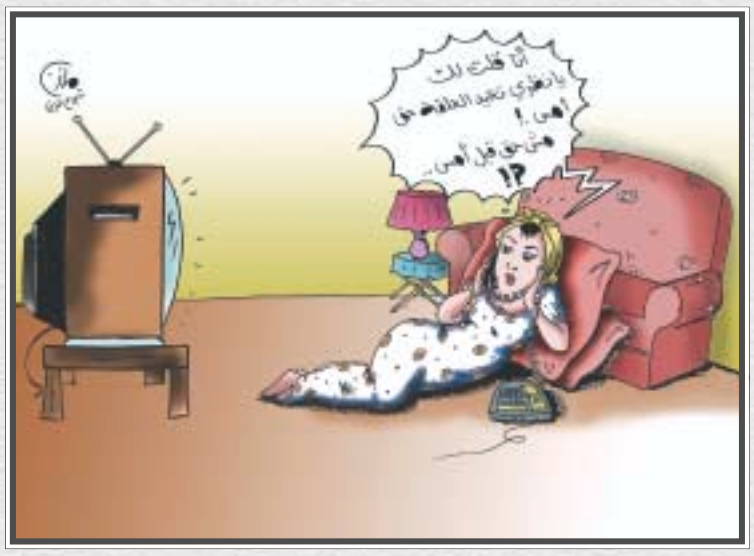
Mon,. 28 Mar 2005 .. 18/2/ 1426 - No . (14747)

أمة العليم السوسوة: لاتوجد صحافة حزبية راسخة



□ .. أكدت الاخت أمة العليم السوسوة وزيرة حقوق الانسان أنه لايمكن القول وبفخر أن لدينا صحافة حزبية راسخة جاء هذا في حفل اختتام الدورة التدريبية التي نظمها منتدى الإعلاميات بالتعاون مع الملحقية الإعلامية والثقافية بالسفارة الأمريكية حول (تمكين الإعلاميات من الصحافة التلفزيونية).

وأضافت: ما نزال ننتظر وجود صحافة حزبية راسخة حتى تكتمل جوانب الإبداع في المجال الإعلامي حيث وأن اليمن لاينقصها الكفاءات من الجنسين.

وأردفت: إن الفروق في أداء أجهزتنا الإعلامية ملحوظة والفرق ليس في الحريات فهي متاحة إلى حد كبير ولكن في الأداء المهني، مشددة على أن التأهيل يجب أن لايقتصر على دورة واحدة أو اثنتين بل يجب أن يستمر دون توقف.

منوهة: بأن الإعلاميات اللواتي يعملن في الحقل الإعلامي الحكومي وغير الحكومي لهن حق التدرج والوصول إلى مواقع متقدمة في الجانب المهني ونحن ننتظر الفرصة السانحة لتحقيق أدوار متميزة وإبداع أفضل وخلق ثقة عالية . مشيدة بوصول بعضهن إلى مواقع بالنسبة للناحية الذهنية تكاد تكون أفضل. منبهة أن وصول النساء إلى هذه المواقع أو عدم وصولهن لايعني على الإطلاق عدم احقيتهن فهذه المسألة محسومة ولكن عليهن الاستمرار في العمل والمطالبة بحقهن.

من جانبه أشاد المدرب البروفيسور نورمان سوان بأداء وتفاعل المتدربات وحرصهن على التعليم والاستفادة متمنيا العودة للمرة الثالثة إلى اليمن وأضاف: هذه زيارتي الثانية لليمن وقد اغتنمت العودة إلى اليمن وانطباعاتي تغيرت في هذه الزيارة.

عملت مع إعلاميين في صنعاء وعدن وكانت هناك مشاركات في الدورة التدريبية وبدا عليهن الخجل الشديد، ولم يكن يتحدثن وتشكل عندي انطباع بأنهن خجولات وأنهن لا يتحدثن، لكن في هذه الدورة التدريبية بمنتدى الإعلاميات ولمدة ثلاثة أيام تغيرت انطباعاتي تماما، فأعبر هنا عن سعادتي في العمل مع هذه المجموعة.. لقد أظهرت رغبة كبيرة في التعلم.

وكنت أتمنى لو كانت مدة الدورة ثلاثة أسابيع بدل ثلاثة أيام.. مع توفر الامكانيات الأكثر وماتم تقديمه لهن وفق الامكانيات المتاحة.. كثير من الأشياء كنت أتحدث عنها في الدورة وقد لاتنطبق هنا في اليمن لهذا فالمهمة عليهن صعبة.

ر السياحة ٢٠٠٥م؟!

فيه مراعاة الذوق الرفيع والرغبة النفسية للسائح

بالسياحة هامشي والصحافة الحزبية لا تهتم على الإطلاق

افة السياحية تخطت الحدود وقامت بالدور

□ ياسر الميأسي

الإنترنت ما تزال تحذر من زيارة اليمن بحجة عدم الأمن دون القيام ولو بمحاولة من الجهات المسئولة لتوضيح الحقيقة لتلك الجهات الإعلامية التي صنعت كل ذلك التشويه..

اهتمام هامشي

أما الأخ/علي مهدي الذهب «رأي نيوز» فيرى أن الاهتمام بقضايا السياحة في صحافتنا الثقافية ما زال هامشياً ونادراً لعدم وجود آليات وانماط معينة يسير عليها هذا النوع من الصحافة المتخصصة أو الصفحات الثقافية في الصحف الأخرى الرسمية والحزبية والأهلية لإبراز المقومات السياحية في اليمن معمارياً وتاريخياً....الخ.

وقال :«إن المستقرئ بحصافة وإمعان لمدى اهتمام الصحافة الثقافية في اليمن بالسياحة فسيجده هامشياً ونادراً عند البعض وغائباً تماماً عند البعض الآخر... وذلك لعدم وجود رؤية عميقة لدى القائمين على تلك الصحف لأهمية المجال السياحي وإبرازه سواء لما يقدمه للآخرين أو لجذب السياح من ناحية أخرى بعيداً عن المماحكات السياسية للوطن...

واستثنى الأخ/الذهب من هذا الغياب صحيفتين ثقافيتين هما الثقافية «تعز».. والملحق الثقافي «الثورة».. حيث أشار إلى ان هناك نوعاً من الاهتمام خاصة في الملحق الثقافي الذي يفرد مساحات خاصة به أحياناً وإنزال الاستطلاعات لأثقة بمستوى الملحق مضموناً وإخراجاً...

الصحافة الحزبية

أما الملاحظ أو المتابع للصحافة الحزبية سيجدها عارية تماماً من أدنى شعار يحمل في طياته التعريف باليمن ككل فضلاً عن منطقة بعينها وعرضها كجزء من المقومات السياحية الموجودة في اليمن أو الحديث عنها في استطلاعات أو ريبورتاجات أو حتى مقالات... وعندما عرجنا على ذوي الإختصاص أو الصحفيين الذين يعملون في الصحف الحزبية.. أدركنا أن سؤالاً كهذا يبدو غريباً وفي الوقت نفسه سخيفاً ، حيث نفى كل من سألناه عن الدور السياحي.. «التروجي» الذي تقوم به الصحافة الحزبية..

فالاخ/عزت مصطفى صحيفة «الثوري» إن الصحافة الحزبية تعنى فقط بالأمور والقضايا السياسية فهي أكثر تخصصا في المجال السياسي..

كما إنه يعتقد انها- أي الصحاف الحزبية- ليست معنية بالسياحة بناء على اعتبارات مختلفة أهمها أن الصحيفة الحزبية إسبوعية وان مساحتها ضيقة وحجمها وعدد الصفحات والوضع المادي السيء.. وبالتالي فهي ليست قادرة على تناول مواضيع سياحية كالاستطلاعات لأنها تتطلب مادة أولاً ثم مساحة كبيرة وهذا لا يتوفر في الصحافة الحزبية..

يوافقه في هذا الرأي الأخ/حمدي البكاري - صحيفة الوحدوي - حيث يشير إلى إنه توجد صحافة سياحية في بلادنا سواء الرسمية أو الحزبية أو المستقلة..

الأدلة السياحية

كما يبدو أنه من العبث البحث أو النقاش حول الصحافة السياحية في ظل غيابها حتى في الصحافة الرسمية لا يوجد دور قائم أو مكتمل يحمل على عاتقه مسألة التوعية السياحية وتشجيع السياحة ، الداخلية وتشجيع الاستثمارات في المجالات السياحية هذا الغياب للصحافة السياحية باستثناء «مجلة اليمنية» حدى بنا إلى التطرق لما يسمى بالأدلة السياحية كبديل تستدعيه الضرورة.. ومدى وجودها والجهات التي تصدرها.. وبهذا التطرق وجدنا نوعاً لا بأس به من الأدلة .. لكنها لا توجد مثلاً أدلة سياحية عن محافظة بعينها مخرجة بشكل دقيق ومزودة بالخرائط السياحية التي تستهوي السائح المستقرىء لها إلى حب الاستطلاعية والمعرفة عن هذه المنطقة أو غيرها ، كما وجدنا ان الصور لا تحكي عن الأمكنة بدقة وموضوعية حيث تجد صور منطقة في موضوع منطقة أخرى.. وهذه سلبية فنية..

لكن لا يعني هذا نفي الخطوات الجدية والتي تبشر - كما يبدو - بصحافة سياحية قادمة من العدم.. فهناك الدليل الإعلامي السياحي العربي والذي يحوي على ملف للين أعده الزميل ياسر المياسي ويعتبر من أهم الأعمال الناجحة للترويج السياحي لليمن حيث أخرجت الدليل جامعة الدول العربية ، ويعتبر هذا المرجع مهما لما يحتويه من معلومات عن اليمن والدول العربية بشكل عام ، ويعد ملف اليمن فيه من أفضل الملفات وتم إعداده بإشراف مباشر من وزارة الثقافة والسياحة ومن الأدلة التي ظهرت مؤخراً الدليل السياحي اليمني الصادر عن مجلس الترويج السياحي ، والذي قدم مادة رصينة للمواقع السياحية في جميع المحافظات اليمنية.. وهذا الدليل عبارة عن مادة تعريفية تقدم معلومات مقتطفة عن جميع المحافظات اليمنية.. ولكنه تنقصه الخرائط السياحية والصور الكافية..

الأخ/طه المحبشي مدير المكتب التنفيذي في مجلس الترويج السياحي اشار إلى الخطة الترويجية للعام ٢٠٠٥م والتي تشمل الدعاية والنشر والإعلانات في بعض القنوات الأوروبية خاصة في الدول ذات الأسواق المصدرة للسياحة الإقليمية إلى بلادنا وكذلك المشاركة في أهم المعارض الدولية أو العالمية «ميلان ، برلين،اليابان،وفرنسا» وغير ذلك.. وتعيين شركات علاقات عامة تسعى إلى التعريف بالمنتج السياحي اليمني ومقوماته والتعريف باليمن سياحياً واقتصادياً وتاريخياً لإعادة الثقة إلى الأسواق المصدرة للسياحة ومحو الصورة السلبية عن اليمن من خلال النشر الصحفي والقنوات الأوروبية..

وبالنسبة للأدلة السياحية فقد قال: «لدينا خطة في إصدار الكثير من الأدلة السياحية باللغتين العربية والإنجليزية وإعداد أدلة سياحية بست لغات أخرى...»..

وأضاف: «ولدينا بوسترات - صور- جميلة للمناظر السياحية المختلفة والطقوس الحياتية اليومية للإنسان اليمني، والحرف اليدوية ، وما زلنا نعمل على إيجاد منظومة متكاملة في جوانب البوسترات والأدلة السياحية والبروشورات ، فنحن الآن بصدد طباعة «٤٥» ألف برشور والخطة قيد التنفيذ وقد انجز بعضها ... هذه البروشورات طبعت بإيطاليا..

موقع إلكتروني

وقال أيضا: «ولدينا هذا العام خطة لعمل منظومة متكاملة من الخرائط السياحية والسيديهات وتأسيس إرشيف صور ويوجد للمجلس موقع إلكتروني يدار من قبل المجلس وتجري الآن عملية تحديثه بالمعلومات لكي يصبح بشكل يومي ..ويحتوي هذا الموقع على دليل سياحي واسع يشمل المعلومات والصور والإجابات على استفسارات تاتي من السياح عن اليمن، فهو نافذة الترويج السياحي في الخارج عبر الشبكة العالمية وميزة هذا الموقع هو وجود جميع محركات البحث.

ودعى المحبشي في الأخير وسائل الإعلام المختلفة وبالذات الصحافة بمختلف اتجاهاتها «رسمية - حزبية - مستقلة» إلى أن تدرك أهمية الترويج السياحي كون السياحة رافداً مهماً من روافد الإقتصاد.

كلية الإعلام

أيضا من الجهات التي تصدر أدلة سياحية وتحاول تحريك المياه في مجال الإصدارات السياحية ، فقد أصدرت العديد من الأدلة عن مناطق بعينها ..كما أصدرت مجلات متخصصة في المجال السياحي من أهم تلك المجالات «يمنات» سياحية متخصصة تطرقت لمختلف المقومات السياحية اليمنية وباسلوب علمي متخصص ، وكانت مشروع تخرج الدفعة الثامنة قسم الصحافة.

■ ولمزيد من إلقاء الضوء على الأسس العلمية التي يجب أن يقوم عليها الدليل.. وأيضا الاستراتيجية التي يصدر بناءً عليها الدليل السياحي في الكلية فقد توجهنا بالسؤال إلى الدكتور/ محمد مثنى نائب عميد الكلية والذي أشار إلى أن الأدلة «عبارة عن مفردة علمية يتلقاها الطلاب أثناء دراستهم لتلك المواد.. باعتبارها تدخل ضمن إنتاج المواد الإعلامية لتطوير العلاقات العامة وتخطيط الحملات الإعلانية والتسويق بكافة عناصره المتمثلة بالإنتاج والتسعير ، والتوزيع، والترويج، وهذا ما يتضمنه المنهج الأكاديمي العلمي الذي يدرسه الطلاب ولكنه يرى أن الكلية ليست وكالة سياحية لإصدار الأدلة وإنما تتمثل مهمتها في إعداد وتأهيل الكوادر القادرة على القيام بتنفيذ هذا الانتاج الإعلامي.. منوها إلى دور الكلية وتشجيع الطلاب الذين قاموا بإعداد مشاريع تخرج تحت هذا الموضوع، حيث أنجزت العديد من المجموعات البحثية لطلاب قسم العلاقات العامة والإعلان في الأعوام الماضية العديد من الأدلة السياحية الناجحة والتي منها «الدليل السياحي لمدينة شهارة التاريخية ودليل اللواء الأخضر ودليل المطاعم السياحية في العاصمة صنعاء ،ودليل مستشفيات العاصمة، ودليل صنعاء القديمة .. وغيرها..

قلة الإمكانيات وشحتها وصعوبة الظروف المعيشية لدى الطلاب وعدم تعاون الجهات السياحية وتسويق كمياتها لتصل إلى كل المجتمع وغير ذلك من العوائق التي اعتبرها الدكتور «محمد مثنى» صعوبات تقف في طريق الطلاب مركزاً على أهمية التسويق والتوزيع للأدلة السياحية التي تتغيب نتيجة لتلك الصعوبات، وقال مضيفاً إلى تلك العوائق إمكانيات الكلية الشحيحة ، فهي ليست دار نشر لتقوم بمهمة التوزيع أو طباعة الأدلة وما يقوم به الطلاب ليس سوى جهد ذاتي يستحقون عليه الثناء والإعجاب والتقدير..

هفوات

وأضاف نائب عميد كلية الإعلام الدكتور /محمد مثنى.. وبلادنا غنية بتنوع أو تعدد مقوماتها السياحية المختلفة ورغم هذا ورغم ان العام ٢٠٠٥م هو عام السياحة إلا ان مكتباتنا وأسواقنا وساحاتنا العامة خالية تماماً من الخرائط السياحية والملصقات الدعائية وأن وجدت فهي نادرة وبكميات محدودة لا تسيع فهم الجمهور السياحي ولا تعي بمتطلباته، من هذه المواد الإعلانية للسياحة في بلادنا والتي يجب أن تكون متوفرة ومتاحة للجمهور العام ويجب أيضا أن تكون ميسورة وسهل الحصول عليها.. وذلك لتسهيل السياحة الداخلية بين أبناء الوطن اليمني وكذا الزوار والضيوف والسياح العرب أو الأجانب الذين لا يستغنون عن تلك المواد الترويجية أثناء قيامهم برحلاتهم الترفيهية والسياحية في مكان سياحي ومنها بلادنا..

أسس علمية

وبالنسبة للأسس العلمية التي يجب مراعاتها فيؤكد الدكتور محمد مثنى على ضرورة الذوق الرفيع والرغبة النفسية للسائح من حيث جودة طباعة الدليل والإختيار السليم لفرز الألوان والعناوين الجذابة وجودة الورق وكيفية صياغة محتوى ومضمون الرسائل الموجهة للسائح في صفحات الدليل وبساطة وسلاسة ووضوح العبارات..وأيضا توخي المصداقية ودقة المعلومات والبيانات التي يحتوي عليها الدليل وتوزيع الصور المصاحبة لصفحات الدليل مع التعليقات المناسبة والموجزة ، وضرورة ترجمة محتوى الدليل للسائح الأجنبي باللغة الإنجليزية وبغيرها من اللغات العالمية الحية.. أي أن يكون الدليل للإحتياجات النفسية والإجتماعية للسائح ويشبع شغفه ونهمه لمعرفة كنوز اليمن السياحية وغير ذلك من الأسس العلمية..

ودعا الدكتور/محمد مثنى وزارة الثقافة والسياحة إلى مساعدة الطلاب في إصدار الأدلة السياحية التي يقومون بتنفيذها كمشاريع تخرج لهذه الدفعة في هذا العام وهو عام السياحة في بلادنا والعم على تذليل الصعاب التي تحد من إنجاح مثل هذا النشاط.

مؤهلات خاصة!!

■.. لا أجد مبرراً في لهث أغلب الموظفين بالتنقل من تخصص الى آخر ومن مهنة الى أخرى، وخاصة تلك التي تتطلب خصائص معينة وكأن الالهام هطل عليه فجأة، أو أن الابداع قد استقر في حضنه ومكّنه من العمل الذي لم يكن ليحلم فيه لولا مؤهلات هذا الشخص ليس العلمية ولا البدنية ولا.....، بل التي أعلمها وتعلمونها مؤهلات من نوع خاص.. تجعله يقفز مثل «الكنغر» من هنا الى هناك الى ما شاء الله.

فمثلاً يتطلب الاخراج التدرج لاكتساب الخبرة مساعد مخرج، مخرج مساعد، مخرج منفذ، ..... باستثناء بسيط في الوقت ولا مندوحة في أن يطمح بالوصول الى أعلى درجة في مجال الاخراج، فيسعى الى تطوير ذاته، ولكن المؤسف أنه ما أن يستقر ويفهم أسرار المهنة، ويلم بالحيثيات لهذا التخصص حتى تزوغ عينه وحسه الى مجال آخر لا صلة له في ما يعمل وأحسب كم يحتاج ليتعلم أصول كل مجال يدخله.

عارف الأتام

أعرف من لا يفقه شيئاً عن عملية الاخراج سوى أرضية هشة وإلمام ضحل، ومع ذلك أصبح مخرجاً يقتل فكرة هذا ويشوه بنص ذاك و.....،

وحتى لو لم يفعل ذلك فإن عملية الابداع في منأى عنه كونه اعتمد على فهلوته وشطارته للولوج في هذا المجال وليس على علمه ومعرفته ودخل هذا المجال نظراً لمكانته في العمل الاعلامي ليصل بواسطته الى غاية في نفس يعقوب.

الاضاءة مثلاً تتطلب معرفة أبعادها وأنواعها و.... و.... لنقول أنه دخل فيها مفلساً، تعلّم في غضون السنة وبدأ يجيد متطلبات الاضاءة ويتقن نوعاً من أغراضها ومهامها و... و... ونفاجأ بأنه أصبح في قسم الماكياج لماذا؟ لأن العاملين فيه قلّة وهم محتاجون لأشخاص يعملون فيها ولمشقته عمل صاحبنا سنتين واتضح أنه لم يناسبه العمل، وخاصة أن السيولة جافة!!

بدأ صاحبنا «يشقص» للمكان الدسم ليطالب بالنقل فيه فهو يمتلك خلفية نادرة وخبرة كبيرة في شتى نواحي الابداع المتحركة وساعدته «يد العم وحيد» ليصل الى مبتغاه ولك أن تتصور الناتج لعمله ومستواه..

العمل في المجال الاعلامي ابداعي من أعلى الهرم الى أدناه يلزم الموهبة والتخصص وقبل هذا كله الاستعداد الذي يمنح المرء منا الحب لعمله وهو ما يفقده أغلبنا.

أصبح الجانب الاداري محلاً لطمع الكسالى، وملاذاً للمتسلّقين والعازفين عن العطاء والابداع، والمواصلة لما بدأ فيه فهو لم يحب قط عمله الذي تخصص فيه، بل ما يعود به عليه هذا العمل!!

ألم تسمع من كان «ساعي» وبعد شهرين أصبح صحفياً أو مذيعاً..؟! ألم تشاهد من كان في الارشيف وبعد بضعة أشهر أصبح مصوّراً عليه القيمة أو مُخرجاً أو.....؟!!

Alatamyaref@ hotmail.com

ية، عزوف القطاع الخاص، صحافة الافراد .. تعيق المأسسة الصحفية

السطح اقتحام الصحافة من باب رئيس تحرير!!

مسترسلاً: منذ (٥٠) سنة تقريباً لم تتأسس مؤسسة أو شركة خاصة للصحافة والموجود هو صحافة الأفراد نحن بحاجة الى نظام صحفي جديد. وتساءل: كيف نحقق معادلة بين الصحافة صناعة وبين حق الأفراد في اصدار الصحف؟؟ مشيراً الى ضعف عملية التوزيع وضعف الكمية المطبوعة.

محمد القاضي تحدث عن الممارسات السلبية لبعض الصحف من انتهازية واستغلال و..... قائلاً: لازالت النظرة للصحافة والصحفيين قاصرة فلا ينظر اليه كصاحب رسالة.. كما أن تصنيف الصحيفة والصحفيين الى رسمية وأهلية وحزبية ساهم في عدم وجود بناء مؤسسي.

محمد الصبري لخص مشكلة المأسسة في عامل ملكية الصحف الموزعة في ملكية رسمية، حزبية أهلية، والعامل الثاني: عامل التمويل، والثالث: عامل الادارة. منوهاً بالخلط بين من يدير الصحيفة والمتخصصين في تحريرها وكذا ظاهرة انتقال الملكية في الصحافة من الأب الى الابن فهو أمر طبيعي من جانب الاستثمار، أما من ناحية العمل الصحفي فلا.

وأضاف أنه بقدر ما تحررت الصحافة من هذه القيود فإنها سوف تطور نفسها.

أمل باشا ذهبت الى تفنيد بعض السلبيات التي يتصف بها بعض الصحفيين في جانب الأمانة والأخلاق الصحفية، ولهث بعضهم بعد المال و«حق المواصلات». مصنفة الصحافة بأنها صحافة مصلحة بسبب ضعف المهنية التي يتغلب عليها المزاج والمصلحة الذاتية وهذا يؤثر على قيام مؤسسات صحفية. متمنية على الصحفيين تحرّي الدقة.

من جهتها نبهت الأخت/ سمراء الشيباني - مسئولة الاعلام بالبنك الدولي الى ضرورة التعجيل بدراسة ومناقشة هذه القضية وتحديد المتطلبات والاحتياجات حتى تتمكن الجهات المانحة ان تقوم بالدور اللازم.

أما أحمد غيلان - رئيس تحرير القضية فدعا الى أن يبدأ الاصلاح من النقابة. مشيراً الى الأحقية في عمل صحيفة لأي حزب وهيئة، ومن حق الشخص الذي يملك صحيفة أنه يورثها لمن يشاء، لكن انه ما يعمل لنفسه عمل مؤسسي هو بضر نفسه فهناك قضايا تتعلق بالمهنة والتأهيل والتدريب والمستوى المعيشي كلها يجب أن تنال أهمية في التناول.. نحن بحاجة الى ارادة وقيادة.

رحمة حجيرة - رئيسة منتدى الإعلاميات اليمنيات أكدت على ضرورة الالمام بالعمل المؤسسي والاستفادة من تجارب الآخرين وعلى ضوئها يتم تحديد الخطوات.

ويوافقها الرأي علي الفقي - صحيفة الناس. مضيفاً أن بعض رؤساء التحرير ومالكي الصحف يتهربون من مأسسة صحفهم حتى لا تكلفهم أعباء. منتقداً بعض المفاهيم التي رسيت عند ملاك الصحف عن المأسسة في ايجاد حافظة الدوام واجماع المأسسة كلها فيه. نافياً أن يكون الدعم في المرتبة الأولى وبعد هذا النقاش الحار خرج الصحفيون كما دخلوا املين التعجيل بإقامة ورشة علمية تتناول بالدراسة والتحليل هذه المعضلة.

من سوق الصحافة

□ عادل بشر

26 سبتمبر صحيفة يومية

تعتزم صحيفة "٢٦ سبتمبر" اصدار أعداد يومية من الصحيفة ابتداء من شهر مايو القادم .

وسيستمر الإصدار اليومي لمدة شهر واحد فقط احتفالاً بأعياد الوحدة اليمنية المباركة ولما تحتله المناسبة من مكانة عظيمة في نفوس أبناء الشعب اليمني.

وتأتي هذه الخطوة من إدارة "٢٦ سبتمبر" مدخلاً لتنفيذ مشروع صحيفة " ٢٦ سبتمبر " اليومية وبشكل دائم.

الصورة الصحفية

تحدثنا في هذا العمود عن الصورة الصحفية وكيف تفتقر بعض الصحف النصف ملونة لعملية توزيع الصور بحيث انها تظهر متداخلة واحدة في واحدة بشكل عشوائي يحبط عين القارئ ويشتت النظر .. نجد في الجانب الآخر صحفا تفتقر الى ابسط الصور الصحفية .. التي تعبر عن الخبر والقضية والتحقيق .

حتى انك لا تجد في الصفحة الاولى سوى صورة أو صورتين تكون بالغالب رسمية وهناك اكثر التحقيقات التي تكون فيها الصورة مطلوبة بالدرجة الاولى لا نجد فيها اي صورة ميدانية او حتى رسمة كاريكاتير توضيحية ولا داعي هنا لذكر اسماء تلك الصحف خاصة الاسبوعية .

ثلاثة حوارات باسم واحد

في عدد «الثقافية» الاخير نشرت ثلاثة حوارات مع ثلاثة فنانين .. أجراهما الزميل انور حيدر .. وهذا جهد يحسب للزميل انور وللثقافية، ولكن التعليق هو على نشر هذه الحوارات في مكان واحد .. اثنين في صفحة وواحد في الصفحة المقابلة وكتب على كل حوار اسم المحرر .. رغم انه يكفي ان يكتب اسم المحرر في رأس الصفحة بعنوان «تحرير أو اشراف» بدلا من تكرار الاسم ثلاث مرات .. ايضا كان بالامكان توزيع هذه الحوارات على صفحات مختلفة في الصحيفة ان كان الامر يتحمل التأجيل.

أربعة مانشيتات لخبر واحد

في احدى الصحف الاهلية الاسبوعية الاصدار، نشرت في صفحتها الاولى اربعة مانشيتات كبرية، احتلت الثلث الاعلى من الصفحة وجميعها تتناول خبرا واحدا ... والعجيب في الامر انه في كل مانشيت من الأربعة تكرر تداول كلمة ضمن كل مانشيت .

السؤال هو لماذا كل هذه المانشيتات العريضة والكبيرة طالما وجميعها ضمن خبر واحد .. وكان يمكن الاكتفاء بواحد منها يعبر عن الجميع .. أم أنها تغطية لقراغ في الصفحة.

ميلاد الإرادة

صدر العدد (صفر) من نشرة الإرادة الطلابية التي يصدرها طلاب وطالبات المستوى الأول بكلية اللغات - جامعة صنعاء..

وقد تضمن العدد بعض المواضيع والمعلومات القيمة والطريفة ومقالات باللغة الإنجليزية.

نشرة الإرادة بداية جيدة في الوسط الطلابي لنشر رسالة تنويرية هادفة بعيداً عن المفاهيم الضيقة والمعتقدات الخاطئة.

إذاعة الحديدة إنجاز برغم الإعجاز

□ آدم يحيى أحمد

الثورة
الاثنين ١٨ صفر ١٤٢٦هـ الموافق ٢٨ مارس ٢٠٠٥م العدد (١٤٧٤٧)

إذاعة الحديدة، صرح إعلامي ومنجز وطني تحقق بفضل الثورة اليمنية المباركة..

تعمل إذاعة الحديدة منذ الستينات وحتى اليوم ، وقد أسهم صوت هذه الإذاعة المحلية في نشر الثقافة والوعي بين أوساط أبناء محافظة الحديدة وضواحيها وبفضل جهود العاملين في إذاعة الحديدة تطورت وارتقى العمل الإعلامي داخلها وأصبحت صوتاً مسموعاً بشكل أكبر وأوسع على مستوى المحافظة..

ورغم ما حققته إذاعة الحديدة من نجاح متميز، لا تزال الكثير من الاحتياجات الهامة غائبة عن الإذاعة في الجانب الفني والإداري التي بغير توافدها للإذاعة لن يطرأ أي تطور على الإذاعة ، بل سوف عكس سلباً على الأداء وعلى ما تم تحقيقه من إنجازات سابقة عن قرب جداً وقفت على الآتي:

■ ينعكس أجهزة إلكترونية كانت مخزنة رغم حاجة الإذاعة لم يفرج عنها إلا قريباً بتوجيه من رئاسة المؤسسة..

■ هناك أجهزة تسجيل «غير صالحة ومعدمة وعاطلة» داخل الأستديوهات..

■ جهاز تلفون للبث المباشر لا يوجد جهاز صالح ..

■ لا يوجد جهاز مولد كهربائي يغطي العجز الكهربائي والتيار عند انقاطعه أثناء البث المباشر.

■ الأكبر جرماً عدم أرشفة البرامج والمواد الإذاعية بالأصح لا وجود لارشيف يستحق التسمية بحجة عدم توفر مواد خاصة بالارشيف..

تلك الانجازات وتلكم الإعجازات لدى إذاعة الحديدة..