائب .
- ج - الربح قبل الضرائب : ويشمل الأحوال الثابتة ورأس المال العامل ومصروفات أخرى .
- د - الهيكل المالى المقترح : ويشمل حقوق الملكية ، وتسهيلات الموردين والقروض والتلفق النقدي .
- و - تحديد الربحية Profitability التجارية : وتتضمن دراسة نقطة التعادل والعائد على رأس المال الكلى ، العائد على حقوق الملكية ، صافي القيمة الحالية للعائد ، معدل العائد الداخلى ، وفترة الاسترداد .
- هـ - الربحية الاقتصادية : وتشمل تحليل التكلفة والعائد للمشروع وتحليل القيمة المضافة المباشرة ، وتأثير المشروع على هيكل الاجور وكذلك تحليل لتكلفة والعائد الاجتماعى للمشروع .

(٨) اعادة تقويم التكاليف فى ضوء الاسعار الحقيقية :

وهكذا يتم تقويم فكرة مشروع اصدار المجلة، ودراسة الجدول الاقتصادية والفنية والتسويقية والمالية ، ومن ثم تعريف العمليات وتحديد مستلزمات الاعمال inputs (أو المدخلات) ومصادر البديلة sources ونتائجها outputs (أو المخرجات) واستخداماتها uses . ثم مقارنة المصادر واستخدامات والمدخلات والمستلزمات بالنتائج ، بما يحقق قدرا من الرقابة على الضياع والاسراف وتحسين الكفاءة للتشغيل ، وأخيرا قياس التفاعلات بين المشروع والظروف المحيطة به واعتباره خليفة اقتصادية اجتماعية من خلايا المجتمع (٤) .

البعد الثاني : في عملية التخطيط لاصدار مجلة اتخاذ القرارات الاساسية التي تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع

اولا : قرارات على المستوى التحريري

وهي قرارات يتخذها المخطط لإنشاء المجلة ، وتتحكم — بعد ذلك —
في أسلوب نصوير المجلة ، وتعد بمثابة الدستور الدائم أو المرشد الذي يوجه
عمل محرريها بدءا من رئيس التحرير حتى أحدث مندوب أو محرر يدخل
المجلة وتتعلق بجانبين : اختيار صيغة المجلة Magazine formula
ونسخ السياسة التحريرية الاساسية Basic editoial policy

(1) اختيار صيغة المجلة

اي تخطيط لاصدار مجلة ، ينبغي أن يكون في اطار « صيغة » محددة ،
ويمكن تعريف الصيغة formula بأنها : ذلك التصور المنظم للمجلة الذي
يوضح بواسطة المسؤولين عنها ، ويترجم الى مادة مكتوبة ومصورة ،
ورسوم وافكار اعلانية ، وكل ناشرى المجلات يسرون شعوريا أو
لاشعوريا على صيغة (o) .

وكما كانت المجلة ناجحة ومنظمة ومعدة بشكل جيد دل ذلك على أنها
مؤلفة على اساس صيغة محددة ، وهذا التصوير يكون جزءا من عملية
تجارية علمية ، وقد يكون هذا التصور ناضجا أو غير ناضج ، تقديسا أو
متخلفا ، ولكنه يعتمد على الهدف المختار أو فاعليته في تحقيق هذا الهدف ،
وتأسيسا على ما تقدم نجد أنه على المجلة ادارة وتحريرا قبل أن تبدأ في
شراء الموضوعات التحريرية من (المصاحفين) الكتاب الخارجيين ، أو
تكليف محرريها بمهام ، أو التخطيط العام للظهور التيوغرافي أن تحدد الصيغة
التي سوف تسير عليها . وكما كانت الصيغة أكثر ازالة ولكن بشعبية
كانت المجلة أنجح من الناحية التسويقية (التوزيع) ، ولكن الصيغة الاصلية
قد لا تكون شعبية ، ولهذا قد لا تنجح بسبب عدم استعداد الطابع لترجمة
هذه لصيغة بشكل جيد الى مطبوع لأسباب تتعلق بالآلات الطباعة أو النفقات
ويحدد عميد أساتذة فن المجلة في الولايات المتحدة الامريكية رونالدى ولسلى
عدة صيغ للمجلة — ثبت نجاحها وأصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات
في الولايات المتحدة وهي صيغة الـ Reader's digest وصيغة الـ Time
وصيغة الـ T.V. guide وصيغة الـ life (٦) وقد ثبت نجاح هذه الصيغ
وأصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات ليس في الولايات المتحدة
وحدها ، بل في العالم كله .

١ — صيغة الـ Reader's Digest

وتعود الى مجلة الـ Reader's Digest الامريكية التي صدرت في
نبرابر عام ١٩١٢ على يد دى . ويت . والاس وزوجته ليلا اسيشون .

وكانت فكرة إصدارها تقوم على أساس « أن الناس يريدون أن يعلموا بشكل جيد وأن يحصلوا على المعلومات ، ولكن ليس لكل قارئ ، الوقت أو النقود التي تمكنه من الجري وراء المادة ذات الاهتمام الدائم في بطون مئات المجلات التي تصدر شهريا .

وكانت خطة دى . ويت . والاس وليلا سيثون تتركز في البحث عن المقالات ذات القيمة وتركيزها — بعد هضمها — للقراءة الجيدة ، وجمعها في مطبوع يمكن حمله في اليد والاحتفاظ به ووضعها في الجيب ، وبعد تجارب وتجارب كبيرة صدر العدد الأول في ٥ آلاف نسخة ، في حجم الجيب .

كانت المجلة في البداية موجهة الى المرأة ، بعد ذلك اضمأ الرجال الى جمهورها ، ثم تطورت بعد ذلك حتى وصلت الى الصيغة التي جمعت اليها واحدة من أنجح المجلات في التاريخ ، وحددت المجلة معايير ثلاثة لاختيار موضوعاتها :

الأول : القابلية للتطبيق Applicability وهي أن يشعر القارئ أن الموضوع يعنيه ويمكن أن يفيد في حياته العملية .

والثاني : الاهتمام الدائم Lasting interest وتعنى أن المقال المنشور ينبغي أن يستحق القراءة لعام قادم .

والثالث البنائية Constructivism التي قادت المجلة الى أن تقوم جانباً بالمقالات التي تعكس المسؤولية ، وتعنى فقد بالمقالات التي تمتلئ بالتفاؤل والنجاح والأعمال الدلية (٧) .

ونجحت المجلة نجاحاً مذهلاً محلياً وعالمياً ، استمر حتى اليوم ، وفي عام ١٩٥٨ كانت تصدر ٣٠ طبعة في ١٣ لغة ، للتوزيع في أكثر من ١٠٠ دولة ، طبعات انجليزية مختلفة لكل من الولايات المتحدة ، بريطانيا العظمى وكندا وأستراليا ونيوزيلندا ، ودول أخرى في الكومنولث البريطاني ، وكان لها أيضاً طبعات مختلفة باللغة الفرنسية : لفرنسا وبلجيكا وسويسرا وكندا .

والطبعات الباقية باللغات : الإسبانية والبرتغالية والسويدية والفنلندية والهولندية والدنماركية والنرويجية والعربية والألمانية التي كانت توزع طبعتها في ٥٨ عاصمة ، والإيطالية في ٨٦ عاصمة ، والإسبانية في ٧١ عاصمة ، وكان توزيعها الكلي عام ١٩٥٨ (حاملاً توزيع ما وراء البحار) يبلغ ٨٨ مليون نسخة شهريا .

وكل طبعة من الطبعات الخارجية نجد في عنوانها : الكلمات « مختارات » من الـ Reader's Digest أو ما يعادلها ، ول مقال يظهر في هذه الطبعات ، يكون قد ظهر أولا في طبعة أخيرة أو ماضية من الـ Reader's Digest الام التي تصدر في الولايات المتحدة الامريكية ، ولكن ليس كل مقال يطبع في المجلة الام يعاد نشره في الطبعات الخارجية وقد أصبحت هذه المرونة في المحتويات واحدة من المزايا التي تتسم بها هذه المجلة وسرا من أسرار استمرار اتصالها الدائم بقرائها أو جمهورها العالمي .

وفي عام ١٩٦٨ ظهرت المجلة بـ ١٣ لغة ، وفي ٣٠ طبعة اساسية مختلفة ، و ٥١ طبعة محلية توزع أكثر من ٢٨ مليون نسخة شهريا من بينها ١٧ مليون نسخة في الولايات المتحدة الامريكية (٨)

والجدول التالي يوضح توزيع مجلة الـ Reader's Digest

٢٨١٢٢٠٠٠ مليون نسخة في ١٣ لغة أو عنوان مختلف :

اللغة	عنوان الطبعة	عدد الطبعات	رقم التوزيع
الفرنسية	Reader's Digest	٨	٢٠١٧٧٠٠٠
الاسبانية	Selection du Reader's Digest	٤	١٤٠٥٠٠٠
	Selezione del Reader's Digest	٦	١٣٩٥٠٠٠
	Selecoes do Reader's Digest	١	١٣٩٥٠٠٠
	Das Beste aus Reader's Digest	٦	٢٨٠٠٠٠
	Het Best uit	٢	٣٥٠٠٠٠
	Selezione dal Reader's Digest	١	٦٧٥٠٠٠
الانجليزية	Valitat palat koonnut	١	١٦٥٠٠٠
الايطالية	Reader's Digest	١	١٧٥٠٠٠
الفلمنية	Det Bedste fra Reader's Digest	١	٢٠٠٠٠٠
الدانماركية	Det Beste fra Reader's Digest	١	٢٥٥٠٠٠
النرويجية	Det Basta ur Reader's Digest	١	١٥٠٠٠٠
السويدية	Reader's Digest	١	
اليابانية	Reader's Digest		
الصينية	Reader's Digest		

١٣ مليون طبعة بـ ١٣ لغة ٣٠ ٢٨١٢٢٠٠٠
* مجموع لغات الفلمنج : هي اللغات التي يتحدث سكان الدول الاسكننافية .

وبعد نجاح هذه المجلة ظهر كثير من المقلدين لها ، في الشكل العام وهو حجم الجيب Pocket size ، في أسلوب التحرير والاختصار المضغوط لما ينشر في المجلات ، ولكن التقليد انصب على الشكل فقط واسلوب التحرير ، مع الاختلاف في المضمون الذي مال الى التخصص : مثل الـ Science Digest ، والـ Catholic Digest وبعد الحرب العالمية الثانية : Children's Digest, Book Digest, Omnibook, editorial ، كذلك صدر في الاتحاد السوفيتي مجلة Sputnik وعشرات غيرها ، بعضها توقف ، وما زال بعضها الآخر مستمر في الصدور (٩) .

٢ - صيغة الـ Time

ادرك كل من هنري لوس وبريتون هادن ان الامريكيين لا يريدون طرائف ومقالات فقط ، لكن يريدون أيضا اخبارا مركزة ، في مطبوعات عديدة ، تقرا في قراءات مفصلة ، تحتوي على عرض عام لما حدث . وفي ٣٠ ديسمبر عام ١٩٢٢ صدر العدد الاول من مجلة ، كمحاولة لترجمة تصورهم هذا ، وتميز أسلوب تحرير المجلة بصياغة الاخبار بطريقة تجعل الاخبار الراكدة تبدو طازجة ، واضافا بعد ذلك تغليصة أصيلة لكل حدث جديد (١٠) .

ونجحت المجلة ونجحت الصيغة التي قامت عليها ، واصبحت قاعدة في عالم المجلات ، وظهر المقلدون لها ، فتوماس جون كارل مارتين محرر الشؤون الخارجية الاول لمجلة Time استقال منها ، واسس على النمط نفسه مجلة News Week عام ١٩٣٧ وكان لها حجم الـ Time نفسه وقسمت الاخبار الى اقسام مشابهة، وكانت تغطيها أكثر موضوعية، ونشرت أعداد عديدة موقعة ، كما صدرت بعض المجلات الاخبارية News Magazines الاخرى المشابهة مثل مجلة

U.S. News and World Report, Business Week

وحاولت هذه المجلات ان تجدد في هذه الصيغة - صيغة المجلة الاخبارية - التي حددتها الـ Time لنفسها ، لتعطي لها شخصية مميزة ، عن طريق تغطية أنواع معينة من الاحداث ، وعسد ابراز تقسيم المجلة الى ابواب أو اجزاء Departmentalization ، ونشر الموضوعات الطويلة العميقة ، وتجنب كل من News Week و U.S. News and World Report ان تحرر الاخبار بطريقة مشابهة لتحرير مجلة الـ Time (١١) .

٢ - صيغة الـ T.V. Guide :

في عام ١٩٤٨ اسس لي وينجز مجلة الـ T.V. Guide مستهدفا بها جمهور مدينة نيويورك ، ولكنها وزعت بعد ذلك على الصعيد القومي ، وبعد أقل من عامين من انتقال ملكيتها الى والتر - عام ١٩٥٣ - أصبح لها ٢٧ طبعة مختلفة وتوزيع تعدى المليونى نسخة .

وفي عام ١٩٦٢ أعلنت انها المجلة الاسبوعية الاولى التي تحقق توزيعها يبلغ ٨ مليون نسخة وزادت طبعاتها الاقليمية الى ٧٠ طبعة (١٢) . وقد استفاد محرروا الـ T.V. Guide من الانتشار السريع للتلفزيون في المنزل الامريكى ، ووصل توزيعها عام ١٩٦٧ الى ١٣ مليون نسخة ، على الرغم من ان محتواها الاساسى كان برامج التلفزيون الا ان رؤساء تحريرها وجدوا انه ينبغي اعطاء القراء محتوى آخر غير البرامج بضم الفكاهة والمقالات والتحقيقات والصور والرسائل والافتتاحيات وأخبار النجوم ، والمواد الشارحة وأكثر من ذلك كان عليهم ان يجعلوا المحتوى الاساسى للمجلة متنوعا وينشروا نسخا كثيرة منها بقدر ما يستطيعون (١٣) .

ونجحت هذه الصيغة بشكل كبير ، حتى بعد ان نشرت معظم الجرائد أبوابا مشابهة للإذاعة والتلفزيون في أعدادها اليومية أو ملاحقها الاسبوعية . فعلى الأقل هناك حوالى ١٢ مجلة تقوم على الصيغة نفسها مجلة الـ T.V. Guide في نشرها لقوائم برامج التلفزيون ، ومقالات عن الشخصيات التلفزيونية ، التي انطلقت في نهاية الأربعينيات وبداية الخمسينات أذكر منها :

T.V. Show Parade, T.V. fore cast و T.V. Index و T.V. Prevuc
T.V. People و T.V. fan وغيرها (١٤) .

٤ - صيغة الـ Life :

وإدرك هنرى لوس ، أحد مؤسسى مجلة Time ، انه بالإضافة الى ما سبق ان الأمريكين يحبون صفحات الصور في الجرائد ، وإلى جانب القصص الاخبارية والاستطلاعات المصورة ، لذلك قرر ان ينشئ مجلة تقدم شرحا أو تلخيصا مصورا للأخبار A Picture digest of the news وبعد عدة تجارب ودراسات اختار للمجلة اسما هو Life دفع فيه ٥٠ ألف دولار ، لورثة مجلة فكاهية راحلة كان لها هذا الاسم نفسه . كذلك اختار الحجم الأكبر ليكون أكثر تأثيرا في عرض الصور ، وأصدر هنرى لوس مجلة Life عام ١٩٣٦ ، وتركزت الاشكال الصحفية فيها في ثلاثة : الموضوعات المصورة feature pictures والمقالات المردية illustrated long range material

الطويلة narrative Pictures ثم اصدار لوس بعد ذلك مجلة Sports Illustrated عام ١٩٠٤ بنفس الصيغة ، ولكن بتخصص أدق .

وكتنوع لصيغة Life صدرت مجلة Look عام ١٩٣٧ ، فقد خططت المجلتان للصدور معا ، وكان هنرى لوس أحد — المستثمرين في مجلة Look التي اعتقد ناشرها جارديزكوك أنهما غير متنافستين ، على

الرغم من أن كليهما كان يؤمن بأهمية الصورة ، ولكن المجلتيْن اختلفا في أسلوب الصورة ومغزاها وتوظيفها .

فصاحب مجلة Life ، هنرى لوس ، فضل الصور التى تنتقل اخبارا أو معلومات بينما فضل صاحب News الصور الجمالية الجيدة من حيث المظهر والالوان .

وطبعت Life ، التى صدرت أسبوعيا ، على ورق رخيص بطريقة الطباعة الفائرة وأبرزت الاخبار والمجالات المتنوعة : كالفنون والثقافة والعلوم وخاصة الافكار الموسمية .

أما Look فقد صدرت فى البداية شهرية ، وبعد أربعة أعسداد أصبحت أسبوعية ، وطبعت بطريقة ، نفسها وحرصت على نشر دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة أو المجلات الصور المثرة والمشرقة وصور الشخصيات والبيئة بها فيها من حيوانات وأماكن وبلاد عديدة ، وكذلك الأزياء واستعملت الصور فى أبواب الالغاز والمسابقات . وعلى غرارها صدرت مجلة Ebony بعد ذلك (١٥) .

كانت هذه هى صيغ المجلة التى استقرت وعاشت ، وإلى جانبها نجد صيفا أخرى لم تعيش كما فى مجلة The Elude ، التى استمرت لما يقرب من ٧٥ سنة كانت فيها مجلة ناجحة لدرسى الموسيقى وطلابها ، بمناوبة دروس خاصة ، وأمانت دارس الموسيقى فى المدارس والمعاهد والأكاديميات ولكن محتوياتها لم تتكيف بشكل كافى مع ظروف البيئة الجديدة ، كما نجد صيفا أخرى لم تعيش بسبب التقليد الحر فى الصيغ قديمة راسخة لأن السوق لا يحتل مجلتيْن متشابهتيْن بالشكل نفسه مثل مجلة U.S.A. One المخصصة لتفسير الاخبار التى تشابهت مع مجلة Playboy ، ومجلة Better Living التى سعت للتنافس مع مجلة Family Circle ، وكذلك مجلة Every woman التى سعت للتنافس مع مجلة Woman's Day ، لذلك فشلت Every woman واندمجت مع مجلة Better Living بعد فترة مع Family Circle

وفى نهاية الخمسينات وبداية الستينات ظهر أن الفشل فى تكيف بعض صيغ - المجلة - مع الزمن قد تسبب فى وضع نهاية لثلاث من أشهر وأعظم المجلات التى أصدرتها دار النشر الأمريكية Curtis Publishing Company و America's Home و The Sunday Post Ladies Home Journal

ونهاية هذه المجلات الثلاث لم تكن بسبب « اقتناص » التلفزيون لاعلاناتها ومن ثم فقدانها موردا أساسيا لها ، لكن الذى عجل بالنهاية هو

المنافسة مع الصيغ الاصلية التي — قلدها مثل
Better Homes and Gardens, M.C., Calls
مع عصر التلفزيون .

واضطرت دار Curtis Publishing Company الى ان تغير في
صيغ مجلاتها في تحريرها واسلوب اخراجها وحتى في الاعلانات المنشورة
بها ، مما جعل القراء يضجون بالشكوى والانتقاد ، فأدخلت تغييرات
أخرى في المظهر والمحتوى مرة ثانية ، وأصبحت أكثر محافظلة ، وبدأت
محاولات كثيرة للانتقاذ مثل : تخفيض عدد العاملين وتخفيض عدد النسخ
المطبوعة ، حتى كانت نهاية المجلات الثلاث في يناير عام ١٩٦٩ (١٦) .

كانت هذه هي صيغ المجلة الرابع التي وضعها رونالد . ي . ولسلى
— بالنسبة للمجلة العامة وعاشت وازدهرت كصيغ أصلية مع بعض
النماذج للصيغ الأخرى التي لم تعيش بسبب عدم أصالتها أو ميلها
لنقل الحرف .

نحر « صيغ » عربية للمجلة ؟

خلال ما يزيد على قرن ونصف مرت على الصحافة المصرية —
والعربية — ، منذ صدور العدد الاول من الوقائع المصرية عام ١٨٢٨ حتى
الآن ، هل اتضحت « صيغ » محددة ناجحة ومميزة وأصيلة ، ثبت نجاحها
بحيث يمكن الاعتماد عليها لإصدار أى مجلة — بشكل عام — ومجلة عامة
— لأنها موضوع الدراسة هنا — على وجه خاص ؟

استطيع أن أقول انه خلال عمر الصحافة العربية ، اذا تتبعنا تاريخ
المجلة تحريراً واخراجاً ومضموناً ، يمكن أن نضع ايدينا على أربع صيغ
رئيسية ، تستطيع أن تقف في مقابل الصيغ الأربع الرئيسية التي توصل
اليها خبير المجلات واستاذ الصحافة الأمريكى رونالد . ي . ولسلى .

والصيغ «العربية» الأربع للمجلة — من وجهة نظرى — التي يمكن
ان يسير عليها أى مخطط لإصدار مجلة عامة في العالم العربى هي :

١ — صيغة : « الحوادث » :

وهي مجلة لبنانية من القطع الكبير أسسها لطف الله خلف عام
١٩١١ ، ولكنها برزت في الستينات والسبعينات كمجلة سياسية عندما
تولى رئاسة تحريرها سليم اللوزى ، تتميز صيغتها الصحفية بالجمع بين
الحصول على السبق الاخبارى والتغطية الاخبارية المتعمقة التي تعتمد
على شبكة كبيرة من المراسلين في العالم العربى والخارجى الى جانب

المقال السياسى التحليلى العميق ، بالإضافة الى الابواب الثابتة المتخصصة
المنوعة فى مضمونها .

اى انها مجلة اخبارية سياسية ، وعلى هذه الصيغة نفسها نجد
كثيرا من المجلات الجديدة ، أو نجد بعض المجلات القديمة تجدد من صيغها
لتناسب هذه الصيغة أو تتخذها مثل : « البقطة » الكويتية و « المجاهد »
الجزائرية و « بيروت المساء » و « الاسبوع العربى » و « الديار » اللبنانية
واخيرا « اكتوبر » المصرية .

٢ — صيغة « روز اليوسف » :

ترجع الى مجلة « روز اليوسف » التى انشأتها السيدة : فاطمة
اليوسف الشهيرة بروزال يوسف عام ١٩٣٥ ، معتمدة على المقال السياسى
النقدى الساخر والحملات الصحفية اللاذمة ، التى توظف كل فنون
التحرير الصحفى من أجل هدف محدد ، وتصاحب هذه الموضوعات
الرسوم النقدية والساخرة كبديل عن الصور الفوتوغرافية ، وعلى نهجها
سارت مجلات عربية كثيرة أبرزها « الصياد » التى أسسها سعيد فريجة
عام ١٩٤١ .

٣ — صيغة « المصور » :

وتعود الى مجلة المصور التى أسسها عام ١٩٢٤ الاخوان أميل
وشكرى زيدان — أبنا مؤسس دار الهلال جورجى زيدان — ، كمجلة
سياسية اجتماعية مصورة ، تعتمد على التحقيقات المصورة ، التى تعتبر
الصورة فيها هى الأساس ويأتى المتن بعد ذلك عاملا مساعدا .

واشتهرت المصور بصورها الفوتوغرافية ، النقدية السياسية خلال
الثلاثينات والأربعينات ، وعلى غرارها أو بصفتها نفسها سارت مجلة
آخر ساعة عام ١٩٤٤ ، بعد انتقال ملكيتها الى مصطفى أمين وعلى أمين ،
من مؤسسها محمد التامى ، الذى أصدرها عام ١٩٣٤ متخذة صيغة
روز اليوسف — الذى بدأ كتابا بها — ولكن مصطفى أمين وعلى أمين ،
جعلها مجلة اجتماعية سياسية مصورة على غرار
الأمريكيين ، والمصور المصرية .

٤ — صيغة « الهلال » :

الهلال أقدم مجلة مصرية تصدر حتى الآن ، أسسها جورجى زيدان
عام ١٨٩٢ بعد تأسيسه دار الهلال فى العام نفسه ، وعمرت بالمقالات
التي تتناول نواحي اجتماعية وأخلاقية وفلسفية وعلمية وتصف أشهر

الحوادث عدا الابواب ، التى تروى فيها أخبار العلم والصناعة وتاريخ الشرق ، وتدبير المنزل ، والتقريظ والانتقاد والمطبوعات الحديثة ، وكان من أهم أبوابها عظماء الرجال منوعة فيه بين المفكرين والادباء والفنانين والسياسة شرقيين وغربيين ، وغالبا ما كانت تردف المترجم بمقال فى موضوع شهرته ، فأميل زولا يتبعه مقال عن تاريخ الروايات وأصلها ، وعبد الحامولى يتبعه مقال عن الموسيقى العربية (١٧) .

أى أنها كانت مجلة ثقافية — بالمفهوم الشامل للثقافة — خزانة للمعارف والفنون والآداب ، المكتوبة والمبسطة بشكل أدبى فى البداية يلائم أسلوب الصحافة وقت صدورها ، ثم تطور هذا الأسلوب بتطور الصحافة .

وبالصيغة نفسها — وبتعديلات طفيفة — صدرت عشرات المجلات الثقافية ، « كالثقافة » لأحمد أمين ، و « الرسالة » لأحمد الزيات ، و « العربى » الكويتية التى رأس تحريرها الدكتور أحمد زكى الملقب بشيخ العربوية ، و « الدوحة » القطرية ، و « الثقافة » المصرية لعبد العزيز الدسوقي ، و « الفيصل » السعودية ، و « الفكر » التونسية .. وغيرها

كيف نحدد أو نختار صيغة المجلة ؟

بعد الاطلاع على الصيغ المختلفة للمجلة عالميا وعربيا ومحليا ، يمكن للشخص أو الهيئة أو المجموعة التى تقوم بالتخطيط لإصدار مجلة جديدة أن يهتدى أو يحدد أو يختار صيغة مناسبة لها ، من خلال دراسة عدد من المتغيرات الأساسية المختلفة فى أبعادها والمرتبطة جميعها بعملية إصدار المجلة وهى :

أولا : غرض المجلة من الصدور : أو لماذا يجب أن تصدر ؟ هل بغرض تحقيق ربح مادي لفاشرها ، عن طريق جلب اعلانات جيدة ورقم توزيع مرتفع ، أم خدمة قرائها وتقديم مضمون صحفى جيد ، سواء كان مهائدا ، أم لخدمة جهة سياسية معينة ، أو حزب سياسى ، أو منظمة معينة ، وغيرها من الاسباب والدوافع ، وغالبا ما تكون الدوافع مترتبة ، ولكنها فى النهاية — بعد تحديدها — تلعب دورا هاما فى تحديد صيغة المجلة .

ثانيا : سوق المجلة : أو المجال الاقتصادى الذى تصدر فيه المجلة ، فمجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الحر (الرأسمالى) ، تختلف فى أسلوب التخطيط لها والإصدار عن مجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الموجه ، وكذلك الى جانب النظام الاقتصادى نجد المستوى للمجتمع الذى تصدر فيه المجلة يؤثر ، وهنا يمكن الاستفادة من بحوث التسويق Market Research

ثالثا : الصيغ الموجودة والمتميزة على المخطط لإصدار المجلة أن يقوم بدراسة مقارنة على المجلات القائمة من حيث الصيغ الصحفية Formulas التى تتبعها وهل نجحت؟ وإلى أى درجة ، من الناحية الفنية والجامهرية،

يمكن معرفة ذلك عن طريق دراسة ارقام توزيع هذه المجلات ويتم الحصول عليها من مكاتب التحقق من الانتشار A.B.C ، ومن ائلة التوزيع والاعلان التي تصدرها المجلات او مراكز بحوث ودراسات السوق، وكذلك دراسات واستطلاعات القراء .

رابعاً : الافق الاقتصادي التويزلى : الوضع الاقتصادي للمجلة الآن وفي المستقبل ، فميزانية المجلة ومواردها الحالية والمستقبلية تؤثر نظرتها الصحفية وتخطيطها وصيغتها الاساسية (١٩) .

خامساً : المجلات المنافسة : على المخطط لاصدار المجلة ، ان يتعرف على المجلات المنافسة ، ويقوم بدراسة كاملة لها من حيث الفن الصحفى بكل جوانبه من تحرير بأبعاده الاربعة المحرر والمضمون والشكل الصحفى والعادى ، والاخراج والطباعة ، والاعلان والتوزيع ، والادارة (٢٠)

ويمكن للمخطط لاصدار المجلة الاستفادة بدراسات « مع وسائل الاعلام » وهى نوع الدراسات التي تستهدف التعرف على شخصية وسائل الاعلام من الجوانب المختلفة ويمكن ان تغطى الجوانب التالية التي توفر للمخطط معلومات مفصلة عن :

١ - ارقام التوزيع الخاصة بكل مجلة ، وتطورها ، وتقسيماتها المختلفة من ناحية التوزيع الجغرافى والاقليمى .

٢ - متوسط عدد قراء النسخة الواحدة من كل مجلة ، ودراسة هذه المتوسطات تاريخيا ، ومن الناحية الجغرافية والاقليمية .

٣ - دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الاعلامية التي تصل الى قارئ المجلة بعضها البعض .

دراسة درجة التغطية الجغرافية التي تحققها المجلة موضع الدراسة فى الداخل والخارج .

٥ - دراسة الجوانب الفنية والانتاجية والتكنولوجية فى المجلة او المجلات موضع الدراسة ، ومدى الاستفادة من هذه الجوانب فى تحرير واخراج المواد الصحفية المختلفة وطباعتها فى المجلة .

٦ - دراسة الجو النفسى الذى تهيئه المجلة او المجلات موضع الدراسة، مما يؤدي الى تقبل الامكار والمعلومات والاتجاهات التي تتضمنها المادة الاعلامية المنشورة .

٧ — دراسة مدى التأثير العقلى والوجدانى الذى تحدثه المجلة او
المجلات موضع الدراسة لدى جمهور القراء ، والناشئ عن تكوين
صورة ذهنية معينة لدى الجمهور عن هذه الوسيلة .

وتفيد مثل هذه الدراسات المسحية المخطط لاصدار المجلة في التعرف
على شخصية المجلة او المجلات موضع الدراسة ، ودراساتها من جوانب
متعددة ، كما تفيد المعلنين في اختيار افضل الوسائل الممكنة لنشر اعلاناتهم
بها (٢١) .

سادسا : الجمهور المرتقب : على المخطط لاصدار المجلة اذا اراد ان
يحقق غرضه الاساسى وهو اصدار مجلة تتفق مع اهتمامات جمهوره ،
وتؤثر فيهم بالشكل الذى خطط له ، ان يحدد اولا وقبل كل شيء جمهوره ،
ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته ، ثم يحاول ربط رسالته
الاتصالية او انتاجه الاعلامى وهو هنا المجلة باحتياجات جمهوره وخصائصه ،
ذلك انه ما لم يفكر المخطط لاصدار المجلة وكذلك كل العاملين في المجلة في
كل جوانب الفن الصحفى بها بعقلية الشخص او الاشخاص الذين يحاول
التاثير فيهم فرسالته لن تغفل فيهم ، ويصب نتاجه خارج الاطار المطلوب
بعيدا عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصالية ومخالفها لاماله
ومخاوفه (٢٢) .

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام ، بانه محدد ومتخصص في جماعات
معينة فكرية ، او عرقية ، او عمرية ، حسب تخصص المجلات ، بعكس
جمهور الجرائد العام ، ويترتب على ذلك نوع من التجانس بين افراده مما
يسهل مهمة المحرر في تحديد هدفه ، اى انه جمهور متنفى وبقسرا المجلة
على مهل *at leisure* لفترة قد تمتد اسبوعا في حالة المجلة الاسبوعية
— مثلا — لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته الى جانب
فكرة موضوعه ، اى انه يهتم بالشكل الى جانب الموضوع او المضمون ،
ويرى البعض ان جمهور المجلة ، يكون اكثر تخصصا من جمهور الجريدة
في مجال معين ، واكثر ثقافة ، ويرى هؤلاء ان ثقافة جمهور الجرائد اليومية
افقية ، في حين ان ثقافة جمهور المجلة راسية متعمقة .

وعلى المخطط لاصدار المجلة ان يتعرف على جمهور قرائه المرتقبين
من حيث : المستوى الاقتصادى او الوضع الاقتصادى للقراء كمشتريين
للمجلة ، وللمنتجات المعلن عنها فيها ، او للمساحة المباعة للاستغلال
الاعلانى ، وكذلك المستوى التعليمى لهؤلاء القراء ، ومواقفهم ، ومناخ
الرأى داخل هذا الجمهور : او مزاجه بشكل عام لاي فكرة جديدة من
الممكن ان يستجيب ، ومدى قبوله للجديد من عنده .

وفي هذا الصدد يمكن الاستفادة ، من بحوث القراء Reader's Research أو بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research التي يمكن تعريفها بأنها : « دراسة الأشخاص الذين يشترون ويقرأون المجلات ، أو الذين تتوجه اليهم المجلات ، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة ، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات ، ووقت ومكان شراء هذه المجلات ، وسمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجة التعليم ، والمستوى الوظيفي ، وسمات أخرى .

وهناك أكثر من تقنية Technique لاجراء هذه البحوث منها على سبيل المثال :

١ - الاستقصاءات المرسلة بالبريد الى المشتركين
Mailed Questionnaires to Subscribers

٢ - عمل دراسات مسحية لممارسات القراء
Making Reader traffic surveys

والتي يسميها البعض دراسات « مسح جمهور وسائل الاعلام » (*) (٢٣)

التي تهتم بدراسة أنماط القراءة أو الاستماع أو المشاهدة وتفضيلات القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، بالنسبة للمجلة يمكن من خلالها التعرف على :

- معدل شراء المجلات بانتظام .
- تفضيل شراء جريدة أو مجلة معينة .
- درجة الاشتراك بين المجلات من حيث اقبال القراء على شراء أكثر من مجلة .
- الموضوعات التحريرية التي تعجب القراء في المجلة .
- اسباب تفضيل موضوعات معينة .
- آراء القراء في المادة الاعلامية التي تنشرها المجلة .
- الكتاب والمحرون المفضلون لدى القراء ودرجات واسباب التفضيل .

(*) الدكتور سمير محمد حسين .

- عدد قراء النسخة الواحدة من المجلة .
- عادات قراءة المجلة .
- الوقت الذى يقضيه القراء فى قراءة المجلة .
- الاقتراحات التى يراها القراء كميلة بتحسين وتطوير المجلة (٢٤)
- كما تهتم دراسات « مع جمهور وسائل الاعلام » بالتعرف على خصائص وسمات جمهور الوسيلة الاعلامية — كالمجلة مثلا — يحكم أنه يشكل مجتمعا لا يتسم بالتجانس الكامل ، لذلك تقوم بدراسة هذا الجمهور من حيث التقسيمات التالية :
- التقسيم حسب فئات السن .
- التقسيم حسب درجة التعليم .
- التقسيم حسب المهنة .
- التقسيم حسب القطاعات الوظيفية المختلفة .
- التقسيم حسب المناطق الجغرافية المختلفة (٢٥) .

والهدف هنا هو التعرف على الخصائص الاساسية التى يتميز بها جمهور القراء حتى تتمكن الوسيلة (المجلة) من تقديم نوع المادة الاعلامية التى تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور ، أو تحاول اجراء بعض التعديلات فى سياستها الاعلامية ، بهدف احداث تغيير فى خصائص جمهورها نتيجة تغيير السياسة التحريرية لديها .

ومن احدث تقنيات « الدراسات المسحية لممارسات القراء » : استعمال مرآيا ذات رؤية من اتجاه واحد one way Vision mirrors بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة واسلوب القارئ فى ذلك ، وبدون الاعلان من ذلك .

وكذلك عمل الدراسات المسحية عن جهامات ضابطة من القراء Survey of Controlled groups of Readers تجريبية تمتد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور ، ثم توجيه اسئلة اليهم من خلال استبيان مطبوع (٢٦) .

ويعد جورج جالوب Georg Gallup الأمريكي أول من ابتكر أسلوباً علمياً في دراسة الجمهور بشكل عام ، وفي دراسة جمهور المجلة خاصة فقد ابتكر في الثلاثينيات أسلوباً علمياً لقياس قراءة الصحف والمجلات عرف باسم « أسلوب التعرف » Recognition Method وقبله كانت المجلات تعتمد في دراستها لقراءتها على : الشكاوى التي يبعث بها الجمهور ، أو تطلب منهم ابداء رأيهم في موضوعاتها ، تقارير التوزيع ، وتتابع القراء الذين يرفضون تجديد اشتراكاتهم ، وتعرف سبب ذلك ، واعتمدت كذلك على الملاحظة ، المقابلات ، المسابقات المختلفة ، كتابة خطاب عن المواد الجذابة وغير الجذابة في المجلة ورصد جائزة لأفضل خطاب .

أما أسلوب جالوب فقد اعتمد على وضع علامة على المجلة ، كل شيء قراءة الفرد يعلم عليه ، ولكن أخذ على هذا الأسلوب احتياج كل فرد الى نسخة ، وعدم دقة تنفيذ البحث ميدانياً .

وطور قسم الابحاث في جامعة منيسوتا أساليب أكثر دقة وسهولة لتحديد اهتمامات القراء خلال الفترة من عام ١٩٤١ حتى عام ١٩٥٢ .

وجاءت مراكز التحقق من الانتشار (مراكز قياس التوزيع A.B.C Audit Bureau of circulation) لتوفر أول أرقام عن توزيع المجلات الأمريكية ، فقد توافرت لهذا المركز وسائل للحصول على احصائيات جديرة بالثقة في عدد النسخ التي تباعها كل مجلة .

ولكن بعد فترة ظهر أن أرقام التوزيع لا تكفي لان المجلة الواحدة يقرأها أكثر من فرد ، لذلك تم ابتكار أساليب لقياس عدد القراء بدلا من حساب عدد النسخ التي تباع فقط ، ثم تصنيف القراء في مجموعات وفقا لقراء كل نسخة .

وتتطور بحوث الجمهور أو بحوث القراء بعد ذلك الى حد أن بعض الباحثين الأمريكيين في مجال « ابحاث المجلات » قد استخدم المواد الكيميائية لقياس الزمن الذي بقيت فيه المجلة مفتوحة على صفحة معينة ، وتعرضت بهذا للضوء أكثر (٢٧) .

ومن امثلة الدراسات التي أجريت على قراء المجلات في أمريكا :

— دراسة أعدتها مجلة News week بعنوان : « جمهور خمس مجلات »
« the Audience of five magazines »
غطت جمهور مجلات : Time , Saturday Evening Post , Life :
News week و U.S. News and World Report

وتركزت نتائجه حول : عدد القراء ، الاتفاق الاعلاني بالدولار ،
اهمية الموقع في شراء الاعلان والانتباه له ، دخول القراء ، السلع التي
يفضلونها وغير ذلك من سمات الاقتصادية والنفسية .

— دراسة أجرتها شركة لمعرفة اى المجلات يقرأها طلبة
الكلية في أمريكا بانتظام ، قامت هذه الدراسة بمسح للطلبة في ١٦٨ كلية ،
ضمت العينة ١٨٤٤ طالبا وطالبة ، استجاب منهم للدراسة ١٢٥٠ فقط
بنسبة ٦٩٪ .

— كما نشرت مجلة Reader's Digest دراسة تضمها مع مجلات :
Life و Post و Look و Woman's Day و Mc. call's ، Ladies Home Journal و Sunset
واستخدم في هذه الدراسة حوالي ٦٠ ألف استطلاع ميداني ، بهدف تحديد
الفروق الاقليمية بين الاسر الأمريكية من حيث المستوى الاقتصادي
والاجتماعي ، وعادات القراءة .

ويتسم البعض ، جمهور المجلة ، او قارئها الى ستة انواع ، وذلك
من حيث طبيعة الشخصية ، والدراسات والبحوث التي أجريت على المجلة
وقرائها في الولايات المتحدة الأمريكية (٢٨) .

النوع الاول : القارئ المحيط : The Discomfitted Reader :

وسر احباط هذا القارئ او تعاسته انه لم يعد يستطيع أن يستخدم
المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة ، أو أن هذه المجلة او المجلات التي
يقرأها قد سلكت طريقا آخر ، جديدا ، فأجبطت بعض قرائها القدامى ،
وكسبت ولاء البعض الجديد واخذ البعض الصورة البهيجة للمجلة التي
عاش في ذهنه في الماضي ، مثل الجوانب السلبية في المجتمع ، وقلة المساحة
المخصصة لمن يطالب بالاصلاح الثقافي ، ويزيد الامر سوءا توسع المجلة
في عرض الانباء السيئة والعنف مثل : والانتقابات والمظاهرات والجرائم
الدموية .

النوع الثاني : القارئ ناقد الثقة او سعيء الظن

: The Mistrustful Reader

وهو قارئ ليس مهتاج بطبعه ، أو يعاني من اضطرابات عقلية ،
انه شخص شكاك . كثير القلق على ضميره الاجتماعي منه على مصالحه
الاقتصادية ، فيضايقه كثيرا أن يجد في بريده — وهذا يحدث له طوال
العام — عروضاً للاشتراك في مجلات بأسعار أقل من المجلة التي يشترك
فيها منذ مدة ، ولم يحصل منها على أي فائدة رغم ولائه لها .

النوع الثالث : القارئ المزعج The Annoyed Reader

وهذا النوع من القراء لا يزعجه عمليات البيع أو الاشتراك غير الاخلاقية في المجلة ، أو وجهات النظر السياسية التي لا يرضى عنها ، بل ان ما يزعجه هو أى سلوك غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة ، مثل كويونات اعلانية داخل العدد ، ووضع الاعلانات الصغيرة وسط أى مادة صحفية جذابة ، وبضايقه صفحات الاعلان التي تتكرر في صورة مادة تحريرية .

النوع الرابع : القارئ المدهش The Bewildered Reader

وهو قارئ غير معتد ، بل مندهش أو مرتبك فقط ، يصاب بالدوار وهو يقرأ كل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور ، وميلاد مجلات أخرى ، بدون ان يجد تفسيراً لذلك ، هو انسان مشل في فهم العالم المحيط به ، المتغير بسرعة ، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم انها تحقق أرباحاً ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام ، غير واضح بالنسبة له ، مما يبعث على الحيرة

النوع الخامس : القارئ غير المكثر The Indifferent Reader

وهذا القارئ لا يقلق بسبب أخطاء المجلة ، أو اختفائها ، أو ظهورها أو اهتمامها بقضايا تافهة بدلاً من القضايا الاجتماعية المهمة ، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والامتناع والترفيه ، وليست مصدراً للثقافة أو للحصول على الراى ، أى أنها وسيلة ترفيه تساهم في شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شيء ممتع في التلفزيون . لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة ، وقد تكون المجلات العميقة الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدراً أو وسيلة للزينة أو لادعاء الثقافة .

النوع السادس : القارئ الراضى The Satisfied Reader

وهو قارئ شديد الحماس لمجلته ، ويزيد من حماس جهازها التحريري بسبب شدة حماسه وولائه ، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله الى المحرر ، وهو فى الوقت نفسه راضى عن النظام الاقتصادى للبلاد ، وهو محافظ بطبعه ولا يطالب بالثورة ولا حتى بالتغيير

من يعد بحوث القراء :

فبعض المجلات الكبرى تكون هناك أقسام خاصة للبحوث ، أو للتنمية أو للترويج ضمن أقسام المؤسسة الصحفية التي تصدر المجلة ، أما المجلات الأقل فى الحجم أو الموارد أو التي لا تسمح بمواردها بوجود هذه الاقسام فقد تعهد بها الى قسم للبحوث فى ادارة التوزيع

أو الإعلان ، وقد يعهد بها الى مكتب أو هيئة أو وكالة أو مركز للبحوث التسويقية أو لبحوث استطلاع الراى العام ، أو وكالة اعلان ، أو أى جهة تخصص فى ذلك وهو ما سيعتمد عليه المحطط لاصدار المجلة .

بحوث القراء فى مصر :

وفى مصر لم تهتم المجلات المصرية حتى الان باقشاء اقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريرى أو تستقل بنفسها داخل المؤسسة التى تصدر عنها المجلة ، بل هى اقسام للبحوث التى تتعلق بالتوزيع أو الاعلان داخل ادارة التوزيع أو الاعلان ، وهذه الاقسام المتخصصة فى البحوث لاتتعدى مهمتها سوى التنبؤ بأرقام التوزيع المتوقعة للمجلة أو لمناسبتها ، أو التخطيط للحملات الاعلانية ، أو توزيع مخصصات حملة اعلانية ما بالتشاور مع ادارة الاعلانات بالمجلة ، ولكن لا تقوم ببحوث عن اهتمامات قرائها .

لذلك تعهد المجلات المصرية — وكذلك الجرائد والمؤسسات الصحفية العامة — الى جهات بحثية خارجية باجراء هذه البحوث لحسابها ، قد تكون هذه الجهات داخل مصر أو خارجها : مثل بعض الوكالات الامريكية أو العالمية ، أو الوكالات والمكاتب والاساتذة المصريين ويظهر ذلك من تتبع بحوث القراء التى اجريت الان — بالنسبة للمجلة فقط — حتى الان فى مصر وهى :

— بحث اجراء الدكتور مصطفى حسنين زهير واشترك فيه مجموعة من طلبة البكالوريوس بكلية التجارة جامعة عين شمس عن قياس فعالية الاعلان ، واختار له مجلة « آخر ساعة » كوسيلة لنشر الاعلانات ، بسبب ما أبدته مؤسسة أخبار اليوم من استعداد للتعاون فى انجاز هذا البحث عن طريق امداد الباحث بالنسخ اللازمة من المجلة والمطبوعات الأخرى التى استلزمها العمل الميدانى (٢٩) .

— دراسة عن الصحف كما يراها المشترون والباءة اجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عام ١٩٦٦ .

— دراسة اجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عن خصائص مشقري الجرائد والمجلات فى جمهورية مصر العربية ، شمل جرائد : « الاهرام » ، « الاخبار » ، « الجمهورية » ، الامداد الاسبوعية (*) « روزاليوسف » ، وذلك لحساب دار أخبار اليوم عام ١٩٧٦ .

(*) الاعداد الاسبوعية : هى « أهرام الجمعة » ، و « جمهورية الخميس » .

— دراسة أجراها مكتب الشرق الاوسط لبحاث التسويق
M.E.M.R.B (**) على وسائل الاعلام في الشرق الاوسط
Middle East Media Study شملت : الى جانب الراديو والتلفزيون
الجرائد اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ونصف الشهرية ، المطبوعات
الشهرية والبديلة للشهرية ، والمطبوعات ربع السنوية وغيرها ، في
خمس دول هي : الكويت ، السعودية ، مصر ، ايران ، عام ١٩٧٧ ،
وحصلت بعض مؤسساتنا الصحفية على نسخ منها نظير دفع مبلغ معين .

— دراسة اشرف عليها الدكتور محمد علي العويني من « مشاكل
الاعلام الشبابي : دراسة نظرية وتطبيقية » حيث حلل جمهور وسائل
الاتصال في مصر من خلال عينة من الشباب واتجاهاتهم نحو الراديو
العالية للتخطيط والبحوث والاحصاء بجهاز الشباب التابع للمجلس القومي
للشباب والرياضة ، وشارك فيها باحثون شبان من جامعة القاهرة ،
عام ١٩٧٨ (٣٠) .

— دراسة أجراها مكتب الاشرق الاوسط لبحاث التسويق
Middle East Marketing Research Bureau Interteam Mc, cann
Erickson

ببيروت (وهو أحد خمسة مكاتب المؤسسة بحوث
Interteam Mc, Cann Erickson
والتلفزيون والجرائد والمجلات والكتيب ، أجريت بناء على طلب الادارة
مقرها الرئيسي لندن وتختص ببحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبها
العربية في بيروت والكويت والبحرين ودبي وجدة) .

وعنوان هذه الدراسة (Middle East Media. Study 1979)

أي « وسائل الاعلام في الشرق الاوسط عام ١٩٧٩ » ، وهي دراسة
شاملة لوسائل الاتصال والجمهور في ست دول في منطقة الشرق الاوسط
هي : الكويت ودولة الامارات وعمان والسعودية والاردن ومصر ، اطرها
الزمني عام ١٩٧٩ ، وقامت بدراسة للراديو والتلفزيون ، والجرائد
اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ، ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية
والبديلة للشهرية ، المطبوعات ربع السنوية وغيرها ، كما درست جمهور
القراء والمشاهدين والمستمعين في هذه الدول الست من حيث : الجنس ،
العمر ، المستوى الاجتماعي ، الجنسية ، اللغات التي يجيدها الفرد ،
عدد السيارات في المنزل ، السفر بالطائرات وعدد مراته ، ملكية الراديو

(**) مكتب الشرق الاوسط لبحاث التسويق ببيروت أحد خمسة
مكاتب المؤسسة بحوث هي gntesteam Mc, cann Erick Aon ، في لندن
لبحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبها العربية في بيروت والكويت
والبحرين ودبي وجدة .

والتليفزيون ، وهدفت من هذا البحث الى تزويد المعلنين ووكالاتهم ، ووسائل الاعلام نفسها بمعلومات اعلامية وتسويقية تقسم بالموضوعية ، وتساعدهم على الوصول الى اسواق هذه الدول الست محل الدراسة القاهرة (٦٦٥٠.٠٠٠) والاسكندرية (٢٣٣٠.٠٠٠) وطنطا (٣٠٠.٠٠٠) ، اختير ٢٠٠ را يمثلون القاهرة ، و ١٠٠ يمثلون الاسكندرية ، و ١٠٠ طنطا استجاب منهم ١٦٨ را ، منهم ١٣٥ في القاهرة ، و ٨١ في الاسكندرية ، و ١٥٢ في طنطا ، بعد ان فشل فريق البحث في اجراء الدراسة بالمنصورة لخلاف مع السلطات .

وشملت عينة البحث : الجرائد والمجلات الاجنبية والعربية والمصرية التالية : الكواكب ، الدستور ، المصور ، Burinert week ، الاهرام ، المستقبل ، روزاليوسف ، الجمهور ، الاسبوع العربى ، News week ، الوطن العربى ، الموعد ، الكتوبر ، اسرتى ، صباح الخير ، المجالس ، World Tims ، اخبار اليوم ، آخر ساعة ، البيقظة ، النهضة ، L'Express ، الشبكة ، الرياض ، مرآة الامة ، الصياد ، هواء ، Middle Eart economic . ا وقد اجريت هذه الدراسة عام ١٩٧٩ (٣١) .

— وحدثت الدراسات التى اجريت على قراء المجلات فى مصر هى بحث : « اتجاهات القراء لمجلة اكتوبر » ، الذى قام المركز العربى للبحوث والادارة « اراك » باجرائه بناء على تكليف من مجلة اكتوبر خلال الفترة من يوليو الى اكتوبر عام ١٩٧٨ ، وساهم مع المركز فى الاشراف على تصميم المنهج واختبار استمارات الاستطلاع الاستاذ كارلو جليمنيتى رئيس مؤسسة بروجيتازيونى فورماتيفا بميلانو بايطاليا ، كما قام مركز الحاسب الالى لدار المعارف بتسجيل وتحليل بيانات استمارات استطلاع آراء القراء واستخراج المؤشرات العامة لها .

وقد تحدد الهدف الرئيسى للبحث فى التعرف على خصائص قراء المجلة وآرائهم فيها ، الامر الذى يزود ادارة المجلة بصورة واقعية لطبيعة جماعة القراء وتركيبها الاجتماعى والثقافى ، وتحسدت المجالات التى التى استهدفت فيها آراء القراء فى اربعة مجالات محددة هى :

- المعلومات الشخصية عن القارئ .
- طبيعة علاقة القارئ بالمجلة .
- المادة التحريرية والاعلانية للمجلة .

المجالات البيعية

واعتمد البحث أساسا فى تحقيق الاهداف المنشودة منه على « العينة الرضائية » من القراء ، اولئك الذين استجابوا للدعوة الموجهة

لهم بالاشتراك في البحث عن طريق ملا « كويون الاشتراك » والذي نشر
بمجلة أكتوبر عدة مرات ضمن حملة التهيئة التي سبقت عملية استقراء
الآراء ، وقد استخدم أيضا أسلوب « العينة العشوائية » أيضا إلى جانب
العينة الرضائية لإيجاد نوع من عوامل المقارنة والدراسة بين آراء القراء
في كل من العينتين باعتبار أن آراء العينة العشوائية تمثل « جماعة الظل »
للآراء الرضائية اقتربا أو بعدا عنها ، وتم تصميم الاستثمارات الخاصة
باستقراء آراء القراء على أساس اعتماد معظم الإجابات المطلوبة من
القراء على نظام « الإجابات المغلقة » مع تضمين الاستمارة بعض الأسئلة
ذات « الإجابات المفتوحة » وقد خضعت الاستمارة لعدة اختبارات عدلت
من جوانبها قبل أن تطبع في شكلها النهائي .

وبلغت العينة الكاملة ٩٠٨ قارئاً شملت ٦٠١ قارئاً من داخل جمهورية
مصر العربية و ٣٠٧ من خارج مصر ، وشملت ٦٠٣ قارئاً يكونون العينة
الرضائية منهم ٥٣٩ قارئاً من داخل مصر و ٦٤ قارئاً من خارج مصر ،
و ٣٠٥ قارئاً يكونون العينة العشوائية منهم ٦٢ قارئاً من داخل مصر
و ٢٤٣ قارئاً من خارج مصر ، وتكونت العينة المحلية من ٥٣٩ قارئاً في
العينة الرضائية و ٦٢ قارئاً في العينة العشوائية بينما تكونت العينة
الخارجية من ٦٤ قارئاً في العينة الرضائية و ٢٤٣ قارئاً في العينة
العشوائية ، وتتكون هذه العينة الخارجية من ٢٩٦ قارئاً من الدول
العربية منهم ٥٩ قارئاً في العينة الرضائية ، و ١١ قارئاً من الدول الأجنبية
منهم ٥ قراء في العينة الرضائية .

وقد تم استيفاء بيانات استثمارات استقراء آراء القراء في « العينة
لرضائية » بواسطة البريد سواء كان القارئ داخل مصر أو في الدول
العربية والخارجية : وقد بلغ عدد راغبي الاشتراك في البحث من هذه
العينة ٦٨٠ قارئاً استجاب منهم ٦٠٢ قارئاً بالإجابة عن أسئلة الاستمارة ،
ويمثل الفرق بين الرقمين نسبة من القراء الذين انسحبوا من البحث
بالإضافة إلى بعض الاستثمارات التي فقدت بالبريد أو وصلت بعد الموعد
المحدد لانتهاى تلقي الاستثمارات .

وبالنسبة للقراء في « العينة العشوائية » فقد تم استيفاء آرائهم
في مقابلات شخصية قام بها الباحثين أنفسهم سواء في مصر أو في بعض
الدول العربية (السعودية — تونس — السودان — الكويت) ، كذلك
تم استيفاء بعض الاستثمارات لمواطني بعض الدول العربية أثناء تواجدهم
بالقاهرة . وبالنسبة لقراء هذه العينة — خاصة من مواطني الدول العربية
— لم يستجب العديد منهم لاستيفاء بيان اسم القارئ وعنوانه في حين
استجلب لباقي بيانات الاستثمار .

وقد جاءت المؤشرات العامة للبحث مغطية المعلومات التي تحدد خصائص القارئ نفسه وآرائه في مختلف محتويات المجلة التحريرية والاعلانية بحيث غطت الجوانب الاربعة التالية :

١ — المعلومات الشخصية من القارئ : الاسم — العنوان — الجنس — السن — الحالة الاجتماعية — المؤهل — الوظيفة — الدخل — الدراسات بالخارج — اعادة اللغات الاجنبية — ملكية السلع المعمرة — التدخين — الرياضة — الاشتراك في النوادي .

٢ — طبيعة علاقة القارئ بالمجلة : مدى انتظام قراءة المجلة اسبوعيا ، عدد قراءة النسخة الواحدة — مدى قراءة المجلة — الاحتفاظ بالمجلة بعد قراءتها — ثرار الشراء — مجموعة المجلات الاخرى التي يقرأها القارئ بانتظام محلية واجنبية .

٣ — المادة التحريرية والاعلانية : افضلية الكتاب والمحريين — الرأي في ١٢ مجموعة من مواد التحرير والاعلان (الاخبار العالمية ، الاخبار المحلية ، الموضوعات السياسية ، الموضوعات الاجتماعية والسياسية ، التحقيقات الصحفية ، الموضوعات الادبية والفنية ، موضوعات المرأة ، الرياضة ، الموضوعات الدينية ، الموضوعات العلمية ، موضوعات التسلية واختبارات الذكاء ، انت وبختك) — مستوى طباعة المجلة — حجم الحروف المستخدمة — طريقة تصميم الاعلانات واخراجها — الموضوعات التي تنقص المسود التحريرية بالمجلة ، الموضوعات التي يمكن ان تحذف من المجلة — عدد صفحات المجلة — طريقة تصميم الغلاف — المساحة المخصصة للاعلانات .

٤ — مجالات بيع المجلة (التسويق والتوزيع) : توفر المجلة في الاسواق — نظام الاشتراكات السنوية — سعر بيع المجلة .

وعلى ضوء النتائج الجزئية للاستمارات والمؤشرات العامة للبحث ، واستنادا الى ما تظهره هذه النتائج والمؤشرات من دلالات تصلح ان تكون اساسا علميا لصياغة استراتيجية التحرك المستقبلي لتحقيق الهدف الرئيسي للبحث لتطوير العمل بالمجلة في كافة المجالات امكن التوصل الى بعض التوصيات العامة التي حددتها هيئة البحث في :

اولا : ان اعتماد المنهج العلمي للبحث على أسلوب « العينة الرضائية » قد اوجد حاليا مجموعة من القراء على درجة عالية من الارتباط والولاء للمجلة . هذه المجموعة والتي تبلغ ٦٠٣ قارئاً — يمكن الاعتماد عليها في تطبيق نظام « البحوث المستمرة للقراء » ، والذي يعتبر مرحلة علمية

متقدمة تتفق مع مكانة « مجلة أكتوبر » وتنفرد بها في الوطن العربي فضلا عن الفوائد الأكيدة التي تجنيها المجلة من تطبيق هذا النظام من توفير الارتباط الوثيق بنبض القراء والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم . كذلك يمكن تطوير هذا النظام الى نظام « البحوث المستمرة للقراء / المستهلكين » مما يحقق أهدافا أكثر شمولاً للتحريير والاعلان ودراسة السوق ويوفر للمجلة مكانة علمية مرموقة ويزيد حصيلة الاعلانات زيادة كبيرة ، هذا مع ملاحظة ان العينة الرضائية تضم ٢٪ منها من حملة المؤهلات الجامعية والدراسات العليا مما يجعل منها عينة متميزة ، ومن الجدير بالإشارة اليه في هذا المجال أن تطبيق مثل هذه الانظمة لا يتطلب تكاليف كبيرة اذ يعتمد أساسا على الاساس العلمي لها ونظم تجبيع وتشغيل وتخزين وتسويق المعلومات المتوفرة عنها بشكل بسيط ومنظم .

ثانيا : ضرورة مراجعة أنظمة التوزيع الحالية بهدف توسيع نطاقها وزيادة فعاليتها والاستفادة من رغبة القراء في نظام الاشتراكات السنوية ، بعد أن برز أثناء البحث عدم توفر المجلة بسهولة وانتظام في بعض الاسواق العربية والخارجية .

ثالثا : تشعر عينة القراء موضع البحث بأن هناك موضوعات تحريرية أقل من اللازم حاليا ، ومن أهم هذه الموضوعات : التحقيقات الصحفية ، والموضوعات الدينية والعلمية ، وأوضحنا الدراسة اتجاه القراء لزيادتها .

رابعا : من المفيد التفكير في اصدار « محفظة » لحفظ الاعداد السنوية لدى القراء ، على ضوء ما أظهرته الدراسة من وجود نسبة كبيرة من القراء يحتفظون بالمجلة في مجموعات متكاملة ، ولا شك ان تنفيذ هذه الفكرة يرتبط باعتبارات عديدة ويمكن تنفيذه بأساليب مختلفة ويتطلب دراسات مالية من تكلفته والعائد المتوقع سواء اكان هذا العائد مباشرا في حالة بيع المحفظة او بطريقة غير مباشرة اذا ما توفرت الادلة على خلق عامل جديد يزيد من التوزيع (٣٢) .

ونستطيع القول انه اذا كانت دراسة جمهور قراء المجلة مهمة ولازمة لادارة تحرير المجلة وكذلك لادارة اعلاناتها وتسويقها فمن خلال التعرف على خصائص الجمهور وسماته ومواقفه واتجاهاته من المجلة شكلا ومضمونا ، تحريرا واخراجا ، اعلانا وتوزيعا يمكن الحكم على مدى توفيق محرري المجلة واداريوها ، وما اذا كانت خططهم في حاجة الى تعديل ام هي خطط جيدة وينبغي الاستثمار فيها ، فان دراسة جمهور قراء المجلة المتوقع او المرتقب عند التخطيط لاصدارها تصبح شيئا حيويا وحاسما في وضع خططها التحريرية والاخراجية والاعلانية والتوزيعية وبدونها تصبح

عملية التخطيط للاصدار وما يترتب عليها من خطط طويلة الاجل بلا جدوى، ويصبح المخطط لاصدار المجلة كالكسائر في طريق لا يعرف له بداية أو نهاية بل على حد تعبير رجل الصحافة الامريكى تيودور . ل . نبراند يصبح كمن يسبح برغبته ضد التيار ولا يحب أن يسبح نصيحة احد .

كانت هذه هى المتغيرات الخمسة التى ينبغى على المخطط لاصدار مجلة أن يضعها نصب عينيه قبل أن يختار صيغة مجلتها ، وهى كلها متغيرات تتصل بالبيئة التى تصدر خلالها المجلة فالمجلة كما سبق القول مشروع اقتصادى واجتماعى وصحفى وفنى وبشرى فى الوقت نفسه ، أى تحيط به بيئته الاجتماعية والاقتصادية والصحفية والتكنولوجية التى تشمل داخلها : « فرض المجلة من المصدور » و « سوق المجلة » و « الصيغ الموجودة والمتميزة » و « المجلات المنافسة » واخيرا « الجمهور المرتقب للمجلة » .

ورغم ذلك كله ، وما ينادى به خبراء المجلة من ضرورة التخطيط المسبق عند اختيار صيغة المجلة الا ان قراءة متأنية ومتعمقة لتاريخ المجلة فى العالم وفى مصر تقول لنا أن هناك مجلات قد صدرت ونجحت دون أن تضع أو تحدد لنفسها صيغة محددة مسبقا ، بل صدرت المجلة أولا ، ثم تركت « الصيغة » التى تسير عليها تتحدد وتتشكل وفقا للممارسة والتجربة والمصواب والخطا ، ولعل مجلة Holiday الامريكية . تعد نموذجا لذلك ، فقد خرج مددها الاول الصادر فى عام ١٩٤٦ فى شكل مجلة تقليدية للرحلات ، وفى صيغة تجمع بين الاثارة وجودة التحرير ، وبعد بداية باهرة مرتفعة التوزيع ، بدأت أرقام التوزيع تنخفض ، ولهذا عدلت المجلة من أسلوبها ، واتجهت الى صيغة أخرى مارتمتع توزيعها وزادت اعلاناتها .

وفى بعض الاحيان تأتى الصيغة الناجحة من مهارة رئيس التحرير وتكرته على التفكير والابتكار ، فمجلة The New yorks الامريكية لم تحدد لنفسها صيغة قبل الصدور ، ولم تناقش فى اجتماعات جهاز تحريرها أو يخطط لها ، بل صدرت المجلة واستمرت وعاشت حتى الآن تحمل صيغة صاحبها هارولد روس غير المكتوبة ، فعلى الرغم من وفاة هارولد مؤسسها ورئيس تحريرها الاول عام ١٩٥١ ، نجد المجلة مستمرة فى التعبير عن نفسها وفى الصدور خلال تصور متسق أصيل ومأمول ، جاء نتاجا لخبرة صاحبها هارولد روس وممارسته ، ولم يناقش أو يطرح على المائدة المستديرة لجهاز التحرير ، أو يعد على ضوء نتائج ودراسات واختبارات أجريت على الجمهور واختبرت ذوقه واهتماماته (٣٣) .

٢ - اختيار السياسة التحريرية الاساسية للمجلة

السياسة التحريرية الاساسية هي تلك الحدود والمبادئ التي من خلالها تقوم المجلة بأداء وظيفتها كوسيلة اتصال بالجمهور : القضايا التي تعالجها ؟ واسلوب معالجتها ؟ المحاذير ؟ او هي ببساطة : « الوجهة التي تختار المجلة اتباعها في جوابها عن سؤالين فائقى الاهمية : ماذا ستنشر ؟ وكيف ستنشر ما تنشر ؟ »

وقوامها الاجراءات والقواعد والمبادئ التي اقترتها المجلة لتستهدى في عملها ، والتي ستهيمن بعد ذلك على كل وجوه العمل الصحفي او الفن الصحفي في المجلة (٣٤) .

والهدف هو ان يصل القارئ بعد فترة الى الاحساس بشخصية تحريرية ثابتة للمجلة ، تتفق في الوقت نفسه مع هدف المجلة وصيغتها . واختيار هذه السياسة التحريرية الاساسية ينبغي ان يتم قبل صدور العدد الاول لانها تخدم رئيس التحرير في عمله اليومي ، وعندما تكون محددة بشكل واضح تساعد على ان تسير المجلة في خط واحد مع فرضها وتكون منسقة مع رسالتها وتحقق وجها مميزا او شخصية وتصبح اداة مؤثرة للاتصال ، وهي كذلك تحرر رئيس التحرير من اتخاذ قرارات تحريرية اساسية بشكل فجائي او غير مستقر ، وتجعله يتفرغ للقضايا والقرارات التنفيذية اليومية ، التي يساعده فيها كدليل ، السياسة التحريرية الاساسية (٣٥) .

ويؤثر في السياسة التحريرية الاساسية مجموعة من العوامل يمكن ايجازها في (٣٦) :

- ١ - الاحوال المالية .
- ٢ - مسئوليات المجلة تجاه المجتمع والامراد والحكومة .
- ٣ - الطابع المتوخى للصحيفة .
- ٤ - متطلبات القراء .
- ٥ - الاجتهاد السياسي .
- ٦ - عوامل تجارية .
- ٧ - عوامل دينية .
- ٨ - عوامل عرقية واجتماعية .
- ٩ - عوامل فرعية وجماعية .
- ١٠ - عوامل وطنية .
- ١١ - نزوات رئيس التحرير ومعاونيه .
- ١٢ - النزعة الاقليمية .
- ١٣ - الموضوعات المحرمة .

- ١٤ - ارتباطات الناشر أو جهة النشر .
١٥ - الحملات الصحفية .

نماذج تطبيقية :

كانت هذه هي الاسس النظرية أو السياسة التحريرية بشكل مجرد ومطلق والآن نعرض لنماذج تطبيقية للسياسة التحريرية لثلاث مجلات مصرية ، هي المصور ، وآخر ساعة ، واكتوبر .

السياسة التحريرية لمجلة المصور :

تحاول مجلة المصور - الآن - المحافظة على صيغة المصور القديمة مع اجراء بعض التغييرات والتعديلات والتطوير فيها بما يتناسب مع القارئ المصرى والعربى هذه الايام ، ومع ظروف المجتمع ، وواقع الصحافة المصرية .

فالسياسة التحريرية المعلنة لها تقوم على اساس انها مجلة سياسية مصورة ، مصرية عربية ، محافظة وملزمة برسالة تثقيفية وتوجيهية ، هي مجلة مصرية عربية ، واهتمامها بالقضايا المصرية ليس تحزبا وليس اقليمية ، بل لان مصر تمثل حوالى نصف الوطن العربى ، وعندما تهتم المجلة بنصف الوطن العربى فهي تهتم بالكل ، وعندما تهتم بعد ذلك بالقضايا العربية فهي تقوم بوظيفة مهمة وهي تنمية الحس العربى عند المواطن المصرى .

ويحدد رئيس التحرير موقف أو سياسة المجلة تجاه القضايا الداخلية ، فى مصر فى الرسالة التى بعث بها الى الرئيس انور السادات عقب تعيينه نائبا لرئيس مجلس ادارة دار الهلال فى مايو ١٩٧٧ باسمه وباسم العاملين بالدار بانها « الالتزام الى ابعاد حدود الالتزام بمبادئ ثورتى ٢٣ يوليو و ١٥ مايو المجيدتين ، وبذل كل ما نملك من جهد لتحقيق آمال الرئيس السادات فى الصحافة كسلطة رابعة بعد ان اعطاها كل حرية وامان واستقرار وازدهار » .

ويعتبر رئيس تحرير المصور مجلته احد اسلحتنا فى المعركة السياسية التى تخوضها مصر وذلك لان « بلدنا يخوض اعنف معاركه ضد أعدائه ، وخصومة الذين تحالفوا رغم ما بينهم من خلافات وتناقضات على امساقه

(*) المصور : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٢٤ يرأس تحريرها الآن صبرى أبو المجد وتصدر عن مؤسسة دار الهلال .

مسيرة شعبنا ، وان حملات التشكيك والتضليل ضد وطننا قد بلغت الذروة » .

وفي النهاية يقول رئيس التحرير نيابة عن محرري الدار والعاملين بها محددا موقفهم وملخصا دورهم الاملاى في تلك المرحلة : « نحن نعاهدكم باستمرار وقومنا وراكم للتصدي لتلك الممارك والحملات بكل ما نستطيع من جهود وامكانيات حتى يتحقق النصر الكامل لشعبنا العظيم بقيادتكم الرشيدة الحكيمة » .

اما اهتمام المصور بالقضايا العربية فهو نوع من المحافظة على التقاليد التي وضعها المصور خلال تاريخه الطويل ، فقد كان المصور مجلة عربية ، تهتم بشكل كبير بشئون العرب وقضاياهم ، والى جانب المحافظة على هذه التقاليد يحاول تطويرها ، لان القضايا العربية عام ١٩٧٨ تختلف عنها عام ١٩٢٤ عندما صدر المصور ، فالحس العربي الموجود الآن مختلف لقد زاد وتعمق ، فرئيس تحرير المصور يرى أن الاحاسيس الموجودة عند القارئ أصبحت اليوم عربية أكثر منها محلية .

ويدلل رئيس تحرير المصور على أن اهتمامات القارئ العربي اليوم قد أصبحت قومية بقوله : « لقد استحدثت في المصور طبعة عربية خاصة للتوزيع في البلاد العربية كنت احذف منها ابواب معينة وموضوعات : كالجريمة مثلا أو بعض الموضوعات عن القضايا والاحداث المحلية البحتة ، واستبدل بها موضوعات عربية الاهتمام أو المضمون ولكن فوجئت بخطابات من قراء من مختلف أنحاء الوطن العربي ومن أمريكا اللاتينية وحتى من استراليا تثور ضد هذا الوضع ، وتطالب بعدم حذف الابواب أو الموضوعات المحلية الاهتمام واكدوا جميعهم على أنهم يريدون أن يقرأوا ما يقرأه القارئ في مصر ، فالحال هنا يهتم بكل المسائل الصغيرة التي تجرى في مصر ، التي يعتبرونها الاخت الكبرى القائدة ، حتى الاحداث التي نراها نحن محلية بحتة يراها القارئ العربي أو يريد أن يراها بشكل قومي » .

لذلك يحرص رئيس تحرير المصور على أن يتضمن كل عدد من اعدادده ما لا يقل عن ١٠٪ من صفحات موضوعات عربية ، حتى يسد النقص الذي يحس به القارئ العربي تحريريا ، وبالإضافة الى ذلك الى ذلك يصدر المصور عددا سنويا خاصا بعنوان « نحن العرب » كحصيلة للسنة كلها تقدم فيه المجلة صورة متكاملة للوطن العربي خلال عام .

من هنا يمكن تفسير السر الذي يكمن وراء توزيع المصور في الماضي حوالي ٧٠٪ من نسخة في العالم العربي ، و ٥٠٪ منها في العراق وحده ، والباقي في العالم العربي خاصة في السعودية وليبيا .

وصحفيًا تلتزم المجلة سياسة الاعتدال والمحاظرة ، وعدم الاثارة أو السعى لمخاطبة غرائز القارئ ، بل تخاطب فكره وعقله ، أنها ترى أن الصحافة رسالة تلتزم بتنقيف القارئ وتوجيهها وتنمية الحس الوطنى والقومى عنده ، ولا تهدف أن يزيد توزيعها وتزداد مساحات الاعلان فيها » (٣٧) .

السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة :
تقوم السياسة التحريرية الاساسية لمجلة آخر ساعة (*) على
خمسة تصورات اساسية (٣٨) .

الاول : أن تحمل مشعل الامل — من ناحية المضمون — فى اقلب الاوقات وهى تؤمن أن الامل فعل « بداية فعل » وأن الدعوة الى الياس انهزام وانكسار أمام الحياة وأن الامل بناء وأن الناس جميعا مخلوقون لغاية هى التعمير والبناء فى كل ناحية من نواحي الحياة .

والثانى : هو الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية ، وعدم اغفال الجانب النقدى ومعالجة المشاكل التى يعانى منها القارئ العادى ، وفى مرضها لها تذهب أولا اليه تعرف الاصل والسبب والداء ، وآخر من تذهب اليه لتعرف رايه هو المسئول .

الثالث : خلق نوع من التوازن الدائم بين مختلف فئات المضمون الدسم والخفيف ، بين الجانب الدراسى والبحثى والسياسى والفكرى ، والجانب الترفيهى الخفيف ، فالقارئ المصرى من وجهة نظر ادارة تحرير المجلة قارئ يحب الموضوع المبسط الموضوع فى قالب جذاب او على حد تعبير مدير التحرير « السانديتس » .

الرابع : الاعتماد على المحررين الشبان وزيادة كفاءتهم باستمرار الى الحد الذى يجعلهم قادرين على اداء دورهم فى المجتمع كممثلين لصناعة الصحافة او لسلطانها ، ومع مشروعات التحديث الجديدة فى الدار ومع تطور وظيفة الصحافة ، بدأت المجلة فى رفع كفاءة محرريها بمساعدتهم على التدريب والتعليم فى مجالات تتصل بتخصصاتهم وتساعدهم على العمل مع المستحدثات الطباعية والفنية الجديدة وهذه السياسة تعد استمرارا لسياسة مدرسة اخبار اليوم التى تعتمد على التفكير الصحفى المنطلق وافساح المجال للشباب .

(*) آخر ساعة : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٣٤ ، ويرأس تحريرها رشدى صالح ، وتصدر عن مؤسسة اخبار اليوم . (توفى رشدى صالح خلال فترة اعداد الكتاب ويتولى مسؤولية مجلة آخر ساعة الان : محمد وجده قنديل .. ويسير على نفس السياسة التحريرية) .

والتصور الخامس والآخر الذى تقوم عليه السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة هو التغيير المستمر مع المحافظة على الطابع العام للمجلة ، فمجلة آخر ساعة لا بد وأن تغير ثوبها مرة كل ستة شهور ، ولكنها تجعل للمجلة ملامح مميزة تحتفظ بها ويدور في أطرافها تغيير ، أنها محاولة للتنوع في إطار وحدة تبيوغرافية وتحريرية تنقسم بها المجلة .

السياسة التحريرية لمجلة « أكتوبر » :

الخطوط العامة لسياسة مجلة أكتوبر(*) التحريرية الأساسية ، والتي تلتزم بها ، نجد ملامحها في الرسالة التي بعث بها الرئيس أنور السادات إلى أسرة تحرير أكتوبر يوم صدورها باعتباره صاحب فكرة إصدار هذه المجلة والاب الروحي وكبير المخططين لها ويمكن أجمالها في (٣٩) :

أولا : الخدمة الكاملة للقارئ وتزويده في كل ما — تنشره — بخلفياته حتى يمكن للقارئ أن يخرج من كل عدد من أعدادها بقيمة وإضافة جديدة لثقافته العامة ، مستأنفة في ذلك الخط الذي كانت تتميز به صحافتنا من قبل ، وكنا نجد فيها مفاتيح الثقافة الحقة ولو استطاعت مجلة أكتوبر أن تخدم ولو مواطنا واحدا من كل ألف مواطن ، ليخرج منها بشئ جديد ، فسوف يكون ذلك أنجازا كبيرا .

ثانيا : أن يجد فيها كل عربى الخبر المخدم والخلفية المخدمة بحقائق تاريخية ووثائق مؤكدة ، فالمهم هو أن تعلم القارئ العربى كيف يستوعب هذه المعلومات الجديدة ، والثقافة الجديدة .

ثالثا : القيام بتأصيل ٦ أكتوبر ، ليس كمجرد عبور ، وإنما كيوم فاصل بين عالم ما قبل ٦ أكتوبر الذى اختلف عسكريا وسياسيا واقتصاديا عن عالم ما بعد ٦ أكتوبر ، فلم يكن العبور مجرد انتقال من شاطئ إلى شاطئ ، وإنما كان هناك أكثر من عبور : هناك عبور ثقافى وعبور اقتصادى وانفتاح .

رابعا : التوجه إلى الشباب ، بحيث يتصور كل شاب إذا ما قرأ مجلة أكتوبر أنها موجهة له ومهتمة بشئونه ، وأن يعاد اكتشاف الطريق الذى فقدته هذا الشباب النائه ، فجزء كبير من صحافتنا — للأسف — يعمل على ضياع الطريق تحت قدميه .

(*) أكتوبر : أحدث مجلة مصرية صدرت في ٣١ أكتوبر عام ١٩٧٦ ، يرأس تحريرها أنيس منصور ، تصدر عن مؤسسة دار المعارف .

خامساً : أن تكون صحافة الثقة بالنفس والاقتدار والامل ، بلا مقد وانما باتفاق مفتوحة .

سادساً : القيام بتأصيل التجربة المصرية « كقدوة » خاصة فيها تبنيه مصر اليوم في الديمقراطية والاشتراكية لأول مرة من حيث لا يوجد تناقض بين حرية الفرد وحرية المجتمع كما هو موجود في المجتمعات الاشتراكية المعاصرة ، فهم هناك لم يجدوا حلا لهذه المشكلة ، بينما يعتقد الرئيس السادات اننا وجدنا الحل وتطبيقه ، وكذلك تأصيل سيادة القانون وقيام دولة المؤسسات لان هذا انجاز عظيم .

سابعاً : وضع حجر الاساس لصحافة عربية مصرية جديدة ، تكون فيها قدوة للصحافة في الشمول والارتفاع فوق التفاهات التي يراها الرئيس السادات اليوم ، وكذلك القيام بتأصيل القيم الاساسية واعطاء المثل كقيادة في الصحافة كما كانت مصر قيادة في الثقافة .

لكن متى تغير المجلة سياستها التحريرية ؟

هناك مجلة شهيرة لواحد من ابرز رؤساء تحرير مجلة New week الأمريكية وهو جيمس . ي . فورمان قال فيها : « ان القامدة الاولى في عالم المجلات هي التغيير في سياسة تحريرها » .

وهذا ما اتفق عليه معظم دارسي المجلة في العالم ، وكذلك العاملين في تحرير المجلات واخراجها وادارتها ، فصيافة السياسة التحريرية الاساسية للمجلة في وقت ما لا تعني صياقتها الى الابد بل لفترة من الوقت تسمح لواضعها بأن يقيس ويقوم تأثيرها ، فمن المحتمل خلال عام أو اثنين أن يشعر بأن هناك تغييرا مطلوبا .

لذلك ينصح خبراء المجلة بضرورة أن يتم تغيير السياسة التجريبية بالتدريج (٤٠) بسبب أن القراء يحبون دائما الشيء الشائع والمألوف . لديهم ، فإذا أراد ناشر أو رئيس تحرير أن يغير من محتوى أو شكل ، من نغمة مجلته أو منطقها أو لهجتها ، فعليه أن يقوم بذلك بالتدريج ، خطوة خطوة وليس فجأة . وذلك « لن يزعم القراء الذين يحبون المجلة » كما هو في الوقت نفسه يسعد القراء يشعرون بأن التغيير ضرورة ، وبذلك يمكن الاحتفاظ بالمجلة متجددة وحيثة » .

فعندما عاد على أمين الى رئاسة مجلس إدارة مؤسسة اخبار اليوم عام ١٩٧٤ ، اكتشفت أن آخر سابعة — التي اشتراها مع مصطفى أمين عام ١٩٤٤ — لم تعد تناسب روح العصر ، بقطوعها الكبير ، وموضوعاتها الطويلة ، كما لاحظ أن الاهتمام قليل بالجانب الانساني والاهتمامات

الانسانية في المجتمع ، لذلك كان امامه قرارين : أن يغير من قطع المجلة ويختار لها قطعاً أكبر وأن يدخل فيها المواد المحتوية لذلك الجانب الانساني (الذي نجده في معظم المجلات العالمية ، مثل باب Les Gens (الناس) في مجلة Paris Match الفرنسية ، و People (الناس) في مجلة Time الأمريكية ، وباب (صانعو الاخبار) في مجلة الأمريكية) .

وعمل كهذا خاصة الشق الاول منه — قد يكون مفاجئاً للقارئ وتحد يشكل صدمة له ، تجعله ينفر من المجلة .

لذلك اتخذ حلاً وسطاً ، وهو التغيير التدريجي ، تقرر عمل شريط طوله ١٠ سم ، في أسفل كل صفحات المجلة ، يضم موضوعات انسانية خفية Human Beings ، يحقق من خلاله هدفين : الاول : التخفيف من قطع المجلة الكبير ، وتقسيماً الى ما يشبه المجلتين آخر ساعة « العادية » وآخر ساعة الانسانية ، والثاني : أن يجد متنفساً للمواد ذات المحتوى الانساني وبذلك يحقق هدفاً اخراجياً وهدفاً تحريرياً في وقت معاً (٤١) .

فالمهدف من التغيير في السياسة التحريرية هد ان يجد القراء مجلة تروق لهم باستمرار ، وبدون أن يصدحوا بأي تغيير ، ولكن لهذه القاعدة استثناء ، فالتغيير ضرورة عندما يثبت للناس أو لرئيس التحرير أن سياسته التحريرية غير جماهيرية ، وغير فعالة ، وغير ناجحة ، وهنا يقبض الا يتباطأ في تصحيح الاخطاء ، والتغيير بسرعة ، وليبدأ في طريق صغير في التبويب أو في المظهر الاخراجي ، ثم تتلاحق التغييرات تدريجياً (٤٢)

ثانياً : قرارات على المستوى الاقتصادي :

وهذه القرارات تتعلق بتدبير الحصول على الاموال للمشروع ومراقبة استخدامها الاستخدام الاقتصادي الامثل : فالمجلة كمشروع صناعي وتجاري في وقت معاً تحتاج الى الاموال لشراء الاصول الثابتة أو الصرف عليها ، فيما يسمى بالمصروفات شبه الثابتة ، وأهمها اجور المحررين والفنيين وكافة العاملين واتساع التأمين ، وايجازات المباني اذا كانت المجلة تستأجر لمخازنها أو ادارتها شيئاً من ذلك .

كذلك يحتاج اصدار المجلة الى اموال تكفي لمقابلة الاصول المتداولة ، أو ما يسمى بالمصروفات المتغيرة وأهمها : ثمن الورق والاحبار والضرائب ونفقات التوزيع ونفقات الاعلان والدعاية ، وكذلك ما سوف يتم انفاقه على الاستثمارات الجديدة بالتوسع في انشاءات جديدة ، وبالااحلال الجديد محل القديم ، وتطوير خدماتها الصحفية ، وهذه القرارات تهدف الى

اختيار نمط الملكية ، وتحديد نفقات التمويل وحساب نفقات الاصدار ووضع الميزانية (٤٣) .

(١) اختيار نمط الملكية

بدأت الصحف جرائد ومجلات — كمشروعات فردية بسيطة ، حيث كانت المجلة — مثلا — تحرر وتطبع وتمتلك وتدار بواسطة شخص واحد ومع النمو الاقتصادي لصناعة الصحافة وتطورها التكنولوجي ، تعددت أنماط الملكية ، وتنوعت وتشعبت ويمكن حصر أكثرها شيوعا في الأنماط التالية (٤٤) :

(١) الملكية الفردية : Individual Ownership

وهو نمط أكثر شيوعا في المجلات والجرائد الأسبوعية ، ومساعدة ما يكون المالك للصحيفة هو رئيس التحرير والمدير ، وعندما تظهر ضرورة يختم في أى موقع في المنشأة .

المميزات :

- ١ — رئيس التحرير المالك له السيطرة على صحيفته .
- ٢ — حرية المالك في كل قراراته ، التي تتعلق بسياسات الصحيفة تحريريا وتجاريا .
- ٣ — يحصل المالك على كل الأرباح من عمله .
- ٤ — يرتبط المالك في ذهن القارئ بصحيفته ، ويصبح الاثنان شيئا واحدا .

العيوب :

- ١ — الملكية الفردية ليست قابلة للتحويل الى عمل تجارى متسع .
- ٢ — كل الديون توضع على عاتق المالك الفردي .
- ٣ — نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على قدرة مالكها ومركز ثقته .
- ٤ — من الصعب الحصول على القروض والمنح والمساعدات طويلة الاجل .

وتحدث عندما يعقد شخصان أو أكثر اتفاق ملكية شفويا أو كتابيا ،
بفرض تأسيس صحيفة أو شرائها أو إدارتها .

المميزات :

١ — تسمح بجميع جهود أموال وأشخاص ذوي مواهب وقدرات
اقتصادية مختلفة .

٢ — قد يزيد رأس المال نتيجة السماح لأشخاص آخرين بالمساهمة في
الاستثمار .

٣ — يخفف العبء عن المالك نتيجة تقسيم المسؤوليات .

٤ — هناك حكم أو تقويم أو فكر لأكثر من عقل في إدارة العمل .

العيوب :

١ — كل شريك معرض لديون الصحيفة الكلية ، وكل شريك يعرض
الآخرين للديون إذا خاطر اقتصاديا بالدخول في مشروعات قد تفشل

٢ — كل شريك يكون مسئولا عن أمور الصحيفة .

٣ — قد تحل الشركة ، أى لا تستمر ، في أى وقت بوفاء أى شريك أو
انسحابه أو بيع أى طرف نصيبه .

٤ — من الصعب الحصول على اتفاق طويل المدى في بعض الأحيان .

٥ — الشريك غير المسئول بشخصه ، أو علاقات عمله ، قد يعرض
الشريك الآخر أو الشركاء الآخرين لأضرار .

ولهذا النمط من الملكية عدة أشكال :

اتفاق بين شخصين أو أكثر ، لتأسيس أو شراء صحيفة ،
والاشتراك معا في نشرها ، تعد الشكل الأكثر شيوعا من ملكية المشاركة،
ولكنها قد تكون مسئولية غير محدودة .

A Limited partnership

ب - مشاركة محددة

ويمكن هذا النمط من الملكية أي ناشر ، يكون بنفسه طرفا عاما ، من زيادة رأس مال ملكيته ، مع اعطاء مسئولية محددة لهؤلاء الذين يزودونه برأس مال اضافي .

والشريك المحدد يكون مسئولا عن الديون المحددة للصحيفة ، بالقدر الذي وافق على أن يساهم به استثماريا في الصحيفة ، وليس له حق التعاقد للصحيفة وليس له سيطرة على أساسها .

Joint Stock Company

ج - شركة خاصة

وتتم عن طريق اتفاق تعاقدى ، ويتشكل مجلس المديرين والمسؤولين لإدارة شئون الصحيفة ، وكل مساهم برأس المال يكون مسئولا بنصيبه ربحا وخسارة كـشريك .

Corporation Ownership

(٣) ملكية الشركة

وهو نمط أكثر شيوعا في الجرائد اليومية ، عنه في الجرائد الاسبوعية او المجلات .

Chain or Group Ownership ملكية السلاسل او ملكية الجماعة

وتشبه بعض فروع الصناعة والتجارة ، حيث نجد سلاسل من الجرائد او المجلات او كليهما ، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصادية ، وأوامر واتجاهات تحريرية ، وتوجيه ادارى ، وتأخذ أكثر من شكل من بينها :

١ - الشركة القابضة :

وهذه الشركة قد تتحكم على الأقل في ٥١ ٪ من أسهم كل جريدة ، او مجلة داخل السلسلة ، ويكون لهذه الشركة القابضة الاشراف على السياسات التحريرية للصحف داخل السلسلة ، وقد يسمح لكل صحيفة بتشكيل سياساتها الخاصة بها ، ومادة ما تشتري المواد الخام المطلوبة مثل : الورق والاحبار والالات والمعدات وباتى الامدادات الاخرى من خلال المقر الرئيسية ، وتطلب الشركة القابضة تقارير يومية واسبوعية وشهرية من سير العمل في كل صحيفة .

ب — مجالس المديرين :

وقد تدار الصحف من خلال مجلس من الموظفين والمديرين ، والناسخين داخل السلسلة (المؤسسة) استثمار متحكم فيه في الصحف التي ينشرونها ، وقد يكون لهم نصيب في صحف أخرى ، وهم يديرون صحفهم ، ويشكلون سياساتهم التحريرية بإدارة واستشارة مسئولى ومديرى وموظفى السلسلة العامة . وفي العادة يوجد توجيه قوى من الشركة القابضة — ان وجدت — ويشجع رؤساء التحرير والموظفين بكل صحيفة — بشكل عام — على شراء أسهم في هذه الصحيفة .

Employment Ownership

(د) ملكية العاملين

تسمح خطة الملكية المحددة بواسطة بعض الناشئين في صحف حديثة ، للعاملين بشراء أسهم في الشركة التي تدير الصحيفة ، وفي بعض الأحيان يمتلك العاملون غالبية الأسهم ويتحكمون في سياسات الصحيفة .

المميزات :

- ١ — اعطاء حافز للعاملين للإشراف على حسن استثمار رأس المال .
- ٢ — الإدارة المحسنة تساعد على خلق جانب أخلاقي مل .
- ٣ — يمكن تحطيم الحواجز التنظيمية الداخلية بسهولة ، وتجرى تغييرات ضئيلة في الأشخاص .
- ٤ — الاسئلة المتعلقة بالأجور ، وساعات العمل ، والانتاج تفهم بشكل جيد ، وتعالج بشكل أسهل .

العيوب :

- ١ — يعطى لطول مدة العمل الاهمية الاولى على القدرات الانتاجية .
- ٢ — قد تمتزج العاطفة بالحكم الجيد في إدارة الصحيفة ووضع سياستها
- ٣ — فرص اشتراك العاملين في الإدارة أقل .
- ٤ — بيع الملكية صعب .

٦ - الملكية الرأسية Vertical Ownership

وتعنى ان تكون الصحيفة - جريدة او مجلة - ملكية عامة ، شركة - على سبيل المثال - تمتلك وتدير جريدة كبيرة في مدينة ، وقد تمتلك وتدير مجلتين ومحطة للاذاعة ، ومصنعا للورق ، وشبكة للنقل ، ووكالات للانباء والاعلان ، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك او تساهم في نجاح الصحيفة (٤٥) .

وقد يطلق على هذا النمط من الملكية Cross Media Owner أى ملكية وسائل الاعلام المشتركة ، عندها يمتلك الناشر جرائد ومجلات ومحطات للاذاعة ، واستوديوهات للسينما ، ومصانع ورق في آن واحد .

وقد يسمى Conglomerates أى الشركات المختلطة عندها تمتلك المجلة أو تدار بواسطة مجموعة شركات مختلفة ومتباينة : شركات للمطاط ، والسيارات ، والطيران ، والسينما ، مثلا (٤٦) .

المميزات :

١ - توفر الخدمات التى تحتاجها الصحيفة والمواد الخام اللازمة لادارة عملها بنجاح .

٢ - ترتبط الصحيفة بوسائل الاتصال الاخرى فى اعطاء خدمة الى منطقة محددة .

٣ - تساعد على تخفيض النفقات العامة لامسدار الصحيفة ، وتزود باستثمار علمى لارياحها .

العيوب :

١ - توسع من اهتمامات الناشر ومسئوليته الى درجة قد تقلل من انتباهه الى الصحيفة او المجلة التى يصدرها .

٢ - قد يوظف رأس المال ، الذى يمكن استغلاله فى تطوير وتجديد الصحيفة ، فى خدمة تمويل المشروعات الاستثمارية الاخرى المملوكة بشكل مشترك .

٧ - الملكية التعاونية Joint Ownership

نظام للعمل التعاونى بين صحيفتين مختلفتين فى نمط الملكية خلال نفس المجتمع ، وينتج عنها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة

والادارة والتشغيل ، فالمصحفتين — مثلا — قد يطبعان معا في مطبعة واحدة ، مع احتفاظ كل صحيفة بمكاتبها الاخبارية والادارية وهيئة تحريرها وادارة الاعلان والتوزيع ، والسياسة التحريرية الخاصة بها .

ويتم توقيع اتفاق يضع الاساس للارتباطات والالتزامات التمويلية لكل صحيفة او شركة لتكون ممثلة رأس المال لكلا المالكين .

المميزات :

١ — تقليل نفقات الصيانة والتشغيل ، وزيادة الساعات الانتاجية في المطابع والاقسام الفنية .

٢ — تنمو علاقات اكثر ودية بين الصحف في ميدان المنافسة .

٣ — انتباه الناشرين والمالكين يتركز على خدمة المجتمع المحلي اكثر من المنافسة ، ولذلك قد يعطوا مجتمعهم المحلي خدمة صحفية اكثر وحدة واكثر اكتمالا .

٤ — عادة ما يسمح للمعلنين بشراء مساحة في كلا الصحفتين ، بسعر مشترك ، او في صحف منفصلة حسب سعر الصحيفة .

٥ — المعالجة الاخبارية المشتركة لبعض الاعلانات ، وربما بعض الموضوعات الاخبارية تسمح بتقليل عدد الاشخاص في بعض القطاعات الاعلانية او الاخبارية ، او في القسم الميكانيكي (الجمع والتوضيب والمطابع) مما يؤدي الى خفض النفقات .

المعيوب :

١ — قد تقل جهود التطوير نحو الامام ، بسبب الانتفاء الجزئي لعنصر المنافسة .

٢ — قد يسمى الناشران — مع تقليل المنافسة — الى الحصول على ارباح اكثر مما تستحقه الخدمة الصحفية التي يقدمونها .

٣ — قد ينتج عن التسهيلات الانتاجية المشتركة ، وضع معايير واحدة ، تؤدي الى ان تفقد الصحيفة غريبتها او شخصيتها المميزة .

٢ - تحديد مصادر التمويل

المجلة مثلها مثل أى نتاج ثقافى أو اعلامى ، ينتج بواسطة وسائل الاتصال بالجمهور ، هى سلعة تطرح فى السوق لتباع وتربح ، ربحا كافيا لاقتناع المؤسسة التى تنتجها بانها تستحق الاستثمار فى الصدور ، وان كانت هناك استثناءات لهذا القاعدة فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث - ، ويمكن تمويل وسائل الاتصال بالجمهور أو المؤسسات الثقافية أو الاعلامية ومنها المجلة من خلال اربعة مصادر رئيسية (٤٧) هى:

المصدر الاول : التوزيع :

أو مائد مبيعات نسخ المجلة ، يعد المصدر الوحيد لتمويل صناعة نشر الكتاب ، وهناك انتاج اعلامى لا يزود بمنتجه بدخل من توزيعه أو عرضه مثل برامج التلفزيون ، باستثناء البرامج المولة أو المكفولة ، أو البرامج التى تصدر الى الخارج ، اما المجلة فلن توزيعها يشكل حوالى ٤٠٪ من دخلها ، ان لم يزد فى بعض الاحيان من ذلك .

المصدر الثانى : الاعلان :

أو الإيراد الناتج من نشر الاعلان بالوسيلة الاعلامية ، وقد يضيق نطاق الاعلان بل لا يعتمد عليه كمصدر بالنسبة للكتب فليس له علاقة بها (وان كانت الاعلانات قد بدأت تنسل الى الكتاب فى العالم وفى مصر بعد ارتفاع اسعار الطباعة ، وعدم توافر المقابل المادى الجزئى للمؤلف فنجده بعض المؤلفين يضعون اعلانات داخل الكتاب تمكنهم من طبعة ونشره بشكل يحقق مائدا مجزيا لهم ، ولكن فى الوقت نفسه نجد ان الاعلان هو شريان الحياة بالنسبة للجرائد والمجلات والاذاعات التجارية ، وقد نما الاعلان كصناعة ضخمة بعد تطور البيع التنافسى للصناعة المميزة على مستوى كبير فى القرن التاسع عشر ، وهو بشكل الآن حوالى ٦٠٪ من دخل المجلة .

المصدر الثالث : الاشتراكات :

أو اشتراكات الجمهور ، القراء فى الجرائد والمجلات ، والمشاهدين والمستمعين فى الراديو والتلفزيون فى شكل رسوم الترخيص أو الحيازة التى تعد فى بعض البلاد (مثل بريطانيا) مصدرا رئيسيا للتمويل ، والقراء يدفعون قيمة اشتراكاتهم فى الجرائد والمجلات الى دور النشر ، أما المشاهدين والمستمعين فيدفعونها الى الحكومة التى تدير محطات الاذاعة .

المصدر الرابع : الدعم الرسمى :

ويظهر هذا النوع من الدعم الرسمى للوسائل الثقافية والاعلامية فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ، ويصل هذا الدعم الرسمى (الحكومى أو الحزبى) الى هذه الوسائل الاتصالية والاعلامية عبر جسور متنوعة : الدعم الحكومى المباشر للصحف ، مخصصات الحزب الحاكم الاعلامية ، تمويض خسائر الصحيفة (جريدة أو مجلة) ، توزيع الاعلانات الحكومية على الجرائد والمجلات أو محطات الراديو والتليفزيون بشكل مركزى حكومى (مثل الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان فى بغداد التى تقوم بتوزيع الاعلانات الحكومية على كل وسائل الاعلام العراقية) ، وقد يكون الدعم من خلال توقيع عقود شراء نسخ أى اشتراكات طويلة الاجل لعدد كبير من النسخ .

تلك هى المصادر المتوقعة الحصول على تمويل للمجلة منها ، بعد صدورها واستمرارها ، ولكن من أين تحصل المجلة على احتياجاتها المالية الى أن تصدر ؟! يمكن تدبير ذلك من خلال :

١ - رأس المال :

وهو المبالغ التى يساهم بها المؤسسون فى اقامة المشروع ، ومما يجمع من المدخرين الذين يرغبون فى استثمار أموالهم نظير حصولهم على حصة من الارباح نظير ما يشترطونه من أسهم ، وهذه المبالغ تستخدم فى التأسيس وشراء الاصول الثابتة ، وهذا قد يكون كافيا للتشغيل فى المرحلة الاولى من حياة المجلة .

٢ - القروض :

التي يمكن الحصول عليها من البنوك والمنشآت المالية ، ولا ينبغي بحال ان يعتمد المشروع فى تمويل اصوله الثابتة على القروض ، حيث أن للقروض اجلا معينا ، لابد من سدادها حينما يحين ، أما تمويل الخاملات والبضائع فيمكن ان يتم عن طريق القروض قصيرة الاجل ، والتي يتفق موعد استحقاقها مع موعد تحصيل الديون التى تستحق للمشروع .

وفى بعض الحالات تعتمد المشروعات الاقتصادية على القروض الطويلة فى الاجل لمواجهة التوسعات والعمليات الانشائية التى تدر عائدا محسوبا بدقة بعد فترة محددة تتفق مع تاريخ استحقاق القرض ، بحيث يكون ذلك العائد موثوقا ، وإذا تعذر الحصول على القروض الطويلة فى الاجل ، قد يعتمد المشروع على اصدار سندات كل منها بقيمة محددة

ولاجل معين محدد ، ويمنح صاحبه مائدة معينة ينص عليها في شهادة السند .

٣ — التسهيلات الائتمانية :

التي يمنحها الموردون للمشروع والتي ينص عليها في عقود التوريد ، حيث يقبل بعضهم أن يورد خامات أو آلات (حبر — ورق — رصاص — زنك — املام — آلات جمع — طباعة — حفر) على أن يتقاضوا قيمتها على أقسام على فترة زمنية مستقبلية .

٤ — ما تمنحه الدولة من اعانات أو ما تخصصه له من اعتمادات :

فإذا ما رأيت أن للمشروع أهمية خاصة في الاقتصاد القومي أو سد حاجة المستهلك (القارئ هنا) الرئيسية (٤٨) (مثل انشاء حكومة الثورة — في عهد الرئيس جمال عبد الناصر — دار التحرير للطباعة والنشر ، واصدارها لمجلة بناء الوطن) .

٢ — حساب نفقات الإصدار ووضع الميزانية التقديرية

في حساب نفقات إصدار مجلة نعلج فاحيتين (٤٩) :

الاولى وتتعلق بالتحرير :

وتختلف طريقة حساب تكلفة تحرير المجلة ، فالبعض يحسب تكاليف التحرير بعد تحديد أعداد المحررين الأساسيين والكتاب الاحرار (المصاحفين) من الخارج ، وكذلك الموظفين الاداريين معاونين لهم في باقى ادارات المجلة الاقتصادية والفنية والتجارية وحسب أجورهم ، والبعض الآخر يحسب التكاليف برصد ميزانية لكل صفحة تحريرية ، ولا ينفى لرئيس التحرير — بأية حجة كانت — أن يتعدى الحصة المخصصة له أن لم يكن على مستوى الصفحة ، فعلى الأقل بالنسبة للعهد الواحد ، ولا يمكن قبول أى استثناء ، فالتجربة أوضحت أن التجاوزات لا تسترد من عهد آخر . أما إذا رأت الإدارة العامة ذلك لسبب استثنائي فيمكنها أن تقرر اعتمادا استثنائيا ، ويمكنها أن تموله من ميزانية مخصصة لبند آخر — غير التحرير — كنوع من الاحتياط .

والناحية الثانية تتعلق بالصناعة :

وتتكون نفقات المجلة الصناعية من نوعين من النفقات — كأي نشاط صناعي آخر — وهما : —

(1) النفقات الثابتة وتشمل :

La Composition	١ — الجمع
La Rotogravure	٢ — النقش التصويرى
La frais de colage	٣ — التوازن (اللصق)

(٢) النفقات المتغيرة وتشمل :

١ — الورق
٢ — الطباعة
٣ — الإغلاف — التجليد .
٤ — النقل .

وفي حساب سعر التكلفة ينبغي التركيز على معرفة هذه المعلومات :

- سعر الورق والطباعة (لكل ملزمة) .
- سعر الإغلاف ، والتجليد والنقل (لكل نسخة) .
- ملخص النفقات الثابتة والمتغيرة طبقا لطبيعة النفقات (نفقات سابقة ولاحقة) .
- ملخص النفقات لكل نسخة .

وبعد تجميع المعلومات السابقة يمكن الوصول الى :

- التقدير الجزئى لتكاليف كل عدد من الصفحات، أو لكل رقم من التوزيع.
- مقارنة رقم التوزيع بالنفقات المرتقبة مع الميزانية .
- السعر المتوسط والسعر الحدى سواء للنسخة أو لالف صفحة (٥٠) .

الميزانية التقديرية :

على أساس المعلومات السابق التوصل اليها يمكن وضع الميزانية التقديرية للاستثمار والتي تشمل النفقات الثابتة ، والميزانية التقديرية للتشغيل ، ونقارن مصادر التمويل ونختار انسبها ، ونضع خطة للتمويل على أساس :

(١) تحديد مصادر التمويل وكمية رأس المال التي يمكن الحصول عليها من كل منها وطريقة تجميعه .

(ب) سياسات التمويل .

(ج) جدول زمني لعملية تجميع رأس المال .

بعد ذلك يتم تجميع رأس المال ، وعلى أساس رأس المال المتوافر يتم تعديل الميزانية العامة للمشروع لتشمل تفصيلا دقيقا للاستثمارات والمصروفات الجارية .

وبالحصول على الدفوعات الاولى من رأس المال يمكن البدء في تجميع الموارد البشرية وتنسيق خطواتها بحيث يستكثرا في نفس الوقت تقريبا وذلك حتى يمكن الشروع في عمليات التنفيذ في اقرب وقت (٥١) .

ثالثا : قرارات على المستوى الفني

يواجه المخطط لاصدار مجلة مجموعة من البدائل والخطط والطرق والاشكال الفنية وعليه دراستها بشكل جيد ، لاختيار افضلها لمجلته ، واتخاذ قرارات اساسية تتعلق بالتصميم الاساسي للمجلة ، واختيار نوع الطباعة ، واسلوب الجمع ، ونوع الورق ، ونوع الحبر ، ثم الوصول الى اتفاق مع طابع بعد اتخاذ هذه القرارات التي على اساسها سيتحدد « شكل » المجلة .

١ — التصميم الاساسي للمجلة Basic Design

التصميم الاساسي لمجلة ما يتكون من تلك العناصر التي تتعلق بالمظهر وهي تبقى ثابتة نوعا ما ، وينبغي ان يبقى كذلك لفترة والا فان القارئ لن يتعرف بسهولة على صديقه القديم (٥٢) .

ويرتبط التصميم الاساسي بشكل وثيق بالسياسة التحريرية الاساسية ، وعلى الرغم من عدم اشتراك رئيس التحرير ومعاونيه في هذه العملية ، بقدر اشتراك المصمم او المشرف الفني وسكرتير التحرير ، الا ان مسؤولية رئيس التحرير — الذي لا بد وان تكون لديه فكرة جيدة واضحة من هدف المجلة وغرضها ورسالتها ، ان يتقن هذه الفكرة الى المسؤولين عن وضع التصميم الاساسي للمجلة ، وتكون مهمة هؤلاء المسؤولين بعد ذلك هي الوصول الى قرارات بالنسبة للعناصر التالية : —

١ — عنوان المجلة : Title

لابد وان يتم اختياره بعناية ، ينبغي ان يتصف بالوضوح ، وسهولة النطق ، والترديد ، والشيوع ، وغالبا ما يتكون من كلمة واحدة ، ترتبط بغرض المجلة ، وان يعد فنيا (يجمع — يرسم — يكتب) بشكل جيد ، لأنه سوف يلزم المجلة طوال حياتها .

٢ — القطع : Format

ومعناه ابعاد المجلة (طولها وعدد أعمدها) ، وقد تستعمل الكلمة Format لتصف أساليب اخراج المجلة وبرنامجه العام (٥٣) .

وهناك ٤ تصنيفات للمجلة من حيث القطع (٥٤) هي :

التصنيف	الابعاد	نماذج
الكبير Large	٢٨ × ٤٠ سم (٤ عمود × ١٧ سطر)	Bbony الأمريكية ، و « الحوادث » البيروتية ، و « آخر ساعة » .
المسطح Flat	٢٥ × ٣٥ سم (٣ عمود × ١٤ سطر)	Newsweek ، وحواء وروز اليوسف وصباح الخير والكواكب والصيد .
العادي Standard	٢٠ × ٢٨ سم (٢ عمود × ١١ سطر)	National Geographic
الجيب أو الصغير Pocket & Small	١٤ × ٢٠ سم (٢ عمود × ٨ سطر)	Reader's Digest ، الهلال ، العربي ، طبيبك الخاص .

وقد هجر عدد كبير من الناشرين القطع الكبير ، وفقد الحجم الصغير أو حجم الجيب تفصيله باستثناء الـ Reader's Digest

٣ — عدد الصفحات لكل طبعة :

وهناك اتجاه لتخفيض عدد الصفحات في كل المجلات ، بسبب النقص المستمر في الاعلانات ، ويرجع ذلك الى منافسة التلفزيون وارتفاع أسعار الورق — ولكن المجلات عادة ما تزيد صفحاتها بزيادة الاعلانات ، ونادرا

ما نجد الآن مجلة تستقر على عدد محدد للصفحات ، بل تحدد معظم المجلات رقما تدور حوله زيادة ونقصانا .

٤ — القطع العام لصفحة المجلة : Time

ومساحة المطبوع منها .

٥ — دورية الصدور :

اسبوعية ، نصف شهرية ، شهرية ، ربع سنوية ، نصف سنوية أو سنوية .

٦ — وزن المجلة :

يتوقف هذا على وزن الورق ونوعه .

٧ — تصميم الغلاف :

أين ستوضع اللافتة Name Plate (اسم المجلة : عنواتها) ؟ وكيف ؟ وما الشكل الفني الذى سوف يظهر الغلاف به ؟ أو الطابع الثابت ؟

٨ — نوع الطباعة :

بارزة ، غائرة ، أم ملساء ؟ (٥٥) .

وفي بعض الاحيان قد ينسى المصمم فى حماسه لتصميمه وظيفته التصميم ، مثله مثل مصمم العربيات ، يبحث عن الجمال والمتعة البصرية ، بينما عليه ان يضع تصميمات تمتع البصر ويكون لها مبرر وظيفى فى وقت معا (٥٦) .

لذلك ينبغى عليه ان يفكر دائما فى قرائه : من حيث الجنس ، العمر ، الاهتمام ، المستوى الاقتصادى ، والتعليمى .

ويسال دائما : ما الغرض من المجلة ؟ وكيف يمكن للمجلة ان تحقق ذلك الغرض ؟

وتكون الاجابة من طريق انماط معينة من المضمون الذى يوضع فى شكل فنى مناسب ، وقد يقفز سؤال آخر الى الذهن : هل سيحتاج

القراء الى قراءة قدر معقول من المتن ا لأم ان الجزء البصرى (المحتوى على الصور والرسوم) هو الاساس وسيكون له قيمة كبيرة فى تحقيق اغراضه ١.

٢ - اختيار نوع الطباعة

اتساع نطاق عمليات الطباعة ، والتقدم التكنولوجى المضطرد ، فى اساليبها ، جعل عملية اختيار نوع الطباعة شيئا صعبا ، وعلى الرغم من ذلك فهناك عوامل نستطيع عن طريقها ، تقدير أى أنواع الطباعة صالح ومناسب ومثالى لطباعة مجلة ما ، وتشمل هذه العوامل (٥٧) :

A Vailability	١ - امكانية الحصول عليها
Costs	٢ - التكلفة
Read line	٣ - آخر موعد لوصول المواد الى المطبعة
Number of copies	٤ - عدد النسخ
Type of paper	٥ - نوع الورق
Use of photographs	٦ - استعمال الصور
Quality level	٧ - مستوى الجودة

ولعل مقارنة سريعة لطرق الطباعة الثلاث الرئيسية تشرح كيف يمكن للمخطط أن يتخذ قرارا باختيار نوع من أنواع الطباعة الثلاث لطبع مجلة ، ونقا للعوامل السابقة .

(١) الطباعة من المسطح البارز Letter Press

تعتبر أكثر طرق الطباعة شيوعا وأقدمها وأوسعها انتشارا ويصطلح على تسميتها « عمليا » - تيبو - ، وتطبع بها جميع الجرائد ومعظم الكتب وبعض المجلات ، وعدد من المطبوعات ، وتنقسم الى نوعين : الطباعة المسطحة بنوعها المباشرة وغير المباشرة ، والطباعة الدوارة « الروتاتيف » والتي تطبع بها الجرائد وبعض الكتب والمجلات (٥٨) .

واهم سمات الطباعة البارزة :

✳ سرعة عالية ، وكفاءة فى طباعة أحجام متنوعة من المطبوعات ، الملونة أو الاسود والابيض فقط .

✳ كفاءة عالية خلال دوراتها .

* اللوحات الطابعة تكون بشكل عام أكثر تكلفة من مثيلتها في الطباعة من المسطح الاملس (الملساء) ولكنها أقل تكلفة تقريبا من الطباعة من السطح الغائر .

* قدرة على الطباعة من الجمع اليدوى او الآلى للحروف ، وايضا من اللوحات الطباعية الاصيلة او المنسوخة .

* اللوحات المنسوخة (طبق الأصل) تكن أغلى نسبيا وأكثر أنواعها استعمالا هي الالكتروتايب والستريوتايب ، واللوحات البلاستيك والمطاط .

* تطبع بشكل جيد على ورق الكتب ، وفي حالة طبع لوحات ظليمة halftones ينبغي أن يصقل الورق Coated أو يلمس Calendered .

* قبول للورق من أى سمك ابتداء من أرق الأنواع الى أسمكها .

* عندما يتم الطبع من حرف معدنى أصلى أو ساليبات ، يمكن تغيير أى حرف من المطبوع بدون الحاجة لطباعة كل اللوحات الجديدة .

* قدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات ، التى تناسب المطبوعات التى تتطلب ترقىما كاللذاكر والاستمارات ، والبطاقات ، والمطبوعات الطويلة الدقيقة الدوارة حيث يمكن استهلاك اللوحات المعدنية الطابعة عبر عدد من الطباعات .

* استخراج التجارب (البروفات) رخيص نسبيا .

* تتطلب كثيرا من الوقت للتحضير النهائى للكليشيهات ، ونحوها بوضع الورق المقوى تحتها لى تبرز على نحو متساو (لا تفاوت فيه) لتعوض من السمك المتنوع للمواد المستعملة : الحروف ، اللوحات الطابعة ، الكليشيهات الخ (٥٩) .

٢ — الطباعة من المسطح الغائر Rotogravure

وهى عكس الطباعة من السطح البارز ، حيث تكون الحروف والأشكال المراد طبعها محفورة وغائرة في السطح وليست بارزة عالية . وتنقسم طرق الطباعة الغائرة كذلك الى نوعين هما : الطباعة الغائرة المسطحة (*) والطباعة الغائرة الدوارة ، والاخيرة أكثر شيوعا

طبعت مجلة الصور بهذه الطريقة في سنوات صدورها الاولى .

واستعمالا في عدد كبير من المجلات ، خاصة المصورة ومن أمثلتها كل مجلات دار الهلال والمصور ، حواء ، الكواكب ، سمير ، ميكي ، الهلال) ، وكذلك مجلتا السينما والمسرح ، والسينما والناس ، وعدد من المجلات المتخصصة ، والتي تستخدم الالوان بنسبة كبيرة ، كما استعملتها بعض الجرائد المصرية لفترة — لطبع الملاحق Supplements أو الاقسام الاضافية بها Insertions التي كانت تصدرها بعض جرائدنا في بداية السبعينات مثل : ملاحق الاخبار ، والجمهورية ، والصفحة الاخيرة — الموضوع الرئيسي العلوي — المصور في جريدة الاهرام .

ويصطلح على تنسبة هذا النوع من الطباعة « بالروتوغرافور » .

واهم سمات الطباعة من السطح الغائر : —

- * كفاءة عالية ، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة وغير الملونة .
- * كفاءة متسقة خلال الدوران .
- * تعطى نتائج جيدة في الالوان والاسود والابيض عن كل انواع الطباعة .
- * أكثر اقتصادا للطبعات ذات الاعمدة الضخمة Long runs في سرعة عالية وبوضوح تام ، والطبعات ذات الاعمدة القليلة Short runs يمكن ان تطبع بسعر افضل من سعر الطباعة من السطح البارز أو الطباعة من السطح الاملس وبالجودة نفسها .
- * تكلفة اللوحات المعدنية أو الاسطوانات اقل من لوحات الطباعة من المسطح البارز أو الاملس ، وكذلك عمل نسخ منها ، ولكنها تدوم وقتا اطول .
- * قدرة على الطبع على الاسطح مختلفة النوعية ، ولكن نتيجة الطبع على الورق الاملس أو المصقول تكون افضل ، وكذلك يكون الطبع جيدا على الورق الرخيص غير المصقول ، ومثال ذلك ملاحق الاحد Sunday Supplements التي تطبع بالطريقة الغائرة في المملكة المتحدة مثلا .
- * التصحيحات Conglomerates تكلفتها عالية لانها تتطلب لوحا معدنيا جديدا .
- * التجارب Proofs (البروفات) تكون اعلى تكلفة عنها في كل من الطباعة من السطح البارز أو الاملس .

* افضل لطباعة الصور ذات الدرجات اللونية Tones المستمرة ،
 عنها في الطباعة من السطح البارز خاصة تلك التى تكون لها زوائد
 رفيعة Strakes أو حروف ذات زئبقات Serifs أو نى
 حجم أقل من بنط ٩ .
 * تعطى تأثير قويا في الدرجات اللونية المستمر (٦٠).

٣ - الطباعة من السطح الاملس Lithography

وتقوم نظريتها على قاعدة ان الماء والدهن لا يمتزجان ، وكان الاصل
 في هذا النوع من الطباعة استخدام الحجر الجيرى ليكون هو السطح
 الطابع على اساس معالجته كيميائيا ونقل الاشكال المطلوب طباعتها
 عليه باستخدام حجر وطباشير دهنى ثم ترطيبه بالماء وتحبيرة ثائية
 بالحبر الدهنى حيث يعلق بالاجزاء المراد طباعها ولا يعلق بالاجزاء الاخرى
 فتظهر بيضاء عند اجراء عملية الطباعة ، غير ان هذه الطريقة كانت تقسم
 بالبطة الشديد فضلا عن التخصر الذى يشوب عملية اعداد السطح
 الطابع واتمام الطباعة ، مما دعا الى ضرورة تطويرها لتصبح ايسر واسهل
 وأدق ، وبالفعل استبدل الحجر الجيرى بالالواح المعدنية الرقيقة كما
 استخدم التصوير الفوتوغرافى فنقل الاشكال الى سطح هذه الالواح فضلا
 عن استخدام الطباعات الدوارة (٦١) .

ويصطلح على تسميتها في مطابعنا : بالاونست ، ويستخدم هذا
 النوع من الطباعة في طبع معظم المجلات العالمية مثل Paris - Match, Life,
 News week, Time ونى مصر يستخدم نى طبع أغلفة
 بعض المجلات المصممة المصورة مثل آخر ساعة والمصور وبعض
 ملاحقها واعلاناتها .

ومؤسسة روزاليوسف اولى الدور الصحفية التى ادخلت هذا
 النوع من الطباعة ، حيث تطبع به الآن : مجلات روز اليوسف ، صباح
 الخير ، تجارة العرب ، الوادى والكتاب الذهبى ، وكل المطبوعات
 التجارية التى يقوم بتنفيذها القسم التجارى .

واحد ثمؤسسة صحفية في مصر ، وهى مؤسسة أكتوبر تستعمل
 هذه الطريقة في طبع المجلة التى تصدرها وهى مجلة أكتوبر
 منذ عام ١٩٧٦ .

واهم سمات الطباعة من السطح الاملس :

* قدرة على طبع مطبوعات من احجام متنوعة ، ملونة وغير ملونة
 وبتكلفة رخيصة نسبيا .

- * تتطلب مزيدا من الانتباه عن الطباعة البارزة او الغائرة للاحتفاظ بالصورة متسقة خلال الطباعة .
- * اللوحات الطباعة تكون رخيصة نسبيا وتتطلب وقتا قصيرا لتجهيزها بالمقارنة باللوحات الطباعة في الطباعة من السطح البارز والغائر .
- * اللوحات المنسوخة تكون اقل تكلفة .
- * اللوحات الطباعة يمكن ان تطبع من سالبات الفيلم او ايجابياته .
- * كفاءة عالية في الطباعة على الورق الاملس والمصقول ، وقدرة على الطباعة الفعالة على الورق ذو السطح الخشن ايضا .
- * التصحيحات Corrections تتطلب تجهيز لوحة جديدة ولكن اللوحات ليست غالية التكلفة .
- * التجارب Proofs (البروفات) يمكن سحبها اما على آلة الطباعة نفسها ، او بواسطة آلات خاصة للتجارب .
- * تعطى المصمم حرية ابداعية كبيرة وتنوعا كبيرا ، ومن السهل طباعة الظلّيات halftons ، والدرجات اللونية (tones) الناعمة والدقيقة (٦٢) .

٣ - اختيار اسلوب الجمع

هناك أربعة اساليب لجمع الحروف Typesetting في أي مطبوع صحنى وهي :

١ - الجمع اليدوى Handset

وفيه تجميع الحروف باليد ، ولم يتغير هذا الاسلوب منذ عصر جوتنبيرج في القرن الخامس عشر ، فمزال شامل الجمع (الجميع او الموضب) يعمل بالادوات نفسها : الصنثوق والمصف وجدول المصف التي تضم داخلها مجموعة (اطقم) الحروف الطباعية المسوكة باحجام مختلفة وادوات معينة يستعين بها العامل على انجاز مهمته . ويعيب هذا الاسلوب البطء الذي لا يناسب احتياجات الصحافة في القرن العشرين .

Machine set ٢ - الجمع الآلى

وفيه تجمع الحروف آليا ، ويتم تشكيل الحرف من المعدن المصهور .
لهذا السبب قد يسمى الحرف (المجموع آليا) بالحرف الساخن hot type

وقبل ان يتم الوصول الى أسلوب الجمع التصويرى ، كان
الجمع الآلى أكثر أنواع الجمع استعمالا ، وهناك أربع آلات شهيرة
للجمع الآلى :

(أ) آلة اللينوتيب Linotype :

تتميز بجمعها الحروف سطرا سطرا ، وتوفر الوقت والجهد ،
ولكن أى خطأ فى السطر يستدعى جمعه كله ، وهى تصلح للجرائد
والمجلات .

(ب) آلة المونوتيب Monotype :

وتتميز بجمعها للحروف حرفا حرفا ، وتأخذ وقتا وجهدا ، وإذا حدث
خطأ يستدعى ذلك إعادة جمع الحروف فقط ، وتصلح لجمع متن الكتب
والمطبوعات الدقيقة .

(ج) آلة الانترتيب Intertype :

وتجمع الحروف سطرا سطرا ، ولهذا تسمى اللينوتيب والانترتيب
أحيانا بالـ Line Casting Machine أى آلات الجمع السطرى ، وهذه
الآلات الثلاث تستخدم لجمع المتن - أما العناوين فكانت ترسم بالريشة
على يد الخطاط ، حتى ظهرت آلة خاصة بجمع العناوين .

(د) آلة لودلو Ludlow :

وهى متخصصة فى جمع العناوين من أبناط مختلفة ، وإن كانت بعض
المجلات المصرية حتى الآن ، لا تستعمل فى كتابة عناوينها الا ريشة
الخطاط .

Typewriter ٣ - الآلة الكاتبة

وفيه يتم جمع الحروف عن طريق الآلة الكاتبة وتسمى هذه الطريقة
بالـ Typewriter Composition ، أو الـ Typography وتستعمل
فى المطبوعات التى ترصد لها ميزانية قليلة ، ولا نحتاج فى المتن الا للحروف

فقط ، بدون صور أو رسوم ، وتزود بوحدة حاسب الكترونى ، وشريط
ممنقط ، وهى مرتفعة التكلفة وغير شائعة فى الصحف أو المجلات ،
ولا تستعمل فى مصر الا فى مؤسسة الاهرام .

٤ - الجمع التصويرى Photocomposition

أحدث تطور فى صناعة آلات الجمع ، وهو اسرع وأرخص -
نسبياً - وأكثر اساليب الجمع مرونة بوسائل تصويرية وتصلح آلاته
للاستخدام مع الطباعة من السطح الاملس (الافست) أكثر من غيرها (٦٣)
أدخلته جريدة الاهرام مؤخراً ، ويستخدم الآن فى جمع الحروف فى مجلة
اكتوبر ، ومجلتى روزاليوسف وصباح الخير ، وأدخلته مؤخراً مؤسسة
التعاون وتطبع به بعض صفحاتها .

٤ - اختيار نوع الورق

يشكل الورق عنصراً أساسياً فى العملية الطباعية : فميكانيكا انتاج
المجلة مثلها فى ذلك مثل أى مطبوع آخر تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية :
الحروف والكليشيات (السطح الطابع) والحبر والورق .

ويصنع الورق من لب الخشب أو من القش أو القنب أو النباتات
أو الخيزران أو الجوت ، أو من بقايا نسيج الكتان أو القطن أو الخيش ،
بسطها حتى تصبح على شكل ورق دقيق بسبك معين ، وتعامل بعض
أنواع الورق - بعد انتاجه - بالصقل ، عن طريق الضغط أو بأضافة
مواد أخرى تكسبه لمعاناً وزيادة فى الوزن (٦٤) .

الورق المستعمل فى الطباعة :

هناك خمس فئات رئيسية للورق الذى يستعمل فى الطباعة هى :
ورق الجرائد Newsprint ، وورق الكتاب Book Papers ، وورق
الكتابة Writing Papers ، الورق المثوى Card Boards ، والورق
المشيت Miscellaneous .

الفئة الاولى : ورق الجرائد Newsprint

وهو ورق رخيص يصنع من الشجر الخشن ، وكما يبدو من الاسم
يستعمل فى طباعة الجرائد ، والإيصالات والإعلانات والمنشورات ، كما
يستعمل فى طباعة المجلات Comics ، والمجلات المطبوعة على ورق
رخيص Pulp التى تسمى بهذا الاسم Pulpies أو Pulp نسبة
لنوع الورق .

وقد يكون هذا الورق خشنا ، تنفذ اليه السوائل لدرجة انه لايتحمل
عمليا الحفر engravings ، باستثناء الكليشيهات الخطية Line cuts
نقط ، وتستعمل الجرائد والمجلات نوعا من ورق الجرائد يناسب الحصول
على كليشيهات شبكية خشنة .

الفئة الثانية : ورق الكتاب Book Papers

ويأتى فى عدة اوزان وتشطيبات مختلفة ، ويتألف من أمرخ ناعمة تنفذ
منها السوائل الى الدرجات الناعمة من الورق الناعم المصقول ، ويستعمل
فى طباعة الكتب والمجلات والكتالوجات والبرامج والنشرات والادلة ، ويضم
ورق الكتاب عدة أنواع :

١ - الورق المشطب آليا Machine finished

وهو ورق رخيص ، ولكنه أجود من الـ Newsprint ، وله كفاءة
تؤهله ليكون الورق المفضل للمجلات ذات التوزيع الكبير ، ويتم تنعيم هذا
النوع من الورق بتمريره بين أسطوانتين للتشفيف ، وهى عملية «تنعيم»
أو «تلميس» calendering ، ويعطى هذا النوع نتائج جيدة بالنسبة
للمواد المصورة ، وان كان لايعطى تفاصيل الصورة جيدا .

٢ - الورق البالغ المصقل Super Calendered

نوع يتميز بالخشونة ، وسطحه لامع يتشرب الحبر ، افضل من
سابقه ويستعمل فى الطباعة الفاخرة كالمجلات الدعائية والاعلانية .

٣ - الورق المرتب حسب حجمه والبالغ المصقل

Sized and Super calendered

الورق الاخشن من سابقه ، والامضل لطباعة المواد الظلية والصور .

٤ - الورق المصقول اللامع Coated Enamel

وهو افضل للظلال الناعمة ، أعلى سعرا ، وسطحه أنعم ، ويسمى
بالورق المصقول ، ويتمتع بقسرة على البقاء ، ووزنه أثقل من
النوعين السابقين .

٥ - الورق الاوفست Offset Paper

وهو مقاوم للماء ، لذلك نجده يسخ خصيصا ليلائم الطباعة من السطح
الاملس (الاوفست) .

٦ — الورق العتيق Antique Paper

ورق ناعم ، تنفذ اليه السوائل ، ويستعمل أساسا لطباعة الكتب ، حيث الصور غير ضرورية ، ولطباعة الأدلة وبرامج الدعاية .

٧ — الورق الانجليزي المصقول English Finished

ويشبه الورق العتيق ، ولكنه أتم .

٨ — الورق المصقول الخاص Special Finished

لمطبوعات الأكثر تكلفة والأعلى سعرا والتي تهدف لاحسدا بشائير بصرى قوى وخاصة تلك التي تتطلب ورقا أملسا ذا سطح مصقول صقلا جيدا وغالبا ما يكون ثقيلًا ، ويشمل هذا النوع داخله أسنفا من الورق مثل :

Stain Pebbled, Wover Paper, Laid paper, Liverfinishes finish,

الفئة الثالثة : ورق الكتابة Writing papers

ويستعمل هذا النوع في الكتابة ، وقد صنع هذا الورق ليلقى حبر الاقلام وحبر الطباعة ، وبعض أنواع هذه الفئة تحتوي على أنسجة من خرق الملابس Reg Fibres ، ويسمى Reg content paper ، وقد يعرف بالأسماء التالية : Mimograph Bonds Ledgers Bonds .

الفئة الرابعة : الورق المقوى Card Boards

وهو نوع كثن سميك ، ويستعمل في صنع أوراق التذاكر ، والملفات والملصقات والمطبوعات التي تتطلب ورقا سميكًا خشنا وأغلفة الكتب ومن مشتقاته الـ chip board ، والـ Gray Coloured Board وهو أرخص .

الفئة الخامسة : الورق الشيشى Miscellaneous

ويتدرج تحتها أنواع أخرى ، كالورق المصنوع بمصبغة مصقولة على وجه واحد Gunmed Paper with glue coating one side وكذلك الورق الخفيف الرقيق الذي يستعمل كإفخ ثابتة في صنع خطابات البريد الجوي ونوع آخر سميك له قدرة على الامتصاص .

كانت هذه هي الفئات المختلفة للورق .. فماذا عن اصناف الورق الموجودة في السوق المصرية من حيث الوزن (وزن المتر المربع منه بالجرام) ، ومقاس الفرخ منه ؟ هذه هي الاصناف المتوفرة من الورق في السوق المصرية :

١ — **الجرنال** : وزنه ٥٢ — ٦٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، وهو ورق خشن الملمس داكن اللون ، وتطبع عليه الجرائد والمطبوعات الاعلانية الرخيصة .

٢ — **السلاتينية** : وزنه ٦٠ جرام ، و ٦٢ جرام ، ومقاسه ١٠٨×٧٠ سم وهو انعم ملمسا من ورق الجرنال وداكن اللون كذلك ، واغلى قليلا منه في الثمن ، وتطبع عليه المجلات والمطبوعات الاعلانية غير القيمة .

٣ — **ورق الطبع الابيض** : واوزانه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ ، ١٠٠ ، ١٢٠ جرام ، ومقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، ومنه ما هو ناعم (سوبر) ، وما هو خشن الملمس ، ويستخدم في طباعة الكتيبات ودفاتر البيانات وغيرها ، كما ان الناعم منه يصلح لطباعة الالوان .

٤ — **الازوريه** : وهو ورق سماوى اللون مشرب بالخضرة ، زنة ١٠٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ويستخدم في طباعة الخطابات القيمة ودفاتر السجلات التى يدوم استعمالها فترة طويلة من الزمن .

٥ — **الكوشيه** : وهو ورق ابيض ناعم الملمس يقطى اثناء انتاجه بطبقة من الطين الخزفي تكسبه سمكا ولعانا ، واوزانه يتراوح بين ١٠٠ و ٢٥٠ جرام ، ويستخدم في المطبوعات الراقية ، وخاصة اذا احتوت على صور والوان ، ويصلح للمطويات والكتيبات واغلفة المجلات وما اليها .

٦ — **المتينفولد** : وهو ورق خفيف يتراوح وزنه بين ٣٠ ، ٤٠ جرام ، ومقاسه ٨٦×٥٦ سم ، ويستخدم في صور الخطابات او المستندات ، ويطلق عليه احيانا اسم « ورق الارز » وتتوفر منه خمسة الوان هي : الابيض ، والفسقى ، والسماوى ، والببى ، والاصفر .

٧ — **البوشمان** : وزنه ٦٠ جرام لامع ، مقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، وتتوفر منه ثلاثة الوان هي : الاصفر والببى والسماوى ، ويستخدم في طباعة الخطابات التى لها اهمية خاصة .

٨ — **الافيش** : وهو أبيض أو ملون لامع من أحد وجهيه وخشن من الوجه الآخر ، ووزنه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ١٠٠×٧٠ سم ويصلح لطباعة الاعلانات الملصقة .

٩ — **الساقيت** : زنة ٤٠ ، ٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ ١٠٠×٧٠ سم ، ويتوفر منه لوانان هما الأبيض والأصفر الفاتح ، وله وجه ناعم والآخر خشن ، ويستخدم في طباعة البطاقات التي تلتصق على الزجاجات .

١٠ — **الكرومو** : زنة ١٠٠ جرام ، ومقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، واحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم في طباعة البطاقات التي تلتصق على الصفيح .

١١ — **الورق الذى يتشرب الحبر** : وهو ورق خشن يستخدم في نسخ صور الموضوعات المكتوبة على ورق الاستنسل ، وهو يتشرب الحبر فوراً ، ووزنه ٦٠ أو ٧٠ جرام ومقاس الفرخ منه ٨٦×٦٦ سم .

١٢ — **البريستول** : وهو ورق ثقيل الوزن منه ما هو ناعم الملمس وما هو خشن شيئا ما ، ويستخدم في أغلفة الكتب أو طباعة بطاقات الزيارة أو الدموة ، وهو من أوزان تتراوح بين ١٨٠ و ٢٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ١٠٠×٧٠ سم .

١٣ — **البريسان** : وهو ورق ناعم لامع من الوجهين ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ومن ألوانه الأزرق ، والأحمر والأخضر والبني ، وكلها داكنة ، ويستخدم في عمل الدوسيهات وأغلفة الكراريس والكتب .

١٤ — **الورق العاجى** : وهو ورق منقوش السطح غير ناعم الملمس ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ومنه ألوان هي الفستقى ، والبمبى والأصفر ، ويصلح لأغلفة الكتب وبطاقات الدموة .

١٥ — **الدويلكس** : هو ورق ثقيل الوزن حيث يتراوح بين ١٢٠ و ٢٥٠ جرام ، مقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، واحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم في صناعة العلب الورقية (كعلب السجائر والدواء والمنظفات الصناعية) .

١٦ — **الكرتون** : وهو ورق ثقيل جاف ، منه ما هو رمادى اللون وما هو

أبيض ، ويستخدم الرمادي منه في صناعة بعض أنواع اللعب (كعلب الاحذية) وفي أغلفة السجلات وتغليف الكتب القيمة ونتائج الحائط بعد تغليفه بنوع آخر من الورق أو القماش ، أما الكرتون الأبيض فيستخدم في طباعة نتائج الحائط أو لوحات العرض في المتاجر أو بطاقات الاسفار وما إليها ، ويتراوح وزن الكرتون بنوعيه ما بين ١٠٠ و ٣٠٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم .

١٧- **المقيللا** : وهو ورق لين الى حد ما ، يستخدم في صناعة الدوسيهات ، وطباعة أغلفة الكتب ، ووزنه ٣١٠ جرام ومنه مقاسان هما ٧٦×٥٦ سم ، و ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه اللون هي : البهبي والفسقي والسمنى .

١٨- **ورق الغلاف** ، وهو سمنى اللون أو أبيض ، وزنه ٦٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستعمل في تغليف الدفاتر التجارية كالايصالات والفواتير .

١٩- **الورق المصمغ** : وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٤٤×٥٦ سم ، و ٤٦×٥٦ سم ، وهو من ألوان متعددة ، ووجهه غير الملون مصمغ ، ويستخدم في صناعة البطاقات .

٢٠- **الورق الشجرى** : وهو ورق مجزع اللون منه ألوان متعددة وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستخدم في تبطين الغلاف الكرتونى من الداخل حتى يخفى آثار لصق الغلاف الخارجى للكرتون .

٢١- **الكرافت** : وهو ورق داكن سمنى اللون ، وزنه من ٦٠ الى ١٠٠ جرام ، ويستخدم في الف والجليد .

وأهم المقاسات لافرغ الورق وتسميتها وفقا للاصطلاحات الشائعة في اسواق الورق والطباعة :

٧٦×٥٦ سم	جاير مجير
٨٢×٥٧ سم	جسائر
٩٢×٦٠ سم	جاير جاير
٦٥×٥٠ سم	تالبين مفرد
١٠٠×٦٥ سم	تالبين مجوز
١٠٠×٧٠ سم	تالبين مجوز كامل

وهناك مقاسات أخرى سبق الحديث عنها مثل :

١٠٨×٧٠ للورق الساتنيه
١٢٠×٩٠ للورق السكرافت
٨٦×٦٦ للورق الذى يتشرب الحبر .

ويباع الورق اما على لفائف (بوبينات) بالوزن ، او على شكل رزم تضم الواحدة منها ١٠٠٠ او ٥٠٠ ، او ٢٥٠ فرخ ، غير ان ذلك لا يراعى بدقة فمثلا قد يتراوح عدد الامرخ في الرزمة المكونة من ٥٠٠ فرخ فيما بين ٤٨٠ و ٥١٦ فرخا .

ويستعمل لفظ News Print لورق الجرائد ، اما ورق المجلات الذى يهمننا هنا — فيطلق عليه Stock

الورق المستعمل في طباعة المجلة :

تطبع المجلات على ثلاثة انواع فقط او فئات من بين الفئات الخمس السابق الإشارة إليها وهي : ورق الجرائد News Print ، وورق الكتاب Book Papers ، والورق المقوى Card boards

وفي صنع الاغلفة Covers

يستعمل الورق المقوى Card Board وذلك لانه اسبك واكثر دواما واصقل من الورق الذى سوف يستخدم في طببع جسم المجلة .

وجسم المجلة او صفحاتها الداخلية او المتن : Text

يطبع من ورق الجرائد News Print ، او من ورق الكتاب خاصة الورق العتيق antique والورق المشطب / آليا machine finished ، والورق البالغ الصقل Super Calendered ، والورق المصقول اللامع Coated Enamel ، والورق المصقول الخصوصي Special finished وبعض الدوريات الصغيرة التى لا تزود اغلفتها بالصورة تستعمل جسم ورق المجلة نفسه في طببع الغلاف .

وبعض المجلات تستخدم انواعا عديدة من الورق في طبعة واحدة . ورق خاص لطباعة الغلاف ، ونوعا لطباعة الصفحات الداخلية ، ونوعا ثالثا لطباعة ملحق ، ونوعا رابعا لطباعة كويون او اضافات داخلها

(مثلما تفعل مجلة *Smith* حين تضع بطاقات أو كويونات للاستراكات داخلها في مساحة تختلف عن مساحة الصفحة) .

وهكذا نرى ان اختيار نوع من الورق لطباعة المجلة يكون مزيجا من حكم شخص وعوامل ومؤثرات أخرى تشمل : نوع الطباعة حيث يتطلب كل نوع ورقا له سمات مختلفة ، واعتبارات التصميم الاساسى للمجلة ، واعتبارات التكلفة ، ووظيفة المجلة وعلى المخطط ان يتفق مع نوع الورق وكميته وحجمه بالنسبة لجسم المجلة ، والغلاف مما يتطلب التشاور مع الطابع .

٤ - اختيار نوع الحبر :

الحبر هو احد عناصر ثلاثة - كما سبق ان بيننا - مع الورق والسطح الطابع تشكل اساس العملية الطباعية ميكانيكيا ، وقد عرفت احبار الطباعة - في اصولها الاولى - منذ فترة طويلة قبل اختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة ، وكان الصينيون يستعملون احبار الطباعة قبل ٣٠٠ سنة من ميلاد المسيح للطباعة من كل خشبية .

وهناك مكونات ثلاثة اساسية للحبر الطباعي :

(ا) الصبغة Pigment

وهي مادة أو مسحوق مطحونة طحنا جيدا ، وقد تكون عضوية (حيوانية أو خضروات) أو غير (معدنية) وهي التي تعطي الحبر اللون الخاص به .

(ب) الحامل Vehicle

وهو نوع من الورنيش *Varniche* والمواد الزيتية المختلفة كزيت بذرة الكتان ، الزيوت البترولية ، زيت الراتنج أو الكحول ويشكل العنصر السائل الذي تمتزج داخله الصبغة الملونة والمكونات الأخرى ، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها على السطح المطبوع ، ومسئول عن اللصاق والخشونة أو الصلابة .

والاحبار التي تتدفق بسرعة تسمى طويلة ، والتي تتدفق ببطء تسمى قصيرة ، ويؤثر على ذلك نوع المطبعة وطريقة الطباعة .

(ج) المجفف : Drier

مادة تضاف الى الحبر لتساعده على التحكم فى زمن الجفاف ، وتصنع من زيوت البترول والملح المعدنى او المركب ، والشمعيات Waxes ، وقد تضاف مركبات لتمنع تجهد الحبر ، والتصاق الفرخ الورقى ، ولتقوية المقاومة ، وقد تضاف أيضا الشحوم ، وزيوت التشحيم ، والزيوت المجففة والمذيبات لتساعد على الطباعة الحادة بتحسين الجفاف ومنع التجعد والعوامل المانعة للالتصاق بفعل الجفاف الزائد .

وبذلك يساعد هذا المجفف والمركبات الاخرى على التحكم فى تفاعل المزيج المتكون فكل طريقة طباعة تتطلب حبرا له سمات مختلفة والحبر المستعمل يحدده أيضا نوع المطبعة وسرعتها ، وعملية الطباعة والسطح الطابع والاستعمال النهائى للمطبوع ، بحيث يقسم البعض احبار الطباعة الى ثلاثة انواع رئيسية : بارزة وملساء وغائرة بشكل يتبع انماط الطباعة ، وقد تقسم بشكل يتبع انواع او فئات الورق الرئيسية ، وان كان التقسيم الشائع لانواع الحبر الطباعى هو :

١ - حبر طباعة الجرائد News ink : حبر خفيف القوام ، ويجف من طريق نفاذه او توغله او تخلله للورق ويستعمل أساسا مع ورق الجرائد .

٢ - حبر الشغل Job ink : حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة فى معدل العمل .

٣ - الحبر الغليظ Bond ink : حبر غليظ جدا ويستعمل الورق من نوع الـ Bond والـ Ledger التى تتميز بالتشطيبات الخاصة Finishes التى تعد احد انواع ورق الكتاف .

٤ - حبر الظلال Halftone ink : حبر ناعم ، دقيق ، يستعمل مع الورق المستعمل ، ولطباعة الظلال .

٥ - حبر الغلاف Covev ink : وهو حبر خشن جدا ، كامل التشكيل يستعمل مع الورق المستعمل فى طباعة الاغلفة وهو الورق الخشن Card boards من الصبغة والحامل بشكل جيد وقد يكون مؤثرا وليس ضارا (٦٥) .

واحبار الطباعة تجف بطريقة او بوزيج من أكثر من طريقة من الطرق الآتية :

١ - الامتصاص Absorbion أو التوغل Penetration

وذلك عندما نستعمل حبرا رقيقا جدا ، وقد يكون الحامل غير مجفف يمتص الحبر في هذه الحالة بواسطة الأنسجة الداخلية للورقة ، حيث تبقى رطبة لبعض الوقت .

ب - الأكسدة Oxidation أو الاختزال (البلمرة) Polymerization :

وهو أسلوب لتجفيف الحبر على مرحلتين يستعمل في معظم الأحبار في الطباعة من السطح البارز أو من السطح الأملس ، ويمتص الأكسجين عن طريق الزيت المجفف ، ويتبعه جزء من الحامل عن طريق تخلل الأكسجين لحبر الفيلم ثم يخشن بعد ذلك .

ج - التصعيد Volatization أو التبخر Precipitation :

أسلوب للجفاف يعرض القطعة المطبوعة الى الماء في شكل بخار ، وتؤدي رطوبة الماء الى خروج الحامل بعيدا عن المحلول ليظهر مثبتا الصبغة بقوة الى الورق .

٦ - أحبار خاصة Specialty ink :

ويوظف لأغراض طباعية خاصة ، في طبع ورق السوليفان - على سبيل المثال - وورق الشمع ، وقد تمزج بعض الأحبار للحصول على لون معين، وينصح في ذلك بضرورة البدء باللون الأخف، وإضافة كميات قليلة من اللون الأكثر قتامة اليه (٦٦) .

المعلومات الفنية الأساسية

المطلوبة للتخطيط للمجلة :

وفي حالة وجود ، أو شراء ، أو تأسيس مطبعة خاصة بالمجلة ، تنتقل هذه القرارات الفنية التي تم التوصل اليها الى المسؤولين عن هذه المطبعة والاقسام الفنية المختلفة في المجلة للتنفيذ .

وفي حالة عدم وجود مطبعة خاصة للمجلة ، قد يتم الاتفاق مع مطبعة رأسا ، أو يتم طرح عملية مشروع طبع المجلة في مناقصة ، قد يعلن عنها في الصحف ، أو ترسل خطابات بها الى المطابع ، فيما يسمى بـ « كراسة المناقصة » الى عدد من المطابع ، وتلخص فيها المواصفات الفنية أو الشكل الفني للمجلة الذي يعد النتاج العملي أو التطبيقي لتلك

القرارات الأساسية التي اتخذها المخطط لإصدار المجلة على المستوى الفني وهي التي تحدد :

- ١ — حجم المجلة (الأبعاد الخارجية لنسخة مفردة) .
- ٢ — عدد الصفحات لكل طبعة .
- ٣ — عدد الطباعات في السنة .
- ٤ — عدد النسخ من كل طبعة .
- ٥ — أبعاد المادة المطبوعة (بالكور) .
- ٦ — العدد التقريبي للمواد المصورة Illustrations سواء كانت صوراً ظلّية أو خطية أو كلاهما ، وتعريف الطابع مما إذا كان سيقوم بصنع الكليشيهات — بالنسبة للطباعة البارزة — أو سيزود بها ، وإذا لم يكن لأحد من المسئولين من المجلة خبرة في هذا المجال ، فمن الأفضل جعل الطابع مسئولاً عن الكليشيهات .
- ٧ — عدد ألوان الحبر للصفحات الداخلية والغلاف .
- ٨ — الحروف والأبناط المطلوبة : الأنواع والأحجام .
- ٩ — الورق : حجمه ونوعه ووزنه ، بالنسبة للصفحات الداخلية والغلاف .
- ١٠ — التجليد : هل هناك غلاف خارجي من ورق المجلة نفسها ، أو من ورق من نوع آخر ؟ أسلوب تصميم الغلاف ؟ كيف سيتم تجليد الصفحات : هل بالسلك ، أم بالخيط ، أم بالتنقيب ، أم بالتدبيس ، أم باللصق .
- ١١ — التجارب (البروفات) العدد والنوع سواء كانت بروفات جالية (سلخ) أو بروفات صفحات ، أو بروفات نهائية للعسدد ، من سيتسلمها ومتى وأين ؟
- ١٢ — أسلوب التوزيع : أين سوف يتم تسليم النسخ المطبوعة من المجلة ؟ ولن ؟ وبأي أسلوب ؟ هل سيرسلها الطابع بالبريد ؟ أم سيقوم إدارة المجلة بعملية التوزيع ؟ أم ستقوم المؤسسة التي تطبع فيها المجلة بتوزيعها أيضاً مثل مجلة النصر التي تطبع وتوزع عن طريق

دار الهلال — اذا كان لديها ادارة للتوزيع ؟

وعند الوصول الى اتفاق مع طابع بدون مناقصة ، أو عند رسو المناقصة عليه ، يقوم الطابع وعلى أساس المعلومات السابقة بتزويد ادارة المجلة بعينات للصفحات وايضا بتقدير للتكلفة ، لكي يراجع المخطط تخطيطه ويتعرف على انكاسيات المطبعة والطابع (٧٦) .

العقد النهائي :

بعد اختيار الطابع يكون من الضروري الحصول على عقد رسمي مع هذا الطابع ، قد يكون العقد سنويا ، لمدة سنة شهور أو ثلاثة ، وبعض دور النشر — مثل دار اخبار اليوم — تشترط دفع تأمين قبل البدء في طبع مجلة ما ، ويغطي عقد الطباعة الذي يوقعه رئيس التحرير أو المدير العام مع الطابع على هذه النقاط :

- ١ — السعر ، أو نفقة الطباعة مقسمة الى فئاتها المختلفة : الجمع ، التوضيب ، الطبع ، التجليد ، التغليف .
- ٢ — الجدول الزمني : أو تحديد أيام العمل المطلوب فيها تسليم المواد وتسليم البرونات ومراجعتها وتسليم نسخ المجلة المطبوعة .
- ٣ — تحديد الشخص المسئول في المطبعة عن المجلة ؟ واسلوب التعامل معه .
- ٤ — اجراءات الارسال بالبريد ، ونفقاته ، أو اسلوب نقل النسخ الى المقر أو الجهة المتفق عليها .

وبعد التعاقد ، والموافقة على عينات الصفحات ، تستعد المطبعة لتلقى المواد الصحفية على اساس الجدول الزمني الموضوع (٦٨) .

رابعاً : قرارات على المستوى البشرى

الأفراد هم الأساس في أى مشروع ، وتزداد اهميتهم في المجلة كمشروع صحفى تجارى وصناعى في الوقت نفسه ، وتتوقف احتياجات المجلة من العنصر البشرى على اساس حجم النشاط المتوقع ، بعد تقدير الطلب على الإنتاج وحجمه (عدد النسخ المتوقع توزيعها من المجلة) وحجم المشروع والبناء المادى والبشرى الذى سيخرج المجلة ، ويتم اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى في المجلة — كمؤسسة صحفية — من اداريين وفنيين ومحررين على مرحلتين أو فترتين :

أ - فترة الانشساء :

بعد وضع تنظيم للمشروع تحدد فيه الوظائف المطلوبة وشروطها ، ويتم تشغيل هذه الوظائف بالامراد المناسبين وهنا يحتاج المشروع الى :

(١) هيئة تحرير المجلة (رئيس التحرير ومساعدوه ورؤساء الاقسام والمحريين) .

(٢) الهيئة الادارية للمشروع والفنيين اللازمين للاشراف ومتابعة تنفيذ المباني .

(٣) الفنيين الذين سيتقومون بالاشتراك في عمليات تركيب الآلات وتولى تشغيلها بعد ذلك .

(٤) الفنيين اللازمين لمتابعة تنفيذ المرافق المختلفة مثل الكهرباء والبخار والتكييف ، ويلاحظ أن وجود الفنيين ضرورى على اساس أنهم سيكونون مسئولين عن أى أعطال تحدث بعد ذلك وأصلاحها .

(٥) الاداريين اللازمين للقيام بعملية توفير احتياجات المشروع من الامراد واعداد البرامج التدريبية اللازمة لهم .

(٦) بعض الماليين لتولى مسئوليات تنظيم الاتفاق على اعمال المشروع والحصول على احتياجاته سواء بالاستيراد أو من السوق المحلى .

(٧) بعض العمال المهرة ونصف المهرة والملاحظين لمعاونة الفنيين .

(٨) بعض عمال الخدمة العامة .

(٩) بعض موظفى السكرتارية .

ب - فترة التشغيل :

ويتم فيها وضع التنظيم الادارى للمشروع بمعرفة الفنيين والاداريين المسئولين عن المشروع وذلك فى ضوء حجم التوزيع المتوقع والطاقة الانتاجية واساليب التوزيع .

وعملية التخطيط لتدبير العنصر البشرى للمجلة ، كمشروع صناعى وتجارى تعتمد على فكرة المعلومات التى تكون متاحة للمخطط وتشير بالتفصيل الى : -

— الجهاز التحريري والاخراجي المقترح والمخطط له .

— الدراسات لدى توافر الافراد الذين يحتاجهم مشروع اصدار المجلة في البيئة التي سيقام فيها ، وفي مختلف نواحي المشروع (التحريرية — الفنية — الادارية) .

— انواع الوظائف المطلوبة وتوظيفها في مخطط التنظيم .

وبدراسة هذه المعلومات دراسة جيدة ، يمكن تحديد عدد الافراد اللازمين لشغل الوظائف المطلوبة ووضع مواصفات مفصلة لكل نوع منها ، وهو ما يسمى في ادارة الاعمال « بتوصيف الوظائف » ، ثم مقارنة المصادر المختلفة — للقوى العاملة في البيئة — التي يقع داخلها المشروع واختيار افضل الطرق للحصول على احتياجات المجلة منها (٦٩) .

ويمكن الحصول على العنصر البشري أو الافراد اللازمين لمجلة عامة ، من عدة مصادر من بينها (٧٠) :

(١) من بين العاملين في المنشآت القائمة التي تماثل المشروع في طبيعة نشاطها ، أي مؤسسة صحفية أخرى ، تصدر مجلات مثلا ، وهذا ما فعله مصطفى أمين وعلى أمين عندما اصدرا جريدة اخبار اليوم عام ١٩٤٤ حيث جذبوا اليها عددا كبيرا من كتّاب الجرائد الاخرى ومحرريها للعمل معهم ، وهذا ما فعله محمد حسنين هيكل حينما تولى رئاسة تحرير جريدة الاهرام عام ١٩٥٧ ، وكان قبلها يعمل رئيسا لتحرير مجلة آخر ساعة ، وانتقل معه عدد كبير من محرري دار اخبار اليوم ووكالة ابناء الشرق الاوسط .

بيد أن الاعتماد على هذا المصدر بصفة رئيسية يؤدي الى منافسة بين المنشآت حول اجتذاب العاملين الامر الذي يؤدي الى رفع الاجور بدون مبرر ، فضلا عن أن المحرر أو العامل الذي يفتقل بين المنشآت المختلفة لا يتوقع له استقرار في أي منها .

(٢) الاتجاه الى مكاتب العمل أو القوى العاملة ، وسؤالها عن ترشيح عدد من العاملين للمواصفات المطلوبة للترشيح ، وفي الاعتماد على ذلك اقلال لنسبة البطالة في الدولة ، غير أن من عيوب هذا المصدر أن المقيد في مكاتب العمل (أو القوى العاملة) غالبا ما يكونون من بين حديثي التخرج الذين لا خبرة لهم ، أو الذين لفظتهم المنشآت الأخرى لسبب أو لآخر . وهذا المصدر لا يتفق مع طبيعة العمل الصحفي الذي يتطلب علما وخبرة ، واستعدادا من نوع خاص .

(٣) الاعلان فى الجرائد اليومية — وبخاصة فى الاعلانات المبسوبة — عن طلب عاملين بالمواصفات المقررة ، وهنا تكون فرصة الاختيار من بين من يتقدمون استجابة للاعلان ، وهذا ما تفعله بعض مؤسساتنا الصحفية ، عندها تريد مندوبى اعلانات مثلا ، او خطاطين ، وكذلك الجرائد والمجلات العربية التى تعلن عن حاجتها الى محررين وعمل واداريين من خلال الصحف المصرية .

(٤) الاتصال بالجامعات والمعاهد التراسية الملائمة — كلية الاعلام واقسام الصحافة بالجامعات — وطلب ترشيح عدد من خريجها ثم اجراء الاختبارات لهم ، واختيار الاصلح من بينهم ويصلح هذا المصدر ، لملء الوظائف الشاغرة التى لا تحتاج الى خبرة سابقة بل يمكن اكتساب الخبرة فيها بالمران .

وهذا ما فعلته جريدة الشعب — الناطقة بلسان حزب العمل الاشتراكي المعارض — فى بدء انشائها ، حين طلب رئيس تحريرها حامد زيدان من رئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام ترشيح عدد من الطلبة للعمل والتدريب بالجريدة ، وكذلك ما فعله الدكتور حسين الغمري — الرئيس الحالي لمجلس ادارة الشركة القومية للتوزيع — عندما كان يتولى منصب المدير العام والعضو المنتدب لمؤسسة اخبار اليوم ، فقد طلب من كلية الاعلام ترشيح عدد من خريجها للعمل كمحررين بقسم المعلومات بالمؤسسة .

(٥) استيراد ذوى الخبرات من خارج الدولة ، اذ لم يتوافر لها العاملون الفنيون المناسبون ، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بالمنشآت الاجنبية ذات السمعة الطيبة وسفاراتها فى الخارج او بيوت الخبرة التى تعمل على نطاق دولي ، فمثلا جريدة « عكاظ » السعودية تستعين بمؤسسة اخبار اليوم ممثلة فى بعض كبار محرريها — فى تزويدها بالعنصر البشرى الذى تحتاجه من محررين واداريين وعمل مهرة . وهذا المصدر هو الذى تعتمد عليه — بشكل رئيسي — معظم الجرائد والمجلات العربية المنشأة حديثا فى البلاد العربية واخرها على سبيل المثال : جريدة « الراية » القطرية التى كان يدير تحريرها الكاتب الصحفي المصرى رجاء النقاش ، الذى اقنع عددا كبيرا من المحررين المصريين بالعمل معه فيها .

مصادر المادة الصحفية في المجلة :

والحديث من القزارات التي يصدرها أو يدرس المخطط لاصدار المجلة أسلوب التخطيط لاصدارها يرتبط بالحديث عن المصادر التي تحصل منها المجلة بشكل عام على المواد الصحفية من مواد مكتوبة ومواد مصورة (صورة فوتوغرافية - رسوم) والتي تنقسم الى نوعين :

أولا : المصادر الداخلية :

هي ناشرو المجلة ، ورؤساء التحرير ومعاونوه ، وكتابها ، وأعضاء جهاز التحرير ، المصورون ، الرسامون ، المراسلون ، المستشارون ، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة ، ويمكن تسميتهم جميعا بمحرري المجلة، أو أعضاء الجهاز التحريري .

ثانيا : المصادر الخارجية :

وهم الكتاب الاحرار (المصاحفون) ، والمصورون ، والرسامون ، الوكالات المختلفة ، القراء ، مكاتب الاعلانات ، المصادر الاعلانية الاخرى ، مكاتب الخرائط والرسوم ، مجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها ، الجرائد الاخرى ، الكتب وكلاء الكتب ، مصادر أخرى متنوعة (٧١) .

وفي الحديث عن مصادر المواد الصحفية في المجلة نبدا بالمحرر أو عضو جهاز المجلة التحريري Staff member ، ثم الكاتب الحر (الخارجى) أو المصاحف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد في الحصول على المادة التحريرية على كتاب من الخارج أو محررين : سواء كانوا محررين في جرائد ومجلات أخرى ، أو يعملون في وكالات للأنباء ، أو موظفين أو ربات بيوت ، يقضون فراغهم في الكتابة للمجلة ، وذلك يعود على طبيعة المضمون المتنوع الذى تحصله المجلة - خاصة المجلة العامة - الذى قد لا تستطيع أن تغطيه كله هيئة تحرير المجلة .

المحرر في المجلة

المحرر في المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريري Staff member (أو هيئة التحرير) ، وقد يكون هذا المحرر رئيسا للتحرير ، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير ، أو مسدوبا لخباريا ، أو مشرفا فنيا ، أو مخرجا صحفيا ، وهناك اتجاهان في مؤهلات محرر المجلة وأسلوب اعدادة للعمل الصحفى :

الاول : يرى ان محرر المجلة ينبغي ان يبدأ عمله في جريدة يومية ، ثم جريدة اسبوعية عامة ، حتى يستوعب العمل الاخبارى ، ثم ينتقل بعد ذلك الى العمل في المجلة ، لان عمله في مجلة من البداية سيفقده الحس الاخبارى .

والثانى : يرى ان محرر المجلة ينبغي ان يبدأ في المجلة ، ولا يكتفى بالعمل في قسم التحرير فقط ، بل في ادارات التوزيع والاعلان والمطابع والادارة العامة حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يسود العمل فى المجلة (٧٢) .

ويتوقف حجم محررى المجلة ، او عدد العاملين في جهازها التحريرى ، وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها وكذلك دورية صدرها ، وهناك قاعدة صحفية اصبحت بديهية الآن في عالم المجلة تقول : ان « هناك تناسباً عكسياً بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة ، فكلما اتجهت المجلة الى التخصص ، قل عدد محرريها ، أعضاء الجهاز التحريرى ، وزاد عدد الكتّاب الخارجيين (الاحرار او المصاحفين) ، وكلما اتجهت المجلة الى المضمون العام زاد عدد محرريها ، وقل عدد الكتّاب الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها .

مجلة « النيل » (*) :

مثلاً وهي دورية متخصصة تعتمد على جهاز تحرير يضم خمسة افراد : رئيس التحرير وأربعة محررين ، مهتهم جمع المساهمة من الكتّاب الخارجيين (المصاحفين) الذين يتولون كتابة المقالات والدراسات والبحوث اللازمة .

ومجلة « السياسة الدولية » (***) :

يتكون جهازها التحريرى من خمسة افراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير وثلاث سكرتيرى تحرير ، لاعتمادهما على المقالات والدراسات والتقارير التى يكتبها اساتذة وكتاب متخصصون .

(*) النيل : مجلة علمية تبع سنوية تصدر من مركز النيل للاعلام والتعليم والتدريب التابع للهيئة العامة للاستعلامات بالقاهرة ، يرأس تحريرها : محمد فيصل عبد المنعم ، صدر عددها الاول في يونيو المئضى .

(**) السياسة الدولية : دورية ربع سنوية تتخصص في الشؤون الخارجية الدولية تصدر عن مؤسسة الاهرام ، يرأس تحريرها الدكتور بطرس بطرس غالى ، صدر عددها الاول عام ١٩٦٥ .

ومجلة « الثقافة » (*) :

ويتكون جهازها التحريري من خمسة أفراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير ومشرف فنى وسكرتيران للتحرير .

ومجلة « النوحة » (**)

القطرية يضم جهازها التحريري ستة افراد ، رئيس التحرير ، مدير التحرير ، مدير فنى ، سكرتير تحرير فنى ، سكرتير تحرير ، مشرف فنى ، بحكم اعتمادها على المصاحفين الخارجيين .

ومجلة « العربى » (***)

الكويتية كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واستطلاعات وابواب ثابتة لحريها وكتابها ، ومساهمات المصاحفين من الخارج ، لذلك نجد جهازها التحريري ثمانية افراد هم : رئيس التحرير ، ونائبه ، المشرف الفنى ، سكرتير التحرير ، مدير التحرير ، وثلاثة محررين ، وبعض المصورين التابعين لوزارة الاعلام الكويتية التي تصدر المجلة .

اما الطبعة العربية من Reader's Digest :

التي كانت تصدر في الماضي عن دار اخبار اليوم — فمضم جهازها التحريري : رئيس التحرير (الطبعة العربية) وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة ادارية لالة الكاتبة ، ومترجمين من الخارج ، بحكم اعتمادها على المترجمات .

ومجلة « صبا الخير » (****)

المصرية ، مجلة عامة تتوجه للشباب أساسا ، نجد جهازها التحريري يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير ، ومشرفا فنيا ، ومستشارا

(**) الثقافة : مجلة شهرية ثقافية ، تصدر عن الهيئة العامة للكتاب بالقاهرة ، أسسها يوسف السباعي في أكتوبر عام ١٩٧٢ ، ويرأس تحريرها الدكتور عبد العزيز الدسوقي .

(*) النوحة : مجلة شهرية تصدر (عن وزارة الاعلام القطرية) ، تعنى بالثقافة والفكر ويرأس تحريرها حاليا رجاء النقاش .

(**) العربى : مجلة شهرية ثقافية عامة صدرت عن وزارة الاعلام الكويتية سنة ١٩٦٠ ، وكان المرحوم الدكتور احمد زكى اول رئيس لتحريرها ، وبعده احمد بهلاء الدين .

(**) الطبعة العربية تصدر باسم المختار من الرمدارز دايجست ، منذ الحرب المالية الثانية عام ١٩٣٩ حتى ١٩٦٧ وتولى رئاسة تحريرها فؤاد صروف ، ثم محمد زكى عبد القادر ، واخيرا كمال عبد الرؤف .

(****) صبا الخير : مجلة اسبوعية مصرية عامة تتوجه الى الشباب صدرت عام ١٩٥٦ عن دار روز اليوسف ، ويرأس تحريرها لريس جريس .

فنيا ، وسكرتيرا للتحرير وعشرات المحررين والمندوبين والمراجعين .

بعكس « الموقف العربى » (※) :

التي لا يضم جهازها التحريرى سوى شخص واحد هو المشرف العام على تحريرها (عبد العظيم مناف) يعد المجلة ويتصل بالمصاحفين ، ويعاونه فى ذلك مشرف فنى من المطبعة .

ومجلة « الشائسة الصغيرة » (※※) :

أحدث مجلة متخصصة فى مصر — يتكون جهازها التحريرى من مشرف عام ، رئيس للتحرير ، ومدير فنى ، لامتادها الاساسى على كتابات المحررين والكتاب الخارجيين .

ودورية شديدة التخصص مثل Journalism Quarterly

يضم جهازها التحريرى ستة أشخاص هم : رئيس التحرير ، ورئيس التحرير المساعد ، ومحررو الاقسام الاربعة ، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعروض الكتب التى يعمدها كتاب من الخارج (مصاحفون) ولها مجلس تحرير (استشارى) من ٣٠ عضو .

ومجلة أدبية مثل Kenyon Review

يضم جهازها التحريرى ثلاثة افراد هم : رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، ونائب رئيس التحرير .

ومجلة شبه متخصصة فى الشؤون الهندسية هي Wastes Engineering

يضم جهازها التحريرى عشرة افراد فقط هم رئيس التحرير ، ومستشاره ، ومدير التحرير ، ومساعد لرئيس التحرير ، وستة محررين ، ومجلس تحرير (استشارى) من ١٨ عضوا .

ومجلة جماهيرية عامة مثل Look

ضم جهازها التحريرى عام ١٩٦٩ ٣٨ فردا ، هم : رئيس التحرير

(※) الموقف العربى : كتاب غير دورى ، يصدر كل شهر من دار الموقف العربى بالقاهرة ، مديره العلم عبد العظيم مناف ، تتجهه اعنيته الى الطابع التومى العربى ، ويعتمد على الدراسات والبحوث والمقالات .

(※※) الشائسة الصغيرة : مجلة ننية شهرية ، تخصص فى شئون الاذاعة المرئية (التلفزيون) تصدر من جمعية الشائسة الصغيرة التى اسمها عبد الرحيم سرور ، يرأس تحريرها محمد صالح ، ويشرف على تحريرها نوبيل لبيب .

العام ، ورئيس التحرير المسئول ، ورئيس التحرير التنفيذي ، والمدير الفني ، ومساعدون لمدير التحرير ، أو رؤساء الأقسام ، ومحرر للصورة ، ومحرر لكتاب الحياة الحديثة ، ومحرر للشئون الخارجية ، وكبير للمحررين ، وكبير المراجعين ، وخمسة محررين مساعدين ، وخمسة مديرين لتحرير المكاتب الخارجية ، وأربعة عشر محررا في قسم البحوث ، ومدير للانتاج التحريري ، ومدير تجاري (٧٣) .

الجهاز التحريري للمجلة العامة :

يضم الجهاز التحريري للمجلة العامة عددا كبيرا من المحررين ، بحكم اعتماده الاساسي عليهم في اعداد مواد المجلة المختلفة على المحررين ، الى جانب استئجار بعض المصاحفين . وفي العادة يضم : رئيسا للتحرير ، ومجموعة من معاوني رئيس التحرير ومساعديه وفوايه قد يكونون (مدير التحرير - مساعد رئيس التحرير - نائب رئيس التحرير - رئيس التحرير التنفيذي - رئيس التحرير المساعد - رئيس تحرير الطبعة الخارجية) وتختلف تسميتهم من مجلة الى اخرى ، وكذلك عددهم ، ومشرافا فنيا ، وسكرتيرا للتحرير ، وكبيرا للمراجعين ، وكبيرا للمصورين ، ومحررا للصورة ، ومحررا للمعلومات ، ورؤساء الأقسام ، أو مسئولى الابواب ، ومسئولى المكاتب الخارجية أو المراسلين (ان كانت امكانياتها بوجود مراسلين خارجيين) ، ومحررين ، ومنسوين ، ومراجعين ، ومصورين ، ورسامين ، وخطاطين (٧٤) .

رئيس التحرير :

هو المسئول الاول عن تحرير المجلة ، والشخصية المركزية ، والقوة النشطة ، في جهازها التحريري ، البعض يصفه بأنه مدير ، قائد ، كابتن ، سيد ، فكل تقاليد الرئاسة تسكن معه ، وقد يكسب رئيس قسم الاعلان أكثر منه بكبر ، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير ، والشخص الوحيد الذى يعلوه في الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher (*) .

ونظرة الى تاريخ المجلة في العالم ، نجد أن كل مجلة - عكس الجريدة - ترتبط باسم رئيس تحرير عظيم (٧٥) .

فمجلة The Outlook الأمريكية ترتبط بـ أ. بوث ،
Mercury تعرف باسم منيشين لاود و Ladies Home Journal
باسم ادوارد بوك و

و

(*) الناشر في المجلات الأمريكية ، يوازيه في مصر - من حيث الدرجة الرئاسية - رئيس مجلس الإدارة .

سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور ، و The Nation
ترتبط بجودكين وويلورد ، و The Post ترتبط باسم لوريمر ، و
Harper's باسم فريدريك لويس البر ، و The New Yorker
باسم هارولد روس ، و Vogue باسم بادنا ولماثناير ، و Time
هنرى . ر. لوسى ، و McCall's بهيربرت . ر. مايز ، و Vanity Fair
بفرانك كرونيشيلد .

كان هؤلاء هم المع رؤساء التحرير في المجلات الامريكية في بداياتها
الاولى ، كانوا شخصيات عامة ، بارزة ، وكتابيا ، أدباء ، قصاصين ،
نقادا ، شعراء ، وفي مصر كنا نجد « روضة المدارس » ترتبط بالطهطاوى
و « يعسوب الطب » بعلى البقل ، و « الرسالة » باسم أحمد حسن
الزيات ، و « ابولو » باسم أحمد زكى أبو شادى ، وتختفى شخصية
رئيس التحرير العامة ، الاديب أو الشاعر أو الناقد أو القصاص ، ويصبح
أقل لمعانا وبروزا في المجتمع العام ، وتظهر شخصية رئيس التحرير
الصحنى المحترف ، ومع ذلك تظل المجلة مرتبطة باسم رئيس تحريرها ،
فنجد في منتصف القرن ، أسماء بارزة في تاريخ المجلة الامريكية لصحفيين
مثل : جون فيشر رئيس تحرير Harper's ، واوزيرون السرت
رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وإيلا اسيشون مؤسسا
مجلة The Reader's Digest ولواد . ه. نيكولس رئيس تحرير
Good House Keeping وفي مصر : ارتبطت اللطائف المصورة بإسكندر
مكاربوس ، والكشكول بسليمان فوزى ، وروزاليوسف بالسيدة فاطمة
اليوسف ومحمد التامى ، والمصور بفكرى إياظه ، والهلال بجرجى
زيدان ، وآخر ساعة و « الجيل » و « هى » : بعلى ومطفى أمين ،
وحواء بأبينة السعيد ، والفكر المعاصر بالفكتور زكى نجيب محمود ،
والطليلة بلطفى الخولى ، وروزاليوسف — الآن — صلاح حافظ ،
وأحدث المجلات المصرية أكتوبر ترتبط باسم رئيس تحريرها أنيس
منصور .

ومع تطور نوعية رئيس التحرير ، من أديب وكاتب أو شاعر
أو قصاص كان في الماضي يكتب معظم صفحات المجلة ، ويديرها ، بحكم
قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع ، الى
شخص مسئول عن توجيه المجلة وإدارتها ، ذى مسئوليات كثيرة لم
تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث في الماضي ، بل
أصبحت مهمته الآن أن يدع الآخرين يكتبون ويوجههم ويخطط لهم ويراقب
أسلوب التنفيذ . لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب ، بل
أصبح مزيجا من منفذ للتحرير ، ورجل أعمال ، وفنان طباعى ،
وخبير إدارة .

وظائف رئيس التحرير :

تتنوع وفقا لحجم المجلة ، وعدد محرريها ، وتوزيعها ، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات ادارة الجهاز التحريري ولا يحتاج الى معاونين له ، في حين يحتاج في المجلة العامة الجماهيرية ذات التوزيع الضخم الى اكثر من معاون . ويقسم البعض وظائف رئيس التحرير الى خمس :

الوظيفة الاولى : اقتصادية .:

وتبدو في تحكيمه في شراء مقالات المصاحفين ، واعمال المصورين او الرسامين ، والتعاقد مع الوكالات ، وتقدير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات ، ويحدد عدد النسخ المطبوعة ، ويستشار قبل رفع سعر الاعلان ، او زيادة الاشتراكات .

الوظيفة الثانية : تتعلق بالرأى العام :

وتتعلق بتحليل اتجاهات الرأى العام نحو مجلته : رأى القراء والمنافسين والمسؤولين ورؤساء التحرير الآخرين ، واخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث او استطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء الخاصة به ، او التى ترد الى المجلة ، كأنها تقارير انتاج يتلقاها مدير احد المصانع .

الوظيفة الثالثة : التوجيه في النواحي الفنية الصحفية :

وتبدأ مع تقرير او تنفيذ صيغتها او نمطها، فيقترح افكار الموضوعات: المكتوبة او المصورة ، وقد يقترح أيضا أساليب المعالجة ، ان لم يأمر بها ، ويحدد بمفرده او مع آخرين السياسة التى سوف تتبعها المجلة في المسائل العامة ، يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الاخرى فى المجلة ، وكلما كانت المجلة كبرى ، قلت العمليات الفنية التى يؤديها رئيس التحرير او يشارك فيها (الا اذا كان من النوع الدكتاتورى الذى يفرض شخصيته على العاملين معه او يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة) .

وهذه العمليات او النواحي الفنية تشمل : تحرير الموضوعات ، تحديد شكل الصور وأسلوب اخراجها ، وكتابة التعليق او الكلام المصاحب لها ، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمنى للتنفيذ ، وتصميم المجلة ، ورسم الماكيت ، وقراءة البروفات ، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة .

الوظيفة الرابعة : الكتابة :

وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محرريها ، فعلى المجلة المسفيرة قد يكتب عمودا شخصيا وأكثر من موضوع ، ويرد على رسائل القراء .

أما في المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة : فقد يكتب الامتقاحية ، أو يضع خلوطها العامة فقط ليكتبها غيره ويراجعها .

والى جانب الكتابة في المجلة ، يكتب عنها أيضا : خطابات الترويج الى الملئين ، النص الاعلاني الذي سيظهر عن عددها الجديد ، المقالات التي تنشر عنها في المطبوعات المهنية ، مقالات وقصص اخبارية عن الموضوعات غير العادية التي حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هذا ؟ وعن التغييرات الجديدة التي ستحدث في المجلة

الوظيفة الخامسة : العلاقات العامة :

وتتعلق بالدور الذي يلعبه رئيس تحرير المجلة في تطوير صورة المجلة وتحسينها امام الراى العام : وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين (المصاحفين) ، والاشترك في أوجه النشاط العامة والمهنية ، رؤساء التحرير الآن يظهرون في المؤتمرات العامة ، ويلتقون خطبا في تجمعات بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال جماهيرية ، وهم أعضاء في لجان كثيرة ، او جمعيات او اتحادات تفصل الصورة التي تتكون عنهم (*) .

وهناك نوعان من رؤساء التحرير :

النوع الاول يرى في فرض شخصيته على العاملين معه الوسيلة التي تضمن سلامة العمل ، ويرى الاستاذ جلال الدين الحمامي ان هذا « قد يكون صالحا في بعض الحالات ولكنه ليس كذلك في كل الحالات » لان النتيجة الحتمية لهذا التصرف ، هي انعدام الوزن الصحفي والشخصي في أفراد الجهاز التحريري ، وتحويلهم الى « بالونات » يمسك رؤساء التحرير بخيوطها .

(*) من النماذج المصرية لرؤساء التحرير الناجحين في هذه الوظيفة صلاح جلال رئيس القسم العلمى بجريدة الاهرام ورئيس تحرير مجلة « الشباب وعلوم المستقبل » هو عضو مؤسس ويشغل أكثر من منصب في اندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها .

ففى الحالات التى يريد فيها رئيس التحرير أن يعتبر شخص ، لا يمكن للصحيفة الاستغناء عنه ، يحول الأجهزة العاملة ، بوسائل متعددة ، الى آلات تتحرك وفقا لتعليمات يصدرها اليهم ، ولا يجوز الخروج عنها مهما تكن الظروف ، وهذه الوسائل تؤدي فى النهاية الى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتى تحول الصحيفة الى مادة حية ناطقة معبرة بكل احساس الجماهير ، انها وسيلة قاتلة لروح الابتكار ، وحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة ، حركة متجددة لا تخضع لروتين مرسوم ، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير ، وبالأجمال فانها عملية جهود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق .

وتتسم تصرفات هذا النوع من رؤساء التحرير بالانانية القاتلة ، لا بالنسبة للأفراد العاملين بالمجلة فقط ، وهى عملية قتل للمجلة نفسها ، اذ أن مسألة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن شخص ما ، هى عملية نسبية ، واذا قدر لرئيس من هؤلاء الرؤساء الانانيين أن يترك أو يرغم على ترك عمله تحت أى ظرف من الظروف ، فانه يترك وراءه فراغا ينعكس اثره السئ على الصحيفة نفسها ، وعلى العاملين بها ، لا نقول انه يصعب ملؤه ، بل يحتاج الى وقت لشغله بمن يستطيع جمع هذا الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة ، النائية .

والنوع الثانى من رؤساء التحرير ، هو « الذى يلعب فيه رئيس التحرير دور الخلاق للأفكار والذى يدفع بالكفاءات الى الصفوف الاولى ، ويترك لها المجال الحر للانطلاق ، بأفكارها وكفاءاتها بغير حدود ، ووفقا لسياسة الصحيفة فان الكسب هنا لا ينعكس على المهنة ، انها بل هو تدعيم قوى لأجهزة المجلة بحيث يمكن ان تمضى فى أداء عملها وتحقيق رسالتها فى كل الظروف ، سواء كان رئيس التحرير قائما بالعمل أو متغيبا ، ولعل هذه المهمة هى واحدة من المهام الرئيسية لمن يصل عن كفاءة الى منصب رئيس التحرير : فهمام رئيس التحرير الناجح فى نظر الأستاذ جلال الدين الحماصى « ليست مقصورة على ان يشرف على اخراج صحيفة نموذجية محسب ، بل أن عليه ان يفتح الطريق واسعا ، لكى تجد الكفاءة مجالها الفسيح فى الصفوف الاولى والثانية ، ليست مهمته تفريخ الانباء فقط ، بل أن مهمته تفريخ أولئك الذين يسمعون وراء الانباء السادنة ، والافكار النبيلة ، والدفاع عن الحق والرسالة الصحفية بلا خوف أو تردد » (٧٦) .

معاونو رئيس التحرير :

ويسمى البعض رؤساء التحرير Editors تمييزا لهم عن رئيس التحرير الذى يسمى رئيس التحرير (العام — أو الأعلى) Chief editor ، وهم التالون لرئيس التحرير فى المسئولية ،

ومعاونيه ، ويتوقف نجاح رئيس التحرير في عمله على حسن اختياره لمعاونيه ، وتحديد اختصاصاتهم، ثم اعطائهم حرية وفقا لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقا للسياسة العامة للمجلة ، ولما يتطلبه الحدث الصحفي ، ولا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط (٧٧) .

وهم في المجلة مختلفو الاسماء ، والمناصب ، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير في أداء عمله وهم : مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذي — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية ، وكل مجلة تطلق على معاوني رئيس تحريرها الاسم الذي يناسب طبيعة عمله ، وقد يوجد هؤلاء كلهم في مجلة واحدة ، وأيضا كلن عددهم أو الاسماء التي تطلق عليهم موزعتهم هي :

١ — تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الاسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته (حسب نوع المجلة) .

٢ — الاشراف على عمل الاقسام المختلفة .

٣ — أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة في حالة غيابه .

٤ — حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقي اقسام المجلة .

٥ — حل المشاكل التنفيذية التي قد تعترض العمل اليومي لحري المجلة .

٦ — ادارة اجتماعات جهاز التحرير في غياب رئيس التحرير أو في وجوده .

٧ — حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة في اوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه .

٨ — الاشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير ، أو مرحلة من مراحلها ، أي أن أحد معاونين يشرف على التحرير ، وآخر على المطابع ، وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بها فيها قسم التصوير الفوتوغرافي والرسامون) ، ورابع على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين ، وخامسا يتولى الشؤون الادارية .

وأكثر الالتفات التي تطلق على معاونى رئيس التحرير شـيوعا
هى :

مدير التحرير Managing editor ، ومساعد رئيس التحرير
Assistant editor ، ونائب رئيس التحرير Subeditor المشرف
الفنى أو المدير الفنى Artdirector

وفى بعض المجلات يسمى محرر الانتاج Production editor
أو المصمم Designer ، وتتعلق مهمته بوضع « استراتيجية فنية »
أو « التصميم العام للمجلة » ، أو اتخاذ القرارات الفنية الاساسية بشكل
عام (*) وتطبيقاتها فى كل عدد ، فهو يحدد المساحة التي ستعطى لكل
موضوع واسلوب اخراجه ، والصور والرسوم المستعملة والالوان
ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المخططة بالتشاور مع رئيس
التحرير أو معاونيه .

وهو اساسا فنان تشكلى ، وخبير فى الالوان ، ومصمم جيد . قبل
أن يكون صحفيا محترفا ، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد ، بل فى
المجلات فقط ، حيث يحتاج اخراج المجلة الى توافر جانبين : الجانب
الوظيفى والجانب الجمالى (٧٨) .

قسم الاخراج أو سكرتير التحرير :

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الاساسى للمجلة ،
والتصور المبثى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحرير
أو معاونيه ، ويطلق على العاملين فيه محررو الاخراج أو سكرتارية
التحرير أو المخرجون الصحفيون وهم نوعان .

المخرج الصحفى الفنى وسكرتير التحرير الفنى :

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة ، وفقا لرؤية
المشرف أو المدير الفنى للمجلة الى واقع تخطيطى : عناوين ومقدمات
ومتن وصور ورسوم وجداول والوان وعناوين فرعية و ... و ...

انه يرسم الماكيت (Maquette) (التصميم المبثى للمجلة)
الذى يبين فيه شكل المواد ، وتصل اليه المادة من كبار المراجعين عن طريق
المدير الفنى مكتوبة ومصورة ، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة ، وداخل

(*) سبق الحديث عن القرارات الفنية الاساسية فى الفصل الثالى بالتفصيل .

صفحاتها ، ويعد رسم الماكيت ترسل المواد الى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، والماكيتات الى الاقسام الفنية للتنفيذ .

المخرج الصحفى المنفذ (سكرتير التحرير التنفيذى) :

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيت ، فى صالة التوضيب فى حالة الطباعة البارزة ، وفى صالة المونتاج فى حالتى الطباعة الغائرة والملساء ، ويقوم بمراجعة البروغات ، واجراء الاختصارات اللازمة (٧٩) .

كبار المحررين أو رؤساء الاقسام Senior Editors

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين كل فى مجال محدد ، المحرر الاقتصادى مثلا ، أو المحرر الفنى ، أو المحرر السياسى .. خاصة فى المجلة الجماهيرية العامة .

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيرا لمحررى قسم أو باب ثابت داخل المجلة ، أو صفحة متخصصة ، ويعمل تحت مسؤوليته عدد من المحررين ، أى أنه رئيس القسم .

ومهمة هذا المحرر المتخصص اعداد مواد القسم أو الباب الثابت أو الصفحة المتخصصة ، وتوجيه محرريه ، والإشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه ، ويتابع الاحداث المهمة فى مجال تخصصه التى قد تكون موضوعا للخلاف فى عدد ما ، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها ، وفى بعض الاحيان يكون له ركن أو عמוד ثابت يوقعه بإمضاءه . وقد يطلق عليه اسم : كبير المحررين ، المحرر الـ ... ، رئيس القسم الـ ... ، محرر صفحة الـ ... ، أو محرر باب الـ

كبير المراسلين Chief Correspondents

ويعتبر — فى المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية ولها توزيع خارجى ضخم مثل المجلات الفرنسية والأمريكية العامة والأخبارية — أقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وتكنا من عمله .

المحررون Editors ، والمندوبون Reporters

هم محررو اقسام المجلة المختلفة ، وهم فى المجلات العامة ذات التوزيع الضخم والتبويب المتنوع ، يوزعون على التخصصات المختلفة ،

وفقا لاقسام او ابواب المجلة المختلفة ويكون الاعتماد الاساسى هنا على المحررين ، الذين يحصلون على الاخبار خلال اجراءهم التحقيقات والاحاديث المختلفة ، اما في المجلة الاخبارية فالاعتماد يكون اساسيا على المندوبين الموزعين على المصادر المختلفة في الداخل والخارج (المراسلين الخارجيين) ، وفي بعض المجلات ذات التوزيع الاقل ، والاضيق في عدد المحررين نجد ان معظم المحررين يعملون في كل اقسام المجلة ولا توجد تخصصات ، اما المجلات المتخصصة ومجلات الهيئات فيقتل عدد محرريها ومندوبيها ليتقلص الى جهاز تحريري من خمسة محررين بينهم سكرتير التحرير والمحرر الفني .

كتاب المجلة Staff Writers

وهم الكتاب الذين تنحصر مهمتهم في كتابة مقالات واجراء احاديث ، او عمل بحوث ودراسات بانتظام ، واحيانا تخصص لهم زوايا او اركان واعمدة ثابتة متخصصة ، وهم اعضاء ثابتين في الجهاز التحريري للمجلة وبعضهم يكون كاتباً بارزاً فتضمه المجلة الى هيئة تحريرها لكي تستفيد من اسمه اللامع وارتباطه بالقراء وارتباط القراء بموضوعاته وابداعه ، او يبدأ عمله في المجلة او في مجلة او جريدة اخرى كمندوب ومحرر ويمر بمراحل العمل المختلفة في المجلة ، ويلعب ويبرز اسمه ويصبح له أسلوبه الصحفي المميز وشخصيته الصحفية المستقلة ، والى جانب هؤلاء الكتاب نجد بعض الرسامين المحترفين للرسم الساخرة والتعبيرية .

الاقسام المشتركة او المعاونة :

وهي مجموعة الاقسام التي تتعاون مع جهاز التحرير باكماله — وهي جزء منه — وتشارك بشكل مستمر في انتاج المجلة ، في اعداد المسادة الصحفية المكتوبة والمصورة والمرسومة قبل ارسالها الى المطبعة وهي :

— قسم التصوير الفوتوغرافي :

وقسم التصوير يقل عدد العاملين فيه او يكثر حسب حجم المجلة وامكانياتها وعدد محرريها ففي المجلات الصغيرة المحلية او المتخصصة قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ، ويستخدمون عدد قليل من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، اما في المجلات الكبيرة (العامة القومية) فنجد عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للعمل في العمل ، ويمارسون عملهم من خلال آلات تصوير متطورة وعربات مزودة باجهزة طبع وتحميض واجهزة استقبال وارسال للصور ، وتجهيزات كاملة ومعمل متطور ،

تشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير في المجلة ، وبعض المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وإنما تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الأنباء والصور والرسوم أو مكتتب العلاقات العامة (٨٠) .

وأيا كان حجم قسم التصوير في المجلة فإنه يضم عددا من المصورين والفنيين (الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تجميع وطبع وإجراء الرتوش في الصورة و... و... ويشرف على هذا كله أو يرأسه ويديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير ، وفي بعض المجلات يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير المجلة الذي يضم رئيس التحرير وكبار معاونيه لتنسيق ووضع خطط لموضوعات المجلة المقبلة ومهمات المحررين الأسبوعية أو نصف الشهرية أو الشهرية أو ربع السنوية حسب دورية صدور المجلة ، وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه هو التنسيق بين عمل قسمه وباقي أقسام المجلة المختلفة لأن قسم التصوير قسم مساعد لباقي أقسام المجلة ، ويعقد هذا القسم مثل غيره من أقسام المجلة اجتماعا أو أكثر خلال الأسبوع يتم فيه عملين :

الاول : هو عملية تقييم Evaluation لنشاط أفراد القسم في العدد السابق والذي ظهرت نتيجته في الصور المنشورة في عدد المجلة الصادر صباح يوم الاجتماع . وتكون المقارنة مع باقي المجلات الأخرى (التي تكون من نفس الصيغة الصحفية أو التخصص التحريري) لمعرفة الجهد الذي بذله طاقم المصورين (أفراد القسم) ، والصور المنشورة في المجلة وما الذي امتازت به عن المجلات الأخرى أو تختلف فيه عن تلك المجلات .

والثاني : عملية تخطيط Planning لعمل القسم في العدد الجديد ، أو بعبارة أدق تحديد المهام المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير ، وهذا التخطيط لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الأقسام المختلفة كالتحقيقات ، أو المرأة أو الرياضة أو الفن ، وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خطته وينسقها مع كل محرر في قسم التحقيقات على سبيل المثال يخرج مصور صحفي ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر ، وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات الصورة المستقلة (٨١) .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير أو كبير المصورين — المسئول عن القسم — عادة بفكرة يومية Diasy — وفيها يسجل ما يتوقع من أحداث وما يخطط من موضوعات ليرسل المصورين إلى أماكنها ، وتكليف كل مصور منهم بمهمة محددة Assignment تسجل في استمارة أو أمر

تصوير أو ما يسمى في دور الصحف المصرية (بون التصوير) أو (طلب تصوير موضوع) أو (امر تكليف بتصوير) وفيه يحدد للمصور :

موعد التصوير — اليوم والساعة — اسم المحرر — الموضوع —
مكان التصوير — عدد الصور — موعد صدور البون — اسم المصور —
زمن تصوير الموضوع .

ويشمل الى جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التي يكلف بها فنيين العمل (الغرفة السوداء) ويحدد فيها :

عدد الصور — مقاس الصور — مواعيد التسليم والاسلام —
سكرتير التحرير المختص .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب تصوير الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذي يقوم ببناء عليها بتكليف المصور (٨٢) .

وينبغي أن يكون التخطيط مرنا وأن يتواجد باستمرار مصور احتياطي متفرع لمتابعة أى أحداث مفاجئة أو تعديلات جديدة في خطة المجلة عامة وقسم التصوير بشكل خاص فيوجه القسم كل جهوده نحو هذه الاحداث أو التعديلات الجديدة وقد يلغى كل تخطيطه السابق ، وإلى جانب الصور التي يلتقطها مصورو المجلة يمكن للمجلة أن تحصل على الصور الفوتوغرافية من أكثر من مصدر مثل : المصادر الصحفية نفسها ، وكالات الأنباء العالمية ، وكالات خاصة بالصور والرسوم وتستفيد في هذا الصدد من الأجهزة الخاصة التي وفرها لها التقدم التكنولوجي مثل : جهاز التليفوتو الاوتوماتيكي ، وجهاز الراديو أو التلوجراف ، كما يستفاد من الجرائد والمجلات الأجنبية في الحصول على الصور ، وكذلك من المصورين المحترفين ، والمصورين الهواة ، والجمهور ، وكذلك من مكاتب العلاقات العامة في المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك إدارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى التي تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التي تقدمها الى الصحف وأجهزة الاعلام عن نشاطات ومشروعات أقسامها وأجهزتها المختلفة ، كذلك يستفاد من قسم المعلومات في الحصول على الصور من أرشيف الصور (٨٣) .

قسم المعلومات والبحوث :

ويرأسه محرر أو رئيس قسم المعلومات ويضم داخله ثلاثة قطاعات :

١ - الارشيف :

وهو كما يعرفه الاستاذ ابو الفتوح حامد عودة « مجموعة من المواد الضخمة التي تتضمن المعلومات التي تفيد في الحقل الصحفي والتي تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور والخرائط والنشرات وما شابه ذلك .. وهذه المواد لابد ان تكون مرتبة طبقا لخطط الترتيب التي تصنفها قواعد الفهرسة ، وان تكون جاهزة للتقديم بمجرد طلبها ، وان تكون من الانواع التي تفيد الصحفي في مجالات عمله » (٨٤) .

ويتضمن الارشيف : المعلومات والصور ، المعلومات في شكل قصاصات (واحيانا ميكروفيلم) وملخصات عن موضوعات واشخاص وقضايا وتقوم افضلية اختيار ما يقتص من الصحف (جرائد ومجلات) على ما يلي :

— المادة الصحفية التي يوقعها أصحابها كالقتال والعمود والتحقيق .. الخ ..

— الاخبار التي تم حدوثها فعلا وليست المتوقعة او المحتملة ..

— احتياجات التحرير .

والى جانب ذلك نجد بعض الوثائق ، والمعلومات عن بعض الاشخاص ، واصول بعض الموضوعات .

وكذلك تميل بعض دور الصحف الى الاحتفاظ باصول كل الموضوعات المنشورة وغير المنشورة وكل خطابات الجريدة والمراسلات التي تتم بين رئيس تحريرها والقراء والمسؤولين .

اما الصور : فتشمل كل اصول الصور التي حصلت عليها المجلة من المصادر السابق ذكرها سواء نشرت ام لم تنشر ، وترتب الصور ابجديا بالنسبة لاسماء الاشخاص او الموضوعات او الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالإضافة لهذا الارشيف في بعض الدور الصحفية نجد أن لقسم التصوير أرشيفه الخاص به .

ويحتفظ في أرشيف الصور بالسالبات negatives (واحيانا في أرشيف قسم التصوير) ، وكذلك بالانماط المعدنية الجاهزة (الكليشييهات) التي تشمل :

كليشيهات الاعلانات ، كليشيهات الرسوم — كليشيهات صور الشخصيات — كليشيهات صور الاماكن والاشياء والرسوم الكاريكاتورية — كليشيهات الابواب والعناوين الثابتة وكليشيهات الرموز ، ويستفاد من هذه الكليشيهات في امكانية الحصول عليها بسرعة وتوفير الوقت وطبعها بسهولة في آخر لحظة ، كما يجعل وجود اصول الصور والسلايبات عمل المخرج الصحفي اكثر مرونة لانه يسهل عمل الانماط المعدنيّة المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه) .

ولابد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم أو صورة لتسهيل عملية الاخراج وسرعته أيضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصور ونشرها وتلجأ المجلة الى الارشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدني (الكليشيه) في الحالات التي لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو مكان أو موضوع ما أو يتعذر فيها ذلك (٨٥) .

٢ — المكتبة :

وهي هامة للمحرر في المجلة مهنته تتطلب تطوير معلوماته ومداومة الاطلاع وهو ما يطلق عليه تعبير التعليم الذاتي ، واطافة الى ذلك فان طبيعة تحرير المجلة والمضمون المقدم فيها والذي يغلب عليه الجانب التفسيري والتحليلي ، والبحث المتعمق وراء الجذور والاسباب عكس الجريدة التي تسمى وراء الجانب الاخباري والسبق الصحفي ، تتطلب هذه الطبيعة الاعتماد على الرجوع الى المكتبة الصحفية في المجلة التي تضم في الغالب : دوائر المعارف والاطالس والادلة واحديث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والاجنبية ، وكل للاعداد التي صدرت من المجلة منذ عددها الاول .

٣ — قسم البحوث :

وهو قسم يضم مجموعة من المحررين الباحثين الذين يقسمون من حين لآخر باعداد البحوث والدراسات اللازمة التي يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونيه أو أحد رؤساء الاقسام .

وهكذا نرى أن قسم المعلومات في المجلة أو الجريدة ، أو الارشيف الصحفي كما يحب البعض أن يطلق عليه حتى اليوم استمرار للتسمية القديمة التقليدية له يتكون كنظام للعمل من ثلاثة أجزاء أو مكونات رئيسية هي (٨٦) :

١ — المادة : وتمثل المدخلات Input ، وهي البيانات التي تغذى الارشيف من مختلف أوجه المعرفة ، فهي تشمل المراجع والقواميس

ودوائر المعارف والكتب ومجلات الصحف (جرائد ومجلات) والكتيبات ومطبوعات الحكومة والاحصائيات وقصاصات الصحف التي تعد المورد الرئيسي للارشيف ، والى جانب ذلك تضم مادة الارشيف اصول الصور والرسوم الكاريكاتورية والخرائط والفهارس .

٢ — العمل وهو الجزء الثاني من اجزاء الارشيف ، ويمثل تشفير وتحليل واختيار المادة . وذلك بحصرها دون تشويه أو تحريف واضافتها الى مجموعات ، وقص المعلومات وفق الفهرست والتصنيف المتبع . ثم تحديد مكان لكل ورقة أو مادة على الارفف وفي الدواليب والانراج بحيث يمكن الوصول اليها بمجرد طلبها في سهولة ويسر ، وفي هذا الجزء من اجزاء العمل تتحول المادة بفضل الجهد البشري من مدخلات الى مخرجات Output تمثل في المعلومات الجاهزة للطلب والامادة منها .

٣ — الخدمة : تمثل الجزء الثالث من اجزاء الارشيف وهي مساعدة المحررين والباحثين على استكمال موضوعاتهم وارشادهم الى ما يرجعون اليه في الموضوعات ويتصل بهذه الخدمة اهتمام العاملين في الارشيف الصحفي بالحصول على أحدث المعاومات ثم السرعة في تقديم المعلومات للمحررين والباحثين .

ويشترط البعض ان تكون المواد التي يحفظها الارشيف الصحفي — او قسم المعلومات في الصحيفة جريدة أو مجلة — أن تكون ملائمة للعمل الصحفي ، وأن تكون صحيحة وغير ضارة بالمجتمع ، وينبغي تجنب التكرار ، والاستهلاك الدوري للمواد التي تفقد قيمتها ليحل محلها الجديد .

ومهمة هذا القسم هي تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيات التي يحتاجونها لاستكمال موضوعاتها قبل النشر ، ومراجعة الموضوعات قبل النشر من ناحية دقة المعلومات .

— قسم المراجعة : ويرأسه كبير المراجعين Copy editor .

ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التي يرسلها اليهم رئيس التحرير أو معاونوه أو رؤساء الاقسام ، والمراجع يشبه الآلة التي تقوم بقطع الماس في دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشويهه ، بل أنها قد تعطيه شكلا أروع من شكلة الاصل ، وقد يعدلون في صياغة بعض الموضوعات ، يحذفون منها ، أو يضيفون اليها ، يكتبون عنوانا جديدا ، يدمجون أكثر من موضوع معا ، ويخرجون بأكثر من موضوع من موضوع واحد ، وهم عصب المجلة الحديثة لانهم يحفظون

توازن الاسلوب فيها ويجعلونه كله نغمة واحدة ، ويجعلون المجلة لهجة أو لغة موحدة ، وهم لا يستطيعون أن يخلقوا موضوعا جيدا من مادة مجموعة بشكل غير متكامل ومكتوبة بشكل رديء ما ولكنهم يستطيعون أن يخرجوا موضوعا عظيما من مادة مجموعة بشكل جيد ، معلومات كثيرة ، عيبتها الوحيد أنها كتبت بشكل رديء فقط .

Copy editor - قسم التصحيح : ويرأسه كبير المصححين

ويضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات بعد جمعها (وبعض المجلات قبل الجمع) ثم بعد طبع بروقات الصفحات ، قبل الطبع ، للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية .

الكاتب الحر (المصاحف) (Non - Staff Writer (Freelancer)

الكاتب الحر أو المصاحف Freelancer (*) هو شخص لا يعمل عضوا ثابتا في جهاز تحرير المجلة ، لكن يكتب فيها ، ويرتبط بها ، لا يلتزم بالعمل بها كوظيفة ، وقد يكون محررا أو كاتباً أو مصورا أو رساما ، لكنه يعمل حرا طلبا لحسابه الخاص ، وبشروطه ، فهو رئيس تحرير نفسه ، يعمل عندما يرغب في العمل ويضع خطته ويمارس مسئولياته بنفسه .

وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم ، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الاخبارية المنتظمة من طاقمها التحريري أو من وكالات الأنباء ، أما المجلات فمواردها أكثر تنوعا ولديها وقت أطول ، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الاجل ، بشكل منتظم ، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المتنوعة والتي تسد حاجات لا يؤديها أعضاء طاقمها التحريري .

وتنتشر ظاهرة المصاحفة ، أو الكتابة للجرائد والمجلات من الخارج ، في الدول الكبرى ، التي يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد والمجلات ، خاصة المجلات الجماهيرية العلمية ، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنا الدور الأكبر والأهم ويعتمد عليه بشكل أساسي (٨٧) .

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتابا محترفين متفرغين لعملية

Freelancer (*) كلمة انجليزية تعود أصلها الأولى الى الحياة العسكرية ، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب ، أو الفارس الذي يبيع قوته وقدرته على القتال الى الملوك أو القادة الحربيين (العسكريين) ، ولكن في عصرنا الحالي أصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط ، والذي لا يخضع لسلطة ، مثل الكاتب .

المصاحفة ، ولا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعملون في وسائل اعلامية اخرى ، محررين او مبيعات او رجال علاقات عامة ، وبعضهم يعمل اعمالا اخرى لا علاقة لها بالكتابة .

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة ، او عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Query letter ، او عن طريق وكالة معينة تسوق اعماله Syndicate ، او وكيل خاص به Agent واذا ما تلقى الموافقة ، يكتب موضوعه ويرسله هو او الوكالة او الوكيل الى رئيس تحرير المجلة ، وعادة ما تحصل الوكالة او الوكيل على عمولة Commission نظير تسويق المواد التي ينتجها المصاحفون (٨٨) .

وفي مصر ، لا توجد ظاهرة المصاحفة ، بشكلها التقليدي ، اي الكتاب والمحررون المحترمون الذين يعتمدون في كسب عيشهم على الكتابة للجراند والمجلات العامة الجماهيرية والمتخصصة ، بل ان معظم الكتاب والمحررين المصريين يعملون اعضاء في طاقم تحريري بمجلة او جريدة يعملون مصاحفين في اخرى .

ومرد ذلك يعود الى واقع الصحافة المصرية الذي يتضح في :

أ - اكتظاظ الجرائد والمجلات المصرية العامة (القومية) بعدد كبير من المحررين والكتاب الذين يزيد عددهم عن احتياجات جرائدهم ومجلاتهم .

ب - عدم ازدهار الصحافة المتخصصة ، التي تحتاج قدرا كبيرا من المصاحفين .

ج - عدم وجود صحافة اقليلية حقيقية — بل مجرد نشرات يومية — وهي التي تعتبر البداية الطبيعية للكتاب المصاحف .

د - معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت في جرائد او مجلات ولا يكتبون لغيرها من المجلات او الجرائد المصرية .

لذلك نستطيع تقسيم الكتاب المصاحفين في مصر الى خمس فئات رئيسية :

الفئة الاولى :

كتاب روائيون وملكرون يكتبون المقالات الطويلة والبحوث والروايات المسلسلة والقصص القصيرة وينشرونها في اكثر من مجلة وجريدة ، في الداخل والخارج ، مثلا :

نجيب محفوظ ينشر قصصه في جريدة الاهرام ومجلة الحقبور ،
ومجلة الدوحة القطرية ، واحسان عبد القدوس يكتب في . الاهرام
والقوبر واحيانا في روزاليوسف ومجلة الشرقية وجريدة الشرق الاوسط
(العربية التي تصدر في لندن) ، وانيس منصور يرأس تحرير مجلة الحقبور
وينشر فيها مقالاته . والى جانب ذلك يكتب عموده اليومي « موانف »
في جريدة الاهرام ، ومصطفى امين يكتب عموده اليومي « عذرة »
في جريدة الاخبار ، وفي جريدة الشرق الاوسط ، ورشدي صالح رئيس
تحرير آخر ساعة ينشر قصصه في آخر ساعة وروزاليوسف وبعض
الجرائد العربية (حتى وفاته في منتصف العام الماضي) .

الفئة الثانية :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون بشكل ثابت في الاجهزة التحريرية
لجرائد ومجلات قومية ، والى جانب ذلك يمارسون العمل الصحفي
(هنا التحرير الصحفي المتخصص) في جرائد ومجلات متخصصة
كجرائد « الاهلى » و « الزمالك » و « الكورة والملاعب » ، ومجلات
« السينما والمسرح » و « السينما والفن » و « الشاشة الصغيرة »
و « الهلال » و « الثقافة » ، وبعض جرائد ومجلات النقابات والاتحادات
المهنية .

الفئة الثالثة :

خبراء ومتخصصون في مجالات معينة كالطب أو الزراعة أو العمل ،
ويعملون ككتاب ومحررين في الجرائد والمجلات المتخصصة التي
تصدر عن النقابات والاتحادات والشركات ومراكز البحث
العلمي .

الفئة الرابعة :

كتاب ومحررون يعملون بانتظام في الاجهزة التحريرية لجرائد
ومجلات قومية عامة ، ومتخصصة ويساهمون في تحرير الجرائد والمجلات
العربية التي تصدر في العالم العربي ، أو في خارجه باللغة العربية ، خاصة
صحف الخليج العربي والسعودية ولبنان ، والصحف العربية في
لندن وباريس .

والفئات الاربع السابقة لا تتعامل معها الجرائد والمجلات المصرية
أو العربية عن طريق الوكالات الصحفية المتخصصة ، أو عن طريق وكلاء
لهؤلاء المصاحفين ، بل عن طريق الاتصال الشخصي بالكتاب أو المحرر
أو بمدير أعماله أو بسكرتيه الخاص — ان وجد — ، وكذلك عن طريق

المكاتب الرسمية للصحف العربية في القاهرة مثل : مكاتب « جريدة الشرق الأوسط » و « جريدة عكاظ » السعودية و « مجلة المصري » الكويتية و « جريدة الدستور » الأردنية ، وغيرها من المكاتب ، أو عن طريق بعض المكاتب أو المحررين المصريين الذين يتولون إدارة أعمال هذه الصحف في مصر بشكل غير رسمي وغير معلن تهربا من الضرائب ، ومن مساءلة مؤسساتهم الصحفية ، أو لوجود بعض الخلافات السياسية بين هذه الصحف العربية وبين الخط السياسي الوطني المصري ، ونتيجة لذلك ظهرت فئة جديدة من المحررين الصحفيين كونوا ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة ، التي تذكر بنشأة الوكالة الصحفية في القرن الثامن

عشر ، حيث سميت حينئذ وكالة الشخص الواحد One man agency وهي تعمل أيضا بشكل غير رسمي حيث يكلف هذا المحرر المكاتب والمحررين الآخرين بموضوعات معينة ، نظير أجر معين يتفق عليه ، ويتولى هو تسويق هذه الموضوعات الى الوكالات والصحف التي تتعامل معها .

وقد دخلت وكالة انباء الشرق الأوسط — الوكالة الرسمية الوحيدة للأنباء في مصر — المنافسة بانشائها قسما للموضوعات تتولى عن طريقه تسويق الموضوعات المختلفة الى الجرائد والمجلات العربية ، ونجح هذا القسم نجاحا ملحوظا ، ويفطى عددا كبيرا من الدول العربية .

الفئة الخامسة والاختيرة :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون كمراسلين لجرائد أجنبية ، ومجلات ووكالات للأنباء ، وشبكات للإذاعة والتلفزيون ، في أفريقية ، وفي أوروبا ، وفي آسيا ، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، بشكل رسمي ، هؤلاء جميعا يضمهم — مع المراسلين الأجانب في مصر — جمعية المراسلين الأجانب في مصر (٨٩) .

المصاحفة الناجحة :

وينصح خبراء الصحافة واستقتها ، وكبار الصحفيين ، المصاحف المبتدئ باتباع أربع خطوات ، لكي ينجح في عمله (٩٠) :

الخطوة الأولى : دراسة السوق بعناية :

وذلك عن طريق فحص المجال الذي يهوى الكتابة فيه ودراسته ، فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقا مفتوحة معينة لكتاباته ، وعليه أن

يقرا — وهذا يسير في الخارج — أدلة المجلات والجرائد ، وبحال
اتجاهاتها والمقالات التي تتطلبها ، ويختار نمطا منها ويبدأ في دراسة
أسلوب كتابته ، طول مقالاته ، وجهة نظر المجلة في القضايا العامة ،
يتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من أعداد المجلة .

الخطوة الثانية : إقامة صلات جيدة :

فالمفتاح الجيدة للمصالحة الناجحة تكمن في إقامة صلات قوية
ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين ، أي
القوى المؤثرة في سوق النشر .

الخطوة الثالثة : وضع الأفكار الجديدة .. وكتابتها :

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة ، والافتكار التي عالجتها
والتي لم تعالجها ، وتأتي من أكثر من مصدر : الملاحظة ، القراءات
المختلفة ، قراءة المجلة نفسها ، ثم يصل إلى معالجة جيدة لفكرته في
أسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة .

الخطوة الرابعة : التنفيذ (وصول الموضوع الى المجلة) :

وهو هنا تسليم الموضوع الى المجلة التي يتعامل المصاحف معها ،
بعد الاستقرار على المجلة التي يرغب في الكتابة اليها ، ولكن عليه قبل
أن يقدم الموضوع الى المجلة بعد صياغته أن يتأكد :

١ — أنه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها في موضوع آخر في تلك المجلة
خلال السنوات الأخيرة ، لذلك تبسّو استشارة رئيس التحرير
مسألة مهمة .

٢ — أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات في مجلات أخرى كثيرة ،
وإذا حدث ذلك فينبغي أن يكون له معالجة أخرى ومعلومات طازجة ،
ورؤية مختلفة .

٣ — عنوان الموضوع ، وفقرة المقدمة من الضروري العناية به بدرجة
تقدر معها على جذب انتباه رئيس التحرير ، وتجعله يريد أن يقرأ
ما في داخل الموضوع .

٤ — أنه جهز مخطوط الموضوع ، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة
في دور الصحف من حيث استعمال الورق وأسلوب تنظيم
الصفحة .

٥ — ان هناك صورا واضحة ومهمة او اقتراح عبارة مصورة مناسبة
تصاحب الموضوع ، اذا كانت الصور غير متاحة .

٦ — انه وضعه في مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور ، ويسحبه
طابع بريد لاعاقته الى المرسل .

٧ — الاحتفاظ بنسخة كربونية من المقال حتى يمكن التغلب على مشكلة
فقدان المقال في البريد .

والآن .. كيف يسير دولاى العمل داخل الجهاز التحريرى لمجلة
اسبوعية عامة (جماهيرية) على سبيل المثال :

١ — يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الاقسام لتقويم العدد
الجديد الذى صدر ، والتخطيط للعدد الجديد .

٢ — تجتمع الاقسام المختلفة لكى تناقش العدد وتقومه ، وتخطط العدد
الجديد ، ويقترح المحررون الموضوعات ، ويوافق عليها ، ويتم
تكليفهم بموضوعات اخرى .

٣ — قد يكلف المحررون بموضوعات اخرى خلال الاسبوع غير
ما اتفق عليه مع مسئول القسم او رئيس التحرير ، وذلك وفقا
لتطور الاحداث .

٤ — ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر ، بعد تزويدها بالصور
الفوتوغرافية او الرسوم .. وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy
في التحرك حتى يتم طبع المجلة .

— يقوم المحرر بتسليم الموضوع الى مسئول الباب او القسم
او الصفحة المتخصصة .

— يقرأ المسئول الموضوع ، واذا كان لديه ملاحظات يوجهه
المحرر لتنفيذها .

— اذا وافق عليه يسلمه الى احد معاونى رئيس التحرير الذى
يقراه ، واذا وافق عليه كما هو ، يرسل الى المشرف الفنى ،
واذا احتاج الى مراجعة فى صياغته يرسل الى كبير المراجعين
فى قسم المراجعة ، وبعد اعادة صياغته يعود الى معاون رئيس
التحرير ، الذى يرسله الى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية
المعلومات ، ويعود اليه مرة اخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير

يقسّمه إلى المشرف الفني الذي يحدد المساحة التي سيشتغلها
وأسلوب أخراجه ، ويسلمه إلى المخرج الصحفي (الفني)
الذي يقوم برسم الماكيت ويحدد شكل الموضوع على
الصفحة ويرسل المواد المكتوبة إلى الجيع والصور إلى
الحفر أو التصوير .

— في صالة الجيع ، أو صالة المونتاج يعرف المخرج الصحفي
(المنفذ) على توضيب المجلة .

— ترسل البروفات إلى قسم التصحيح لمراجعتها المصححون
مطبوعيا (طباعيا) قبل الطبع ، ثم ترسل البروفات إلى المطبعة
لتنفيذ التصحيح ، ثم تأتي البروفات النهائية إلى قسم التصحيح
مرة أخرى ، لتراجع ، ثم ترسل البروفة النهائية إلى المشرف
الفني لمراجعتها فنيا ، ورئيس التحرير أو أحد معاونيه لمطى
أمر الطبع ، وتطبع المجلة (٩١) .

خامسا : قرارات على المستوى التنظيمي

وهذه القرارات التي يتخذها المخطط لاصدار المجلة ، وتتعلق بتنظيم اسلوب العمل في القسم او قطاعات المجلة المختلفة بهدف الوصول الى تنظيم المؤسسة الصحفية التي ستصدر المجلة ، وتصميم الخريطة او الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

١ - تنظيم المؤسسة الصحفية

التنظيم كعملية :

عبارة عن وضع نظام علاقات بين اشخاص متسق اداريا من اجل تحقيق هدف مشترك (٩٢) .

ويحكم تنظيم العمل في اى مؤسسة صحفية تصدر جريدة او مجلة او عدة جرائد او مجلات ، او كليهما عدة انماط تنظيمية .

الاول : الاسلوب الهرمي او الخطي : Pyramidic or line type

الذى تصدر فيه السلطة بواسطة الترتيب او الالتصاق بتفويض غير مسئول لمواقع عالية ، وأفضل نموذج له هو المؤسسة العسكرية ، ومن الواضح تماما ان مثل هذا النمط من التنظيم لا يمكن ان يكون ناجحا في صحفية .

الثاني : الاسلوب الوظيفي : Functional tyue

حيث تكلف السلطة حسب مستويات العمل او الواجبات الخاصة ، مع أخذ كل وظيفة للسلطة النهائية الخاصة بها الاسلوب الوظيفي الاصيل ، لا يكون عمليا بالنسبة لصحيفة بسبب ان الاقسام سوف تكون بشكل عام بعيدة بعضها عن بعض او متنافسة بدلا من ان تكون متعاونة .

الثالث : الانتاج الخطي والانتاج Line and Staff Production

هو مزيج من النظامين السابقين وتتدرج الرقابة فيه من اسفل الى اعلى ، بحيث يكون لكل طبقة او مرحلة السلطة النهائية ، الاقسام

— في المجلة مثلا — يرأسها مسئولون منفذون تابعون مباشرة لمنفذ رئيسي ، ولكن مع اعطاء كل قسم مسئولية كاملة وسلطة .

وهذا النمط من التنظيم يناسب نظام العمل داخل مجلة متعددة الأقسام ، لأنه يزود برقابة على كل الأقسام ، مع السماح بحرية العمل داخل كل قسم .

فرتيس القسم الميكانيكي :

على سبيل المثال ، قد يكون رئيسا لرئيس قسم قاعة عمل الجمع ، ولكن الأخير يكون له السلطة النهائية في قضايا قاعة الجمع ، وعمله يعرضون مشاكلهم مباشرة عليه أي على رئيس القسم الميكانيكي .

وإذا أراد مدير الإعلانات أن تصاحب قصة خبرية إعلانا عن افتتاح متجر — لن يكلف مندوبا أو مخررا بالقصة ولكنه سوف يتجه إلى محرر المدينة (رئيس قسم الأخبار) الذي لديه السلطة الكاملة على تغطية الأخبار المحلية كلها . وإذا علم مدير التحرير أن موزعي المجلة قد قاموا بطي النسخ بحيث يتمزق الغلاف قبل تسليمه إلى القارئ ، فسوف يستوضح مدير التوزيع ليعطى تعليماته للموزعين ، أو قد يستوضح المدير التجاري ليتصل بدوره بمدير التوزيع .

ومجالات السلطة هذه تجعل من الممكن أن يعمل كل قسم مستقلا ، بينما التنظيم الهرمي بين رؤساء الأقسام يجعل من الممكن التنسيق والتعاون بينهم على أساس دائري (٩٣) .

ويتوقف اتساع التنظيم وضيقة على حجم الصحيفة وعدد محرريها ، وطبيعة أقسامها والناشر نفسه ، ونوع ملكية المجلة وحجم قرائنها وظروفها الاقتصادية .

في الصحف الأسبوعية والصحف اليومية الصغيرة وكذلك المجلات الصغيرة يوجد في العادة قسمان يطلق على الأول (المكاتب) أو التحرير الآن ، وعلى الثاني (الورشة) أو المطابع ، ويتم تسليم الأخبار والموضوعات والإعلانات في المكاتب حيث تحرر الأصول وتجرى كل الأعمال المتصلة بالصحيفة . أما الأعمال الميكانيكية المتعلقة بالصحيفة فمكاتها الورشة حيث تجمع أصول الصحيفة وتطبع (٩٤) .

وفي بعض المجلات الصغيرة ، التي ليس لها مطبعة خاصة لا نجد إلا قسما للتحرير (مكاتب) فقط تكون مسئولة عن الأخبار

والموضوعات والاعلانات اما الاعمال الميكانيكية فيمهد بها الى مطبعة خارجية يتم التعاقد معها .



واذا انتقلنا الى المؤسسات المتوسطة والكبيرة نجد انها تتكون في العادة من خمسة اقسام أو ادارات يعمل فيها أفراد تدربوا تدريباً خاصاً سواء من طريق الدراسة المنظمة أو من طريق الخبرة وهي :



١ - قسم التحرير :

يضم قاعة الاخبار ، قاعة اعداد الاصول ، المطبخ الصحفي وقاعة التحرير ، وقسم التصوير ، والمكتبة والمعلومات .

٢ - القسم التجاري :

ادارة الاعلان ، وادارة التوزيع ، وقسم الطبع التجاري .

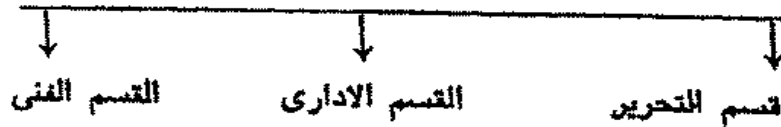
٣ - القسم الميكانيكي :

قاعة الجمع ورشة سحب النورم ، ورشة الحفر ، وورشة الطبع في حالة الطباعة البارزة .

٤ - القسم الاداري :

٥ - قسم الترويج والتنمية (٩٥) .

وتد تتكون الصحيفة أو المجلة من ثلاثة اقسام رئيسية هي : —



١ - قسم التحرير :

ويضم رئيس التحرير وتوابه ومدير التحرير ورؤساء الأقسام والمحريين ويشبع رئيس التحرير ادارات المراجعة والتصحيح والمعلومات ، وسكرتارية التحرير الفنية وقسم التصوير .

٢ - القسم الادارى :

ويراسه مدير عام ويضم الاعلانات وادارة التوزيع والاشتراكات وادارة المشتريات وادارة شئون العاملين .

٣ - القسم الفنى :

المطبعة ، حجرة الجمع ، القسم الهندسى (٩٦) .

٢ - تصميم الخريطة التنظيمية او الهيكل التنظيمى للمؤسسة

الخريطة التنظيمية :-

هى شكل يصور الهيكل التنظيمى الذى يقوم عليه البنيان التنظيمى لاي منشأة او منظمة ، او هى الشكل الذى يبين وضع كل عضو بالجماعة بالنسبة لغيره والعلاقات التى تربط الاعضاء بعضهم ببعض حتى ينجز العمل الذى رسمته الجماعة بنفسها — او رسم لها — بالكبر قدر من الكفاءة اذ يقوم كل عضو بما يخصه من ذلك العمل فى انسجام تام مع باقى الجماعة ، الامر الذى توضحه الخريطة بصورة مرئية .

وقد يطلق عليها احيانا لفظ (الهيكل التنظيمى) وهى تستخدم الرسم فى تخطيط شكل يوضح كافة نواحي النشاط الذى تقوم به جماعة ما موزعا على وحدات او أجهزة ادارية ويبين فى ذات الوقت كافة العلاقات التى تربط بين تلك الاجزاء وبعضها ، وموقع كل جهاز بالنسبة للآخر ، وتتكون الخريطة فى العادة من عدد من المفردات وعدد من الخطوط التى تربط بين تلك المفردات .

والمفردات :

هى اشكال هندسية كالربع او المستطيل او الدائرة ، ويعبر كل شكل منها عن فرد له اهمية فى البنيان التنظيمى ، او عن جهاز من أجهزة ذلك البنيان ، وفى بعض الاحيان يراعى مصممو الخرائط التنظيمية ان

تكون مساحة الشكل الهندسي متناسبة مع أهمية الفرد أو الجهاز ومع الموقع في المستويات الإدارية التي يتكون منها التنظيم .

أما الخطوط :

فمنها ما يكون رأسيا أو أفقيا أو مائلا ، وهي تعبر عن علاقات السلطة من أعلى إلى أسفل أو المسؤولية من أسفل إلى أعلى ، أو علاقات المشاركة والتعاون بين الأجهزة التي تقع في مستوى واحد أو العلاقات الاستشارية بين الأجهزة الواقعة في مستويات مختلفة (٩٧) .

وكمثال للهيكل التنظيمي أو الخريطة التنظيمية لمؤسسة صحفية كبيرة تصدر مجلة ، الشكل التالي (٩٨) :

سادسا : قرارات على المستوى القانونى

بعد ان يستقر المخطط على الشكل العام للمشروع ، ويبدا كيانه المادى والبشرى فى الانتضاح ، وفى بعض الاحيان قبل ذلك - يبدأ فى اتخاذ بعض القرارات او الاجراءات التى تعطى لهذا المشروع الصحنى صغير الحجم او متوسطه او كبيره الذى ستتصدر به المجلة ، الكيان القانونى الذى يلائمه ، وذلك عن طريق : اختيار الشكل القانونى للمشروع ، والحصول على ترخيص او موافقة على اصدار المجلة .

١ - اختيار الشكل القانونى للمشروع

وتؤثر فى ذلك الاختيار عوامل كثيرة ، من أهمها : اجراءات التأسيس وتنفيقاته ، ومقدار رأس المال اللازم للمشروع ، ودرجة الميل الى المخاطرة او الخوف من المستثمرين ، ومدى استعداد المؤسسين فى المستقبل للاشتراك فى ادارة النشاط ، ومدى حياة المشروع ، وما يحتاج اليه من توسع فى المستقبل ، وما تفرضه الدولة من قواعد باجراءات وما تسنه من قوانين منظمة تؤثر فى كيان المشروع ونظامه (٩٨) .

فبصفة عامة كلما قل رأس المال اللازم للمشروع ، وكذلك قل حجم الامكانيات المادية والقدرات الادارية والفنية المطلوبة ، قلت درجة المخاطرة التى تتعرض لها الاموال فى المشروع وأمكن أن ينهض بالمشروع شخص واحد فى صورة مشروع فردى ، او عدد من الاشخاص يكونون فيما بينهم شركة من شركات الاشخاص . لكن كلما كبر حجم رأس المال وحجم الامكانيات المادية والبشرية وزادت فى الوقت ذاته درجة المخاطرة التى يتعرض لها رأس المال ، حتم ذلك أن ينهض بالمشروع مجموعة كبيرة من الاشخاص يستطيعون تدبير رأس المال المطلوب ويخاطرون بقدر معين من أموالهم وتكون مسئوليتهم محدودة بنسب حصصهم فى رأس المال ، يكون هذا المشروع فى الغالب فى صورة شركة من شركات الاموال .

ومن عوامل تحديد الشكل القانونى للمشروع مدى دوايه ، فإذا كان نشاط المشروع بطبيعته يمتد زمنا طويلا حتى تؤتى ثماره ، او يمتد لفترة زمنية طويلة ، فائسه فى هذه الحالة يأخذ المشروع شكل الشركة المساهمة (احدى شركات الاموال التى لا ترتبط بحياة المساهمين فى تكوينها) .

ولكل نوع من هذه المشروعات أحكامه الخاصة التي يضعها القانون التجاري منظمًا ما يبرمه رجال الأعمال والتجار من أعمال قانونية ، إضافة إلى ذلك ، هناك المشروعات العامة التي تتولى إدارة المرافق العامة ، ومملوكة ملكية عامة للدولة لتحقيق المنفعة العامة ، كذلك هناك الجمعية التعاونية التي لا تهدف إلى تحقيق أرباح وإنما إلى خدمة أعضاء الجمعية .

وتأسيسا على ذلك ، يمكن القول أن المجلة كمشروع صناعي وتجاري يمكن أن تصدر في شكل قانوني من بين الأشكال القانونية المختلفة للمشروع والتي يمكن الاختيار من بينها وهي (٩٩) : —

أولا : المشروع الفردي :

ثانيا : شركات الأشخاص :

- ١ — شركة التضامن .
- ٢ — شركة التوصية البسيطة .
- ٣ — شركة ذات مسئولية محدودة .
- ٤ — شركة المحاصة .

ثالثا : شركات الأموال :

- ١ — الشركة المساهمة .
- ٢ — شركة التوصية بالاسهم .

رابعا : المشروعات العامة :

- ١ — وزارة أو مصلحة حكومية .
- ٢ — أجهزة السلطات المحلية .
- ٣ — المشروع المختلط (عام غير كامل) .
- ٤ — المؤسسة العامة .
- ٥ — الشركة العامة .

خامسا : الجمعيات التعاونية :

التنظيم القانونى لاصدار الصحيفة

يخضع اصدار اى صحيفة - جريدة او مجلة - الى نوع من التنظيم القانونى . ويختلف هذا التنظيم من بلد الى آخر لاختلاف مفهومها للحرية وتبعاً لاختلاف نظمها السياسية والاجتماعية . فقد يكتفى لاصدار الصحيفة بمجرد اخطار يبلغ الى الجهة الادارية المختصة ، وقد يحتاج الاصدار الى الحصول على ترخيص سابق منها . ويدور النظام المصرى فى اصدار الصحف بين فكرتين : فكرة الترخيص وفكرة الاخطار (١٠٠) .

وحتى عام ١٩٧٥ حكم اصدار الصحف قانونين : قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ ، وقانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الذى اضاف افكاراً جديدة الى تنظيم اصدار الصحف .

فبمقتضى المادة الاولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ لا يجوز اصدار الصحف الا بترخيص من الاتحاد القومى الذى حل محله الاتحاد الاشتراكى .

(والصحف التى يتعين الحصول على ترخيص باصدارها هي : الجرائد والمجلات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصفة دورية ، وقد استثنى من الحصول على الترخيص المجلات والنشرات التى تصدرها الهيئات العامة والجمعيات والهيئات العلمية وال نقابات وذلك لما تقسم به هذه المطبوعات من صفة خاصة ولان تداولها يقتصر على اعضاء الهيئات التى تصدرها) .

وبمقتضى المادة ١٣ من قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ الذى لا يزال معمولاً به حتى الآن ، يجب على كل من يريد ان يصدر جريدة ان يقدم اخطاراً كتابياً بذلك الى المحافظة التى تقع الجريدة فى دائرتها ، لقانون المطبوعات لا يوجب الحصول على ترخيص سابق من جهة الادارة ، بل يكتفى باخطارها باصدار الجريدة .

(والجريدة التى يقصدها هي : كل مطبوع باسم واحد بصفة دورية فى مواعيد منتظمة او غير منتظمة) (١٠١) .

وفى عام ١٩٧٥ صدر قرار من رئيس الاتحاد الاشتراكى العربى بانشاء المجلس الاعلى للصحافة ، واصبح يشترك فى اعطاء تصاريح اصدار الصحف .

فلاصدار مجلة — على سبيل المثال — أصبح لابد من تقديم طلب للمسؤولين برغبة صاحبه في اصدار مجلة على أن يذكر في هذا الطلب اسمه وجنسيته وعنوانه واسم الدورية ويكون غالبا اسما جديدا لم تصدر به دورية من قبل ، الا اذا توقفت عن الصدور واخذ من صاحبها أو ورثته تنازلا عن الاسم . وبعد ذلك يذكر اسم رئيس التحرير المسئول واسم المطبعة التي ستقوم بطبعها وعنوانها واسم صاحبها ان كانت مملوكة لصاحب الدورية واللغة أو اللغات التي ستصدر بها الدورية ومواعيد صدورها أي دوريتها .

وبعد أن توضح البيانات المذكورة على صورتين من اخطار مطبوع معد لذلك يوزع مجانا من إدارة المطبوعات أو الأماكن المسئولة ويوقع عليها صاحب امتياز اصدار الدورية ورئيس التحرير ويوقع معها خطابا من صاحب الامتياز الى إدارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة يبدى فيه رغبته في اصدار امر بالموافقة على طبع الدورية وتداولها بين القراء وتعيين المسؤولين عن تحريرها .

بعد ذلك تدرس الجهات المسئولة الدليل فاذا كان مستكملا من جميع الجوانب يرسل لصاحبه التصريح باصدار الدورية ، وهو غير محدد بمدة معينة بل يظل قائما مادامت الدورية مستمرة في الصدور .

لما اذا حدث تغيير في البيانات السابق توقيعها بالاخطار مثل شخص رئيس التحرير أو المالك أو اسم الدورية أو مواعيد صدورها فعلى إدارة الدورية (المجلة هنا) ابلاغ إدارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة كتابة بالتغيير الذي سيحدث دون حاجة الى عمل اخطار جديد ويعمل المسئولون عن اصدار الدورية على الاحتفاظ خطاب التصريح لتقديمه للمسؤولين عند طلبه واطلاع المسؤولين عن المطبعة عليه

فاذا صدرت الدورية (المجلة) يجب أن تضع في الحسبان :
اسم الدورة صاحب امتيازها واسم رئيس التحرير وعنوان صدورها ومكانه واسم المطبعة التي تقوم بطبعها وتاريخ الطبع ورقم العدد والسنة الصحفية (رقم العدد ومكانه من اول عدد صدر منها وعدد السنوات التي مضت على صدور اول عدد منها) على كل عدد يصدر منها وكذلك على إدارة الدورية أن تودع عشر نسخ من كل عدد يصدر منها في مديرية الامن التابعة لها الدورية ومطبعتها وست نسخ الى إدارة المطبوعات بمجرد طبعها وتسلم خمس نسخ لدار الكتب العامة (١٠٢) .

ولكن المجلس الأعلى للصحافة لم يمارس سلطاته في عملية الترخيص بإصدار الصحف ، فالصحف الحزبية الجديدة « مصر » و « الأحرار » و « الأهالي » و « الشعب » صدرت بدون ترخيص أو أخطار، حيث أتاح لها قانون الأحزاب الصدور كحق من حقوق الأحزاب بمجرد تأسيسها .

ونظرا للقيود التي وضعها القانون على إصدار الصحف (جرائد ومجلات) وتحريره إصدارها على الأفراد — رغم أنه رسميا لم يحصر أى فرد حق الإصدار إلا أن التوقع يشهد أنه لم يصدر فرد جريدة أو مجلة منذ عام ١٩٥٦ حتى الآن ، نجد محاولات عديدة للتهرب من هذه النقطة ، وأصدر مجلة أو جريدة ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

— استقطب صفة الدورية عن مطبوع بإصداره ١١ مرة في السنة — مثلا — إذا كان شهريا . أو ٥١ مرة في السنة إذا كان أسبوعيا ، مما يجعله يخرج عن نطاق القانون ، ويصبح كتابا عاديا — غير دوري — لأن القانون يعزف الصحيفة — التي تنطبق عليها أحكامه بأنها أى مطبوع يصدر بصلة دورية — وهذا ما فعله عبد العظيم مناف المدير العام مجلة « الموقف العربي » وحفيدة البعبي ناشرة مجلة « أفكار » .

— تكوين جمعيات أهلية أو اتحادات تصدر عنها جرائد أو مجلات ، ذلك لأن القانون لا يطالب الصحيفة التي تصدر عن جمعية أو دينية أو هيئة أو منظمة أو نقابة جماهيرية بالحصول على ترخيص وهذا ما فعله الدكتور عبد المنعم سعد حينما أسس جمعية لفن السينما ليصدر عنها بعد ذلك مجلة « السينما والناس » الشهرية . وغاروق يوسف الذي أصدر جريدة « الأهلية » الأسبوعية عن جمعية ترقية شباب عابدين التي أسسها الدكتور عبد الناصر حاتم عام ١٩٥٥ ، كذلك أصدر نادي المسرح بالقاهرة مجلة « المسرح » ، وصدرت مجلة « الشائسة الصغيرة » عن جمعية الشائسة الصغيرة لعدة شهور وتوقفت .

— الاستفادة بالتراخيص القديمة لجرائد أو مجلات وإعادة إصدارها مرة أخرى مثل : مجلة « البعكوكة » الشهيرة التي أعيد إصدارها مرة أخرى — وتوقفت — ومجلة « الدعوة » و « الاعتصام » ، ومجلة « أبناء الخليج والجزيرة » التي أصدر منها الدكتور غاروق أبو زيد — عدد واحد منها وتوقفت — كملحق لمجلة قديمة هي مجلة « صوت الجيزة » كان يرأس تحريرها في الماضي ..

اصدار المجلات في ظل قانون « سلطة الصحافة » رقم ١٤٨ الصادر في ١٤ يوليو ١٩٨٠

خلال الصفحات السابقة استعرض المؤلف اصدار المجلة — كشكل صحنى من الزاوية القانونية التى حددتها التشريعات الصحفية المصرية التى بدأت بصدر أول قانون للمطبوعات فى مصر عام ١٨٨١ حتى تشكيل المجلس الاعلى للصحافة عام ١٩٧٥ — والثغرات الموجودة فى هذه التشريعات ، والآن . . وبعد صدور قانون سلطة الصحافة فى ١٤ يوليو ١٩٨٠ هل اختلفت الصورة او بعبارة اكثر تحديدا هل تغير اسلوب اصدار الصحف عامة — والمجلة بوجه خاص ؟

حرية اصدار الصحف (جرائد ومجلات)

بادئ ذي بدء نجد ان القانون يكفل حرية اصدار الصحف — جرائد ومجلات — للأحزاب السياسية والاشخاص الاعتبارية العامة والخاصة .

وفى الوقت نفسه يحظر القانون اصدار الصحف او الاشتراك فى اصدارها لو ملكيتها بأية صورة من الصور على الفئات الآتية :

- (١) المنوعين من مزاولة الحقوق السياسية .
- (٢) المنوعين من تشكيل الاحزاب السياسية او الاشتراك فيها .
- (٣) الذين يتنادون ببداىء تنطوى على انكار الشرائع السماوية .
- (٤) المحكوم عليهم من محكمة القيم .

خطوات اصدار الصحف (جرائد ومجلات) :

— يجب على كل من يريد اصدار صحيفة جديدة ان يقدم اخطارا كتابيا الى المجلس الاعلى للصحافة موقعا عليه من الممثل القانونى للصحيفة يشتمل على : اسم ولقب وجنسية ومحل اقامة صاحب الصحيفة واسم الصحيفة واللغة التى تنشر بها وطريقة اصدارها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعة التى تطبع فيها الصحيفة .

وفى حالة أى تغيير يطرا على البيانات التى تضمنها الاخطار بعد صدور الترخيص يجب اعلان المجلس الاعلى للصحافة كتابة بهذا التغيير قبل حدوثه بثمانية ايام على الاقل الا اذا كان هذا التغيير طرا على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب اعلانه فى ميعاد غايته ثمانية ايام على الاكثر من تاريخ حدوثه .

ويعاقب الممثل القانوني للصحيفة عند مخالفة هذه المادة بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة اشهر وبغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيهه ولا تجاوز الف جنيهه او باحدى هاتين العقوبتين فضلا عن الحكم بتعطيل الصحيفة مدة لا تقل عن ثلاثة اشهر ولا تجاوز سنة .

— ويصدر المجلس الاعلى للصحافة قراره في شأن الاخطار المتـقدم لاصدار الصحيفة خلال مدة لا تجاوز اربعين يوما من تاريخ تقديمه اليه ويعتبر عدم اصدار القرار في خلال المدة سالفة البيان بمثابة اعتراض من المجلس الاعلى للصحافة على الاصدار .

وفي حالة صدور قرار برفض اصدار الصحيفة يجوز لذوى الشأن الطعن فيه امام محكمة التيم خلال ثلاثين يوما من تاريخ الاخطار بالرفض .

— وفي حالة عدم صدور الصحيفة خلال ثلاثة شهور تالية للترخيص ، او اذا لم تصدر بانتظام خلال ستة اشهر اعتبر الترخيص كان لم يكن ، ويكون اثبات عدم انتظار صدور الصحيفة من المجلس الاعلى للصحافة ويعلن القرار الى صاحب الشأن .

— وتعتبر الموافقة على اصدار صحيفة امتيازاً خاصاً لا تنتقل ملكيته بآية صورة من صور نقل الملكية .

وكل تصرف يتم بالمخالفة (لهذا الحكم) يعتبر باطلاً ، ويعاقب المخالف بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيهه ولا تجاوز الف جنيهه فضلا عن الحكم بالغاء ترخيص الصحيفة .

« البعد الثالث في عملية التخطيط لاصدار مجلة »

وضع الخطة او الجدول الزمنى للتنفيذ

بعد ان ينتهى المخطط لاصدار مجلة من اتخاذ القرارات الاساسية المختلفة التحريرية والاقتصادية والفنية والبشرية والتنظيمية والقانونية، يكون قد استقر على « تصور » او « خطة » محددة المعالم لمجلته ويبقى عليه ان يحولها الى « كيان مادي » او نسخة مطبوعة من المجلة ، وهنا تبدأ عملية التنفيذ التى لا بد وان يوضع لها خطة زمنية او جدول زمنى .

وعملية وضع جدول زمنى للمشروع Schedule ، او الجدولة الزمنية Schedule ، لاصدار المجلة هنا هى : تحديد الوقت النسبى الذى يجب ان تبدأ فيه العمليات او المراحل المختلفة وتضع الهدف الزمنى المطلوب تنفيذ هذه ، ومن الممكن ان تتم دون الاشارة الى يوم معين ، ومن الناحية العملية من الامثل ان يتم وضع ايام معينة كايام بدء وايام انتهاء (١٠٣) .

وتنبو أهمية الجدول الزمنى فى المشروعات او العمليات الانتاجية التى تتم فى عدة مراحل وهو ما ينطبق على عملية اصدار المجلة .

وعلى ذلك فلا بد ان يضع المخطط لاصدار المجلة ، او ادارة المجلة بالاضافة الى هيئة تحريرها كمشرفا يوضح العمليات المطلوب تنفيذها مبينا بصفة خاصة موعد الابتداء وموعد الانتهاء لكل عملية تقرر تنفيذها ، وبهذا يربط العمليات المختلفة من اجل تحقيق هدف محدد .

ومن اكثر الطرق انتشارا فى جدولة المشروعات « الزمنية » خرائط جانبت لتخطيط المشروعات Gantchart ، وهى تتكون من مقياس زمنى (يوم — شهر — اسبوع) من ناحية ، ومن الناحية الاخرى يتم عرض عناصر المشروع او اجزائه فى شكل عمدة او رموز لتوضيح مدى التقدم فى الاعمال مع تحرك الوقت يوما بعد الآخر (١٠٤) .

فاذا انتهت ادارة مجلة من البعدين الاولين لعملية التخطيط لاصدار مجلة وهما : الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع واتخاذ القرارات

الاساسية في عملية الاصدار ، بقى ان يوضع الجدول الزمني لاصدار
المجلة : فاذا كان اصدار المجلة قد تحدد له بداية عام ١٩٨٠ وبدأت
عمليات وضع جدول زمني في شهر سبتمبر عام ١٩٧٩ ، ينبغي
وضع جدول زمني لاصدار المجلة يوم الثلاثاء ١ يناير عام ١٩٨٠
مستعينين بخرائط « جانت » لتخطيط المشروعات (١.٥) .

مصادر المدخل ومراجعته

- (١) شعبان عبد العزيز خليفة : الدوريات في المكتبات ومراكز المعلومات ، العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٦ .
(٢) اعتمد على المراجع التالية في استيضاح الفروق بين هذه المصطلحات :

— Hidlick, W.E. «Aclose Look at Magazines and comics, U.S.A., 1973, PP. 12 - 23.

— Mott Luther Frank : « A History of American Magazines » Cambridge Mass book press of Harvard University' PP. 56.

— Mott, Luther Frank : « A History of American Magazines ». University Press, Iowa, Second edition, 1969, PP. 22 - 35.

— Fisher, Heinz Ditrich & Herril, John : International and Intercultural Communication, Hastings House publishers, New York, 1976, PP. 99 - 106.

— Mclean. Ruari : Magazine Design, Oxford University Press, New York, London, Toronto, 1969, P. 1.

(٣) نقلا من عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن : روضة المدارس ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٩ .

(٤) عبد اللطيف حمزة : المدخل في فن التحرير الصحفي ، دار الفكر العربى القاهرة ، الطبعة الرابعة ، ١٩٧٠ ، ص ٣٦٠ .

(٥) عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن : مرجع سابق ص ٩ .

(٦) عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ص ٧ .

(٧) شكوى فيصل : الصحافة الادبية : وجهة جديدة في دراسة الادب العربى المعاصر ، معهد الدراسات العربية العالية ، القاهرة ، ١٩٦٠ ، ص ٢٠ .

(٨) نقلا عن عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن ، مرجع سابق ، ص ٩ .

(٩) المرجع السابق نفسه ، ص ١٠ .

(١٠) سامى عزيز : « فن المجلة » مجموعة محاضرات القيت على طلبة الصحافة والنشر ، بكلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٥ .

(١١) اجلال خليفة : « الصحافة » بدون ناشر ، دار الطباعة الحديثة القاهرة ١٩٧٦ ، ص ٧٧ .

(١٢) محمد سيد محمد : ما المجلة الادبية ؟ مجلة الدراسات الاعلامية ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الاول ، يناير ١٩٧٩ ، ص ١٩ .

(١٣) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام » ، مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ص ٢٧ .

(١٤) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(١٥) اعتمدت في مرضى لتصنيف المجلات على أبرز المراجع التي تعرضت لهذه الفكرة وهي :

— Fedler, Fred : An introduction to the Mass Media, Harcourt Joun Inc., New York, San Digo, Chicago 1978.

— Whitney, Fredrick C. : Mass Media and Mass Communications in society, W. M. C. Brown Company Publishers, 1975.

— Littlefield, James E. & Kirkpatrick, C.A. : Advertising : Mass communication in Marketing, Houghton Mifflin Company, Bombay, First Indian Print, 1971..

— Charnely, Michelle V. & Converse, Blair : Magazines Writing and Editing, Drydon Press, New York, 1938.

— Sandman, Peter. M. & Rubbin, David M. & Suchman, David : Media : An introductory analysis of American Mass Commun-

alions prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, Second edition, 1976.

- Wolsely, Ronald. E. : The Magazine World - an introduction to magazine Journalism, Prentice - Hall, New York 1964.
- Peterson, Theodore : Magazine in the twentieth Century, University of Illinois Press, Urbana. Chicago - London, Second edition 1975.

(16) Sandman, Peter M. & Rubbin, David M. & Suchman, David, OP. Cit., P. 282.

(18) Sandman Peter M. & Rubin, David M. & Suchman, David, Op cit., P. 229.

(19) Merrill, John & Bryan, Carter R & Alisky, Marian : « The Foreign Press : A survey of the world Journalism, Louisiana, State University press, Baton Rouge, U.S.A 1973, P. 15.

(20) Peterson, Theodore, Op. Cit., P. 76.

(٢١) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(٢٢) س. دينوايه : « الصحافة فى العالم » ، ترجمة عبد العاطى جلال ، الالف كتاب ٢٩٠ ، دار سعد مصر ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص ١٧٦ .

(٢٣) حسنين عبد القادر : الراى العام والدعاية وحرية الصحافة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦١ ، ص ٢١ .

(٢٤) شعبان عبد العزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٢٢ .

(٢٥) جورج ديهاميل : دفاع عن الادب ، ترجمة وتعليق محمد مندور ، سلسلة من الشرق والغرب ، الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ ، ص ٦٣ .

(26) Whitney, Fredrick. C., Op. Cit., P. 82.

(27) Ibid, P. 79.

(٢٨) أحمد بدر : « الاتصال بالجمهور والديمية الدولية » ، دار
العلم ، الكويت ١٩٧٢ ، ص ٢٣ ، ٢٤ .

مصادر الكتاب ومراجعته

- (1) Wolsely, Ronald. E. The Magazine world : an introduction to Magazine Journalism, Op. Cit, P. 63.

(٢) استندت في هذا الجزء من المراجع الآتية :

- فريد راغب النجار : « تحليل الشبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات » وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ .
— علي رفاعة الانتصاري : « استراتيجية المشروعات : سياسات إدارية » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٦ .
— محمد يسرى قنصوة ، أحمد رشيد : « التنظيم الإداري وتحليل النظم » ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— Coventry, William F. : « Management ». A Howard & Wymdham Company, London, 1978.

- (٣) محمود سلامة عبد القادر « دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ ، ص ٢٩—٣١ .

(٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٢٩ .

- (5) Wolsely, Ronald. E. : Under standing Magazines, Op. Cit., pp. 45. - 50 .

(6) Ibid, p. 48.

(7) Peterson, Theodore, Op. Cit., PP. 236 - 257.

(8) Fisher, Heinz Ditrich & Merrill, John, Op. Cit., PP. 103, 140.

(9) Peterson, Theodore : Op. Cit., P. 336.. .

- (10) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines, Op. Cit., P. 99 - 101.

- (11) Pedler, Fred, Op. Cit., P. 340.
- (12) Peterson, Theodore Op. Cit., P. 364.,
- (13) Wolsely, Ronald E. : Understanding Magazines, Op. Cit., p. : 47, 80.
- (14) Peterson, Theaors, Op. Cit., P. 366.
- (15) Ibid, PP. 351, 362.
- (16) Fadler, Fred, Op. Cit., P. 351.

Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., p. 351.

(١٧) محمود نياض : « الصحافة الادبية بمصر والاتجاهات القومية ١٩١٤ - ١٩٤٠ » ، (الجزء الاول) الجهاز المركزي للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨ .

(١٨) محمود علم الدين : « الفن الصحفي في المجلة العلمية مع دراسة تطبيقية على المجلات المصرية العلمية المصور - آخر ساعة - أكتوبر عام ١٩٧٨ » ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ١٩٨٠ ص .

- (19) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., PP. 49 - 50.

(٢٠) محمود علم الدين ، مرجع سابق

(٢١) سمير محمد حسين : « بحوث الاعلام : الاسس والمبادئ » ، بدون ناشر ، مطابع دار الشعب ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(٢٢) محمد علي العويني (اشراف) : « مشاكل الاعلام الشبابي : دراسة نظرية وميدانية » المجلس القومي للشباب والرياضة ، جهاز الشباب الادارة العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٥١ .

(23) Wolsely, Ronald. E., Understanding Magazines. Op. Cit., pp. 139, 149 - 150. .

(٢٤) ، (٢٥) سمير محمد حسين ، مرجع سابق .

(26) Wolrely, Ronald. E., Under standing Magayire, Op. Cit., P. P. 150.

(٢٧) جيهان احمد رشتى : « الاسس العلمية لنظريات الاعلام » ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(28) Wolsely, Ronald. E. Thi Changing Magazine, The Iowa State University press, Iowa, 1972, pp. 15 - 25.

(٢٩) طلعت الزهيرى : الاملان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ١٩٧٥ ، ص ١٠٤ ، ١٠٥ .

(٣٠) محمد على العوينى (اشراف) : مرجع ص ٧٤ — ٧٨ .

(31) Erickson, Mc. cann : Middle East Media study 1979 London.

(٣٢) المركز العربى للبحوث والإدارة (آراك) : « اتجاهات القراء لجلة أكتوبر » ، ١٩٧٨ ، القاهرة .

(33) Wdsely Ronald. E. : Under Standing Magazines, Op. Cit., P. 351.

(٣٤) توماس بيرى : « الصحافة اليوم » ، ترجمة مروان الجابرى مؤسسة أ. بدران للطبع والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ ، ص ٢٥٧ ، ٢٥٨ .

(35) Ferguslon, Rowena, A. : « Editing The Small Magazines. U.S.A, Columbia press, Second edition 1976, p. 181.

(٣٦) توماس بيرى ، مرجع سابق ، ص ٢٦٠ — ٢٨٢ .

(٣٧) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص ٢٦٣ — ٢٦٦ .

(٣٨) المرجع السابق نفسه ، ص ٣٣٤ — ٣٢٨ .

(٣٩) المرجع السابق نفسه ، ص ٤٠٥ ، ٤٠٦ .

(40) Farguson, Rowena. A., Op. Cit., P. 181.

(٤١) جلال الدين الحماصي : مقابلة شخصية بمكتبة بمؤسسة
اخبار اليوم .

(42) Forguson, Rowena. A., Op. Cit, P. 182.

(٤٣) استفتت في ذلك من :

— زكي محمود هاشم : « الادارة العلمية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت ،
١٩٧٨ ص ٣٦٩ ، ٣٧٠ .

(٤٤) امتدحت في مرض الانماط الشائعة للملكية في المجلة على
التصنيف الكلاسيكي لانماط الملكية الصحفية الذي أورده كل من مرانك .
و. راكر ، وهريوت بي. وليفر في كتابهما :
« Newspaper Organization and Managament.

(45) Fedler, Fred, Op. Cit., PP. 335, 336.

(46) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Harbert Lee, Op. Cit., PP. 21 -
24.

(47) Golding, Peter : The Mass Media, Longman Group, London,
1972, PP. 44 - 48.

(٤٨) محمود عساف : « أصول الادارة » ، مكتبة عين شمس ،
القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨٩ .

(49) Vilehuchet, Blrtra and de la : La Gestion Du Magazine Dunond,
Paris, 1975, PP. 31 - 32.

(50) Ibid, P. 32.

(٥١) فاروق محمود الهيثمي : « تخطيط المشروعات الصناعية » ،
دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٨٠ .

(52) Ferguson, Rowena A., Op. Cit., p. 191.

(53) Ibid, P. 192.

(54) Wright, John. S. & Others : « Advertising» Mc - Graw Hill Company, New York, Fourth edition, 1977, P. 372.

(55) Ferguson, Rowena. A., Op. Cit. PP. 194 - 196.

(56) Ibid, P. 196.

(57) Turnbull, Arthur. T. & Baird., N. : The Graphics of communion Typography - Layout Design», Holt Reinhart Inc., third edition, 1975 P., 295.

(٥٨) سمير محمد حسين : « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم » ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٦٨٦ .

(59) Crag, Joh : « Production For The Graphic Designer. waston Guptile publication U.S.A., Third edltion, 1976, P. 81

(60) Ibid, p. 85

(٦١) سمير محمد حسين « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية اليوم » ، مرجع سابق ، ص ٦٨٧ .

(62) Craig, John, Op. Cit., P. 87..

(٦٣) احمد حسين الصاوى : « طباعة الصحف واخراجها » ، الدار القومية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٥ ، ص ٢١-٥٥ .

— Craig, John : Op. Cit., PP. 16 - 40

(٦٤) اعتمدت فى الحديث من اختيار ورق طباعة المجلات وانواعه المختلفة على المراجع الاتية :

— Kagy, Fredrick, D. : Graphic Arts, The good heart Willcox Co., gnc. pullications., South Holland, Illirois, 1970.

— Wolsely, Ronald. E., « Underst anding Magazines» Op. Cit.

— Craig, John, Op. Cit.

— صليب بطرس : « إدارة الصحف » ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٤ .

محمود عساف : « أصول الاعلان » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(65) Craig, John, Op. Cit. PP. 110 , 111.

(66) Ibid p. 111.

(67) Grump, Spencer : Fundamentae of Journalism, Mcgraw Hill Book, U.S.A. 1974, P. 234.

(68) Silver, gorold. A. : Printing Estimating, American Technical-ety, U.S.A., 1975, PP. 22 - 24.

— Forguson, Rowena, A., Op. Cit., P. 201.

(٦٩) استندت في الحديث عن اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشري في المجلة بكل من :

— يسرى خضر اسماعيل : مرجع سابق ، ص ١٨٩ — ١٩٠ .

— فاروق محمد الهيثي : مرجع سابق ، ٨١ .

(٧٠) هذه المصادر الخمسة حددها الدكتور محمود عساف لكي يعتد عليها أي مشروع صناعي ، واعتدت عليها مصادر تصلح للمجلة ، انظر :

محمود عساف : مرجع سابق ص ٢٨٩ .

(71) Wolsely, Ronald. E. Unders Tanding Magazines., Op. Cit.,

(27) Kenneth, John Lurian : « Magazine Journalism : New prospects For the art and professions», Montona press Library, First edition Montana, U.S.A, 1977, P.. 117.

(٧٣) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص

(74) Kenreth. John : Op. Cit.: P. 139.

(٧٥) استندت في هذا الجزء من المراجع التالية :

— عبد اللطيف حمزة : « قصة الصحافة العربية في مصر : منذ نشأتها إلى منتصف القرن العشرين » ، مطبعة المعارف ، بغداد ، ١٩٦٧ .

— خليل صابات : « وسائل الاتصال نشأتها وتطورها » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، طبعة ثانية ، ١٩٧٩ .

— Peterson, Theodore, Op. Cit.

— Mott, Luther Frank, Op. Cit.

— W olseley, Ronald. E., « Understand ing Magazine ». Op. Cit.,

(٧٦) جلال الدين الحامصي : « الصحيفة المثالية » ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢ من ١٧٨ ، ١٧٩ .

(77) Kanneth, John Lurian, Op. Cit., PP. 166 - 173.

(78) Neprand, Theodora. L. New Prew : « Planning good Personnel in your publication » Columbia press, U.S.A. 1975., pp 15, 19.

(79) Ibid, pp. 19 - 22

(٨٠) ، (٨١) ، (٨٢) اعتمدت هنا على المراجع التالية :

— Rothestein, Arnold : « Photojournalism - Picture for magagines and newspapers». Amphoto, Now york, 1963.

— New Kalien, Norman : « Photographs - how to appreciate, Criticize and choose; ». Mc. Graw Hill, New york 1973.

— Feininger, Andreas : « The Complete photographer » -Englewood Cliffs, Newyork, Prentice Hall, 1965.

— سمير سعد الدين ، محمود علم الدين (اعداد) : « التصوير الفوتوغرافي وتطبيقاته في مجال الصحافة » ، مراجعة خليل صابات ،

(استنسل) القيت على طلبة قسم الصحافة والنشر ، كلية الاعلام
جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٨ .

(٨٤) أبو الفتوح حامد عودة : « تنظيم المعلومات الصحفية والارشيف
والمكتبات » ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٦٨ ، ص ٧ ، ٨ .

(٨٥) سمير سعد الدين ، محمود علم الدين : مرجع سابق ،

(٨٦) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام : المؤسسة الصحفية » ،
مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ١٨٩ ، ١٩٠ .

(87) Wolsely, Ronald, E. : « Understanding Magazine, ». Op. Cit. pp
157 - 160.

(88) Sandman, peter. M. & Rullin David M. & Suchman David Op.
Cit, PP. 288 - 289.

(٨٩) محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص ١٤١ ، ١٤٢ ، ١٤٣ .

(90) Wain wright, David : Journalism», Alti & Seber London, 1972,
P. 210.

— ج . م ميكائيلسن : « الصحافة بين الهواية والاحتراف » ، ترجمة
محمد كامل جمعة ، مطبعة مصر الحديثة ، القاهرة ، ١٩٥١ ص
٣٦ — ٤٥ .

(٩١) محمود علم الدين : مرجع سابق ص ١٤٥ ، ١٤٩ .

(٩٢) سيد الهواري : مرجع سابق ، ص ١٣٦ .

(93) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Herbert Leo, Op. Cit. PP. 8 , 9.

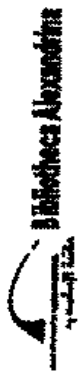
(٩٤) خليل صابات : « فن ادارة الصحف وتنظيمها » ، محاضرات
على الروتنيو القيت على طلبة قسم الصحافة بكلية الاداب جامعة بغداد ،
بغداد ، ١٩٧٥ .

(٩٥) المرجع السابق نفسه .

- (٩٦) أجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٦١ — ٦٥ .
- (٩٧) محمود عساف ، مرجع سابق ، ص ٤٠ .
- (٩٨) المرجع السابق نفسه .
- (٩٩) زكى محمود هاشم ، مرجع سابق ، ص ٣٥٩ .
- (١٠٠) جمال الدين العطيفي : « حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية القاهرة » ، دار النهضة العربية ، طبعة ثانية ، ١٩٧٤ ، ص ٥٥ .
- (١٠١) المرجع السابق نفسه ، ص ٥٧ ، ٥٩ .
- (١٠٢) أجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٥٧ ، ٥٨ .
- (١٠٣) سيد الهوارى ، مرجع سابق ، ص ١٢٠ ، ١٢١ .
- (١٠٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٣٦ .
- (١٠٥) استندت في تصميم هذا الجدول الزمني لإصدار مجلة من خريطة لمشروع صناعى صممها الدكتور فريد راغب النجار على أساس خرائط جانت لتخطيط المشروعات انظر :
- فريد راغب النجار ، المرجع السابق نفسه ، ص ٣٧ .

رقم الايداع ٨١/٢٨٨٥
الترقيم الدولى ٢ — ٢٥ — ٧٣١٥ — ٩٧٧

مطبعة
مؤسسة يوم المستشفيات
١ شارع بستان الخشاب بالمنيرة
القصر العينى — القاهرة



0213261

الخلاف من تصميم وتنفيذ : المركز الجرافيكي العربي بالقاهرة

To: www.al-mostafa.com