

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الانسانية

مطبوعة بيداغوجية بعنوان:
فنيات التحرير الصحفي

السداسي: الثالث

التخصص: ليسانس علوم الإعلام والاتصال

المستوى الدراسي: سنة ثانية ليسانس علوم الإعلام والاتصال

الدكتور: الطيب البار

التخصص: علوم الاعلام والاتصال

الرتبة: أستاذ محاضر "أ"

الإيميل: barr.tayeb@univ-oeb.dz

السنة الجامعية: 2024/2023

← الأهداف البيداغوجية، (النظرية، والعملية) لمطبوعة فيات التحرير في الصحافة المكتوبة:

تهدف هذه المطبوعة والتي تعالج مقياس محوري لمسار التكوين للسنة الثانية ليسانس، وهي فنيات التحرير بشكل عام، والتحرير في الصحافة المكتوبة بشكل خاص، إلى تحقيق مجموعة من الغايات التي تكمل بعضها البعض من ناحية البناء والتطبيق (الانتقال من المعارف النظرية إلى الممارسة الصحفية)، حيث الكثير من يصطلح على هذه الغايات (أهداف) ويقسمها إلى ثلاث مستويات، وهي كالتالي:

1) أهداف بيداغوجية

2) أهداف نظرية

3) أهداف عملية

وأما الأهداف البيداغوجية فهي:

- تحاول هذه المطبوعة في هذا المقياس، أن تضمن للطالب المتمدرس تزويده بمعارف قاعدية أساسية تخصّ مقياس فنيات التحرير في الصحافة المكتوبة، حيث وجوب ملائمة وتغطية كل محاور برنامج أو عرض التكوين في التخصص.
- تحاول أن تحقق تبسيط عملي للطالب المتمدرس في تخصص الاعلام والاتصال، وإتاحة أفاق وموضوعات في مقاييس أخرى، وعلوم قريبة من شأنها تهمين تقاطعات المعرفة العلمية فيما بين التخصصات، الأدب مثلاً.
- يسمح محتوى هذه المطبوعة لتوجيه الطالب في إمكانية إثارة إشكاليات بحثية (مثلاً نظرية الأنواع الصحفية، والدراسات التوثيقية التي تستعين بأداة تحليل المحتوى)، حيث تدفعه للتفكير والتصور الذهني للوصف والاستقراء ومن ثم بناء مسار علمي متخصص.

وأما الأهداف النظرية فهي:

- محاولة تمكين الطالب المتمدرس من البحث المعمق في المعارف النظرية في فنيات التحرير بحكم أنها خاضعة للتغيير هي الأخرى، كما أن هذه المعارف تتبدّل تبعاً لتطور الوسائل من جهة وكذا تغير أشكال الممارسة الصحفية، والنظم الإعلامية التي تسوقها.
- تبيان للطالب المتمدرس الفصل الحقيقي بين مسألة الموضوعية والذاتية في العمل الصحفي، وبأن التفكير في فنيات التحرير ابستمولوجي بحث أكثر منه تعلم لتقنية الكتابة (أقلام) أو ممارسة صحفية عبر سنوات خبرة.
- صقل أبعاديات العمل الصحفي، معرفة تاريخ مهنة الصحافة وأخلاقيات وضوابط الممارسة الصحفية، بما فيها موائيق الشرف والضمير المهني من منظور المسؤولية الاجتماعية.

وأما الأهداف العملية فهي:

- تعلم الطالب لمهارات الكتابة الصحفية الناجحة، بعد تدريب مستمر حول بنية اللغة الإعلامية ومستوياتها.
- اكتساب الطالب المتمدرس لمهارات تحرير الأنواع الصحفية بدءاً بالخبر الصحفي، والتقرير الصحفي إلى الأنواع الصحفية الأخرى، كما علاقة التحرير بالقوالب الفنية لكتابة الخبر الصحفي، وعلاقتها بسلم الحقائق المهمة والأقل أهمية.
- تعلم الطالب لإمكانيات الوقوف على طبيعة التغطية الإخبارية، كضغوط العمل وغرفة الأخبار، والسبق الصحفي، والتدقيق في مصادر الأخبار لإعادة إنتاج المواد الخام إلى مواد صحفية مرتبة ومبنيّة تشغل حيز في مساحة مقصودة.
- اكتساب الطالب لمهارات وفنون تحويل الأحداث الواقعية والآراء والأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة لدى جمهور القراء النخبوي والجمهور العام العادي.

تمهيد:

يعتبر مقياس فنيات التحرير في الصحافة المكتوبة من المقاييس المهمة المقررة على طلبة الليسانس الطور الثاني ، برمجت مقياس من هذا النوع لطلبة الليسانس له عدة مبررات ارادة الوزارة الوصية من خلالها ترسيخ هذا المقياس في عملية التكوين القاعدي لطلبة الاعلام والاتصال ، وبما أن الإعلام هو علم وفن جاءت مفردات هذا المقياس لتضع الطالب المتخصص في علوم الإعلام والاتصال على أول سلم الإلمام بأبجديات الكتابة لصحافة الصحفية ،او التحرير الصحفي الذي يعتبر عملية جمع المعلومات من مصادرها المختلفة، ثم صياغتها بلغةٍ سهلةٍ وبسيطةٍ في القوالب الصحفية المناسبة، حيث تنقل إلى الجمهور عبر الصحيفة بهدف تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة بهدف تكوين رأيٍ تجاه قضية من القضايا أو مشكلة من المشاكل. وإذا كنت لا تسعى للأخبار فالأخبار تسعى إليك قد يكون هذا شعار المرحلة الحالية التي تشهدها صناعة الأخبار وبالنظر لأهمية الخبر في العملية الإعلامية بشكل عام كونه حجر الأساس والمادة الأولى لكل ما تتناوله أية وسيلة إعلامية فهو يشبع الحاجة الى المعرفة وحب الاستطلاع لدى الفرد والجماعة ويسمح بالتعرف على أحوال بيئته وما يحدث فيها من مستجدات وتطورات على جميع الأصعدة، فالخبر يمثل المحور الأساسي الذي يدور حوله نشاط المؤسسة الإعلامية.

وتعتبر الوظيفة الإخبارية هي "ما تؤديه الصحيفة عن طريق ما تنشره من أخبار صحفية صرفة ذات مضمون جدي، وتهدف الجريدة من خلالها مطالعة قرائها على آخر المجريات وأهمها في مختلف المجالات (السياسية، الاقتصادية

الاجتماعية ...) على اختلاف مناطق حدوثها (محلّية، وطنية و دولية)، وتسعى أنتكون أثناء تقديمها أكثر موضوعية، دقة وصدقا من الأشكال الصحفية الأخرى. ويمثل التحرير الصحفي عسبا رئيسا في أي مؤسسة صحفية حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين.

المحاضرة الأولى: اللغة الإعلامية

تعتبر اللغة شأنها في ذلك شأن الظواهر الاجتماعية الأخرى عرضة للتطور في مختلف عناصرها أصواتها وقواعدها ودلالاتها، واللغة بهذا المفهوم تعد في إطار السياق الحقيقي الذي تنسب إليه في المجتمع فهي لا تؤدي وظيفة ثانوية بل تؤدي دورا وظيفيا خاصا بها، يساعد على التواصل والتفاهم بين الأفراد. ويُستعمل مصطلح " اللغة الإعلامية " للتعبير عن نوع من الكتابة التي تهدف إلى تقديم معلومات جديدة عن قضية ما، وعلى الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ إن كل الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتميزها، ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هي "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب.. ذلك لأن مادة الإعلام، في التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة¹.

ولم تكن ملكا خاصا لمجموعة دون أخرى فهي نتاج اجتماعي تنمو وتطور بنمو الجماعة والمجتمع فاللغة الإعلامية توظف الأساليب اللغوية من اللغة العادية وتستمد أسلوبها وبياناتها من مستويات عديدة باعتبار أنها تتبادل التأثير مع تلك المستويات. (2)

1 موقع المرجع الإلكتروني للمعلوماتية متاح على الرابط: <https://almerja.net/more.php?idm=156840>

2 عبد الستار عبد الجواد: اللغة الإعلامية، دراسة في صياغة النصوص الإعلامية وتحليلها، عمان، دار الفكر، 1998، ص11.

وإن اختلفت لغة الإعلام أو اللغة الإعلامية أو لغة الصحافة في المسميات فإنها تتفاعل وتتداخل في بوتقة واحدة هي اللغة الإعلامية. التي تعتبر نتاج وسائل الإعلام تنمو وتتطور عبره وتعد الوسيلة الأساسية التي يستطيع من خلالها الإعلامي أن يُحقق أهدافه المختلفة فعن طريق اللغة الإعلامية يستطيع هذا الأخير إيصال رسالته الإعلامية التي ينبغي التعبير عنها ونقل تأثيرها للمتلقي.

فاللغة بالنسبة للإعلاميين تُعد بمثابة وسيط يجب اختياره بدقة وعناية لنقل الفكرة التي يستهدفها القائم بالاتصال، فكل رسالة إعلامية يجب أن تستخدم أسلوباً أو رمزا يناسب الجماهير حتى تُحدث فيهم الأثر المطلوب، ورجل الإعلام عليه أن يدرك أن الصياغة اللغوية الإعلامية السليمة للمضمون الإعلامي هي التي تُمكن المستقبل من استيعاب المحتوى بالتالي تحقيق الأثر المطلوب من هذه الرسالة الإعلامية.

1-نشأة اللغة الإعلامية وتطورها:

اللغة في كل مجتمع نظام عام يشترك الأفراد في إتباعه ويتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم وفي تفاهمهم بعضهم مع بعض، وعلى ذلك فإننا لا يمكن أن ندرس تأثير اللغة الإعلامية في الرأي العام دراسة موضوعية عن طريق دراسة سلوك الأفراد باعتبارهم ذرات منفصل³. وقد مرت اللغة الإعلامية بثلاث مراحل ساعدت على بلورة أنماطها اللغوية وقولها الفنية حيث كانت في:

1-1-المرحلة الأولى: واعتمدت الأسلوب المنمق القائم على المحسنات اللفظية، وكان هذا

في المراحل الأولى لظهور الصحف المكتوبة والإذاعة.

1-2-المرحلة الثانية: بدأت اللغة الإعلامية تعتمد أسلوباً جديداً يختلف عن الأول حيث

تخلت عن جزء من البلاغة والبيان وبقيت تميل إلى اللغة الأدبية وهذا إلى غاية السبعينيات من القرن الماضي.

1-3-المرحلة الثالثة: وفيها تحررت اللغة الإعلامية نوعاً ما من قيود المحسنات اللغوية

واتجهت إلى الوصف والتقرير والبساطة، وحملت أساليب عصرية غير مألوفة مقارنة بالتي سبقتها

³ موقع صحيفة اللغة العربية متاح على الرابط: https://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=2541

واستحدثت أنماط لغوية جديدة، وذلك ما جعل بعض المختصين يحملها مسؤولية الخروج عن الفصحى وفي هذه المرحلة ظهر ما يسمى بأخطاء لغة الصحافة (اللغة الإعلامية).

وهكذا تبدو لغة الإعلام حصيلة للمستويات اللغوية المختلفة وحصيلة التفاعل بين الفصحى والعامية بالإضافة إلى استعمالهما معا، فضلا عما هو ناجم عن البيئة اللغوية الأخرى تنمو وتتطور وفقا لحركية الجماعة والمجتمع تؤثر وتتأثر به⁽⁴⁾. فاللغة الإعلامية تقترب من الحديث الدارج ولكنها في الحقيقة ليست كذلك بل هي أيضا لها فنونها وقواعدها وتتفرع كالآدب إلى فرعين هما:

- لغة الإعلام المقروء.

- لغة الإعلام السمعي البصري.

- وتحت هاتين اللغتين أيضا هناك مستويات أخرى منها لغة الإعلام الثقافي، ولغة الإعلام السياسي، ولغة الإعلام الاقتصادي ولغة الإعلام الرياضي.⁽⁵⁾

وبهذا كان تطور اللغة الإعلامية مرتبطا بتطور وسائل الاتصال الجماهيري مكتسبة بذلك السمات العامة لكل وسيلة كما أن التطور الكبير الذي أصبح يدرس اللغة كقوة حية ومؤثرة ووسيلة للفكر نظرا لأهميتها لتحقيق التفاهم بين المرسل والمستقبل ولذلك فإن لغة الإعلام تخضع لشروط محددة هي:

- مراعاة مستوى المتلقي وخصائص الوسيلة الإعلامية المناسبة.

- الكتابة بأسلوب سهل ومباشر وموجز وواضح.

- محاولة تلبية رغبات الجمهور المتلقي وترك المجال لفهم واستيعاب وفك رموز اللغة الإعلامية

المستعملة.⁽⁶⁾

⁴ صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2000، ص 114.

⁵ أحمد حمدي: لغة الآداب ولغة الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 4، العدد 76، ص 161-170.

⁶ أحمد حمدي، المرجع نفسه، ص 161-170.

معنى ذلك أن لغة الإعلام المقروء تتطلب جمهوراً متعلماً يمتلك خبرات في فك الرموز بينما لغة الإعلام السمعي البصري يكون جمهورها غير متجانس حيث أنها تركز على حاستي السمع والبصر لفك رموز الرسالة الإعلامية المفروضة.⁽⁷⁾ فمن هنا ظهر الاهتمام باللغة الإعلامية بدرجة واضحة خاصة باعتبارها وسيلة ضرورية لتوصيل ونقل المعلومات إلى الجمهور المتلقي وفي هذا السياق لا يمكن إغفال عامل الإنفاق بين المرسل والمتلقي حول دلالات الرموز، وفي هذا يقول الكاتب الألماني "جورج كلاوس": "المرسل المعلومات ومتلقيها مخزونات أي أن يكون على علم بالمخزون المعرفي للمتلقي لتحقيق التأثير المرجو".⁽⁸⁾

وبهذا تتأثر اللغة الإعلامية وتكون ذات مستويات مختلفة بمعنى أنها لا ترقى إلى مستوى اللغة الأدبية في قواعدها النيبوية ولا ترقى إلى مستوى اللغة العلمية من حيث تجريدها فهي لغة وسطى بين اللغة الأدبية واللغة العلمية وإذ يمكن أن نذكر أهم ما يميز هذه اللغة انطلاقاً مما سبق ذكره كما يلي:

- اللغة الإعلامية تقدم رسائل إلى قاعدة جماهيرية ذات مستويات مختلفة وعريضة.

- يهدف مضمون لغة الإعلام إلى تقديم معلومات بغية التأثير في الجمهور المتلقي.

- جمالية اللغة الإعلامية تنتهي عند عرضها وتوزيعها للرسائل الإعلامية.

- مصدر اللغة الإعلامية موضوعي يتكيف حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

فاللغة الإعلامية ظهرت متأثرة بلغة الأدب والعلم ومع ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية تطورت واستقلت بنفسها عن باقي أنواع اللغة الأخرى مكتسبة وظائف وسمات مرتبطة بنوع الوسيلة الإعلامية المستعملة.

2- مستويات اللغة الإعلامية:

اهتم اللسانيون باللغة الإعلامية من أجل تحديد طبيعة المفردات والتراكيب المستعملة وبتحديد سمات وخصائص النص المؤثر والملائم للرسالة الإعلامية وفق نوعها حيث أن تأثير هذه الأخيرة على

⁷ شمس الدين الرفاعي، الصحافة العربية، كلية الآداب، جامعة خان يونس، 1978، ص ص 263-265.

⁸ أحمد حمدي، المرجع السابق، ص 165.

المتلقي أصبح علما قائما بذاته، فبعد أن كان هذا التأثير مرهونا في بدايته باعتماد الرسالة على المنطق والبلاغة والفصاحة اللغويتين أصبح اليوم ذا صلة قوية بالمنطق وعلم النفس وعلم الاجتماع من ناحية وعلى الدراسات اللسانية من ناحية أخرى. وقد استطاع الباحثون تحديد أنواع اللغة الإعلامية المناسبة لعرض الرسالة الإعلامية خاصة في ميدان الإعلام السمعي البصري باعتبار أن الصحافة المكتوبة تركز في لغتها الإعلامية على اللغة الفصحى بعيدا عن العامية لأن لغتها تعتبر أسمى لغات الإعلام.⁽⁹⁾

وعموما تنقسم اللغة الإعلامية إلى فصحي وعامية ومختلطة بالإضافة إلى مصطلحات من نحو: عامية، اللهجة، الهجين، الفصحى، الفصيحة، اللغة المشتركة، اللغة العربية، عريية المثقفين، العريية الحديثة وسندرج التقسيم الآتي لمستويات اللغة الإعلامية:

2-1- الفصحى: تعرف بأنها: "لغة القرآن الكريم والحديث النبوي والشعر والنثر والخطابة

وسائر مجالات الإنتاج الفكري، وتعلم في المدارس ويجري بها التدريس لمختلف المواد في المدارس والمعاهد والجامعات، تؤلف بها الكتب والصحف والمجلات وتصدر الإعلانات الرسمية وغيرها وهي تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها أهمها قواعد الصرف والنحو".⁽¹⁰⁾

وتعتبر اللغة الفصحى هي لغة الآداب والعلوم عبر العصور قد شهدت تطورا من حيث الألفاظ والتراكيب ومعاني بعض الكلمات فأصبح لها مدلولات واتسعت اللغة الفصحى الحديثة، وقل استعمال الكثير من الألفاظ التي كانت شائعة في الماضي، بالإضافة إلى أنها لغة العقل فهي فصيلة لسانية قائمة بذاتها، لها نظامها الصوتي والتركيبى ولها مفرداتها واقتباساتها وقياساتها.⁽¹¹⁾

واللغة الفصحى لا تنتقل من السلف إلى الخلف في سن الطفولة عن طريق التقليد كما تنتقل العامية وإنما تتعلمها في مراحل دراستنا وتكويننا العلمي، وبالرغم من تعدد لهجات المحادثة فإن اللغة الإعلامية تركز على استخدام الفصحى في البرامج ذات المواضيع الأدبية والفنية والتعليمية والتي تحتاج إلى مستوى لغوي واضح وفصيح لتقديم المعلومات الخاصة بها، وهذه اللغة الفصحى انتابتها في العصر

⁹ هادي نهز، الكفايات التواصلية والاتصال، عمان، دار الفكر العربي، 2003، ص 42.

¹⁰ أحمد عبد الغفور عطار، دفاع عن الفصحى، الرياض، مكتبة المكرمة، 1997، ص 6-7.

¹¹ المرجع نفسه، ص 71.

الحاضر تطورات جديدة ترجع أهم عواملها إلى اقتباس مفردات أجنبية بعد تعريبها للتعبير عن مفردات أو آلات حديثة أو مصطلحات علمية أو نظريات كما ترجع إلى ترجمة الكثير من المفردات الأجنبية الدالة على معان خاصة تتصل بمصطلحات العلوم و الفلسفة و الآداب.¹²

و يقول "كمال يوسف الحاج" إن اللغة الفصحى ذات مفهوم أبعده و أعمق من الإجماع بين العلماء... و هي أيضا ذات سلطة تستمد من العقل ذاته حيث لا يمكن أن يتغير قانون من قوانينها لأن الإجماع يريد ذلك، و أن الرجوع للعقل البشري وفق ما رسمناه أقوى ضمان في سبيل تحديد اللغة الفصحى، هذا العقل بوجود نظام للجملة لا يمكن تغييره، و هو لا يبحث في الحروف و الألفاظ و لكنه يبحث في العامل و العامل هو الإعراب"¹³

في ضوء هذا التعريف للفصحى المبني على النحو... أي الإعراب تصبح كل كلمة قابلة لأن تصير فصيحة، شرط أن تدخل في جملة مفيدة هي عامية إذا استعملت في ترتيب يقوم على الجملة وارتبطت بسابقات لها ولاحقات، حيث تنشأ الوحدة النحوية والمعنوية وتهتم اللغة الفصحى بصلة آخر الكلمات في بعضها البعض لأنها صلة قائمة بالأساس على الجملة، حيث يلجا عليها في اللغة الإعلامية إلى الروابط والعوامل النحوية لأنها تعتمد على التفسير والتحليل والوضوح والسهولة لتحقيق الهدف المرجو.

وتركز اللغة الإعلامية على استخدام الفصحى اذ يمكن أن توجه الاهتمام من حين الى حين إلى عادة جديدة أو سلوك لغوي. وتستطيع أيضا تربية الذوق اللغوي ذلك أن الجمهور المتلقي يتعلم ضمن حدود ما يحب أن يسمع ويرى، وقوة وسائل أعلام التي تختص بها هي أنها تعمل على توسيع وتطوير اللغة الفصحى فتجعل اللفظ مألوفاً وهكذا تؤثر في تطوير الذوق اللغوي. وعلى حد تعبير "ولبر شرام" أن اللغة الفصحى جسر الثقافة ومن غير الممكن أن تكون هذه اللغة ثابتة فهي عرضة للتطوير كأى لغة أخرى.¹⁴

¹² إبراهيم أنيس، اللغة القومية والعالمية، دار المعارف 1980، القاهرة، ص 112.

¹³ إبراهيم أنيس، المرجع السابق، ص 115.

¹⁴ أحمد عبد الغفور عطار، المرجع السابق، ص 12.

والفصحى عند الجماهير العربية ترتبط بالمعجزة اللغوية الكبرى " القرآن " وإن تعميمها عن طريق التلفزيون لا يلقى صعوبة كبرى ذلك أن الكثير من المعتقدات والقيم التي يتمسك بها الأفراد أمور مشتركة عند الجماعة يسعون دائما للمحافظة عليها.

2-2-2-العامية:

وهي لغة الحديث التي نستخدمها في شؤوننا العادية ويجرى بها حديثنا اليومي في الصورة التي اصطلحنا على تسميتها بلغة "لهجات المحادثة" وهي لا تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها، لأنها تلقائية متغيرة تتطور تبعا لتغير الأجيال والظروف المحيطة بهم، ويعتبر وجودها بجانب الفصحى ظاهرة طبيعية في كل اللغات ولقد أثبت لنا وجود هذه اللغة بعض العلماء المهتمين بالدراسات اللغوية مثل "علي وافي"، "إبراهيم أنيس" و "أنيس فريحة" و "حنفي نضيف" إلى غيرهم من المهتمين العرب بالإضافة إلى الفرنسي "هنري بوش" "henri bauche"

ويرى كمال يوسف الحاج: "العامية لغة الحس والعجلة، لغة فجائية تلقائية انفعالية وهي لا تبالي بالعوامل النحوية وهي تستمد زخمها ومعناها الأكبر من الإيحاءات والإشارات المختصرة التي ترافق مفرداتها، ولهذا لا تتركب من جمل بمعنى النحو والإعراب، وفي العامية ألفاظ ذات معنى وفي الفصحى جمل ذات معنى، فالعامية تترك لذهن المتلقي أن يدرك بالحدس نوع الصلة بين الكلمات.

(15)

وهناك من يعرف العامية بأنها اللهجة التي تشيع على السنة العامة في إطار تعاملهم اليومي وهي خليط من الفصحى ولغات أخرى تأثرت بها من خلال الاحتكاك الحضاري على المدى الطويل⁽¹⁶⁾ والعامية تختلف في مفرداتها وتراكيبها من بلد إلى آخر، بل أنها تختلف من مدينة إلى مدينة ومن حي إلى حي منهم من يستعملها بطريقة تقترب إلى الفصحى ومنهم من يلفظها بشكل يقترب إلى العامية الشعبية المتوارثة.

¹⁵ أحمد عبد الغفور عطار، دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص 65.

¹⁶ ياسر الصالح، الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، (القاهرة، جامعة الدول العربية، عدد2، 2000)، ص 9-

والملاحظ أن العامية في الوطن العربي كانت منذ القديم حيث كانت هناك فوارق في اللهجات وتطورت تدريجياً مع الفتوحات الإسلامية حيث اختلط العرب بغيرهم من الرومان والعجم والبربر، وبهذا ازدادت الفوارق في هذه اللهجات، وكان من الأسباب الرئيسية لتطور العامية في الوطن العربي دخول الاستعمار الأجنبي الذي دعا إلى اعتماد العامية كلغة للحديث والكتابة، لتحقيق أهدافهم باعتبار أن اللغة العربية الفصحى كانت توحد هذه الأمة وترسخ معالمها الدينية والثقافية وبرزت الدعوة إلى إحلال العامية محل الفصحى بشكل واضح في مصر عام 1880 على يد الألماني "ولهام سبيتا" ويبدو أن "نفيسة سعيد" كانت من الذين رصدوا تاريخ الدعوة إلى العامية وآثارها على اللغة العربية الفصحى واتضح أن مصدر هذه الدعوة أجنبي مرتبط بالاستعمار. (17)

ويتضح أن جمهور وسائل الإعلام انساقوا وراء هذه الدعوة بقصد أو عن غير قصد حيث أن أصحاب الدعوة إلى العامية عملوا على إيصالها إلى الجمهور المتلقي وسلخوا في ذلك سبل منها:

- إدخالهم تدريس اللهجات العامية في مدارسهم وجامعاتهم في إيطاليا والنمسا وروسيا وفرنسا وألمانيا والمجر وإنجلترا إلى غير ذلك من الدول الأجنبية، وقد درست العربية العامية في مدرسة "نابولي" للدروس الشرقية" في إيطاليا وقد أنشئت سنة 1927 ووجدت سنة 1888، وفي مدرسة باريس "للغات الشرقية الحية" التي أنشئت 1759، وكان أول من قام بتدريس العامية فيها المستشرق الفرنسي "سيلفر ستردي ساسي" (18)

- الاهتمام بالتأليف في اللهجات وفي مقدمة هذه الكتب "قواعد العربية العامية في مصر" ل"ولهام سبيتا" إذ اشتكى من صعوبة العربية الفصحى.

واتبع هؤلاء مختلف الطرق لنشر دعوتهم من الصحف، التلفزيون، الإذاعة، الكتب، المحاضرات، وغيرها، وذهبوا إلى أن اللغة الفصحى تقلل ملكة الابتكار لمن يقرأ ويتعامل بها وتمنع العلماء من التفكير ولا توصل معنى الرسالة الإعلامية الموزعة، وقد تبعهم في دعوتهم هذه بعض العرب

¹⁷ نايف معروف: خصائص العربية وطرق تدريسها، بيروت، دار النفائس، 1985، ص 57.

¹⁸ أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص 113.

المتأثرين بأراء غيرهم من الأجانب ومنهم: داود جيلي، مصطفى كمال، عبد العزيز فهمي، أحمد لطفي السيد، سلامة موسى، سعيد عقيل، هارون غصن، أنيس فريحة، وغيرهم⁽¹⁹⁾.

المحاضرة الثانية: اللغة الإعلامية - الوظائف والخصائص

أولاً: وظائف اللغة الإعلامية:

تكلمة للمحاضرة السابقة فإن دكتور الإعلام بجامعة القاهرة "عبد العزيز شرف" يرى أنه في الاتصال بالجمهير تصبح طبيعة الرسالة التي يهدف المرسل توصيلها إلى المستقبل، هي محور الدراسة الإعلامية، ولذلك تعنى هذه الدراسة بطبيعة الرسالة من حيث الأغراض والوظائف والاستعمالات المختلفة كلغة إعلامية.⁽²⁰⁾ ويتضح أن الوظائف التي تؤديها اللغة الإعلامية مهمة لمحتوى الرسالة الإعلامية حيث توجد ثلاثة وظائف رئيسية للغة الإعلامية وهي كما يلي:

3-1- الوظيفة الإعلامية: حيث يكون الغرض من الاتصال اللغوي هو توصيل المعلومات

وإبلاغ الحقائق وتزويد الجمهور المتلقي بالأراء والأفكار، وباستعمال وسائل الاتصال المختلفة تتجسد الوظيفة الإعلامية للغة الإعلامية في التلفزيون من خلال ألفاظ وعبارات وجمل تعتمد على وصف موضوعي دقيق لمحتوى الرسالة الإعلامية الموزعة، التي يكون هدفها الأساسي هو الإعلام بكل ما هو جديد، من خلال التزويد بالمعلومات والآراء حول الوقائع والأحداث لجذب اهتمام الجمهور المتلقي، وتبرز الوظيفة الإعلامية بصورة واضحة في لغة البرامج الإخبارية - كالتنشرات الإخبارية - التي تهتم بالوظيفة الإعلامية من خلال الكلمة المسموعة كمصدر للمعلومات.

3-2- الوظيفة التعبيرية: حيث يكون الغرض من اللغة الإعلامية التعبير عن المشاعر والحواس

أو تحريك مشاعر واتجاهات المتلقي حيث تكون مفهومة لدى جمهور المستقبلين حيث تعرض بطريقة جذابة تحقق حسن الاستماع والمشاهدة من خلال الاعتماد على الألفاظ والعبارات التي تؤدي معناها

¹⁹ نفيسة سعيد، تاريخ الدعوة إلى العامة، القاهرة، مطبعة الإسكندرية، 1964، ص8.

²⁰ عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 241.

فتمس عواطفنا باستعمال الوسيلة الإعلامية المناسبة، ويظهر هذا النوع من الوظائف في البرامج الإعلامية التي تكون موضوعاتها ذات صلة وثيقة بالفن والأدب.

3-3- الوظيفة الاقناعية: ويتضح أن الغرض من هذه اللغة الإعلامية هو إقناع الجمهور المتلقي بفكرة أو رأي معين أو وجهة نظر ما أو دفعه لسلوك معين، وهو ما يحدث في الاتصال الاقناعي بوجه عام بالاعتماد على لغة واضحة ودقيقة حيث يستعين المرسل بألفاظ وعبارات للتعبير عن مفاهيمه وأفكاره، والتي تقوم بعملية التأثير مستعملا في ذلك الوسيلة الاتصالية المناسبة، إذ يعتبر التلفزيون ذا قدرة كبيرة على التأثير مقارنة بالوسائل الأخرى. (21)

وانطلاقا مما سبق ذكره يتضح أن اللغة الإعلامية وظائف واضحة حسب نوعية البرامج والهدف منه بالإضافة إلى نوعية الوسيلة الاتصالية المعتمدة، وبالنظر للتلفزيون نرى أن الوظيفة الإعلامية للغة الإعلامية تبرز في البرامج الإخبارية كالنشرات المصورة، التعليقات...، أما الوظيفة التعبيرية فهي ترتبط بالبرامج الفنية والأدبية التي تمس المشاعر، في حين تبرز الوظيفة الاقناعية في البرامج التي يكون هدفها الأساسي التأثير في سلوك الجمهور المتلقي كالبرامج الدينية والموجهة.

ثانيا: خصائص اللغة الإعلامية:

إن الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وسلوكها وميولها واتجاهها وتعد لغته أهم أسباب نجاحه، وهي المادة التي تبنى على نسق علمي اجتماعي عادي، تحرص على مراعاة القواعد اللغوية مع مراعاة البساطة في الأسلوب والاختصار، وتحمل الدقة والوضوح اللذان يستلزمان صدق الأخبار، وحسن النية، وفيها تتشكل المصطلحات الإعلامية مثل قواعد التوليد والاشتقاق. (22)

كما يجب أن نذكر أن اللغة الإعلامية مستويات متنوعة، ولا تفهم عبقرية اللغة الإعلامية إلا بالنظر إلى الخصائص التي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

²¹ سمير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص 24.

²² المجلس الأعلى للغة العربية: دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها، مؤسسة موندريال كوم، 2004، الجزائر، ص 114.

- تحمل عدة صور من الأداء اللغوي: كونها تتوجه إلى جمهور عريض، ولغتها لغة المجتمع وأساس الإعلام الحديث هو التوجه إلى الجمهور العريض الواسع، ومس كل الطبقات والمستويات، ومن ذلك فإن لغتها تمتلئ بالبسيط المبتذل أحيانا، فبمراعاة مستوى الصدق في المعلومات، يحتم عليها انزياح بعض الأنماط التقليدية إلى صور جديدة، مثل المسرحية التي تكتب بالعامية لأنها لغة الكلام اليومية المهيمنة التي تثير أكبر عدد من الجمهور المتلقي.

- تستعمل التكرار والإعادة والتأكيد: إن التكرار والإلحاح من حيل الإعلام ولهما أثر طيب في الصدق وإيصال الرسالة الإعلامية، وفهماها بطريقة واضحة لا تخل بمعناها.

- الإيجاز: توظف الإيجاز في مواطن كما تميل إلى الإطناب في مواطنه، وهذا باعتماد القاعدة التي تقول: "العربية أوجز عبارة وأقصر كتابة"، كما تميل في تطورها نحو السهولة والتيسير وتستبدل أصواتا بأصوات أصلح من تلك التي كانت صالحة وأصبحت الآن عويصة النطق ولا تتطلب مجهودا عقليا كبيرا، وهذا ما يلاحظ على مستوى التخلص من الهمزة وانكماش الأصوات وتداخلها بين بعضها، وهي ظاهرة من ظواهر السهولة⁽²³⁾ والسر في هذا هو السير نحو قانون السهولة حري لإلغاء مختلف علامات التأنيث والإبقاء على واحدة، ومثل ضياع تاء التأنيث في الألوان وكذلك محاكاة أنماط القدامى من العرب في قانون التغليب.

- التلميح: إن الرقابة هي التي جعلت التلميح أبلغ من التصريح والمعنى الخفي أو الملمح إليه أكثر إبلاغا من المعنى المصرح به وعدم الذهاب إلى القصد لحاجة في نفس الإعلامي غير ما تكتب، كما أن هناك من يخشى من الكذب إذا تكلم، ومن السلطات إذا تحدث، فلا بد من انتقاء التراكيب التي تعمل على تفادي الوضوح المؤدي إلى التورط، وهروبا إلى اللبس والتلاعب بالعبارات ونعلم أن تباين الفهم مع العبارات البسيطة أقل منه مع العبارات المنمقة، وهو مع الأسلوب الحقيقي أقل منه مع الأساليب المجازية، ولذا تعتمد كلمات ذات رنة يتداولها الناس بكثرة، وليس من الضروري أن يكون

²³ رمضان عبد التواب، التطور اللغوي وقانون السهولة، مجلة المجتمع المصري، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، الجزء. 36، 1979، ص

معناها مفهوماً أو موضحاً عند اللذين تلقى عليهم في مواقع وفي مواقع أخرى تعتمد كلمات جديدة ذات سهولة في اللفظ أو غرابة فيه أو قوة لفظية. (24)

-تعجيل نقل الخبر: يتضح من هذه السمة أن الإعلامي لا يكثر في كلامه كي لا يفوته الخبر، فنراه مستعجلاً تسوقه الحوادث ناقلاً ومردداً ومصوراً ومقلداً نحو آلة فوتوغرافية سريعة اللقطات، يفشل إذا فاتته الحوادث، لأن غايته سبقها، وفي النقل المتعجل يقع في أخطاء بسيطة، وهذه سمة من سمات اللغة الإعلامية.

-التأثير: إن اللغة الإعلامية مقياس تعتمد للتأثير في المتلقين، وقد تأخذ تلك الديباجات المنمقة من الصحف أو تلك الأعمدة البليغة التي تعمل أحيانا على حرب الدعايات والمزايدات الكلامية، وهذا بمراعاة ما يمنحه الإعلامي من مواد خام التي يصوغ منها الجمال والدور بتوظيف المستويين لهما:

- مستوى مخاطبة العقل لتعريفه أمورا أساسية صالحة.

- مستوى مخاطبة العاطفة في سبيل إقرار أثر في الجمهور المتلقي يتعلق بقضية أو حدث ما. (25)

-تأثير الواقع المحلي: إن المشكلة التي نعانيها في الجزائر أننا متعددو اللغات، لغة المدرسة، لغة الشارع، لغة السوق، وهي متباينة، فمن هنا عندما يعبر الإعلامي بلغة خارجة عن النمط المألوف فإنه يعبر عن واقع لغوي اجتماعي ولما تحتله اللهجات في المحيط (26) فلا ينبغي الابتعاد عن هذا الواقع.

²⁴ عمر فروخ، فجر الإعلام في اللغة العربية، مجلة مجمع اللغة العربية المصري، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء 43، 1979، ص 35.

²⁵ المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص 115.

²⁶ المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص 116.

وإن البلاغ الحقيقي هو نقل المعارف الصحيحة الثابتة إلى الجمهور المتلقي أو انتقاء المعوج رغبة في الإصلاح وهذا العمل يتطلب العمل على مناط إيقاع في الكلام، واعتماد الكلمات وكميات الجمل التي تكون صادقة في التعبير عن ميول الجماهير. (27)

كما رأينا سلفا فإن اللغة الإعلامية لا تعني أنها لغة لها قواعدها الخاصة، بل هي اللغة العادية التي يوظفها الناس الطبيعيين، وهذه إحدى خصائصها لما تستهدفه من جمهور عريض، تمس مشاعره وتلبي مطالبه اللغوية، وإضافة إلى ذلك هناك مجموعة أخرى من العناصر الأخرى وهي:

- توظيفها للرمز والذي هو جزء من الموقف الاتصالي العام بأبعاده النفسية والاجتماعية والثقافية ويكون امتداد للإيحاء والتلميح.

- خاصية التراكم والاستمرار والنمو والقدرة على الانتقال من جيل لآخر وهذا حسب المقام، وسياق الحال.

- مخاطبتها العقل، كما تخاطب العاطفة، وهذا راجع إلى المخاطب إليه.

- تغليب الفصح على العامي، باستعمال الفصحى لغة للإعلام ليست صعبة أو عسيرة المنال، فلغة الإعلام هي الفصحى السهلة الميسرة في مستواها العملي المميز عن المستويين: العملي التجريدي والتذوق الجمالي.

- استعمال أفعال المطاوعة والبناء للمجهول، وحسن تغيير الأوصاف.

- اعتماد الوضوح المعتمد على البساطة والتكرار.

- اكتساحها حواجز الزمن والمكان، باعتبار أن الوسائل الحديثة ألغت الحدود، واعتمدت لغة جديدة، ولأن لوسائل الاتصال القدرة الفائقة على التبليغ.

وبذلك فإن بمقدورها أن تؤدي خدمات جوهرية معينة للفصحى المشتركة، ما إن استغلت هذه

الوسائل في الرقي اللغوي ورفع مستواه وفقا ما يناسب الرسالة الإعلامية.

²⁷ صالح بلعيد، دراسة في لغة الإعلام، الأداء المسقاع في لغة المذيع، موقع جزائرس، متاح على الرابط:

<https://www.djazairss.com/elmassa/10174>

المحاضرة الثالثة: ابجديات العمل الصحفي

1-العوامل المؤثرة على العمل الصحفي:

تعتبر حماية حق الصحفي أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات، والبحث عنها والوصول إلى مصادرها، والتواجد في الأماكن التي تقع فيها، هي الوسيلة التي يمكن أن تكرس حق المواطن في إعلام منتظم، غير أن كثيرا ما تؤثر عوامل عدة على مجريات العمل الصحفي فتضرب موضوعيته، ومدي مصداقيته للقارئ.

ومن بين هذه العوامل:

1-1-مصدر تمويل المؤسسة الصحفية:

يمكن تعريف حرية الصحافة باعتبارها الحق في نقل الأفكار والآراء والمعلومات بدون قيود حكومية بهدف نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشؤون العامة. ويرى بعض الباحثين ان خضوع الصحافة لسلطة الدولة يفقدها موضوعيتها، إذ أن الحكومات لا تسمح بنشر الآراء المعارضة لها خاصة في دول العالم الثالث، وعليه يصبح انتقاء الأخبار خاضعا لاعتبارات كثيرة من شأنها أن تخدم الحكومة، وتصبح وظيفة الخبر أقرب إلى الدعاية منها إلى الإعلام، وهذا نجده حتى في الدول الديمقراطية التي تمنع نشر بعض الأخبار التي تهدد مصالحها وتشكل خطرا عليها²⁸.

ويمكن تقسيم مجموعة الصحفيين في العالم إلى مجموعتين رئيسيتين، فإما أن يكون الصحفي ماليا للنظام الحاكم، أو يكون ولائه للحزب أو جماعة دينية أو عرقية معينة، كما يمكن أن تنضوي مجموعة من الصحفيين تحت لواء الاستقلالية عن سلطة حاكمة أو انتماء حزبي أو عرقي محدد، ويلاحظ باحث الاتصال وعالم الأنثروبولوجيا ألفريد سميث أن الصحفي المؤيد للنظام يصبح مجرد ناقل للمعلومات الإيجابية عن هذا النظام. من جهته يعصف الانتماء الحزبي للصحفي بالموضوعية فإذا اصطدم الواقع بالغرض السياسي في الصحف الحزبية أو الموجهة يلجأ العقل الصحفي السياسي إلى التلاعب بمعاني الخبر أو ألفاظه، أو في ترتيب وقائعه أو في اختيار نوع كلمات العنوان، بحيث يصل في النهاية بهذا التحريف والتلاعب إلى إعطاء الخبر الصورة التي ترصي أغراضه السياسية، وقد تتجاهل

²⁸ حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص63.

الصحف نشر الخبر على الإطلاق، أو تغفل جوانب معينة منه أو تغفل نشره ولكنها تتناوله بالتعليق والتوجيه في مكان آخر.²⁹

هذا ما يقضي على الموضوعية الصحفية كقيمة مهنية في وسائل الإعلام، ويضيع معها حق الجمهور في الحصول على معلومات سليمة حول القضايا العامة في المجتمع، ففي هذه الحالة عندما يتجرد الصحفي من مسؤولياته الأخلاقية والمهنية، فعلى الجمهور أن يكون حذرا ومدركا للأبعاد التي تتخذها المادة الإعلامية التي هو بصدد التعرض إليها.

1-2- ملكية الصحف:

حيث يعد نمط ملكية الصحيفة أيا كان شكلها خاصة أو عمومية، من العوامل المؤثرة على السياسات التحريرية للصحف، حيث يتدخل المالكين في رسم وتوجيه نوعية الأخبار المقرر نشرها في الصحف، حيث تعبر في النهاية عن مصالحهم وتوجهاتهم ورؤاهم السياسية والفكرية، حتى لو تعارضت هذه المصالح مع المسؤولية المهنية للصحف تجاه القارئ والمجتمع.³⁰

هذا ما يثبتته جنوح كبريات الصحف الغربية الخاضعة للاحتكار من قبل بعض الرأسماليين عن الموضوعية، خاصة في حالات الطوارئ التي تتطلب من أصحاب الاحتكارات استخدام الإعلام لتوجيه الرأي العام وفق مصالحهم التجارية

1-3- تمويل الصحف:

يلعب النظام الاقتصادي ودرجة المرونة التي يتمتع بها، وحجم الاستثمارات القائمة والمحتملة به وحجم الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام المختلفة، ومصادر تمويل الصحف وفي مقدمتها الإيرادات الإعلانية، دورا كبيرا في التأثير على مضامين الصحف، يتمثل في محاولات المعلنين المستمرة في التدخل لتوجيه الأخبار بما لا يتعارض مع مصالحهم، وفي قبول الإدارة الصحفية في غالب الأحيان لهذه التدخلات، بهدف زيادة الإيرادات وتعظيم الأرباح نظرا لاعتمادها على هذه الإيرادات الإعلانية كمصدر رئيسي للصحف. وبهذه يسمح لهؤلاء المعلنين بالتدخل لمنع مضمون معين من الوصول إلى الجماهير عن طريق إعطاء عقود إعلانية كبيرة لوسائل الإعلام، أو بهدف نشر مضمون معين يساهم في زيادة أرباحهم، أو بهدف التأثير على القرارات السياسية وجعلها محققة لمصالحهم، وهذا يعتبر من أخطر أشكال التدخل حيث يؤثر على السياسات الإعلامية للصحف ووسائل الإعلام،

²⁹ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية، القاهرة، 2003، ص 174-176.

³⁰ ربيع عبد الجواد السعيد، فن الخبر الصحفي، الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 104.

ويؤثر على معالجتها للأحداث ونقلها للحقائق، وقد أدت هذه الأنواع من التدخل إلى جعل وسائل الإعلام أداة لدعم الواقع الراهن والدفاع عنه³¹.

لذلك يجب على الصحفي الالتزام أخلاقيا بعدم الاستسلام لأي ضغط خارجي يعيق قيامه بمهامه الإعلامية بكل التزام ومسؤولية. كذلك المساعدات الحكومية الرسمية سواء قدمت لمؤسسات صحفية عمومية أو خاصة، حزبية أو موالية للنظام العام، ينبغي أن ينظر إليها بحذر حيث أن قبول مثل هذه المساعدات الرسمية من طرف الصحيفة، قد يفرض عليها التزامات معينة تجاه الحكومة تضر باستقلال سياستها التحريرية، فطبقا لقواعد المهنة هناك فصل بين العمل في التحرير والإعلان، لأن الصحفي الذي يقبل أن يكون أداة من أدوات الإعلان يفقد قدرته على الموضوعية،

وفقد رؤيته كصحفي مهمته نشر الحقيقة وتوصيلها للجمهور وكذلك يفقد قدرته على النقد.

كما قد نجد كثيرا من الوزارات والأجهزة الحكومية -رغبة منها في القضاء على الهامش الضيق لحرية الصحافة- تقوم بشراء صفحات كاملة في الصحف، تحررها بنفسها وتنشر فيها ما تشاء، فبدلا أن يحصل القارئ على معلومات وحقائق في مجالات معينة، لا تجد سوى ما تنشره الحكومة وكلها أخبار موجهة. مع عدم قدرة الصحفي المحرر على التدخل لمراجعة هذا النوع من الأخبار، لذلك لا يستطيع القارئ التأكد من مدى صحة ما يث إليه.

أما الأثر الناجم عن ضياع الموضوعية فيتجسد حينما تتصور الصحف القومية أن عليها أن تدافع عن الحكومة، وتتصور صحف المعارضة أن عليها أن تعارض، وتضيق الحقيقة بين الاثنين والقارئ هو الذي يدفع الثمن، فتنحرف الصحيفة من وسيلة تنوير إلى وسيلة تجهيل للمواطن. من ناحية أخرى إذا ما امتنعت الحكومة عن مساعدة صحف الأحزاب أو فرقت بينها في العطاء فيمكن أن تتأثر معالجة الموضوعات في الصحف، وكذلك يمكن أن يفتح الباب لقبول مساعدات من جهات خارجية قد تكون أحزابا أو دولا أو جماعات، مما يؤثر على معالجة هذه الصحف للمواقف والاتجاهات الاقتصادية والسياسية التي تتبناها هذه الجهات³².

1-4- طبيعة التغطية الإخبارية:

³¹ عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره ص 103-104.

³² محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 179-181.

أ - ضغوط غرفة الأخبار:

لكل جريدة سياسة تنتهجها قد تتعارض مع القيم والمعايير والاتجاهات التي يعتنقها الصحفيون في البداية، ولكن بمرور الوقت يتم تطبيع الصحفي وفق سياسة الصحيفة بعد إخضاعه بأساليب عدة منها³³:

° استخدام سلطة الصحيفة والعقوبات التي تفرض عليه، فللناشر عادة سلطة فصل أو معاقبة الصحفي بتقليل صلاحياته، لعدم طاعته للأوامر.

* شعور الصحفي بالالتزام واحترام الرؤساء، فغالبا ما يشعر الصحفي بالمسؤولية والالتزام تجاه الصحيفة التي يعمل بها، لأنها ضمنت له عملا وبالتالي منصبا اجتماعيا، وقد يشعر الصحفي بالعرفان بالجميل لبعض المحررين نتيجة تعليمهم إياه، أو وقوفهم إلى جانبه حينها لا يقف ضد السياسة العامة للجريدة، فتلك

الالتزامات والمشاعر الشخصية نحو الرؤساء تلعب دورا هاما في دفع الصحفيين للخضوع لسياسة الجريدة.

° استغلال تطلعات الصحفي : حيث أظهرت دراسة " وارن بريد Breed " أن جميع الشباب الذي سألهم الباحث كان لهم تطلعا إلى شغل مناصب أفضل، كما كان هناك اتفاقا عاما على أن انتهاك السياسة العامة للجريدة العامل بها يشكل عقبة خطيرة أمام تحقيق هذا الهدف، ومن الناحية العلمية أشار الكثير من الباحثين إلى أنه من الأفضل لكي يحقق الفرد تقدما في عمله ألا يتحدى السياسة العامة للجريدة، وعلى ذلك يعتبر الصحفيون عملهم الصحفي مجرد جسر يؤدي إلى أعمال أخرى يحققون فيها أرباحا أكثر في مجالات أخرى كالعلاقات العامة، أو الإعلانات مثلا.

ومن هنا وباعتبار أن رئيس التحرير أو رئيس القسم يلعب دورا كبيرا في تشكيل سياسة الصحيفة أو القسم وتوجيه الصحفيين المبتدئين لشكل معين من القصة الخبرية يسعون لبلوغه، لذلك فقد يحور الصحفي الأخبار ليصل إلى النموذج المثالي من وجهة نظر رئيسه، وفي سبيل ذلك قد يضيف مصادر مجهولة ليوازن قصته الخبرية، أو يقتبس من كلام بعض المصادر عبارات خارج سياقها الأصلي، أو يضيف من آرائه الشخصية (آراء رئيسه) على لسان أحد المصادر³⁴. وغيرها من الطرق التي يمكن أن ينتهجها الصحفي في صياغته للأخبار والتي تؤثر على موضوعيتها.

³³ رشتي جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 333-338.

³⁴ محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 181.

ب- السرعة والسبق:

يعتبر السبق الصحفي أحد عوامل كسب القراء الجدد للصحيفة، حينما يلاحظون أن صحيفة ما تسبق مثيلاتها في نشر بعض الأخبار، والصحف التي لا تهتم بالحصول على السبق الصحفي فإنها معرضة لفقدان بعض قرائها الذين يحرصون على الاطلاع على آخر الأنباء من خلال صحيفتهم فقط. فيضطر بذلك الصحفي في عالمنا المعاصر للتعامل مع الحقائق الإعلامية انطلاقاً من إدراكها كسلعة يومية الاستهلاك، لكنها أيضاً على غاية من الحساسية، إذ أنها سلعة قد تختلف جوهرياً عن غيرها من حيث أنها غير صالحة للتأجيل أو التخزين، وإلا أصبحت غير قابلة للاستخدام، كما أنها لا تحتتمل أية أخطاء تصيبها أثناء المعالجة أو جمع الحقائق، وإلا فقدت الصحيفة ثقة قرائها³⁵.

فالصحفي غالباً ما يجد نفسه تحت ضغط عامل الوقت والحاجة إلى سرعة الإنجاز، ليس لضرورة تقديم المادة في موعدها، ولكن أيضاً خشية المنافسة والانفراد والسبق الصحفي من الجرائد المنافسة، مما قد يؤثر على درجة الدقة والعمق والتوازن في معالجة المادة الإخبارية المقدمة.

فالسرعة في العمل الصحفي ينتج عنها معالجة سطحية وغير كاملة للأخبار، وتجعل الصحفيين ملهوفين على أحدث الوقائع وأكثرها إثارة لتلحق بالنشر، ما يجعل المنافسة تدعم سطحية الأخبار لا موضوعيتها. حيث تتسبب السرعة في فقدان الصحفي للكثير من الموضوعية والدقة كأن يتكاسل تحت ضغط العمل في تعديل معلومة كتبها خطأ، أو حين ينسى وضع فقرة معينة في سياق الخبر فيتجاهلها عمداً كي لا يعيد كتابة الموضوع من جديد، ولكن أخطر مساوئ السرعة في العمل الصحفي هو التكاسل عن لقاء المصدر رغم إمكانية الاتصال³⁶.

ج- المساحة:

يعد حجم المواد الصحفية المعدة للنشر في كل عدد من الصحيفة عادة كبيراً، مقارنة مع المساحة التي تخصص للمادة التحريرية بعد حجز الأماكن الخاصة بالمادة الإعلانية، وعلى ذلك يصبح الانتقاء مطلباً لا مفر منه، ومن المفترض أن يكون معيار النشر هو الأهمية النسبية لكل مادة صحفية والتي تتدخل عدة عوامل لتجديدها، كضغوط غرفة التحرير، التي تقرر أهمية الموضوع الصحفي بالنسبة للصحيفة وجودته من حيث المصادر والصيغة. كما تلعب ظروف مساحة الموضوع، كما يتم رسمه وتحديده على الصفحة (الماكيت) دوراً في اختصار الموضوع

³⁵ محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، الدراسات العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1996، ص 89.

³⁶ محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص 184، 185.

وحذف أجزاء مهمة منه، خاصة إذا قام صحفي آخر أو محرر غير مختص بحذف أو اختصار الموضوع، وهو أمر قد تتدخل فيه أيضا صراعات وخلافات المحررين والصحفيين، ويذهب "هودجسون" إلى أن عدم وجود مساحة كبيرة متاحة للصحفيين المبتدئين، لإبداء رأيهم في أعمدة الرأي وانفراد الخبراء والصحفيين الكبار بها، يجعلهم يضيفون آراءهم الشخصية وتحليلاتهم الخاصة حتى تتشوه الأخبار بالتعليقات³⁷.

د- استقاء الأخبار من المصدر:

المصدر هو الشخص أو الأشخاص أو الوثائق أو المستندات المتصلة مباشرة بالحدث، الذي يتولى الصحفي تغطيته وتحدد كفاءة الصحفي وتميزه وتفوقه في مجال التغطية الإخبارية على زملائه العاملين معه، في نفس الصحيفة أو الصحف الأخرى بما لديه من مصادر أساسية تزوده بالبيانات والمعلومات عن الأحداث والوقائع في حينها أو حتى قبل وقوعها. وأيا كانت طريقة الصحفي في تكوين مصادره، فإنه وهو بصدد تغطيته الخبرية يجد نفسه مطالبا بالتعامل مع مصادر متباينة المستويات الوظيفية والاجتماعية والثقافية، تمدد بالبيانات والمعلومات والآراء، ونجاح التغطية وموضوعيتها سيتوقف على أمور عدة منها الإجابة في تحديد الصحفي لمصادره المناسبة وإيجاد العلاقة القوية معها، وقدرته على الوصول إلى المصدر في التوقيت المناسب، ومهارته في طرح التساؤلات وإجراء الحوار، ورؤية توجهات المصدر نحو الحدث ذاته..... الخ. حيث تتأثر الموضوعية بدرجة تعاون المصدر مع الصحفي، إذ يلجأ هذا الأخير إلى المصدر الأكثر تعاوناً معه، إضافة إلى أن وجود قنوات اتصال بين الصحفي ومصدره يلعب دوراً في التحقق من أية معلومات والتأكد منها.

هـ- صراع المصالح:

في طريق تحقيق الموضوعية تبرز صعوبات وتحديات تتعلق بعدم قدرة الصحفيين على الهروب من تأثير آرائهم وانفعالاتهم الناتجة عن المصالح التي يدافعون عنها ومن ضعفهم الإنساني الذي يؤثر على أمانتهم الإعلامية، لذا فإن الموضوعية تتأثر بصراع المصالح. ويقصد بصراع المصالح العلاقات الخفية التي تربط الصحفيين أو المحررين بالمصادر، وتسمى أيضا "الصدقة الخفية"، حيث يتلقى الصحفي منافع شخصية مادية أو معنوية من المصادر أو المعلين، كما يمكن أن تكون العلاقة عكسية، كأن يدفع الصحفي للمصدر حتى يتحصل على معلومات أو موضوعات صحفية كاملة. وهناك نوعان من صراع المصالح:

³⁷ محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 185.

أحدهما مالي والآخر غير مالي، وفي كليهما يقدم الخبر بعد استبعاد الوقائع أو المعلومات التي تتعارض مع مصالح الصحفي الشخصية أو مصلحة جريدته وبالمثل تقوم قنوات نشر الخبر أو حراس البوابات بحذف ما يتناقض مع مصالحهم الشخصية، وما يتصورونه مصالح الجريدة من وقائع الخبر³⁸.

استخدم مصطلح حارس البوابة لأول مرة من طرف "كيرت ليوين **kurt Lewin**" في عام 1948 ليشير إلى العملية التي تسير فيها المادة الإعلامية في قنوات حتى تصل إلى الجمهور. وخلال هذه القنوات تمر بعدة نقاط تكتسب فيها تصريحاً بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش، وفي هذه النقاط يتم إصدار التصريحات، أي تقرير ما يمر وما لا يمر. وكلما ازدادت المراحل التي تمر بها المادة الإعلامية ازداد عدد هذه النقاط، وسمى "كيرت ليوين" هذه النقاط بوابات وسمى الأفراد الذين يقفون عليها حراس بوابة. وفي عملية الإعلام يمثل حراس البوابة وظائف متعددة مثل الناشرين، المحررين، مديري المؤسسات الإعلامية وغيرهم ممن لهم تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته وقيمه بالنسبة للجمهور³⁹.

المحاضرة الرابعة: أساليب وتقنيات التحرير الصحفي

يعتبر التحرير الصحفي ركناً أساسياً في العمل الصحفي وهو علم وفن، علم من حيث أنه يقوم على أسس وقواعد وفن من حيث قدرة المحرر الصحفي على التعبير عن المادة الصحفية، ويستدل من المفاهيم السابقة أن التحرير الصحفي عملية تبدأ فور الانتهاء من الكتابة الصحفية.

1- مفهوم التحرير الصحفي:

يحدد مفهوم التحرير الصحفي من منطلق الزاوية التي يتم تناوله منها ويمكن بيان مفهومه على النحو الآتي:

1-1- التحرير الصحفي كعملية اتصالية:

يشمل هذا المفهوم التحرير الصحفي من حيث كونه عملية اتصالية جماهيرية متكاملة ومستمرة، حيث يقوم المحرر الصحفي بجمع المعلومات الصحفية، ومعالجتها وصياغتها كرسالة، أو مضمون، أو محتوى صحفي معين:

³⁸ محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 187.

³⁹ محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص 118، 117.

سياسي، أو اقتصادي، أو رياضي في شكل قالب صحفي مناسب، قد يكون حديثا أو خبرا أو مقالا، ثم يرسل أو ييثر من خلال وسيلة اتصالية جماهيرية هي الصحيفة إلى المستقبل أو الجمهور لتحقيق أهداف الصحفية، ومن خلال ردود الفعل يتم تقويم الرسالة وتعديلها⁴⁰

1-2- التحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة:

يقصد به "عملية يومية أو أسبوعية حسب دورية صدور الصحيفة يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية التي جمعها من مصادر مختلفة في أشكال وقوالب صحفية مناسبة ثم يتم مراجعتها وإعادة صياغتها"⁴¹

1-3- التحرير الصحفي كعملية فنية كتابية:

هو "أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات في إطار التصور الذهني والفكري إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي"⁴².

يتبين مما سبق أن المحرر الصحفي يكتب المادة الصحفية بالشكل الذي اختاره بنفسه. وقد يكتب المحرر النص ويراجعه المحرر المسئول الذي يحرق ما كتبه، ومن هنا كان المحرر الصحفي الناجح هو الذي يكتب بلغة صحفية مناسبة وجيدة، بحيث يصبح النص الصحفي لا يحتاج إلى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة الصياغة.

3- معايير التحرير الصحفي:

- أ- الحقيقة: أن تكون المادة الصحفية حقيقة وليست خيال أي أنها مادة تعتمد على الواقع الملموس والمحسوس.
- ب- الدقة: الدقة مهمة في التحرير الصحفي بحيث يتجنب التهويل والتهوين في الأشخاص والأحداث
- ج- الحيادة الصحفية تتعامل مع الحقائق وليس مع الآراء وخصوصا مع الأخبار والتقارير والتحقيقات وسائل الفنون الصحفية عدا المقال.
- د- الرقي: لا بد للمحرر من أن يكون راقيا ومهذبا في أسلوبه حتى يرتقي بالقارئ بذوقه وفكره ونظرته للحياة.

⁴⁰ ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فنون التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 21.

⁴¹ محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص 144.

⁴² ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، نفس المرجع، ص 22

4-أنواع التحرير الصحفي:

فن تحرير المقال بأنواعه، تحرير العمود بصوره المتعددة وتحرير التحقيق الصحفي، والمجريات...، وعلى هذا الأساس، فإن الكلمة المكتوبة والمنطوقة تمثل القاسم المشترك بين الأنواع الثلاثة الآتية:

- التحرير الإقناعي
- التحرير التعبيري
- التحرير الإعلامي.

- معايير التحرير الصحفي:

- أ-**الحقيقة:** أن تكون المادة الصحفية حقيقة وليست خيال أي أنها مادة تعتمد على الواقع الملموس والمحسوس.
- ب-**الدقة:** الدقة مهمة في التحرير الصحفي بحيث يتجنب التهويل والتهوين في الأشخاص والأحداث
- ج-**الحيادية الصحفية:** تتعامل مع الحقائق وليس مع الآراء وخصوصا مع الأخبار والتقارير والتحقيقات وسائل الفنون الصحفية عدا المقال.
- د-**الرقمي:** لا بد للمحرر من أن يكون راقيا ومهذبا في أسلوبه حتى يرتقي بالقارئ بدوقه وفكره ونظرتة للحياة.

المحاضرة الخامسة: الخبر الصحفي**1- مفهوم الخبر الصحفي:****1-1- التعريف اللغوي للخبر الصحفي:**

الخبر هو النبأ حيث نقول أخبره أي أنباه ما عنده⁴³، والخبر لغة ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة، وخبر بالأمر أي علمه، وخبر الأمر أي عرفه على حقيقته، والخبر جمعه أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخير، ومن الناحية اللغوية هو ما يحتمل الصدق والكذب، أو هو شيء يحدث ويتناقله الناس في أحاديثهم أو عن طريق الكتابة، أو هو معلومات عن وقائع جرت فنستخير عنها فتصبح خبراً.

وعلى هذا فالأخبار هي عبارة عن مجموعة من الأحداث التي تشغل اهتمام فكر العامة من الناس، بحيث تنقل لهم

⁴³ ابراهيم عبد الله المسلمي، مدخل الى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 321.

بأمانة وعدم تحيز⁴⁴، والخبر في القاموس الفرنسي " **dictionnaire des médias** " يعني معلومة أو مجموعة معلومات تتعلق بشخص أو شيء، ويتم نقلها إلى شخص أو مجموعة أشخاص مجتمعين في مكان واحد أو متباعدين، لا تربطهم علاقة ببعضهم البعض⁴⁵.

1-2- المفهوم الليبرالي للخبر:

يسود هذا الاتجاه أساسا في المجتمعات الليبرالية، التي تؤكد على حرية الصحافة والعمل الصحفي، وتعمل فيها المؤسسات الصحفية بوصفها مشروعا تجاريا يسعى إلى الربح.

وفي هذا الإطار فإن أقدم تعريف مشهور للخبر هو تعريف اللورد "نور ثكليف" الذي نشره عام 1865، حيث يرى أن "الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعرض الكلب رجلا، فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلبا فهذا هو الخبر"⁴⁶.

حيث يركز في تعريفه هذا على عنصر الإثارة، الطرافة والغرابة كأساس لتكوين الخبر.

ومن التعريفات الليبرالية أيضا للخبر تعريف جوزيف بوليتزر **Joseph Pulitzer** الذي أصدر في القرن التاسع عشر صحيفة **New York World** فقد كان يرى:

" أن الخبر يوجد عندما توجد الجودة والتميز الدراما، الرومانسية، الإثارة التفرد، حب الاستطلاع والفكاهة. ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها الأحاديث بين القراء"⁴⁷.

أما " فريزر بوند **Freezer . Bond** فيؤكد أن: " الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان، فالخبر الجيد في رأيه هو الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء "

ومن خلال ملاحظة هذه التعريفات نجد أن الاتجاه الليبرالي يركز على إبراز القيم الإخبارية التي تعتبر شرطا أساسيا لنجاح الصحافة، وخاصة لتحقيق الربح التجاري لها في ظل هذا الاتجاه كالإثارة، الطرافة، الغرابة، الجودة، الدراما... إلخ مع اعتبار الإثارة العنصر الأساسي في الخبر والعمود الفقري الذي يقوم عليه بناؤه في ظل هذا الاتجاه.

⁴⁴ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص 229.

⁴⁵ François Balle, Mythes et réalité de la liberté de la presse, in Encyclopédia universalis corpus 18, paris 1990. p124-125

⁴⁶ اسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 10.

⁴⁷ أبو زيد فاروق، الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 14.

1-3- مفهوم الخبر في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يرى " هارولد إيفانز " أن " الأخبار هي الناس، فهي يجب ان تثير اهتمامهم بقدر ما تقدم لهم من فائدة وتسلية، ويقدر ما تعبر عما يجري في حياتهم اليومية ". أما " كارل وارن **Carl Warren** " فيرى أن الأخبار هي " بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهم الرأي العام وتضيف إلى معلوماته جديداً ». كما يضيف أن الخبر هو : " تقرير عن أي حدث أو حالة جديدة، أو أي أنباء أو معلومات غير معروفة حتى الآن "48. وأفضل التعريفات تعبيراً عن مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية هو التعريف الذي قدمه " إدجار ديل **Dale Edgar** "، فهو يعرف الأخبار: "بمدى تأثيرها علينا"، فهي " أحيانا تلبى رغبتنا في العلم بالشيء وتذكرنا بالماضي، أو تفرض علينا مشكلة أو سراً أو حالة مضطربة، وهي تمكنا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين، وتقتراح علينا ما نقوم به، وأهم من ذلك كله أن الأخبار تعطي الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية . وتمدنا بمعلومات عن ماضينا وتتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه الآن "49.

حيث يرى أتباع هذه النظرية أن للخبر وظيفة اجتماعية هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن مدى الإثارة في هذه الأحداث، وهو الشيء الجديد الذي انفردت به النظرية.

1-4- المفهوم الاشتراكي للخبر:

يقوم المفهوم الاشتراكي للخبر أساسا على المفهوم الاشتراكي للصحافة الذي يرى أن وظيفة الصحافة هي خدمة أهداف طبقة معينة فهي أداة دعاية للنظام. من هنا فإن الخبر في هذا الإطار هو: " النوع الرئيسي في الإعلام والأساس المكون للصحافة، وهو الذي يقوم بنقل معلومات بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة، أو يعكس بشكل مكثف أحداثا معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة ». نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الواقعية والالتزام هما الخاصيتان اللتان تميزان الخبر في الصحافة الاشتراكية. وعموما فإن الخبر في المفهوم الاشتراكي يتوفر على ثلاثة

شروط جوهرية :

- 1- أن يكون واقعا وذا أهمية اجتماعية.
- 2- أن يكون ملتزما أي يرتبط بقضايا ومشاكل المجتمع وبالنظام السياسي والاجتماعي القائم به وبالإيديولوجية السائدة فيه، وأن يلعب دورا في التوعية بهذا النظام.

48 أبو زيد فاروق، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 37.

49 عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 22.

3- أن يكون جماعيا أي لا يركز على الأخبار والنشاطات الخاصة، وأن يحرص دائما على كشف العلاقة القائمة بين الحدث والمجتمع.

وما يعاب على المفهوم الاشتراكي للخبر هو استخدامه في الدعاية الإيديولوجية والسياسية، مما يفقد الخبر موضوعيته، حيث يعتبر سلاحاً فعالاً في الصراع الإيديولوجي نظراً لسرعة انتقاله وفعالته الإعلامية.

1-5- المفهوم العربي للخبر:

يرى الدكتور حسنين عبد القادر أن الخبر هو " كل حقيقة حالية أو غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس ". نلاحظ أن هذا التعريف يركز على أهم خصائص التعريف الليبرالي للخبر. وهي إثارة اهتمام أكبر عدد من القراء، وفي هذا الإطار يرى الدكتور خليل صابات أن الخبر " يجب أن يحوي شيئا خارجا عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس"، وفي نفس الوقت يؤكد أن الخبر الصالح للنشر يجب أن " يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق".⁵⁰

ويعرفه الدكتور محمود أدهم أنه: " وصف موضوعي دقيق تطالع به الصحيفة قراءها في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي، أو رأي أو موقف جديد لافت أو فكرة أو قضية أو نشاط هام، تتصل جميعها بمجتمعهم وأفرادهم وما فيه، أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم، وتحقق الربح المادي لها"⁵¹. الملاحظ أن هذا التعريف ركز على عنصر الموضوعية، الدقة والحالية في الخبر، إضافة إلى القرب والأهمية، مضيفا إليها جانب الخدمة

التي يقدمها الخبر وهي التوعية التثقيف والتسلية، مع اعتبار هذه العناصر كلها وهذه الخدمات شرطا أساسيا لترويج الخبر وبالتالي تحقيق نجاح الصحيفة التجاري، أما الدكتور " عبد الفتاح عبد النبي " فيرى أن الخبر: " هو العملية التي يتم تحقيقها من خلال تزويد الأفراد بالمعرفة الحقيقية حول جوهر ما يجري من أحداث في المناحي المختلفة للمجتمع في فترة زمنية معينة".⁵²

والجديد في هذا التعريف أنه يرى أن الخبر معرفة تضيف إلى مدركات القارئ ووعيه أبعادا لم يعلمها من قبل، وأن هذه المعرفة يجب أن تكون حقيقية ليست شكلية، ترتبط بصميم الحياة في المجتمع وتعلق بجوهر ما يجري من أحداث في المجالات الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية.

⁵⁰ خليل صابات، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط5، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1987، ص ص22، 21.

⁵¹ ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 30.

⁵² عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سابق، ص 23.

وقد قدم الدكتور " فاروق أبو زيد " تعريفا للخبر في إطار ما أطلق عليه: " مفهوم الخبر في الدول النامية " وصفه أنه أفضل تعريف في مثل هذه الدول حيث يرى أن " الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته".

من جهته يرى الدكتور " إسماعيل إبراهيم " أن: " اصطلاح الخبر له جانبان، الأول المحتوى أي الوقائع والأحداث التي تقدم إلى القارئ، والثاني الشكل أي البناء الصحفي المتميز عن بناء الأنواع الصحفية الأخرى"، ليخرج بتعريف للخبر كما يلي: " الخبر هو تقديم معلومات مفيدة وجديدة عن واقعه أو حدث أو موضوع معين يهم أكبر عدد من القراء، وترى الجريدة أو المسئول عن تحريرها ضرورة نشره، وتختلف معايير نشر الأخبار من مجتمع لآخر تبعا لنظامه السياسي والقيم والعادات والمبادئ التي تحكم الناس فيه، وتبعا للسياسة التحريرية للصحيفة، على أن تكون صياغة الخبر بطريقة سليمة وأسلوب واضح يفهمه جميع القراء"⁵³.

أنواع الأخبار الصحفية:

يتعلق الخبر بجوهر ما يجري من أحداث في المجالات المختلفة، ولما كانت مجالات الحياة متعددة ومتشعبة، والمعارف ذاتها متجددة ومتغيرة بتوالي الاكتشافات التي ينجزها الإنسان في مختلف الميادين، فإن الأمر الأكثر أهمية هنا يتعلق بالأساس الذي يمكن الاعتماد عليه في تصنيف الأخبار الصحفية، حتى يمكن تقييمها ودراستها وكشف مدى تأثيرها وقدرتها على تحقيق الغاية من نشرها، وهنا تتعدد المحركات التي يمكن الاعتماد عليها في إجراء هذا التصنيف فنجد:

3-1- التقسيم الجغرافي: يقصد به مكان وقوع الحدث وعلى هذا الأساس نجد نوعين من الأخبار:

أ- **الأخبار الداخلية:** وهي التي تحدث في نطاق المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة⁵⁴. حيث يضيف هنا عامل المكان أو القرب أهمية على الخبر، لما يمثله من أهمية خاصة لقراء الصحيفة التي من المفترض أنها تعمل أساسا على تلبية احتياجاتهم حول ما يدور من مجريات في بيئتهم المحلية، لذا تحتل الأخبار الداخلية مكانة بارزة في صفحات الجريدة.

ب- **الأخبار الخارجية:** هي الأخبار التي تقع خارج البلد الذي تصدر فيه الصحيفة⁵⁵. فمصالح الأفراد لم تعد مرهونة

⁵³ إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 13.

⁵⁴ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 116.

⁵⁵ ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 83.

بالزمان أو الموقع الذي يعيشون فيه، حيث أصبح ما يحدث في الشرق يؤثر في الغرب، خاصة الأحداث التي لها تأثيرات عالمية واضحة على جميع الدول ومن ثم فقد تحظى بالأولوية المطلقة على صفحات الجرائد.

3-2-التقسيم الموضوعي للخبر: المقصود به مضمون الخبر فنجد الأخبار السياسية، الاقتصادية، الرياضية، الفنية، العلمية وغيرها ان هذا التقسيم يعتبر مكملا للتقسيم الجغرافي، حيث نجد الأخبار الداخلية أو الخارجية السياسية⁵⁶.

3-3-التقسيم الزمني للخبر: نقصد به زمن وقوع الحدث، فقد يكون الحدث قد وقع في وقت مضى ولكن آثاره تظل مستمرة ويترتب عليها نتائج ينبغي متابعتها وتغطيتها صحفيا، وقد يكون الخبر فوري الحدوث ويقوم الصحفي بنقله مباشرة من مصادره، ووفقا لهذا المعيار نجد نوعين من الأخبار.

أ-الأخبار المتوقعة: وهي الأخبار التي يتوقع الصحفي حدوثها من حيث المكان والزمان.

ب-الأخبار غير المتوقعة: تتمثل في الأحداث التي تقع دون مقدمات ودون استعداد مسبق من طرف الصحفي أو الصحيفة لتغطيتها، وتعد بذلك من الأخبار الهامة، التي تتسابق الصحف إلى البحث عنها واكتشافها والانفراد بها، حيث أنها تمثل الجديد الذي يسعى القارئ إلى معرفته.⁵⁷

وبذلك فإن الصحف الأكثر فعالية هي التي تهتم بالأحداث غير المتوقعة، وبالتالي تكون قادرة على جلب اهتمام أكبر عدد من القراء.

3-4-الخبر الجاهز والخبر المبدع:

أ-الخبر الجاهز: وهو الخبر الذي لا يبذل الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليه، وإنما يأتيه داخل مكتبه دون عناء، وذلك من خلال ما ينشر في الكتب والنشرات وغيرها من المطبوعات الإعلامية.⁵⁸

تصبح الصحيفة من خلال نشرها لمثل هذه الأخبار عبارة عن نشرة علاقات عامة تطبع ما يريده مقدمو هذه النشرات، مما يفقدها شخصيتها ويضعف وظيفتها الإعلامية.

ب-الخبر المبدع: هو الخبر الذي يبذل الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليه واستكمالته بالمعلومات الكافية، وأكثر الصحف فعالية هي التي تهتم بالأخبار المبدعة، حيث يقوم الصحفي باكتشاف الحدث والحصول عليه بدلا

⁵⁶ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 116.

⁵⁷ عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سابق، ص 30.

⁵⁸ ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 30.

من الاعتماد على مصدر آخر.⁵⁹

وتوجد علاقة وثيقة بين الخبر المتوقع وغير المتوقع من جهة، وبين الخبر الجاهز والمبدع من جهة أخرى، وهذه العلاقة خلقت تقسيما جديدا للخبر هو:

أ- **الخبر السلبي**: وهو الخبر الجاهز أولا والمتوقع ثانيا، حيث لا يضيف جديدا، وهو المأخوذ من مصادر غير حية كالنشرات والكتب والمطبوعات، حيث لا يبذل الصحفي جهدا للحصول عليها⁶⁰.

ب- **الخبر الإيجابي**: وهو الخبر المبدع أولا وغير المتوقع ثانيا، إلا أنه يضيف معلومات جديدة، حيث أنه مأخوذ من مصادر حية كالتصريحات الهامة لكبار المسؤولين⁶¹.

ج- **الخبر السلبي الإيجابي**: وهو الخبر الذي يجمع في مضمونه بين الصيغة السلبية والإيجابية في وقت واحد، مثل أخبار الحفلات والمهرجانات والندوات وجلسات المحاكم، فهذه الأخبار سلبية لأنها تغطي أخبار معروفة سابقا بالنسبة للصحفي من حيث مكان ووقت الحدوث لذلك فهي سلبية، ولكنها تكون إيجابية في الوقت ذاته لأن الصحفي يذهب بنفسه إلى أماكن وقوع هذه الأحداث ويحصل على تفاصيل ما يجري، سواء بإجراء العديد من المقابلات الصحفية أو من خلال وصف الحدث نفسه.

3-5- الخبر الخفيف والخبر الجاد:

أ- **الخبر الخفيف**: هو الخبر الذي يثير انتباه القارئ وتسلية كأخبار الطرائف والفن والحوادث.

ب- **الخبر الجاد**: هو الذي يحيط القراء علما بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم اليومية مثل الأخبار الاقتصادية والاجتماعية

3-6- الخبر المجرد والخبر المفسر:

أ- **الخبر المجرد**: هو الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الأحداث أو سرد المعلومات، دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل.

ب- **الخبر المفسر**: هو المدعم بخلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح وتفسر تفاصيل الحدث وتشرح أبعاده ودلالاته المختلفة، إلا أن تفسير الخبر لا يعني أن يتضمن الخبر رأي كاتبه أو وجهة نظره، وإلا فقد الخبر أهم قيمة

⁵⁹ فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 90.

⁶⁰ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 90.

⁶¹ عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 86.

يجب الالتزام بها عند كتابته وهي الموضوعية.⁶²

3-7- الخبر الملون والخبر الموضوعي:

يصبح الخبر ملونا عندما يتعرض من جانب الصحفي إلى تدخل يشمل حذف بعض الوقائع فيه قصد إخفائها عن القراء، أو اختلاق وقائع لم تحدث بالفعل، أو إضافة رأي أو وجهة نظر إلى مضمونه، بهدف التأثير على القارئ وبالتالي يفقد الخبر موضوعي هو الأمر الذي من شأنه تضليل القراء وخلق رأي عام موجه في المجتمع، مما يفقده ثقة القارئ في صحيفته.

أما خبراء التحرير والإخراج الصحفي فيفضلون تصنيف الأخبار وفقا لمضمونها وبنائها الداخلي وهنا نجد نوعين من الأخبار:

أ- الأخبار البسيطة: وهي الأخبار التي تدور حول واقعة واحدة مهما تعددت تفاصيلها، ولا يحتاج هذا النوع من الأخبار إلى جهد من طرف الصحفي لتحليله وتفسيره، فهي في تكوينها بسيطة، محددة وموجزة.

ب- الأخبار المركبة: هي التي تتضمن أكثر من واقعة في الخبر الواحد يضمها إطار واحد، قد يكون الحدث نفسه أو المكان ذاته، ولا يجد المحرر مبررا للفصل بينها حتى يضع أمام القارئ تصورا كاملا لما يجري.⁶³

المحاضرة السادسة: مصادر الخبر الصحفي والقيم الإخبارية التي تحكمه

يقصد بمصدر الخبر الصحفي، الجهة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي، وهذا المصدر قد يكون جهة مثل وكالات الأنباء، والإذاعات المحلية والأجنبية، وحتى الصحف والإعلانات، والوزارات والهيئات، والمؤسسات العامة والخاصة وغيرها. وقد يكون هذا المصدر شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية، أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية، التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر

⁶² فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 92.

⁶³ عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

الحية. 64

ولكل وسيلة من وسائل الإعلام مصدرين رئيسيا للأخبار:

1- مصادر ذاتية: هي مصادر خاصة بالوسيلة الإعلامية من صحفيين ومراسلين خارجيين، تعتمدهم للحصول على الأخبار أي طاقم تحرير الصحيفة.

2- مصادر خارجية: ويقصد بها تلك المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها، مثل وكالات الأنباء، والإذاعات المحلية والأجنبية، والصحف والنشرات، والوثائق وغير ذلك من المصادر المماثلة، وسواء كان المصدر ذاتي أم خارجي يمكن إجمال مصادر المادة الإخبارية فيما يلي:

* الصحفي:

هو جوهر العمل الإعلامي في أقسام الأخبار، وهو المسؤول في المقام الأول عن جمع الأخبار وتغطيتها، ويعمل الصحفيون طوال الأربع والعشرين ساعة على جمع الأخبار، ويبدلون كل جهودهم في تغطيتها وتقديمها بأسرع ما يمكن. 65

وبالتالي فالصحفي هو الذي تعتمد عليه الصحيفة في الانفراد بأخبار معينة أو في تحقيق السبق الصحفي.

* المراسل الخارجي:

أثبتت جل الدراسات الإعلامية التي تناولت مصدر الرسالة الإعلامية، أن درجة ثقة الجمهور بالمصدر تزداد كلما كان يمثل موقعا أعلى في المسؤولية أو التخصص المهني أو العلمي، لذلك تسعى وسائل الإعلام حاليا إلى تخصيص جزء على الأقل من تغطياتها الإخبارية للمراسل الصحفي المتخصص والمتواجد بصفة مستمرة في أماكن الأحداث، وهو نظام يساعد على امتداد الجمهور بتغطية وافية ودقيقة عن القضايا والأحداث، وهذا ما يزيد من فرصة الصحيفة في تقديم خدمة إخبارية جيدة للقراء، وهناك نوعان من المراسلين الخارجيين:

أ- المراسل الدائم:

ويمثل الصحيفة التي ينتمي إليها في إحدى العواصم العالمية الهامة، ولمدة طويلة يستطيع من خلالها تكوين العديد من العلاقات والصدقات التي التي تمكنه من التعرف على خلفيات الأحداث واتجاهاتها.

ب- المراسل المؤقت أو المتحرك:

64 فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

65 محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص 14.

هو الذي تبث به الجريدة لتغطية حدث هام في أي مكان بالعالم وذلك لمدة قصيرة تنتهي بانتهاء المهمة المكلف بها، ويجب أن تتوفر في المراسل المؤقت كل الشروط الواجب توفرها في الصحفي، ولا بد أن يكون ملماً بعدد من اللغات الأجنبية السائدة في العالم كالإنجليزية والفرنسية، ويجب أن يكون قادراً على الكتابة في أكثر من مجال: سياسي اقتصادي، ثقافي...، لأن المراسل الخارجي لا يقتصر على تقديم نوع واحد من الأخبار.⁶⁶

وهنا نلاحظ أن كلا من الصحفي والمراسل الصحفي يشكلان مصدرين من أهم مصادر الأخبار التي تعتمد عليها معظم الصحف، فهما عصب العمل الإخباري في كل المؤسسات الصحفية التي يعملون بها.

* وكالات الأنباء:

تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من الصحفيين والمراسلين المنتشرين عبر العالم، وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية التي لا تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية، لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة إمكانياتها تستطيع تغطية جميع مناطق العالم عن طريق المراسلين.

ومن أشهر وكالات الأنباء العالمية نجد **Associated -press**، **رويترز** و**havas**، إضافة إلى الوكالات الوطنية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث يكاد يكون لكل دولة وكالة أنباء خاصة بها، لكن أكثرها تعد رسمية تخدم أغراض الحكومة التابعة لها. لذلك فعلى الصحف الانتباه إلى ما يمكن أن تخفيه برقيات هذه الوكالات-وطنية كانت أو عالمية- من أهداف وأغراض سياسية خاصة بحكوماتها، وعلى الصحف أن تقارن وتوازن بين برقيات مختلف الوكالات حول كل خبر، لتنتقيه مما يشوبه من أهداف مستترة حتى تقدمه للقارئ خالياً من أي تأثير. فهي مطالبة في نفس الوقت بالحرص على تقديم الأخبار بشكل موضوعي غير متحيز، بعد ترتيب أهمية ما تتضمنه من وقائع وأحداث، بحيث تقدم كل ما يدخل في دائرة اهتمام القراء، لذا على الصحيفة تنقية البرقيات العالمية من بعض المصطلحات

والمفاهيم التي تتعارض مع المصالح القومية للمجتمع الذي تصدر فيه.⁶⁷

* الإذاعات المحلية والأجنبية:

تعتبر مصدراً هاماً من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها، حيث تعتبر الإذاعة هنا عن الاتجاهات الرسمية للدولة. ولأهمية الإذاعة كمصدر للأخبار، قامت الصحف الكبرى

⁶⁶ طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1984، ص 80.

⁶⁷ فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 107، 108.

بإنشاء قسم الاستماع الذي يتكون من أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جدا، وعن طريقها تقوم الصحيفة باستقبال وتسجيل ما تبثه جميع المحطات الإذاعية في العالم.⁶⁸

* الخدمات الإخبارية الخاصة:

هناك وكالات أو شركات أو هيئات خاصة للنشر تنفرد بالحصول على بعض الأخبار أو المعلومات، أو الموضوعات الخاصة وتبيعها لبعض الصحف حسب اتفاقيات خاصة مع هذه الأخيرة. وقد تنفرد هذه الوكالات الخاصة بإعطاء بعض الصحف حق نشر بعض الخطبات الصحفية الإخبارية، أو الكتب الهامة أو الحملات الصحفية المثيرة، أو بعض الموضوعات الخاصة.⁶⁹

* الصحف المحلية والأجنبية:

التي قد تنفرد بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها عنها الصحف الأخرى أو توسع فيها، أو تضيف إليها من مصادرها الخاصة، وقد تنفرد بعض المجلات بنشر عدد من الأحاديث الصحفية الهامة، فترى الصحيفة ضرورة نقلها عنها أو نقل بعض ما جاء فيها، وعلى هذا فإن الصحف والمجلات تعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار على مستويين:

- نقل الأخبار أو التصريحات الهامة مع نسبها إلى الصحيفة التي انفردت بنشرها.

- متابعة واستكمال الخبر الذي انفردت به إحدى الصحف لتقديم معلومات جديدة تضاف إلى الخبر الأول.⁷⁰

* النشرات:

التي تصدرها الوزارات والمصالح الحكومية والشعبية، والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية، وهي نشرات تصدر دوريا أو بشكل غير منتظم، لكنها مع أهميتها تظل مصدرا سلبيا للأخبار، أو مصدرا لا يبذل الصحفي جهدا في الحصول عليه، ولا يتيح فرصة للانفراد بأي خبر صحفي، لأنها تصل إلى جميع الصحف في وقت واحد، بالإضافة إلى أن النشرات تقدم ما يريده الذين أصدرها لا ما يجب أن يعرفه القارئ، فمثل هذه الأخبار تكون أقرب إلى الإعلانات منها إلى الأخبار الصحفية.

⁶⁸ طلعت همام، نفس المرجع، ص 81.

⁶⁹ فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 109.

⁷⁰ طلعت همام، مرجع سبق ذكره، ص 82.

* اللوزارات والهيئات:

التي تعد مصدرا مهما للأخبار وغالبا ما تخصص الصحيفة مندوبا دائما لها في مثل هذه الأماكن الهامة، ويوجد الآن في كل وزارة أو مصلحة حكومية أو مؤسسة عامة قسم أو إدارة للعلاقات العامة، وبهذا القسم غالبا ما يوجد مكتب للصحافة يمد الصحفيين بالأخبار والمعلومات التي تتعلق بالنشاط الذي تمارسه هذه الهيئات أو المصالح (خلايا الاتصال والإعلام في الجزائر). وتوجد مصادر أخرى تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة، تخصصها، لونها السياسي وسياستها التحريرية ومن بين هذه المصادر مايلي:

- المؤتمرات الصحفية.
- الحفلات، المهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.
- رسائل القراء.
- الإشاعات والأخبار غير المؤكدة، حيث يؤدي البحث وراءها إلى تصديقها أو تكذيبها.
- الصدفة حيث أن كثيرا من الأخبار الهامة قد يحصل عليها الصحفي عن طريق الصدفة بمعنى أنه لم يخطط للحصول عليها مسبقا.⁷¹

6- التغطية الإخبارية:

هي العملية التي تتضمن مجموعة من الخطوات التي يقوم من خلالها المحرر الصحفي بالبحث عن بيانات ومعلومات عن التفاصيل والتطورات، والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، أو بمعنى آخر يجيب عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ، بشأن هذه الواقعة أو الحدث، ثم يقيم هذه المعلومات ويحررها بأسلوب صحفي مناسب للتغطية الإخبارية.⁷²

إن التغطية الصحفية الناجحة لحدث ما تبدأ بمحاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة الآتية:

– ماذا حدث: حيث يركز على وصف الحدث نفسه أو تقديم تقرير عنه إلى القارئ، وتعتبر الإجابة عن هذا السؤال أهم الجوانب التي تتضمنها التغطية الخبرية، وبدون الإجابة على هذا التساؤل لا يصبح لهذه التغطية قيمة، حتى لو تضمنت الإجابة على كل التساؤلات الأخرى، فالخبر هو توظيف لحدث أو تقرير عن حدث لا يمكن أن يكون

⁷¹ طلعت همام، مرجع سابق، ص 84.

⁷² عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 137.

مفهوما دون الإجابة عن السؤال ماذا حدث؟ - ولكي يجيب الصحفي على السؤال "من؟" فإنه يبحث عن الشخصيات التي شاركت في صنع الحدث، أو لديها معرفة عنه، أو تمسها وقائعه، ولا بد أن يحرص الصحفي على معرفة هؤلاء الأشخاص، وأن يقدم تفاصيل واقعية عنهم مما يساعد على فهم القارئ للحدث.

- أما التساؤل الثالث "متى؟": فإن الإجابة عليه لا بد أن تحدد الزمن الذي وقع فيه الحدث، ففي كثير من الأحيان يكون للزمن أهمية كبرى.

- وتتضمن الإجابة على التساؤل أين؟: تحديد مكان وقوع الحدث، وتحديد المكان يساعد على فهم القارئ للحدث نفسه، كما أنه يمكن أن يجذب اهتمام القارئ في حد ذاته.

- أما التساؤل "لماذا؟": فإن الإجابة عليه لا بد أن تتضمن تفسيراً للحدث، والأسباب التي أدت لوقوعه، وتعتبر الإجابة على هذا التساؤل أكثر صعوبة من الإجابة على التساؤلات السابقة.

- أما الإجابة على التساؤل السادس "كيف؟": فإنها لا بد أن تقد تفاصيل كيفية وقوع الحدث⁷³.

وليس من الضروري طبعاً أن يكون ترتيب الأسئلة أو أدوات الاستفهام على هذا النحو، فالترتيب تفرضه المعايير بالنسبة لكل خبر بمفرده، وكذلك أسلوب التحرير المتبع، ونوع السياسية الإعلامية المنتهجة، كذلك فإن ضرورة الإجابة عن هذه الأدوات كلها أو عن بعضها تحدد طبيعة الخبر نفسه.

فإذا قرر أن أهم عنصر في الحديث هو الشخصية التي تعرضت له أو صنعتها، كان الجواب على الأداة من؟ هو أبرز تلك الإجابات. وإذا كان المحرر يرى أن الأداة ماذا؟ هي العنصر الأهم فيما حدث، وكانت رواية ما جرى تحظى باهتمام ومتابعة قطاعات واسعة من الجمهور، يكون لزاماً البدء بالإجابة عنها.

وإذا كان المكان هو الأهم لاعتبارات ذات دلالة تاريخية أو جغرافية أو سياسية، كانت الإجابة عن أين؟ هي المقدمة على غيرها، وهكذا الأمر بالنسبة للأداة كيف؟ التي تبرز الإجابة عنها عندما يكون لطريقة وقوع الحدث القيمة الكبرى لمضمون الخبر، وكذلك الأمر بالنسبة لأداة الاستفهام لماذا؟ التي تبرز عندما يرى المحرر أن البدء بتقديم الإجابة والتفسير لما حدث ضرورياً لصياغة بقيمة أركان خبره، ولإشباع فضول جمهوره. وهنا فإن الإطار المرجعي للقائم بالاتصال سواء كان مراسلاً أو صحفياً هو الذي يحدد نقطة الجذب أو الاستقطاب المشبع في رؤيته للحدث، فيتخذ منها المركز الذي يتبلور حوله الخبر. وبطبيعة الحال فإن اختيار معيار ما، لا يعني تجاهل المعايير الأخرى لأن كل

⁷³ صالح سليمان، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر الجامعية، القاهرة، 2004، ص 122.

هذه العناصر مترابطة، إلا أن الاختيار يبرز جانبا هاما من الأخبار على حساب الجوانب الأخرى، ورغم أنه من الضروري أن يسعى الصحفي إلى الحصول على إجابة لهذه التساؤلات الستة في تغطيته لأي حدث، إلا أنه من الصعب في بعض الأحداث الحصول على الإجابات كلها، فقد تظل الإجابة عن أحد هذه الأسئلة أو بعضها غير معروفة، وتحتاج إلى فترة زمنية أو تقارير الخبراء لمعرفة الإجابة عنها، ومع ذلك فإنه يمكن نشر الخبر إذا توافرت فيه الإجابة عن ثلاثة تساؤلات على الأقل، على أن يكون من بينها الإجابة على التساؤل: ماذا حدث؟ مع اعتبار هذا الخبر ناقصا، وعلى الصحفي أن يبذل جهده لاستكمالها⁷⁴، وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى وجود أخبار تحوي في ثناياها عنصر التمام فهي أشبه بالدائرة المغلقة، أي ليس لديها امتداد خارجي، أو ردود فعل أو تأثيرات وهي من هذا المنطلق لا تحتاج إلى متابعة، عكس البعض الآخر من الأحداث الذي لا ينتهي عند نقطة زمنية معينة، بل يتطور بشكل مستمر، وهنا يقاس نجاح الصحيفة بقدرتها على المتابعة الإخبارية والبحث عن الجديد في الأنباء المنشورة، كما أن كل صحيفة تراقب الصحف الأخرى وتتابعها، كي تضيف إلى الأنباء عناصر لم تتعرض لها الصحف المنافسة، ولا تقف الصحيفة الناجحة عند حد التنقيب الدائم وراء الأنباء ومتابعة ما تنشره الصحف من أخبار، بل يجتهد في الحصول على تفاصيل جديدة لكل ما ينشر، وذلك بالاتصال بالمصادر وبالمتابعة الدائمة والمستمرة للأحداث. لهذا يجب على الصحفي أن يبقى على اتصال دائم بمصادره، حتى لا تفلت منه خيوط الأحداث التي تجعل متابعته مفيدة ومجدية، ولكي تأتي المتابعة الخبرية بالجديد المتطور.

– القيم الإخبارية:

وتسمى أيضا بالعناصر الإخبارية، حيث أنه وبعد وصول الخبر إلى الصحيفة يتم الحكم على مدى صلاحية للنشر، ويحدد المكان اللائق به على صفحات الجريدة، وهذا يرجع بالدرجة الأولى إلى المعايير أو المقاييس التي تحدد قيمة الخبر في المؤسسة الصحفية. معنى هذا أن مجموعة العناصر التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية هي العامل الحاسم في تقييم الخبر إلى جانب سياسة الصحيفة، في هذا الإطار فإن نشر أي خبر لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر، وإنما يقوم على أساس وزن وقيمة كل عنصر. ويمكن حصر القيم الأساسية للخبر فيما يلي:

- التوقيت: تتضمن هذه القيمة جانبين هما:

⁷⁴ صالح سليمان، مرجع سابق، ص 123.

أ- **جدة الخبر وحاليته**: فالجدة في الخبر تعني أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا بمعنى أن يكون مجاريا للأحداث، فالخبر هو أسرع مادة إعلامية معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه، فالخبر الجديد يفقد جدته وبالتالي يفقد قيمته، وإن كان هذا لا ينفي ان بعض الأحداث التي وقعت منذ فترات بعيدة ولم تنشر من قبل، يمكن ان تكون مادة صحفية جديدة في أحيان كثيرة، ولكن لنا بعض الملاحظات حول هذه القيمة الخبرية، نحصرها فيما يلي:

1- كثير من الأحداث تستمر لمدة طويلة قد تصل إلى سنوات مثل الحروب، ومع ذلك فإن وسائل الإعلام كثيرا ما تفقد اهتمامها بهذا الحدث بعد مرور فترة زمنية ولا تعود إلى الاهتمام به، إلا عند حدوث تطور مفاجئ فيه يتضمن قيما إخبارية أخرى فيعود إلى بؤرة الاهتمام.

2- كثيرا ما يؤدي هذا العنصر أو هذه القيمة إلى حدوث تعميم إعلامي على الكثير من قضايا الشعوب ومشاكلها.

3- كما تؤدي هذه القيمة الخبرية إلى عدم اهتمام وسائل الإعلام بالمعلومات الخلفية للحدث، بالرغم من أنها ضرورية لفهم الأحداث الجديدة، ويؤدي ذلك إلى عدم قدرة الصحافة على الوفاء بحاجة الجماهير في المعرفة، كما يؤدي عدم الاهتمام بنشر المعلومات الخلفية إلى تشويه الكثير من قضايا الشعوب ومواقفها من أحداث معينة.

ب- **ارتباط الحدث بأحداث أخرى**: إن ارتباط الخبر بوقائع أخرى تزيد من احتمالات بثه عبر وسائل الإعلام، هذا الترابط أو التزامن مع أحداث أخرى يعطي لهذا الحدث أهمية حتى وإن قلت أهميته في ذاته. وهكذا فإن عنصر التوقيت بجانبه يلعب دورا أساسيا في تقرير ما ينشر في الصحف، وبالتالي ما تتلقاه الجماهير من معرفة عن الأحداث، وكثيرا ما يكون عاملا من العوامل التي تؤدي إلى التضليل الإعلامي واستخدام الأنباء لترسيخ تصورات معينة، أو دفع الجماهير لاتخاذ مواقف معينة⁷⁵

● الفائدة أو المصلحة :

يوجد عنصر الفائدة أو المصلحة في الخبر عندما يتضمن الحدث الذي يعرضه الخبر معلومات أو بيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء، سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وسواء كانت هذه الأخبار في صالح القراء أو ضدهم⁷⁶.

● الضخامة والشهرة والأهمية :

⁷⁵ عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 67-71.

⁷⁶ فاروق أبوزيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 69.

يرجع مقياس الضخامة في الخبر إلى عدد من يهتم به من القراء، ثم بدرجة ارتباطه بمكان هام أو موقع خطير من ناحية أخرى هذا يعني إمكانية تجاهل مشاكل وقضايا مجموعات صغيرة من البشر التي يكون لها الحق في الحصول على تغطية إعلامية لمشاكلها وقضاياها.

أما الشهرة فتعني ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة أو اللامعة في المجتمع أو بالأماكن التي لها قيمة تاريخية، وتستند هذه القيمة على قاعدة صحفية تقول ان الأسماء تصنع الأخبار، ومن ناحية أخرى فإن أهمية عنصر الشهرة في الخبر الصحفي ترجع إلى أن القراء بطبعهم يحبون تتبع أخبار الشخصيات اللامعة في كل المجالات.⁷⁷

وعنصر الأهمية في الخبر الصحفي ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى، فاتحاد عنصر الشهرة مع عنصر الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية. إذن فعنصر الأهمية قد يختزل داخله أكثر من قيمة إخبارية، لكنه مع ذلك يملك قدراً كبيراً من التميز، ويمكن تميزه أساساً في أنه يحمل في مضمونه معنى جادا، حيث لا مجال لوصف حدث طريف أو غريب بأنه هام. فإذا اجتمعت أهمية شخصية من الشخصيات مع أهمية الموضوع وضخامة عدد المهتمين به، فلا بد أن يكون الخبر صالحاً للنشر في أهم صفحات الجريدة.

• التشويق:

الخبر المشوق هو الخبر الذي يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره، وهناك مستويان للخبر المشوق: الأول أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقاً يجذب القارئ إلى الاطلاع عليه وقراءته حتى النهاية، والثاني خبر مشوق في حد ذاته ولكنه يدفع القارئ في نفس الوقت لمتابعته في الأيام التالية للوقوف على تطوراته وأبعاده المختلفة.⁷⁸

• الصراع:

يمثل الصراع نزعة إنسانية أو غريزة بشرية، حيث تتضمن الحياة ألواناً متعددة من الصراع، وهي التي تعطي للحياة طابعها الدرامي، ولا شك أن التركيز على الأحداث ذات الطبيعة الصراعية في المجتمع كالمباريات الرياضية، هو جزء من عملية الإلهاء العام للجماهير التي تقوم بها وسائل الإعلام لإبعاد المواطنين عن التفكير في مشاكلهم الحقيقية، كما أن التعامل مع الأخبار من خلال الصراع والعنف، قد لا يتيح دائماً وضع الحدث في سياق مفيد، حيث يتجه التركيز في المعالجة على المكان والوقت وأطراف الصراع ونتائجه، مع تجاهل مسببات هذا الصراع ودوافعه، أو الذين يعملون من أجل إيجاد الحلول لمنعه.

⁷⁷ عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 76.

⁷⁸ فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 67.

● التوقع أو النتائج:

تمكن أهمية الخبر في مدى ما يثيره لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو ما يثيره من احتمالات وإيحاءات لدى القارئ، أو ما يطرحه في ذهن القارئ من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر، سواء على القارئ نفسه أو على المجتمع الذي يعيش فيه، أو الوطن الذي ينتمي إليه.

● الاهتمامات الإنسانية:

العنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند القارئ، سواء بالحب أو العطف أو الشفقة أو الكره أو الخوف وغيرها من المشاعر الإنسانية المتباينة، فهذا العنصر يشمل كل ما يمكن أن نسميه بالخلفيات العاطفية⁷⁹.

● الإثارة:

يقصد بعنصر الإثارة في الخبر تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة، وهو ما يحدث في بعض الأحداث التي تتعلق بالجرائم أو الفضائح، وغير ذلك من الجوانب المثيرة في الحياة الاجتماعية، ورغم أن الإثارة يمكن أن تكون موضوعية، إلا أن التركيز عليها يهدف إلى تحقيق أهداف تجارية عن طريق زيادة التوزيع، لكنه أيضا يهدف إلى تحقيق أهداف إيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجماهير عن مشاكلهم الحقيقية⁸⁰. غير أن جوهر الفن الصحفي يمكن حقيقة في تقديم الخبر الجاد والموضوع المفيد والمعلومات الدقيقة، بأسلوب شيق ممتع مفهوم، مثير للفكر وليس للغرائز وذلك يتطلب بطبيعة الحال تنوع الموضوعات وشمولها حتى تجد كل فئة من الفئات القارئة بغيثها.⁸¹

● سياسة الصحيفة:

إن المشكلة التي تواجه الصحافة اليوم لا تكمن في ندرة الأخبار أو في قلة الموضوعات، وإنما تكمن أساسا في انتقاء واختيار الأعداد الهائلة من الأخبار والمعلومات والصور التي ترد إلى الصحيفة من أماكن شتى، على أن القابلية للنشر ترتبط بقوانين المطبوعات، وقوانين النشر من سب وقذف وغيرها، كما تتصل باهتمام الرأي العام في مرحلة معينة، فضلا عن الذوق العام الذي قد يرفض موضوعا من الموضوعات حتى ولو كان هاما وتتوفر فيه كافة مقاييس

⁷⁹ فاروق ابو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 71.

⁸⁰ عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 75.

⁸¹ إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 119.

الخبر الناجح. ويجب أن يتفق الخبر مع السياسة العامة لتحرير الصحيفة سواء من حيث الموضوع أو اللغة أو طريقة العرض، وعلى هذا الأساس قد يكون خبر ما عن جريمة من الجرائم البشعة أو الأخلاقية صالحا لصحيفة معينة لكنه لا يصلح لغيرها.

فسياسة الصحيفة هي التي تستطيع أن تتحكم في اختيار الخبر ومقوماته فتقدم واحدا على غيره أو تهمله إهمالا تاما.⁸²

المحاضرة السابعة: القوالب الفنية لكتابة الخبر الصحفي

بعد أن يصنف الصحفي المعلومات المحصل عليها طبقا لأهميتها، فإنه يبدأ في اختيار القالب أو الشكل الفني الذي يصب فيه المعلومات التي تساعد القارئ على فهم واستيعاب النص الخبري، حيث تنقسم هذه القوالب إلى:

1- قالب الهرم المقلوب:

ينقسم بناء الخبر في هذا القالب إلى الصدر ويمثل قاعدة الهرم المقلوب ويتضمن أهم حقائق الخبر، والجسم حيث تتوالى فيه الحقائق حسب أهميتها حتى نصل إلى أقل الحقائق أهمية في قمة الهرم⁸³.

ويعد الهرم المقلوب من أقدم وأكثر أشكال الأخبار ملائمة وأعظمها نفعا وذلك لمزاياه الآتية:

- يسهل أسلوب الأهمية المتناقصة للحوادث، عملية اختيار الوقائع وترتيبها بالنسبة للمحرر وخاصة فيما يتعلق بالمقدمة.

- يعتمد القالب على أسلوب الفقرة الكاملة، وبذلك فإن كل فقرة من الخبر باستثناء الأولى يمكن فصلها عن الأخرى.

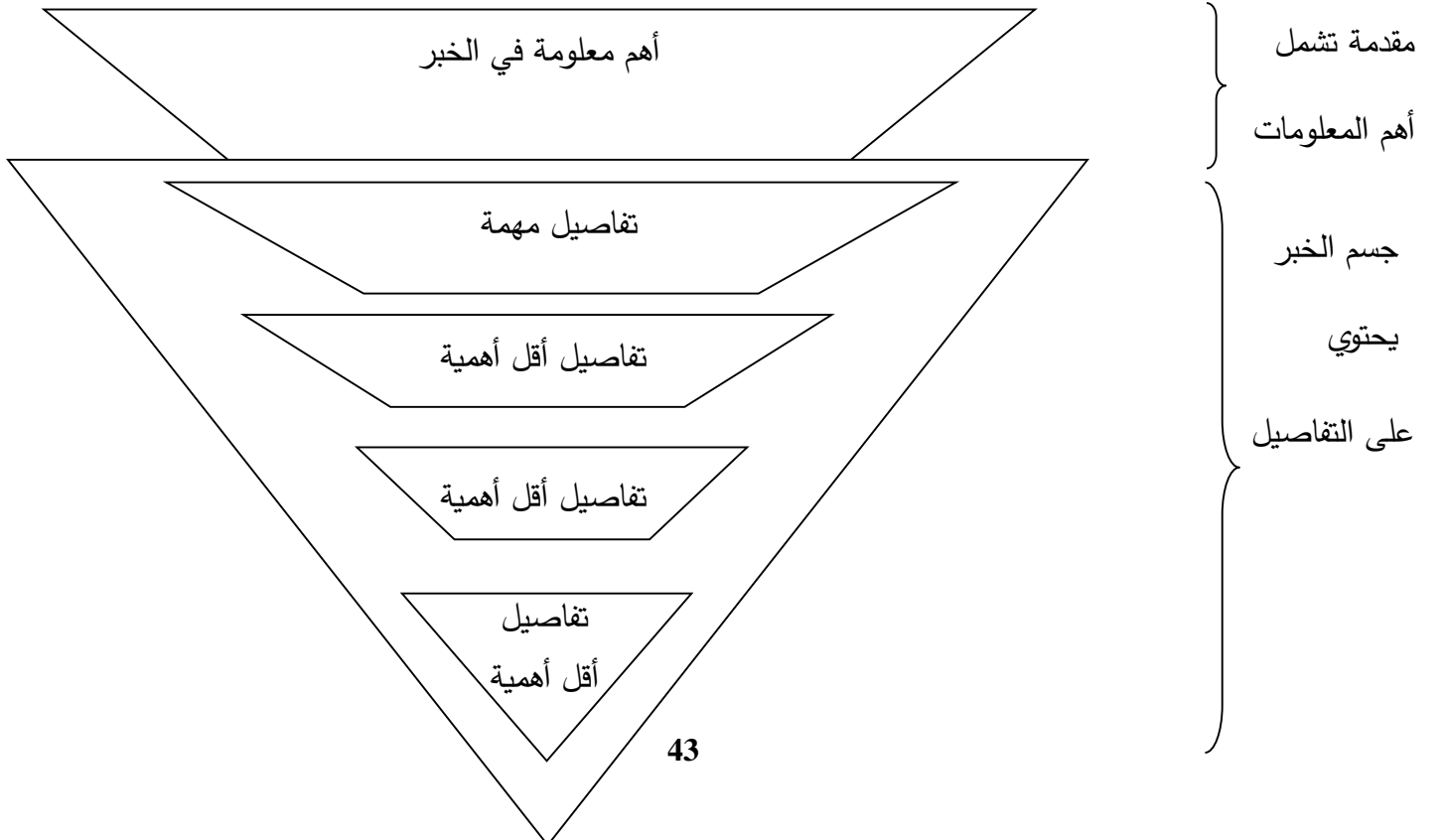
- إن البدء بأهم حقيقة في الخبر هو أسلوب يتميز بالإثارة وإبراز الفعل الدرامي الذي ينسجم مع الفضول الإنساني،

⁸² ابراهيم امام، مرجع سابق، ص 118.

⁸³ صالح سليمان، مرجع سابق، ص 124.

مما يتيح أكبر قدر من الإيحاء بالدلالة الإخبارية والقصصية. وهو ما يوضحه الشكل اللاحق:

شكل رقم (1) قالب الهرم المقلوب:

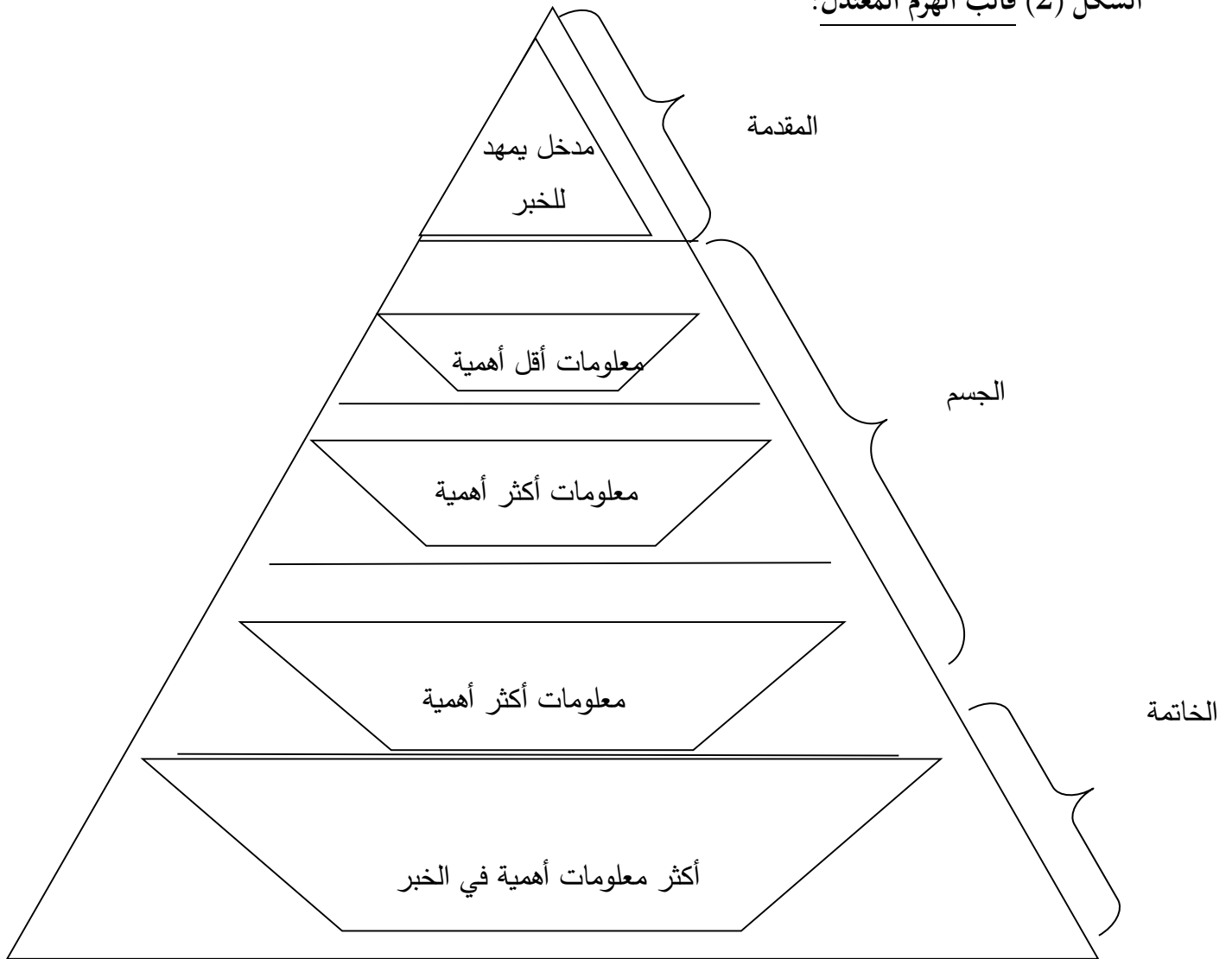


2- قالب الهرم المعتدل:

ويعرف أيضا بالقالب الروائي أو قالب القصة الإنسانية، يستخدم بشكل نادر في الصحافة، نجده فقط في صياغة أخبار الجريمة، كما يمكن أن يكون مناسباً لكتابة الكثير من الأحداث خاصة تلك المتعلقة بقصص النجاح والكفاح من أجل تحقيق أهداف عظيمة. وفي هذا القالب يتم استخدام الأسلوب القصصي، حيث يقوم المحرر بترتيب وقائع الحدث طبقاً لترتيب وقوعها من الناحية الزمنية ويطلق على هذا القالب بالهرم المعتدل.

وهذا الشكل يمكن أن تكون له إيجابيات تتمثل خاصة في الاهتمام بخلفية الحدث، وهو ما يتم التضحية به عند استعمال قالب الهرم المقلوب، أو تأتي في مقدمة النص الخبري فيهملها القارئ رغم أهميتها، كما أنه يحمل سلبيات أخرى تتلخص في كونه يؤدي إلى ما يطلق عليه بظاهرة تحويل العالم إلى دراما **dramatisation du monde**، مما يؤدي إلى تسطيح المعرفة المقدمة للجمهور عن الأحداث، ذلك أن اهتمام المحرر بالمعلومات التي تصور المشاعر الإنسانية يؤدي إلى التضحية بالكثير من المعلومات المهمة التي تسهم في زيادة وعي الجمهور بحقيقة الحدث.

الشكل (2) قالب الهرم المعتدل:



3- قالب الهرم المقلوب المتدرج:

يكون هذا القالب أكثر ملائمة لصياغة الأخبار عن الأحاديث السياسية والخطب والمؤتمرات والتصريحات وغيرها من المواد ويكون على الشكل التالي:



شكل (3) يوضح قالب الهرم المقلوب المتدرج

ويصلح هذا القالب لكتابة الأخبار البسيطة والمركبة، ويسلك لكتابته شكل المستطيلات المتدرجة على شكل الهرم المقلوب، حيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة تمثلها مستطيلات كبيرة وصغيرة، تمثل الأولى الكلام المنقول بنص والثانية ملخص هذا الكلام وشرحه.⁸⁴ ومن خلال عرض القوالب الثلاثة نخلص إلى أن لكل منها وظيفة يقدمها هو مختص فيها، حيث يقوم قالب الهرم المقلوب بسرد المعلومات والبيانات والحقائق التي تدور حول موضوع معين تبعاً لأهميتها، أما الهرم المقلوب المتدرج فيختص بسرد التصريحات التي تم الحصول عليها من مصدرها الأساسية، حيث تشكل أقوال هذه المصادر مادة الخبر وأساس أهميته، ويصلح في حالة المؤتمرات الصحفية، أو الأحاديث الخيرية أو الاحتفالات العامة أو الخطب السياسية وغيرها من الأخبار التي تقوم على سرد التصريحات، وتبقى مهمة الهرم المعتدل هي سرد وقائع الحدث وتتبع

⁸⁴ فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 326.

تفاصيلها، حيث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل.

➤ أجزاء الخبر الصحفي:

يتم تقسيم الخبر الصحفي إلى عدد من الوحدات الفنية، تؤدي كل منها مهمتها في إيصال جزء من الرسالة الإعلامية التي يحملها الخبر، وبشكل عام يقسم خبراء فنيات التحرير الصحفي إلى الأجزاء الآتية:

1-العنوان:

هو البوابة التي يعتمد على جاذبيتها في التشويق لإظهار مدى أهمية الخبر بالنسبة إلى الجمهور⁸⁵. حيث أنه على القائم بالاتصال أن ينظر إلى العنوان كمصدر رئيسي للإعلام، خاصة لفئة القراء الذين يطلعون على الصحيفة بسرعة بسبب ضيق الوقت، مما يعني أنه على الصحف أن تبذل قصارى جهدها لتلبية احتياجات القراء في الوقوف على جوهر الأنباء، وبالتالي تظهر أهمية احتواء العنوان على عنصري التشويق والإفادة، أي جذب انتباهه لمتابعة تفاصيل الخبر حتى نهايته، والقاعدة العامة التي تتبع في كتابة العناوين هي أن أهمية الأحداث وقيمتها هي التي تملئ نوع وحجم العنوان الذي تختاره الجريدة للخبر، فالعناوين كبيرة الحجم متعددة السطور توضح أهمية الأخبار. والأمانة في العنوان تعني ألا يتخذ العنوان محورا للتشويش أو الدعاية والخداع أو التهويل، بل ينبغي أن يعتبر العنوان بدقة وبصدق عن فحوى الخبر وأهميته. لذلك تستلزم الموضوعية تعبير العنوان بدقة ووضوح عن مضمون الخبر، وألا يثير تطلعات زائفة لدى الجمهور عن طريق خداعة بالعناوين المثيرة التي لا تعبر عن الحقيقة، وأن يبعد عن أية شبهة للرأي فيه حتى لا يفقد موضوعيته. فالعنوان جزء لا يتجزأ من الخبر، وكل ما يرد فيه يكون مستمدا من صميم الخبر لا قائما على الاستنتاج أو الافتراض.

والعنوان له أشكال متعددة، فهناك العنوان المكتوب على شكل الهرم المقلوب، والعنوان المكتوب على هيئة سلم متدرج، والعنوان المحرر على شكل سطور متساوية في بدايتها وفي نهايتها. وإذا كان الأصل في العنوان أن يكون في سطر واحد، فإن الأسطر المكتملة يجب أن تلتزم بكافة القواعد التي يلتزم بها السطر الأول من حيث الدقة، الوضوح والإيجاز كما يجب أن تتمكن الصحيفة من ربط العنوان بجسم الخبر.⁸⁶

2-مقدمة الخبر الصحفي:

⁸⁵ عبد النبي خزعل، عن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 148،

149.

⁸⁶ عبد النبي خزعل، نفس المرجع، ص 150.

المقدمة هي المدخل الذي يحاول من خلاله الصحفي جذب انتباه القارئ، ثم دفعه لقراءة جسم الخبر، والمقدمة هي فقرة مركزة تقدم تلخيصاً لأهم جوانب الحدث، أو لأهم التصريحات التي يتضمنها، فهي امتداد تحريري للعنوان وتعمل في نفس الوقت على الربط بين هذا الأخير وصلب الخبر. وهناك عدة مواصفات يجب أن يراعيها الصحفي عند كتابة المقدمة هي:

- جذب انتباه القارئ ودفعه لمتابعة الخبر حتى نهايته.
- أن تكون مشوقة بمعنى أن تبرز زوايا الخبر أو جوانبه.
- عدم تشتيت القارئ بين عدد كبير من المعلومات التي تتضمنها المقدمة، فليست وظيفة المقدمة أن تقول للقارئ كل شيء عن الحدث، لكنها يجب أن تركز على إبراز أهم الزوايا المشوقة فيه.
- من الضروري أن يتناسب حجم المقدمة مع حجم الخبر نفسه، فلا تكون مساوية لحجم جسم الخبر أو أكبر حجماً منه، وأفضل المقدمات هي المقدمة القصيرة التي تقدم أهم المعلومات أو أهم جوانب الحدث في أقل مساحة ممكنة.
- أن يتناسب نوع المقدمة المختار مع مضمون الخبر، فالخبر السياسي أو الاقتصادي يحتاج إلى مقدمة جادة تناسب مضمونه.
- أن تحاول المقدمة الإجابة على أهم الأسئلة الست المعروفة، ويكون اختيار إجابات الأسئلة التي تتضمنها المقدمة قائماً على تقدير حقيقي لأهمية هذه الإجابات وقدرتها على تشويق القارئ⁸⁷. وتتعدد المقدمات الإخبارية تبعاً لاختلاف مضامين الأخبار، حيث يمكن تقسيمها إلى:

➤ أنواع المقدمات:

- مقدمة التلخيص: وهي التي تلخص أهم المعلومات التي يحتويها الخبر.
- مقدمة الاقتباس: وهي التي تقتبس فقرة هامة من تصريح أو حديث من المصدر وتجعلها مقدمة للخبر.
- مقدمة الصدمة: وهي غالباً ما تكون جملة واحدة قصيرة ومختصرة، ولكنها مفاجئة تلفت انتباه القارئ بشدة تماماً كوقوع القنبلة.
- مقدمة المجاز: وهي المقدمة التي تعتمد على استعمال الكلمات بمعان مجازية وليس بمعناها الحرفية.

⁸⁷ صالح سليمان، مرجع سابق، ص 170، 171.

- مقدمة الغرابة أو الطرافة: وهي تعتمد على عنصر الطرافة في الخبر، أو ما يشير إلى مفارقة غير عادية، أو حدث شاذ نادر الحدوث.

- مقدمة السؤال: وهي مقدمة تحاول أن تصيغ أهم المعلومات الجديدة في الخبر على شكل سؤال، يشكل جسم الخبر إجابته التفصيلية، وهذه المقدمة تستهدف إشراك القارئ في القضية التي يثيرها الخبر، وهذا النوع من المقدمات لا يجب استخدامه إلا في الحالات التي يضيف فيها السؤال شيئاً جديداً إلى الخبر، وفي نفس الوقت ينصح بعدم استعمال هذه المقدمة كثيراً لأنها قد تقترب كثيراً من التعليق أو الرأي.

- مقدمة الحوار: وهي مقدمة تقوم على محاولة خلق نوع من الصراع الدرامي بين أطراف الخبر، وهو ما من شأنه أن يجدد في أسلوب صياغة المقدمات⁸⁸.

- المقدمة الوصفية: وهي تقدم وصفاً للمكان أو للظروف المحيطة التي وقع فيها الحدث، ويناسب هذا النوع من المقدمات قالب الهرم المعتدل أو القصة بشكل أكبر، ويمكن أن يجذب انتباه القارئ ذلك أنه يضعه في السياق العام الذي وقع خلاله الحدث، كما يمكن أن يستخدم مع قالب الهرم المقلوب عندما يكون لوصف المكان أو الظروف المحيطة أهميته الكبيرة في الحدث.

- المقدمة التي تخاطب القارئ: حيث يحاول الصحفي فيها أن يشرك القارئ أو يضعه في سياق الحدث، فالصحفي هنا يبدأ بتوجيه خطابه إلى القارئ كأنه يحدثه، ولا شك أن هذا النوع من المقدمات يمكن أن يجذب انتباه القارئ بشكل كبير.

- المقدمة التي تعتمد على التناقض: حيث تقوم على تناقض الحقائق أو تعارضها، تأتي الحقيقة الثانية على عكس ما يمكن أن يتوقعه القارئ عند قراءته للحقيقة الأولى⁸⁹.

وهذا التقسيم لأنواع المقدمات غير نهائي، كما أن حدود المقدمات في أحيان كثيرة تتداخل مع بعضها مثلما يكون من الممكن أن يستخدم المحرر أكثر من مقدمة لتحقيق شكل معين للمادة الإخبارية.

3- جسم الخبر:

يتكون المتن من عدد من الفقرات مرتبة طبقاً لأهميتها وطبقاً للقالب أو الشكل الفني الذي اختاره المحرر لكتابة الخبر، ولا بد أن يراعي ضرورة التسلسل المنطقي في كل الحالات، بمعنى أن تؤدي كل فقرة إلى التي تليها،

⁸⁸ نور الدين بليل، دليل الكتابة الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 48.

⁸⁹ صالح سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 173.

كما يجب مراعاة الترابط بين الفقرات. وتأتي في بداية متن الخبر فقرة تربط بين هذا المتن ومقدمة الخبر، ويمكن أن تقوم هذه الفقرة بتكملة بعض الحقائق الأساسية التي تم التركيز عليها في المقدمة، أو الإشارة إلى خلفية الخبر، أما في الفقرات التي فقرة الربط فإنه يمكن استخدام العناوين الفرعية وذلك للإشارة إلى مضمون فقرة أو عدد من الفقرات وتشويق القارئ إلى قراءتها. وقد جرى الاتفاق على بناء جسم الخبر وفقاً لمبدأ الهرم المقلوب الذي تقدم فيه الحقائق على بعضها تنازلياً، الأهم ثم المهم ثم الأقل أهمية، وتكتب على شكل فقرات متكاملة.

4- خاتمة الخبر:

يحتاج الصحفي في أحيان كثيرة إلى اختيار معلومة ملائمة ينهي بها سرده الإخباري ويمكن أن تقدم الخاتمة على أحد الأشكال التالية:

أ- الخاتمة التلخيصية: التي تلخص أهم الحقائق التي تضمنها الخبر وعيب هذا الشكل أنه يكرر بعض الحقائق، لذا ينصح بعدم استعماله مع المقدمة التلخيصية.

ب- الخاتمة التفسيرية: وهي التي يحاول المحرر من خلالها أن يقدم تفسيراً للحدث أو لأهم حقائقه.

ج- خاتمة الخلفية: هي التي تشير إلى جذور الحدث، وتعطي معلومات تفيد القارئ في فهم الحدث، حيث أنه يقدم حقائق جديدة لم يتم ذكرها في المقدمة والتمتن.⁹⁰

المحاضرة الثامنة: الأنواع الصحفية _1

تنقسم الأنواع الصحفية إلى أربع مجموعات، كل مجموعة تضم عدد من الأنواع الصحفية وهي كالتالي:

المجموعة الأولى: الأنواع الخبرية " التقريرية "

- الخبر
- التقرير
- الريبورتاج

المجموعة الثانية: الأنواع الاستقصائية.

⁹⁰ صالح سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 174.

- التحقيق الصحفي

المجموعة الثالثة: أنواع الرأي " الأنواع الفكرية "

- المقال والمقال الافتتاحي

- التعليق

- العمود

- المقابلة الصحفية

المجموعة الرابعة: الأنواع الإبداعية " التعبيرية "

- الصورة الصحفية " البورتريه "

- الصورة الفوتوغرافية

- الرسم الصحفي " الرسم / الكاريكاتور "

أولاً: الخبر:

تم التطرق له بالتفصيل في المحاضرات السابقة.

الفرق بين التقرير والخبر الصحفي :

يمكن حصر الفرق بين الخبر والتقرير في النقاط الآتية:

أ-يقوم التقرير بذات الوظيفة الإخبارية التي يقوم بها الخبر الصحفي يعلم القارئ بالأحداث الراهنة أو يطلعه عليها أو يقره منها، لكن بشكل مغاير عن الخبر هذا الأخير الذي يكتفي بالجانب الجوهرى في الحدث أي نتيجته، بينما يتجاوز التقرير هذا الحد من خلال اهتمامه بوصف تطور الحدث.

ب-يختلف التقرير عن الخبر في حجم التفاصيل فبينما يعكف الخبر على إيراد ما هو أساسى في الحدث مما يضطره للاختصار والاختزال نجد أن التقرير يهتم بالتفاصيل المرتبطة بالحدث فالتفاصيل سمة أساسية تميز التقرير الصحفي .

ج-الخاصية الأساسية التي تميز التقرير عن الخبر الصحفي تتمثل في أن كاتب الخبر الصحفي لا يظهر، فالخبر يستطيع أن يفقد وجوده كنوع صحفى مستقل ومتميز إذا احتوى على ما يظهر شخصية المحرر أو الصحفي أو إسقاطاته الذاتية، وهذا على الرغم من احتمال اشتراك النوعين المذكورين في عامل حضور الصحفي في عين المكان

لنقل الحدث.⁹¹

ثانيا: التقرير الصحفي:

التقرير الصحفي هو أحد الفنون الصحفية المستخدمة نظرا لما يقدمه من معلومات وتفاصيل حول حدث معين تساعد القارئ على فهم ما يجري حوله فالتقارير له أهمية كبيرة في الصحف كونه يقدم تفاصيل أكبر من الخبر وأقل من التحقيق، إضافة إلى مكانته بين الفنون الصحفية الأخرى التي يختلف ويتشابه معها في بعض الأحيان، ولكن للتقرير الصحفي شخصيته المميزة والمستقلة، وله خصائص معينة يخضع لها، حتى نستطيع التمييز بينها وبين غيره من الإشكالات الصحفية المختلفة والمتعددة. وحظي التقرير مؤخرا مكانة أكبر من ذي قبل نظرا لأن اعتماد القارئ على الصحيفة كمصدر للأخبار أصبح أقل بسبب انتشار الأقمار الصناعية.

التقرير الصحفي:

يعد التقرير الصحفي هاما نظرا لما يقدمه من معلومات حول الأحداث بصورة سريعة ولكنها مستوفية للعديد من العناصر المفقودة في الخبر الصحفي، كما أنه يراعي ظروف القارئ المتعجل لذا يقدم بطريقة بسيطة وجذابة، ويحاول أن يعرف القارئ بكل ما يرتبط بالحدث من خلال نقل المعلومات الهامة بطريقة مشوقة تكسب ثقة القراء وتدفعهم لمتابعته. فالتقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الأساسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر، وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث لذا فهو لا يقتصر على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في الوقت نفسه "بإبراز الآراء الشخصية".⁹²

" والتقرير الصحفي يكتب ليؤدي وظيفة إخبارية موسعة ومفصلة، ومن هنا يعتبر النوع والكم الإخباري الوارد في التقرير لصياغة التقرير وتجنب الجمل والكلام الذي لا يؤدي وظيفة معرفية إخبارية جديدة. فالتقرير مهما طال وغطى الصفحات يبقى مقبولا بالقدر الإخباري الذي يتضمنه.

➤ مفهوم التقرير الصحفي:

⁹¹ نصر الدين العياضي، مسألة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 75.

⁹² فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 135.

التقرير الصحفي هو أحد أنواع الصحافة التسجيلية والذي يعطي صورة متكاملة وشاملة عم مشكلة أو موضوع من الموضوعات، حيث يستطيع اختصار عمل محرره في جمع وتسجيل وتحرير وتصوير كل ما يدور حوله من الأخبار التي تهتم الرأي العام وهذا يعني ببساطة كتابة مذكرة إيضاحية حول الموضوع المطروح فهو تسجيل لما يراه المندوب الصحفي⁹³ ولما يسمعه ولما يستطيع أن يعرفه بطريقة مباشرة ثم في الوقت نفسه مراقبة لصحة الوقائع التي يسجلها وتنسيق كل ذلك وترتيبه وإخراجه في تحرير صحفي جذاب."

هذا يعني أيضا أنه لا بد أن يقوم التقرير الصحفي على خبر من الأخبار، بل إن بعض المراجع عند تعريفها للخبر لم تستطع التخلص من كلمة التقرير ذاتها فالخبر هو " وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق حول واقعة جديدة تهتم القراء، وهو أيضا " تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسلة للربح المادي. «ومن الممكن أن يقال في تعريف التقرير الصحفي بأنه " فن تسجيل المعلومات والحقائق الأساسية القديمة والجديدة التي تتصل عن بخبر هام لازال حديث الناس."

ويضع الدكتور " محمود أدهم " تعريفا للتقرير إذ يقول " التقرير هو وصف تسجيلي دقيق وأمين تقدم الصحيفة أو المجلة من خلاله في لغة واضحة وجذابة جميع التفاصيل التي تهتم القارئ والمدعمة بالمعلومات والأقوال والصور والوثائق والوقائع وتطورات ونتائج حدث هام أو قضية مؤثرة أو تجربة ذات شأن أو نشاط جدير بالتناول كما عاشها المحرر وحصل عليه، وذلك من أجل التعريف الكامل بها ونوعية القراء وتنقيفهم وتعليمهم وتسليتهم وتحقيق الربح لوسيلة النشر."

ويعرف " دوشانسلافاكوفيتش " التقرير الصحفي وهذا التعريف تأخذ به الموسوعة الصحفية اليوغسلافية على أنه " شكل من أشكال التعبير الصحفي يعلم الجماهير بمسيرة حدث ما، وذلك بواسطة الكلمة أو بواسطة الصورة أو الاثنين معا، مبينا خلال ذلك مزيدا من التفاصيل وواصفا الحدث فهو لا ينقل الحقائق الأساسية وحسب بل ينقل الحقائق التفصيلية أيضا.⁹⁴

➤ مكانة التقرير الصحفي بين الفنون الصحفية الأخرى:

ترتبط الفنون الصحفية ببعضها ارتباطا وثيقا يكاد يصل في بعض الأحيان إلى اعتماد بعضها على بعض مما يؤدي إلى الخلط وذلك يستوجب الفصل بينها ووضع كل في موضعه وتقديم مقارنة بين التقرير الصحفي والخبر والتحقيق

⁹³ محمود أدهم، التحقيق النموذجي وصحافة الغد، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، 1984، ص 35.

⁹⁴ محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 1996، ص 122.

الصحفي وتوضيح أوجه الشبه والاختلاف بين هذه الفنون الصحفية:

➤ خصائص التقرير الصحفي:

التقرير الصحفي كغيره من الفنون الصحفية الأخرى لا يكتب بطريقة عشوائية بدون إعداد أو تخطيط مسبق، إنما يخضع لعدة معايير وأسس وله خصائص يتصف بها لتمييزه عن الفنون الأخرى، وتكون له شخصيته وأسلوبه. ومن هذه الخصائص ما يلي:

- 1- يعتبر التقرير الصحفي في شكلا من أشكال الكتابة الصحفية يتصف ويجب أن يتصف بالجدة والسرعة والحضور والوضوح والدقة.
- 2- التقرير الصحفي لا يكتفي بتقديم الحقائق الأساسية حول الحدث أو الظاهرة، وإنما يمتد دوره لمعالجة طبيعة ومراحل تكون ذلك الحدث.⁹⁵
- 3- التقرير الصحفي شاهد على الحدث بمعنى لا يمكن لأحد أن يكتب تقريرا عن حدث لم يكن طرفا فيه أو ما لم يكن شاهدا على حدوثه.⁹⁶
- 4- يتم التركيز في التقرير الصحفي على جوانب رصد وتسجيل المادة دون تحليلها أو تفسيرها أو اتخاذ موقف معين بشأنها.
- 5- يستخدم الأساليب الواضحة المشوقة التي تقترب في بعض الأحيان من الأساليب الإنشائية بشرط عدم الإسراف في استعمالها حتى لا يفقد التقرير طابعه التسجيلي القريب من الطابع العلمي.⁹⁷
- 6- لا بد من ظهور شخصية المحرر في التقرير الصحفي بشرط ألا تطغى هذه الشخصية على التقرير نفسه وحتى إذا حمل طابع كاتبه ودل على طريقته في الكتابة فإنه يحمل رأيا خاصا لهذا المحرر أو بعض الاستنتاجات الخاصة به.
- 7- التقرير الصحفي يسمح في بعض مراحل الكتابة بنوع من ذاتية المظهر ويقصد بها ذاتية المعرض والأسلوب وغير ذلك - فالموضوعية هي الطابع الغالب عليه بينما تسبق الذاتية الموضوعية في أحيان كثيرة.
- 8- يتطلب التقرير الصحفي إجابة شافية على سؤال " لماذا " الذي يعتبر الأبرز فيعرض مادة التقرير، والذي يعتبر من الأسئلة الخمسة البارزة إضافة إلى أسئلة ماذا، كيف، متى، من، أين وذلك حتى يشبع رغبة القارئ في معرفة تفاصيل

⁹⁵ لطفى ناصف، الأخبار الصحفية، صناعة، سياسة، فن، دار التبشير للطباعة والنشر والتوزيع، تونس، 1988، ص 159.

⁹⁶ محمد الدروي، مرجع سابق، ص 122.

⁹⁷ محمود أدهم، مرجع سابق، ص 144.

الحد وأبعاده وتطوراته.

9- من الضروري عند عرض المادة الصحفية الخاصة بالتقرير الالتزام بعرض الحقائق كما هي وبقدرة عالية من الصدق والتوازن وحق كل الأطراف في إبداء المعرفة في هذا الموضوع وترك استخلاص الحقيقة للقارئ من أجل أن يقررها كما هي أن يلتزم التقرير الصحفي في صياغة الموضوع بالحياد التام والموضوعية قدر الإمكان ويتعد في الوقت نفسه عن غرض تقديم الدعاية.

10- لا بد أن يدعم المحرر تقريره بالأدلة والشواهد والحقائق والإحصائيات إضافة إلى خلفية تاريخية عن الموضوع لربط الأحداث ببعضها البعض ويكون مادة علمية يستفيد منها القارئ في معرفة الأحداث المشابهة والمتعلقة بها. وهنا نؤكد على ضرورة توفر الخصائص السابقة في التقرير الصحفي لتكون له شخصيته التي تميزه عن بقية الفنون الصحفية الأخرى، وحتى لا تكون كتابته بطريقة عشوائية ارتجالية لا تخضع للمعايير والأسس العلمية الصحيحة، ويكون هدفها فقط هو حشد المعلومات داخل التقرير دون ترتيب لها أو مراعاة للأسس السليمة في استخدامها وتنظيمها.

➤ كتابة التقرير الصحفي:

تمر عملية كتابة التقرير الصحفي بعدد من المراحل التي تستدعي الإعداد لها قبل الشروع في عملية الكتابة وذلك انطلاقاً من أن عملية تحرير التقرير وكتابته بطريقة صحفية تتكون من جزأين هما: التفكير ثم التعبير وتهدف عملية الإعداد إلى جمع المعلومات والحقائق والبيانات اللازمة حول حدث معين، واستبعاد المعلومات غير الدقيقة والتي تعتبر بمثابة حشو مع ضرورة معرفة قواعد ومبادئ كتابة التقرير الصحفي، إضافة إلى التعرف على صفات كاتب التقرير وما يجب أن يتمتع به حتى يستطيع عرضه على أحسن وجه، وجعله تحفة فنية تجذب انتباه القارئ وتختتم مراحل إعداد التقرير بمرحلة الكتابة النهائية له بعد إعدادها في صورته الأولية.

➤ صفات كاتب التقرير الصحفي:

يعتبر كاتب التقرير الصحفي من أشد الكتاب الصحفيين عناية بعرضه على أحسن وجه وكتابته على أحدث طريقة، وجعله تحفة فنية تجذب إليها انتباه القارئ، لذلك لا بد أن تتوفر في كاتب التقرير الصحفي بأشكاله المختلفة من الصفات الأدبية والفنية ما يتوافر في كاتب القصة الإخبارية، أو المقالة الصحفية، أو العلمية أو الأدبية، أي أن كاتب التقرير يجب أن يكون كغيره من أعضاء أسرة التحرير على جانب عظيم من العلم والمعرفة ومن الفن والموهبة

وبغير ذلك تبدو كتاباته ضحلة فارغة أو مضحكة، وتعرض "لمقص" سكرتير التحرير وقلمه "الأحمر"⁹⁸. ولكاتب التقرير الصحفي أهمية فهو ثمرة من ثمرة هذا القرن الذي نعيش فيه فالمندوب الذي يذهب من قبلك أيها القارئ لرؤية الحادث، والكشف عن أسبابه بدقة تامة، انه ليس أديبا متجولا ولكنه في الواقع هو العين التي نبصر بها، والأذن التي نسمع بها، وهو يعرف جيدا أن عليه أن ينقل إلينا جميع الأحاسيس فور شعوره بها، وإدراكه لها، أما التأملات والإيحاءات فمتروكة لنا وحدنا بعد كل ذلك.

ويذهب الباحثون إلى أن هناك فرق بين "المقرر الكبير" و "المقرر الصغير فالأول ذو خبرة واسعة، ومرونة طويلة وعليه بوجه عام تعتمد الصحيفة في كتابة التقارير حول الأخبار الهامة والحوادث الجسم، ففي حالة وقوع مثل هذه الحوادث يسرع المقرر الصحفي الكبير بحزم متاعه، واصطحاب آلة التصوير ويستقل أية وسيلة نقل سريعة ليصل إلى مكان الحادث قبل غيره من الصحفيين، وهنا يجمع المعلومات، ويجري المقابلات، ولا يكثر بالمصاعب والعقبات التي تعترض طريقه ويسابق الوقت فلا تضيع منه دقيقة واحدة دون استغلالها، وإلا فسدت عليه خطته من أولها إلى آخرها.

أما "المقرر الصغير" فيحرر في الغالب باب "الأصداء" أو المواد الصغيرة المسلية التي تهتم بها جميع الصحف، وتفرد لها مكانا خاصا من مساحتها، وكثيرا ما يكون ذلك بالصفحة الأخيرة التي تعتبر أدنى في طبيعتها إلى المجلة منها إلى الجريدة⁹⁹ ولا بد للصحفي قبل كتابة التقرير من تحديد أهم الحقائق ما استطاع ثم تكثيف الحقائق الأخرى بغية تفسير وتوضيح الأولى، وتعتبر القدرة على هذا التحديد وهذا التكثيف التوضيحي مقياسا للمستوى المهني للصحفي. كما يجب على الصحفي الذي يكتب التقارير أن يتعلم كيف يسمع ويرى ويحفظ قبل أن يتعلم كيف يكتب. فالكتابة ليست هي الجزء الصعب من وحدة الحدث والكتابة، بل التماس وتحديد وكشف أكبر قدر من الحقائق هو الذي يمكن الصحفي من كتابة التقرير الجيد فلا يمكن للمرء أن يكتب عن ظاهرة أو حدث إذا كان يجهل المعلومات الحقائق بشأنها أو بشأنه¹⁰⁰ ومما يحتاجه كاتب التقرير أن يكون متخصصا في الموضوع الذي يكتب حوله ليستطيع أن يبدع في هذا التقرير ويجمع المعلومات حوله والتي يرى أنها تهتم القارئ معرفتها، ويحاول الإلمام بجميع جوانب الموضوع وفق خبرته ودرايته فيه. أن يكون على دراية بمجريات الأمور حتى يستطيع كتابة تقرير

⁹⁸ عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التقرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 396.

⁹⁹ عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 397.

¹⁰⁰ محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 185.

متطلبات الحدث وما يطرأ عليه من تطورات وأحداث جديدة فعليه أن يتابعها ويجمع المعلومات اللازمة لكتابة تقرير صحفي. أن يكون مثقفا وله دراية بتخصصات مختلفة وعلى اطلاع بما يجري على الساحة ليحيط القارئ علما بها وليمكنه ذلك من التوسع في كتاباته في مجالات مختلفة.

كما عليه أن يتسلح باللياقة الأدبية في استخدام اللغة المناسبة في المكان المناسب ووفقا للحدث وتطويع هذه اللغة لخدمة موضوعه باستخدام التعابير والألفاظ المحددة التي تعبر عن الحدث بدقة وتلبي الهدف منها.

➤ مراحل كتابة التقرير الصحفي:

✓ إعداد التقرير الصحفي:

- 1- تساعد عناصر المعرفة الجيدة بالمهمة وربط الخبر بالتغطيات السابقة والبحث عن دوافعه وتدوين الملاحظات الدقيقة على إعداد تقرير دقيق لأنها توفر للمراسل مساعدات عملية متنوعة منها على سبيل المثال¹⁰¹.
- 2- يساعد الإعداد الشامل على فهمه بصورة أفضل للحقائق وجذور الدوافع التي ينتظر أن يتعامل معها المراسل في مهمته المحددة.
- 3- تسهل المعرفة الجيدة ذات الصلة الوثيقة بالحقائق والأرقام أجواء تغطية واقعية للحادث بدلا من وضع أشياء جديدة وغريبة وغير دقيقة.
- 4- يستطيع المراسل الدؤوب عن طريق الإعداد الشامل على صياغة عدد من الأسئلة المحددة الدقيقة التي تهتم القراء وتشبع رغبتهم في المعرفة وتتم الإجابة عليها في التقرير الذي يغطي الحادث المتوقع، وبالتالي لا يكون المراسل شاهدا سلبيا، غير متجانس يسجل فقط ما يصادفه على مسرح الحادث، بل مراقب كفؤ ذكي ومستعد وقادر بنشاط على كشف النقاب عن حقائق هامة ومشوقة.
- 5- يسمح كل من الفهم بجوهر القضية المعنية والمعرفة الشاملة لخلفياتها للمراسل أن يغربل مواد الإخبارية الواقعية مستبعدا منها التفصيلات غير الهامة أو المشكوك بقيمتها. موفرا لنفسه بذلك ما تبقى من المعلومات الأخرى ذات

¹⁰¹ طلعت همام، مرجع سابق، ص 80

المستوى الجيد ويحصل المراسلون المحليون بعد شهور أو سنوات من الممارسة المحلية عادة على التحكم بجميع مراحل الإعداد وهذه تصبح تلقائية وبلا وعي من أجل تغطية حادث ما. ومن المفيد بالنسبة للمراسل المبتدئ أن يستوعب وأن يتفهم تعاقب المراحل للمرور عبرها والفوائد المحتملة التي يمكن تحقيقها من خلال التنفيذ المتأني لكافة الخطوات التي يحتاجها مثل هذا الإعداد. وعند إعداد التقرير يجب على المحرر أن يعرف الزاوية التي يبدأ من خلاله العرض وجمع المعلومات والتفاصيل حولها، وإجلاء الغموض على الأمور المحيطة بها، ويهتم المحرر بالتفاصيل التي تجعل الوصف أكثر واقعية في الموضوع مثل: المقبلات، التحقيق الميداني وجمع المعلومات المهمة، لذلك كان العمل الميداني في إعداد الموضوع مهما لأنه يحكم القصور لهذا الموضوع وكيفية بلورته في صورة فنية تجذب القارئ إليها. ولعل الإعلام المسبق بالحادث مهم جدا ليستطيع المحرر التوجه إلى مكان الحادث في الوقت المناسب ومشاهدة ما يجري على أرض الواقع ويسجل نقاطا تعبر عن الحادث والظروف المحيطة به والأسباب التي أدت إليه وأيضا يتوجه لسؤال الشهود العيان في مكان الحادث، والمسؤولين، وبذلك يحيط بالحادث من جميع جوانبه ويبلوره للقارئ في صورة تقرير.

المحاضرة التاسعة: الأنواع الصحفية _ 2

إن التقرير الصحفي يقدم على أساس قواعد ومبادئ ويتمتع بمواصفات بحيث لا يمكن للصحفي كتابته دون أن يكون ملما بها وحاضرة في مخيلته، وأهم هذه المبادئ.¹⁰²

1/ يجب على التقرير الصحفي عندما يعالج حادثا أو ظاهرة أو عدة أحداث أو عدة ظواهر مترابطة بطريقة أو أخرى ونظرا لاتساعه على كم كبير من المعلومات والحقائق يفضل إجابته عن أكبر عدد من التساؤلات التي من شأنها أن تزيد معلومات المتلقي دقة حول الحادث، فالمتلقي لا ينتظر من التقرير فقط مزيدا من الحقائق والمعلومات حول الحادث، وإنما أيضا مزيدا من التحديد والدقة لظروف وكيفية وقوع الحادث وتطوراتها، لذلك لا بد من الإحاطة بكل ماله علاقة أو يتوقع أن يكون له علاقة بالحادث أو بمسيرته وتطوره. فالإجابة عن الأسئلة الخمسة (من، ماذا، أين،

¹⁰² محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 143.

متى، لماذا) لا تمثل الحد الأدنى في متطلبات صياغته بل لابد له أيضا من الإجابة عن مسألة "كيف" وتحديد وتبيان الحقائق المتناقضة أو المنسجمة.

2/ التقرير الصحفي يفسح المجال بشك لأوسع لتدخل الصحفي وصولا إلى إبراز ذاتيته الموقفية بل وحتى تعليقه الخفيف على الحدث، غير أن تدخلاته هذه لا تخرج بحال من الأحوال عن أسلوب وضوابط تدخله على الخبر، أي من منطلق اختياره للحقائق وكيفية ترتيبه لها، على أن الكم الكبير من الحقائق التي ينطوي عليها التقرير، تجعل الصحفي قادرا أكثر على إبراز موقفه من الحدث هكذا فيما لو كان موضوع التقرير الصحفي ندوة أو اجتماع ما، فإن الصحفي يستطيع استعراض ما دار داخل الندوة أو الاجتماع ويظهر البراهين والبراهين المضادة والاقتراحات و أجزاء من كلمات المجتمعين أي يظهر جانبا من الآراء والحقائق التي طرحت في هذه الندوة أو ذلك الاجتماع.

3/ تقوم كتابة التقرير الصحفي على دعامين أولاهما: حضور الصحفي على وقوع الحدث أو على تطوراتها وثانيهما: الإلمام الشامل بمختلف ملابسات وظروف وقوعه، فالتقرير الصحفي ما هو إلا بمثابة شهادة يدلي بها شاهد عيان صحفي فيعلم بكافة التفاصيل ويجب عن كافة الأسئلة المطروحة بغية الإضاءة الشاملة والتحديد للحدث ليضعنا داخله وفي سياق وقوعه لهذا فالصحفي لا يستطيع القيام بهذه المهمة إلا إذا كان شاهد عيان على الحدث وكان قادرا على الإجابة عن كافة الأسئلة المتعلقة به.

4/ التقرير الصحفي غالبا لا يولد من فراغ، بل يأتي في نطاق الأحداث العاصفة التي تعيشها البلاد بشكل عام أو الأقاليم أو المدن ... إلخ، وهذه الأحداث تفرض على المراسل الصحفي أسلوبا في اختياره لكيفية عرض مادته الصحفية، فكلما كان موفقا أكثر من عرض مادته الصحفية فكلما استقطب عدد أكبر من القراء وأسهم في بلورة رأي عام حول قضية محددة.

6-2- كتابة التقرير الصحفي تختلف طرق كتابة التقرير الصحفي عن طرق كتابة الخبر الصحفي فإذا كان الخبر الصحفي يكتب بطريقة الهرم المقلوب ... أي ان توضع في المقدمة أهم الحقائق والأحداث والمعلومات ... ثم يوضع في جسم الخبر المعلومات أو الأحداث أو الحقائق الأقل أهمية ... إلا أن التقرير الصحفي يكتب بطريقة معاكسة للخبر الصحفي فهو يكتب بطريقة الهرم المعتدل أي تضم مقدمة التقرير الصحفي مدخل أو مطلع يمهد لموضوع التقرير بأن يتناول زاوية معينة من زوايا الموضوع يختارها الكاتب بعناية ... وهذا المدخل أو التمهيد لا يضم خلاصة الموضوع أو أهم حقائقه وإنما يضم فقط مطلع او مدخل منطقي يتوسل الكاتب به إلى شرح موضوع التقرير بحيث يضم جسم التقرير التفاصيل والشواهد والصور الحية للموضوع ليصل بنا الكاتب في النهاية إلى خاتمة التقرير

الصحفي وهي التي يكشف فيها نتائج أو خلاصة ما توصل إليه، أو يقدم لنا أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها في موضوع التقرير ."

وهذا التسلسل المنطقي في بناء التقرير الصحفي يجعله يختلف عن بناء الخبر الصحفي في جانبين هامين¹⁰³:
الأول: أنه في حين يحتوي الخبر الصحفي على جزأين فقط، وهما: مقدمة الخبر وجسم الخبر فيما يحتوي التقرير على ثلاثة أجزاء، وهي: المقدمة، والجسم والخاتمة.

الثاني: إن بناء الخبر من مقدمة وجسم فقط واحتواء هذا الجسم على الحقائق الأقل أهمية يتيح لكتابه أو للصحيفة التي تنشره حذف أي جزء من آخر الجسم، ترى الصحيفة بأنه غير ضروري دون أن يدخل ذلك بجوهره. في حين أن بناء التقرير الصحفي من مقدمة وجسم وخاتمة يقوم على تسلسل منطقي يجعل من أجزائه وحدة عضوية مترابطة، ومن ثم ليس من السهل حذف أي جزء منها دون أن يتأثر بذلك بناء التقرير نفسه، وأحيانا يؤدي حذف أي جزء ولو صغير منه إلى صعوبة فهم هدف التقرير ونتيجة واهتزاز فكرته الأساسية وتسلسله المنطقي. وعلى الرغم من اختلاف أنواع التقرير الصحفي وتعدد مجالاته إلا أنه يحتوي على الأجزاء الثلاثة التالية:

أولاً: مقدمة التقرير الصحفي: مقدمة التقرير الصحفي قد تعتمد على العناصر التالية:

1- واقعة ملموسة.

2- موقف معين.

3- صوره منطقية.

4- زاوية جديدة لموضوع غير جديد.

وتتحدد قيمة المقدمة على ضوء الاعتبارات التالية:

1- مقدرة المقدمة على جذب انتباه القارئ إلى الموضوع الذي يعالجه التقرير الصحفي.

2- قدرة المقدمة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير الصحفي.

ثانياً: جسم التقرير الصحفي:

جسم التقرير الصحفي هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير ... كذلك يضم الأدلة والشواهد أو الحجج المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير. ومن الضروري أن يحرص كاتب التقرير على

¹⁰³ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 139.

أن يضمن جسم التقرير جانبيين هامين هما:

- 1- مسار الحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير ... وتطور هذا المسار منذ بدايته حتى نهايته.
- 2- الربط بين الوقائع التي يتضمنها التقرير وأن يكشف عن العلاقات بينها حتى يكشف ما وراءها أو ما يكتنفها من غموض.

ثالثا- خاتمة التقرير الصحفي:

وهي آخر جزء في التقرير وأهم ما فيه لأنها آخر ما تقع عليه عين القارئ ومن هنا تنبع أهميته، لذلك لا بد أن تتضمن:

- 1- تقييم المحرر لموضوع التقرير الصحفي.
- 2- عرض للنتائج التي توصل إليها المحرر خلال بحثه في موضوع التقرير.
- 3- التعميم لحقائق معينة أو آراء خاصة أو لبعض النتائج التي حصل عليها المحرر مستندا في ذلك إلى وثائق أو حقائق لا تقبل الجدل أو النقاش أو الشك فيها. ومن الضروري أن يراعي كاتب التقرير صفتين هامتين لا بد من توافرها في خاتمة التقرير الصحفي وهما:

1- أن تحرص بقدر الإمكان أن تثير في ذهن القارئ حوارا حول موضوع التقرير وأن تدفعه إلى التفكير في الموضوع ومتابعته فيما بعد أن كان الموضوع يستحق المتابعة.

2- أن تترك خاتمة التقرير صدى عن موضوع التقرير الذي القارئ وأن تدفعه في بعض الأحيان إلى اتخاذ موقف أو تكوين رأي معين تجاه الموضوع أو المشكلة التي يثيرها التقرير الصحفي، وهناك عدة محاذير يجب أن ينتبه لها كاتب التقرير الصحفي وهو يكتب خاتمة التقرير حتى لا يقع فيها، أهمها:

أ- أن يحذر الوقوع في برائن الخاتمة الخطائية التي لا معنى لها، ولا تضيف شيئا إلى موضوع التقرير والتي من شأنها أن تضعف من تأثير التقرير وتفسد أي جهد قد يبذله المحرر في كتابة التقرير وجمع مواده.

ب- أن يحذر الوقوع في خطأ عدم الانسجام بين المعلومات التي يحتويها جسم التقرير وبين النتائج التي يصل إليها في الخاتمة ... فإن من شأن ذلك أن يفقد التقرير وضوحه الفكري ويقع في برائن الغموض الذي يؤدي إلى عدم فهم القارئ لمعنى التقرير ومضمونه. وهنا لا بد أن يحرص كاتب التقرير الصحفي على تطبيق الأسس النظرية عند الكتابة وأن يراعي مكونات كل جزء في القالب ويحاول أن يستوفي جميع المعلومات المتعلقة بالحدث أو الموضوع حتى يظهر التقرير بالمستوى المطلوب ويحقق الهدف الذي كتب من أجله وهو إشباع رغبة القارئ في المعرفة، وتشجيعه على متابعة قراءة التقرير الصحفي.

7- بناء التقرير الصحفي وصفاته: الهرم المعتدل والمقدمة والجسم والخاتمة

- 1-المعلومات والبيانات الجوهرية
- 2-الأدلة والشواهد والحجج المنطقية
- 3-مسار الحدث أو الواقعة وتطورها
- 4-الربط بين الوقائع والمعلومات
- 5-الخاتمة تحتوي على التقييم وعرض النتائج ثم التعميم والأحكام الموضوعية

أولاً-التقرير الإخباري:

وهو أبسط أنواع التقرير الصحفي إذ أن منهجه الكتابي يقوم على متابعة الأحداث وتطوراتها بنفس تسلسل وقوعها، مع معالجة لأهم الحقائق فيها. ويكتب هذا التقرير عادة حول الأحداث ومجريات الأحداث اليومية التقليدية¹⁰⁴ ولذلك يسمى في بعض الأحيان " تقرير المعلومات " وأحيانا أخرى يسمى «التقرير الموضوعي" ويقوم هذا النوع من التقرير بأداء الوظائف التالية.¹⁰⁵

- 1-تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يستوعب كافة جوانبه وبالتالي لا يوفيه حقه في النشر.
- 2-إبراز زوايا أو جوانب جديدة عن حدث معروف بحيث يضيف إلى الخبر معلومات جديدة.
- 3-تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير والتي من شأنها أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.
- 4-تقديم موضوعي لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

*** صفاته:**

يتصف التقرير الإخباري بصفتين أساسيتين هما: 106

¹⁰⁴ محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 172.

¹⁰⁵ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 151.

¹⁰⁶ نفس المرجع، ص 152.

الأولى: الالتزام بالأسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيانات والآراء لأنه يقوم على أحداث ووقائع جارية ويقصد بذلك عدم تحيز الكاتب أثناء سرده للمعلومات أو أثناء تقييمه لها أو تعميمه لتلائمها... لذلك يفضل أن يميز كاتب التقرير تمييزا واضحا أثناء كتابة التقرير نفسه أو لأي من الشخصيات التي يستشهد بها في التقرير.

الثانية: أنه بنفس القدر الذي يجب أن يهتم فيه كاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة لابد أن يهتم أيضا بتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير خاصة تلك الخلفية ذات الطابع الوثائقي " والتقرير الإخباري يلبي الاحتياجات الإعلامية للقارئ المعاصر حيث يطرح القضايا الحيوية في المجتمع الحديث...، لذلك يندرج تحت هذا النوع العديد من التقارير مثل: التقرير السياسي، والتقرير الاقتصادي والتقارير التي تعرض للحروب والأزمات والكوارث والزلازل...، كذلك يندرج تحته التقارير المعنية بشؤون التعليم والصحة والعلوم وغيرها.

ويعتقد بأن الجزء الأكبر من مجالات التقرير الإخباري تنصرف إلى تغطية "الأخبار الجادة" وهي الأخبار التي تحيط القارئ علما بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم ومستقبلهم أجلا أم عاجلا مثل أخبار الشؤون العامة، الشؤون الاقتصادية، المشاكل الاجتماعية، العلوم، التعليم، رجال الأعمال، الصحة، وما شابه ذلك من الشؤون الأخرى. أما الجانب القليل من التقارير الإخبارية فينصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة، وهي الأخبار التي تثير اهتمام القراء وتسليتهم مثل: أخبار الطرائف، الرياضة، أخبار المجتمع، حوادث التصادم والجرائم، النكبات، والجنس وغيرها والتقرير الإخباري شأنه شأن بقية الأنواع من التقارير يكتب بقلب الهرم المعتدل.

ثانيا - التقرير الحي:

هو التقرير الذي يهتم بوصف الأحداث والظروف والبيئة والناس وصفا حيا، فيترك للناس التحدث بأنفسهم ويحاول تناول التجارب الذاتية وعكس الأفكار والمشاعر¹⁰⁷، ومن ثم هو يهتم برسم صورة متقنة للوقائع أو الأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها أو تفسيرها. ويشترك التقرير الحي مع التقرير الإخباري في تناولهما الوقائع والأحداث الجارية ولكن يختلف عنه في أن التقرير الإخباري يركز على سرد البيانات والمعلومات التي تتعلق بالحدث والواقعة وتحليلها وتقييمها...، في حين أن التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها فالتقرير الحي يقوم بأداء الوظائف التالية¹⁰⁸:

1- وصف الحدث والظروف المحيطة به، والمناخ الذي تم فيه.

¹⁰⁷ لطفى ناصف، مرجع سابق، ص 162.

¹⁰⁸ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 159.

2- عرض وتصوير وتسجيل التجارب الذاتية سواء تجارب المحرر كاتب التقرير نفسه مع الحدث أو تجارب الأشخاص الذين يمسهم الحدث أو الذين لهم علاقة به وهو كثيرا ما يدع الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسمون بتعبيراتهم الخاصة صورة لحدث كما وقع أو كما تصوره وهو يقع.

3- التعبير عن الأفكار والمشاعر الشخصية لكاتب التقرير أو الأشخاص الذين يدور حولهم الحدث ويعكس رؤيتهم الخاصة بالحدث.

4- أن يجعل القارئ يعيش في الحدث نفسه ... وكأنه شارك في رؤية الحدث.

والتقرير الحي قد يستعين في كثير من الأحوال بالعديد من الأدوات والأشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي دائما، والفرق الجوهرية بين التحقيق الصحفي والتقرير الحي هو أن التقرير يكتفي بالتركيز على زاوية واحد فقط من زوايا الموضوع أو القضية أو الحدث، في حين يهتم التحقيق الصحفي بموضوع القضية ككل أو بالعناصر الجوهرية في القضية لا بعنصر واحد منها فقط كما يفعل التقرير الصحفي.

ثم إن التقرير الحي يقوم على التركيز الشديد في حين يفتح المجال أمام التحقيق الصحفي للإسهام في عرض القضية أو المشكلة بجميع جوانبها وإشراك كافة أطرافها. وينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الأخبار الخفيفة ولكن في الوقت نفسه هناك جانب لا بأس به من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة، مثل التقارير التي تغطي الجلسات البرلمانية والاجتماعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية والعروض العسكرية وهو بذلك يكتب في مجالات عديدة ومتنوعة والتقرير الحي يكتب أيضا بقالب الهرم المعتدل.

ثالثا- تقرير عرض الشخصيات:

هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث أو التي تؤدي دورا بارزا في المجتمع المحلي أو الدولي وعندئذ يبرز سؤال: ما هو الفرق بين تقرير عرض الأشخاص وبين الحديث الصحفي "المقابلة"؟

109

إن الحديث الصحفي يقوم على الحوار بين الصحفي وبين شخصية عامة في المجتمع المحلي أو العالمي، قد يستهدف الحصول من خلاله على أخبار ومعلومات وحقائق جديدة، أو شرح وجهات نظر معينة، أو تصوير جوانب طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

¹⁰⁹ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 160.

والحديث الصحفي قد يجرى مع شخص واحد أو مع عدة أشخاص كما هو الأمر في الاستفتاء الصحفي، وقد يجريه محرر واحد أو عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي.

أما التقرير الصحفي الذي يعرض الأشخاص فهو لا يهتم بالدرجة الأولى بإجراء حوار مع الشخصية موضوع التقرير كما هو الشأن في الحديث الصحفي، وإن ما يهتم بالدرجة الأولى بالرسم المتقن لملامح هذه الشخصية.

وقد يجري كاتب هذا اللون من التقارير حوارا مع الشخصية موضوع التقرير ولكن الحوار يأتي في المرتبة الثانية أو الثالثة في الأهمية، وقد لا يستفيد المحرر من هذه المقابلة في الحصول على أخبار أو آراء أو تصريحات وإنما قد يركز استفادته في أخذ فكرة عن ملامح هذه الشخصية وطريقة تفكيرها وأسلوب حياتها وإن كان هذا لا يمنع المحرر من الاستفادة من أقوال أو تصريحات هذه الشخصية إذا كان مضمونها يخدم موضوع التقرير.

* إن تقرير عرض الأشخاص يقوم بأداء الوظائف التالية: 110

- 1- رسم صورة متقنة لملامح الشخصية.
 - 2- تصوير عملية الصراع بين الإنسان والطبيعة أو الإنسان والمجتمع أو الإنسان والمرض أو الإنسان والإنسان وغير ذلك من أنواع الصراعات من أجل الشهرة أو المجد أو المال.
- وكاتب هذا اللون من التقارير الذي يعرض الأشخاص لا بد أن يحرص كي لا يقع في المحاذير التالية:
- * الرسم المتقن للشخصية التي يعرض لها التقرير والتعبير الصادق عن أفكارها وطريقة تفكيرها وأسلوب حياتها فلا يضع على لسان الشخصية آراء وأقوال لمترد على لسانها.
 - * أن يميز كاتب التقرير تميزا واضحا بين آراءه الشخصية وانطباعاتها في موضوع التقرير وبين آراء هذا الشخص نفسه.
 - * الابتعاد عن الإيحاء بأن أفكار واره الشخصية موضوع التقرير تتوافق مع الأفكار التي يطرحها المحرر نفسه عن هذه الشخصية، فإن هذا يجعل التقرير أقرب إلى الدعاية الشخصية عن الشخص موضوع التقرير وبذلك يفقد التقرير الصحفي موضوعيته ويفقد القارئ ثقته في كاتب التقرير نفسه، وتقرير عرض الشخصيات يكتب أيضا بقالب الهرم المعتدل.

¹¹⁰ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 162.

*** ملاحظات عامة حول التقرير:**

بعد التعرف على التقرير الصحفي وطرق كتابته بقي أن نشير إلى بعض الملاحظات حول فن التقرير الصحفي وهي¹¹¹.
أولاً: من الضروري إدراك انه لا يوجد فصل تام بين أنواع التقرير الصحفي الثلاثة، فهناك تقارير كثيرة قد تجمع بين صفات التقرير الإخباري ... وفي نفس الوقت تحمل أيضا بعضا من صفات التقرير الحي ... فالصحافة مهنة لا تعرف الحدود الصارمة القاطعة بين الفنون الصحفية.

ثانياً: من الضروري أن يحرص كاتب التقرير الصحفي على اختيار الوقائع والبيانات التي يضمها التقرير بدقة وعناية، بحيث لا ينتقي منها سوى تلك المعلومات أو البيانات أو الوقائع التي تساعد على إقناع القارئ بموضوع التقرير فكثيرا لا يجدها المحرر أو كاتب التقرير بين يديه وإنما يكتفي بنشر تلك المعلومات والبيانات الأساسية والضرورية في الموضوع ... ، والكافية لإقناع القارئ بموضوع التقرير والتي ترد على تساؤلاته حول الموضوع.

كذلك فإن وجد المحرر أن المعلومات أو البيانات أو الوقائع التي بين يديه غير كافية لتغطية جوانب موضوع التقرير عليه أن يكتفي بتقديم أهم الوقائع أو البيانات في شكل خبر صحفي فقط، ولا داعي لتحويلها إلى تقرير صحفي.
ثالثاً: لا بد أن يكون لكل تقرير صحفي هدف واضح وخطة معينة ... وعلى ضوء هذا الهدف وعلى أساس من هذه الخطة أن يختار الصحفي المعلومات والبيانات التي تخدم الهدف.

رابعاً: يجب أن يحرص كاتب على الالتزام بالموضوعية ويرتبط بذلك عدم تشويه الحقائق أو الإقلال من أهميتها أو تضخيم هذه الأهمية فإن منح كاتب التقرير حق التعبير عن رأيه في أثناء كتابته للتقرير لا يعني أنه يعطي الحق لكاتب التقرير في تشويه الحقائق، وإنما في أن يذكر بالحقائق مع إمكانية عرض وجهة نظره الخاصة.

خامساً: أن يتضمن التقرير الصحفي الإجابة على كافة الأسئلة الخمسة، مع التفصيل لإيضاح الجواب عن سؤال (لماذا) الذي يعتبر أبرز الأسئلة في التقرير والتي تشبع رغبة القارئ في المعرفة حول الحدث وكيفية وقوعه وأسبابه وتطورات.

سادساً: من الضروري الالتزام بالبناء الفني للتقرير الصحفي المبني على قالبا لهرم المعتدل والذي يقسم العمل إلى

¹¹¹ نفس المرجع، ص 174

ثلاثة أجزاء: مقدمة، جسم، وخاتمة، مع مراعاة مكونات كل جزء منها، وتقديمه في تسلسل منطقي، لا يخل بتوازنه العام وجوهره، بحيث يكون التقرير وحدة عضوية مترابطة من الصعب تجزئته أو حذف جزء منه.

4. التحليل الإخباري:

وهو تقرير يتضمن تقييمات محددة، أساسها الربط التحليلي لمجمل الحقائق في إطار الحدث، وهذا النوع من التقارير الصحفية معقد للغاية، ويستوجب من كاتبه مهارة ودراية واسعة بفنيات الصحافة، ذلك أن الحدود الفاصلة بين التقرير التحليلي والمقال أو حتى التعليق حدود ضيقة يجب عدم تجاوزها، فالصحفي هنا لا يغوص في تحليل الحقائق وإنما يجمعها ويركبها بقالب وأسلوب يجعلها تصف الواحدة الأخرى تتفق أو تتناقض معها تدعمها أو تشكك بها، كما أن الصحفي في كتابته للتقرير التحليلي لا يقيم الحدث ولا يعلق عليه، وإنما يجعل الحقائق الواردة فيه تعلق على الحدث وتشير إلى الإمكانات المحتملة بل وتقييمه.

فالتحليل الإخباري يخاطب العقل والمنطق، وهو بذلك لا يحتاج إلى محرر ذو مقدرة تحليلية ودراسية كبيرة، حيث يركز على الإجابة عن السؤال لماذا؟ لكنه في نفس الوقت يجب ألا يغفل الإجابة على الأسئلة الأخرى. لكن تبقى الإجابة عن السؤال لماذا؟ مهمة جدا بالنسبة للتحليل الإخباري، ولهذا لا ينبغي البدء بالإجابة عنها، وإنما يبدأ عادة بما يشبه المقدمة ومن ثم تتوالى الحقائق والمعلومات التحليلية، على أن تشمل المقدمة إجابات وافية على الأسئلة المتبقية، ويتعلق التحليل الإخباري بالأحداث المركبة والصعبة الإدراك من طرف قطاع واسع من الجماهير، مالم تخضع للمعالجة التفصيلية. على أن الأحداث التي تعالج بتحلي لإخباري، هي أحداث أضيق وأكثر محدودية من تلك التي يعالجها المقال الذي يكون أسلوبه تقييمي تحليلي عكس التحليل الذي تكون معالجته إخبارية محضة.¹¹²

ويتسم التحليل الإخباري بالخصائص التالية:

- 1- لا ينحاز كاتب التحليل إلى رأي أو اتجاه معين، بل هو يعرض مختلف الآراء والاتجاهات بحياد وموضوعية.
- 2- يؤدي التحليل وظيفة الشرح والتفسير بشكل واف لجوانب الخبر.
- 3- قد يتم التحليل الإخباري لتوضيح ما قد يسببه أحد الأخبار من لبس لدى الجمهور.
- 4- يعتمد التحليل بصفة أساسية على الخبر لذا لا بد من وجود الخبر حتى يتم التحليل.
- 5- من الضروري أن يلتزم كاتب التحليل بالبساطة والوضوح والإنجاز.

¹¹² ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 95، 96.

- 6- من الضروري أن يتضمن التحليل الإخباري المعلومات الكافية حول موضوع الخبر، وأن يجيب على جميع التساؤلات التي تشكل عناصر الخبر خاصة السؤال لماذا؟ كما يجب أن يجيب على السؤال: كيف؟ إضافة إلى الأسئلة الأخرى: من؟ ماذا؟ متى؟ وأين؟
- 7- أصبح التحليل الإخباري ضرورة في ظل تعقد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية الدولية، وغموض بعض الأحداث التي تحتاج إلى شرح لمغزاها وتفسيرها.
- 8- يسعى التحليل-إضافة إلى شرح الخبر وتفسيره- إلى إيجاد مقابلة بين هذا الخبر وغيره من الأخبار الأخرى المتعلقة بالموضوع نفسه، أو القضية ذاتها سواء كانت متوافقة معه أو معارضة له، حتى يسهل على الجمهور إجراء المقارنة والاستنتاج المنطقي والخروج برأي مستقل.
- 9- إذا كان المحلل يسعى جاهدا لكي يكون موضوعيا ومحايدا وغير منحاز، فإن أسلوبه في الشرح وتفسير الخبر والتركيز على زوايا معينة، يحمل رأيا غير مباشر، لذا فإن التجرد والحياد الكامل عند كتابة التحليل الإخباري ليس إلا أملا ومثلا أعلى يندر تحقيقه في مختلف وسائل الإعلام.

3-2- الصور الإخبارية:

تحتل الصور الإخبارية مكانة بارزة في الصحافة المعاصرة، وتعرف بأنها الصور الفنية البيضاء والسوداء أو الملونة المعبرة قدر الطاقة وبالتناسب مع الظروف المتاحة في صدق وموضوعية ووضوح عن موضوع حدث أو نشاط أو موقف جديد ومهم بعد تسجيلها بعدسة مصور صحفي محترف أو أحد الهواة أو المحررين بأسلوب يعكس الفهم لوظيفتها وتكون قادمة عبر الأثير أو سلكية أو عبر أي وسيلة أخرى.

وهي تلك الصورة أو الصور المستقلة التي تعتبر نفسها كموضوع كامل وتروي بتفاصيلها وبما يصاحبها من سطور قليلة خبرا أو حدثا هاما، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير، كما توضع عادة في صدر الصفحة أي أنها باختصار تعطي تقريرا إخباريا كاملا وقد يكون:

- صورة تبين الحدث لحظة وقوعه.
- صورة تبين نتيجة وقوع الحدث.

- صورة ملتقطة لشخصية مع خبر سريع¹¹³. ويحكم عملية اختيار هذه الصور معايير اختيار الخبر من حيث توافر القيم أو العناصر الإخبارية أو عدم توفرها، ولذا فإن مضمون الصورة الإخبارية يجب أن يتسم بما يلي.¹¹⁴
- أن يتصل اتصالاً وثيقاً بالحدث الذي وقع فيرويه ويوضح أهم لحظاته.
- يجب أن يتصف مضمون الصورة الإخبارية بأبرز صفات الخبر أو القيم الخبرية.

المحاضرة العاشرة: الأنواع الصحفية _ 3

الاستطلاع "الريپورتاج"

الريپورتاج هو فن من فنون الكتابة الصحفية، وواحد من الأنواع الإخبارية كما سبق الذكر، يسمى أحياناً الاستطلاع بل يمكن القول إن الاستطلاع هو التسمية العربية لـ "الريپورتاج". ويقوم الريپورتاج بتصوير الواقع ونقله إلى الجمهور وهو كما يقول الدكتور سامي ديبان "تصوير بالكلمات تتحول معه الكلمة أو الجملة إلى كاميرا".

وهذا يعني أن الصحفي الذي يكتب الريپورتاج يجب أن يكون يتمتع بمقدرة على الوصف والسردي فلا يقول مثلاً: في مدينة معينة أشجار النخيل عالية جداً، إنما يقتضي هذا النوع من الكتابة الصحفية أن نقول مثلاً: وأشجار النخيل تتسابق في الوصول إلى السماء.

ففي الريپورتاج يستحسن أن تكون الجملة حية، مليئة بالصور والوصف وأحياناً ذات نفس شاعري، وعلى هذا الأساس يربط الكثير من المختصين في فنيات التحرير بين كتابة الريپورتاج والكتابة الأدبية، إلا أن الريپورتاج ليس نوعاً من أنواع الكتابة الأدبية كالقصة والشعر والرواية إنما هو نوع صحفي خالص، يأخذ من خصائص الأدب الأسلوب واللغة. أي يعتني بجمالية النص دون أن يؤثر ذلك على وظيفته التي هي نقل الواقع بطريقة وصفية فهو يعتمد أسلوباً يمزج بين الأسلوب الأدبي والأسلوب الصحفي. ومن هذا

¹¹³ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 108، 109.

¹¹⁴ ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 99، 100.

الامتزاج يولد أسلوب الريبورتاج الخاص والمتميز في إعادة تقديم الحقائق والواقع والغوص في أعماق الناس.

إلا أن هذا الكلام لا يجب أن يفهمه الصحفيون خاصة المبتدؤون بأنه إرهاق للذات في البحث عن الصور الشعرية والمحسنات البديعية ، إنه فقط تصوير للواقع الحقيقي والأحداث الملموسة بغية تقديم صورة حية، ملونة وشفافة، لواقعة أو حدث حتى يستطيع القارئ أو المشاهد أو المستمع أن يقترب أكثر من ذلك الواقع أو الحدث ، حتى يصبح وكأنه شاهد الواقعة أو عايش الحدث بنفسه .وعلى هذا الأساس كما يقول الدكتور نصر الدين العياضي فإن الأسلوب في الريبورتاج مهم نفس أهمية المضمون ،وهكذا يمكن القول أن الأسلوب والمعلومة في الريبورتاج كلاهما مهم ، فلا ينبغي على الصحفي أن يهتم بالأسلوب و يهمل المعلومة التي هي وظيفة الصحافة الأولى، ولا ينبغي عليه أن يهتم بالمعلومة بدون أن يقدمها بأسلوب جميل وشفاف ، وهذه هي الخاصية الرئيسية للريبورتاج .لذلك يمكن القول أن أسلوب الريبورتاج هو أسلوب أدبي / صحفي. ونخلص من كل هذا إلى أنه خلال إنجاز ريبورتاج صحفي يجب بالضرورة النزول إلى الميدان، وإلى عين المكان فمن غير المنطقي أن نصف شيئا لا نره وعلى هذا الأساس يجب على الصحفي خلال عملية جمع المعلومات أن يوظف كل حواسه من الشم إلى النظر إلى الشعور إلى اللمس إلى الذوق.

فالصحفي يحتاج لحاسة الشم لتتقل معلومة للقراء أو المستمعين أو المشاهدين عن الرائحة الجميلة التي تنبعث من حديقة أو الرائحة الكريهة التي تنبعث من أرجاء المدينة بسبب إهمال المواطنين والمسؤولين. وتحتاج للذوق لتخبر الجمهور عن لذة الطعام أو الأكلات المصنعة في منطقة معينة، وبكل تأكيد تعتمد على البصر لتصور ما تشاهده من نشاط أو تكاسل، وتصور الأمكنة، والناس والطبيعة وغيرها.

فالصحفي يحتاج إلى السمع لينقل للجمهور الأصوات التي تنبعث من الصحراء ليلا، أو الصوت الذي يحدث تدفق المياه ودوي القنابل وغيرها، ونوظف شعوريا أيضا لنشرح وضعية الخوف التي فرضها موقع معين، أو حالة الفرحة الناجمة عن فوز أو انتصار وما إلى ذلك، ويحتاج الصحفي أيضا لحاسة سادسة ليصف بها أعماق الناس من جود وكرم أو حالة تحفظ وحالتهم النفسية وغيرها.

وعندما نشرع في جمع المعلومات فإننا نحتاج إلى الأشخاص لتزويدنا بالمعلومات، ونحتاج إلى معاينة الأمكنة لوصفها، ونحتاج إلى بعض المراجع لتزود الموضوع بمعلومات هامة ولكن لا يجب أن تغطي على الريبورتاج، وإلا تحول الريبورتاج إلى تحقيق أو تقرير إخباري.

نافذة على تاريخ الريبورتاج:

يقول بعض المؤرخين لفنيات التحرير ان الإنجليز هم أول من أدخل كلمة ريبورتاج في العمل الصحفي، وقصدوا بها وصف دورة من دورات البرلمان أو وصف الفيضانات والحرائق والحروب

ويرى بعضهم أن تاريخ الريبورتاج الصحفي يرتب بازدهار الأدب في القرن التاسع عشر. ومن بين مؤسسي هذا النوع الصحفي الأديب الفرنسي ايميل زولا ، والكاتب الأمريكي اينن سنكلار، والكاتب الأمريكي جون ريد في كتابه "عشرة أيام هزت العالم" ورحلات الكاتب كيش إلى الصين.

ويقول الدكتور نصر الدين العياضي أنه كلما ذكر الريبورتاج ذكر اسم الصحفي الفرنسي البيير لندن الذي اشتغل مراسلا حربيا خلال الحرب العالمية الأولى في جريدة "لوماتان" و "لوبتي جورنال"، وانطلق بعدها يجوب قطار العالم ويكتب ريبورتاجاته مثل سوريا ولبنان ومصر والسعودية وفلسطين وروسيا وبلغاريا وقبرص وألمانيا واليابان والصين والهند والفيتنام.

ويضيف الدكتور نصر الدين العياضي أن ادب الرحلات هو أول من حمل سمات الريبورتاج الحديث مثل رحلات ابن بطوطة إلى إفريقيا وآسيا خلال سنوات 1304 و1377.

أما البدايات الأولى للريبورتاج في الصحافة فتعود إلى مطلع القرن التاسع عشر عندما قامت جريدة التايم بتتبع حرب القرم والكتابة عنها، بينما هناك تقديرات أخرى ترى أن اول ريبورتاج صحفي حدث في 5 سبتمبر 1723 في تشيكوسلوفاكيا عندما وصف حفل تنصيب الملك كارل الثالث وظهر أو ريبورتاج سياسي في انجلترا في عام 1736 عندما نقلت أخبار البرلمان.

➤ أنواع الريبورتاج:

لا يمكن أن نقدم تصنيفا واحدا لأنواع الريبورتاج، بل هناك عدة تصنيفات، وهناك قاسم واحد يجمع بينها وهو ان الريبورتاج نوع إخباري يقوم على النقل والوصف.

التصنيف الأول: ريبورتاج مباشر وغير مباشر.

مثلما رأينا في التقرير الصحفي، فإن هناك ريبورتاج مباشر وآخر غير مباشر.

1- ريبورتاج مباشر:

ينطبق ما قلناه عن التقرير تماما على الريبورتاج فالريبورتاج المباشر هو ذلك الريبورتاج الذي يقوم به صحفي من جريدة أو إذاعة أو تلفزيون، يحث يقوم بالنزول إلى الميدان ويجري ريبورتاجه وتقوم تلك الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة بنشره أو بثه أو إذاعته أي أن هذا الريبورتاج من إنتاج الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة نفسها.

2- ريبورتاج غير مباشر:

أما الريبورتاج غير المباشر فهو ذلك الريبورتاج الذي تنتجه مؤسسة إعلامية أخرى كوكالات الأنباء مثلا، حيث يقوم صحفي من وكالة أنباء معينة بالنزول إلى الميدان ويجري ريبورتاج صحفيا حول موضوع معين ثم تشتريه الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة وتقوم بنشره أو بثه أو إذاعته أي أن الريبورتاج هنا ليس من إنتاج تلك الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة إنما من إنتاج غيرها.

أن هذا التصنيف ليس هاما، ما دام الريبورتاج المباشر أو غير المباشر يبقى يحمل المواصفات الضرورية.

التصنيف الثاني: ريبورتاج يرتبط بالحدث وريبورتاج يرتبط بالموضوع.

1- ريبورتاج يرتبط بالحدث:

نعني بالريبورتاج المرتبط بالحدث ذلك الريبورتاج الآني الذي يمكن للصحفي بموجبه أن يقوم بريبورتاج حول مؤتمر صحفي أو ندوة صحفية، أو سيرة سياسية أو مظاهرات عمالية، أو زيارة ميدانية لرئيس

الحكومة أو وزير معين. على أن يكون موضوعه هذا يرتكز على النقل والوصف أي يصف مثلاً أجواء الزيارة والظروف المحيطة بها ويصف الأمكنة التي زارها رئيس الحكومة وغيرها من المعطيات التي يجب وصفها من صغيرها إلى كبيرها.

وهذا النوع من الريبورتاج يختلف عن التقرير الحي لأن التقرير الحي يقوم بموجبه الصحفي بسرد وقائع الزيارة أو وقائع الندوة الصحفية، وقد يصف في بعض الأحيان إلا أن الوصف ليس همه الأساسي لكن الوصف في الريبورتاج قضية أساسية.

وهذا النوع من الريبورتاج عادة ما تشتهر به التلفزة بفضل ميزة الصورة التي تتمتع بها وتنفرد بها عن وسائل الإعلام الأخرى فالصورة إلى جانب الصوت تعتبر ناقلة فورية للعواطف والمشاعر . ولا يبقى أمام الصحفي سوى الإيداع في التعليق.

2- ريبورتاج يرتبط بالموضوع:

إن أشهر أنواع الريبورتاجات هي تلك التي تتعلق بالموضوعات وهي عادة ريبورتاجات غير آنية أي لا ترتبط بالحدث مثل الريبورتاجات التي تدور حول مواضيع الطفولة، والبيئة وحوادث المرور والمدن والقرى والمناطق السياحية والمنشآت وغيرها من المواضيع أي أن الصحفي يقوم باستطلاع ظاهرة أو مكان أو مؤسسة وغيرها، وعادة ما يكون هذا النوع من الريبورتاجات أطول من حيث المساحة أو المدة الزمنية من الريبورتاج المرتبط بالحدث.

التصنيف الثالث: حسب طبيعة الموضوع

نجد في هذا التصنيف عدة أنواع للريبورتاج تبعا لطبيعة الموضوع منها:

- ريبورتاج سياسي: يدور حول القضايا السياسية والأحداث والوقائع التي لها علاقة بالسياسة مثل قضايا الأمن والإرهاب وغيرها.
- ريبورتاج اجتماعي: ويرتبط مضمونه بالمواضيع الاجتماعية، كالطفولة والمرأة والبطالة والمخدرات والتشرد وما إلى ذلك.

- ريپورتاج ثقافي: ويدور حول المواضيع الثقافية كالمطالعة، بيع الكتب، التردد على المكتبات، الملتقيات الفكرية، استطلاع جمهور المثقفين حول القضايا الثقافية .. الخ.
 - ريپورتاج سياحي: وهو نوع من الريپورتاجات التي تركز على الأمكنة والمناطق والمنتجات السياحية، وغيرها.
 - ريپورتاج قضائي: وهو نوع من الريپورتاجات التي تربط عادة بالمحاكم والقضايا المختلفة خاصة تلك المواضيع الاجتماعية. ويتعين على الصحفي الذي يقوم بهذا النوع من الريپورتاجات أن تكون له ثقافة قانونية.
 - ريپورتاج رياضي: ويتعلق بالرياضية، كاستطلاع المنشآت وجمهور الرياضيين والمشجعين، وكل الأمور المتعلقة بالرياضة.
 - ريپورتاج حربي: وهو نوع هام من أنواع الريپورتاجات، فهو يدور في المناطق الساخنة مثل الحروب والتوترات والنزاعات المسلحة، والحروب الأهلية وغيرها.
- وقد يشترط هذا النوع من الريپورتاجات أن يكون الصحفي تدريب خاص من الناحية البدنية، وفي كيفية الوقاية، وكيفية التعامل مع المسلحين وغيرها من الأمور الضرورية وفي حالات الحرب.

➤ الريپورتاجات والأنواع الصحفية الأخرى:

وحتى تكمل الصورة بالنسبة للصحفيين وخاصة المبتدئين، وحتى يزول الحفظ الذي عادة ما يقع فيه الصحفيون أحيانا بين الريپورتاجات والتحقيق من جهة، وبين الريپورتاجات من جهة أخرى، يجدر بنا تقديم التوضيح التالي:

1- بين الريپورتاج والتقارير:

يتفق الريپورتاج والتقارير الحي في ضرورة نزول الصحفي إلى الميدان ولا يجوز الاعتماد على الوثائق الجامدة. الا بالقدر القليل المفيد لتسليط الضوء على فكرة او واقعة او ظاهرة.

ويتفقان أيضا ان كلا منهما يقوم على نقل الواقع للجمهور أي إخباره به لكنهما يختلفان في عدة جوانب أهمها:

- أ- يهدف التقرير الى نقل الحدث أي الما جرى وهو عادة ما يكون نقلا كرونولوجيا لما جرى والعناصر الإخبارية المحيطة به والمرتبطة به مع إضافة التفاصيل.
- ب- ان الريبورتاج لا يهدف لنقل ما جرى لكن لوصف ما جرى وسلوكيات الناس في إطار ما جرى.
- ت- إذا يشترك التقرير والريبورتاج في كونهما يقدمان موضوع للجمهور فإنهما يفترقان في كيفية المعالجة وطريقة تقديم الواقع.

وهكذا يتبين لنا ان كل نوع صحفي له وظيفة يقوم بها وهو الأقدر على القيام بها فان كان التقرير أقدر على السرد ونقل التفاصيل فان الريبورتاج أقدر على الوصف.

2- بين الريبورتاج والتحقيق:

يجرى التحقيق كما سنرى لاحقا حول قضية او مشكلة او ظاهرة وهدفه تحليلها وتفسيرها وشرحها ودراستها. إنما لا يهدف الريبورتاج أبدا الى التحليل والتفسير والشرح إنما هي وظيفة التحقيق والمقال. والريبورتاج يسلط الضوء على القضية او الظاهرة والأشخاص الذين يكونون وراءها او يقعوا ضحية لها.

يعتمد التحقيق على اللغة الفكرية والأسلوب الرزين لذلك يسمى أحيانا بالنوع الفكري الثقيل. بينما يعتمد الريبورتاج على جمالية اللغة ورشاقة الأسلوب وشفافية التعبير.

ومع ذلك يحمل الحديث في الريبورتاج أحيانا بعض سمات التحقيق مثل التفسير، فأحيانا يحتاج الصحفي الى تفسيرات لكي يضيفي نكهة جمالية على الريبورتاج الذي يقوم به مثل علاقة نمط معماري لمدينة او منطقة او اسم موقعة بأنماط معمارية أخرى لمدن مجاورة.

3- بنية الريبورتاج:

يتكون الريبورتاج كغيره من الأنواع الصحفية من عنوان، مقدمة، جسم وخاتمة وقد يتساءل القارئ الآن عن طرق تحرير ريبورتاج وطرق بناءه وبناء مقدمته وصياغة عنوانه وخاتمته الا إنني أستطيع القول ان الريبورتاج عمل إبداعي أولا ويتعلق إذا بإبداع الصحفي إلا انه يجب مراعاة ما يلي:

1- العنوان: يتكون عنوان الريبورتاج من عنوانين عنوان إشارة وعنوان رئيسي يجب ان تكون

العناوين وصفية مثال:

- تقرت: لؤلؤة الجنوب المنسية.
- الزيتون: ثروة تونس الأولى.
- الإجهاض: مصقلة القرن الرهيبة.

وقد يكون عنوان الإشارة أحيانا متضمنا في العنوان الرئيسي مثل:

- هكذا تحيا بومرداس وهكذا تموت.

2- المقدمة: تخضع مقدمة الريبورتاج كذلك لإبداع الصحفي ولكن يمكن ذكر أهم المقدمات

الصالحة للريبورتاج منها:

أ- المقدمة التمهيدية: يقوم الصحفي بالتمهيد لموضوع الريبورتاج الذي قام به بأي طريقة يراها مناسبة.

ب- مقدمة تحديد المكان: يحدد فيها الصحفي مكان الريبورتاج مثل موقع المدينة التي قام فيها الريبورتاج.

ت- مقدمة تحديد الموضوع: والتي يقوم من خلالها الصحفي بتحديد موضوع الريبورتاج مثل الإجهاض، الجريمة في مدينة معينة، الانتحار، التشرذم وغيرها من المواضيع.

المحاضرة الحادية عشر: الأنواع الصحفية _ 4

الأنواع الاستقصائية: التحقيق الصحفي:

يوجد إجماع بين الباحثين في شأن الإعلام على تعريف التحقيق الصحفي وتوضيح طبيعته، وتحديد مادته المرتبطة بواقعة أو ظاهرة أو مشكلة أو حدث من خلال تفسير، وتحليل هذا الواقع المعلومات والبيانات والأرقام المتوافرة وتشخيص النتائج، ورفع التوصيات والمقترحات لمعالجة هذه الحالة؟ أو تلك، فهناك تعريفات عديدة وان اختلفت أشكالها الا أنها تصب في هذا الاتجاه (جان كرم) في كتابه «مدخل الى لغة الإعلام " يعرف التحقيق الصحفي بطريقة مبسطة إذا يقول: جاء في التي تعني (enquête) القاموس تحقق الرجل في رأي تيقنه. والتحقيق ترجمة للفظه والفحص والتفتيش والكشف والاستخبار والاستقصاء مما يقضي أن التحقيق الصحفي ليس فقط نقلا لوقائع انطلاقا من حدث أو خبر، بل هو الانطلاق من قضية، أو مشكلة أو معاناة ذات طابع عام وشامل بحثا عن الأسباب وكشفا للخطايا، واستخبارا عن الأبعاد والنتائج¹¹⁵.

• خصائص التحقيق الصحفي:

يتميز التحقيق الصحفي عن سائر فنون التحرير بالميزات الآتية:

- يتضمن مجموعة من الإجراءات كإجراءات البحث والدراسة والتحليل والعرض.
- يمتاز بتجربة ووقوفه التأمل والمحلل جوانب المشكلة أو القضية.
- يشمل سائر فنون التحرير جميعها والتي تعرض المواد التفسيرية والاستقصائية ذات أهمية.
- يمتاز بدوره التفسيري والاستقصاء وبمهمة الرقابة والتي تكشف زوايا الضعف ان يستخدم الفنون التحريرية الأخرى.

- من الممكن أن يكون هناك أكثر من عنوان إشارة أو تمهيدي خاص بالمجالات الهامة.

• وظائف التحقيق الصحفي: له عدة وظائف منها.¹¹⁶

- 1- **وظيفة تفسير الأنباء:** تقوم هذه الوظيفة على مهارة السبب والنتيجة وهذه المهارة تعد وصفا بين حدين حيث يكون الأول سبب في الحدث الثاني والتفسير يعني بتناول الحوادث والمشكلات والوقائع تناولا عقلانيا.

¹¹⁵ جان كرم، مدخل الى لغة الاعلام، بيروت، 1986، ص61.

¹¹⁶ أديب خضور، مدخل الى الصحافة نظرية وممارسة، دمشق، 1991، ص 123

2- **وظيفة الإعلام**: يقوم التحقيق الصحفي بنشر الحقائق ذات الصلة بالموضوع الذي يعالج المحقق بأسلوب خفيف وشيق وواضح.

3- **وظيفة الإعلان**: يتم الإعلان أحيانا في التحقيقات الصحفية حين يشاد بمشروع معين وهو ما يسمى بتحقيقات الإعلامية ويلجأ الإعلان هنا للتأثير على الرأي العام.

4- **وظيفة التوجيه والإرشاد**: تعد من أهم الوظائف التي يؤديها التحقيق الصحفي في مساعدة الجمهور فوظيفة التوجيه والإرشاد التي يؤديها التحقيق الصحفي تحدد مشكلات الفرد وحاجته فمثلا أن يشير فيها لبعض التوجيهات مثل: الترشيح والهداية والتوعية والإصلاح.

1- **وظيفة التسلية والإمتاع**: يتناول التحقيق الصحفي العديد من الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة كما أن الأحداث الملحة والمثيرة والآنية تجذب القراء.

• كتابة تحقيق صحفي:

أجمع رجال الصحافة على أن كتابة التحقيق تعتمد على اتباع خطة تبنى على خمس خطوات وهي كالآتي:
أولا: **جمع الحقائق الأزمنة للتحقيق الصحفي**: يعتمد الصحفي هنا على الذكاء والأسلوب الجذاب ويقدم ما لديه من حقائق بطريقة السرد والبسيط والرمزي ثم يمضي الصحفي متنقلا بين الفقرات ليصل الى الخاتمة حيث يطرح مجموعة من الأسئلة ويترك الفرصة للقارئ ليصل الى الإجابات من خلال التحقيق الذي قدمه.

ثانيا: **جمع الأحاديث اللازمة**: يقوم المحقق هنا بمقابلة العديد من موظفي مؤسسته مثلا، ويقوم بتسجيل بعض الأقوال منهم ويقدم مجموعة من الأسئلة لهم بحيث يجب أن تكون واضحة وقصيرة ومثيرة.

ثالثا: **وضع الخطة التي يكتب بها الموضوع**: يمكن أن نلخص الخطة التي يضعها الصحفي كالآتي:

- وضع في المقدمة رؤوس المشاكل التي يبحثها في التحقيق.
- نقل صورة من النبأ الذي يقوم التحقيق فيه.
- الإجابات التي حصل عليها من المسؤولية.
- تنظيم العمل داخل هذا البناء.
- التقسيم في عرض هذا الموضوع أي انتقال من الحوار الى الوصف الى السرد.

رابعا: **الأسلوب الممتع الجذاب**:

- تتطلب أسلوب سهل لا يشمل كلمات غريبة.
- حسن التنقل من موضوع لآخر دون شعور القارئ بالملل أو السأم.
- مطابقة التحقيق لسياسة الصحيفة.
- عدم استعراض قدرة المحرر في الكتابة الثرية.
- ينبغي أن تكون لغة بسيطة كلغة الحوار.

● الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي:

من بين الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي:

- تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق الصحفي
- التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق الصحفي
- اختيار المحرر لمجموعة من المحررين لتنفيذ تحقيقه الصحفي
- تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه
- الاستفادة من كافة الإمكانيات المتاحة.

● مواصفات محرر التحقيق الصحفي: هناك بعض الشروط التي يجب توافرها في محرر التحقيق الصحفي

وهي:

- الموهبة الصحفية والتي تكون هي كافة مراحل تنفيذ التحقيق الصحفي من أوله الى آخره.
- قدرة الصحفي على استكمال مادة التحقيق.
- يجب أن يكون ذو ثقافة عالية وشاملة ومتنوعة فالثقافة مهمة جدا بالنسبة للصحيفة والمحرر.
- يعد عنصر الهواية من أهم مميزات المحرر الصحفي.
- على المحرر أن يتمتع بالمعرفة حيث أنه يتطلب إدراكا علميا للسوق الإعلامي.

● شروط كتابة التحقيق الصحفي¹¹⁷:

- أن تكون المادة غير كافية لإقناع القارئ بأهمية الموضوع.
- حرص المحرر على إثراء التحقيق الصحفي الذي يكتبه بحصيلة ثقافته وتجارته وخبراته في الحياة.
- الحذر من الانزلاق الى العامية المبتذلة.

¹¹⁷ مشيل خياط، التحقيق الصحفي والتلفزيوني، دمشق، 2002، ص 32

- الاختيار الدقيق للألفاظ والعبارات.
- الاقتصاد في الكتابة مع الابتعاد على الحشو والإسهاب.
- الالتزام بالموضوعية في نقل الآراء.
- الاهتمام بالصور التي تصاحب التحقيق الصحفي.

● خطوات إعداد التحقيق الصحفي:

- * اختيار الفكرة التي يقوم عليها التحقيق.
- * جمع المادة الإعلامية.
- * الشروع في تنفيذ التحقيق الصحفي.

● قوالب كتابة التحقيق الصحفي¹¹⁸

- قالب الهرم المقلوب.
- قالب الهرم المعتدل.
- قالب الهرم المبني على الوصف التفصيلي.
- قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي.

المحاضرة الثانية عشر: الأنواع الصحفية _ 5

الأنواع الفكرية "الرأي" المقال الصحفي العام:

إن ما ورد من دلالة في بعض المعاجم القديمة بشأن كلمة المقال والمقالة والقول فكلها مصدر قال، والقول والكلام هو كل لفظ ينطق به اللسان تاماً أو ناقصاً كأن يقول: سمعة مقالة ومقالته وأقوايلهم وكثير القيل وانتشرت له في الناس مقالة.¹¹⁹

¹¹⁸ نفس المرجع، ص 34.

¹¹⁹ عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 224، 225.

* اصطلاحاً: هو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحفية وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ويقوم المقال بهذه الوظيفة على شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها والكشف عن أبعادها ودلالاتها.¹²⁰

● وظائف المقال الصحفي:

للمقال الصحفي العديد من الوظائف التي يقوم عليها وهي:

أولاً: وظيفة الإعلام يظهر المقال إبداع المحرر ومدى توفيقه في إيصال المعلومة للقارئ بشكلها الجذاب ومع تطور وسائل الاتصالات وتنوعها تفجرت المعلومات بهذه الصورة الكبيرة وأصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة وعليه فإن تحرير المقال الصحفي كعلم وفن قد ازدادت أهميته وخصوصاً في مجتمعاتنا العربية وذلك من خلال الخدمة الإعلامية التي يحققها للجمهور.

ثانياً: التثقيف من المهام والوظائف التي يقدمها المقال الصحفي هو عملية تيسير حصول الملتقي على موروث ثقافي فيصبح هنا أكثر مرونة في تفكيره وتعليمه تنمي من خلال المقالات أيضاً قاعدة من المعلومات فالمعرفة الثرية التي يكتسبها من خلال المقال تعد مخزناً ضخماً من قدراته العقلية والإبداعية.

ثالثاً: الدعاية لعل أعظم ما في الإنسان هو الكلمة سواء كانت منطوقة أو منحوتة أو مصورة أو غير ذلك ولو لأردنا البحث في تاريخ الدعاية لوجدنا أنفسنا نبحت في تاريخ البشرية نفسه فمنذ أن أخذ الإنسان يعبر عن نفسه من خلال الكلمات الرموز، الكتابة، فإنه لم ينفك يبحث بشتى الوسائل من خلال الإيهام والمبالغة وتحريف الحقائق وإعادة صياغة الأخبار من أجل الوصول إلى الهدف ولنجاح الدعاية يوظف الكاتب الصحفي اللغة المتميزة من خلال القدرات التي يملكها والكفاءات العالية.

رابعاً: شرح الأحداث اليومية وتفسيرها يقوم المقال الصحفي على تفسير الأحداث اليومية وشرحها لتقدم للقارئ واضحة في لغتها وحتى تغدو المادة الصحفية لا واضحة بينة لا بد أن يوظف الكاتب الصحفي لغته السهلة، وعليه أيضاً أن يعرض توجهاته وآراءه ويفسرهما ليدرك القارئ مراميها ويعتمد هنا على مدرستين وهما:

المدرسة الإخبارية والتي تهتم بعملية الإخبار، مدرسة الرأي التي تهتم بإعطاء الآراء.¹²¹

● مميزات أسلوب كاتب المقال الصحفي:

¹²⁰ محمود فريد محمود عزت، المقالات والتقارير الصحفية (أصول إعدادها وكتابتها)، القاهرة، 1998، ص 68.

¹²¹ محمود فريد محمود عزت، مرجع سبق ذكره، ص 69.

أولاً: الوضوح ينبغي على صاحب المقال الحرص على الدقة والوضوح في كتابته وألا يأخذ من الغموض مسلماً لأن هذا الأخير يؤدي إلى تدني مستويات القارئ أو المخاطب.

ثانياً: القوة في الطرح والتأمل والتلقي لدى القارئ فعلى كتاب المقالات الصحفية أن يشعروا بمساهمات قوية في طرح أفكارهم وأن يكون طرح منتظم يشغل الشأن العام.

ثالثاً: الجمال أو السلاسة وليس الزخرفات أو المحسنات: هي أن يملأ الصحفي نصه بالمحسنات اللفظية كما أن الألفاظ المزرکشة تجذب عيون المتلقي وأن تكون واضحة.

رابعاً: المذاق الخاص وهنا يضيف الكاتب على نصه مذاق خاص من الشعور حين تزداد مثيراته الداخلية وهذا ما يحقق للكاتب الصحفي الديمومة والوظيفية في النص.

خامساً: عدم تقليد الآخرين بل الاستفادة منهم حين يلجأ الكاتب إلى تقليد الآخرين فإن ما يكتبه يعد ضبابياً لا تدرك حقيقته وعليه يجب ألا يكسر المثيرات القادرة على استخلاص المعاني والدلالات التي يفرضي بها المقال الصحفي وأن يكون الكاتب متألق لا مقلد.

سادساً: تجنب الرتابة في الأسلوب والتنويع في النغمة يبدو أن كل كاتب مقال يمتاز بأسلوب خاص به يشير إلى طريقته في التفكير واستخدام البدائل المعرفية التي يراها مناسبة في طرحه للمقالات الصحفية ومعالجتها كما ينبغي أن تكون الأساليب متجددة من مقال لآخر.

● تحرير المقال الصحفي:

تعد كتابة المقال الصحفي نتاج لشبكة متداخلة من العلاقات والمستويات في الفكر واللغة والتكوين العقلي والنفسي من شروط الكتابة الجيدة وسلامة التعبير ما يلي:

- صحة اللغة.

- الترابط والتجانس.

- الجمع بين المتعة والفائدة.

- حسن التنظيم والتقسيم.

- مراعاة التقييم.

- الإقناع والتأثير.

- التجربة الإنسانية.

● خطوات تحرير المقال الصحفي:

أولاً: الإعداد للكتابة وأهم معالمها:

- النظرة المثالية أو تلك التي تتبع عينه في المقال أي كل ما يراه ويسمعه.
- اقتناص الفكرة الجديدة لموضوع المقال أو الحصول عليها.
- تقسيم هذه الفكرة إلى عناصر تحدد ما سوف يكتبه المحرر.
- تغطية ما يمكن أن تحتاج إليه بعض هذه العناصر من مادة معلوماتية أو مترجمة.
- تحديد الاتجاه العام الذي ستأخذه مادته والموقف الذي ستكون عليه كتابته.

ثانياً: تنظيم المادة وأهم معالمها:

- استبعاد بعض العناصر الضعيفة والمعلومات الإخبارية الغير دقيقة.
- تأجيل بعض الجوانب التي تتبع فرصة الحكم عليها في المعلومات.
- تحديد أهم معالم الكتابة والشكل الذي سيأخذه المقال وعنصر البداية.

ثالثاً: كتابة المقال وأهم معالمه.

- كتابة عنوان اللافتة والعنوان الرئيسي.
- كتابة اسم المحرر والعناوين المتغيرة على النحو الذي تعود عليه كاتب المقال.

رابعاً: المراجعة وأهم معالمها:

- استبدال عنوان بأخر.
- تغيير نوع المقدمة والعنوان.
- القيام بالحذف أو التعديل في الفقرات.
- التأكد من صحة بعض الآراء والمواقف.
- تصحيح بعض الأخطاء النحوية والبلاغية.
- اختيار الفكرة المناسبة التي تكون صالحة لاستبدال الأولى.

العمود/ التعليق/ المقال الافتتاحي:

➤ النوع الأول-العمود الصحفي:

المقال العمودي او العمود مباشرة هو مقال صغير يعبر عن رأي كاتبه يكتب في مساحة صغيرة في شكل عمودي أو شاقولي لا يعبر بالضرورة عن توجه الجريدة. وإن كان أخلاقيا لا ينبغي ان يتعارض معها.

ويتميز المقال العمودي بمجموعة من الخصائص منها:

- 1- أن تكون له تسمية ثابتة: مثل نقطة نظام للصحفي الشهير سعد بوعقبة.
- 2- أن تكون له مساحة ثابتة.
- 3- أن يكون له صفحة ومكان ثابتين لا يتغيران.
- 4- أن يكون منتظم الصدور.
- 5- أن يكون له كاتب واحد لا يتغير ويوقع باسمه الحقيقي او اسم شهرته.

وكاتب العمود يجب أن يكون ذو خبرة عالية وأسلوب شيق وذو ثقافة واسعة فالعمود لا يترك أبدا للصحفيين المبتدئين.

غير أننا أحيانا نلاحظ ان بعض المقالات العمودية لا تحافظ على مثل هذه الخصائص الأنف ذكرها وفي هذه الحالة الاسم الصحيح والأصح لها هو التعليقات الصحفية.

➤ النوع الثاني-التعليق الصحفي:

يرى الدكتور نصر الدين العياضي ان تاريخ التعليق الصحفي يعود الى النصف الأول للقرن التاسع عشر ميلادي حيث بدأ استعماله في الصحافة الفرنسية الانجلوساكسونية فكانت تخصص له الصفحة الأولى او الثانية من الجريدة.

ويرى الدكتور السيد احمد مصطفى عمر ان هناك الكثير من التعريفات تنظر الى التعليق الصحفي انه مساحة للرأي يمارس فيها الصحفي او الكاتب حريته في تناول الموضوعات فادا كانت قدسية الخبر تفرض الالتزام بحقائقه ووقائعه وتقديمها بموضوعية دون تحريف او زيادة او نقصان فان التعليق لا يفرض أي نوع من أنواع الالتزام سوى عدم التعدي على حقوق الآخرين... ويهدف التعليق الى التأثير على القراء وبلورة آرائهم. فالتعليق بهذه النظرة هو الكتابة التي يتدخل بها الصحفي بآرائه الشخصية التي لا تلتزم بها الجريدة. وقد يتناول التعليق خبرا أنيا، او قضية مطروحة او حدثا طواه النسيان لكن في معظم احواله يأخذ بالقارئ الى وجهة النظر او الملاحظة او الموقف التي يريد الكاتب ابرازها.

والملاحظ ان هناك تعليق بالكلمة وتعليق بالرسم وتعليق بالصورة وتعليق بالإخراج الصحفي. لكننا نقتصر هنا على التعليق المكتوب دون غيره فالتعليق المكتوب على اية حال يبدي ملاحظات على وضع او قضية او تصريح مسؤول مثل الرسم الكاريكاتوري وإن كان لكل مقامه وطريقته في إيصال المعلومة والطرح. والتعليق ليس دوما سلبيا كما يريده الكثير من الكتاب والصحفيين ولكن يمكن ان يكون إيجابيا فكما يمكن ان ينتقد ويذم يمكن ان يمدح ويشيد ويقوم أسلوب التعليق على السخرية أحيانا والطرافة والدعابة أحيانا أخرى.

ويفضل في التعليق استخدام عبارات تثير الفضول والمتعة ومن أجل ان يتمكن المعلق من ذلك يجب عليه الارتباط بالمجتمع اشد الارتباط مثل الرسامين الكاريكاتوريين الذين يجلسون في المقاهي ويحولون ما يسمعونه من الناس من تعاليق على الوضع القائم الى رسومات كاريكاتورية تلقى رواجاً كبيراً لأنها صوت لما يفكر فيه الناس من عينة عشوائية. ولا يشترط في التعليق التعمق في البحث مثل المقال ولا إبداء الموقف الواضح المعالم مثل الافتتاحية.

➤ النوع الثالث-مقال اليوميات:

هناك نوع آخر من أنواع الرأي لا يكتبه صحفي بالضرورة مثل بعض الخواطر التي تحدث لأي شخص وتشكل مقال يوميات يريد ان ينقلها للقراء للفائدة والمتعة أو للتثقيف والتوجيه بطريقة غير مباشرة.

ولعل الدكتور محي الدين عميمور وزير الثقافة والاتصال الأسبق يعد من أشهر كتاب مقالات اليوميات حيث جمعها في كتب نالت إعجاب الكثيرين خاصة كتاب انطباعات التي ترصد فيها بعض ما عاشه مع الرئيس الراحل هواري بومدين.

ويقول الدكتور السيد احمد مصطفى عمر ان هذا النوع من المقالات عرفته الصحافة في القرن التاسع عشر عندما كان كل كاتب يقوم بالكتابة تحت عنوان خاص به وفي يوم خاص به أيضا الا ان سمة الأسلوب الأدبي هي التي كانت طاغية عليه يومئذ:

➤ النوع الرابع-المقال الافتتاحي:

وهو مقال يكتبه رئيس التحرير ويعبر فيه عن رأي الصحيفة قد يكتبه بنفسه أو يساعده بعض الكتاب الكبار.¹²²

➤ **خصائص المقال الافتتاحي:** عادة ما يتميز المقال الافتتاحي بخصائص نجمعها في النقاط التالية:

- التعبير عن سياسة الصحيفة.
- متابعة الأحداث اليومية سواء المحلية أو الدولية.
- الاهتمام بالقضايا التي تهم الرأي العام.
- ضرورة إبراز القضايا التي تهم الرأي العام.
- استخدام لغة سهلة وبسيطة.
- القدرة على إقناع القارئ.
- ألا يكون مديلا بتوقيع.
- يعتمد على كتابة متخصصين يتولون التحرير.

➤ **كتابة المقال الافتتاحي:**

يكتب المقال الافتتاحي بطريقة الهرم المعتدل ويتكون من ثلاث أجزاء وهي مقدمة وجسم وخاتمة¹²³.
أولا: مقدمة المقال الافتتاحي: وهي تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو قضية أو المشكلة. وتتضمن المقدمة المؤشرات التالية:

- عرض فكرة مثيرة لاهتمام القارئ وطرح قضايا مهمة تمس المجتمع.
- وصف مشكلة خطيرة صارت حديث الناس.

*** وظائفها:**

- تهيئة ذهن المتلقي لموضوع المقال.
- إعادة تذكير القارئ بالخبر أو الحادث.
- جذب انتباه القارئ ودفعه إلى قراءة المقال.

¹²² جلال الدين الحماصي، الصحافة المثالية، دار المعارف، القاهرة، 1982، ص 210، 211.

¹²³ محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، دار المعارف، القاهرة، 1983، ص 134.

ثانيا: جسم المقال الصحفي:

وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في المقال ويحتوي على النقاط التالية:

- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية والحجج التي تؤيد وجهة نذر الصحفي.
- الخلفية التاريخية للموضوع إقناع القارئ بموقف الصحيفة.
- أبعاد الموضوع ودلالة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ثالثا: خاتمة المقال الصحفي: وهي أهم أجزاء المقال وعليها يتوقف مدى إقناع القارئ ويوجد العديد من أنواع

الخاتمة للمقال الافتتاحي وأهمها:

- نهاية المختصر أو الملخص.
- نهاية العبارة العامة أو السارة.
- الدعوة إلى العمل أو موقف وهي نهاية إيجابية.

➤ الفروقات بين أنماط التحرير:

يوجد اختلاف كبير بين المقال الافتتاحي وبقية الفنون ويكون كالتالي¹²⁴:

أولا: الفرق بين الخبر الصحفي والمقال الافتتاحي:

- الخبر الصحفي يتكون من قسمين من الهرم المقلوب أما المقال الافتتاحي فيتكون من ثلاث: مقدمة، جسم، خاتمة.

- وفي الخبر الصحفي لا يظهر شخصيته بينما في المقال الافتتاحي يعبر عن الرأي الصحيفة.
- يكون الإعلام هو الهدف الرئيسي للخبر الصحفي بينما الشرح والتفسير والتحليل يكون الهدف الرئيسي للمقال.

ثانيا: الفرق بين المقال والتعليق.

بدون شك فانه عادة ما يحدث خلط لدى الصحفيين المبتدئين بين التعليق والمقال باعتبارهما نوعان صحفيان من عائلة واحدة. بيد انه هناك فروقات بين النوعين الصحفيين وهما كما يلي:

¹²⁴ محمود فهمي، مرجع سابق، ص 136.

- 1- أن التعليق محدود المساحة مقارنة بالمقال.
- 2- التعليق يتناول رواية واحدة فقط للحدث ويعلق عليها بينما يكون المقال شاملا في تناول الموضوع.
- 3- التعليق يتضمن الدعابة والسخرية والخفة في الكلام بينما المقال يتطلب الجدية والرصانة من الصحفي.
- 4- يعتمد المقال على المنطق والحجة والبرهان بهدف الإقناع بينما التعليق لا يحتاج الى ذلك أي ان المقال يقدم وجهة نظر أعمق وأشمل من التعليق.
- 5- من الأفضل ان يرتبط التعليق بالحدث حيث يواكب الأحداث ويعلق عليها بينما لا يشترط ذلك في المقال.

ثالثا: الفرق بين التعليق والافتتاحية:

لا بد أيضا من التمييز بين المقال الافتتاحي والتعليق الصحفي فكلاهما يكتب في مساحة صغيرة واهمها من عائلة أنواع الرأي والأنواع الفكرية لكن هناك فروقات بينهما هي:

- 1- أن الافتتاحية تلزم جميع العاملين في الجريدة بينما التعليق هو رأي شخصي لا يلزم الجريدة إطلاقا.
- 2- يجوز لأي صحفي ان يكتب تعليقا صحفيا بينما لا توكل الافتتاحية الا لكبار الكتاب وصحفيين أو مسؤولي الجريدة.
- 3- أن التعليق يقدم جزء من الحدث مثل ربطة عنق المسؤول او طريقة الكلام او عبارة في تصريح الخ... بينما تقوم الافتتاحية بتقديم نظرة شاملة وأعمق من التعليق على حدث او جزء من حدث.
- 4- أسلوب الافتتاحية رسين بينما أسلوب التعليق شخصي مرن بين التعليق والعمود.

لا بد أيضا من توضيح الفرق بين بين التعليق والعمود الصحفي فكلاهما أيضا من أنواع الرأي وكلاهما يكتب في مساحة صغيرة وكلاهما يحمل أسلوب كاتبه ويحبذ أن يهتمان بالحدث لكن يختلف التعليق عن العمود من النواحي التالية:

- 1- ان العمود الصحفي له جملة من الخصائص الشكلية التي شرحناها أعلاه وهي مقيدة للعمود من الناحية الشكلية الفنية بينما لا يوجد أي نوع من أشكال التقيد للتعليق من الناحية الشكلية عدى الأسلوب المرن والمساحة الصغيرة.

2- ان كاتب العمود يشترط فيه الخبرة في ميدان النشاط الإعلامي والصحافة بينما التعليق لا يشترط فيه ذلك.

المحاضرة الثالثة عشر: الأنواع الصحفية _ 6

المقابلة الصحفية _ الحوار الصحفي:

إن المقابلة الصحفية نوع صحفي هام جدا لان الشخصيات هي التي تصنع الأحداث وهي التي تصنع أفراح الناس وأحزانهم وبالتالي تصبح هاته الشخصيات جزءا من الأخبار نفسها كما ان الناس يريدون الاستماع إليها أكثر مما يريدون الاستماع للصحفيين فقط.

يقول ليونارد راي تل و رون تايلور "نادرا ما يكون المندوب الصحفي شريكا في الأحداث و قلما يكون مراقبا بشكل مباشر لتطور حركة الأحداث فعندما يصل المندوب الصحفي إلى عين المكان يكون البيت قد اشتعلت فيه النار بالفعل و البنك قد سُرق أو أن الصفقات المرهبة قد تمت و انتهت و تصبح انت بعد هذا المستجوب للفاعل و للشريك و للشاهد معا و أنت بهذا تجمع الأدلة فالأحاديث الصحفية و لقاءاتك بالناس و التحاور معهم هي الوسائل التي تجعلك تعلم ما قد حدث و ما قد يحدث فمن كل حوار صحفي تجيء التفاصيل التي تجعل موضوعاتك جديدة بالثقة"

لذلك تعد المقابلة الصحفية من بين أهم الأنواع الصحفية المستخدمة في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة وقد تزايدت أهميتها مع الانفتاح الديمقراطي الذي شهدته مختلف البلدان مند انهيار جدار برلين في 11 نوفمبر 1989 وقد أتاح هذا الانفتاح الديمقراطي للعديد من الشخصيات السياسية والثقافية والرياضية والعاملة في مجال حقوق الإنسان والمعارضة للأنظمة على وجه الخصوص من التعبير عن آرائها وأفكارها ومواقفها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وقد اتخذت وسائل الإعلام خاصة المرئية عبر الفضائيات من هذا النوع الصحفي وسيلة لإشباع رغبات الجمهور بعد انفتاحها واستضافتها للشخصيات المعارضة من جهة او على الشخصيات التي صنعت الحدث او تلك التي لها نظرة خاصة في شرح الحدث.

➤ **اختلاف التسميات:**

اختلفت التسميات التي استخدمها المختصون في فنيات التحرير ورجال الإعلام للمقابلة الصحفية فمنهم من يطلق عليها تسمية المقابلة الصحفية ومنهم من يسميها الحوار الصحفي وآخرون يسمونها الحديث الصحفي او اللقاء الصحفي وآخرون يفضلون تسمية استجواب صحفي على غيرها من التسميات وهكذا.

وعلى الرغم من اختلاف التسميات وبعيدا عن الفروقات اللغوية التي لا تعنينا بهذا الخصوص فان لها كلها من حيث الدلالة معنى واحد فالمقابلة الصحفية كنوع صحفي هي استضافة شخصية من الشخصيات وطرح عليها مجموعة من الأسئلة بهدف الحصول على أجوبة محددة، وتعد المقابلة ركنا أساسيا من أركان الصحافة الحديثة وهو الحوار الذي يجري بين صحفي وبين شخص تكون له إحدى الصفات الأتية: رئيس الوزراء أبعاد الموضوع ودلالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

مقابلة أو حديث:

اختلفت التسميات التي استخدمها المختصون في فنيات التحرير ورجال الإعلام للمقابلة الصحفية فمنهم من يطلق عليها تسمية المقابلة الصحفية ومنهم من يسميها الحوار الصحفي وآخرون يسمونها الحديث الصحفي او اللقاء الصحفي وآخرون يفضلون تسمية استجواب صحفي على غيرها من التسميات وهكذا.

وعلى الرغم من اختلاف التسميات وبعيدا عن الفروقات اللغوية التي لا تعنينا بهذا الخصوص فان لها كلها من حيث الدلالة معنى واحد فالمقابلة الصحفية كنوع صحفي هي استضافة شخصية من الشخصيات وطرح عليها مجموعة من الأسئلة بهدف الحصول على أجوبة محددة.

المقابلة و التصريح:

هناك فرق يجب الإشارة اليه بين المقابلة الصحفية التي يجب الإعداد لها وتحضير أسئلتها وبين التصريح الذي تدلي به الشخصيات المختلفة في مواقع وفي مناسبات متعددة.

فالتصريح الصحفي يقوم على سؤال أو سؤالين يوجههما الصحفي لشخصية معينة ويكون صالحا لصياغة خبر صحفي بينما المقابلة هي نوع صحفي قائم بذاته يقوم على طرح العديد من الأسئلة المعدة سلفا أو التي تولد خلال إجراء المقابلة.

المقابلة و المحادثة:

كذلك تجدر الإشارة الى ان هناك فرقا بين المقابلة الصحفية والمحادثة فالمحادثة تعني تبادل الآراء والأفكار بين شخص وآخر، أو بين صحفي وشخصية معينة، وهنا يكون تبادل للأدوار، حيث يسأل الأول ليجيب الثاني ثم يسأل الثاني ليجيب الأول وهكذا. ثم يبدي الأول رأيه وبعده يأتي دور الثاني ليبرز رأيه أيضا وكذا دواليك. بينما في المقابلة الصحفية فان القاعدة هي ان الصحفي هو الذي يسأل والآخر يجيب وأن الصحفي هو الذي يتحكم في المقابلة وفي اتجاه الأسئلة ومجراها وهنا عادة ما تبرز مقدرة الصحفي ودكائه ومدى تحضيره أكثر من صحفي آخر. ففي المقابلة الصحفية يتعين على الصحفي ان يراعي كل شيء يقال بينما لا يشترط منه هذا في حالة المحادثة وإن كانت الأخلاق العامة تستدعي منه الاهتمام بما يقوله الناس.

1- مفهوم المقابلة الصحفية أو الحديث الصحفي:

يعد ركنا أساسيا من أركان الصحافة الحديثة وهو الحوار الذي يجري بين الصحفي وبين الشخص تكون له إحدى الصفات الآتية: رؤس وزراء، موظف كبير، زعيم من الزعماء... إلخ¹²⁵

2- طرق إعداد الحديث الصحفي: وتكون على النحو التالي:

- اختيار الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.
- اختيار الموضوع أو القضية محل الحوار.
- جمع المعلومات الكافية عن موضوع الحوار.
- إعداد الأسئلة المناسبة والتي تغطي جوانب الموضوع.
- الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد لإجراء الحوار.

➤ أهداف المقابلة:

¹²⁵ إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 57.

بدون شك فان الصحفي لا يجري مقابلة صحفية تلبية لرغبة شخصية او إرضاء لصديق يحاوره حتى لو كان شخصية نافذة في السلطة او المعارضة لان مثل هذه العواطف قد تؤثر على جدية المقابلة ومصداقيتها وتؤدي بها الى الفشل، إنما يسعى الصحفي لإجراء المقابلة الصحفية لتحقيق عدة أهداف سواء كانت أهداف عامة او أهداف خاصة.

أولاً: أهداف عامة:

تكمن الأهداف العامة التي يسعى الصحفي الى تحقيقها فيما يلي:

- 1- جمع معلومات كاملة، دقيقة، متعمقة أو جديدة حول موضوع معين مثل حادثة تاريخية، قضية سياسية، مقابلة رياضية وغيرها.
- 2- الحصول على وجهة نظر معينة بخصوص موضوع معين عادة ما يكون هذا الموضوع يثير اهتمام الرأي العام الداخلي او الخارجي مثل قضية الاغتيالات في الجزائر، قضية المصالحة الوطنية، مسار الوثام المدني، العلاقات الجزائرية الفرنسية وغيرها من المواضيع.
- 3- الحصول على أخبار جديدة بخصوص موضوع معين، مثل انعقاد مؤتمر مكان الانعقاد، عدد المشاركين أهدافه وما إلى ذلك.
- 4- الحصول على معلومات شخصية تتعلق بالشخص المستجوب في حد ذاته.

ثانياً: أهداف خاصة:

من بين الأهداف الخاصة التي تدفع الصحفي لإجراء المقابلات الصحفية نذكر ما يلي:

جمع الحقائق عادة ما يتفرغ بعض الصحفيين للتحقيق في بعض الموضوعات والقضايا التي تشغل بال الرأي العام، أو جزء منه على الأقل، ويجدون أنفسهم بحاجة ماسة لمقابلة بعض: الشخصيات التي قد تنري الموضوع بمعلوماتها وآرائها وأفكارها وبالتالي يستعين الصحفي هنا بنوع المقابلة الصحفية كوسيلة هامة لجمع الحقائق.

وينصح الصحفي هنا أن يختار المصدر بدقة، أي يختار الشخصية المراد مقابلتها بدقة حتى لا يتحصل على معلومات وحقائق غير ذات قيمة وأهمية. فاذا أراد الصحفي مثلاً ان يجمع حقائق حول تأثير صندوق النقد الدولي على التنمية

في البلدان النامية، لا يسأل عنها عالم في اللسانيات او مختص في علم الزلازل، انما بعض رؤساء الحكومات في الدول التي اعتمدت على هذه المؤسسة المالية الدولية في إحداث إصلاحات اقتصادية او على خبير اقتصادي وهكذا.

• كتابة المقابلة الصحفية:

أولاً: أسلوب كتابة الحديث الصحفي: بعد أن يتم تجميع المعلومات تمكن للصحفي إبراز شكل القصة الإخبارية التي يرغب بعرضها ويجب أن تراعي كل قواعد اللغة التي يعبر عنها في المصطلحات الإعلامية أي اللغة الإعلامية القريبة وسهلة الفهم.

ثانياً: خطوات كتابة الحديث الصحفي: لكي يخرج الصحفي في أحسن صورة ويتحقق الهدف المرجو ينبغي على الصحفي أن يأخذ بعين الاعتبار الدقة والأمانة والصدق في كتابة الحديث.¹²⁶

بعض الاعتبارات التي ينبغي على المحرر الصحفي أن يأخذ بها وهي:

- أن يراجع نص الحديث بعناية.
- من الضروري ان يقوم المحرر بتقسيم المعلومات والبيانات الخلفية.
- ضرورة التأكد من استكمال الحديث بجمع عناصره المساعدة مثل الصور والرسوم.

• القوالب الفنية لكتابة المقابلة الصحفية:

للمقابلة الصحفية أربعة قوالب نوجزها في النقاط التالية¹²⁷:

أولاً: المقدمة وهي التي يركز فيها المحرر على الزاوية الأساسية لموضوع الحديث وينبغي أن تتسم بسمات عالية وتشجع القارئ على متابعة قراءة الحديث الصحفي وتصنف مقدمات الأحاديث الصحفية كما يلي:

- المقدمة الإخبارية؛
- مقدمة الجملة المقتبسة؛
- المقدمة الوصفية أو الإنشائية؛
- مقدمة الشخصية؛

¹²⁶ محمد حسن عبد العزيز لغة الصحافة المعاصرة، دار معارف للنشر، القاهرة، 1998، ص 24

¹²⁷ محمد حسن عبد العزيز مرجع سابق، ص 26، 27

- مقدمة الحوار؛
- المقدمة المختصرة؛
- مقدمة التساؤل؛
- المقدمة التاريخية:

ثانياً: الهيكل أو الجسم ويحتل جسم الهرم المعتدل ويحتوي على نص الحوار بحيث يبدأ من الأقل أهمية الى المهم الي الأكثر أهمية فهو يقود القارئ الي أهم القضايا ويأخذ الشكل التقليدي الذي يأخذ شكل السرد القصصي على لسان المحرر كما يأخذ شكل الذكريات على لسان المتحدث نفسه وعليه فلمحرر الصحفي له الحرية الكاملة في التجديد والابتكار.

● خصائص عنوان المقابلة الصحفية: حتى يكون عنوان الحديث الصحفي حديثاً فاعلاً لا بد ان يتميز

بخصائص معينة:

- يتصل بشخصية المتحدث ويشير اليه والى أبرز صفاته وجوانبه.
- وأن يعتبره جزءاً من العنوان الرئيسي يعلوه ويقدمه.
- أن يهدف للمزيد من الجاذبية والتشويق ولفت أنظار القراء.
- أن يكتب في عبارة قصيرة جداً وكلمات قليلة للغاية.

المحاضرة الرابعة عشر: الأنواع الصحفية 7

الصورة الصحفية "البورتريه":

نقصد بالأنواع التعبيرية، تلك الأنواع الصحفية التي تخضع لإبداع الصحفي في كل شيء مع التزامه ببعض التقنيات الخاصة بكل نوع صحفي من هذه الأنواع، والأنواع التعبيرية ثلاثة أنواع: البورتريه الصورة الفوتوغرافية، والرسم الصحفي (الكاريكاتور). وسوف نقصر الشرح على البورتريه دون سواه.

والبورتريه هو نوع صحفي تعبيرى-إبداعي، يمكن تسميته أيضا الصورة الصحفية (وليس الصورة الفوتوغرافية الصحفية التي تقوم على الكاميرا)، وهو عموما قليل الاستخدام في عالم الصحافة، لكن الاهتمام به أصبح ملحوظا.

هناك إجماع على أن البورتريه نشأ وترعرع في أحضان الفن التشكيلي، أو الرسم الزيتي، ومن حيث الكتابة يرجع تاريخه إلى الأدب مع ظهور فن التراجم والسير، ثم استغلت الصحافة قدراته في التعبير عن الأشخاص، وجعله نوعا قائما بذاته ضمن الأنواع الصحفية المختلفة.

وحسب الدكتور نصر الدين العياضي، فإن البورتريه دخل إلى الأدب في القرن 17، وتطور كشكل متميز في القرن 19 تحت عنوان البورتريه الأدبي، ومنها إلى عالم الصحافة ليصبح نوعا صحفيا مستقلا ومتميزا، ولعل سبب دخوله إلى عالم الصحافة يرجع إلى وجود نفس الاهتمام الذي يوليه الفن التشكيلي والأدب والصحافة للأشخاص. لكنما الفرق يكمن في أن الصحافة استبدلت الريشة والألوان الزيتية بالقلم والكلمة والميكروفون والكاميرا والكلمة أيضا.

وبالفعل فإن البورتريه هو تصوير ورسم للأشخاص بالكلمات. لذلك يعتبر نوع إبداعي تعبيرى أي يعتمد على قدرة الصحفي في رسم ملامح الشخصية الظاهرة والباطنة، حتى يجعل الجمهور يرى شخصية البورتريه بعيون الصحفي، ويحكم عليها من خلال الانطباع الذي يتركه الصحفي، ومن خلال الصورة الذهنية التي يشكلها عنه.

والبورترية لا يسعى إلى تقديم معلومات وأخبار عن الأشخاص، فهذه مهمة التقرير، خاصة تقرير عرض الشخصيات، كما سبق توضيحه، إنما يسعى البورترية إلى تشكيل صورة ذهنية عن الأشخاص وعرسها في عقول جمهور وسائل الإعلام.

لذلك ليس من الضرورة أن تكون هذه الصورة إيجابية، بل بإمكانها أن تكون سلبية أيضا، لأنه ليس من وظيفة البورترية الدعائية للأشخاص فقط بل يمكن أن يحمل عنهم انطبعا سلبيا أيضا، والصورة عن الأشخاص مهمة جدا حتى في حياتنا اليومية العادية فعندما يريد أحدنا أن يذكر صديقه بصديق آخر يبدأ أولا في رسم ملامحه، كأن يقول له: " ذلك الشاب، الذي كان قليل الكلام، ويجلس في الخلف، ويطلق لحية خفيفة، وعادة ما يرتدي جكيت من الجلد وهو صاحب شوارب طويلة، ويمشي مع الشخص الفلاني فقط، وكان متواضعا وبشوشا، وكنا نقول عنه كذا وكذا.." أي أنه يرسم له بورترية، أو يرسمه بالكلمات كما أوضحنا.

وحتى الشرطة قبل أن تشرع في البحث عن المتهم، تعتمد أولا إلى رسم صورة له، وتسمى " بورترية " وهذا يكفي للتدليل على أهمية الصورة في حياة الناس.

ويتطرق البورترية إلى بعض جوانب حياة الأشخاص، نفسيتهم، طريقة لباسهم وتفكيرهم، منجزاتهم، سلوكياتهم في الحياة، طولهم، لون عيونهم، بشرتهم، شعر رؤوسهم، ما قاله الناس عنهم، نفوذهم في المجتمع، مواقفهم من تسليط الضوء على جوانب شهرتهم، عيوبهم، المستقبل المتوقع لهم وغيرها من الأمور التي يجب وصفها ورسمها والوقوف عليها.

● مبررات استخدام البورترية كنوع صحفي:

هناك على الأقل خمسة عوامل ساعدت فبشكل كبير على ظهور البورترية في الصحافة، ووسائل الإعلام ككل:

1- العوامل المرتبط بوسائل الإعلام: - إن الصحافة لم تستخدم البورتريه إعتباطيا، إنما استخدمته لأنه أقدر على رسم ملامح الشخصية الظاهرة والباطنة عن غيره من الأنواع الصحفية المعروفة. أي أنه أقدر على القيام بمهمة الأشخاص إلى الجمهور. لذلك كان ولا بد من استخدامه في الصحافة.

- من مصلحة الصحافة تنويع مضامينها، وتنويع أجناس الكتابة الصحفية. فكان استخدام البورتريه استجابة أيضا لهذه المصلحة.

2- ما يتعلق بجمهور وسائل الإعلام: إن الحياة التي يعيشها الناس طوال حياتهم . يصنعها الأشخاص، وأحيانا يريد جمهور وسائل الإعلام أن يعرف كل شيء عن هذه الأشخاص، بدل الاكتفاء بمعرفة ما تصنعه هذه الأشخاص.

إن الناس عادة ما يعشقون النجوم، مثل المطربين واللاعبين، والممثلين، وعادة ما يدفعون الثمن لمشاهدتهم، وهم بالتالي يسعون إلى معرفة المزيد من حياتهم الظاهرية والباطنية ويتتبعون حركاتهم وتنقلاتهم، ويقلدون سلوكياتهم في اللبس والمأكل، مما أهل هؤلاء الأشخاص والنجوم إلى أن يصنعوا أفرح الناس وأحزانهم، وتلبية لرغبة الجمهور كان على الصحافة أن تراعي أذواقهم وتعمل على تلبيةها.

3- ما يتعلق بالأشخاص في حد ذاتهم: يرى الدكتور نصر الدين العياضي مبررا آخر، حيث يقول إن بعض الشخصيات والأشخاص لا تعرف كيف تحكي وتحدث عن نفسها، لذلك وجب على الصحافة أن تقوم بهذه المهمة، مما أدى إلى ظهور البورتريه وانتشاره وازدهاره.

4- تطور الحياة الاجتماعية: كذلك هناك بعض المحطات في الحياة يكون الجمهور في أمس الحاجة إلى تشكيل صورة كاملة عن هذه الشخصيات، خاصة في الحملات الانتخابية بفضل ازدهار الديمقراطية في أفضل ازدهار الديمقراطية في الفترة الأخيرة من القرن العشرين ومطلع القرن الواحد والعشرين وليس هناك أفضل من البورتريه في رسم ملامح الأشخاص وصور ذهنية عنهم، وجعل الناس يتخذون موقفا إيجابيا أو سلبيا من هذه الشخصية أو تلك.

5- ما يتعلق بطبيعة هذا النوع الصحفي:

عادة ما تهمل الصحافة الحديث عن الأشخاص العاديين ، على الرغم من وجود أشخاص عاديين يستحقون الكتابة عنهم ، وهؤلاء لا يمكن إجراء معهم مقابلة صحفية لأنهم لا تتوفر فيهم الشروط التي رأيناها في الحديث عن المقابلة الصحفية ، ولكن الكتابة عنهم تبقى في غاية الأهمية ، ولا يمكن الكتابة عنهم إلا بواسطة البورتريه، هذا النوع الصحفي الفريد والمتميز ، مثل الأشخاص الذين يصادفهم الصحفي خلال تنقله ، كأن يعثر على مطرب في قلب الصحراء يصنع آمال الناس وأفراحهم ، أو يجد دكانا وحيدا في منطقة نائية ، أو امرأة واحدة تشتغل مزارعة وسط مجتمع ذكوري من الفلاحين ، وغيرها من الأمثلة.

إن البورتريه ليس كالمقابلة الصحفية، لا تستضيف إلا عددا محددا من الشخصيات، أي الشخصيات المهمة فقط، إنما يتطرق البورتريه إلى مختلف الشخصيات والأشخاص، أي الشخصيات المهمة والشخصيات العادية البسيطة معا، فالشخصيات المعروفة يقدم لها البورتريه صورة إيجابية أو سلبية، بينما يقوم بتعريف الشخصيات غير الجديدة التي فرضت نفسها على مسرح الأحداث، مثل مطرب جديد، أو ممثل صاعد، وما إلى ذلك.

أما الشخصيات العادية أي المواطنين وعمة الناس، فقد يكونون غير عاديين من ناحية العمل تسريحة الشعر، سياقة سيارة، التعامل مع الناس، من ناحية الحب، وغيرها، وكل هذه النواحي هي مبررات كافية للكتابة عن هؤلاء الأشخاص.

كذلك يتطرق البورتريه إلى لشخصيات التي ما زالت على قيد الحياة والشخصيات التي التحقت بربها ، حيث يمكن كتابة بورتريه حول شخص متوفى مثل الرئيس الراحل هواري بومدين ، أو الشهيد العقيد عميروش ، أو المرحوم كريم بلقاسم ، أو مولود قاسم نايت بلقاسم ، أو كوكب الشرق أم كلثوم ، أو الموسيقار محمد عبد الوهاب ، أو المطرب أحمد وهبي ، وهكذا ، وذلك بالرجوع إلى الكتب والمراجع والشخصيات الحية التي عاشت معهم وتعرف عنهم بعض المعلومات ، وزوجاتهم وأبنائهم

وغيرها من المصادر ، وفي نفس الوقت نكتب البورتريهات أيضا عن الشخصيات الأحياء ، بالرجوع إليهم وإلى من يعرفونهم وما كتب عنهم ، أو ما كتبه عن حياتهم ، وغيرهم من المصادر.

● شروط كتابة البورتريه:

إن البورتريه كما سبق شرحه موضوعه الأشخاص، فهو يصفهم ويرسمهم، يصورهم ويلونهم الصحفي حسب نظرتهم لهم، ومن هنا أصبحت كتابة البورتريه ليست شيئا عبثا، فمصير الشخص أحيانا يكون بين يديك.

- يشترط في كتابة البورتريه ما يلي:

- 1-الدقة في المعلومات.
- 2-الرجوع إلى مختلف المصادر لجمع المعلومات حول الشخص المعني، ولا يجب الاكتفاء بمصدر واحد فقط، خاصة إذا كان من منافسيه أو خصومه، لأن ذلك يؤثر على مصداقية البورتريه.
- 3-يجب على كاتب البورتريه ألا يكون صحفيا عاديا، بل صحفي له خبرة معقولة في العمل الصحفي، خاصة عندما يتعلق الأمر بشخصيات هامة كالمترشحين للرئاسيات، أو المجالس البلدية والولائية، أو لرئاسة حزب ... لأن قيمة البورتريه بقيمة كتابته، فهناك فرق كبير بين أن يكتب رئيس تحرير مشهور عن مترشح للانتخابات الرئاسية، وبين أن يكتب عنه صحفي غير ذائع الصيت، لأن ذلك يقلل من أهمية البورتريه ومن أهمية الشخصية في الوقت ذاته.
- 4-أن يتمتع الصحفي بأسلوب راق ولغة جميلة، حتى يتمكن من الوصف والرسم بالكلمات.
- 5-أن يكون هنالك مبرر للكتاب عن هذا الشخص أو ذلك، فليس من المنطقي ولا من أخلاقيات العمل الإعلامي، أن نكتب عن أي كان بدون مبرر، والمقصود بالمبرر هو الدافع للكتابة، مثل التلميذ الذي يتحصل على المرتبة الأولى على المستوى الوطني أو الولائي في امتحانات البكالوريا، أو أكبر مسن في القرية، أو أول صانع الفخار في المنطقة، وغيرها من المبررات.

- الخصائص الفنية والشكلية للبورترية:

يستحسن في البورترية أن يكون لديه بعض الخصائص من حيث الشكل حتى يظل متميزا كنوع صحفي فريد من نوعه، وهي:

1- أن يكون له اسم ثابت:

في الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون حتى يعود الناس إليه. مثل: شخصية الأسبوع، ناس وحكايات، صورة قلمية، وجوه، بروفييل، وجه الخيس، شخصيات لا يعرفها أحد، شخصيات ومواقف، من أبطالنا، وغيرها من التسميات التي يجب أن تبقى ثابتة، حتى يتعود الجمهور عليها، ويقوم بينه وبينها علاقة حميمة، ويتعود على متابعتها. حتى تستطيع الوسيلة الإعلامية أ، تخلق 'جمهور البورترية' مثلما خلقت الصحافة المكتوبة مثلا 'جمهور العمود الصحفي' و'جمهور الكاريكاتور'

2- مكان ثابت في الجريدة وزمن ثابت:

في الإذاعة والتلفزيون: كذلك ومن أجل خلق "جمهور البورترية" يشترط أن يكون لهذا النوع الصحفي مكان ثابت في الجريدة، أي في صفحة محددة لا تتغير، وفي زاوية معينة لا تتغير. مثل النصف الأعلى من الصفحة الأخيرة، أو الصفحة من الجريدة وهكذا. ويشترط أن يكون زمن بثه في الإذاعة ثابتا ولا يتغير، فلا يعقل أن يبث اليوم على الساعة التاسعة ليلا، وفي الأسبوع القادم على الساعة الحادية عشر ليلا والأسبوع الذي يليه على الساعة السابعة مساء، لأن هذا يفقد البورترية مصداقيته وجمهوره.

3- انتظام موعد الصدور أو البث:

يشترط في البورترية كذلك أن يكون منتظم الصدور، أي المحافظة على موعد نشره أو بثه، فإذا كان أسبوعيا يجب أن يبقى أسبوع، ولا يتحول نصف شهري، أو نبثه هذا الأسبوع ثم نتوقف ثلاثة أسابيع أو أكثر ثم نعود إليه، فهذا التذبذب قد يقتل البورترية.

4- يشترط أيضا أن يتم توقيع البورتريه باسم الصحفي الحقيقي: أو باسم شهرته الذي تعود أن يكتب به، لأن قيمة البورتريه كما أسلفنا بقيمة كاتبه.

5- يجبذ في الصحافة إرفاق البورتريه بصورة فوتوغرافية، حتى تزيد في قدرة البورتريه على رسم الشخصية.

قائمة المصادر والمراجع:

1. موقع المرجع الالكتروني للمعلوماتية متاح على الرابط:
<https://almerja.net/more.php?idm=156840>
2. عبد الستار عبد الجواد: اللغة الإعلامية، دراسة في صياغة النصوص الإعلامية وتحليلها، عمان، دار الفكر، 1998، ص 11.
3. موقع صحيفة اللغة العربية متاح على الرابط:
https://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=2541
4. صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2000، ص 114.
5. أحمد حمدي: لغة الآداب ولغة الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 4، العدد 76، ص 161-170.
6. أحمد حمدي، المرجع نفسه، ص 161-170.
7. شمس الدين الرفاعي، الصحافة العربية، كلية الآداب، جامعة خان يونس، 1978، ص ص 263-265.
8. أحمد حمدي، المرجع السابق، ص 165.
9. هادي نهز، الكفايات التواصلية والاتصال، عمان، دار الفكر العربي، 2003، ص 42.
10. أحمد عبد الغفور عطار، دفاع عن الفصحى، الرياض، مكتبة المكرمة، 1997، ص 6-7.
11. المرجع نفسه، ص 71.
12. إبراهيم أنيس، اللغة القومية والعالمية، دار المعارف 1980، القاهرة، ص 112.
13. إبراهيم أنيس، المرجع السابق، ص 115.

14. أحمد عبد الغفور عطار، المرجع السابق، ص 12.
15. أحمد عبد الغفور عطار، دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص 65.
16. ياسر الصالح، الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، (القاهرة، جامعة الدول العربية، عدد 2، 2000)، ص 9-11.
17. نايف معروف: خصائص العربية وطرق تدريسها، بيروت، دار النفائس، 1985، ص 57.
18. أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص 113.
19. نفيسة سعيد، تاريخ الدعوة إلى العامية، القاهرة، مطبعة الإسكندرية، 1964، ص 8.
20. عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 241.
21. سمير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص 24.
22. المجلس الأعلى للغة العربية: دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها، مؤسسة مونديال كوم، 2004، الجزائر، ص 114.
23. رمضان عبد التواب، التطور اللغوي وقانون السهولة، مجلة المجتمع المصري، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، الجزء 36، 1979، ص 189.
24. عمر فروخ، فجر الإعلام في اللغة العربية، مجلة مجمع اللغة العربية المصري، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء 43، 1979، ص 35.
25. المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص 115.
26. المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص 116.
27. صالح بلعيد، دراسة في لغة الإعلام، الأداء المسقاع في لغة المذيع، موقع جزايرس، متاح على الرابط: <https://www.djazairess.com/elmassa/10174>
28. حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، ط 3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 63.
29. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية، القاهرة، 2003، ص 174-176.
30. ربيع عبد الجواد السعيد، فن الخبر الصحفي، الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 104.
31. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سبق ذكره ص 103-104.

32. محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 179-181.
33. رشتي جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 333-338.
34. محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 181.
35. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، الدراسات العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1996، ص 89.
36. محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص 184، 185.
37. محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 185.
38. محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 187.
39. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص 117، 118.
40. ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فنون التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 21.
41. محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص 144.
42. ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، نفس المرجع، ص 22.
43. ابراهيم عبد الله المسلمي، مدخل الى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 321.
44. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص 229.
45. Français Balle, Mythes et réalité de la liberté de la presse, in Encyclopédia universalis corpus 18, paris 1990.p124-125
46. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 10.
47. أبو زيد فاروق، الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 14.
48. أبو زيد فاروق، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 37.
49. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 22.
50. خليل صابات، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط5، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1987، ص 22، 21.

51. ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 30.
52. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سابق، ص 23.
53. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 13.
54. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 116.
55. ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 83.
56. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 116.
57. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سابق، ص 30.
58. ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 30.
59. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 90.
60. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 90.
61. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 86.
62. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 92.
63. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، مرجع سبق ذكره، ص 31.
64. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 101.
65. محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص 14.
66. طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1984، ص 80.
67. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 107، 108.
68. طلعت همام، نفس المرجع، ص 81.
69. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 109.
70. طلعت همام، مرجع سبق ذكره، ص 82.
71. طلعت همام، مرجع سابق، ص 84.
72. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 137.
73. صالح سليمان، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر الجامعية، القاهرة، 2004، ص 122.
74. صالح سليمان، مرجع سابق، ص 123.
75. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 67-71.
76. فاروق أبوزيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 69.

77. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 76.
78. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 67.
79. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 71.
80. عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص 75.
81. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 119.
82. إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص 118.
83. صالح سليمان، مرجع سابق، ص 124.
84. فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص 326.
85. عبد النبي خزعل، عن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 148، 149.
86. عبد النبي خزعل، نفس المرجع، ص 150.
87. صالح سليمان، مرجع سابق، ص 170، 171.
88. نور الدين بلليل، دليل الكتابة الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 48.
89. صالح سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 173.
90. صالح سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 174.
91. نصر الدين العياضي، مسألة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 75.
92. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 135.
93. محمود أدهم، التحقيق النموذجي وصحافة الغد، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، 1984، ص 35.
94. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 1996، ص 122.
95. لطفي ناصف، الأخبار الصحفية، صناعة، سياسة، فن، دار التيسير للطباعة والنشر والتوزيع، تونس، 1988، ص 159.
96. محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 122.
97. محمود أدهم، مرجع سابق، ص 144.

98. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التقرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 396.
99. عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 397.
100. محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 185.
101. طلعت همام، مرجع سابق، ص 80.
102. محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 143.
103. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 139.
104. محمد الدروبي، مرجع سابق، ص 172.
105. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 151.
106. نفس المرجع، ص 152.
107. لطفي ناصف، مرجع سابق، ص 162.
108. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 159.
109. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 160.
110. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 162.
111. نفس المرجع، ص 174.
112. ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 95، 96.
113. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 108، 109.
114. ربيع عبد الجواد السعيد، مرجع سابق، ص 99، 100.
115. جان كرم، مدخل الى لغة الاعلام، بيروت، 1986، ص 61.
116. أديب خضور، مدخل الى الصحافة نظرية وممارسة، دمشق، 1991، ص 123.
117. مشيل خياط، التحقيق الصحفي والتلفزيوني، دمشق، 2002، ص 32.
118. نفس المرجع، ص 34.
119. عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 224، 225.
120. محمود فريد محمود عزت، المقالات والتقارير الصحفية (أصول إعدادها وكتابتها)، القاهرة، 1998، ص 68.
121. محمود فريد محمود عزت، مرجع سبق ذكره، ص 69.

122. جلال الدين الحما مصي، الصحافة المثالية، دار المعارف، القاهرة، 1982، ص 210، 211.
123. محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، دار المعارف، القاهرة، 1983، ص 134.
124. محمود فهمي، مرجع سابق، ص 136.
125. إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 57.
126. محمد حسن عبد العزيز لغة الصحافة المعاصرة، دار معارف للنشر، القاهرة، 1998، ص 24.
127. محمد حسن عبد العزيز مرجع سابق، ص 26، 27.