أساسيات التحرير الصحفي

د. عربي المصري

Damascus University

المبادئ والأهمية(•):

التحرير في عالم الإعلام كالبحر، الذي من أمام الصحفي، وفي الوقت نفسه من خلفه.. فلا مناص لصحفي من إتقان التحرير، وإلا غرق أداؤه المهني، مهما كان تخصصه، محرراً، أو معداً، أو حتى مذيعاً، أو تقنياً مصوراً، أو ممنتجاً، أو مخرجاً.

إن المطلوب اليوم كأساس العمل التطبيقي للصحفي ميدانياً، خلال تواجده في سوق العمل، إتقان مهارات المهنة، لا أن يعدد أو يشرح أو يبين، بل أن (يحرر).. بمعنى تقديم مادة حول موضوع ما لجمهوره، وبالالي لن يستطيع ذلك دون أن يوقن طبيعة هذه المادة؟ وماذا تتضمن وما محتوياتها؟ وما خصائصها؟ وما الذي يريده الجمهور منها؟ وكيف تعد وتجمع وتحرر وتصاغ بشكلها النهائي، وما الذي يميزها عن سواها من مواد أخرى، ومتى تقدم.. ومتى يكون لا حاجة لتقديمها؟ وماذا تدعى تلك المادة بين أوساط الصحفيين، وماذا يطلق عليها جمهورها؟

وهذا كله ما يجيب عنه التحرير.. ولا يجيب عن سواه، وخلاصته معرفة الأنواع الصحفية (الفنون الصحفية) وخصوصية إنتاجها.

ولقراءة علوم التحرير وفنونه اليوم لابد من الانطلاق من التأثيرات الناجمة عن تعقد العالم وزيادة صراعاته، وتعدد ثقافاته وأيدلوجياته، وما أفرزته ثورة تكنولوجيا الاتصال، لتنعكس على العملية التحريرية بكل جوانبها، وخاصة فيما يتعلق بالصياغات والقوالب الفنية، واللغة الإعلامية، إضافة إلى أساليب ووسائل إيصال المعلومات إلى الجمهور المتخصص والعام، ما شكل صناعة إعلامية تنافست فيها شتى وسائل الإعلام، مع السيل المتدفق من المعلومات، وهذا كله أسهم في تشابه بنية التحرير بين معظم الوسائل، الأمر الذي دفع صناع الأنواع الإعلامية إلى محاولة البحث عن ميادين أخرى للتميز في خدماتهم التحريرية النوعية؛ أهمها أساليب الصياغة وتفرد اللغة، سواء من قبل الكادر المتخصص داخل

(•) يرى البعض أن إطلاق صفة فن التحرير الصحفي أكثر عمومية من مصطلح فن الكتابة الصحفية، فكلمة كتابة تعود للأصل الإنجليزي "Writing"، وترجمتها كتابة أو تأليف، أو صناعة الكتابة، أما كلمة تحرير فهي ترجمة للكلمة الإنجليزية "Edit"، ومعناها إعداد كتابات الآخرين للنشر، وبالتالي تنفصل عملية الإعداد على عملية الكتابة، حيث يقوم بالكتابة المحرر، بينما يقوم بالإعداد رئيس أو مدير التحرير، أو قسم المتابعة، أو ما يطلق عليه بالمطبخ الصحفي، ويؤكد هذه المعاني ما ورد في المعجم الوسيط؛ حيث تشير كلمة حرر إلى أصلح، وجود فيه، وحرر الرمي، أي أحكمه، وحرر العبد أي اعتقه، ويقال تحرير رقبة، وحرر الولد أي أفرد لطاعة الله وخدمة المسجد، يقول المولى في سورة آل عمران بالنزيل الحكيم: "رب إني نذرت لك ما في بطني محرراً"، بالمقابل يشير المعجم ذاته أن كلمة كتب الكتاب أي خطه، وهو من يتعاط صناعة النثر، وإن الكتابة تعني صناعة الكاتب، وأن كلمة المكاتب تعني كلمة المراسل، ورغم أن هذا التنويه يرد في معظم كتب التحرير العربية والأجنبية إن الجميع يقر على أن الموضوع يبقى خاضعاً للنقاش، وتماشياً مع العرف نطلق على صياغة الأخبار تحريرها، فليس من الطبيعي أن نقول اليوم بعن المراسل مكاتب، خاصة في ظل شيوع الاستخدام، فهذا سيكرس برأيي الفوارق بين المنظرين والممارسين، التي يجب أن تزول لضمان تطور مهني وأداء مرتجى.

المحطة، أو عبر الأسلوب الفريد لمراسل المحطة نفسها، خاصة أنه لا يمكن لمحررين منفصلين أن يعالجان نفس الموضوع بأسلوب واحد، الأمر الذي جعل لكل وسيلة أسلوباً يميزها، وذلك استناداً إلى مراعاة الصياغات الإخبارية للعقل والعاطفة والمزاج، وكل ما يخص التركيبة الإنسانية، فالتنافس هو السبب الرئيسي الذي أدى إلى تطوير ملامح تحريرية متميزة للأخبار، وأذكى من تسارع الجهود في البحث عن كل جديد يجذب الجمهور، ويخاطب وجدانه عبر بناء متميز للرسالة، ما حدا بعلوم التحرير وفنونها للأخذ بكل أسباب التطور الحادث في شتى مناحي الحياة المعاصرة، والترابط بوشائج القربى بعلوم مختلفة، بهدف اكتساب معارف جديدة، وتحقيق مكتسبات متعددة، وخصوصاً في نشرات التليفزيون التي تملك حق العرض الأول، وهذه قدمت منذ بداياتها مع نهاية الحرب العالمية الثانية دروساً لكيفية تقديم وعرض جوهر القصة بكلمات أقل، ولغة أفضل إشراقاً، وبأساليب أكثر بهاءً وحياة، وهذا كان بمثابة الدافع الذي أطلق شرارة المنافسة من قبل، كما أعادت الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيراً مع مطلع ثمانينيات القرن المنصرم، والمتمثلة في استخدام الأقمار الصناعية للبث التليفزيوني المباشر "**DBS**": "**Direct Broadcasting Satellite**"، روح هذه المنافسة من جديد حالياً.

ولعل هذا المبرر وراء كثير من نتائج الدراسات التي اختبرت أفضل عشر مهارات أساسية للتحرير، وجاءت معظمها لتضع المهارات التقليدية في أول قائمة هذه المهارات، كالقدرة على التفكير التحليلي الجيد، والعمل مع الكلمات، ومهارات الصياغة والقواعد التركيبية والنحوية، وبناء الجمل بدقة ووضوح، فالمحرر هو من يختار القالب المناسب وفق طبيعة موضوعه، وبما يتناسب وأطر سياسته التحريرية، فالقدرة على استخدام اللغة والكتابة بشكل جيد يسهم بتقديم الخبر بدقة، وبأسلوب شيق وممتع؛ إذ تظل الحاجة لاستخدام لغة إخبارية جيدة تتسم بالبساطة والوضوح مطلباً أساسياً لا يتغير مهما اختلفت وسيلة نقل المعلومة للجمهور، ومهما ظهرت مستحدثات للتغطية كل يوم، ومن هنا توقعت "كارول ريتش، **Carole Rich**" أن القرن الجديد سيأتي بالعديد من الفرص أمام المحررين والمخبرين الجيدين، وهؤلاء من أسماهم "جورج هاو، **G. Hough**" بمالكي الحس اللغوي، "**An Ear for Language**".

ولعل تعبير "ميلفن ديفلير" في نظريته الاعتماد على وسائل الإعلام- يشبه بأنه يعيش ضمن بحر إلكتروني لا يمكن لأحد موجود داخل طيات هذا البحر إلا وأن يتأثر بموجه، ويبتل بمياهه، والبحر الإلكتروني، يوكد على أهمية التحرير وأساليبه المستحدثة في ظل موج معلومات وسائل الإعلام المتنافسة اليوم.

مفهوم التحرير الصحفي:

ينطلق مفهوم التحرير الإعلامي من تحويل الأحداث إلى مواد صحفية ذات خصوصية .. ومضامينها تختلف حسب خصوصية هذه المادة، ويستخدم معها البعض مصطلحات موازية كالكتابة، والصياغة، والتهذيب، والتنقيح... ومن هنا فإنه يجب راعاة نوعين من التعاريف التحريرية:

- الأول: التعريف حسب المفهوم اللغوي للتحرير .. القائم على أن التحرير في اللغة هو الإطلاق والاعتاق، ويقال حرر العبد أطلقه/ أعتقه/، ورفعت الجيدة نصها (أطلقت رأسها/ أعلت رأسها)وقد وردت الكلمة في القرآن الكريم أكثر من مرة، ففي سورة آل عمران، يقول الله تعالى: "ربي أني نذرت لك ما في بطني محرراً"، والمقصود بها (خالصاً/ مطلقاً)"، وفي سورة النساء يقول المولى: "وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ أَنْ يَقْتُلَ مُؤْمِنًا إِلَّا خَطَأً ۚ وَمَنْ قَتَلَ مُؤْمِنًا خَطَأً فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ وَدِيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ إِلَّا أَنْ يَصَّدَّقُوا ۚ فَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ عَدُوٍّ لَكُمْ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ ۖ وَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ فَدِيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ وَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ ۖ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ فَصِيَامُ شَهْرَيْنِ مُتَتَابِعَيْنِ تَوْبَةً مِنَ اللَّهِ ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيماً"، وبالتالي فالمحرر هنا ليس من يعد المادة، بل من يططلقها، وهي مهمة مناطة بريس التحرير.
- الثاني: التعريف حسب المفهوم التدوالي، القائم على أن المحرر هو معد، ومصنع المادة، والذي يحولها من مادة خام لمادة جاهزة مصنعة خالية من العيوب والأخطاء، وعليه فالتحرير هنا يقع على عاتق المحرر وليس رشئيس النحرير، كما في المفهوم اللغوي المعجمي للكلمة،
- إذاً.. التعريفان الأول والثاني يعنيان: أن التحرير باللغة العربية مهمة المحرر مجازاً وتداولياً، ومهمة رئيس التحرير لغوياً ومعجمياً.

مثال:

لو طلب منك رئيس تحريريك تحرير مادة صحفية وتجهيزها من خلال تحويلها من مادة خام إلى مادة مصنعة جاهزة للتقديم، عبر صياغتها بأسلوب جيد وتعديلها لتناسب سياسة الوسيلة، وبعد ذلك أطلقها رئيس التحرير إلى جمهورها، عبر نشرها أو بثها أو إذاعتها، فمن يكون الذي حرر المادة (رئيس التحرير) أم (أنت المحرر) (الجواب باختصار).

الجواب:

حسب المفهوم المعجمي أو التركيبي (لغوي) للتحرير فالمحرر وفق هذا المفهوم هو (رئيس التحرير) الذي يطلق، وبالتالي فالمحرر (لغوياً هو رئيس التحرير)، أما حسب المفهوم التداولي للتحرير

القائم على أن المحرر من يصنع ويجهز ويحول المادة الخام لمادة جاهزة للنشر، فالمحرر هنا هو (الصحفي/ المطلوب).

بعض تعاريف التحرير:

يعد التحرير التحرير عملية اختيار وإعداد الوسائط المكتوبة والمرئية والصوتية والفيلمية المستخدمة لنقل المعلومات.

ويمكن أن تشتمل عملية التحرير على التصحيح والتكثيف والتنظيم وغير ذلك من التعديلات التي يتم إجراؤها بهدف إنتاج أعمال صحيحة ومتسقة ودقيقة ومتكاملة، وأغلب المحررين يكون لهم نمط مفضل غالباً، ما يحدد اختيار قاموس ودليل أسلوبي، وهو الذي يعتبر بضمة للصحفي ومفتاح أسلوبيته.

وباعتبار الصحفي يقدم خدماته للجمهور كما يقدم المطعم وجباته لزبائنه، يجب أن تحقق له الخدمة المقدمة الإشباع والرضى والذائقة المطلوبة، وهذه الخدمات تدعى بالأنواع الصحفية أو الفنون التحريرية، ومن هنا يعرف التحرير بأنه إعداد الرسالة الإعلامية التي تنتقل إلى الجماهير عن طريق وسائل الإعلام، بهدف تزويد المتلقي بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ومن خلال عملية عرض فني تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

ويمكن اعتبار التحرير عميلة نتاج في فن التعامل مع المادة الصحفي، كما يعرف البعض التحرير الإعلامي بالعملية اليومية التي يقوم بها المحرر بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة التحريرية أو المعلومات اليت جمعها من المصادر المختلفة، عبر الأسكال التحريرية المناسبة، ثم المراجعة الدقيقية وإعادة الصياغة لها، وعموماً فإن عملية التحرير تبدأ فور عملية الكتابة بعد جمع المادة، بالشكل الذي يختاره بنفسه.

تعريف الأنواع الصحفية المستخدمة في التحرير الإعلامي:

"الأنواع الصحفية هي أشكال أو صيغ تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة ، ولها طابع الثبات والاستمرارية ، تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل ، وتسعى إلى تقديم وتحليل وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات ، هادفة بذلك إيصال رسالة محددة إلى القارئ ، موجهة إلى ذهنه ومشاعره ، بقصد إيجاد أو ترسيخ قناعة محددة لديه ، ومن ثم تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة ، وبالتالي دفعه لأن يسلك سلوكا يتوافق مع هذه القناعة ... " .

وبالتالي دراسة نظرية الأنواع الصحفية توضح خصائص ومزايا الأنواع الصحفية المختلفة، وتبين مقدرة كل نوع صحفي على التأثير ، ويجب على الصحفي معرفة متى وكيف ولماذا يستخدم هذا النوع

الصحفي بالذات ، وتنوع الواقع وتنوع الحاجات الإعلامية لدى القارئ، وتنوع وسائل وطرق التأثير عليه، وتنوع وتعدد الوسائل الإعلامية فرضت تعدد الأنواع الصحفية.

خلاصة نظرية الفنون الصحفية:

- هي أقدم نظرية إعلامية فرضتها الممارسة التطبيقية للمهنة.
- الأنواع الصحفية التي تحول إليها المضامين المختلفة، لتقدم إلى الجمهور وهي تتطلب فناً إبداعياً، لذلك تدعى فنون صحفية، وهنا يتبين أن الفن الصحفي ابتكاري بكل معنى الكلمة، فالسؤال الذي يطرحه الفنان الصحفي دائماً هو كيف يمكن أن تصل هذه المعلومات إلى الجمهور بطريقة مفهومة ومستساغة؟ بمعنى بطرفي معادلة صعبة (ابتكار وإبداع مع بساطة ووضوح) وبأي نوع صحفي يمكن أن تحرر.
- الفنون الصحفي أو الأنواع الصحفية التحريرية هي رؤية جديدة للعالم، تنطبق مع رؤية الشخص العادي، بمعنى أن الفنان الصحفي يترجم المصطلحات الجامدة المجردة المعقدة، إلى مصطلحات الواقع الفعلي النابض بالحياة، مفهومة لأبسط شرائح الجمهور..
- الأنواع الصحفية هي الشكل الذي تقدم من خلاله الصحافة خدماتها للجمهور.
- الفنون الصحفية (الأنواع الصحفية) تعرف بأنها "صيغ تعبيرية"، يعبر فيها الصحفي عن المضمون الذي يرغب بتقديمه للجمهور من خلال نوع صحفي، يحمل فكرة ويصاغ بتعبير، ما يجعل التحرير هو التفكير والتعبير.
- الأنواع الصحفية هي قواعد علمية راسخة لا يمكن كسرها، لا تتغير قواعدها، ما يؤكد أن الثبات سمة للفنون الصحفية، فهي ذات قواعد لا تتغير، فالخبر هو الخبر منذ قبل الميلاد وبالخصائص نفسها حتى اليوم، وما تغير في مرونة التحرير أساليب تقديمه وليس سماته وبنيته، وبالتالي لا يمكن تغيير قواعد النوع.. لكن يمكن خلق نوع جديد لو اضطر الأمر بقواعد جديدة، متى استلزمت احتياجات الجمهور هذا النوع.. لكن دون خلط بين الأنواع الصحفية، فلا يجوز أن يحرر الصحفي خبر مقرر (جمع بين الخبر والتقرير) أو تقرير معلق (جمع بين التقرير والتعليق)، لكن لو كانت الخصائص الجديدة مرغوبة نحدث نوعاً جديداً لها.
- من أهم صفاتها التماسك..
- النوع الصحفي لا يموت إلا إذا انتهت الحاجة الجماهيرية له، وهذا نادراً، وهنا يذكر أن ثمة صحفي يدعي "جيل إيدي" وضع نظرية بعد انهيار القطب السوفيتي في العالم وبقاء القطب الأمركي الأوحد مسيطر يقول فيها "بموت الخبر"، مع نهاية الصراع البارد، لكن لم يكن ذلك صحيحياً، وسرعان ما

اعتذر عن نظريته خاصة مع تصاعد صدام العالم "في أفغانستان، وأحداث برجي التجاري العاملية في 11 سبتمبر، وتسونامي أندويسيا، واحتلال أمريكا للعراق وحربها في الخليج..

- تتضمن أي مادة صحفية حجم من العناصر الآتية: (المعلومات والحقائق والوقائع والتوصيفات والتحليلات والتفسيرات والشروحات والتعليقات والآراء)، ومدى وجود كل منها يتحدد حسب طبيعة النوع، فالخبر مثلاً معلوماته وحقائقه أكثر، والرأي الظاهري فيه ممنوع، بينما التعليق يركز على التفسير والشرح للمعلومات، يعني المعلومات فيه ثانياً بعد الرأي الصحفي الأولولية، بالمقابل يركز المقال على التحليل المتعمق.
- وتستند نظرية الفنون الصحفية في تحديد كميات العناصر الموجودة في كل نوع إعلامي (معلومات – حقائق– وقائع– توصيفات– تفسيرات– تحليلات– رؤى معمقة – وربما استنتاجات وأحياناً تنبؤات (نادرة) وصولاً للوثائق والمستندات والإثباتات الناجمة عن التحري والتقصي والتحقق في قضية لدى البعض مصلحة في إبقائها طي الكتمان،....، ونسبها إلى قانون جدلي عام، قائم على أن طبيعة التراكم الكمي للعناصر يؤدي في لحظة ما إلى تغيَر تركيبتها، وأن هذه الصيرورة هي التي تحدد نوعية المادة الإعلامية وهوية النوع الإعلامي.
- وتفترض هذه النظرية أن جميع العناصر موجودة في المواد الإعلامية، وموجودة بالتالي في الأنواع الإعلامية كافة، وأن تحديد النوع لا يتم من خلال وجود هذه العناصر من عدمه، وإنما من خلال نسب هذه العناصر وكمياتها وأحجامها وعلاقاتها المتبادلة، فكل نوع صحفي يجب أن يحتوي محددات ومكونات تميز هذا النوع الصحفي.
- الصحفي الذي يمايز بين الأنواع الصحفية وكيف يحقق كل نوع ومتى يأت هذا النوع ومتى تنتفي الحاجة إليه، هو الصحفي الممارس الأكاديمي الذي يستطيع تلبية رغبات واهتمامات واحتايجات وإشباعات جمهوره، والصحفي المحترف يقدم مكّونات فنه التحريري باحتراف واضح لا لبس فيه
- قد تقترب بعض الأنواع التحريرية من بعضها البعض، إلا أن الحدود الفاصلة بين الفنون التحريرية واضحة تماماً، ومن هنا عندما يمتلك المحرر أدواته التحريرية ويمارس عمله باحتراف يصل إلى مادة تحريرية واضحة المعالم تؤدي الغرض منها بدقة؛ لأن الخبر الصحفي له أهداف ينبغي تحقيقها، تختلف عن أهداف التقرير على سبيل المثال.. لذا لا يمكن للمحرر الصحفي أن يحرر خبراً ليحقق أهداف التقرير، أو أن لا تظهر هوية المادة التحريرية بوضوح، أو أن تكون فن هجين غير واضح المعالم.

ويختلف التحرير بين نوع وآخر حسب كطبيعة الاتصال، حيث يوجد الأنواع التالية في التواصل الإنساني:

- الاتصال الأدبي: الشعر والقصة القصيرة والرواية والنثر والمسرح والخاطرة والمقامة
- الاتصال العلمي: الكتاب والأطروحة والدراسة والبحث العملي والورقة البحثية والدرس التعليمي.
- الاتصال العامي: ويتضمن المحلي والزجلي وكل أنواع اللهجات المحلية بخصوصيتها الإنسانية.
- الاتصال الإبداعي: الذي يتضمن الاتصال الإعلامي

الأسلوبية في التحرير أهم قواعد التحرير:

مهما يكن تعريف التحرير يجب اعتماد الصحفي في التحرير على أسلوبيته ليكون بصمة خاصة فحسب الحكمة الهندية القديمة التي تقول تلمس أربعة أضراء فيلاً ضخماً.. وحينما وصفوا الفيل كل وفق ما تلمسه وشعر به، وبشكل مختلف عن الآخر، فالأول قال: الفيل كخرطوم نبع غزير، والثاني قال القيل كالجولان الفولاذي الطري، أما الثالث فقال الفيل قوائم رخام لحمية، بينما وصف الرابع الفيل بأنه كالطبل الإفريقي البلدي الكبير.. وهنا كل وصفه بطريقة مختلفة، فأول ذهب إبلى خرطوم الفيل، والثاني إلى آذان الفيل، والثالث لقوائمه، والرابع لبطنه المنفوخ.. وهذا يتوافق مع خصوصية التحرير الإبداعي، وأسلوبيته الخاصة.

المنافسة بين الإعلام ووسائله المختلفة ودورها في التحرير:

أدت المنافسة بين وسائل الإعلام إلى تطور أساليب التحريرير، خاصة مع وصول قطار الاتصال السريع ممثلاً برأس قاطرته مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا كان مفيداً إيجابياً لتطوير الوسائل الإعلامية، وزيادة قدرتها على الاستمرار والمنافسة، فالمنافسة تحرك المياه الراكدة، ما ينعكس بطريقة مساعدة لتطوير مضمون وشكل الرسالة الإعلامية، أي نصاً ولغة وأسلوب تقديم، لكن في الوقت نفسه يمكن أن يكون لهذا التأثير أبعاد سلبية عديدية، أحياناً تتعدى الجوانب الإيجابية وتمسح كل حسنات إفادتها.

وإذا كان البعض يرى أن الصحافة الورقية الأقدم بين وسائل الإعلام الجماهيرية، تعود إلى عصر مضى، وتعاني اليوم سكرات الموت، وإنقراض الصحافة المطبوعة بات وشيكاً على اعتبار أن الوسائل الحديثة تشكل بديلاً طبيعياً بحسب قانون التطور الطبيعي، من هنا فإن استمرار الصحفيين الذين ولدوا في ظل ما يسمى اليوم الصحافة التقليدية لن يكون إلا عبر نظرية وضعتها الصحفية بيج فينوكان العاملة منذ 29 سنة في الصحافة الورقية، وعنونتها بمصطلح "ثقافة الديناصورات"، وخلاصتها: "إن أهل المهنة كي يضمنوا المنافسة لا بد لهم من دروس في ثقافة للديناصورات المتهالكة، الذين بعد الانقراض يتعلمون للاستمرار أدوات جديدة"، وهو ما أطلقت عليه لقب "ثقافة الديناصورات"، وعليه كي يستمر هؤلاء ولا يكون مصيرهم كالدينوصورات:

- إتقان أساليب وأشكال وأدوات وتكنولوجيا التحرير الجديدة، ومواكبة صحافاتها المتجددة.

- المحافظة على العمق الإنساني الذي اكتسبوه خلال ممارستهم مهنتهم ذات الأصول الراسخة، وعدم الانجرار وراء التفاهة الإعلامية، وهذا لا يلغي ولا يتناقض بمع يراه الكثير من الصحفيين والمتخصصين الإعلاميين بأن الصحافة المطبوعة وعاء فكري تثقيفي كانت ومازالت وستبقى وسيلة إعلامية ذات عمق مضموني ودور حضاري.

إذا منطلق النظرية الجديدة قدرة الإعلام التقليدي على مواجهة الإعلام الجديد، وتحصل جماهيريته، ومتابعته العالية، ومشاهداته وإعجاباته وتقيرات جمهوره الضخم، رغم مضمونها الغث التافه كزبد البحر، وهذا يدفع للانخراط في هذا النوع من نظام التفاهة الإعلامي، وهو ما ولد الانجرار في خط أطلق عليه (الاتجاه إلى الصحافة التجارية) **Commercialization of the press**، التي أدت إلى اختفاء روح الصحافة، فالروح الجديدة التي تهتم بالمنافسة أدت لظهور مصالح تجارية في التسويق (شورنزاليزم بدل جورزناليزم)، بمعنى صحافة الفرجة التي تسعى لحصد المتابعة دون مضمون قيمي، أو الصحافة الخاصة بالعلاقات العامة، وربما الخاصة التافهة، التي تبيع خصوصياتها، وتنتهك هذه الخصوصيات بنفسها مقابل الحصول على متابعة تجلب لها ربح مادي، وفي عرضها لخصوصيات الناس التي من المفترض أن لا تهم إلا أصحابها ولا تعني أحداً غيرهم لكن تجلب فرجة الفضوليين والذين لديهم حس تحرش بخصوصيات الآخرين لمقارنتها بعالمه أو لداعي الفرجة على حكايا الناس، وربما أعراضهم، لا أكثر ولا أقل، وهنا ليس مبالغة تشبيهها بالأنثى الجملية التي تبيع خصوصيات جسدها أو ملابسها الخاص الداخلية أمام كمبرات الاتصال الشخصي، لتعرضها على الاتصال الجماهيري، فلا بد أن تكسب متابعة لبيع خصوصياتها وانتهاكها بذاتها متعمدة لهذه الخصوصية، وهو إدخال الأخرين في خصوصية ل من المنطق ألا يتسجيب لها إلا أصحابها، بمعنى تخيل أنك بمواصلة عامة تقول لمن بجانبك وأنت لا تعرفه، هل تعلم ماذا حدث معي اليوم، لابد أن ينظر إليك نظرة اسهزائية، ويخبرك دون لباقة (أنا ناقصك/ ما علاقتي) عكس الصديق المقرب الذي يقول لك أخبرني كلي آذان صاغية، ما يعزز نظام التفاهة الإعلامي، ويعني الانتقال من:

- جو (رناليزم) عرض خدمة الناس
- شو (رناليزم) .. فرجة الربح من الناس

والمقصود هنا مخاطبة الجميور كزبائن أو كمستهلكين لديهم مصالح خاصة وليس كمواطنين يتقاسمون مصالح حيوية في الحياة العامة، وهذا أدى إلى التقليل من دور الصحافة كممارسة عامة **Public Practice**، والهدف مادي تسويقي، بدل هدف سامي لصحافة يطلق عليها سلطة رابعة، غايتها تحسن حياة الناس، وهذا يعيد إلى استخدامات الراديو الأولى في عصر ماركوني قبل أن يصبح وسيلة اتصال ماعهيرة يحينما كان مقدترنيد يشترون الجهاز للبث والاستقبال، ويبثون عليه لمن لديهم جهاز استقبال من أصدقائهم الخاصين وأحبائهم الشخصيين لوعات غرامهم، أو تفاصيل حياتهم، ومواعيدهم اليومية.

وهنا لا تجادل في نظرية مضى الزمن الذي كان يقال فيه للجمهور (خذ هذا لأنه في مصحلتك) بل يقال له اليوم (خذ هذا لأنك طلبته وتريديه) فأنت تقرر ما ينفعك ويفيد مصالحك، لكن دون الاتجرار في نظام التفاهة الكوني.

إذاً لتحقيق التحرير أهدافه المأمولة تتقاطع خطوطه الإبداعية في مدرسته التقليدية مع المدارس المعاصرة، زمن المنافسة الشرعية بما يلي:

- الناس تحب سماع قصص الناس لا أخبارهم.
- الجاذبية الشخصية للرويات الفردية
- حب التطفل لدى الجمهور
- حس الفضول العالي للجمهور.
- الخصوصية تساعد في اتقبل.
- الجمهور بحاجة للتشويق أكثر من حاجته لكم معلوماتي .
- الخشية من الدسم الإعلامي لايلغي إدمان التعرض.

خلاصة المنافسة تأثيرات متبادلة:

أدت التحولات في البيئة الإعلامية بشكل عام إلى تأثيرات انعكست في طبيعة عمل الصحافة الورقية، وحول تأثيرات هذه التغييرات يقول جين روبرتس **Jen Roberts** مدير تحرير صحيفة نيويورك تايمز: " **New York Times** إن العديد من الصحف لم تعد تحصل على تلك الأرباح العالية التي كانت تكسبها من دورياتها المشيورة، فخفضت عدد موظفيها وضغطت المساحة المخصصة للتغطية الإخبارية. وتحاول الصحف الورقية أن تسلك في هذه الآونة طرقاً مختصرة يمكن أن تكون يوماً ما انتحارية، حيث تتخلى عن تغطيتها للأشياء الأساسية في العمل الصحفي، وتسير في طريق التفاهة، وهو ما أطلق عليه مارفين كالب/ **Mervin Kalb** عميد كمية الصحافة في جامعة هارفارد **University Harford** التوجه نحو التجارية في جميع الأخبار ما قوض قيم ومعايير الصحافة، هو نفسه ما أشار إليه بيتر ديبيرا **Peter Debeara** خبير الإعلام الكندي وعميد كلية الصحافة في جامعة ويسترن أونتاريو **Western Ontario University** إلى أن الصحافة المطبوعة تواجه مرحلة تحديات خطيرة، وبدورها أكدت دارسة ديفيد وجن **Janna and David** أن ظهور الصحافة الإلكترونية أدى إلى وجود اختلاف في قيم ومعايير النشر الإعلامي، وأن الاعتماد على السرعة في النشر والرغبة في ملاحقة الجديد بشكلَ دائم أثرت في تغيير معايير وأخلاقيات مهنة الصحافة، لأنها تخل بمعايير الدقة والمصداقية التي تعتبر دائماً إرث ومن أهم الأمور التي يجب مراعاهيا في الصحافة المطبوعة، ما

أوصل لنظام التفاهة الإلكتروني، من يرى أن كل شيء خاضع للفكر التجاري لن يبالي ببيع نفسه أو سرقة الآخرين

إن التأثيرات السابقة حسب نتائج الدراسات الجارية، سببه التحول إلى طريق المعلومات السريع، **High Way Information**، فكلما زدادت السرعة زادت الحوادث والمخاطر الاتصالية، والانقلاب عن المسار الصحيح للخدمة العامة باتجاه الخدمة التجارية،، وهو تحول لا ينحصر في نظام متطور، بل يتعداه ليشمل شبكات اتصال تربط كل الناس ببعضها، وتسمح لكل فرد بأن يحصل على إعلام خاص به، في عصر صحافة المواطن، التي تشتمل على كل ما يريده، أو يحتاج إليه.

والخلاصة من يبقى يسير في التافه فهو يعرض نفسه لأن يكون كالزبد يذهب جفاء، ومن يبقى في الجامد سيعرض نفسه لأن يصبح معزولاً غير مرغوب به وبشكله وصولاً إلى انعكاس ذلك على محتواه، وعليه فإن الحلول المقترحة لمواجهة التفاهة الإعلامية التي ولدتها المنافسة مع الإعلام الجديد والسير في طريق المعلومات السريع بسرعة المخاطر وحوادثها، يتجلى في:

- استغلال الخصوصية التكنولجية للوسيلة عبر توظيف إمكانياتها بالشكل الأمثل.
- استغلال أسلوبية المحرر كإعاة بناء وتراتبية وصياغة ولغة وتداخل معرفي وشكل تقديمي في تحويل المادة الجامدة.. الجافة.. الرسمية.. المملة.. إلى متحركة ذات جاذبية وقدرة على جذب الانتباه والمحافظة على مستوى الاهتمام، انطلاقاً من مقولة: لا يوجد مادة صحفية جامدة.. جافة.. رسمية.. مملة.. لكن يوجد محرر صحفي جامد.. جاف.. رسمي.. ممل..
- البحث عن القيم الأعلى للمضامين الصحفية، بما يؤهل لمحتوى ذي نسق قيمي يؤهل للمتابعة، كالصراع والإنسانية والإثارة والغرائبية والطرائفية والقيم المرئية الداعمة.....
- عدم الانجرار وارء التجارية الفارغة بل التجارية المثمرة، التي تبيع وتشكر وتحمد على ما تبيعه، لكن ليس التي تبيع أخلاقها وخصوصياتها بغية العرض التجاري.
- الهرولة مع التشويق اللفظي البصري السمعي البنائي، دون الوقوع فريسة حادث سير في طريق المعلومات السريع.
- استخدام أدوت التواصل الاجتماعي الجابة مع المحافظة على العمق الإنساني، وهذا يعني إمكانية استخدام المقاطع ذات الجماهيرية والعروض التي حققت مشاهدت مع مان وعها في السياق الصحيح الذي يسير في طريق الحداثة بأزياء الموضة لكن لا ينسى غاية وأساس الاتصال الإنساني المتجلي بالوصول إلى المقولة الهادفة.
- العمل على تقديم فلترة إعلامية، في ظل تقديم الكم الكبير الذي يتلقاه الجمهور من مضامين متعددة المعلومات ومتنوعة الآراء تجعله متمكناً من الوصول بطريقة أسهل من السابق، لكنه في الوقت نفسه يصاب "بدسم فكري"، وفق ما تراه نظرية "**More Media**" مزيداً من الإعلام (الثراء

الإعلامي) وصولاً إلى الإشباع "**gratification**"، ما يجعل عملية التعاطي معه مصابة غالباً بعسر هضم، فلا يعرف انطلاقاً من آلية معالجتها كيف يتعامل معها أو كيفية توظيفها، وهذا يؤدي إلى "جمود فكري" يتطلب تشغيل مهارات إضافية، لم تكن ملحة الحاجة في زمن التلقي المحدود، بقوام الوعي والتركيز والتفكير بذكاء، أو الاعتماد المركز الهادف لتحقيق غايات نفعية محددة، عكس اليوم؛ حيث تزداد دوافع التعرض الطقوسية والاستخدامات العامة لوسائل الإعلام التي ترمي رسائلها بتخمة، فبدل أن تكون مساعدة لتحقيق غايات التواصل لدى المستقبل، تكون معيقة لذلك، وهذه العملية تشبه عملية ضخ المياه التقانية، فحين يكون النهل من السلسبيل الرقراق الهادئ، ككأس زمزم، تكون السقاية محققة لفوائدها المروية، لكن حين تكون المضخة قوية وغزيرة الضخ فإن محاولة الشرب منها قد تؤدي إلى الاختناق، ومن الطبيعي أن يكون هناك أيادي خفية وراء من يوفر الضخ، ويتحكم في قوته، وهذا ما تفعله وسائل الإعلام الغزيرة اليوم عبر ضخ رسائلها بقوة، وأهداف مخفية يوجب التعامل معها بحرص وذكاء وتفكير ناقد، وإلا فإنه على الأقل سيصاب المستقبل بالشردقة، التي قد تصل حد الاختناق الفكري والنفسي سواء على صعيد الفرد أو الجماعة أو المجتمع، ومن هذه المواربة اللغوية ذات البلاغة التصويرية يأتي تشبيه أسالبي الحول التحريرية الجديدة الإعلامية بأنها توازي الفلترة، وعمل الفلتر، الذي ينقي المياه لتصبح صالحة للاستخدام.

- توظيف الصحافة الجديدة كصحافة البيانات وصحافة الحلول والصحافة البينائية وصحافة الموجو وصحافة السلام وصحافة التغطية القلبية للكوارض الإنسانية وصحافة النعاير الإخصائي لتغطية الانحراف ضمن أسس التغطية ما يضمن المتابعة له1ذا القضايا دون الدخول في مواقع التفاهة والاستغلال أو حتى الحد من خطاب الكراهية، وبث السم في الدسم كما تقول نظريات الإعلام القديم.

أهداف التحرير الصحفي:

يهدف التحرير الصحفي كعملية فنية ذات خطوات وقواعد إرشادية ثابتة تحقيق ما يلي:

1) الهدف الأولوية: جعل النص الصحفي يتناسب وسياسة الوسيلة.
2) الهدف الأهم (الأسمى): جعل النص يروق لقارئ الصحيفة ويلبي اهتماماته ويشبع رغباته.
3) هدف الثقة الذي يتحدد في زيادة مصداقية الجمهور، عبر تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات، لهذا يتوجب تدقيق النص ومراجعته من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
4) الهدف الأكثر صعوبة: جعل النص يتناسب والمساحة المحددة له.

5) الهدف اللغوي الأساس الواجب كفرض الأكثر إلحاحاً وتركيزاً: تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.

6) هدف الأسلوبية عبر خلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام.

7) الهدف الفني: تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

ميزات التحرير الإعلامي:

- إبداعي.
- تفاعلي.
- فكري.

سمات التحرير الإعلامي:

1- يتناسب ودورية الوسيلة.
2- له خصوصية الآنية التي تختلف بين نوع وآخر.
3- مراعاة التوجه لقارئ متوسط.
4- يراعي المساحة المحددة.
5- يتناغم والضوط والاعتبارات التي تحيط بالوسيلة.
6- يدخل فيه العامل الذاتي.
7- له قواعد ثابتة تحكمه لا تتبدل.

العناصر الأساسية التي تميز المادة الصحفية: وتحدد النوع الصحفي:

1- الموضوع: موضوع المادة الذيب يمكن أن يعالج بواسطة أكثر من نوع صحفي .
2- الشرح والتفسير: لا تخلو مادة صحفية من هذا العنصر، لكن نسبته تختلف من نوع إلى آخر.
3- التعليق والتحليل والتفسير: أيضا يوجد بهذه النسبة أو تلك في كل مادة صحفية، ويقوم بدور هام في تحديد هوية المادة الصحفية .
4- الحقائق والوقائع: لا تكاد مادة صحفية تخلو من الأخبار والحقائق والوقائع، وقد تكون مقصودة بذاتها كالخبر مثلاً، وقد تستخدم كأساس يقوم عليه التحليل (كما في التعليق أو المقال)، أو كمادة للتحليل (كما في التحقيق)، أو كموضوع للحوار (كما في الحديث الصحفي).
5- الأسلوب: إن الأسلوب الصحفي يتباين من نوع صحفي إلى آخر، ومن موضوع إلى آخر، هل يمكن مثلا أن نكتب المقال الافتتاحي بذات الأسلوب الذي نكتب به الخبر؟

6- العامل الذاتي: لا يمكن أن توجد مادة صحفية إلا وتحوي هذا القدر أو ذاك من الرؤية الذاتية سواء من حيث رؤية الحادثة أو الزاوية التي ينظر منها إلى الحادثة ، أو الأسلوب المستخدم في عرض الحادثة.

7- الحجم والزمن: تختلف المواد الصحفية من حيث الحجم في الصحافة المكتوبة، ومن حيث الزمن المخصص للبث، إن طول أو قصر الفترة المخصصة للبث، أو طول وصغر المساحة المتاحة للنشر عنصر هام يترك تأثيره على المادة الصحفية.

العوامل التي تحدد استخدام الأنواع الصحفية :

1- الآنية: أي مدى ارتباط الموضوع بمجرى الأحداث الراهنة ، والخبر الصحفي هو الأفضل لتحقيق أقصى قدر من الآنية في إيصال المعلومات ، كما أن الأنواع الأخرى لها بنيتها الخاصة باعتبارها تواكب الأحداث الراهنة .

2- الفاعلية: تختلف الأنواع الصحفية من حيث الفاعلية أي التأثير، ومعرفة الصحفي فاعلية كل نوع صحفي شرط ضروري لمعرفة استخدام الأنواع الصحفية، فالخبر فاعليته تتجسد من خلال تقديم الوقائع، والتعليق يحلل الواقعة، والتحقيق يكون فعالا إذا استطاع أن يدرس ظاهرة أو مشكلة معينة، يعرضها، يفسرها، يحللها، يقدم الحلول لها.

3- الشمولية: تختلف من حيث أبعادها في كل نوع صحفي فمثلا الخبر يعكس الواقعة، التعليق يعكس الواقعة ويقدم رأيا حولها، المقال يعكس بعدا أكبر ويعيد الواقعة إلى أساسها ويربطها بالجذور، والتحقيق يأخذ الواقعة كجزء من ظاهرة، يوسع الأبعاد، ويزيد الشريحة شمولا.

4- الجمهور: عند تحديد النوع الصحفي يجب أن نعرف من هو الجمهور المتوقع لهذا النوع الصحفي، والفئة أو الفئات التي تهتم بهذا الموضوع ، وخصائصها ، وموقفها من الموضوع.

5- الاستمرارية: القضية التي تثار قد تأخذ طابع الاستمرارية، واستمرار معالجتها يؤكد الاهتمام بها.

6- خصوصية الوسيلة الإعلامية: لكل وسيلة إعلامية خصوصية تعود إلى خصوصية جمهورها، وتعود إلى خصوصيتها التكنولوجية "صفات قارئ الجريدة ، صفات مشاهد التلفزيون".

7- على الصحفي أن يدرك العلاقات المتبادلة بين الأنواع الصحفية (من حيث الموضوع ومجال التأثير والشمول والفاعلية).

خصائص التحرير الإعلامي:

1) إن التحرير الإعلامي ينطلق من مناسبة خصوصية النوع الصحفي وسماته، إلى مناسبة سياسة الوسيلة التحريرية، التي تعتبر البوصلة الموجهة للتحرير، والحددة للخيوط العريضة التي تحيكه،

وتحدد استراتيجيته وطرائقه، كما تحدد المراحل التفصيلة لعمليته المهنية، كالصياغة والكتابة، وصولاً إلى اختيار العبارات والمفردات والألفاظ والكلمات.

2) ثمة خصائص مشتركة للتحرير في كل وسائل الإعلام، بغض النظر عن الوسيلة الإعلامية التي تقدم فيها المادة المحررة، لكن هذا دون تجاهل الخصوصية التكنولوجية لكل وسيلة تفرض نفسها على التحرير ليكون لك وسيلة أساليبها الخاصة، وأدواتها وطرائقها التحريرية التي تمتاز فيها، وهذا يعني أن خصائص الأنواع لا تختلف باختلاف الوسيلة المقدمة من خلالها، فأهم خاصية لأي نوع الثبات والاستقلالية، لكنها تختلف بطريقة تقديمها وأسلوب عرضها وصيغة بنائها.

3) إن التحرير الإعلامي يرتبط بآلية بناء المادة الصحفية، انطلاقاً من مناسبة خصوصية النوع الصحفي وسماته، قبل مناسبة سياسة الوسيلة، ‘لى تحقيق رضا المتلقي، وسهولة تلقيه، ومن ثم يأتي توظيف تكنولوجيا الوسيلة ومثيراتها الخاصة (طباعية أو تليفزيونية أو سمعية أو إلكترونية) لتشييد هذا البناء على الشكل الأمثل، فمثلاً: في الراديو في الصحافة الورقية القول في الخبر: (بإشارة من يدها ودعت هذه المرأة ابن أخيها، وكل ما تلك في دنياها، الذي رحل قسراً عن مدينة بيت لحم، بعد اتفاق فلسطيني إسرائيلي، برعاية أمريكية، وضغوط من الفاتكيان، ينص على توزيع المحاصرين 12 إلى ست دول أوربية)، لأنني لا أرى المرأة، وبالتالي لا أعرف عن أي امرأة يتحدثون، فهي مجهولة، لكن في التليفزيون تصبح معلومة، لأن صورتها تظهرها، ورما مكتوب اسمها، وخلفها الحرم القدس، فأعرف حتى مكانها، ومستواها الاقتصادي الاجتماعي... ... وبالتالي تختلف الكتابة للعين تختلف عن الكتابة للأذن عن الكتابة للتصفح عن الكتابة للقراءة..

4) ما يحدد أولويات عناصر التحرير هو طبيعة الجمهور واهتماماته، فإذا كان جمهوري سوري، يجب أن أبدا من سورية سوات فازت، أو خسرت، أو صدرت، أو استورت، أو استقبلت...

5) لا يرتبط التحرير فقط بسرد الكلمات، وصياغة التعابير، وبالعملية البنائية اللغوية والقواعد الكتابية التعبيرية، لكنه ينطلق من دراسة المناحي الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للجمهور الذي يحرر إليه الخدمات الصحفية، فالجمهور وحاله الفكري وما يحتاجه وينظر إليه ويهمه ويسعى لمعرفته هذه اللحظة، هو من يحدد أولويات صياغة كلمات التحرير، كما يحدد منطلقاته، فإذا كان الجمهور ينتظر استيراد مادة على أحر من الجمر، فلابد من خبر الاستيراد والتصدير أن يبد باستوردت، ولو أن الاستيراد ماد يتطلع إليها الجمهور "كالفيول" في ظل انقاطع التيار الكهربائي لأصبح العنصر الإخباري هو الأهم، وعلى النقيض لو كان عنصر التصدير هو الأهم للقطع الأجنبي وانخفاض الأسعار، لأصبح لازماً الانطلاق منه، وهذا ما يبرر أن التحرير هو التفكير، فالتفكير في يهم الناس ويتطلعون إليه.

6) التحرير قواعده مرنة، قابلة للتغير، والتدبل/ ومنفتحة على التجارب التجديدية، والفكر الخلاق المبدع.

7) لا يقبل التحرير مضطلح القولبة كترجمة لقوالب بنائه بل مصطلح الصيغ التحريرية، وبشكل أقل الأساليب التحريرية، فقواعد التحرير لا يقولب الصحفي ويحد إبداعه، بل تساعده عل انطلاق فكره الخلاق، وبالتالي هي إشارات ضوئية تنير للصحفي الطريق ولا تلزمه للسير في طريق محدد نهائي يصبح فيه مسير وليس مخير، فمثلاً قالب مثل الهرم الملقوب، يقول لصحفي انطلق من الأهم فالأقل أهمية، لكنه لا يحدد له من الأهم وكيف تقيم الأهمي، التي تترك للصحفي مفاتيح اختيارها، وقالب مثل الوول ستريت جورنال يحدد الانطلاق من الفرد، لكن لا يفرض الفرد ومكانته من أحداث الخبر، لهذا تشبه القوالب التحريرية بالسائق الذي يسير في طريق معتم، فإذا كان يعرف طبيعة الطريق ومنعطفاته ومطباته، استطاع الوصول بشكل أسرع وأكثر أماناً، عمس لاذي يسير فيه للمرة الأولى، وهو معتم، وهذا الفرق بين الذي يعرق ويتقن القوالب التحريرية وبين الذي لا يعرف إليها سبيلا، وهذا أيضاً بحدد من يراها قوالب جاهزة ومن صيراها صيغ وأساليب إبداعية

8) يبقى التحرير قلب المهنة ودعامة الاتصال الجماهيري الأولى، وقلبه النابض وعمود فقري الممارسة الإعلامية، وجوهر النشاط الإعلامي، فعبره يتم تشكيل الحياة بكل فروعها، وتلوناتها في نسيج لغوي، وغير لغوي.

9) يخرج التحرير من سياق كونه علية كتابية أو صياغة لفظية فقط ليصبح من خلاله عمليات تتضمن الرصد والملاحظة والتفسير والترجمة والتحليل لما يجري على أرض الواقع، وسلسلة متواصلة من مسارات التفكير الاجتماعي، والتي تجعل الفهم الاجتماعي نسيجاً محكم السرد ومترابط الخيوط.

10) التحرير الإعلامي نتاج فريق كامل ومتكامل ومجموعة متخصصة تؤدي أعمال التحرير بشكل جماعي، لأن النص بات يحتاج إلى عناصر تأقلم مع طبيعة الوسيلة الإعلامية، وتزداد هذه الخاصية مع الوسائل التقنية التي تتطلب عكل فني كالتليفزيون والراديو وصولاً إلى النص فائق الجودة الإلكتروني، مقارنة بالمطبوع.

11) التحرير هو وسيط اجتماعي، كما أنه اتصال إبداعي، للا يتقاطع مع الخيال الأدبي، أو الجمود العملي، لكنه يقاسمهم الجودة وجمالية الزائقة اللغوية الأدبية، والرصانة والدقة العملية.

12) كما نوع الوسيلة وخصوصيتها التكنولحية أثروا في التحرير فكذلك ثمة تأثير لتخصص الوسيلة في التحرير الإعلامي، ودورية صدور الصحيفة في التحرير الإعلامي، فالوسيلة التي تصدر يومي غير التي تصدر أسبوعي، وها يجعل التحرير وقواعده لكل منها مختلفة.

مرتكزات فلسفة التحرير الإعلامي:

1. التحرير علم وفن، فهو فن له إبداعه وفنياته، وعلم له قواعده الثابتة والراسخة.
2. يحتل التحرير الإعلامي موقعاً مركزياً في الإعلام يجعله مسيطراً على العملية الإعلامية ومسيراً لمكوناتها الأخرى، فالتحرير أساس الممارسة المهنية ويحتل موقعاً مميزا يجعله يسيطر على العملية الإعلامية، باعتباره قلب المهنة وعمودها الفقري في وقت واحد، لأن النص الإعلامي بمضمونه وتحرير شكله، يبقى حجر الزاوية في أي عملية إعلامية.
3. التحرير الإعلامي نوع من الاتصال الإبداعي، ويترافق ويتجاور كوسيط بين التحرير العلمي بقواعده الرسمية القاسية الواقعية الجافة، لكن يأخذ منه الرصانة والدقة، كما يتجاوز التحرير الأدبي بقواعده البلاغية الخيالية الإبداعية ذات اللغة المسبوكة المشرقة، لكن يأخذ منه الأسلوبية والزائقة اللغوية، ولغة عامية تؤخذ بساطتها وليس سطحيتها.
4. مرونة التجديد والتطوير ومواءمة الواقع في أدوات التحرير، فهو يتمتع بمرونة وسهولة في توظيف إمكانيات الصحفي واستغلال قدرات الجمهور وتوظيف ما تتيحه الوسيلة الإعلامية وتطويع قدراتها، بما يناسب الرسالة الصحفي المثلى، وهذا سبب ظهور أساليب تحريرية جددية تتواكب مع تطور المجتمع وفكره وتقنياته ووسائله، فحينما صدر الإعلام الإلكتورني خلقت مادة رأي خاصة باهذا الإعلام جمهور وسمات وهي المدونة.
5. يواكب استخدام الخصوصية التكنولوجية للوسيلة، ويساعد على تطويع أدواتها، يعني أن الكتابة للتليفزيون بلغة الصوت والصورة، تختلف عن الكتابة للجرائد، التي تختلف بدورها عن الكتابة للمجلات، ومثلها كاختلاف الكتابة والتحرير للراديو، أو الموافع الإلكترونية، فالرسالة الإعلامية هي التي تسخر القناة وكل أدواتها لخدمتها وليس العكس، بما يضمن تحقق أكبر قدر من الفعالية، وبالتالي قوة الرسالة الإعلامية من قوة تسخيرها لإمكانية الوسيلة وخصائصها التكنلوجية، فكل وسيلة أسلوب ولغة وطريقة عرض وحجم رؤية ومدى شرح بما يتناسب وخصوصية جمهورها في الوقت نفسه، ومن هنا الوسيلة الإعلامية تمارس تأثيرها على الشكل والمضمون والأسلوب للرسالة.
6. التطور التقني الهائل الذي يشهده العالم زَّود التحرير الإعلامي بأدوات جديدة، تمكنه من بلوغ آفاق مكانية وزمانية، لم يسبق لها مثيل، وتحمله على استنباط فنون حديثة تدفعه نحو الارتقاء المطرد، ما يعني أن التطور التقني ساعد على التطور التحريري.
7. إن التحرير الإعلامي لا يعرض الواقع كما هو بموضوعيته المطلقة، لكنه يعرض بما يناسب رؤية الصحفي وسياسة وسيلته، دون أن يتعارض ذلك مع مصداقية الرسالة الإعلامية، وبلا أي تضليل،
8. لا يكتفي بالسير الموضوعي ضمن تيار الاتجاهات السائدة، بما يوافق عقلية الجمهور العام، وروح، وميوله، واتجاهاته، بل يشارك عبر في تشكيل رؤى الجمهور وقناعاته، وآرائه، ومعتقداته، ويعمل على تصويبها، أو تغيرها، أو تعديلها، والتأثير فيها، أي أن التحرير الإعلامي يخلق أنماطاً وأشكالاً

للتفكير، يستمد منها الجمهور رؤيته، وقناعاته ويشكل على أساسها اتجاهاته، وبالتالي التحرير الإعلامي لا يكتفي بالتعبير الموضوعي عن الواقع وعقلية العامة، لكن يتعدى ذلك ويتخطى ميولها، للتغيير، والتأثير، والتعديل في اتجاهات وآراء الجمهور، ومن هنا يطلق اليوم على التحرير الأب الثالث.

9. التحرير الإعلامي ليس مجرد مراقب بعيد أو راصد غريب، لكنه في قلب الحدث فاعلاً منفعلاً.
10. التحرير الإعلامي يكرس وظيفة التأريخ المعبر عن سمات عصره، فهو أول مسودة للتاريخ، إذ يمارس وظيفة التأريخ، فهو إلى جانب قدرته على التعبير عن سمات عصره، مؤرخ ذو طابع خاص، لأنه ليس مجرد مراقب بعيد أو راصد غريب، إنما في قلب الحدث، فاعلاً ومنفعلاً، مؤثراً ومتأثراً، فالتحرير أول مسودة للتاريخ
11. إن معرفة التاريخ عبر التحرير الإعلامي الجماهيري تحتاج إلى ربط الأجزاء وتجميع الخيوط وضمها، واستخدام الاستنتاج والاستقراء والتحميل والتركيب لتكوين صورة عن حالة العصر تقترب من الحقيقة، وبالتالي يحتاج التحرير الإعلامي وجودة أدائه إلى حياكة النسيج، وسبك الخيوط، وسرد الروابط، والاستنتاج، والاستقراء، والتحرير التركيبي، والتفكير العقلي والتفكير اللغوي الحسي الأسلوبي، لتكوين صورة أقرب إلى الحقيقة، طالما الحقيقة غاية لا تدرك

مراحل عملية الخلق والإبداع في المجال الصحفي:

- معرفة الواقع بشكل عميق وشامل.
- تحديد الموضوع.
- الموقف الحزبي للوسيلة الإعلامية.
- تحديد الهدف الخاص.
- وضع خطة فكرية؟
- الحصول على المعلومات (طريقة الالتقاء غير المباشر مع الواقع ، الالتقاء المباشر مع الواقع)
- اختيار النوع الصحفي.
- وضع المخطط التنسيقي.
- الصياغة الصحفية واللغوية.
- تنقيح المادة الصحفية ومراجعتها.

أهم الأنواع الصحفية:

ليست ثمة أسوارا عالية بين الأنواع الصحفية المستخدمة، إنها مجرد أشكال أو فنون أو وسائل يفرضها تنوع الواقع وتنوع الجمهور ، وتنوع الوسائل ، وتنوع سبل الإيصال والتأثير، وبالتالي فإن أشهر الأنواع الصحفية المتعارف عليها:

1- الخبر . 2 - التقرير . 3- التعليق . 4- الافتتاحية . 5- التحقيق الصحفي .
6- الحديث الصحفي . 7- العمود الصحفي . 8- الصورة الصحفية . 9- الريبورتاج .
10- التحليل الإخباري . 11 – مقال التحليل . 12- الزاوية (العمود) .
13- الدراسة الإعلامية. 14- البرنامج الإخباري . 15 – المقابلة الإعلامية .
16- اللقاء الإعلامي. 17 – المائدة المستديرة . 18 – المؤتمر الإعلامي .
19- الملف الإعلامي . 20 – الحملة الإعلامية 21- البروفيل الإعلامي .
22- أقول الصحف . 23 – الخاطرة الإعلامية .
24 – الإعلان . 25 – الكاريكاتور .

ويوضح الشكل التالي توزيع أهم الأنواع الصحفية:

أنواع التحرير الإعلامي:

التحرير الإخباري:
- الخبر البسيط
- الخبر المركب
- القصة الإخبارية
- التقرير الإخباري
- التحليل الإخباري
- الموضوع الإخباري
- البريس والأوف وكل ما يرتبط بالتي في

تحرير مواد الرأي:
- التعليق
- التحليل الإعلامي (المقال)
- الافتتاحية
- الزاوية أو العمود
- الإعلان
- الكاريكاتور
- **الدراما**

التحرير الاستقصائي:
- التحقيق الاستقصائي
- الحديث
- المقابلة
- اللقاء
- الدراسة الإعلامية
- المؤتمر/ الاستطلاع/
- البروفايل

التحرير والسياسية التحريرية للوسيلة:

ولفهم مرتكزات التحرير يمكن تشبيه الإعلام بالإنسان، الذي خلق له عينين، فللإعلام كذلك له عينين، لكن الفرق بينه وبين البني آدام أن الإنسان يستطيع أن يرى بعين واحدة، عكس الإعلام، الذي لا يرى إلا بكلتي العينين، الأولى: هي الجمهور ، وهذا يجعل الإعلام يعمل على مبدأ مهم هو "يا رضى الله ويا رضى الجمهور"، والثانية: سياسية الوسيلة، فإذا خسر الأولى، أضحت وسيلة بلا جمهور، وهي في طريقي للموت الحتمي، وإذا خسر الثانية صار وسيلة بلا سياسة تحريرية محققة، ما يعني وسيلة

سيغلقها أصحابها، وهنا يجب التركيز قبل تعلم التحرير من وجهة سياسة الوسيلة التحريرية، تعلم التحرير لخدمة المجتمع وجمهوره..

فمثلاً تخيل أنك تعمل في محطات "**RAI**" الإيطالية، لصاحبها "بيرلسكوني/ ملياردير ورئيس وزارء إيطاليا الأِسبق ":وجاءك خبر على الشكل التالي:

"أعلن القضاء الإيطالي العادل اليوم استغلال بيرلسكوني للسطلة في إيطاليا وتهربه ضريبياً، ما أوجب عقوبة بحق هذا المتهرب الضريبي إبعاده عن السياسية مدة عشر سنوات، وتغريمه بالقيمة المتهرب منها".

لا استطيع الكذب والقول أثنى القضاء الإيطالي على نزاهة بيرلسكوني، ولا أستطيع تقديمه كما هو لأنه لا يناسب سياسة المؤسسة التي أعمل تحت جناحها، والحل تحريره بالطريقة التي تناسب سياسة الوسيلة، كالقول: "استغل أعداء النجاح اليوم القضاء الإيطالي ليبعدوا رئيس وزارء الدولة عن السلطة بتهمة التهرب الضريبي، ومن هنا أكد بيرلسوني نيته استئناف الحكم الأولي"..

ومثال آخر حينما أرسل الرسول الكريم.. رسولين إلى الشام.. (بحكم اليوم مراسلين) وبعد عودتهما .. طلب منهما تقديم تقاريرهما ورأيهما عن الشام أهلها.، فقال الأول: أهل كفر وفجور وأهل نحر ودحور ..

فأجابه .. صدقت.. وحينما سأل الرسول الثاني السؤال عينه عن الشام وأهلها، فأجابه: "أهل إيمان وتقى.. وأهل دعوة وهدى.. فرد عليه الجواب نفسه "صدقت"، فقال صحبته مندهشين شائلين، كيف يمكن يا رسول الله للسؤال نفسه عن المكان عينه، بالزمان ذاته، بإجابتين متناقضتين، فقال "كل روى ما رأت عيناه.. وكل ذهب بما رأت عيناه"، والإعلام اليوم كذلك بروايته المتضادة.. حسب رؤيته وسياسته التحريرية.. فملاً إذا مات الملك: يأتي التقرير الأول الموالي بالتحرير التالي: "نكست المملكة أعلامها اليوم على علم طواه الزمن عن 70 عاماً.. قضاها في خدمة شعبه ومملكته، والحزن يجتاح القلوب كما يلف الجداران والحدود.."، ليظهر (أناس منكوبين، مع وبكاء ونحيب ورايات سوداء)، في حين يأتي التقرير المعارض ليخبر بالآتي"هم أنفرج عن صدر المملكة بعدما مكث فوق أنفاسها 70 حولاً ولا أبالك يسأم.. والفرح يعم القلوب كما تعم البهجة النفوس.. ، وهنا يظهر (أناس فرحة، مع زغاريدها).

من هنا تعرف السياسة التحريرية بأنها الأسس والمبادئ والقواعد والخطوط العريضة تحكم مكونات ومضمون المنتج التحريري وتحدده، وهذه الأسس والمبادئ غير مكتوبة، ويفرض على الجهاز التحريري الالتزام بها بدقة، وترجمتها إلى أسلوب عمل ينظم آلية التحرير، وبالتالي وتمتاز السياسة التحريرية بحركة تتفق وتوجهات الوسيلة وتغير المواقف من الأحداث، حيث تصل حد التغيير الجذري في بعض الأحيان، إذا اقتضت الحاجة، وعليه فالسياسية التحريرية لا يمكن أن تكون مكتوبة خطية موثوقة.

أولاً: أساسيات التحرير الإخباري

مدخل في الاختصاص:

كما الجيوش تعتقد أنه لا يجوز أن يخوضها إلا من تخصصه ضمن الهيئات العسكرية قيادة الأرتال البرية أو فصائل الدبابات أو أسراب الطيران، فإن المؤسسات الإعلامية لا يجوز أن يقودها إلا حصراً خريج غرفة الأخبار، لذا تعد الأخبار القلب المحرك للممارسة الإعلامية، ومنطلق كل الأنواع الإعلامية الأخرى، التي نشأت وتطورت بناء على معطياته وخصائصه الفنية، فقبل ظهور وسائل الإعلام بشكلها المنتظم، كانت الصحافة المنسوخة باليد توزع على مفارق الطرق، وفي الساحات العامة، والأماكن الرسمية بغية توزيع الأخبار ومعرفة أحوال الممالك والبلدان وممارسات وأوامر قادتها والمشرفين عليها، وبالتالي كان الخبر الحاجة الأولى للمعرفة سواء من قبل نشوء الطباعة، أو حتى يومنا الحالي.

ومن الخبر تفرعت مختلف الأنواع الأخرى التي تزدهر بها وسائل الإعلام اليوم، فجاء التعليق ليفسر جوانب الخبر الملتبسة، والتحليل ليوضح الجوانب الخفية ودوافع الأفعال والتصرفات الناجمة عنه، والتقرير ليوسع تفاصيله ويسلط الضوء على حيثياته من أرض الوقائع، والمقابلة واللقاء والحديث ليستقصي الحقائق من مصادرها وإسناداتها الشخصية، والزاوية لتشرح بأسلوبها الخاص منعكسات حدث، والتحقيق ليكشف كافة ما يحيط بواقعة ذات لبس عام، والبروفيل ليضيء جانب شخصي من شخصية محركة للواقع ومجرياته، وحتى الإعلان جاء ليخبر عن نوايا المعلن ومنتجه، والأمر ينطبق على بقية الأنواع الإعلامية الأخرى جميعها التي انبثقت عن الخبر، ووجدت لنفسها مكاناً في طيات الإعلام المعاصر بفضله وعن طريقه.

وطالما كان الخبر محور العملية الإعلامية ومرتكزها فإن حكاية الخبر مع المشاهد تشبه حكاية المرء مع بيته، حتى يكون مرتاحاً معه لا بد له من صياغة مريحة، وتقديم يثير الانتباه، ووقائع تهم الجمهور ويسعى ورائها، وهذا لن يتم إلا عبر جمل سلسة ومفردات مألوفة، فجمل الخبر ومفرداته تبدو مثل أثاث المنزل الذي يقيم عليه، ولهذا يتطلب تحرير الأخبار وتقديمها إلى عملية تحرير دقيقة

وصارمة، تقتلع من النص كل الأدغال والأشجار الميتة، والألفاظ الغريبة والغامضة، والعبارات المركبة، لتقدم للمشاهد جوهر الأحداث على شكل جمل بسيطة تفي بالغرض.

ومن هنا ازدادت المنافسة بين نختلف الوسائل الإعلام المعاصرة سواء المطبوعة أو المتلفزة أو المسموعة، وحتى الإلكترونية بغية تقديم خدمة إخبارية شعارها الجودة وسهولة المنال، خاصة مع تعاظم أهمية الخبر، وتوطد مكانته باعتباره أول تماس مباشر مع الواقع الموضوعي المتغير؛ مما وفر للجمهور فرصة لاختيار أخبارهم المفضلة كما لو كانوا يختارون مؤلفهم أو كتابهم المفضل، سواء أكان ذلك وفقاً لمستوى ثقتهم بمصداقية مصادر الوسيلة التي يعتمدون عليها، أو وفقاً لأذواقهم الخاصة، وهذا لا يختلف أبداً عن اختيارات الناس لملابسهم أو وجباتهم الخاصة أو لأصدقائهم المفضلين من خلال ما يتفق مع مزاجهم الشخصي واستعدادهم الخاص.

ولا تتنافى هذه الأهمية للأخبار وأساليب صياغتها مع بعض الطروحات التي ظهرت مع نهاية عقد التسعينات من القرن المنصرم تزامناً مع فكرة "نهاية التاريخ" وملخصها "موت الخبر" الذي تراجعت قيمته، ومدى مشاهدته أو سماعه أو مقرؤيته مع انهيار الاتحاد السوفيتي السابق؛ إذ بدأت تختفي من الأخبار قيمة الصراع كما ظن البعض، فهذه الرؤى سقطت مع بداية الألفية الثالثة التي شهدت أقوى ضربة تلقتها القوة العظمى في العالم مع أحداث الحادي عشر من سبتمبر، والتي أفرزت عنها حربين نظاميتين في العراق وأفغانستان، إضافة لتصاعد الصراع والتوتر في مختلف بقاع العالم، وزيادة الكوارث على وجه غير مألوف مثلما حدث في كارثة "تسونامي"، الأمر الذي أدى لاستثمار إفرازات التكنولوجيا عبر زيادة المحطات الإخبارية المتخصصة، التي تقدم خدماتها على مدار الساعة لجمهور من المفترض أن بداخله نهم لا ينتهي للأخبار المفصلة، مما جعل "جيل إيدي، **Jill Edy**" يصف الأخبار بأنها بكل تأكيد تكتب أول مسودة للتاريخ.

وقبل التعرض لتفاصيل وجزئيات أساسيات العمل الإخباري لابد من الإشارة إلى المحاولات العديدة لتحديد ملامح خبر (2000) التي قامت بها مؤسسات إعلامية ضخمة منها مشروع مؤسسة "**Knigt–Ridder**"، وشركة "**Gannet**"، والجمعية الأمريكية لمحرري الصحف، ومعهد "**poynter**"، وهذه المحاولات جاءت تحت شعار: "خبر جديد لألفية جديدة"، وجميعها ركزت على مدى الملائمة والمصلحة والإفادة من العرض الجذاب، والتنويع في أساليب الصياغة، والتركيز على اهتمامات المجتمع، وما يريده جمهورها بشكل يسهم بتقديم الأخبار بأسلوب سلس يسهل إدراك الجمهور واستيعابه واسترجاعه للمضمون المقدم.

ومما سبق يمكن القول أن الأخبار تعد مهمة إلى درجة أن اعتبر البعض محرري الأخبار هم من يسجلون أول مسدودة للتاريخ، ويبرزون كلما هو جديد وعلى الجمهور المستقبل أن يفكر فيما بقي على حاله، كما أن الأخبار القلب المحرك للممارسة الإعلامية، ومنطلق كل الأنواع الإعلامية الأخرى،

التي نشأت وتطورت بناء على معطياته وخصائصه الفنية، فقبل ظهور وسائل الإعلام بشكلها المنتظم، كانت الصحافة المنسوخة باليد توزع على مفارق الطرق، وفي الساحات العامة، والأماكن الرسمية بغية توزيع الأخبار ومعرفة أحوال الممالك والبلدان وممارسات وأوامر قادتها والمشرفين عليها، وبالتالي كان الخبر الحاجة الأولى للمعرفة سواء من قبل نشوء الطباعة، أو حتى يومنا الحالي.

ومن الخبر تفرعت مختلف الأنواع الأخرى التي تزدهر بها وسائل الإعلام اليوم، فجاء التعليق ليفسر جوانب الخبر الملتبسة، والتحليل ليوضح الجوانب الخفية ودوافع الأفعال والتصرفات الناجمة عنه، والتقرير ليوسع تفاصيله ويسلط الضوء على حيثياته من أرض الوقائع، والمقابلة واللقاء والحديث ليستقصي الحقائق من مصادرها وإسناداتها الشخصية، والزاوية لتشرح بأسلوبها الخاص منعكسات حدث، والتحقيق ليكشف كافة ما يحيط بواقعة ذات لبس عام، والبروفايل ليضيء جانب شخصي من شخصية محركة للواقع ومجرياته، وحتى الإعلان جاء ليخبر عن نوايا المعلن ومنتجه،

والأمر ينطبق على بقية الأنواع الإعلامية الأخرى جميعها التي انبثقت عن الخبر، ووجدت لنفسها مكاناً في طيات الإعلام المعاصر بفضله وعن طريقه.

وطالما كان الخبر محور العملية الإعلامية ومرتكزها فإن حكاية الخبر مع المشاهد تشبه حكاية المرء مع بيته، حتى يكون مرتاحاً معه لا بد له من صياغة مريحة، وتقديم يثير الانتباه، ووقائع تهم الجمهور ويسعى ورائها، وهذا لن يتم إلا عبر جمل سلسة ومفردات مألوفة، فجمل الخبر ومفرداته تبدو مثل أثاث المنزل الذي يقيم عليه، ولهذا يتطلب تحرير الأخبار وتقديمها إلى عملية تحرير دقيقة وصارمة، تقتلع من النص كل الأدغال والأشجار الميتة، والألفاظ الغريبة والغامضة، والعبارات المركبة، لتقدم للمشاهد جوهر الأحداث على شكل جمل بسيطة تفي بالغرض.

تاريخ تطور الخبر كيفية توثيق انتقال المعلومات عبر العصور:

منذ اللحظة الأولى كانت البشرية تبحث عن الأخبار وتتعامل معها، لأنها أساس الاتصال بين الناس، فالمعلومات قوام التواصل النير، ومن هنا سأل آدام وزوجه عن الشجرة، فأخبرهما ربهما بالمعلومات اللازمة حولها، وبوجوب عدم الاقتراب منها أو قطف ثمارها، وحين لم يمتثلا للإخبار الإلهي كانت النتيجة الكارثية بإبعادهما عن الجنة، واليوم من لا يستمع للمعلومات الموثقة من الأخبار، قد يدفع الثمن غالياً، فمثلاً حينما تعلم أن الطريق قد يقطع لتراكم الثلوج، وتصر على الذهاب فما المصير، وحينما يخبرك مصدرك الموثوق أن هناك خطر هطول القذائف على الطرقات تخرج فالنتيجة أيضاً كارثية، ومن هنا مر تطور الخبر تاريخياً حتى شيوعه في المجتمعات المختلفة بعدة مراحل منذ القدم، لكن توثيق نقل الخبر يمكن تلخيصه بالمراحل السبع التالية:

المرحلة الأولى لتوثيق نقل الخبر:

النقش على الحجر التي يعود لها الفضل في حفظ الحضارات الغابرة ونقل أساليب الحياة القديمة من خلال أخبار الصيد والقنص وأخبار الحرب والسلم وأخبار الزواج والطقوس الاجتماعية والعبادات، ومن هنا الناس كانوا يقصدون حينما يوقلون "انطق يا حجر" أن يخبرهم الحجر عن تاريخ ما حوله وما لم بالناس من محيطه من أخبار جرت العادة أن تنقش عليه لينقل للأجيال ممن خلف ما حدث ووقع مع السلف.

المرحلة الثانية لتوثيق نقل الخبر:

المرحلة الصوتية التي اعتمدت على (الأبواق والمنادين، والرواة، والشعراء، والرسل) في نقل الأخبار؛ حيث كان المنادون يدورون في الأسواق وعلى قرع طبولهم يخبرون الناس: (يا سامعين الصوت.. يعلن السلطان أو المولى... أن.....)، وكذا كان يفعل من المنادون من على البروج والتلال والمآذن بالصراغ لمن يسمع الصوت أن يعلم الغائب أنه وجد طفل أو ضاع كذا ....

المرحلة الثالثة لتوثيق نقل الخبر:

ارتقى انتشار الخبر إلى المرحلة **الكتابية الخطية**، التي ظهرت أولاً على شكل خطابات دورية ومراسلات مدونة وكتب صغيرة، ويعتبر الفراعنة من أوائل من كتبوا إخبارهم على ورق البردة، لكن في الواقع أنه يقال أن مصادر الخبر المكتوب وجدت وثقت كحقيقة ملموسة منذ عهد يوليوس قيصر وخلال عصره في القرن الأول قبل الميلاد، عندما أصدر صحيفة تحت عنوان الوقائع اليومية Acta Diurna تضمنت أخبار الدولة، كذلك صدرت صحفاً في الصين وكوريا حوالي القرن الثامن للميلاد مكتوبة بالخط اليدوي، ثم انتشرت الأخبار المكتوبة حوالي القرن الرابع عشر في أوروبا كلها.

المرحلة الرابعة لتوثيق نقل الخبر:

المرحلة الطباعية وهي الأهم والتي انطلق معها ظهور الإعلام الجتماهيري الذي يصل إلى ملالاين البشر، حيث بدأت في عام 1452 م سنة اختراع "غوتنبرغ" للطباعة حيث شكلت قفزة حقيقية في عالم انتشار المعرفة، ورغم التأخر النسبي في استغلالها في مجال الصحافة، لأنها بدأت مع أهداف تجارية، لكن البداية كانت بما يكفي كي لا تتوقف، ففي القرن السادس عشر نشرت حكومة البندقية أوراقاً إخبارية صغيرة ثم لحقت بها ألمانيا، ثم ظهرت بشائر الصحف الأولى في انكلترا في العام 1621 تحت عنوان كورنتوس Corantos واتسمت بعرض المعلومات الخارجية وعدم انتظام الصدور، والخضوع لإشراف حكومي صارم، لكن هذا لا يعني سبقية أوروبا، حيث سبق الآسيويون من الصينيين والكوريين، نظرائهم في أروبا بـ 600 سنة.

المرحلة الخامسة لتوثيق نقل الخبر:

مرحلة الراديو، وهي التي رافقت اختراع "ماركوني للراديو/ إيطالي الأب، وإنكليزي الأم"؛ حيث بعد فترة التبني الطويلة للصحافة الإخبارية المطبوعة وانتشارها في معظم دول العالم، أظهرت الحرب العالمية الأولى 1914-1918 الحاجة العسكرية الملحة لتطوير نظام الراديو وتحسينه كاستخدامات أولى لهذه الوسيلة، فجاء الاختراع بالتاريخ المتعارف عليه عام 1920 لكنه ازدهر كوسيلة اتصالية- إخبارية في الثلاثينيات والأربعينيات، ولم تكن النشرات الإخبارية الإذاعية الأولى سوى سرداً مبسطاً لعناوين الصحف، لكن الإذاعة استطاعت رسم طريق مستقبلها حين تمكنت من إيجاد مصادرها الخاصة للأخبار.

المرحلة السادسة لتوثيق نقل الخبر:

تجلت بالتليفزيون، حيث واجهت الإذاعة منافسة شديدة من التلفزيون الذي ظهر كمنافس قوي أثناء الحرب العالمية الثانية (1939-1945)، وهو قادر على تلبية احتياجات المتلقين بطريقة أكثر فاعلية، ما ساعد على تبنيه وانتشاره سريعاً، وبفضل تكنولوجيا الصورة اتبع التلفزيون طريقاً خاصاً به في التعاطي مع المعلومات ونشرها، فرغم أن المعلومات التي يحصل عليها الإعلاميون في الوسائل الثلاث واحدة، إلا أن الناشرين والصحفيين أصيبوا بالدهشة عندما شاهدوا بث أول نشرة تلفزيونية مصحوبة بتغطية فيلميه مصورة للأحداث عام 1936، وكانت صادمة لهم أن شاهدوا تتويج الملكة إليزابيت على عرش بريطانيا فيبث بآن واحد على شبكات أوروبية عدة، رغم أن بدايته الرسمية كانت عام 1926، وقد ودعمت هذه المرحلة فيما بعد انتشار الفضائيات والبث الفضائي الذي كانت انطلاقته الحقيقية بعد عام 1960.

المرحلة السابعة لتوثيق نقل الخبر:

المرحلة الإلكترونية، والتي وصلت إلى الوقت الحاضر الذي يزداد فيه دور الإعلام الإلكتروني، وربما من أبرز محفزات الإقبال الشديد عليه تمتعه بنسبة عالية من الحرية، وعدم السيطرة وسرعة تداول المعلومات، ولعل أول ظهور في العالم لصحيفة إلكترونية كانت "هيلز نبورغ دا جيلاند" السويدية عام 1990، كأول صحيفة في العالم انتشرت بالكامل على شبكة الانترنت إلكترونياً، صحيح أن استخدامات الانترنت انطلقت منذ السبعينيات، لكن أول صحيفة إلكتونية وليست مجرد موقع.

الخلاصة:

بفضل هذه المراحل تحولت الأخبار في الوقت الراهن إلى ركن أساسي ودعامة مهمة في وجود وواجهة أي وسيلة إعلامية، لها أوقات بث أو نشر ثابتة وأنواع مختلفة ومحررين مهرة وتقنيات تتطور باستمرار بتطور تكنولوجيا الوسائل الإعلامية الناشرة.

في مفهوم الخبر الصحفي: بين المصطلح والتداول:

لا يمكن في عصر الانترنيت ووسائل الإعلام الالكترونية والأقمار الصناعية المباشرة الخوض في تعريف الخبر كما كان يتم ذلك في أمهات الكتب الإعلامية، فحتى الجاهل لمبادئ الكتابة والقراءة يعي اليوم معنى الخبر، وربما ممارساته، لكن هذا لا يلغي ما يراه "برنارد روشكو، Bernard Roshco" في كتابه "تكون الأخبار" من أن متابعة الخبر أسهل من تعريفه .. إنها السمة التي تتشارك فيها كل المجردات الفاتنة، مثل مفاهيم الحب والحقيقة"، لكن يبقى للوهلة الأولى من الطبيعي أن يدرك الصحفي أن خبره ما هو إلا سرد من خلال الوقائع الجديدة غير المعروفة لحدث آني يحظى بالاهتمام، وهذا الاعتقاد الذهني البسيط ظل ساري المفهوم حتى يومنا الحالي ما دامت كتاب الخبر يروا أن مهمتهم الصحفية تقوم أساساً على تنوير الجمهور وإطلاعه على ما يجري من أحداث تنال اهتمامه لسبب أو لآخر.

ومع تعدد الطروحات التي ترى أن مفهوم الخبر كما وسائل كتابته يجب أن يتطور حتى يستطيع مواكبة التحولات السياسية والاجتماعية والفكرية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية الحاصلة اليوم، ومع محاولات تمايز المؤسسات الإعلامية الضخمة كوكالات الأنباء وكبريات الصحف والمحطات الإخبارية عن بعضها قدمت النظريات الحديثة اتجاهات أخرى لمفهوم الخبر.

وباعتبار الخبر يمثل حجر الأساس لأنه المادة الصحفية الأولى لكل ما تتناوله وسائل الإعلام بسبب غريزة الفضول وحب الاطلاع والمعرفة، والبحث عن الجديد والمجهول لدى الأفراد والجماعات، فالخبر ينقل الوقائع الجديدة والأنباء المتنوعة، ويغطي أحداثا وظواهر وتطورات تتعلق بقضايا الأمة والجماعات والأفراد، وهو الناقل للمعلومات بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة، **وقد حاول كثير من علماء الاتصال تقديم تعريف محدد للخبر وانتهوا إلى أن:**

1) يكتسب تعريف الخبر منطقه من ثوب وعباءة المعرف، فالأمريكيون يرون الخبر سلعة تباع وتشترى، في حين يرى الصينيون الخبر (مع باية الثورة الحمراء) ما يعلم بكفاءة الحكومة الشيويعية الأممية وأفعالها الخيرة لخدمة محتمعها، وبالنالي فالخبر الذي يعلم بفساد أو مشاكل تلك الحكومة لا يعد خبراً، وهكذا
2) مستحيل تبني مفهوم مطلق للخبر ينسحب على أي زمان أو أي مجتمع، فهذا ينطوي على تبسيط مخل، أو تجريد يتجادل حقيقة التباين في الظروف والتفاصيل.
3) لا يوجد تعريف واحد للخبر، ذلك أن مفهوم الخبر نفسه يختلف من عصر إلى عصر، فالمفهوم السائد في القرن التاسع عشر، أو حتى في القرن العشرين، غير المفهوم السائد في القرن الحادي والعشرين، بل إن المفهوم السائد في النصف الأخير من القرن العشرين غير ذلك المفهوم الذي سيسود في المقبل من الأيام.
4) إن مفهوم الخبر في الدول الرأسمالية يختلف عن الليبرالية وبدوره لا يتفق مع مفهومه في الدول النامية، أو التي ما تزال تؤمن بالمبادئ الاشتراكية أو الدول العربية والشرق أوسطية.

لكن تنوع وتعدد التعريفات الواردة في شأن تحديد مفهوم الخبر الصحفي وصعوبة تقديم تعريف جامع مانع للخبر لا يجب أن يؤدي إلى تجاهل أهمية تحديد التعريف، وإن كانت النتيجة أقه لم يتفق الرأي حول التعريف الأمثل، فالخبر يبقى النوع الأساس الذي تقدم من خلاله كل المعلومات والحقائق الأساسية التي يتضمنها العمل الصحفي برمته، وهو المادة الرئيسية للوسيلة الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو إلكترونية، ومن بوابة الخبر الأولى تتوالد كل الأقواع الإبداعية الصحفية الأخرى كالتقرير والافتتاحية والتحليل والتحقيق والحدية وغيرها من الأنواع الصحفية.

وإضافة إلى أن الخبر مجموعة من الوقائع التي تثير اهتمام الناس، ويسعى الجمهور لمعرفتها بغية التعامل مع واقعه الحالي الذي يتسم بالاضطراب والقسوة فإن كون الخبر عبارة عن وقائع لا تحتمل أي وجهات نظر لا ينفي صفة أن المحرر قادر على إدارة دفة خبره من خلال اختيار الوقائع والتركيز على بعضها وإهمال البعض الآخر وترتيبها وفقاً لاتجاهات المؤسسة التي يعمل فيها واختيار الشواهد والإسنادات، والكلمات والمفردات المفتاحية، إضافة للتوليفة، ما يجعل الخبر يتأثر بسياسية الوسيلة الإعلامية (جريدة – مجلة – إذاعة – تلفزيون – مواد الكترونية)، لكن في كل الأحوال يجب أن يعبّر الخبر الصحفي عن (الذي حدث) وينقل الواقعة دون تهويلاً ومبالغة في إطار متناغم مع فكر الوسيلة الناشرة.

ويمكن تحديد الركائز التي تشكل الفهم الأدق لمعنى الخبر وهي:

- أول حاجة إنسانية للبشرية كي تعلم ماذا حصل، وبفضله علم آدام بخبر ربه أن لا تقرب من التفاحة، وعلم البشرية بما فعله آدام وحواء ختى عوقبا بالضطر من الجنة والنزول إلى الأرض، ثم علم الجميع بأمر الله الصفح عنهما.
- أبو الأنواع الصحفية، فهو أولها ولادة، حيث يشكل الخبر الأساس الذي تقوم عليه الأنواع الصحفية الأخرى، أساس وسبب وجود كل الأنواع الأخرى، فالتقرير ولد ليلبي حاجة المتلقي لتفاصيل إضافية من أرض الحدث عن الوقائع التي نقلها الخبر، والتعليق ولد ليقدم التفسير للحدث، والمقال الإعلامي ولد ليحلل الحدث ويساعد الناس في تكوين الرأي حوله....
- يشكل الخبر أول تماس مباشر مع الواقع.
- يعد الخبر النوع الصحفي الأكثر سرعة وكفاءة في تشكيل معارف الجمهور ومجالات إدراكه للواقع والعالم من حولنا، فليس الخبر إلا منتوجاً وبضاعة بوجهات نظر ضمنية.

تعريفات الخبر ومفهومه في اللغات والقرآن الكريم والسنة والمطصطلح والتداول:

1) تعريف الخبر في المفهوم اللغوي:

لم يتفق البلاغيون العرب (لغوياً) على تعريف واحد للخبر، وإن شاع تعريف "القزويني" له قديماً وحديثاً، وهو أن الخبر" كل كلام يحتمل الصدق والكذب لذاته" ... ويؤكد ذلك تعريف فخر الدين الرازي بقوله: إنه" القول المقتضى بتصريح نسبة معلوم إلى معلوم بالنفي أو بالإثبات"، لكن اليوم يرفض تماماً هذا التعريف في الوسط الاتصالي الجماهيري لأنه حينما تقدم الوسيلة الخدمة الإخبارية لا بد أن تكون صادقة، ولا يسمح لخبرها باحتمالية أن تكون وقائعه كاذبة وغير صحيحة، فهي يمكن لها الاختيار والتجاهل والتركيز لكن لا يحق لها المراوغة ةالخداع والمذب والتضليل فيما تقدم.

من جهته بقول ابن منظور: (الخبر واحد الأخبار، وأخبره أنبأه، واستخبره سأل عن الخبر وطلب أن يخبره)، و(خبرت بالأمر أي علمت ، والخبر هو ما أتاك من نبأ).

والخبر عرفاً ولغة هو: (ما ينقل عن غيره من الآخر)، وهو مرادف النبأ، ولكن النبأ (خبر مقيد بكونه عن أمر عظيم).

وفي المعجم الوسيط الذي أصدره مجمع اللغة العربية فالخبر هو (ما ينقل ويحدث به قولاً، أو كتابة)، و في الصحاح قال الجوهري الخبر هو (النبأ يقال).

2)) مفهوم الخبر في اللغة الأنكليزية:

تعني كلمة خبر باللغة الإنجليزية (**NEWS**) أن كل حرف يمثل اتجاهاً من الاتجاهات الأربعة:

- **N**) تعني الحرف الأول من كلمة (**NORTH**)

- ❖ **E)** تعني الحرف الأول من كلمة **(EAST)**.
- ❖ **W)** تعني الحرف الأول من كلمة **(WEST)**
- ❖ **S)** تعني الحرف الأول من كلمة **(SOUTH)**.

وبالتالي يعني هذه الاصطلاح أن الأخبار هي التي تأتي من كل الجهات، والمعلومات التي تصل من الشرق والغرب والشمال والجنوب، واليوم أصبحت كثير من التنظيرات الغربية تطلق على الخبر لقب القصة الخبرية "**News Story**" إذا حسن اتناول مضمونه وأسلوب سرد شكله، كحالة تطويرية لمفهوم الخبر.

3) مفهوم الخبر في القرآن الكريم:

في القرآن الكريم ورد الخبر في مواضع كثيرة بمعنى "النبأ"، وهو ما اتفقت عليه كثير من المصادر، وفيما يتعلق بكلمة" خبر "فقد ورات في القرآن في موضعين وكلاهما يتعلق بالنبي موسى عليه السلام، وهو يسير بأهله من مدين إلى مصر.

بسم الله الرحمن الرحيم: (إذ قال موسى لأهل إني آنست نارا سآتيكم منها بخبر أو آتيكم بشهاب قبس لعلكم تصطلون)/ النمل7، حيث كانت النار في ذلك العصر المصدر الوحيد لإعلام المسافرين والمارة بوجود البشر، وبالتالي اعتقد النبي موسى عليه السلام أن المضي إلى مصدر النار فيها أنس؛ وأنه سيجعله يحصل حتماً على أخبار الطريق أو يمكنه من قبس يستدفئ به مع أهله.

بسم الله الرحمن الرحيم: (فلما قضى موسى الأجل، وسار بأهله آنس من جانب الطور ناراً، قال لأهله امكثوا إني آنست ناراً، لعلي آتيكم منها بخبر، أو جذوة من النار لعلكم تصطلون)/ القصص 92، وفي الآيتين قال موسى عليه السلام(سآتيكم)، و(لعلي آتيكم بخبر)، ولم يقل(بنبأ)، لأنه كان يتكلم عن مشهد قائم، ماثل للعيان، عندما رأى النار وتوقع أن يجد عندها خبر الطريق، أو يقبس منها، فيستدفئ هو وأهله ومضى إلى النار التي أنسها ينشد خبراً، فإذا هو يرجع منها بخبر عظيم، (النبأ)، حيث تلقى النداء الأسمى، وهو الاصطفاء الذي وراءه التكليف بحمل الرسالة إلى أكبر الطغاة في الأرض ذلك العصر، علماً أن النار في ذلك الوقت التي نشرها الله لموسى لاستخضاره إلى الوادي المقدس طوى كانت عند قومه دليل أنس، فهم يأنسون بها، ويشعلون ليلهم إضاءة منها، ويطهون بها، ويصدون فيها الوحوش الضارية التي تخشى الاقتراب من النار... فالله ألهبها لموسى ليأنس بها، لذلك قال إني أنست ناراً، وحينما أتها ظهر الله له متكلناً من خلف الطور، فحاوره بطريقه تزيد من ألفته، فيدء بسؤاله تقرياً وتودداً "ما تلك بيمينك يا موسى"، ثم أمره أن يلقها ليزيل الخوف ويريه قدراته، فحين يخبره

اذهب إلى فرعون إنه طغى ويا لها من مهمة جلل، أن يذهب إلى السلطان الأعلى في البلاد فيخبره بطغيانه، فأره العصى ينقلب إلى حية تسعى، وأراه قدرة البرص من يديه (واضمم يدك إلى جناحك تخرج بيضاء من غير سوء، آية آخرى"، ورغم كل هـ1ذه المعجزات قال موسى لربه "اجعل لي وزيراً من "أهلي" أشدد به أزري، وأشرك في أمري، كي نسبحك كثيراً ونشكرك كثير، لأنك كنت بنا بصيرا.

وواضح من الآيات الكريمة أن كلمة خبر في المفرد، وكلمة أخبار استعملها القرآن الكريم في الكشف عن الوقائع القريبة الوقوع عند نزول القرآن.

والملاحظ من الآيتين الكريمتين أن النبي موسى عليه السلام لم يكن يعلم ماذا عند النار لأنه لو كان يعلم ما سيرجع به من الخبر العظيم، لقال: (سآتيكم منها) بنبأ، ولكنه قال: (سآتيكم، ولعلي آتيكم منها) بخبر، (لأنه لم يكن يعلم).

في حين في سورة طه قال: "**إذ قال موسى لأهله أني أنست ناراً علي آتكم منها بقبس أو أجد على النار هدى.. فلما آتها نودي يا موسى.. أني أنا ربك فاخلع نعليك أنك بالوادي المقدس طوى، ولتستمع لما يوحى)**.. وفي آية أخرى يقول الله عز وجل: حين أراد الدلالة عن النبأ (الأمر العظيم الجلل): (**عم يتساءلون.. عن النبأ العظيم الذي هم فيه مختلفون.. كلا سيعلمون.. ثم كلا سيعلمون..**).

وعليه يجب التمييز عند تناول القرآن الكريم للخبر بين مفهوم الخبر والنبأ في اللغة: حيث عرّفت بعض المصادر النبأ على أنه "الخبر الذي يحوي فائدة عظيمة ويحصل به علماً وغلبة ظن"، ولا يقال للخبر نبأ حتى يكون ذا فائدة عظيمة أو يحصل به علماً ويحقق غلبة ظن، وعلى ذلك يكون النبأ أعلى درجة من الخبر، والكثير من المعاجم اللغوية وعلى رأسها لسان العرب لابن منظور لم تفرق، بين النبأ والخبر، بينما أشار بعض أئمة الاشتقاق، أن النبأ خبر ذو فائدة عظيمة، ولا يقال للخبر نبأ حتى يتضمن ثلاثة مزايا، هي: (أن يكون مفيداً، ويحصل به علم، أو غلبة ظن).

وهكذا استعمل القرآن "النبأ والأنباء" في الإخبار عن "الأحداث البعيدة الغور زماناً ومكاناً، وكذلك في الأخبار الصادقة العظيمة التي لها شأن، على حين استعمل "الخبر والأخبار "في الكشف عن الوقائع القريبة العهد بالوقوع، أو التي ما تزال مشاهدها قائمة وماثلة للعيان.

4) الخبر في السنة النبوية:

الخبر عند علماء الحديث في السنة النبوية الشريفة مرادف لمعنى الحديث، وقبل الحديث ما جاء عن النبي عليه الصلاة والسلام، **والخبر ما جاء عن غيره**، وأشار مفسرون كثيرون إلى أن كلمتي خبر ونبأ مترادفتين لغويا وتميلان إلى ذات المعنى؛ فيما انفرد الممارسون الإعلاميون باستعمال كلمتي أنباء

وأخبار بذات الصيغة، وقرنوها بالمعاني التطبيقية لهما، لذلك يقال "وكالة أنباء" ويقال: "قسم الأخبار، وصفحة الأخبار، ونشرة الأخبار".

5) الخبر في المصطلح والتداول:

اصطلاحاً وتداولاً في علوم الإعلام والاتصال وحقل الممارسة العملية تكاد تلتقي تعاريف الخبر في مفهوم عام وهو أن الخبر "وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام"، ومضى عقود طويلة ظل فيها هذا المفهوم العام راسخاً في أذهان محرري الخبر والمراسلين الذين وجدوا أن مهمتهم الصحفية تقوم على اطلاع القراء وتنويرهم بما يجري من أحداث، وبالتالي سادت مجموعة من وجهات النظر حول ما هو الخبر؟؟

يمكن الاطلاع على وجهات النظر هذه من خلال استعراض أهم التعاريف التالية للخبر:

أولاً: التعريفات الأجنبية:

- تعريف وكالة أنباء "رويترز" أنه: " كل ما يراه مراسلوها جديراً بالتغطية"، وهذا لا يختلف كثيراً عن كون الخبر كل ما تقدمه الصحف في صفحاتها الأولى، أو كل ما نسمعه أو نشاهده في نشرات الأخبار
- تعريف هيئة الإذاعة البريطانية **(BBC)** أنه: معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة، وتم جمعها على شكل خبر، كا روعي في اختيارها الموضوعية، لكن دون أن يوحي ذلك بموازنة مصطنعة، هدفها دافع سياسي أو تنميق تحريري مقبل المحرر المحترف، وبالتالي فالخبر هو كل ما تتضمنه نشرة إخبارية كونه ممتع ومهم، أو كونها تتناسب وجمهور النشرة من قبل وجهة نظر صحفية، وتقدم بموضوعية ودونما أي خوف، لكن في الوقت نفسه مع مراعاتها للقواعد والقوانين الخاصة بهيئة الإذاعة البريطانية، سواء فيما يخص الذوق أو مستويات التحرير".
- تعريف "ديفيد برنجلي، **David Brigley**" أن الأخبار ترجع للقائمين على الوسيلة، مما يجعلها حسب رأيه كل ما تعرضه الوسيلة على أنه أخبار
- ويتفق مع ذلك تماماً "ميلفن مينتشر " الذي يرى أن الخبر ببساطة هو ما تطبعه الصحف وتنشره في أعمدتها الإخبارية ، وما تذيعه المحطات الإذاعية والتليفزيونية في برامجها الإخبارية، وفي محاولة لتلخيص التعاريف الإخبارية وجد "مينتشر أن الخبر هو هي معلومات تتعلق بخروج عن السياق العادي للأحداث، أي عن مقاطعة ومعرقلة للشيء المتوقع، كما أن الأخبار معلومات عن أشخاص يريدون أن يتخذوا قرارات عقلانية في حياتهم.

- ومن هنا وبعيداً عن المألوف وضع "شارلز أ. دانا الذي رأس صحيفة نيويورك 1869 إلى 1897 تعريفه التقليدي الشهير: "إذا ما عض كلب رجلاً فهذا ليس خبراً، فالخبر أن يعض الرجل كلباً"، فالأخبار هي الغريب، إضافة إلى أي شيء يهم القسم الأوسع من المجتمع، ولم يكن هذا القسم من المجتمع يسبق له أن علم به.
- ومسايرة للبساطة نفسها التي اقترحا مينتشر يرى "روبرت هدسون "**Robert Hudson**" أن الأخبار هي ما يقرره رئيس التحرير على أنها أخبار.
- في حين يتوسع عن ذلك "أيس يانج "**Ice Young**" فيرى أن الأخبار هي الحياة، وهي كل ما يدور من حولنا.
- في حين يقدم "بيل لاولور "**Bill Lawlor**" الأخبار على أنها اختيار وتنظيم وتحرير ما تم تجميعه من الأحداث اليومية مثل الوقائع والاكتشافات والعناصر المناسبة والمثيرة لاهتمام أكبر قدر من المجتمع، كما يتم عرض هذه الأخبار وفقاً لطبيعة الوسيلة التي تعرضها.
- من جهته لا يعتقد "ستانلي ووكر، **Stanley Walker**" المحرر في صحيفة "نيويورك هيرالد تريبون، **New York Herald Tribune**" أن ثمة تعريف للخبر، حيث يرى أنه أكثر مفاجأة من الريح، فمن الصحفيين من يقرر أن الخبر أي شيء يثير في الناس الكلام، ومنهم من يقول أنه أي شيء تكتشفه اليوم ولم تكن تعرفه من قبل، بل يذهب البعض إلى أن الخبر ما هو إلا تسجيل للتطور والتحول، وفي النهاية ما هذه إلا أراء تصب في مفهوم واحد هو الخبر"، ومع هذا يضع "ستانلي تعريفه الأقدم للأخبار من أنها تقوم على تكرار ثلاثي للحرف "**W**" "**Women**" النساء، و "**Wampum**" المال/ اقتصاديات الربح والخشارة، و"**Wrong Doing**" الأعمال الخاطئة.، فالأخبار تركز على الجنس والاقتصاد والجريمة باعتبارها المواضيع التي يحب الجمهور وخاصة الرجال متابعتها.
- ويطور "ليل سبنسر "**Lyle Spencer**" في تعريفه للخبر مع إدخال عناصر ملائمة الخبر لجمهوره اهتماماً ولغة، فيجد أنه عبارة عن حدث أو فكرة أو رأي يقع في مكان معين، ويهم أو يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع، على أن يقدم بطريقة مفهومة بالنسبة إليهم.
- تعريف جون لوبيسولي "**John Lopiccoli**" فيختصر تعريفه على أن الخبر تقرير عن حدث، في حين يطرق "سام زلمان، "**Sam Zelman**" على باب الاحتياجات ليعرف الخبر على أنه كل ما هو مهم بسبب تأثيره على المجتمع، فهو يقدم ما يريده الناس وما يحتاجون إليه.
- ولا يخرج محرر الصحيفة المنافسة الأسبق "تيورنر كاتلج، **Turner Catledge**" من نيويورك تايمز "**New York Times**" كثيراً عن رؤى محرري نيويورك هيرالد تريبون، حينما يرى الخبر من منظوره الخاص بأنه الشيء الذي لا تعرفه من قبل، شيء نسيته أو أنك ربما لم تفهمه.

- أما صاحب جائزة بوليتزر في الصحافة ومؤسسها –وهي جائزة توازي نوبل في الأدب، والأوسكار في السينما– وهو جوزيف بوليتزر "**Joseph Pulitzer**" فيرى أن الخبر هو من يبحث محرره عن صفات" الأساسية أو الأصلية والتميز والرومانطيقية وإثارة المشاعر، والتفرد والطرافة والجاذبية والهزلية والغاربة والجديرة بالتعليق.
- تعريف "نيل ماكنيل" الذي عمل مساعد رئيس التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز: بأنه "هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة".
- تعريف "جيرالد جونسون" بأنه "وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر".
- تعريف "فرايزر بوند" بأنه "تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان" والخبر الجيد هو الذي "يثير اهتمام أكبر عدد من القراء" وبالتالي "يعتبر خبراً مهماً".
- تعريف "ماكدوغال" بأنه "تقرير عن حدث معين ترى الصحيفة فينشر هو سيلة للربح المادي".
- تعريف "فارنس فاليز" بأنه "ذلك النوع الصحفي الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة، أو بعكس أحداثاً معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة وينبغي أن يكون واقعياً وملتزماً ومقنعاً".

ثانياً التعريفات العربية:

بالمقابل تذخر المكتبة العربية بالعديد من التعريفات لمفهوم الخبر لا تخرج بمجملها عن التعريفات الغربية، لعل من أبرزها:

- تعريف "جلال الدين الحمامصي" بأنه "كل خبر يرى بأنه جدير بأن يجمع ويطبع وينشر على الناس".
- تعريف "عبد اللطيف حمزة" بأنه "الجديد الذي يتلهف القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة".
- تعريف فاروق أبو زيد، الذي يرى الخبر تقرير يصف واقعة أو فكرة صحيحة بدقة أو موضوعية تمس مصالح عدد أكبر من القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته.
- تعرف فريال مهنا الخبر بأنه يعرض للوقائع والأحداث، ويسردها، ويصنف عناصرها بمضمون وأسلوب وإيقاع لها كلها طابع إنبائي صرف، حيث يلتزم هذا النوع التزاماً صارماً بنقل الحدث، ممتنعاً امتناعاً مطلقاً عن أي تعليق أو تحليل أو تفسير، أو شرح أو تأويل، لأن هذه المهمات تقع ضمن اختصاصا أنواع إعلامية أخرى، وجدت وتطورت لهذه الغاية، ولأن هذا التدخل في سياق الحدث يفسد الخبر ويحرفه

عن مساره الطبيعي، ويخرب بنيته ووظيفته الحقيقية، محولاً إياه إلى نوع إعلامي آخر مشوه، فالخبر يقوم فقط بتنظيم الواقعة، وترتيب أولوياتها، وتفصيل بعض عناصرها، وإيجاز أخرى، وإهمال ثالثة أحياناً، وبهذه الطريقة يؤدي الخبر وظيفته الجوهرية، وهي الوظيفة الإخبارية، ويعرف حسن مكاوي وسعيد السيد الخبر على أنه النبأ الذي يتم نشره ويعكس واقع وقيم المجتمع الذي نعيش فيه.

- تعريف "سعيد السيد" بأنه "أي حدث له مدلول اجتماعي، وله تأثير على حياة الناس".
- تعريف "أديب خضور" بأنه هو "نوع صحفي مستقل يقدم وقائع دقيقة ومتوازنة وجديدة عن حدث يهم المجتمع".

عناصر الخبر الصحفي وخصائصه 5Q + How:

تبقى العناصر الأساسية "News Qualities" التي يتألف منها الخبر من مقدمة وصلب وخاتمة أو قيمه "News Values" التي تزيد من توهجه، أو أنواعه كمحلي أو قومي أو دولي هي الكفيل بإيضاح مفهوم الخبر وتكامل بنيته، خاصة أن مفهوم الخبر يختلف لاعتبارات عدة أبرزها أن الخبر شأن إنساني، يتصل بنوازع وحاجات إنسانية متباينة، وهو متصل بالحياة اليومية للإنسان اتصالاً وثيقاً، كما يتصل بمختلف شرائح المجتمع، ويرتبط تاريخه وتطوره بتاريخ وسائل الإعلام عموماً، كذلك يرتبط مفهومه بتعدد وسائل الإعلام واختلاف نواياها وأهدافها، إضافة إلى ارتباطه بالتنوع داخل الوسائل نفسها، مع نعلقه بتنوع جماهيره واختلاف فئاته، وعموماً فالخبر ابن بيئته دائماً ويعكس حالة تسود المجتمع، إلى جانب عكس تعريفه الحالة التي وضع فيها، فعندما يكون المجتمع في خطر تكون جماهيره تواقة لمعرفة مرامي الخطر ونطاقه وعندما يكون في ضائقة تصبح أخبار الفقر والتدهور الاقتصادي الأولى على لائحة الاهتمام، ولعل هذا ما دفع "أ. ويستون" مدير البرامج الإخبارية المسائية في الشركة الإذاعية الأمريكية ليعرف الخبر إثر الحرب الفيتنامية قائلا:" إن الأمريكيين يريدون الأخبار التي تقدم إليهم أن تجيب عن الأسئلة التالية: هل العالم بمنأى عن الخطر؟، هل بيتي وأسرتي بمنأى عن الخطر؟، وإذا كانوا جميعاً بمنأى عن الخطر، وفي وضع آمن: ماذا حدث خلال الأربع وعشرين ساعة الماضية وجعلهم أفضل؟.

وعليه يجب أن يكون الخبر مستكملا كافة الشروط الفنية، حتى تتمكن الوسيلة الإعلامية من نشره وتداوله بحيث يجيب الخبر على أسئلة الجمهور المتلقي على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية وانتماءاتهم، وهناك ستةُ أسئلة يجب أن تُعطى إجاباتها فيكون الخبر بعد ذلك مستكملا الشروط (من – ماذا– متى– أين – لماذا– كيف) ويكون على الشكل التالي:

والخلاصة الخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة الستة التالية:

- **من:** من الذي لعب الدور الأبرز لوقوع الحدث، وتتضمن الإجابة عن اسم الشخصية أو الشخصيات التي يتناولها الخبر.
- **متى:** زمن وقوع الحدث (المدلول الزماني).
- **أين:** مكان وقوع الحدث (المدلول المكاني).
- **ماذا:** ماذا حدث، حيث توضح السبب حول الذي حصل.
- **لماذا:** خلفيات الحدث
- **كيف:** تُعطي تفاصيل كيفية الحدوث، والتفاصيل الأخيرة أو ملابسات ما حدث، وهي تدعى بالأخت غير الشقيقة لأنها لسيت دائماً واجبة..
- ثم ماذا: وهو السؤال السابع الذي تدور حولة الصحافة التفسيرية ويتعلق بالأحداث التي لا تموت بموتها بل يكون لها تداعيات كثيرة، وتشكل بحد ذاتها بداية تسلسلية لأحداث كبيرة.تختلف أهمية أجوبة الأسئلة الستة باختلاف كل حدث عن الآخر. فكل حدث يحوي ضمن وقائعه ترتيباً مختلفاً لتسلسلية أجوبة الأسئلة، ففي حدث يكون جواب "من" هو الذي يجب أن نصدره في بداية تحريرنا للخبر، وفي حدث آخر يكون جواب متى وفي حدث آخر يكون كيف وهكذا فعلى المحرر أن يعمد إلى فهم الحدث أولاً، واعتماد تسلسل منطقي لأجوبة الأسئلة الستة وفق عنصري الأهمية والتشويق.

ومن الناحية العملية فهنا كعناصر أساسية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل في هيكله العام بشكل متجانس، وتتمثل في.

- أن يكون الخبر صادقاً في مضمونه وليس في اكتمال عناصره، بمعنى يحق لك الاختيار من أجواء الخبر ما ينسب سيسة الوسيلة لتخبر به، لكن لا يحق لها تضليل المعلومات به.
- أن يكون الخبر حقيقياً أو فاعلاً.
- أن يكون جديداً.
- أن يكون مثيراً ويهم أكبر عدد ممكن من الناس.
- أن يكون الخبر دقيقاً بمحتواه

- أن تكون لغته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء.

وليس من الضرورة أن تتوفر في الخبر الإجابة على الأسئلة الستة، ولكن المحرر الصحفي يسعى دائماً ليتضمّن الخبر الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة ، كما ليس بالضرورة أن تكون لكل الأخبار خلفيات، فهناك أخبار ليس لها أوليات سابقة، ورنكرتددس الأوليات وكاقا معروفة لدى القراء فإنها تصبح ليس ضرورية.

مثال: (وقائع خام):

– قامت سورية والعراق بتوقيع اتفاقية للتبادل التجاري – التوقيع تم في دمشق بحضور وزيري الاقتصاد والتجارة الخارجية في كلي البلدين – سبب التوقيع زيادة التفاعل بين القطرين الشقيقين – التوقع أتم اليوم – التوقيع تم بحضور وزيري الاقتصاد والتجارة الخارجية في كلي البلدين.

هنا تصبح الوقائع على الشكل التالي:

من: سورية والعراق

ماذا: وقعتا اتفاقية للتبادل التجاري

متى: اليوم

أين: في دمشق

لماذا: تعزيزاً للعلاقات الاقتصادية بين البلدين

كيف: بحضور وزيري الاقتصاد والتجارة الخاجية في كلي البلدين، ويمكن في الوقت نفسه اعتبارها هنا ليست مهمة، كالقول: كيف وقع باليد بخاتم التوقيع،،، لذلك تعتبر كيف "How" ليست دائماً مهمة، ومن هنا فصلت فهي الأخت غير الشقيقة.. ولو أعدنا ذكر الوقائع مع حذف العناصر التي باللون الأحمر لأصبح الخبر على الشكل التالي:

وقعت سورية والعراق اتفاقية للتبادل التجاري اليوم في دمشق، تعزيزاً للعلاقات الاقتصادية بينهما، بحضور وزيري الاقتصاد والتجارة الخاجية في كلي البلدين

أصبح الخبر مثالياً مكتمل العناصر، ولم يغير في ملأ فراغان الإحابة عن عناصر الخبر الخمسة مع كيف إلا تقديم الفعل (ليلائم بينة تركيب الجملة باللغة العربية، مع العلم أنه ليس سرطاً أن يبدأ كل خبر بفعل (إلا في حالات الصياغات التقليدية) بين الحداثيون أطلقوا العنان للغة المحرر انطلاقاً من أن ما تهبه اللغة (الكبرى/ العربية لا تسلبه اللغة الصغرى/ الإعلامية، فما يتيحه العام لا يمنعه الخاص، كالقول قال الرئيس في مءتمر أو في مءتمره قال الرئيس، حيث أن التقديم والتأخبر من أصول البلاغة العربية بعلم البيان، ويذكر هنا أن تقديم فعل (وقعت لم يجعل ماذا قبل من لأنه لم يعرف ماذا وقعت (اتفاقية) إلا بعد معرفة الموقع: (سورية والعراق)، كما يشار إلى أن حذف بين البليدن واستيدلهما

بينهما فقط لمنع التكرار اللفظي بين البلدين مرتين، مع ملاحظة خذف كل الأفعال الجوفاء قام بتوقيع واستبدالهما باللازمة (وقع) تم توقيع (وُقع).. وكل الكلمات الزائدة النافلة،

واستناداً إلى ما مضى يمكن أن نقول أن الخبر يرتكز على خصائص أساسية تتجلى في:

1. إن الخبر ليس حدثاً أو إعلاناًعن حدث أو واقعة بسيطة، إنما هو عملية لها عناصرها وتفاعلاتها.
2. الخبر معرفة تضيف إلى مدركات المتلقي ووعيه أبعاداً لم يكن يخبرها من قبل.
3. إن المعرفة التي يحملها الخبر ينبغي أن تكون حقيقة وليست شكلية، أساسية وليست فرعية، ترتبط بصميم الحياة في المجتمع وتتعلق بجوهر ما يجري من أحداث في المجالات المختلفة.
4. نسبية الخبر وتفاوت نسبة المعرفة المكتسبة منه باختلاف المتلقي والحدث والتغطية والقدرات الداتية للوسيلة وسياستها التحريرية.
5. السمة الجمعية للخبر فهو يركز على الأخبار التي تهم الشريحة الأكبر في المجتمع.
6. الرواية الخبرية تحمل في طياتها احتمالية الصدق أو الكذب، لكن الخبر الإعلامي يجب أن يكون غير كاذباً أو مضللاً، رغم أنه يغلب عليه سمة عدم اكتمال الرءيا وانحياز الاختيار وليس الظن وعدم اليقين، وبالتالي كل محاولات إضفاء طابع الصدق، والدقة والموضوعية على الخبر باعتبارها (سمات أصيلة فيه) لا تخرج عن إطار الخدعة الظاهرية، وإن رأها البعض السذاجة والسطحية وجهل بآليات العمل الإخباري وضغوط إنتاجه التي قد تؤدي إلى تحريف مقصود أو غير متعمد للقصص الإخبارية.
7. النتيجة أو العاقبة، فلكل خبر نتيجة، وبالتالي تتفاوت أهمية الأخبار بتفاوت نتائجها وقدرتها على التأثير في المجتمع.

أما وظيفة الخبر الأساسية فهي الوظيفة المعرفية، كما أنه بالنسبة للأفراد يمكنه من:

- مراقبة البيئة: تجنب المخاطر التي تهدد وجود الإنسان واقتناص الفرص التي تكفال
- استمراره، (حيث تنوب وسائل الإعلام عن الجمهور في جمع وتفسير الأخبار بغرض مراقبة البيئة التي تحيط بهم لفهمها والتكيف معها).
- الإثارة: فقد يتوجه البعض لمتابعة الأخبار بسبب الرتابة والملل، وهذا العنصر يتغير من يوم لآخر ومن شخص لآخر.
- زيادة الإحساس بالمشاركة فأي الأحداث العامة ويكون ذلك بسب الاطلاع المستمر على مجريات الأمور أو يؤدي به إلى المشاركة السياسية، أو الاجتماعية أو الإنسانية.

الخلاصة: الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة المعرفية ووظيفة مواد الرأي التكوينية (تكوين الآراء والمعتقدات والاتجاهات، ووظيفة التقصي (الوسيطية: التوسط للأفراد في حل مشاكلهلم مع المسؤل عن محاسبة المفسد أو المقصر أو المهمل أو العاجز)، والجميع يمكن أن يؤدي الوظيقة المعرفية مع الإرشاد والتثقيف.

المجالات التي تؤثر عليها الأخبار:

حيث تعمل الأخبار على التأثير على مجالات متعددة يمكن تصنيفها على النحو الآتي:

1) يؤثر التعرض للمضمون الإخباري في تغيير موقف الفرد أو اتجاهه نحو قضية أو موضوع أو شخص أو حدث ما، ويقصد بالموقف رؤية الإنسان وشعوره وحكمه وذلك بناءً على المعلومات التي يتيحها المضمون الإخباري (أو بالجزء الأعظم منها)، وبالتالي فإن الأخبار تؤثر على فهمنا، ومواقفنا، وحكمنا على الأشياء، لكن تغيير الموقف أو الاتجاه يكون أحياناً طارئ او يزول بزوال المؤثر.

2) أول وأبسط وأسهل وأساس وأول دور للمضمون الإخباري يتمثل في التأثير المعرفي فمجرد أن سمعت أدركت وعرفت، وبالتالي يؤثر التعرض للمضمون الإخباري في تغيير درجة ومستوى الثقافة والكمال معرفي نحو قضية أو موضوع أو حدث ما، والمعرفة أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه) الذي يعد جزءً من جزئيات المعرفة، (والتغيير المعرفي أعمق أثرا في حياة الإنسان فهو بعيد الجذور، ويمر بعملية تحول بطيئة وطويلة المدى تستغرق زمناً طويلاً نتيجة التعرض المتراكم للأخبار).

3) يؤثر التعرض للمضمون الإخباري في تغيير القيم عبر التعرض المتراكم لفترات زمنية طويلة، ففي كل مجتمع يوجد مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً وتزويدهم بالمعارف والعقائد والقيم التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية، مثلا لبيت والمدرسة، لكن مع التوسع

الهائل لوسائل الإعلام تضاءل دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبيت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية، ويعمل المضمون الإعلامي عموماً والإخباري خصوصاً على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم، وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها.

4) أصعب تأثيرات المضامين الإخبارية تأثيرها في تغيير السلوك سواء أكان السلوك مفيداً أم ضاراً، لكن من المعروف أن السلوك البشري لا يمكن التحكم فيه من خلال عامل واحد فقط، وإنما يحدث نتيجة عوامل متعددة، قد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئاً عن مؤثرات وقتية بسيطة مثل تغيير السلوك الشرائي، لكن مهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام دورها، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور والتفاعل.

أنواع الأخبار:

قدم الباحثون في مجال الأخبار تصنيفات عدة لأنواع الأخبار مختلفين في الأساس الذي يمكن الاعتماد عليه في معايير التصنيف فهناك مثلاً:

أولاً: أنواع الأخبار طبقاً للمضمون ويتضمن المعايير التالية:

- معيار الانتماء الجغرافي.
- معيار موضوع التغطية.
- معيار زمن الحدوث.
- معيار طبيعة الخبر.
- معيار نوعية المضمون.
- معيار الدقة.
- معيار وضوح التأطير.
- معيار البناء الداخلي.
- معيار التداعيات والنتائج.

ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية:

- الخبر الصحفي.
- الخبر الإذاعي.

- الخبر التلفزيوني.
- الخبر الإلكتروني.

أولاً: أنواع الأخبار طبقاً للمضمون ويتضمن المعايير التالية:

- أنواع الأخبار وفق معيار الانتماء الجغرافي (أخبار داخلية / محلية – أخبار خارجية)، وتصنف المدرسة التقليدية الأخبار وفقا لمكان وقوع الحدث إلى نوعين أساسيين هما:

1. الخبر الداخلي ويتضمن (الحدث الذي وقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه أو تبث منه الوسيلة).
2. الخبر الخارجي ويتضمن (الحدث الذي وقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه أو تبث منه الوسيلة)، ويؤخذ على هذا التصنيف أنه يهمل عوامل مهمة مثل مكان صدور الصحيفة، والمنطقة الجغرافية التي تغطيها الصحيفة، والمكان الذي يتعرض فيه القارئ للأخبار، والتداخل بين مكان وقوع الحدث وانتماء صانعي الحدث.

- أنواع الأخبار وفق معيار موضوع التغطية (سياسي – اقتصادي – اجتماعي – رياضي – فني – أدبي –علمي)، ويعد من أقدم التصنيفات للمدرسة التقليدية، ويؤخذ على هذا التصنيف أنه لا يأخذ بعين الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد.
- أنواع الأخبار وفق معيار زمن الحدوث (متوقعة – مفاجئة غير متوقعة):

1. الخبر المتوقع: وتشمل الأحداث المعلنة والمعلومة وقت حدوثها كالأعياد والمناسبات، أو الأحداث التي مهدت لوقوعها أحداث ماضية، وباتت متوقعة.
2. الخبر غير المتوقع: تشمل كل الحوادث المفاجئة مثل وقوع الزلازل وانفجار البراكين والحرائق واختطاف الطائرات والانقلابات والموت لشخصيات مهمة أو حوادث القتل.

- أنواع الأخبار وفق معيار طبيعة الخبر (الأخبار الجادة مقابل الأخبار الخفيفة):

1. على أساس أن الأخبار الجادة Hard News هي التي تشتمل على موضوعات ذات طبيعة مهمة وعاجلة عن الحوادث والنزاعات التي وقعت للتو أو على وشك الحدوث تمس المصالح الحياتية للناس، كالأخبار السياسية والاقتصادية والعسكرية والتجارية وأخبار المواصلات والطقس والجرائم والحرائق.
2. أما الأخبار الخفيفة Soft News فهي التي تحقق هدف التسلية والترفيه وتقدم المتعة والمعلومة وتركز على قيمة الاهتمام الانساني وإن كانت أقل فورية من الأخبار الجادة مثل أخبار الفن والأدب والرياضة.

- أنواع الأخبار وفق معيار نوعية المضمون (الأخبار السلبية مقابل الأخبار الإيجابية):

1. الأخبار السلبية: هي التي تحمل مضموناً محزناً أو مزعجاً يولّد في نفس المتلقي الضيق والخوف والقلق وربما الإحباط مثل أخبار (الحروب والنزاعات والمجازر والتفجيرات ومقتل ضحايا أبرياء وأخبار الاحتلال والعنف بكل جوانبه، ورحيل شخصيات محبوبة).
2. الأخبار الإيجابية: هي التي تعمل على رفع الحالة المعنوية للمتلقي وجعله يشعر بالتفاؤل والإقدام وحب الحياة مثل أخبار (انجازات الأفراد في سائر العلوم كاكتشاف دواء لمرض خطير، قصص الحب والإنقاذ والبسالة، وتطور المدن والشعوب، والمهرجانات والفنون والرياضة).

- أنواع الأخبار وفق معيار الدقة (الأخبار الموضوعية مقابل الأخبار المتحيزة):

1. الخبر الموضوعي: يكون حين ينقله المحرر كما وقع بالضبط ويكون أميناً في نقل المعلومات وتصوير الأحداث.
2. الخبر المتحيز: إذا تدخل المحرر في الحدث فيكون أو موجها أو ملونا ويمكن أن يفعل المحرر بعدة طرق منها:
   - خلط الخبر بالرأي.
   - حذف بعض الوقائع من الخبر أو قطعه من سياقه.
   - إضافة بعض الوقائع غير الصحيحة على الخبر.

- أنواع الأخبار وفق معيار التأطير (الأخبار المؤطرة مقابل الأخبار المجردة): وهو شبيه بالمعيار السابق إلا أن التأطير هنا يكون تجسيداً لمبادئ السياسة التحريرية التي تحكم عمل الوسيلة الإعلامية وفق رؤى راسخة وأهداف بعيدة المدى ولا يلجأ محرر الخبر لتأطيره إلا إذا كان الخبر ذو جدل ويفتقد الإجماع في الحكم على توصيفه وشخوصه، وتقسم إلى:

1. الأخبار المؤطرة: تعني وضع وقائع الخبر ضمن سياق مفهوم اجتماعيا ينظم المعاني ويوحد الرؤية والحكم عليها من منظور المحرر.
2. الأخبار المجردة: التي لا يلجأ المحرر إلى تأطيرها بسبب كونها غير ذات جدل وبسيطة ولا تخضع لأحكام متباينة على مضمونها أي تحظى بإجماع عام بحيث يتوحد إطار التقديم في سائر وسائل تغطيتها.

ويتم هذا الفصل من خلال مدى استخدام **أدوات التأطير** التالية:

1) اختيار الوقائع عبر التركيز على وقائع وإهمال أخرى
2) عبر ترتيب الوقائع عبر (إعطاء أولوية لوقائع وتأخير كر وقائع)
3) عبر اختيار مفردات الأفعال
4) عبر اختيار مفردات الأمكنة
5) عبر اختيار مفردات توصيف الشخصيات

6) عبر اختيار المصادر وتوثيقها
7) عبر موقع النشر أو البث / في أول صفحة أو صفحة داخلية أو في آخر صفحة
8) عبر مكان النشر أو البث / في أعلى أو وسط الصفحة
9) عبر حجم المعلومات المختارة / كبير الحجم أو الزمن أهمية والخبر المتوسط أقل أهمية والصغير أقل أقل أهمية
10) عبر الخلفيات المختارة للحدث

- أنواع الأخبار وفق معيار البناء الداخلي (الأخبار البسيطة مقابل الأخبار المركبة):

1. الأخبار البسيطة: هي الأخبار التي تدور حول واقعة واحدة مهما تعددت تفاصيلها، ولا يحتاج هذا النوع إلى جهد من جانب المحرر لتحليلها وتفسيرها، فهي في تكوينها بسيطة محددة وموجزة، مثل (الأخبار الشخصية، الأخبار الرياضية المحددة، الوفيات، الحوادث، الأحوال الجوية..)
2. الأخبار المركبة: وتتضمن أكثر من واقعة في الخبر الواحد، بحيث يشتمل الخبر الواحد على أكثر من خبر يضمها إطار واحد قد يكون الحدث أو المكان، ولا يجد المحرر مبررا للفصل بينها ولكي يضع المتلقي تصورا كاملا لما يجري وتسود هذه الأخبار في فترات الأزمات أو الانقلابات والحروب وغيرها.

- أنواع الأخبار وفق معيار التداعيات والنتائج (الأخبار المنتهية مقابل الأخبار – الممتدة/ المتحركة):

1. الخبر المنتهي: وهو المتلقب الأحداث التي وقعت لكن ليس لها تداعيات أو نتائج تتطلب تغطية مستمرة من جانب الصحفي.
2. الخبر المتحرك / الممتد: الذي تتوالى وقائعه ويتطلب تغطية مستمرة كالحروب والأزمات والنزاعات التي تستمر لزمن وتصبح أحداثها أخبارا يومية في وسائل الإعلام.

ثانياً: أنواع الأخبار طبقا للوسيلة الاتصالية:

1. الخبر الصحفي: هو نوع تبليغي يهتم أساسا بما جرى بالحدث أو بنتيجته أو الجديد الذي طرأ على موضوع معروف، وهو الخبر المطبوع سواء نشر في جريدة يومية أو أسبوعية أو في مجلة أسبوعية أو شهرية أو دورية، ويكون ذو طابع تفسيري يهتم بالتفاصيل وينقل الحدث معتمدا بشكل رئيس على وصف الوقائع للقارئ الذي لمير الحدث.
2. الخبر الإذاعي: يتحتم على محرر الخبر أن يركّز على الأساسي والجوهري من وقائع الحدث ويكتبها بعبارات سهلة خالية من أي ألفاظ معقدة، ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمله السامع، ويعتمد أيضا على وصف الوقائع للسامع الذي لمير الحدث، وهو الخبر المسموع الذي يذاع عبر الأثير من محطات الإذاعة المختلفة.

3. الخبر التلفزيوني: والخبر هنا يعتمد على الحبكة الدرامية التي تأسر المشاهد عبر التحرير اللغوي المدعوم والموثق بالصورة المتحركة، وعلى الصورة المرافقة أن تمتلك مضمونا اتصاليا مختلفا يكملها النص التحريري ولا يكون تكرارا لها، أما إذ افقد الصورة يكون خبر إذاعيا فقط يذاع عبر التلفزيون، فالخبر التلفزيوني هو الذي يذاع عبر محطات التلفزيون المختلفة مترافقا مع مادة فيلمية حية.
4. الخبر الإلكتروني: هو الخبر الذي ينشر على مواقع شبكة الويب في مواقع إخبارية متخصصة، ويحرر عبر (الكتابة التكوينية) التي تتألف من الهيبرتكست Hypertext والهيبرميديا Hypermedia ويميز هذا النوع من الكتابة (إمكانيات الإبحار والتصفح، القدرة على استرجاع المعلومات أكثر من مرة، التفاعلية)، ويحرر الخبر وفقاً لمفهومي التفاعلية والآنية باستخدام خصائص الصحافة الإلكترونية من خلال جمع وتحرير وتخزين المعلومات والصور والرسوم وإدارتها واستدعائها ومعالجتها إلكتروني)، معتمدا على التفتيت لوحدات صغيرة، الشكل الموحد، العنوان القابل للنقر.

وتتمثل أهم الفروق الرئيسية بين أنواع الأخبار السابقة في ما يلي:

- الجدة – الفورية.
- الإيجاز – التفصيل.
- المؤثرات ووسائل الإبراز.
- الجمهور.

القيم الإخبارية(•):

كما تختلف قيمة العملة وفقاً لحجم احتياطي الدول تختلف قيمة الخبر تبعاً لحجم ما تراعيه وقائعه وأسلوب تحريره من قيم إخبارية، فالقيم الإخبارية هي مجموعة المعايير التي يعتمدها المحررون في اختيارهم لوقائع الخبر، إضافة لأسلوب تقديمه، وطرائق تحريره وبلورته، وإذا كانت النظرية القديمة تنحى نحو أن الخبر الكامل أو الشامل هو الخبر الذي أن يجيب عن الأسئلة الخمسة: من قام بالحدث؟، وبماذا قام؟، ومتى، وأين، ولماذا؟، مضافاً إليها عنصر يتناول كيفية وقوع الحدث (كيف حدث؟)، وهي ما يطلق عليه في أدبيات الصحافة التقليدية بعناصر الخبر الستة (Ws + Ho)، فإن الخبر المعاصر

(•) يوجد في أدبيات الصحافة عدة مصطلحات إنجليزية تشير إلى معنى القيم الإخبارية، لعل أبرزها وأشهرها المصطلح المباشر للقيم الإخبارية (News Values)، إضافة إلى بعض المصطلحات المتداخلة في المفهوم، مثل مصطلح الملامح الإخبارية (News Feature)، والخصائص الإخبارية (News Characteristics)، والسمات الإخبارية (News Criteria)، والعوامل الإخبارية (News Factors)، والمؤشرات الإخبارية (NewsIndicators)، والنوعيات الإخبارية (News Qualities)، وجميعها تدور حول معنى يحدد معايير اختيار الخبر، وتقديمه، وتختلف اختلافاً جذرياً عن مصطلح الموضوعات الإخبارية التي تتناغم مع حركة الأحداث اليومية.

يبتعد عن الحشو الزائد باتجاه معايير أكثر وضوحاً تحقق جاذبية الخبر، وترفع من أسهم إثارته لاهتمامات الجمهور، بما يحقق سعة انتشاره وتداوله،وهذا يكون بمثابة الحكم القيمي على الخبر وصلاحيته، لا بل وجودته أيضاً.

يعمل المنظرون والفلاسفة على إرساء قواعد أساسية في المجتمع متمثلة في القيم التي تشتق منها المعايير وأنماط السلوك، وهذا ما يجب أن يكون، إلا أن الواقع قد يفرض في بعض الأحيان وفي بيئات بعينها أن تتحكم المعايير والمصالح بالقيم وتلونها وفق ما تقتضيه هذه المصالح.

وفي بيئية الإعلام الخبري يطبق حراس البوابة سلسلة ين العمليات المتعددة لجمع الأخبار وتوزيعها من خلال مجموعة من قيم الأخبار التقليدية، والتي تعكس حكماً جماعياً للذي يستحق أن يكون خبراً، ويميلون لانتقاء المعلومات التي تعكس شيئاً غير متوقع، فالعيلم الذي نراه ونقرأ عنه ونسمع عنه في الأخبار هو نتاج لكل من القيم الخبرية والنظام العالمي في جمع وتوزيع الأخبار.

وفق المفهوم الأكاديمي يمكن **تعريف القيم الخبرية بوصفها "مفاهيم لتصورات دينامية، صريحة أو ضمنية، تميز الإعلامي أو المؤسسية الإعلامية أو مجتمع بعينيه، وتحدد ما يجمع وينتقى وينشر ويبث من أخبار، وتؤثر في طرق وأساليب ووسائل صناعة جمع وانتقاء ونشر الأخبار، وتحدد أهداف ما وراء النشر، وتتجسد مظاهرها في اتجاهيات الوسائل الإعلامية والإعلامين واختياراتهم الإخبارية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرهم ورموزهم الإعلامية والاجتماعية وفيما تتفق عليه المؤسسات الإعلامية، وفيما يفضله أو يرفضه الجمهور في مجتمع بعينه**، وترتب هذه التصورات ببقية مكونات البناء الإعلامي والاجتماعي تؤثر فيه وتتأثر به، فهي العوامل التي تحدد جمع وانتقاء ومعالجة وتحديد أولوية ونشر الخبر".

أما بالمفهوم المتداول فاللقيمة هي المعيار الذي يحدد على أساسه مكانة وسعر وقيمة ورفعة الشيء، وبالتالي نحكم على هذا الغرض أو المادة أو الممون بأنه رخيص والآخر نفيس أو ثمين أو غالي، قديماً مانت القيم توضه خسب الأهواء أما اليوم فكل قيمة توضع حسب معايير ناظمة ثابتة.

وهنا لا بد من التأكيد على تباين عناصر القيمة الخبرية، ككما تعريف الخبر، سواء بين المنظرين أنفسهم وفق مفاهيمهم الخاصة أو وفق الإيديولوجيات وطبيعة السلطة الحاكمة للدول نفسها.

أ) التباين في المفهاهيم الفردية:

وفى مراجعة للتراث الإعلامي من عام 1977 – 1998 ظهر أن القيم الإخبارية التي تركز عليها الأنباء، هي الضخامة والاهتمام الإنساني والصراع والسيادة، وعموماً فإن القيم الإخبارية التي تم التطرق لها منذ عام 1676، وبدأت بالمطالبة بين ما هو زائف وما هو حقيقي، ومن ثم انتقلت للتأكيد

على الواقعية، والأثر الذي تحدث في حياة الناس، لا بد في النهاية أن ترتبط ارتباطاً وثيقاً بما أسماه هوود ستيوارت (Hood Stuart) بالحس الإخباري (News Sense)، والذي يعبر عن المقدرة في تصور اللغة والحالات المحتملة ضمن مؤسسة تشكيل الرأي العام في المجتمع، دون أن تخرج عن إطار التفكير الاجتماعي، فالحس الإخباري جزء من ثقافة المجتمع العامة، ومؤسساته القائمة على العمل، ولهذا تطرق وولتر ليبمان (Walter Lipman) في كتابه الشهير (الرأي العام) 1922 إلى القيم الإخبارية واضعاً أسسها التي تقوم على الوضوح، والغرابة أو الهشة، والقرب الجغرافي، والتأثير الشخصي، إضافة للصراع، مميزاً بين واقعية الخبر ومفهومه الذاتي والأثر الذي يخلفه، وهذا لا تختلف كثيراً عما كان أشار إليه "كاسبر ستيلر (Kaspar Stieler)، 1695، من أن أبرز القيم الإخبارية هي: الجدة أو الآنية، والطرافة، والقرب الجغرافي، والتأثير والأهمية ودرجة السلبية.

من جانبه يجد "جيرمي تونستول، Jeremy Tunstall" أن القيم الإخبارية ذات تسلسل هرمي، تخضع للأولويات، ولهذا يوجد في عملية اختيار مضامين الأخبار نوعين من القيم: **القيم الإخبارية** (News Values) التي تفاضل في زيادة مستوى أهمية الخبر وجدارته الإخبارية (Newsworthy) سواء من حيث التركيز على السلطة أو الكوارث والسلبية والصراع والتضاد والغرابة والطرافة، **والقيم الثقافية** (Culture Values) التي تركز على شمولية العرض ليشمل كل مناحي اهتمامات الجمهور بقطاعاته المختلفة (Pluralism).

ويعد "ولبر شرام "Wilbur Schramm" أبرز المحددين لملمات اختيار الأخبار في العصر الحديث؛ حيث حدد المبدأ الرئيسي في ذلك بناء على أن الغني عن البيان أن المتلقي عندما يختار خبراً ما، فإنه من الطبيعي أن يتوقع ثواباً محدداً، إنه معيار جدارة الخبر، ولهذا اقترح "شرام" عاملين للبحث عن الأخبار هما: المكافأة الفورية والمؤجلة، وقد عرف المكافأة الفورية بالإشباع المتحقق مباشرة من الأخبار التي تتعامل مع الفساد والجريمة والكوارث وقصص الاهتمام الإنساني، بينما تعد المكافأة المؤجلة فما يتوقع تقديمه من أخبار الشؤون العامة والأحوال الاقتصادية، والمشكلات الاجتماعية، واللوم والثقافة وأخبار الصحة العامة، وأثبت "ستامبل Stample" ذلك من خلال تحليل اهتمامات القراء عاملياً فوجد أن المكافأة الفورية التي أشار إليها "شرام" مع الصراع أهم عاملين من أصل ثمانية عوامل قيمية تجعل الجمهور مهتماً بالأخبار عموماً والسلبية منها على وجه الخصوص.

وليس بعيداً عن تميز فكرة شرام، وضع الباحثان النرويجيان "جاتولنج وماري روج (Galtung & Marie Ruge) في كتاب "صناعة الأخبار" لصاحبيه "كوهين ويونج، Cohen &Yong" معايير تزيد احتمالية نشر الأحداث مجرد تزود الخبر فيها منها: التكرار، والضخامة، والوضوح، والألفة، والتماثل أو التشابه، والمفاجأة أو الدهشة، الاستمرارية، وتركيب الخبر، فيما تحدد كارول ريتش القيم الإخبارية

بالفورية، والقرب الغرابة وبروز الشخصيات والاهتمام الإنساني، والصراع، والتأثير وروح المساعدة، والتسلية والإلهام والاهتمام الخاص، وعليه **فإن** هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أياً أو بعض أو عدة معايير من المعايير الآتية:

1) نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية، فحادث اغتيال مثلاً أكثر جدارة صحفية من تقدم بطيء لأحد بلدان العالم الثالث.
2) الضخامة: كلما كان الحدث أكبر كان أفضل وكلما كان دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور.
3) الوضوح: كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة، كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.
4) الألفة: وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعنينا أكثر من سواها.
5) التماثل: هذا يعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.
6) الدهشة والمفاجأة: لابد ان يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع أو نادر ليكون الخبر جيداً.
7) الاستمرارية: هذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وأن تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.
8) التشكيل/ التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر أو الناشر بطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحيفة هي أخبار خارجية، أو أن ينشر بعض الأخبار الحقيقة والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.

ويرى **Hartely** أن "القيم الخبرية ليست طبيعية ولا محايدة، إنما تشكل رموزاً ترى العالم على نحو خاص جداً، والحقيقة أن القيم الخبرية هي رموز أيديولوجية"، وترى فريال مهنا أن القيم عنصر من عناصر القابلية المعلوماتية (قابلية معلومية ما لأن تصبح خبراً)، والقيم "قواعد عملية تحتوي جملة معارف مهنية تفسر وتقود ضمنياً أو جهاراً إجراءات العمل التحريري، وتشكل مرجعيات واضحة تكمن في المعارف المشتركة حول طبيعية وأهداف الخبر، وهي مرجعيات يمكن استخدامها لتسهيل وتسريع العملية المعقدة لمعالجة الأخبار، فيما يرى Galtung & Ruge أن معايير انتقاء وتقديم الأخبار تنطبق على كل وسائل الإعلام في العالم هي: القرب الثقافي للحدث، وثقة الصلة مع الجماعة أو الدولة، والتوافق مع ما كان متوقعا، سهولة تغطية الحدث وفهمه، وجود الحدث كخبر من قبل، في حين توصلت دراسة Kariel & Rosenvall إلى أن أكثر المعايير أهمية لانتقاء الأخبار هي: المسافة، الصلة الثقافية، السكان، التجارة، الناتج القومي الإجمالي، التميز/ وهذا لا يختلف مع ما جمعت عليه الكثير من

الدراسات التي ترى أن عوامل مثل تكاليف البث، المصالح المالية للمعلنين، التحيزات العرقية واللغوية لملاك الوسائل الإعلامية والإعلاميين والقراء والمشاهدين، التكنولوجيا الحديثة للاتصالات، عائدات المساهمين تمارس دوراً مهماً في اختيار وتشكيل القصص الإخبارية.

ب) التباين بين الدول:

لكل دولة طبيعة تعاملها مع قيم الأخبار؛ حيث بينت بحوث التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرقة عن العالم الثالث التركيز على التنمية، والمسؤولية الاجتماعية، والتكامل الوطني، والتثقيف، قرب المكان، والاهتمام الشخصي، وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في صحافة العالم الثالث، حيث يتم إبراز الأخبار الإيجابية، وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة، ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول، كما يتم حجب أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة، ومن هنا تنطلق الدول النامية من وجهة نظير تعتبر "الأخبار" خدمية عامية توجيه إلى الجماهير لكي تحيطها علماً بطبيعية الأحداث والمواقف والمعلومات في الداخل والخارج، وذلك بعكس الدول الغربية التي تنظر إلى الأخبار باعتبارها سلعة قابلة للتسويق وخاضعة لقانون العرض والطلب، وبالتالي فقيم الأخبار في الدول النامية ليست ثابتة أو مستقرة مثلما هو الحال في المجتمعات الغربية وذلك يعود لعدم توفر استراتيجية واحدة أو موحدة تلتزم بها الدول النامية، وأيضاً بسبب تأثر عملية صنع الأخبار فيها بالميل السياسي.

الأساس في قيم الأخبار أنه يناط بوسائل الإعلام من خلال مسؤولياتها الاجتماعية المحافظة على سلامة المجتمع وتماسكه، وتجنيب التغطية المتحيزة التي تضر بمصالح الدولية العليا وتماسك المجتمع، والتي تشيع الاضطراب والفوضى أو تهدد القيم الأصيلة، كميا ييتم التأكيد على قيمة التثقيف في الخبر لتوصيل معارف أو معلومات، أما قيمة الوحدة الوطنية فتتحقق من خلال تعزيز النعرة القومية والانتماء ووحدة الأمة، والتركيز على الذات القومية والانجازات الإيجابية للأمة.

بيد أن الواقع يكشف عن تمحور منظومة القيم الخبرية في الدول النامية حول السلطة والنخب المسيطرة وإلى غلبة التوظيف السياسي لوسائل الإعلام فيها على التوجه التنموي.

كذلك تتباين منظومة القيم في الدول النامية ذاتها إذا كانت تتمتع بوجود إعلام متعدد، فالإعلام الحكومي يلجأ إلى إبراز قيم تدعم شرعية الحكومية القائمة ويركز على إيجابياتها، والإعلام المعارض يلجأ إلى إبراز قيم تكشف السلبيات وتضعف شرعية الحكومات القائمة.

كما يكشف الواقع عن سيادة معالجات إخبارية تأخذ أحياناً من قيم النظام الرأسمالي، وأحياناً أخرى من قيم النظام الاشتراكي السابق، وإن كان البعض يرى أن منظومة القيم الخبرية المطبقة في بعض دول العالم النامي هي منظومة القيم الغربية ذاتها ذات الطابع التجاري، لا سيما في أمريكا

اللاتينية، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التبعية للنظام الإعلامي الدولي وزيادة سيطرة النخب على المستويين الدولي والمحلي.

وتتحدد أبرز القيم الإخبارية في الدول المختلفة وفق التالي:

- **قيم الأخبار في الدول النامية:**
  - التنمية.
  - المسؤولية الاجتماعية.
  - التكامل الوطني.
  - التثقيف.
  - القرب الإقليمي.
- **قيم الأخبار في النظام الاشتراكي:**
  - لذاتية.
  - القومية.
  - الالتزام والتركيز على الأخبار الإيجابية وتجنب السلبية.
  - عدم الحساسية.
  - إعطاء طابع تفسيري للأخبار الأجنبية، وذلك بشكل نسبي إلى حد كبير.

- **قيم الأخبار في النظام الرأسمالي:**
  - الحداثة.
  - القرب المكاني.
  - الاهتمام الشخصي.
  - أخبار النخبة.
  - البروز.
  - الحجم
  - الجدة.
  - السرعة.
  - الصراع.
  - السلبية
  - الإثارة.

إذاً.. تمثيل القيم الخبرية جزءً مهماً من الأيديولوجية الإعلامية والفكرية المتبعة، ومن هنيا ينيع الاختلاف بين دول العالم النامي والدول الغربية في مصفوفة القيم الخبرية التي تتبناها كل منها، حيث أن مفهوم الخبر عند كل منها يختلف كثيراً عين الأخرى –كما أشير سابقاً– وبالتالي تختلف الاحتياجات الإخبارية وأساليب التعبير عنها، وعلى هذا حدد الباحث الجزائري اسماعيل قاسمي العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية: بالسلطة السياسي، وسياسة المؤسسة الإعلامية، والإيديولوجية، والقيم المجتمعية، والقواعد المهنية، ونوع ملكية الوسيلة.

وفيما يلي محاولة لتقديم موسع لخلاصة القيم الإخبارية التي تتضمنها الأنباء وتحتمها طبيعة هذه الأنباء نظراً لخصائصها ومميزاتها:

أولاً: القيم الأساسية: هي القيم التي لا يمكن للخبر دونها أن يكون خبراً، وبالتالي يموت الخبر إذا غابت عنه هذه القيم، فهي أساس وجو الخبر، ويمكن تلخيصها في قيم ثلاث:

1) **الجدة – الآنية – الفورية:** تفرض الأخبار متابعة مستمرة وفورية للأحداث لمتابعة تفاصيلها، فالخبر بما يحدثه من تأثير يجعل الجمهور أكثر تلهفاً لمعرفة الآني والجديد ويجعل الوسائل أكثر حرصاً على آنية الخبر للتسويق والمنافسة، وبالتالي فإن إن عنصر الجدة أساسي للغاية في عملية نشر الخبر، فالأخبار تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب لاهتمامات الجمهور المتلقي، ويقصد به (الخبر الذي يحدث للمرة الأولى)، أو (الخبر ذلك الذي يحدث دورياً على فترات متباعدة)، وتتأثر هذه القيمة بتطور أدوات الإنتاج التوزيع الخاصة بوسائل الإعلام بأنواعها، والتي شهدت قفزة عملاقة، حيث ظهرت تقنيات جديدة في مجالات الجمع والطباعة والنشر والتصوير والإنتاج، مكنت من اختصار الوقت وزيادة الجاذبية والإبهار، كما تطورت صناعة الكمبيوتر في مجال خدمة المعلومات جمعاً وصناعة، وارتبطت بتقنية الكمبيوتر تقنية الاتصال سواء في مجال الإنتاج، أو التوزيع

أو البث فزادت من كفاءة كل منهما، وأكملت التطورات الكبيرة في مجال تقنية الأقمار الصناعية وشبكات التوزيع الأرضية والكوابل وغيرها من حلقات التطور الإعلامي وفتحت أمام الإعلام آفاقاً رحبة وواسعة للانتشار والتأثير، لتبقى القاعدة الذهبية أن الخبر كالخبز مادة سريعة التلف، و'ذا كان الخبر اليوم بفلوس فغداً (ببلاش)، ما يعني أن الخبر لا يعيش أكثر من ساعات في آنيته.

2) **الدقة:** الخبر غير الدقيق ليس خبراً، وبالتالي يتوجب أن تتحلى معظم الأخبار بدقة المعلومات نظراً لحساسية المواضيع التي تطرحها، وانعكاسات غياب الموضوعية على الجمهور وعلى الوسائل الإخبارية وخاصة فيما يتعلق بأنباء التهديد التي يطالب الجمهور بمعلومات أدق وأوفى حولها. وما يقتل الدقة عادة، إحلال الصفات التضخيمية بدل المعلومات الرقمية، وعلى هذا غير مقبول القول قتل عدة أشخاص، وحتى غير منطقي القول قتل حوالي، أو قرابة، وكلما كانت المعلومة دقيقة كلما كانت المعلومة جديرة بالنشر والبث والمتابعة، والدقة تشير لموضوعية الخبر ومصداقيته التي لا تعتبر قيماً بل وجابئ على المحرر تحقيقها ليس قراراً ولكن إلزاماً واجباً، وهنا يشار إلى:

- الصفة قاتلة المعلومة: (غيبت/ قاتلت) كأن نقول جمهور كبير بدل جمهور بلغ ألف متفرج
- الصفة قاتلة الموضوعية: (غيبت/ قتلت) كأن نقول اجتماع مهم، بل أن نقول اجتماع يتناول قضية كذا ويناقش موضوع كذا.

3) **مستوى الاهتمام/ الأهمية:** الخبر الذي يهم شخص واحد قيمته لا تزيد عن واحد، أما الخبر الذي يهم مليون فقيمته أكثر من مليون، وهكذا ترتفع أهمية الخبر كلما ازدادت أهميته للجمهور، وأهمية الخبر تكون إيجابية عندما تعالج مشاكل الناس مثال: (محاربة الفقر، إيجاد الدواء لبعض الأمراض المستعصية) وتكون سلبية عندما تتحدث الأخبار عن الزلزال والكوارث، كالزلزال الذي أصاب إيران والجزائر أو فيضان تسونامي جنوب شرق آسيا)، وبالتالي تحدث الأخبار الاهتمام كنتيجة طبيعية لخصوصيتها المثيرة، ولخصوصية الجمهور الفضولي، الذي يبقى مشغولاً بها لفترة، وقد تساعده بذلك على الهروب من روتينه الحياتي، وبالتالي كلما زاد عدد المتأثرين بالخبر والمتابعين له كلما أعطى مؤشراً لأهمية إذاعة الخبر، إن انتداب الأخبار على نشرات التليفزيون والاهتمام الذي تلقاه من المحررين والمنتجين لكسب أوسع قطاع جماهيري يبرهن أن الخبر الذي ينتشر أفضل هو الخبر الأكثر تداولاً، فالخبر كما يقول المؤرخون دائماً: فكرة أتى وقتها المناسب، وهنا يتوجب الذكر أن قيمة الخبر ترتفع كلما ازدادت أهميته للجمهور.

ثانياً: القيم الداعمة: وهي القيم التي إذا غابت لا تغيب الإخبار، لكن تنقص قيمته وأهميته ومكانته للجمهور، وبالتالي تحقيقها مكسب للوسيلة والجمهور ورفعاً لقيمة المعلومة، رغم أن غيابها ليس قاتلاً، إنما مقللاً من قيمة الإخبار، ما يجعله خبراً فقيراً أو رخيصاً، وأهمها:

1- **التأثير (الزخم، الوقع)/ الضخامة والحجم:** كلما كانت الأحداث أكثر إثارة كانت أكثر وقعاً على الجمهور، نظراً لمعالجتها لقضايا تهم الغالبية، وتعلقها بحياة الجمهور، وهذا التأثير يزداد مع الوقت لأن الأنباء لا

تهم فقط أصحابها بل يتعداها لأبناء القرية الكونية الواحدة، وانحسار اعتقاد أنه ماله تأثير على جماعة معينة قد لا يهم جماعة أخرى مع تقاطع المصالح إن لم يكن في الأغراض، ففي البيئة التي يتشارك فيها الجميع، وعليه يوجد توافق بين حجم الخبر وضخامته وأهميته بالنسبة للجمهور، فكلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى بإقبال الجمهور، وتنبثق عن هذه القيمة قيمة فرعية تتمثل في عدد الأشخاص الذين يعنيهم الحادث أو المتورطين في الخبر.

2- **العاقبة/ الأهمية الذاتية للحدث:** وهو ما آل إليه الحدث، أي نتائج الحدث التي تزيد متابعته، وخاصة كون الأخبار الجيدة هي الأخبار غير متوقعة الأحداث والنتائج، أو ما ينتج عن الخبر من عواقب سواء ايجابية أو سلبية، فحدث يتناول مقتل 5 أشخاص أقل قيمة من خبر يتناول مقتل عشرة، وخبر يتناول مقتل 100 شخص أهم من الاثنين، وهكذا، لذلك فإن الخبر الذي تناول تسوناني أندونيسيا ساد محطات ووسائل إعلام الكون لأن عاقبته تجلت بابتلاع البحر في لحظة لمائة ألف إنسان، وصحيح اليوم أن القوة السياسية تحاول فرض هيمنتها على الأخبار لكن تبقى العاقبة نتيجة رقمية لما انتهت عليه الوقائع، فمثلاً الأمريكان يسألون قبل العاقبة من هم الضحايا (البروز والشهرة) فلديهم خبر مقتل أمريكي واحد يساوي خبر مقتل 5 أوربيين، وخبر مقتل 5 أوربيين يساوي خبر مقتل 50 آسيوي، وخبر مقتل 50 آسيوي يساوي خبر مقتل 500 أفريقي، حتى أضحت الروح البشرية الأمريكية الواحدة بخمسمائة من نظرائها على الأرض في مكان آخر، ومن هنا يمكن استنتاج قيمة أهمية الخبر بكونه الأكثر احتمالية للعبور كونه يتناول أحداثاً هامة أكثر من غيرها، وقد لا يكون الخبر في حد ذاته هاماً، ولكن النتائج المترتب عنه هي الأكثر أهمية (عاقبته)، ولقد أظهرت العديد من الدراسات الأهمية النسبية لهذه القيمة بالمقارنة بغيرها من القيم، والخلاصة فإن "العاقبة" يقصد بها إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس، فمن الأخبار ما يمس جماعة قليلة من الناس في المجتمع، فلا يؤبه له كثيراً في وسائل الإعلام، ومن الأخبار ما يمس أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع، أو يمس مرفقاً من أهم المرافق الحيوية في هذا المجتمع، أو يمس مشكلة من أكبر المشكلات السياسية أو الخلقية أو الاقتصادية التي تهم المجتمع، وإذ ذاك تخصص وسائل الإعلام لهذا الخبر الضخم مكاناً ظاهراً، ويشير الباحثون إلى تفرع قيمة أخرى عن هذه القيمة مفادها (التأثير المستقبلي)، فكلما كان للأخبار تأثير مستقبلي كلما كانت بارزة في النشر أو البث.

3- **القرب المكاني والقرب العاطفي:** إذا كان الجمهور يحتاج لمعرفة ما يجرى حوله في الأوقات الاعتيادية، فإنه يصبح أكثر حرصاً على معرفة دقائق الأمور في الأوقات العصيبة، وتحقق الأخبار الجيدة القرب المكاني للجمهور البعيد، بما يدعوه الباحثون القرب العاطفي لهذه النوعية المتفردة من الأخبار، وعليه فالخبر الذي يثير الجمهور هو القريب منه أي الذي يدور في محيط جغرافية وعواطف الجمهور، وبالتالي يعني القرب الجغرافي مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات الواردة في الخبر، وهذه القيمة ترشح جملة من الأخبار القريبة جغرافياً أو نفسياً أو عاطفياً من الجمهور، وعادة

ما تشكل هذه القيمة فارقاً كبيراً بالنسبة لوسائل الإعلام المحلية التي تبحث عن الخبر الخاص بمحيطها القريب جغرافياً وثقافياً، ولكن الغرابة في وسائل الإعلام الغربية لها مفهوم جغرافي ونسبة مكانية، وعليه تم تفكيك عناصر هذه القيمة إلى قرب مكاني جغرافي، بحيث تكون الأخبار الخاصة بموقع جمهور المتلقين أقرب للنشر، وقرب عاطفي نفسي يجعل الجمهور يتابع الأخبار القريبة منه ومن أسلوب حياته، وتكون هذه الرواب عادة بسبب النوع أو الديانة أو السن، وتتفرع عنها قيمة فرعية هي قيمة الألفة، وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعنينا أكثر من سواها.

4- **القيم المرئية:** تتجمل الأخبار بالصور التي تحقق مزيداً من التأثير، فضلاً على أن الرسالة السلبية تلخص في صور مرئية في حين تعتبر الرسالة الإيجابية رسالة لفظية، وإذا كانت الصور تكسب الأخبار عموماً جمالية، فإن الأخبار الخاصة تزيد من جمالية الصورة نفسها، فقد وجد "أدوارد Adward" أن النار تبدو رائعة في أخبار التليفزيون.

5- **حجم التداول والانتشار:** وهذا العنصر يمثل خاصة الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية، ويجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة ولكن مع الاستمرارية في تداول هذا الموضوع يصبح حدثاً هاماً بالنسبة للجمهور.

6- **البروز والشهرة:** إذا كانت الأسماء تصنع الأخبار فإن الأسماء الكبيرة تزيد الأخبار جمهوراً، أما الأسماء الصغيرة –غير المعروفة– فتزيدها بشاعة، والأمر يتعداه للمؤسسات والأماكن التي تكسب ذاتها شهرة في الخبر، وبالتالي فإن (الأسماء المشهورة تصنع أخباراً مقروءة، مثال: (اللقاءات مع رجال السياسة المشاهير أو الفنانين الكبار أو اللاعبين المتميزين)، ويقال أن (الأسماء تصنع الأخبار) وأن (الأسماء اللامعة تصنع الأخبار الهامة)، وكل إنسان يحب الأبطال والساسة البارزين في الهيئة الاجتماعية، وكذلك يحب الرياضيين والفنانين وملايين من الناس يقبلون منهم على قراءة قصص المكتشفين والرحالة ومغامرات أصحاب الملايين، وتلجأ وسائل الإعلام لإضفاء طابع من الشخصانية على الأخبار، مما يرجح نشرها ورواجها، فبقدر ما تحوي الأحداث أسماء شخصيات مرموقة أو ذات شهرة، كلما كان احتمال نشرها قائماً وبالمقابل تتضاءل فرص نشر الأخبار المتعلقة بالأشخاص العاديين.

7- **الإثارة والغرابة والطرافة:** تنحرف الأخبار المثيرة عن مجرى الحياة الاعتيادية، والإثارة قيمة في المجتمعات الغربية التي تكثر فيها هذه الأخبار صاحبة النصيب الأوفر في الغرابة والإثارة والابتعاد عما هو متوقع، وهنا يجب القول أنه لا يشترط أن يكون كل غريب طريف أو كل طريف غريب، ما يعني أن هذه القيم يمكن فردها لتصبح قيم قائمة بحد ذاتها (الإثارة) (الطرافة) (الغرابة) وهي لا تترافق دائماً، وإن شاع تزاملها معظم الوقت، لكن ليس كله، كما أنها مجتمعة تسعى إلى اللعب على وتر غرائز الجمهور، وتعد الأحداث التي تخرج نوعاً ما عن المألوف أو العادي، مصدراً للأخبار ذات الأولوية في النشر، ويكون الخبر قابلاً للترويج كلما زاد حجم غرابته وطرافته وإثارته، وقد استغلت هذه القيمة في نشر

وتوزيع الأخبار المتعلقة بفضائح المشهورين والشخصيات المركزية في الدولة، واستعملها المنافسون في الحملات الانتخابية لتحقيق اندفاع الجمهور المستهلك لهذا النوع من الأخبار الذي يكون عادة جمهورها مندفعاً، ما يعني أن مثل هذا الأخبار بقصصها الطريفة لا يمكن أن يهمل بمجرد اختفاء العناصر الإخبارية الأخرى، بل يكفي أن يكون "غريباً" لكي يكون "خبراً"، ذلك أن مثيل هذا الخبر قد يعيش في أذهان الجمهور أكثر مما يعيش خبر استقالة موظف كبير بسبب خلافه مع بعض زملائه في العمل، وتذهب بعض الصحف إلى أن عناصر التشويق الإثارة والطرافة والروعة من أهم سمات الخبر الجيد، ويمكن حسب "هانز" توضيح هذا العنصر بطريقة سهلة وخفيفة بالاعتماد على معادلة تشرح عنصر الغرابة أو الإثارة:

- نبأ عن رجل عادي عمره 80 سنة + حياة عادية = صفراً.
- نبأ عن رجل عادي عمره 80 سنة + رحلة مغامرة = خبراً.
- رجل عادي عمره 80 سنة + زوجة شابة 80 سنة = خبراً.
- رجل عادي 80 سنة + زوجة شابة 18 سنة + 3 توائم = خبر أكثر أهمية.

8- **الصراع:** إذا كانت الأحداث التي تعكس وتصور الصراعات والنزاعات والعداء، والمجابهة بين الأشخاص أو بين المؤسسات دعائم القصص الإخبارية فإن هذه الدعائم هي أساس الأخبار المثيرة للاهتمام والتي تشكل أخبار الصراع صاحبة الحيوية الجماهيرية الأوسع أحد مداخلها الهامة، فالإنسان بطبيعته يميل لأخبار الصراع والنزاع، وعليه الصراع من العناصر الهامية في الخبر ويعطيه أسلوباً من الجاذبية والرغبة في المعرفية وحب الاستطلاع، وخاصة عندما يتعلق الخبر بحياة الفرد أو الناس مثل: الأمراض (الإيدز، الملاريا)، ولا ينسى قول أرسطة هنا: (الدراما صراع) ليضاف عليها في غرفة الأخبار القول: الأخبار الجيدة دراما، يعني صراع.

9- **الحالية:** وتختلف عن الآنية أو الفورية كونها لا تكتفي بالجدة، لكنه تحقق ما يعرف بصراع السبق الصحفي في التغطية الإخبارية ويعد الاهتمام بهذه القيمة من أهم العناصر الأساسية في اختيار نوعية الأخبار خصوصاً في هذا العصر حيث أصبح عامل الوقت أكثر حسماً في صناعة وتوزيع الأخبار بسبب المنافسة الشرسة بين الإمبراطوريات الإعلامية العالمية، ما يجعل الطبعات الصحفية الصباحية تختلف تماماً عن المسائية وإن النشرات التي تتفاوت بساعة زمن واحدة تختلا كلياً وفي هذا السياق يعرف الخبر على أساس أنه "معلومة تصبح أقل قيمة لو عرفها الجمهور غداً بدل اليوم"، ولهذا لا تختلف كل النظريات الإعلامية في إعطاء هذه القيمة الأهمية الكبرى حيث أنها تعتقد إن الجمهور ينتظر دائماً الاطلاع على ما يقع حالاً ودون انتظار والاستزادة من المعلومات غير أن هذه القيمة تكاد تكون السبب الرئيس في الانحرافات والانزلاقات التي تحدث في عالم مهنة الصحافة إذ تقع المؤسسات الإعلامية في مأزق السبق الصحفي الذي يؤدي إلى خرق القواعد المهنية أحياناً، وتنشر أخباراً ومعلومات لم يتم التأكد من كل جوانبها لضيق الوقت وتكون سببا في كوارث تنجر عنها فيما بعد، وهنا

يذكر قول رئيس التحرير في الأهرام الذي تريث بنشر خبر موت الزعيم جمال عبد الناصر لأنه غير متأكد منه ضارباً بعرض الحائط السبق الصحفي، ليقول من لم يمت في الأهرام فهو لم يمت، وليتأكد فيما بعد من الخبر لا تعدى كونه إشاعة لو نشر لضربت مصداقية الوسيلة.

10- **قيمة الاستمرارية:** وتمثل هذه القيمة ثقلاً مهماً بالنسبة للأحداث التي تدوم مدة طويلة وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلاً وتتعلق عادةً بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة.

11- **السلبية:** هناك مثل هولندي يقول الأخبار الجيدة تمشي والأخبار السيئة تجري، وكهذا المثل فإن وسائل الإعلام تتبع دوماً الأخبار التي تتمتع بالسلبية وخصوصيا إذا وجد الصراع بين جهتين أو أكثير "، كما أصبحت ظاهرة الإرهاب تتصدر اهتمامات وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها فرض الإرهاب نفسه وأصيح اللغة الأكثر تداولاً في العيالم وأصبحت ظاهرة الإرهاب مين القيم الخبرية التي تعتمدها الجرائد والمجلات ومختلف وسائل الإعلام، كميا أصبحت نشرات الأخبار تتفنن في تقديم صور مختلفة عن الأعمال الإرهابية التي أصبحت تنشر يوميا بعد يوم في دول عديدة من العالم.. وبالنسبة لمعظم وسائل الإعلام الغربية وخاصة تلك التي تركيز على الإثارة وعلى بيع الغرابة والعنف والجريمة فإن الإرهاب يعتبر مادة دسمة مربحة تساعد المؤسسية على زيادة المبيعات وجني الأرباح، وتعتبر الأخبار السلبية – السيئة في مضمونها وليس برداءة إنتاجها أو تحريرها "**Bad News**" – رائجة في الغالب وتأخذ مكانتها في أولوية الأخبار المعدة للبث أو النشر، وخصوصاً إذا ما تعلق الأمر بانفجار، أو تجدد الصراعات على مستوى دولي أو نشوب أزمة بين بلدين.

12- **الفائدة أو المصلحة الشخصية او العامة:** وهي أن الجمهور عادة يثير اهتمامه الخبر الذي يحصل من خلاله على فوائد شخصية.

13- **قيمة التماثل:** وتعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

إن هذه القيم التي تمنح عضوية الأهمية، والأحقية في البث أو النشر لأي خبر، هي ذاتها سمات الأخبار القابلة للحياة، وعلاماتها المميزة المدونة في هويتها الشخصية، لذلك تعتبر الأخبار وفق تلك القيم الأجدر بالنشر والمتابعة، ولكن هذه القيم تختلف باختلاف البيئة التي ينتمي إليها الحدث، كما تختلف باختلاف الواقع الموضوعي الذي يعالجه، وخصوصية توقيته، ولهذا يتوجب أن لا تتم دراسة تلك القيم إلا عبر دراسة اختلاف وجهات نظر المجتمعات المختلفة إلى الأخبار وتقييمهم لها، وهو ما سنحاول بحثه فيما يلي، وعموماً تبقى هناك مجموعة من العوامل تؤثر مباشرة في خيارات الوسائل الإعلامية في نشر الخبر، فالعملية ليست دائما مبنية على صورة منطقية واضحة، فالانتماءات الإيديولوجية والسياسية للمشرفين على وسائل الإعلام في كل المجتمعات من شأنها التأثير على الأخبار وقيمها، وكذلك تدخل السلطات السياسية والمالية في كل بلد والمحي الاجتماعي والوازع الأخلاقي أو

الديني لكل مجتمع كلها عوامل خارجية، أو ربما عوامل صحفية ذاتية تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على هذه القيم الاخبارية، وبالضرورة على سير العملية الإخبارية.

نماذج الأخبار: News Models :

قدم المنظرون الإعلاميون في محاولاتهم لتحديد مفهوم الخبر ومواكبة لواقع المنافسة الإخبارية والتحولات الصحفية والاقتصادية والسياسية التي يشهدها العالم اليوم أربعة نماذج للأخبار ذات ملامح وخصائص مميزة، وتجسد نظرة حرفية متطورة للعلمية الإخبارية وطرائق إعداد الأخبار لتكون صالحة للاستخدام من قبل وسائل الإعلام الإخبارية المختلفة، وكل أنموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر، ولكل واحد منها تأثيره وقعه الخاص في غرف الأخبار، لا بل حتى عند جمهورها، مما يؤكد تعقد العلمية الإخبارية وتشابك العوامل المؤثرة فيها، ويدل على أن فن كتابة الخبر على درجة عالية من الحرفية والدقة والمسؤولية ويقتضي مهارات وخبرات غير عادية قادرة على استيعاب هذه العملية وكل العوامل المؤثرة فيها، وهذه النماذج هي:

أ- **نموذج المرآة** "The Mirror Model": والذي يعد الخبر يعكس واقعاً محدداً كالمرأة تماماً، ويؤدي هذه المهمة، فالصحفيون والمراسلون يراقبون العالم الذي حولهم، وينقلون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية قدر الإمكان، مثلما تكون المرآة صادقة تماماً في عكس الصورة التي تقف أمامها، ويافع

أنصار هذا النموذج عن أنفسهم بقولهم "نحن لا نصنع الخبر، بل ننقله فقط"، وهذه النظرة للأخبار تميز الصحافة السكسونية الناطقة باللغة الإنجليزية التي تعتمد "الموضوعية" في التغطية الإخبارية، وتقول أن الصحفي يصف الحدث، ولا يفسره ولا يشارك فيه، فما هو إلا قناة لنقل المعلومات التي ينتجها غيرهم، ويقومون بنقلها بعيداً عن صياغته وفق شكل يقدم معنى معين، لينتقل الصحفي بذلك من كلب حراسة "Watch Dog" إلى حمام زاجل "Carrier Pigeon"، وهو ما تطابق مع نظرية النخبة التي ظهرت في أمريكا وتصور الصحافة مجرد مندى لأولئك الذي يصنعون القرارات، بالمقابل فإن نقاد هذه النموذج يرون أنه غير واقعي نظراً لملايين الأحداث التي تقع في خضم هذا العالم، والتي يصعب على وسائل الإعلام نقلها واستيعابها بموضوعية، فالصحافة تعيدي تشكيل الصورة الحقيقية للواقع، حتى أن الصور التي لا يمكن أن تكذب قد تشوه الواقع، فقد تبدو مجموعة صغيرة من المتظاهرين مثل جيش غاز أمام فن الكاميرا.

ب- **النموذج الاحترافي:** The Professional Model: ينطلق هذا النموذج من أن صناعة الخبر يقوم بها محترفون ماهرون، يولفون الأخبار المختارة حسب أهميتها وجاذبيتها للجمهور بشكل يجعله يتلهف لمتابعتها، مما يحقق للوسيلة مكسباً اقتصادياً جراء إقبال الجمهور عليها، مما يجعل حجم الإقبال الفيصل في قرار النشر –أو البث– مما يجعل من الجماهير حراس البوابة " Gate Keepers" ما يقبلونه فقط هو الذي يرى النور، وما سوى ذلك يهمل ويموت، إضافة إلى الخبر يتحول إلى سلعة متطورة خاضعة للمنافسة.

ج- **النموذج المؤسساتي** The Organizational Model : وينطلق من نظرية المؤسسة –الإخبارية– وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تصرفها مع الأحداث والأخبار، فاختيار الأخبار يبرز من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسساتية وأهدافها، والعلاقات المتبادلة والمعايير الحرفية داخل كل مؤسسة إخبارية، ولهذا يبرز الأثر المؤسساتي في الخبر من خلال إصدار كل مؤسسة إخبارية لما يدعى بكتاب الأسلوب أو الدليل الأسلوبي "Stylebook" أو كتاب الجيب الصحفي "Handbook" أو منزل الأسلوب "Housestyle" التي تعتمده كل مؤسسة ذائعة الانتشار، وتضمنه تعليمات لغوية وأسلوبية وطرائق وقواعد تحرير الأخبار والتعامل مع الأحداث على اختلاف أنواعها إضافة لتقاليد الوسيلة في إعداد الأخبار ونقلها، وتجبر محرريها على التعامل مع الأخبار من خلال توصياته، لدرجة لا ينجح المحرر في القبول داخل الصحيفة مهما كانت حرفيته إذا لم ينجح في اختبار كتاب أسلوب المؤسسة نفسه، ومن أشهر كتب الأسلوب كتاب الأسلوب لليونايتدبرس ووكالة أسوشيتدبرس، ووكالة رويترز، والنيويورك تايمز والواشنطن بوست المسمى " The Washington Post Desk Book on Style"، وعموماً يعد كتاب أخبار "Newsbook" والذي حمل عنوان "The Tsewe Encoruter" أول كتاب إخباري نشر عام 1513، ويدور حول صياغة تقرير معركة "فلودن فيلد" وقد زود تغطية الحروب الانجليزية–الاسكتلندية في العقد الرابع من القرن التاسع

عشر بمادة لمزيد من الكتب الإخبارية، ويبقى شيوع هذه الكتب دليلاً على حرص المؤسسة الإخبارية على التميز وإتقان صنعتها الإخبارية ومراعاة قواعد الكتابة والمعايير الأسلوبية، وهذا المسعى في حد ذاته مؤشر على أن كتابة الأخبار أصبحت صناعة متقنة ودقيقة ولها خصائصها المعينة.

د- **النموذج السياسي الأيدلوجي** The Political Model : وينطلق من أن الخبر في أي مكان ما هو إلا نتاج الميول الفكرية للقائم بالاتصال، فضلاً عن الضغوط السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الإخبارية، فكيفما يكون الجو السياسي تكون النظرة إلى العالم، والتغطية لوقائعه، فأنصار النظام دائماً أخيار، وأعدائهم لا بد أنهم أشرار، ومن يحظى بالتغطية المؤيدين، فالرأي العام يجب أن يشكل وفقاً لمبادئ النظام، لهذا ليس غريباً أن يكون تعريف الخبر في الصين، بأنه المعلومات التي تفيد الحكومة، مما يجعل الخبر ابن بيئته ووليد تقاليدها وأيديولوجياتها السائدة،ولعل هذا ما دفع لجنة ما كبرايد في دراستها لمشكلات الإعلام الدولية أن تعرف الخبر عند صياغة تغرير "عالم واحد وأصوات متعددة" على أنه يعكس واقع وقيم المجتمع الذي نشر فيه، بمعنى أن النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي يلعب دوراً كبيراً في تقرير الأنباء التي تنشر أو لا تنشر، وطريقة تحريرها وعرضها.

اختلاف تعامل الدول مع الأخبار باختلاف الأنظمة السياسية:

إن تحليل الطريقة التى تقوم بها وسائل الإعلام بتصوير أحداث بلد معين، يمكن أن يخبر الكثير عن التوزيع الفعلى للأحداث فى هذا البلد، وربما كان ذلك انعكاساً لاهتمام الجمهور بالأخبار، أو ربما انعكاساً للنظام الاجتماعى والسياسى السائد، وبنيوية وسائل الإعلام ذاتها.

ويقدم "بنجامين وسينجر، **Benjamin, Singer**" دليلهم على ذلك بالثقافة الأمريكية التى تحتوى عدداً كبيراً من الأحداث تعكسها وسائل الإعلام بشكل سلبى، فثقافة البلد تعكس الاهتمام الكبير للجماهير بهذه الأحداث، وما أخبار وسائل الإعلام الأمريكية، وخاصة التليفزيونية إلا تأكيداً على حقيقة المجتمع الظاهرية.

إذاً تختلف معايير انتقاء الأخبار من فريق إلى آخر، حسب الاتجاهات السياسية والثقافية السائدة، إلا أن هذا لا يمنع سيادة قيم متجانسة في المجتمعات المتشابهة، وبالتالي لا يمكن اليوم القول أبداً كما يقول David Brinkley أن "الأخبار هي ما أقول أنها كذلك"، بل يتسع مداره ليشمل ما يقول النظام السياسي أنه الخبر فهو الخبر، فهو عند حراس البوابة "الحكم أو الاختيار الصائب للمتخصص في

الأخبار"، وحتى يمكن فهم التفسيرات المختلفة للأحداث في الأخبار لا ينبغي التفكير فقط فيما لو كانت المادة الخبرية تلبي معياراً عاماً كالموضوعية والصدق والحياد، ولكن يجب النظر كذلك إلى عدة أبعاد يمر من خلالها إنتاج واستقبال الأخبار، فإنتاج الأخبار يتطلب قرارات يتم صنعها ضمن حدود الاهتمامات الثقافية والقانونية والسياسية والتقنية والتجارية في كل دولة.

انطلاقاً مما مضى يتأكد اختلاف الدول والمجتمعات في منظومة القيم الإخبارية التي تتبناها كل منها حتى بين الدول النامية نفسها، وبالتالي فإنه أي محاولة لتعميم معايير إخبارية على الوسائل الإعلامية فيها هي عملية صعبة، فالاختلافات أكثر مين أوجه التشابه والتنوع أكثر من التوحد، ولهذا فإن أي محاولة للتعرف على معايير انتقاء الأخبار في الدول ينبغي البحث عنها في الممارسات الفعلية لوسائل الإعلام في هذه الدول، وليس في توجه فكري أو فلسفة تحكم العمل في هذه المجتمعات، وهي الممارسات التي تجعل كثيراً من الباحثين يرون أن رؤية الدول النامية إلى الأخبار أقرب إلى وجهة النظر الشيوعية منها إلى وجهة النظر الغربية من حيث أساليب السيطرة والهيمنة وعدم الاهتمام كثيراً بحق الشعوب في معرفة ما يجري حولها من أحداث، ومن هنا ثمة تنوع عريض للعوامل المؤثرة على اختيار وتشكيل القصص الإخبارية، فهناك معايير تتعلق في:

- النظام السياسي والإعلامي الذي تعمل الوسيلة الإعلامية في إطاره.
- نمط الملكية.
- مدى الحرية المتاحة للوسيلة.
- السياسة التحريرية للوسيلة واستقلالها التحريري.

وهناك معايير جوهرية تكسب معلومة ما أهمية خاصة وتساعد في تحويلها إلى خبر هي:

- درجة السلطة المؤسسية والمستوى التراتبي للأشخاص وعددهم في المعلومة.
- المصادر المستخدمة ومستواها.
- العائد على الوطن والمصلحة الوطنية من جراء هذه المعلومة.
- المغزى من المعلومة/الحدث وقابليته للتفسير في السياق الثقافي للمتلقي.

- **نظرة الغرب إلى ماهية الأخبار:**

إن المجتمعات الغربية تنظر إلى الأخبار باعتبارها سلعة تجارية قابلة للبيع والشراء، ويحكمها قانون العرض والطلب، وبالتالى تصبح اهتمامات الناس ورغباتهم ذات قيمة فى سوق الشراء، ولتحقيق الربح والمنافسة يميل المنتجون لإعطاء الجمهور ما يريده من قصص الكوارث والانقلابات والزلازل والجرائم والقتل والتهديد، ويعزو "كلاوس شو إنباخ، **Klaus Shoenbach**" الاهتمام الكبير فى الغرب بالأخبار السلبية إلى حقيقة أن الغرب يتوقع التقدم، لذلك يكتسب الفشل قيمة الاستثناء، ويصبح الإخفاق

يستحق التغطية لأنه غير مألوف ويعكس وضعاً انحرافياً غير عادياً، كذلك ليس لديهم شيئاً يخسرونه جراء نشر الأخبار السلبية، فبغض النظر عمن سيكون فى السلطة فالأخبار السلبية لصالح النظام، وتجعل الناس تهتم بالتغيير، وتأمل بالتقدم عكس المجتمعات الشرقية.. سابقاً.. التى تتوقع الفشل فتعتبر الأخبار الإيجابية الأجدر بالنشر لمساعدتها على استقرار النظام، يتفق التفسير السابق مع رؤية "جالتونج وراج" اللذين وجدا أن هناك أربعة عوامل ينفرد بها الركن الشمالى الغربى من العالم وأهمها معيار السلبية، إضافة لمعايير النخبة والإثارة والرؤية المستقبلية.

"وليبر شرام **Wilbur Schramm**" اقترح عاملين للبحث عن الأخبار هما: المكافأة الفورية والمؤجلة، وقد عرف المكافأة الفورية بالإشباع المتحقق مباشرة من الأخبار التى تتعامل مع الفساد والجريمة والكوارث وقصص الاهتمام الإنساني، وأثبت "ستامبل **Stample**" ذلك من خلال تحليل اهتمامات القراء عاملياً فوجد أن المكافأة الفورية التى أشار إليها "شرام" مع الصراع أهم عاملين من أصل ثمانية عوامل قيمية تجعل الجمهور مهتماً بالأخبار السلبية، ومن جهتهما "أليكس وجانى، **janny,**" **Alex** أكدا أن تغطية وسائل الإعلام الغربية للإرهاب والعنف بكثافة هو عنصر من صورتها لنفسها، فلا يوجد حقيقة خارج ما تسعى إليه الأخبار بتقديم صورة لمشاهديها غير المشاركين مباشرة فى الأحداث، ويعود ذلك الاهتمام لتبريرات عدة أهمها:

1- وسائل الإعلام الغربية والوظائف المعلوماتية بيد القطاع الخاص الذى شعاره الربح، فالجريمة دائماً أخبار جيدة طالما وسائل الإعلام تبيع، وتروج لنفسها.
2- خلف الانتباه للتهديد يكون الصالح العام، ووسائل الإعلام الغربية تروج لمحتوى العنف كثيراً تلبية لمطالب الجمهور بالتعليق حول مظاهر تهديد الحياة.
3- فى المجتمع الصناعى يعيش الجمهور حالة مغتربة مما يزيد اهتماماته بهذه النوعية من الأخبار.
4- الرجل الغربى له اتجاه مميز للعنف وتوبيخ السلطة، حيث أن الفرد يشعر بالبيروقراطية فى بناء السلطة، بينما ينظر للدولة كحامى العنف المكروه.
5- تفسير ماكلوهان الذى يعتقد أن طبيعة الوسيلة تتطلب العنف.

وبالتالى، فإن القيم الغربية فى الأخبار تصبح أهم قواعدها فى قواميس غرف التحرير كالآتى:

1- الحرب أفضل من السلام فى أخبار التليفزيون.
2- العنف أفضل من اللا عنف فى الأخبار.
3- التنافس أكثر تلازماً من التعاون فى أخبار التليفزيون، حيث تظهر دراما الخسارة مقابل التعاون.
4- الحركات السياسية مع القادة الكارزميين أكثر كفاءة لأخبار التليفزيون من القادة غير الكارزميين.
5- الموت أسهل من الحياة فى الأخبار؛ إنه محدد ومركز، والضوء ملقى عليه.

6- الفضول أفضل من العادى الروتينى، فكلما زاد الفضول زادت مشاهدة الخبر ومتابعة ملحقاته.
7- الانحراف أفضل من سواء السبيل، وعدم التقرير هو سلوك غير استثنائى يقدر بطريقة متوقعة.
8- الخطر يخلق أكثر من تعليق، أما النجاح فيخلق تعليق واحد فقط.
9- الأخبار الحزينة هى التى تلفت انتباه الجمهور، لا الأخبار السعيدة.

لكن الولع بالسلبية لا يتساوى فى الغرب بل يتفاوت بين منطقة وأخرى، إذ يرى "ماريل بانيت" **Maril Banit** أن الولايات المتحدة تتوق للسلبية عن البلدان الغربية الأخرى.

- **نظرة الدول الشرقية السابقة للأخبار:**

بالجهة المقابلة من العالم، كانت الدول الشرقية السابقة تقف موقفاً عدائياً من الأخبار السلبية، وتغلق فى وجهها بوابات وسائل الإعلام، تحت زعم أنها أخبار تثير السخط الجماهيرى، ويجب أن لا تنشر إلا إذ تم اعتبارها كدرس للاستفادة، أو إذا ارتبطت بالدول المعادية. أما أخبار الأزمات فلا تنشر، وتأجل حتى تجاز من جانب المسئولين الحكوميين أو الرقباء على وسائل الإعلام الذين قد يتدخلون لتحديد محتواها، وتحديد عناوينها الرئيسية، والأسلوب التقليدى لإعلام الجماهير الشيوعية عند وقوع كارثة لا يمكن تجاهلها هو تقديم الحدث مع إضافة جملة أساسية فى نهاية الخبر تقول: "إن السلطات المعنية قد بدأت تحرياتها وتحقيقاتها".

- **نظرة الدول النامية للأخبار:**

فى الوسط، تقف الدول النامية موقفاً متأرجحاً، فالأخبار التى تقدمها هذه الدول تتأثر بالميل السياسى والمصالح الآنية، وبشكل عام تنظر دول العالم الثالث إلى الأخبار باعتبارها: "خدمة عامة"، تركز على السعادة وتمر من خلال عدة منافذ ثقافية وتنظيمية وشخصية يوضحها الشكل الآتى:

الأخبار في العالم الثالث كبناء اجتماعي للواقع يمر من خلال منافذ عدة.

إن مفهوم الخبر يتسع فى الدول النامية فلا يقتصر على الأحداث بل يتعداها إلى عمليات بأكملها. فالجوع عملية أما الإضراب عن الطعام فحدث، وكذلك فإن الفيضان يعتبر حدثاً، بينما الكفاح من أجل السيطرة على الفيضان يعتبر عملية.

ويسجل "أنورا، **Annora**" قيم الأخبار السائدة فى آسيا وأفريقيا، فيرى أن الأخبار فى هذه الدول تركز على الإيجابى الذى يخدم مصالح الحكومة، ويبرز إنجازاتها، ويعكس مظاهر الود التى تربطها بالدول المناصرة لقضاياها، وتحرص على تلافى الأخبار السلبية تفادياً لانشقاق الرأى العام، ولهشاشة الأنظمة السياسية التى لا تحتمل ولا تتقبل النقد، وعليه تتزايد في هذه الدول صلاحية المادة الخبرية للبث أو النشر كلما زادت قدرتها على تحقيق الأهداف العامة للسلطة السياسية، والتزمت بالترويج لسياساتها، وعمدت إلى التشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين، ولجأت إلى التهوين من شأنهم وتشويه صورتهم أمام الرأي العام، وارتفعت بمكانة صانع القرار المركزي، وعبر تحقيق هذه المعيار يتم إهمال أي عناصر إخبارية تمس سياسة الدولة أو مصالحها، ويظهر هذا بوضوح في وسائل الإعلام الحكومية؛ حيث لا يسمح بنشر أي أخبار قد تؤثر على مصداقية الحكومة أو تمس سياسة الدولة، مع مراعاة أن أهم المعايير التي يلتزم بها الإعلامي في وسائل إعلام الدول النامية لانتقاء الأخبار هي: التحيز السياسي، التأثر بالقيم الإخبارية الغربية، التحيز الثقافي "الأيديولوجي"، وهذه بشكل عام أهم المعايير البارزة لانتقاء الأخبار في وسائل إعلام الدول النامية، لكن هناك معايير لانتقاء الأخبار تميز كل دائرة من دوائر الدول النامية، **ويمكن تحديد أهم ثلاثة معايير لأخبار الدول النامية فى آسيا كالآتى:**

1- يجب أن يكون الخبر موالياً للحكومة.
2- لا يكون الخبر خلافياً أكثر من اللازم، بل محابياً لأى دولة.
3- لا يتعرض الخبر للجنس، والدين، والمعتقدات الثقافية للدول وللناس.
4- يراعي الخبر ما يلي:

- الاهتمام بالمجتمعات المشابهة.
- تفسير السياسة القومية.
- ترويج الأخبار التنموية.
- أخبار النخبة: لا يعتد بالشخصية ذاتها قدر الاعتداد بمكانتها في وسائل إعلام الدول النامية، ولعل ذلك يفسر الغياب الكامل للشؤون الشخصية للشخصيات البارزة فيها، وبالتالي تسهم وسائل إعلام دول العالم النامي في صنع الزعامات وتركيز الاهتمام حولها.
- حجم الحدث: حيث يتم المبالغة في حجم الخبر أو الإقلال منه لاعتبارات سياسية أو أيديولوجية.
- القرب الجغرافي أو الأيديولوجي.
- الحالية: تتناقص أهمية معيار الحالية Time Liness إما انتظاراً لرأي الجهات المعنية أو لضعف الشبكات الاتصالية، أو زيادة التكاليف في حالة نقل الخبر مباشرة وانعدام المنافسة أيضاً.

- **معايير الأخبار في الدول العربية:** لم تخرج الدول العربية عن دائراتها الإسلامية، إلا مع تغطية أخبار حرب الخليج التي لمست عصباً هاماً فى جذور دول الرابطة الإسلامية، فتحيرت الأخبار بين العلاقات، والمصالح، وسياسة التحدى لأمريكا، التى تنتهجها بعض الدول النامية كالباكستان. بدورها أتاحت وكالات الأنباء تعدد الأخبار، الإيجابية عن الأصدقاء، والسلبية عن الخصوم والأعداء، لكن يبقى المعيار السياسي من أهم المعايير الإخبارية فيها، وينعكس بشكل واضح من خلال الصراع العربي الإسرائيلي فكثيراً ما تقاس القيمة الإخبارية للأخبار في إطار خلفيات الصراع العربي الإسرائيلي، ووضع كل دولة عربية حيال هذا الوضع، وهذه القيمة متغيرة، فالطبيعة السياسية للمحتوى الإخباري العربي يجعلها متغيرة أكثر من كونها ثابتة، وترتبط مباشرة بقوة العلاقات الخارجية، كذلك تعد الطبيعة المحافظة من أكثر المعايير ارتباطاً بالدائرة العربية، وتنعكس من خلال محدودية عرض أخبار العنف والحرية والفساد والجنس والصراعات.
- **معايير الأخبار في الدول الآسيوية:** آسيا الصفراء ليست لوناً واحداً، فيمة فيها الرأسمالي بنماذجه الغربية ككوريا واليابان، والشيوعي كالدول التي انبثت عن الاتجاد السوفيتيي والاشتاركي كالتي تسير في رجبه،

كما ثمة دول تحاول أن تضع قدمها هنا وهناك، وبالتالي يتلون انتقاء الأخبار في وسائل الإعلام الآسيوية بحدة وفقاً لخلفية السكان وثقافة الإعلاميين أنفسهم، ويتأثر محتوى الأخبار إلى حد بعيد بقيم الأخبار الغربية، والتأكيد يكون على الأخبار السياسية بدلاً من الاقتصادية والاجتماعية، ويميل التحيز في المحتوى الإخباري لصالح المناطق الحضرية والطبقة المتوسطة، ففي ماليزيا والصين أخبار الإنجازات أولاً، وفي كوريا الشمالية الأخبار ذات دلالة على عنصرى التنمية وإبراز أساليب الحياة الثقافية، ومن المفيد هنا عرض نتائج دراسة أجرتها مؤسسة **AMIC / Friedrich – Ebert– Stifting** عن تأثير برنامج تبادل أخبار الرؤية الآسيوية **(AVN)** (وهو اتحاد لنحو (88) محطة تليفزيونية حكومية في آسيا، تتشارك في أخبار التليفزيون على أسس تبادلية بشكل يومي، هدفه التقليل من عدم التوازن في سريان الأخبار بين الشمال والجنوب، وزيادة فرص تقديم وجهات النظر الآسيوية في الأحداث العالمية، وتأسيس حوار جنوبي – جنوبي)، عبر استبيان على مجموعة متخصصة من الإعلاميين في محطات الإذاعة والتليفزيون في ماليزيا، الهند، الصين، كوريا الجنوبية، وفي سؤالهم عما يعتبرونه معايير خاصة ببلادهم في انتقاء الأخبار لبرنامج **(AVN)**، وكانت النتائج كالتالي:

- **في ماليزيا:**
  - ينبغي أن تتماشى المادة الخبرية مع سياسة الحكومة عن تدفق الأخبار والمعلومات خارج البلاد.
  - لا ينبغي أن تكون المادة الخبرية خلافية جداً أو متحيزة لأي بلد.
  - لا ينبغي أن تهاجم المادة الخبرية المعتقدات العرقية والدينية والثقافية للبلاد والشعوب التي تستقبلها.
- **في الهند:**
  - ينبغي أن تعكس المادة الخبرية إنجاز الحكومة في التطور والتقدم.
  - ينبغي أن تخدم المادة الخبرية الاهتمام السياسي للحكومة.
  - ينبغي أن تعكس المادة الخبرية بعض جوانب الشخصية الثقافية الهندية.
  - في الصين:
  - ينبغي أن تعكس المادة الخبرية إنجازات الصين.
  - ينبغي أن تعكس المادة الخبرية موقف الصين من القضايا الوطنية والدولية.
  - ينبغي أن تعكس المادة الخبرية مشاركة الصين المستمرة في الأحداث العالمية.
- **في كوريا الجنوبية:**
  - ينبغي أن تكون المادة الخبرية ذات أهمية عالمية.

- ينبغي أن تمثل المادة الخبرية أخباراً حقيقية عن التنمية في البلاد وليس دعاية أو إعلان حكومي.
- ينبغي أن تعكس المواد الإخبارية الخفيفة أنماط حياة الناس.

- **معايير الأخبار في الدول الإفريقية:**

تتجلى معايير الأخبار فى وسائل الإعلام الإفريقية فى أولوية:

1- أخبار الأمن السياسى النفسى، كأخبار الأصدقاء.

2- الأخبار المشجعة لمصالح المجتمع، كالأخبار الجيدة.

3- أخبار أوامر السياسة القومية والتى تضفى شرعية على الحكومة.

ذكر Alcino Louis Da Costa ثلاثة معايير لانتقاء الأخبار الخارجية في الإعلام الأفريقي، وهي:

- الأمن السياسي والنفسي مثل إعادة تأكيد أخبار من دول صديقة.
- تعزيز المصلحة المشتركة مثل اختيار أخبار جيدة من بلدان تتشارك بنفس الاهتمامات السياسية والاقتصادية والتوجهات الأيديولوجية.
- الانسجام مع أوامر السياسية القومية مثل اختيار أخبار تجيز أعمال الحكومية تحت شعار وضرورات السياسة الوطنية.
- كما يهتم الإعلاميون الأفارقة بما تفعله الأخبار للناس أكثر من ماهية الأخبار بذاتها، أو ما إذا كان الناس يريدون الاستماع إليها أو رؤيتها أم لا.

- **معايير الأخبار في أمريكا اللاتينية:** لعل قرب اللاتينيون من أمريكا الشمالية جعل قيمها بالعموم تقترب من القيم الغربية، باستثناء بعض الدول كفنزويلا، أو مثل دول الكاريبي كالسلفادور وبنما، لكن حتى هذه بدأت تسلم رايتها البيضاء للقيم الغربية لدولة العام سام، وبالتالي فأهمية المعيار السياسي والثقافي في انتقاء الأخبار فيها، لم يلغ خصوصية هذه القارة ومميزاتها التي اكتسبتها من خلال تأثرها بشدة بأساليب الثقافة الغربية؛ حيث تعمل معظم وسائل الإعلام في المنافسة حسب مفهوم المشروع الخاص الحر الذي يستهدف تحقيق الربح، وتبعاً لذلك تهمل الأخبار ذات الأهمية مثل التطورات الاجتماعية والاقتصادية، ويتم التركيز على الأخبار السلبية وجوانب الصراع، وعناصر السخرية، ونشر الأخبار بدون خلفيات تفسيرية وبدون وضعها في إطارها الاجتماعي، ويترك للمسؤولين الحكوميين وصف وتفسير الأحداث حيث تتأثر الضغوط الحكومية التي تعاني منها بعض دول أمريكا اللاتينية، وهناك مرونة نسبية في المكسيك وبيرو والبرازيل،

لكن يبقى العمل الإخباري في أمريكا اللاتينية، بشكل عام مرتبطاً بدورات المد والجزر بين الخيوط الحكومية ووسائل الإعلام.

الخلاصة:

إذاً.. حين تناول معايير انتقاء الأخبار على وجه الخصوص، لا يمكن استبعاد مدى تأثير وكالات الأنباء الغربية والمعايير المهنية الإعلامية الغربية على عملية صنع الأخبار في هذه الدول، فعلى الرغم من انحسار نموذج الهيمنة الإعلامية والوجود الفعّال والنشط لحرّاس البوابة، ودخول غالبية الدول النامية عصر الفضائيات ما زال تأثير وكالات الأنباء العالمية على إعلام الدول النامية قوياً وموجوداً، ويؤكد **Oliver Boyd Barette** أن الوكالات الأربع الكبار تشكل وتلون القصص الإخبارية المحلية والعالمية على حيد سواء، فلو فُرض على سبيل المثال أن حدثاً دولياً لم تقم الوكالات العالمية بتغطيته وتوزيعه، فإنه لن يكون أمام هذا الحدث أية فرصة للظهور على وسائل الإعلام في اليوم التالي لحدوثه، ولن يكون بإمكان وسائل الإعلام في الدول النامية الفقيرة بالذات تغطية ذلك الحدث بقدراتها الذاتية ومواردها المالية إلا في الحالات النادرة، وفي ظل هذا التأثير اعتبر البعض أن وكالات الأنباء العالمية هي المشكّل رقم واحد للصورة الدولية، وبالتالي كل ما هو مهم وذو قيمة من وجهة نظر الوكالات العالمية يصبح بدوره مهماً وذا قيمة من وجهة نظر مالكي المؤسسات الإعلامية ورؤوساء تحريرها.

وهنا يتوجب القول أن الهيمنة الغربية تبقى أمراً حتمياً في ظل معاناة غالبية الدول النامية من فجوة كبيرة على الصعيد الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، فالمصادر الإخبارية الأساسية والقصص الخبرية ووسائل الإرسال والتوزيع الدولية، والتوصيل للمتلقي عبر نظم التوزيع كلها تتركز في الدول المتقدمة، ومن ثم لا يمكن لأي دولة نامية أن تحصيل على استقلال اتصالي وإعلامي كامل إلا إذا كفيت نفسها بلغة الأدوات الإعلامية (استديوهات، طباعة، أدوات توزيع، وصلات الستالايت، الريسيفر المنزلي)، وأيضاً المنتجات الإعلامية (النصوص، حقوق التنفيذ، الإدارة والمعايير المهنية، الدعاية، بحوث التسويق) وهذا الاستقلال الاتصالي لا يعني استبعاداً تاماً للاتصال الدولي، لكن يتضمن احتمال الكفاية الذاتية لغالبية الدول النامية، والتي هي حالياً خارج استطاعتها أو حتى انسحابها.

إذاً لا يوجد معايير ثابتة تتسم بها جميع الدول النامية في أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية، وإن كان هناك بعض العوامل المشتركة بين كل هذه الدول يمكن حصرها عبر معيار الأمن السياسي والنفسي عبر التحكم والسيطرة على المضمون الإخباري، ويعد هذا المعيار أكثر المعايير انتشاراً في الدول النامية، وهذا التدخل يرتب ارتباطاً مباشراً بمستوى التنمية الذي تحققه الدولة، والبناء السياسي والتنظيم الاقتصادي، ودرجة الوعي السياسي لدى السكان، ودرجة الضغوط الخارجية، أي وفق ظروف كل مجتمع

لا وفق ظروف خارجية، ويتم تطبيق هذا المعيار عبر إحالة الموضوعات ذات الحساسية إلى رئيس التحرير، وبعض الحكومات تسعى لتكريس هذا المعيار عبر إصدار قوانين وتشريعات عن المعلومات التي لا يجوز نشيرها لاعتبارات أيديولوجية أو دينية، وبعضها الآخر يعتمد على وجود رقيب رسمي مباشر يستطيع أن يمنع نشر أو بث أي مادة قد تسبب الأذى للدولة نتيجة للاعتبارات السياسية والأيديولوجية.

تطور فنون التحرير الإخباري ما بين المطبوع والمسموع والمتلفز:

دفعت التغطية الفورية لأخبار التليفزيون الأسلوب الإخباري الصحفي التقليدي إلى التخلص من قيود التقاليد والكتابة بأسلوب جامد، لأن القصة الإخبارية المذاعة يجب أن تكون شفافة "كصفاء البلور"، تفهمها من أول مرة تسمعها لأنها ستكون آخر مرة، وأي خطأ في فهمها تقع مسئوليته الأولى والأخيرة على المحرر لأن الجمهور دائماً بريء ، فمحرر أخبار التليفزيون ليس لديه إلا فرصة واحدة ليصل بالمعنى إلى الجمهور، وإذا فاتت سيكون العرض قد فات، وعندها يشعر المشاهد كمن فاته القطار بالكبت والغضب، لذلك ترى "ليونا هود، **Leona Hood**" أن أهم ما في البث أن لدى الناس فرصة واحدة لسماع ما تقوله، فإذا فاتهم شيء فأمامهم خيارات عدة في أيام تعدد القنوات، لذلك يجب أن تضمن كل جملة شيئاً يثير الاهتمام، وأن يكتب المحرر شيئاً يبدون معه اهتمامهم، ومن هنا يقترح "جارفي

ورايجرز، **Garvey & Rivers**" أن الخبر التليفزيوني قد كتب ليتناسب مع حدود الوقت في الوسيلة، ومع قدرة الجمهور على استيعاب المعلومات المنطوقة، لأنه وفق النصيحة الأغلى التي تتكرر عشرات المرات في غرف التحرير فكلماته سوف تسمع لا ترى، وعليه يعتقد "هينري ميلر، **Henry Miller**" أن المحرر لا يستطيع أن يكتب إذا كان لا يستطيع أن يفكر، فالكتابة الجيدة تنطلق من التفكير الواضح الذي يكوّن الرؤيا، فبدون رؤية الشكل لن يكون هناك جوهر"، وهو ذاته ما يعتقده "بيل ريان، **Bill Ryan**" من أنه إذا لم يفعل المحرر شيئاً لدقائق سوى التفكير بجوهر الموضوع فسوف يحصل على خبر أفضل، ولذلك يحدد خبير جائزة "يوجين روبرتس، **Eugene Roberts**" والمحرر السابق لصحيفتي "فلاديفيا إنكويرر، ونيويورك تايمز"، أفضل القصص الإخبارية في التي تتبع مبدأين هامين، هما: "دع المتلقي يرى، دعه يهتم"، فأفضل المحررين من يستطيع الوصول إلى جوهر الخبر، ثم يعرض المشهد أمام جمهوره، ولهذا كان "هنري بلك، **Henry Belk**"، رئيس التحرير "الضرير"، المشرف على ذلك الصحفي، دائماً يصرخ "يجب أن تنوروا جمهوركم، دعونا نرى، فالكتابة الإخبارية السيئة تلك التي لا تجعلنا نبصر، حتى لو لم نكن قادرين على الإبصار.

ورغم مرور سنوات خلت على آراء أولئك المحررين، فإن نصائحهم لا تزال قائمة؛ فالمحررون ذوي المهارات الرفيعة في الكتابة الإخبارية الجيدة مطلوبون اليوم أكثر من أي وقت مضى، خاصة مع تزايد طرائق الاتصال الإلكتروني والطباعي، وبالتالي ما تزال المهارات التقليدية والأساسية محور التميز في كل بيئات العمل الإخباري، ولعل هذا المبرر وراء كثير من نتائج الدراسات التي اختبرت أفضل عشر مهارات أساسية للتحرير الإخباري، وجاءت معظمها لتضع المهارات التقليدية في أول قائمة هذه المهارات، كالقدرة على التفكير التحليلي الجيد، والعمل مع الكلمات، ومهارات الصياغة والقواعد التركيبية والنحوية، وبناء الجمل بدقة ووضوح، فالمحرر هو من يختار القالب المناسب وفق طبيعة موضوعه، وبما يتناسب وأطر سياسته التحريرية، فالقدرة على استخدام اللغة والكتابة بشكل جيد يسهم بتقديم الخبر بدقة، وبأسلوب شيق وممتع؛ إذ تظل الحاجة لاستخدام لغة إخبارية جيدة تتسم بالبساطة والوضوح مطلباً أساسياً لا يتغير مهما اختلفت وسيلة نقل المعلومة للجمهور، ومهما ظهرت مستحدثات للتغطية الإخبارية كل يوم، ومن هنا توقعت "كارول ريتش، **Carole Rich**" أن القرن الجديد سيأتي بالعديد من الفرص أمام المحررين والمخبرين الجيدين، وهؤلاء من أسماهم "جورج هاو، **G. Hough**" بمالكي الحس اللغوي، "**An Ear for Language**".

وطالما كانت الكتابة هي قلب مهنة الأخبار والوسيط لتقديم قصص إخبارية جيدة تجذب انتباه الجمهور وتلبي احتياجاته فقد حدد "**Fang Irving**" الأجزاء الرئيسية التي إذا تم مراعاتها أثناء صياغة الأخبار التليفزيونية فإن مردود هذه الأخبار سيكون مرضياً، وهذه الأجزاء هي: بناء القصة "**Story Structure**" ومقدمتها "**leads**"، وبنية الجملة، "**Sentence Structure**"، واختيار الكلمات،

والأسماء والشواهد والإسنادات، من هنا وضع "روبرت جننيج، **Robert Juning**" ما دعاه بالمبادئ العشرة للكتابة الإخبارية الواضحة، وهي: تفضيل الجمل القصيرة على الطويلة، وتفضيل الكلمات الشائعة، واستعمال أفعال توحي بالحركة، وتجنب الكلمات غير الضرورية، واستعمال مصطلحات يمكن إدراكها، وتفضيل البسيط على المعقد، والكتابة مثل أسلوب التحدث، والكتابة بهدف التعبير لا لتقديم الانطباعات، واستعمال أكبر قدر من التنويع، إضافة لربط الخبر أو التقرير الإخباري بخبرات المتلقي، ولم تخرج "ريتش" عن ذلك حينما طلبت من المحررين إتباع الإرشادات التالية للكتابة الجيدة من خلال: "أظهر الناس وهم منهمكون في الحدث، متى كان ذلك ممكناً، بين وحدث، واستعمل جملاً بسيطة، وفضل الجمل القصيرة، فإذا كتبت جملاً طويلاً اتبعها بجمل قصيرة، واستخدم أفعلاً قوية، وترجم اللغة المهنية إلى لغة مبسطة مفهومة، واستعمل تفصيلات مهنية دقيقة ومحددة بدل من الصفات العامة، وأخيراً لا بد من تجريب أساليب جديدة، فالمحرر الذي لا يغامر أو يخاطر، ويجازف بكل شيء، يتحول إلى كاتب دون المستوى المطلوب، وهو ما يتفق مع رؤية ووصايا الكاتب البريطاني الشهير "جورج أورويل"، الذي كانت وصيته الأخيرة بعد عدة وصايا تقليدية حول الإيجاز والوضوح وقصر الجمل وتفضيل المبني للمعلوم أن: "لا تتورع عن خرق أي من هذه القواعد متى استطعت".

وقد يعتقد البعض أن هذه القواعد تفيد بعض الأخبار، إذ أن ثمة أخبار روتينية تبقى جامدة بطبعها، لكن كثير من المحررين الصحفيين، وأبرزهم "كن فيوزون، **Ken Euson**" الحائز على جائزة الكتابة المميزة يقتنعون أنه حتى الأخبار التي تدور حول اجتماعات الحكومة يمكن جعلها مقروءة بأساليب فنية لرواية القصة، من خلال البحث عن طرائق إبراز الصراع، أو وصف الحالة، مع مراعاة الإيجاز لأن الجمهور هنا قليل الصبر، وفي النهاية مهما كان نوع الخبر فإن الناس سيقرؤون أو يستمعون ويشاهدون الحكاية الجيدة، تلك التي يضع فيها المحرر كل حواسه ليجعل قصته الإخبارية لها لون ورائحة وصوت ونبض، وبناء على ذلك جاءت العظة المشهورة في التحرير الإخباري: "بيّن ولا تقل، أظهر ولا تخبر، أعرض ولا تروي، اجعلها تتحدث ولا تتحدث عن حدوثها"، ويتفق هذا مع رآه "جيمس ستيل، **Jams Steele**" الذي يعتقد أنه لا يوجد أخبار حكومية مملة، ولكن هناك عدد كبير من المراسلين والمحررين مملين.

ورغم الفروق في طبيعة الصحف والتليفزيون كوسيلتين إعلاميتين ذات خصوصية تكنولوجية متباينة، فإن مبادئ التحرير الجيدة تنطبق على كل منهما، وإن اختلف أسلوبهما في التعامل مع الوقائع جذرياً، فكما ركزت بحوث التحرير الصحفي على ما يدعى "بالكتابة المقروءة" في تحرير الأخبار الصحفية القائمة على المعنى سهل الاستيعاب، من خلال المراجعة وصقل اللغة والتبسيط، يمكن أن نتحدث في تحرير الأخبار التليفزيونية على "الكتابة المسموعة" التي تقدر القيمة الصوتية للألفاظ والجمل، وما يقتضيه أصول الاستماع من تبسيط ووضوح ومباشرة يجعلها تدرك من أول استماع،

وبالتالي يمكن تعريب مصطلح "الانقرائية" في التحرير الصحفي إلى "الاستماعية" في التحرير الإذاعي والتليفزيوني، ومن هنا تقول "فيكتوريا كارول، **V. Caroll**" إن الكتابة الجيدة لأخبار التليفزيون تبقى هي المفتاح للأخبار الجيدة فيه، رغم أهمية الصورة، وهذا يتوقف على المحرر بالدرجة الأولى الذي يجب أن يكون ملماً بين المهارة والفراسة التي لدى الكاتب المسرحي، وكاتب السيناريو السينمائي، والصحفي الممارس، فلا يكفي القول بأن يضع المحرر كلاً من العين والأذن في اعتباره، بل يجب أن يوجد بمعنى حقيقي خليطاً من المشاهد بالكلمة والمزاج النفسي والإحساس الرفيع، ولعل هذا ما جعل رابطة الصحفيين الأمريكيين ترى أن ما وضع قصة اغتيال "جون كيندي" في موضع النجومية الباهرة إضافة إلى كون الشخص الذي تم اغتياله يعد رئيس الولايات المتحدة الأمريكية هو الأسلوب الباهر الذي قدم به "ويكر، **Wiker**" تقريره لقصة الاغتيال في مجلة "نيويورك تايمز" 1963، فجعلها قصة لا تنسى.

هذا جعل كثيراً من القوالب الصحفية يمكن تطبيقها في أخبار التليفزيون، بسبب أن كل قواعد التحرير بمختلف الوسائل الإعلامية تلتقي سوياً، مع مراعاة الخصوصية التكنولوجية لكل وسيلة، وما يفرضه ذلك من اختيار الأسلوب واللغة المناسبة لجمهور هذه الوسيلة ومصداقيتها، فبالرغم من أهمية محتوى الرسالة التليفزيونية على حساب تقنيتها، فإن معرفة حدود التكنولوجيا مسألة هامة لتقييم تأثيرها، لكن أن يشتق تحرير كل خبر طابعه من طابع الوسيلة لم يمنع "هوهنبرج" من رؤية أن فن كتابة الأخبار الإذاعية يقترب في أفضل حالاته من الصحافة الرفيعة، ولكن إذا طبق بشكل سيء فإن الأثر يماثل قراءة صحيفة الأمس بصوت مرتفع، ويأتي ذلك ربما لأنه في بدايات العمل الإذاعي المرئي والمسموع كانت وسائل التعبير واحدة بين مختلف الوسائل، فالكتاب والمحررون جاءوا من الصحافة، ناقلين معهم الإرث الإخباري، وقد لقي هذا الاعتقاد معارضة البعض له، الذين يرون أنه يجب الآن مع تميز الأساليب الخاصة بالصحافة المرئية لتناسب خصوصية جمهورها ومتطلباته مراعاة تحرك الصورة المرافقة، وما تفرضه على طبيعة وأسلوب التحرير، فكتابة الأخبار التليفزيونية الجيدة هي ليست فقط فن الكلمات، لكنها عرض الكلمات والصور المتجانسة معاً، إضافة لضغط الوقت في التليفزيون، الذي يفرض تبسيطاً وإيجازاً أكثر في ظل اختلاف ظروف التعرض، إذ يتحول قانون "ما الذي تستطيع اختياره من وقائع الحدث؟" المطبق في الصحافة، ليصبح مكانه في الأخبار التليفزيونية: "ما الذي يتوجب تركه من وقائع الخبر؟" إنه أحد أهم القرارات في الكتابة للإذاعة والتليفزيون التي عادة ما يكون متوسط زمن أخبارها دقيقة ونصف، ولذلك يلجأ المحررون لاستخدام مبدأ "**WIFM: What's in it for me**"، "ما الذي يخصني في النشرة؟، ويرمز ضمير الوصل "**Me**" هنا إلى المشاهد، فهم يقتطعون من المعلومات من أجلهم ومن أجل مشاهديهم، لكن مع هذا يظل إتقان فنون كتابة أخبار الجريدة اليومية يصقل خبرات محرر أخبار النشرة التليفزيونية التي يصفها البعض أحياناً بأنها جريدة الهواء المصورة.

ويبقى من أكثر الأساليب المفيدة للمحررين في الإعلام المرئي والمسموع وحتى المطبوع، والتي تحقق هذه "الاستماعية" هو أسلوب "حدّث صديقك، **Tell a-Friend**، كأسلوب طبيعي ولبق في رواية الخبر، كون هذه اللباقة في الأسلوب هي حجر الزاوية في الكتابة الإخبارية بالراديو والتليفزيون، فالناس حين يتحدثون تنطلق سجيتهم أكثر مما يفعلون عند الكتابة، ولذلك يوصف محرر أخبار التليفزيون بالكاتب الذي غالباً يحرك شفاهه عندما يكتب من أجل تقدير صلاحية النص للاستماع، ومن هنا يقول "جيوف هاموند، **G. Hammond**" أن كاتب الأخبار التليفزيونية يكتب كما لو كان يتكلم، وليس كما لو كان يكتب، لأن الكتابة للتليفزيون تتسم بالتحادثية "**Conversational**"، من خلال انسياب الكلمات من فكرة لأخرى، ومن فقرة لأخرى، ومن جملة لأخرى بيسر وسهولة، وإحدى سبل تحقيق هذا الانسياب والتجانس وبساطة التركيب هي أن يتحدث المحرر وهو يكتب، أو يقرأ كل جملة يكتبها بصوت عال ليعرف مدى تأثيرها كما يقترح "وايت".

مرتكزات بناء القصة الإخبارية ومبادئها:

يعني البناء الفني للمادة الصحفية القالب الذي تبنى استماداً عليه، ويعد تنظيم الرسالة الإعلامية عاملاً حيوياً ومؤثراً في تحقيق أهدافها، والوصول إلى غاياتها، لذلك يعتبر التجديد في الصياغات الإخبارية أمر ضروري مع كم المعلومات الاعتيادية وغير الاعتيادية المتتالية، وخاصة إذا ما أراد المحرر لخبره أن يكون مسموعاً بشكل مختلف، فكما أن الناس الذين يعيشون على شواطئ البحار يتعودون على هدير الأمواج، فلا يكادون يسمعونها، وللسبب ذاته لا يكاد الجمهور يسمع الكلمات التي اعتاد أن تقال له، بالأسلوب ذاته، وبالطريقة نفسها.

ولقد أدت ظاهرة تفجر المعلومات التي أظهرها النصف الثاني من القرن العشرين بفضل التحولات التقنية، وظهور وسائل جديدة كالانترنيت، وتحول في أذواق الجمهور ومتطلباتهم، وقوة المنافسة بين مختلف وسائل الإعلام إلى ازدياد الأخبار وتشعبها إلى حد أصبحت فيه القوالب الفنية التقليدية

عاجزة عن احتواء فيضان المعلومات الذي لا ينقطع، خاصة مع تميز المجلات الإخبارية ونشرات الأخبار التليفزيونية بتقديم قصصاً أكثر بهاء وحياة، وهذا ما جعل القوالب الإخبارية التقليدية القديمة تتعرض إلى هزة عنيفة نفضت عنها غبار الزمن، ووضعتها وجهاً لوجه أمام مسيرة التطور والتنوع والتجدد، فظهرت أنماط وأساليب وقوالب جديدة، لم يكن هدفها نسف القوالب القديمة بقدر ما سعت إلى إضافة طرائق مستحدثة تناسب اهتمامات الجمهور الجديدة، لذلك جاء من هذه القوالب ما هو مبتدع وجديد، ومنها ما هو مبني ومطور عن أشكال قوالب قديمة، فعلى سبيل المثال أصبح قالب الهرم المقلوب أو المعتدل يرمز حالياً إلى التقييد، ويعاني في نظر الكثير من المحررين قصوراً وعجزاً يشكك في مدى فعاليته على ضوء المتغيرات التي يشهدها وقتنا الحالي، بما يجعله غير مطابق للزي الحديث، وبحاجة لإبداله بابتكار قوالب فنية جديدة مواكبة، وعليه ترى "جورجيا جرين، **G. Greene**" في دراسة حالة أجرتها عام (1979) أن طرق الكتابة التقليدية وتنظيمها للحقائق وعرضها للجمل والفقرات التجميعية هي التي تزيد صعوبة التلقي، فبينما يعد قالب الهرم المقلوب ذي فائدة لأقلية من الجمهور، فهو عائق أمام معظم القراء، وليس من حل سوى بتجريب أساليب صياغة سردية جديدة، ولعل هذا ما دفع "كارل ليندستروم، **C. Lindstrom**" إلى الدعوة لرمي كل تلك القوالب التي لا تستطيع أن تحيا أمام حيوية العامة، وتوافق ذلك مع وجهة نظر "سوب **Soope. R**" الذي رأى فيها مضيعة للوقت، وكحلول بديلة بدأ بتجريب أساليب تحريرية جديدة انطلاقاً من نصيحة "جون هوهنبرج": لا تقذف الجمهور بالوقائع بطريقة يصعب عليه استيعابها، بل القاعدة العامة لتطور كتابة الخبر هي أن تكتب بطريقة مختلفة كلما استطعت".

وفي كتابها "أكتب لقرائك"، تقول "دونالد ميوراي، **Donald Murray**" إن لكل خبر مؤثر شكل يحتويه ويعبر عنه، وبالتفكير المنطقي لآلية ترتيب الأخبار يمكن إيجاد قالباً يعطي الشعور بالكمال والرضا، وإحساساً بأن كل شيء في الخبر ينساب نحو نهاية محتومة، فقالب الخبر يقدم النقطة المركزية، والنزاع، وخلفية الحدث، وينظم الموضوعات ووجهات النظر فيه، لدرجة أنه يقدم للمحرر التصميم الأمثل، وهو نفسه ما يشير إليه مؤلَف "عناصر الأسلوب" بأنه شبه مؤكد أن التصميم الأساسي الهيكلي البنيوي للقصة الإخبارية يشكل الأساس الذي يقوم عليه فن التحرير، لهذا يجب على المحرر أن يحافظ عليه ويتمسك به.

القالب هو أسلوب لبناء وتنظيم واختيار وترتيب المعلومات والوقائع والحقائق وصولاً إلى طريقة عرض التفسيرات والتحليلات، إلى جانب ترتيب الأوليات وتجاهل وحذف ما يخالف اتجاه الصحفي أو متطلبات التحرير أو سياسة الوسيلة، مقابل التركيز على ما ينسابها، مع آلية ربطها بمكونات النوع الصحفي، من شواهد وإسنادات، وحتى إذا تطلب الأمر مكان وكيفية عرض الشواهد أو الستاندات أو الكليبات أو ما يلزم لاستكمال مكونات النوع الصحفي وتحقق خصوصيته، من جهة، وما يلبي احتياجات

الجمهور وإشباعاته، ورضائه، لجعله زبوناً دائماً، من جهة ثانية، ويسهل تلقي المادة ووضوحها وسهولة فهمها ورصانة بنائها وصولاً إلى القدرة على استرجاعها وتذكرها، من جهة جديدة، ويناسب أسلوبية الصحفي، وخصوصية حسه اللغوي، وإبداعية فكره من جهة ثالثة، ويلبي سياسة الوسيلة واتجاهاتها، من جهة رابعة، ويواكب الخصوصية التكنولوجية للوسيلة، ويراعي خصائصها، من جهة أخيرة.

إن **توطين** وقائع الصحفي، وحقائقه، ومعلوماته، وكل فقراته، في أمكنتها الدقيقة الصحيحية ينطلق تشبيهه بجعل المادة الصحفية وطن لأسلوب الصحفي، ووقائعه، وحقائقه، ومعلوماته، ولقاءاته، واستشهاداته، وإسناداته، وتفسيراته، وتعليقاته، وتحليلاته، وانتهاء بفقراته كافة، وها الوطن يشارك الجمهور فيه، وتحكمه السياسة التحريرية للوسيلة، وينظم قانونه وفق الخصوصية التكنولوجية للوسيلة.

يتطلب القالب الفني للتحرير –كأسلوب بناء وتنظيم وترتيب وطريقة عرض– تلبية اتجاهات ستة، هي:

1. تحقيق ما يلزم لاستكمال مكونات النوع الصحفي وتحقيق خصوصيته، وتطبيق كافة سماته وخصائصه شكلاً ومحتوى.
2. تلبية احتياجات الجمهور وإشباعاته، ورضائه، لجعله زبوناً دائماً.
3. يسهل تلقي المادة ووضوحها وسهولة فهمها ورصانة بنائها وصولاً إلى القدرة على استرجاعها وتذكرها.
4. يناسب أسلوبية الصحفي وخصوصية حسه اللغوي وإبداعية فكره، ما يساعده في تميز صياغته التحريرية، وبناء بصمته الذاتية الخاصة التي لا يملك أحد سواه.
5. يواكب الخصوصية التكنولوجية للوسيلة ويراعي خصائصها.
6. يلبي سياسة الوسيلة واتجاهاتها، عبر ترتيب أولويات مكونات المادة الصحفية ومعرفة ما يجب التركيز عليه، وإبرازوه، مقابل ما يجب عرضه هامشياً، وصولاً إلى ما يجب إغفاله وعدم ذكره نهائياً.

القوالب الفنية تشبه في مهمتها الهيكل العظمي الذي يبنى عليه الجسم، فالعظم موجود لكن هيئة الجسد على خاطر المحرر وطريقته الأسلوبية الخاصة..

وكذلك الأساس البنائي الذي يقوم عليه أي بناء اسمنتي، والطريق وعلاماته المفتاحية وإشاراته الطرقية على طرفي المسار التي تأخذ المحرر لخط النهاية في عرض مادته، إذاً القوالب الفنية تشّكل الطرق والأساليب البنائية التي على أساسها يجري تركيب وتوزيع مكونات الفن التحريري، بحيث يجري تمييز القالب البنائي من خلال أسس وخصائص تميز كل قالب عن غيره من القوالب.

إذاً تؤكد المراحل السابقة إن القالب هو البناء الفني العام، الذي يساعد المحرر على توطين وقائعه، وحقائقه، ومعلوماته، وكل فقراته، في أمكنتها الدقيقة الصحيحية، التي تساعد في الانتقال من المقدمة للصلب للخاتمة بسلاسة، وتقدم له إرشادات مساعدة فيناُ في إنتاج ماة صحفية توافق النوع والوسيلة بكفاءة وجودة وسهولة تعرض وجاذبية محتوى، ومن هنا ينطلق تشبيه (التوطين) بجعل المادة الصحفية وطن لأسلوب الصحفي، ووقائعه، وحقائقه، ومعلوماته، ولقاءاته، واستشهاداته، وإسناداته، وتفسيراته، وتعليقاته، وتحليلاته، وانتهاء بفقراته كافة، وها الوطن يعيش الجمهور فيه ويشارك بشكل فعال في حياته الواقعية واللغوية والأسولبية، وتحكمه السياسة التحريرية للوسيلة، التي تتجلى بقيادة كالحكومة التي تعمل لتحقيق أهدافها ومصالحها، والمفترض تطابقها مع مصالح وأهداف جمهورها، وينظم قانونه وفق الخصوصية التكنولوجية للوسيلة.

ماذا يهدف القالب الفني التحريري في كتابة الأنواع الصحفية وإنتاجها:

1- يهدف تسهيل مهمة الصحفي في بناء مادته وتنظيمها وترتيب محتوياتها.

2- يهدف تحديد أسلوبية الصحفي.

3- يهدف تميز صياغة الصحفي التحريرية.

4- يهدف تريتيب أولويات مكونات الصحفي ومعرفة ما يجب التركيز عليه وإبرازوه مقابل ما يجب عرضه هامشياً، وصولاً إلى ما يجب إغفاله وعدم ذكره نهائياً.

5- يهدف إلى بنائية المادة بما يحقق خصوصية النوع الصحفي المطلوب تحريريه.

6- يهدف إلى تحقيق الثلاثية الأهم، الواردة في وجوب تلبية القالب لها، والتي تتجلى في:

أ) تحقيق رغبات الجمهور وتلبية احتياجاته وإشباع استخدماته.

ب) تحقيق تحرير يناسب سياسة الوسيلة.

ج) تحقيق تناسبية مع الخصوصية التكنولوجية للوسيلة.

المفهوم المعجمي للقوالب التحريرية كبناء:

صحيح أن القوالب التحريرية كبناء، هي **(format)** "فورمات"، بمعنى صيغ مرنة غير جامدة، فهي ترفض أن تكون "قولبة، لصبة جامدة جاهزة، أو نهائية، أو غير قابلة للتغيير"، بل هي صيغ تعبيرية متجددة، كأساليب تحريرية، لكن في الوقت نفسه تتسم بالديناميكة والحركة، لا تصل إلا مرحلة **(template)** (التمبلات) التي تعمل على النسخ واللصق، كقوالب جاهزة غير قابلة للتغيير، ما يجعل البعض يشبهها بالوجائب المصبوبة، ذات الشكل والوزن واللون والحجم والمكونات الواحدة، والصور التي تصب فيها الألواح النمطية **(Stereotypes)** كالستريوتيب، وتخرج فيها لوائح المواد على شالكة محددة، متشابهة، ومتطابقة، لا تختلف عن بعضها، مثل الصورة النمطية المكونة لدى الإنسان، عما يدور حوله، كجزء من التسهيلات الإداركية المعرفية، التي يسعى إليها الفرد، وبالتالي يرفض كذلك

التعبير عن القالب بالمصطلحات الخاصة مثل: **(molding)** الصب أو القولبة أو السبك، وليست **(Matrix)** رحم أو منبت أو النسيج الغشائي، مجرد حافظ للأجنة، و**(Model)** نموذج أو مثال أو قدوة، كالمعروض في الواجهات الزجاجية لمحلات الألبسة ، شكلها واحد رغم تغير ملابسها، و**(Shape)** شكل أو حالة أو هيئة أو مظهر ثابت، و**(mould)** شكل أو طراز، بالتالي يرفض القالب قتل فكرة المحرر المبدع الذي يطلق القالب إبداعه، ولا يقولبه على شاكلة: **(template)** العارض الجاهز.. القوالب المحددة، و**(Stereotypes)** الصور النمطية، وعليه تسقط وجهة النظر القائلة أن القالب بقولب الصحفي ويقتل إبداعه، فهو لمرونته يحرر ويطلق إبدايته، ويحرضها، لكن عبر فكر تنظيمي، محدد يسير عليه الصحفي، يساعده في حرق خطوات التحرير، كما يساعده في تلافي مشاكل التحرير، ويكسبه ميزات الأسلوب الفني الذي اختاره.

مثال على مرونة القوالب التحريرية ودروها في تشجيع الإبداع بدل تقييده:

حينما حدد قالب الهرم المقلوب مبدأ الانطلاق بالمهم فالأقل أهمية فأقل الأقل أهمية، لم يحدد للصحفي هذا المهم، كما لم يحدد لك الأقل، أو أقل الأقل أهمية، بل تركه للصحفي ولإبداعه، ليتساءل هل المهم بالنسبة له، أم لجمهوره أم لوسيلته، أم لمعادلة يجترعها الصحفي، لتقاطع كل تلك الجهات المهمة في العملية التحريرية، بل ترك له مهمة اختيار المهم بطريقته وأسلوبه، وهذه المرونة.. مولدة ومحفزة للإبداع، وليست قاتلة ومحبطة له، وكذلك الحال حينما حدد قالب "أمريكا اليوم" مبدأ القوائم لم يقل للصحفي أي قائمة يجب أن يختارها بوأي تنقيط أو تفقيط.. وأيضاً حينما حدد قالب الوول ستريت مبدأ التركيز على الفرد لم يجب الصحفي أي فرد وعلاقته بالموضوع وأين يجده، وعلاقته بأي عنصر إخباردي، دون سواه، بل أيضاً تركت مرونته للصحفي تحديد هذه العناصر المهمة، من أجل أن لا يتحول القالب من صيغة (فورمات) إلى (تيمبل) كالصور النمطية (الستريوتيب)، أو المظهر الثابت أو الموديل الدائم.

المفهوم الإجرائي للقوالب التحريرية كبناء:

تنظيم وترتيب المعلومات خلال صياغة الوقائع وتحريرها بغية أفضل عرض وأسلوب تقديم يلاءم الجمهور ويزيد استخدماته ويلبي إشباعاته واحتياجاته محققاً إشباعاته الأساسية للشكل والمحتوى، ويحقق في الوقت نفسه سياسة الوسيلة ويقدم المادة التحريرية من منظورها الفكري الإيديولوجي.

من هنا يساعد القالب التحريري الصحفي عل السير في الطريق المضيء، ويشبه التحرير وقائده وفق قوالب وقواعد بناء فني راسخة الأساليب التحريرية بسائق السيارة التي تسير في طريق مظلم، فإذا كان المحرر سلك هذا الطريق (القالب) من قبل ويعرفه، ويعرف قواعده، ومشاكله، ونقاط ضعفه، مقابل نقاط قوته، كمن يعرف مسالك الطريق، وإشكالياته، وصعوبته، ومطباته، وحفره، ومنعطفاته، وبالتالي يملك إرشادات الطريق ولوحاته التوجيهية، فحين يكون الطريق سوياً يسير بسرعة كالبرق، وحين يعلم

بوجود المشكلة يهدأ من روعه، ويتأنى في أدائه سواء التحريري أو القيادي، لكن إذا كان يسير به للمرة الأولى كالمحرر الذي لا يتقن القالب الذي يتبعه أو حتى يعرفه على الأقل، فهنا ستكون المشكلة، ولا بد له من الحذر، فهو كحال السيارة في الطريق المظلم المجهول، لا بد أن تتأخر، وهنا تصل متأخراً، أو تتعثر بحادث مروع، يمنع الوصول إلى الهدف نهاية الطريق، فلا يصل نهائياً، كالمحرر الذي لا يستطيع الوصول إلى جمهوره، نهاية تحريره، وإلا أضحى كربان سفينة البحر الهائج، المعرض للخطر في أي لحظة، أو كقائد قطار بلا سكة، من المستحيل أن يمشي أو يصل غايته وهدفه، أو حتى قائد طائرة بلا أجنحة، لا يمكن أن تصل، وإن وصلت لن تسططيع أن تهبط بسلام.

إذاً.. بناء عليه.. فإن القوالب التحريرية متجددة، وقابلة للتطوير، حيث كل مدى لحظي تظهر قوالب جديدة، كما أنها قابلة للموت، والاختفاء، وعدم الاستخدام، حسب التطور الزمني، وطبيعة الجمهور، وسياسة الوسيلة، حيث يوجد الكثير من القوالب البنائية التي يختلف علماء الإعلام في تقسيمها، ونتيجة التطور اللحظي في الإعلام، فإن ظهور قوالب بنائية واختفاء أخرى قد يكون نسبياً قياساً إلى تطور علوم التحرير، وهي عكس الأنواع الصحفية التي تسمح بولادة أنواع جديدة يحتاجها الجمهور، لكن لا يمكن أن تختفي الأنواع أو تغيب أو تموت، إلا إذا انتفت الحاجة الإنسانية للنوع، وهذا نادر الحدوث، فالحاجة البشرية متزايدة ومتسعة النطاق، وبالتالي لكثرة عدد القوالب اليوم يرى البعض أنه لم يعد هناك مجالاً لاجتراع قالب جديد، إلا مع الجديد، وهي باتت تشبه لكثرتها بمن يسير في غابة الأمازون، التي عدد أشجارها لا نهاية له، فينتهي الأسماء التي يمكن منحها لأنواع الشجر، ولا ينتهي الشجر.

فمثلاً يتطلب تحرير بعض الأخبار أو القتارير المعقدة المركبة أكثر من مسار مع أكثر من عنصر إخباري بحيث يتعدد من أو يتكرر ماذا، وترافق أكثر من حدث في وقت زمني واحد، ما أدى إلى تقليل استخدام القالب الكرنولوجي لأنه لا يقبل إلا مسار زمني واحد، وعناصر إخبارية غير مكررة، وعدم ترافق إلا حدث واحد.

وهنا يشار أن بعض (الكثير) المحررين يمارسون عملهم التحريري، ويصلون حتى نهايته، دون أن يكون في ذهنهم البناء الفني الذي سيشكلون وفقه مادتهم التحريرية، لدرجة تصل نسبة هؤلاء في العالم تزيد عن 70%، ولدى سؤال إحدى أهم محررات التحقيق الصحفي في صحيفة الأهرام المصرية عن القالب الفني الذي تكتب وفقه، أجابت إن القالب الفني إن كان سيقيد إبداع التحرير. فالأفضل التحرر من قيد القالب البنائي، وهذه وجهة نظر خاطئة، لأنه القوالب التحريرية تساعد الصحفي على إطلاق إبداعه، وتنظم عمله المميز المبدع، ولا تحد منه أو تقولبه، بل يطلق إمكانياته الإبداعية، متى كان صاحب مهارة، وحرفية، وموهبة، لأنه يمكنه من التحرير الممنهج، الذي لا يستلك بالتفاصيل الإجرائية للمنهج الوقت، بل يقضي أوقاته للتطبيق الأمثل لخطوات القالب.

والخلاصة كدليل على ذلك: إن القالب هو الذي يختار موضوع الصحفي وليس الصحفي من يختار نوع القالب، وفق طبيعة الأحداث وخصوصية جمهوره، وسياق عرض الوقائع، وأسلوبية وسياسة وسيله التحريرية.

ورغم أن معظم القوالب الفنية ولدت في رحم الأخبار، وطبقت فيها كفأر تجارب، قبل تعميمها إلى كثير من الأنواع الصحفية القابلة للمارسة تلك القوالب ضمن بنائية صياغتها، لكن ثمة قوالب قليلة ولدت في مواد أخرى، كالرأي والاستقصاء، كالقالب النفسي، مع مراعاة خصوصية كل وسيلة لأنواع وقوالب دون سواها، وغيرها، وبالتالي يرى البعض أن طبيعة الفن التحريري، وخصوصية الوسيلة التكنلوجية التي يقدم فيها تفرض قالباً بعينه دون سواه، فمثلاً في الخبر عموماً تطبق قوالب مختلفة عن التعليق والعمود كمواد رأي، وفي الخبر التيلفزيوني تطبق قوالب مختلفة عن الخبر الصحفي؛ حيث تشير معظم دراسات التحرير إلى أن قالب الهرم المقلوب يعتبر الأفضل في تحرير الخبر التلفزيوني **(Prs)** لخصوصية الوسيلة وطبيعة جميورها وضخامة محتواها وضغط الوقت التمفزيوني وارتفاع ثمنه، ونظراً لطبيعة الانترنت وجمهورها الذي ينتقل عبر حبال "اللينكات" ولقلة صبره فالهرم المقلوب هو الأكثر مناسبة للخبر الإلكتروني، وجمهوره قليل الوقت، والمتصفح العابر –مرور الكرام–بهيداً عن التعمق، فيأخذ الأهم من أول جملة قبل أن فيفكر بالانتقال إلى خبر آخر، وربما إلى صفحى أخرى، ولعل خصوصية الكتابة التكوينية في الانترنت والتشتيت في المادة الصحفية الإلكترونية تفرض قوالب بعينها ليست موجودة في وسائل أخرى، كالشكبي، وقالب لوحة التصميم، وقالب الكتل الرئيسية، وغيرها من القوالب التي لا يمكن استخدامها وتطبيقها إلا على الأنواع الإلكترونية، بينما في وسيلة أخرى ونوع صحفي آخر، يتميز التقرير المصور في التليفزيون بارتدائه أجمل ثياب اللغة، وأسلوبيته كبصمة للقوى المتصارعة في عالم الأخبار بالمقدمات الشفافة والهرم المعتدل أو القوالب التشويقية الأخرى.

ونظراً لأهمية القالب الفني الذي توضع المادة التحريرية فيها، فقد شَّبه بعض أساتذة التحرير المحرر الإعلامي بالمهندس؛ المعماري والمدني والميكانيكي على حد سواء، على أساس أنهما يتبعان نفس القاعدة التي تقول: "إن المحتوى هو الذي يحدد القالب"، ويعني هذا أنه قبل أن نصمم صندوقاً يجب معرفة على وجه الدقة ما الذي سيوضع فيه.

يعني القالب التحريري أن يمر الصحفي حكماً بمراحل عدة متسلسلة حسب ترتيبها، اذكر هذه المراحل لبناء القالب التحريري بإيجاز.

1) تحديد أساسيات بناء المعلومات والوقائع.
2) تنظيم المعلومات والوقائع.
3) اختيار المعلومات والوقائع، وتجاهل وحذف كل ما يخالف السياسية التحريرية واتجاه الصحفي المحرر.

4) تربيت الأوليات بالنسبة لمكونات المادة الصحفية.
5) ترتيب المعلومات والوقائع.
6) الوصول بعد العرض للمعلومات والوقائع إلى طريقة عرض التحليلات والتفسيرات والتعليقات حال تطلبتها المادة وسمح بها النوع التحريري الصحفي.
7) طريقة عرض المواد الداعمة كالاقتباسات والإسنادات والستاند والكلبيات وغيرها من المواد التحريرية.
8) اختيار الأسلوب التحريري الذي ستصاغ فيه المادة الصحفية بشكلها النهائي.
9) اختيار المفرادات والألفاظ اللازمة المستخدمة التي تعبر عن اتجاه الصحفي وسياسة مؤسسته التحريرية وتحقق في الوقت نفسه رضا الجمهور والقدرة على تلبية احتياجاته، وإشباع رغباته.
10) المراجعة النهائية لأسلوب بناء الوقائع وطريقة عرضها وأسلوب صياغتها، وصحتها البلاغية، والنحوية، والإملائية.

على الضفة الأخرى، وضع بعض الباحثين الإعلاميين أسباب بعينها تدفع باتجاه عدم التقيد بالقوالب الفنية، أهمها:

1) إن لكل فن تحريري ظروف تختلف عن غيره من الفنون، لذا قد يحتاج إلى طريقة معينة في تحريره، كمثال الخبر التليفيزني (البريس) والتقرير التليفزيوني، والخبر الإلكتروني.
2) يرى البعض إن قوالب البناء الفني نظرية، تدرس في مناهج التحرير الإعلامي في كليات الإعالم، لذا فهي كامنة في عقل المحرر، وعند الممارسة العملية فإن طبيعة الأمر قد تختلف، وذلك تبعاً لظروف السياسة التحريرية للوسيلة وطبيعة القضايا والموضوعات والشخصيات والمصادر المتناولة والمطروحة.
3) رغم كونها تنظير بنائي لتعلمي الصحفي تجربة اللآخرين، تبقى تطبيق إجرائي لأنها مستقا من أفصل تطبيقات الواقع، ولذلك هي تعلم الصحفيين أن يكونوا أذكياء اجتماعياً، بمعنى أن يتعلموا من جعب وأخطاء وتجارب غيرهم، دون أن يحتاجوا للتعلم من جعبتهم وتجربتهم الخاصة.
4) تشهد الفترة الحالية في مجال العمل الإعلامي دخلاء على المهنة من غير الدارسين للإعلام، كان بعضعم لديه الموهبة لممارسة العمل؛ إلا أن طبيعة الدراسة النظرية والعملية تفيد كثيراً لتقديم منتج مادة إعلامية نموذجية للجمهور، وإذا اختصينا الصحافة في هذا الصدد فإن هناك الكثير من الصحفيين غير الدارسين للصحافة، بل وهناك الكثير منهم

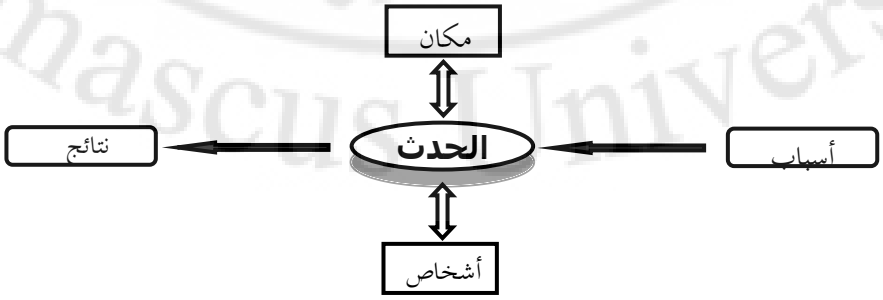
الذين لم يتلقوا دورات تدريبية بعد التحاقهم في مهنة العمل الصحفي، كما هو الحال في بعض الصحف الخاصة.

5) الاختيار الأول للقالب طبيعة المحتوى..
6) مكونات المادة والمتاح من عناصرها التحريرية تختار.
7) ليس الصحفي الذي يختار.
8) الوسيلة ايضاً تختار.

علماً أنه في حال لم يتوفر المطلوب للبناء الفني والقالب التحريري على الصحفي: أن يغير البناء والقالب، لا أن يجمع الناقص، أو يعدل الموجود ليتلاءم مع القالب.

التقسيم التقليدي والرؤية الفلسفية النظرية للتحرير:

وبشكل عام ينقسم بناء الخبر الأساسي إلى ثلاثة أجزاء عامة، هي البداية، وتدعى استهلالاً "**Lead**"، والوسط، ويدعى بالمتن "**Body**"، والنهاية أو الخاتمة، إضافة إلى عناصر أخرى تعزز الاستهلال كالفقرة الجوهرية، وخلفيات الحدث، وإسناداته وتفاصيله اللاحقة، ويتبع بناء الأخبار التلفزيونية التي عليها قيادة المشاهد باتجاه قلب الأحداث أنماطاً معيارية؛ تقوم على أن الخبر ما هو إلا حدث وقع في مكان ما، يتم تحديده جغرافياً، وله فاعل أو أكثر، إضافة إلى أسباب أدت إلى وقوع هذا الحدث، ونتائج ترتبت عليه، بمعنى أن الأحداث تدرج ضمن هذا النمط الذي يدعى بقالب العناصر الأساسية "**Principal Format**" من تقديم ما هو جديد أو مختلف في بدايته لمعرفة لماذا فماذا حدث، ثم معرفة نتائج الحدث المختلفة لهذا التغيير التي تتداخل بعدها بقية العناصر، وفي مقدمتها عناصر المكان والقائم بالحدث الأكثر حظوة بمستويات تذكر مرتفعة، بمعنى تقدم المعلومات وفقاً للمسببات أولاً، فالتغيرات ثانياً، فالنتائج أخيراً، وبالتالي يمكن تحليل معظم الأحداث الإخبارية وتحديد شكل بناء قصص الإخبار التليفزيونية الذي يشكله الأفراد حولها، ويتمثلون معلوماتها بشكل يومي عن طريق البناء التالي الذي يسهل عملية اكتساب المعرفة منها:



قالب العناصر الأساسية

بالمقابل يحدد "دون فراي، **Don Fry**" خبير التحرير الإخباري في الولايات المتحدة الأمريكية نظام كتابة يقوم على خمس خطوات، هما تمثل الفكرة وتخيلها، وراوية الخبر، وتنظيمه عبر القالب المختار، ثم كتابة المسودة والتنقيح، في حين تقدم "كارول ريتش" طريقة كتابة سميت بأسلوب "فورك، **Fork**"، يساعد في تنظيم الأخبار قبل وأثناء الكتابة، وأهم مبادئه وفق أحرف كلمة "فورك" نفسها:

- **F = Focus**، النقطة المركزية: وهي أهم نقطة في الخبر، كونها نقطة حاسمة يجب التمسك بها حين العثور عليها، وتوضع في الاستهلال أو الفقرة الجوهرية، وللحصول عليها يتم إتباع أسلوب العنوان (محاولة كتابة عنوان للخبر)، أو أسلوب حدث صديقك (بإرخباه الخبر بجملتين)، أو أسلوب الإرشادات الضوئية (لجاكي بنازينسكي) الفائزة بجائزة بوليتزر، والتي تعتبر أن أمام المحرر إشارة ضوئية ولديه 30 ثانية فقط ليروي خبره ونقطته المركزية قبل أن يتغير لون هذه الإشارة.
- **O = Order**، الترتيب: بعض الكتاب يحتاجون لمخطط كامل لتنظيم أفكارهم، وبعضهم الآخر يتطلب الأمر منهم بعض الكلمات فقط، لهذا تطلق "سوزان إيجر" على الترتيب خارطة اتجاهات الطريق، كون أن مخطط الخبر يؤثر في ترتيب الخبر كما يؤثر في المضمون الذي ينقله لجمهور.
- **R = Repetition of Key Words**، إعادة المفردات المفتاحية: يوفر هذا الأسلوب انتقالات رشيقة خلال عملية الكتابة، أو يكون بمثابة جسر فكري يصل بالمحرر من فكرة إلى أخرى، ومن هنا أطلق عليه أسلوب الدرز "**Stitching**" لأنه يساعد في ربط الفقرات ببعضها، حيث يأخذ المحرر من كل فقرة أو جملة سابقة مفردة رئيسية تؤدي به إلى الفقرة اللاحقة، فكل مفردة أساسية تثير تساؤلاً يمكن الإجابة عليه في الفقرة التالية، مما يجعلها تقوم مقام جسر يؤدي إلى الفكرة القادمة، سواء عبر تكرار الكلمة، كوسيلة ربط انتقالية، أو الاكتفاء بها كممر لفكرة أخرى.
- **K = Kiss off**، الإيجاز أو التبسيط: يساعد الإيجاز والتبسيط في القضاء على تشتت الأفكار وإرباك المحرر، فهو طريقة لتنظيم المعلومات باستعمال المصادر على شكل قوالب أو أحجام وكتل محددة بدل من التشتت على طول الخبر، ويعتبر لفظ "**Kiss off**" مختصراً لجملة احتفظ بها قصيرة وبسيطة "**Keep it Short and Simple**".

ورغم عشرات القوالب المقدمة حول عموم الصياغات الخبرية، ورغم تكرار استخدام قوالب بعينيها وفقاً لبناء فني واحد إلا أن الاعتقاد بالتوصل إلى قوالب ثابتة يمكن الاعتداد بها عند الدراسة والتحليل كما يرى "تيل وتيلور" تعبير خاطئ، فقوالب كتابة التحرير الإخباري خصوصاً، وبقية الأشكال الصحفية عموماً ليست ثابتة أو جامدة أو مدونة ليلتزم بها المحرر الصحفي، بل أن هناك مجالاً واسعاً للتجديد

والابتكار، فلا تكون بمثابة "أغلال" تقبض على يد المحرر، أو أسيجة تحجز عبقرية التحرير، ومن هنا يقول "جاك هارت، **Jack Hart**" إننا فقراء معجمياً، إذ ليس لدينا أسماء كثيرة لقوالب الخبر، إنني أعتقد جازماً بأننا لو مشينا في الغابة وكنا نعرف بأسماء الأشجار كلها، فنحن سنشاهد المزيد، كثير من المحررين يصلون إلى منتصف طريق كتابة أخبارهم، و لا يدركون أنهم يكتبون في قالب معين!.

وعموماً إن آلية تحديد القالب الأنسب لقصة خبرية معينة يمكن أن يتفق ومحادثة "لويس وكاتز" حين سأل الأول: هل تخبرني من فضلك أي الطرق يجب أن أسلكها لكي أصل؟ فرد عليه الثاني: هذا يتوقف أين أنت ذاهب لأنه حينما لا تعرف أين ستذهب لا يهم أي الطرق ستسلك"، وعليه فإن طبيعة المعلومات، وهدف المحرر من إيصالها، هو الذي يحدد القالب المناسب لهذه القصة دون سواه، كما أنه يحدد بقة عناصر الأسلوب الخاصة بها، وبالتالي لا بد من القول أنه كما لا يوجد قالب مهم وآخر غير مهم، بل ثمة قالب مناسب وآخر غير ذلك، فإن غالبية هذه القوالب تنطبق على الكتابة التليفزيونية والمطبوعة على حد سواء، وإن كانت آلية تلقي القصة عبر الوسيلة سيفرض بالضرورة تغييرات في أسلوب كتابتها، وهذه الاختلافات وخاصة فيما يتعلق بالإيجاز والتبسيط هي التي ستجعل بعضها يفضل عن الآخر في الإعلام المرئي، وخاصة مع قالبي السرد القصصي، والحلزوني القائم على أسلوب الكلمة المفتاحية، وسيتم ذكر خاصية كل قالب مع الوسيلة المفضلة له، –وخصوصاً التليفزيون– حين التعرض لكل منها بالتفصيل.

أهم القوالب الإخبارية وأشهرها(•)

أولاً: قوالب المدرسة التقليدية:

أ– قالب الهرم المقلوب "The Inverted Pyramid Format":

يعد الهرم المقلوب من أقدم أساليب تنظيم الإخبار غير المعقدة وأبسطها، وأكثرها شيوعاً، وقد تم اللجوء إليه ابتداء من الحرب الأهلية الأمريكية، مع أول استخدام للتلغراف لنقل الأخبار، فخوفاً من انقطاع البث أو ضياعه، وعدم القدرة على نشر بقية التقرير كان الحرص على تقديم أهم المعلومات أولاً،

(•) ثمة قوالب متعددة لم نعرض لها لعدم إمكانية استخدامها في الأخبار الصحفية محور الدراسة الحالية، مثل **قالب نمط لوحة التصميم، والقالب غير الطولي "Nonlinear"** التي تستخدم في شبكة الانترنيت، وتبنى من البداية للنهاية كما لو أنها في خط مستقيم بواسطة مقاطع لوصلات متعددة "Hyperlinks"، تسمح للمتلقي باستخدام الترتيب الذي يريده من خلال الوصول إلى المعلومة، فيبدو كشجرة متفرعة الأغصان كل قسم منها يؤدي إلى عناصر أخرى من الحزمة التي تمتاز بعنوان فرعي خاص ذي أحرف كبيرة يسهل الوصول إليه.

مع حشد أقصى قدر ممكن من المعلومات في الفقرة الأولى، وتقديم بقية الحقائق وفق ترتيب الأهمية التنازلي.

ويقوم هذا القالب على ترتيب الوقائع أو الاستشهادات تنازلياً حسب أهميتها من وجهة نظر المحرر، وبناء على خلفياته بالحدث وبجمهوره المستهدف، من الأكثر أهمية للأقل فالأقل، وذلك بعد أن يبدأ الخبر بالواقعة الأهم "ماذا حدث" أو بمقدمة تلخيصية لأساسيات عناصر الخبر، في حين تأتي العناصر التي لا مكان لها في الاستهلال عادة في فقرة داعمة "**Backup**"، وليس ثمة أهمية للخاتمة، وإذا كان البعض يرى أنه لا يوجد خاتمة نهائياً في هذا القالب فإن البعض الآخر يرى أن نهاية هذا الخبر تدعى بالنهاية الفارغة "**Out of Gas Endings**"، كونها نهاية فارغة بعد تلخيص المقدمة لأهم النقاط مدعمة بفقرات مرتبة حسب أهميتها.

ويتناسب قالب الهرم المقلوب مع الأخبار ذات الطبيعة الساخنة والمتطورة، الذي يتم الحرص فيه على تقديم النتائج النهائية للحدث أولاً، وهذا سر بقائه حتى اليوم، ولذلك تكون المعلومات الرئيسية التي تحل الغموض وتختصر قول الخبر في البداية، ولهذا يصف "دان هندرسون، **Dan Henderson**" مدير التحرير السابق لصحيفة "**The Commercial Appeal**" هذا القالب بأنه يشبه قالباً لكتابة رواية عن الغرب الأمريكي القديم، يطلق النار فيه على العمدة في الفقرة الأولى.

وبالرغم من أن هذا القالب يوفر جهد ووقت المتلقي، ويشبع فضوله، وينقله بيسر عبر القصة للحصول على المعلومات، ويقدم له أهم المعلومات بشكل واضح في الجمل الأولى للخبر، كما يسهل للمحرر ترتيب وقائعه بسرعة، واختيار المفردات الأساسية للموجز أو العنوان، والتحكم بمساحة أو زمن الخبر عبر القدرة على اختزال المعلومات الأقل أهمية في نهاية الهرم؛ إلا أنه يواجه العديد من اتهامات القصور أهمها:

- يجبر المحرر أن يعيد حكاية الخبر ثلاث مرات، في العنوان أو الموجز، وفي المقدمة، وفي المتن، لذا فهو يهدر المساحة أو الزمن، ولهذا دعي "**Space Waster**"، أو كما أطلق عليه "سووب" مضيعة للوقت.
- الهرم المقلوب ليس إلا فن زخرفي يجعل ذروة الخبر في البداية بدلاً من قربها من النهاية، مما يجعله شكلاً مملاً، كونه يقضي بالضرورة على أي شعور بالترقب أو المفاجأة، لهذا ينظر الأسلوب الجمالي للكتابة الإبداعية أن هذا القالب شكل فني مشوه، أو غريب، إذ بوضعه الأهم في البداية بدل النهاية يقضي على أي إحساس بالإمتاع أو التشويق.
- إن تقديم المحرر لأهم معلوماته في بداية الخبر سيضطره لأن يجرجر خطاه في مراحل الخبر الأخرى، وهذا يؤدي إلى الإسفاف والركاكة في الأسلوب، كما أن انتظار المحرر حتى الجزء

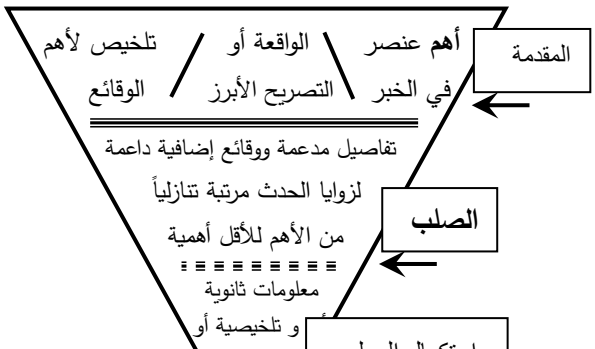
الأخير لتقديم الخلفية اللازمة لفهم النص، سيجعل القصص المصاغة بهذا القالب وفق "بيسلي" لا يفهمها إلا كتابها.

- قد يصلح الهرم المقلوب لتحرير الأخبار البسيطة التي تشتمل واقعة واحدة، ولكن مع تعدد عناصر الخبر وتعقده سيواجه المحرر مشكلة في الصياغة، خاصة إذا كانت الوقائع متساوية الأهمية يجب عرضها بشكل متوازن، وخاصة مع قدرة الصحافة المرئية والمسموعة على تقديم الوقائع دقيقة بدقيقة.
- يواجه الجمهور ذوي المستويات التعليمية المتدنية صعوبة في فهم الأخبار المصاغة بهذا القالب.
- يحد الاعتماد عليه ذهنية المحرر من التفكير والإبداع والبحث عن قوالب متطورة ومبتكرة.

وكما يلاقي هذا القالب في الأخبار الصحفية الانتقاد يلاقي في الأخبار المذاعة عموماً، وفي التليفزيون خصوصاً صعوبات أكبر حسب ما وجدته "آني لانج، **Annei Lang**"، كونه قالب يلائم الصحافة التي تتعامل مع مساحات أكبر، تمكن رئيس التحرير من اختصار الأجزاء الأخيرة منه لو اقتضت الحاجة، دون التأثير على بنية الخبر، وقدرته على إيصال المحتوى المطلوب، في حين أن ذلك غير ممكن في التليفزيون الذي يتعامل مع الزمن، إضافة لوجوب تطابق النص مع الصورة، وهذا الأمر غير متاح في الهرم المقلوب، لأن تقديم أهم العناصر، ومن ثم بقية التفاصيل، يعني تكرار عرض الصور مما يخل بتسلسل الأحداث، ويحدث معوقات في إدراك الخبر، وعدم تشتيت انتباه المشاهد بين القناتين اللفظية والبصرية، مما يجعل الاستغناء عنه لصالح الأخبار ذات المقدمة والوسط والنهاية كالتي توفرها القوالب السردية أو القائمة على الترتيب الزمني الأجدى نفعاً، وتأثيراً.

وهو نفسه ما أكد عليه "إيرفنك فانك، **Irving E. Fank**" الذي رأى أنه من خلال تخلي التليفزيون والراديو عن قالب الهرم المقلوب الذي يروي أكثر الحقائق أهمية أولاً استطاعتا تحقيق ثورة في أسلوب كتابة الأخبار بشكل جذاب يناسب جمهور المستمعين ومستوياتهم المختلفة، ليكون اختصار حقائق الخبر المحرر في هاتين الوسيلتين ابتداءً من الأسفل كما في الهرم المقلوب يلغي الموضوع كلياً.

بالمقابل بينت نتائج بعض الدراسات الأساسية حول بنية المعلومات التي لخص "براون وبول" نتائجها في أن المبحوثين يتذكروا القضايا الموجودة في أعلى السلم الهرمي للمعلومات، بسهولة أكبر من تذكرهم القضايا الموجودة في وضع تبعي، وهذا لا يعني أن التصوير الذهني يأخذ شكل قولبة المعلومات في قضايا، بل يعني ضرورة التنظيم الهرمي للمعلومات، إذ أمكن التدليل على أن الفقرات التي يعتبرها المرسل أهم الفقرات؛ هي أوفرها حظاً من الحفظ عند جمهور المتلقين، ويلخص الشكل التالي هذا القالب:



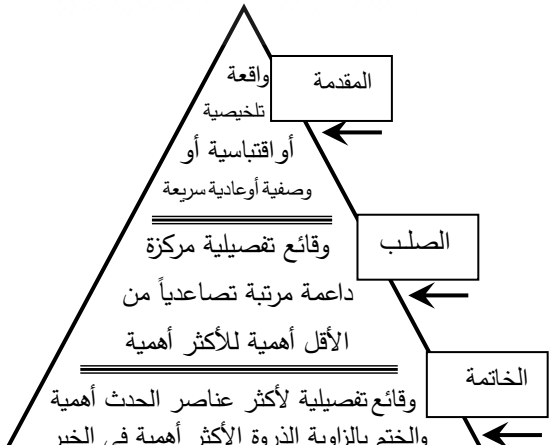
الشكل رقم (3) قالب الهرم المقلوب في التغطية الإخبارية.

ب- قالب الهرم المعتدل "Pyramid Format":

يقوم هذا القالب على تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المعتدل، ويعد من القوالب التقليدية أيضاً، فهو يرتب الوقائع تصاعدياً من الأقل أهمية فالمهم فالأهم، وغالباً ما تضم مقدمته تلخيصاً سريعاً، فيما تكون تفاصيل أهم عنصر موجودة في الخاتمة التي يتطلب هذا القالب وجودها.

إن وجود ذروة الخبر في الخاتمة يجعل هذا الخبر من أخبار السرد التتابعي الذي يشاع استخدامه بشكل جيد في الأخبار القصيرة، التي لا يتطلب زمنها أو مساحتها انتظار المتلقي فترة طويلة لمعرفة الأهم "**Bright News**"، أو تلك التي تتضمن فعلاً يثير المزيد من الترقب والانتظار للانتقال إلى النهاية، مما يمكن أن يجعله قالباً "تشويقياً"، يتناول الوقائع الأساسية بشكل متجانس، ويخلق من خلال احتفاظه بالعنصر الأهم للنهاية بنية جديدة للخبر، ولكن سيتطلب الأمر تبعاً لطبيعة الفقرة الأولى غير ذات الأهمية القصوى ولطول الخبر إرفاق الاستهلال بفقرة جوهرية داعمة تحدث بمغزى الخبر في مطلع الخبر، وشيئاً من التلميح والإرهاص للإمساك باهتمام الجمهور، مما يجعل هذا الخبر سلاح ذو حدان، قد يثير الجمهور ويدفعه للمتابعة، وقد يفقد كل المتلقين قليلي الصبر الذين ليس لديهم الوقت والجهد الكافي للمتابعة.

واعتبر "ويليام رايفرز، **William Revers**" هذا النوع من القوالب التي تبقي ذروة الخبر وجوهره أو بيت القصيد ولحظة التنوير فيه للنهاية -في قاعدة الهرم- من القوالب التشويقية التي تسعى لإبقاء الجمهور يجري من فقرة لأخرى، مما يجعلها الأكثر شيوعاً، والأكثر درامية وتشويق، والأسهل للإدراك والفهم، من خلال الكشف عن عناصره التي لا يمكن اختزالها بصورة طبيعية، ويوضحه الشكل التالي:



وأعادت الصحفية "**ليزا كافي**" أحياء **قالب الهرم** المعتدل عبر مراحل تدعى **إعاة البناء**، وتتضمن:

- الاستحواذ على الانتباه
- تقديم الموجز المفيد
- اختيار المفيد من المادة المساعدة
- تقديم الملخص

بمعنى العمل على مبدأ الهرم المعتدل الذي يبدا:

- تشويق = جذب انتباه = مقدمة شفافة
- Peack–up الفقرة اللاقطة = الموجز المفيد = المعلومة المركزية
- تقديم التفاصيل المفيدة = المفيد من المادة المساعدة = المعلومات الداعمة عبر الحقائق والوقائع الدقيقة
- بيت القصيد = الملخص والعبرة بوجهة نظر إخبارية يقدمها مصدر أو ما شابهه.

ج– القالب الكرونولوجي: الترتيب الزمني:

ابتدأت الصحافة بالاعتماد على تسجيل الأحداث كما وقعت مرتباً زمنياً، لذلك يعد هذا القالب من القوالب التقليدية الأقدم استخداماً، والذي يطلق عليه قالب السياق، كونه يقوم على سرد الأحداث وترتيبها حسب زمن الترتيب الذي وقعت فيه منذ البداية للنهاية، فيأتي في المقدمة ما حدث أولاً ثم ما وقع بعدها وهكذا حتى آخر الأحداث وقوعاً، ونظراً لأنه من الصعب أن يوجد في الأخبار التليفزيونية مادة مرئية مرتبة حسب التسلسل الزمني فإن الصياغة التحريرية لهذا القالب تكون أكثر منه في الصحف، أو بعض الحالات الخاصة التي تضمن دعم الصور المرئية له.

وقد أطلق "هورن، **Horn**" 1973 على هذا النمط من الاستدلال "هذا يلي ذاك، ولهذا يترتب عليه ما يلي"، الأمر الذي يجعل هذا القالب سهل الإدراك، وقابلاً لأن يكون موجزاً أو مفصلاً، كونه وحدة منسجمة تتضمن استهلالاً موجزاً، وانتقالاً للصلب المسرود بشكل مرتب زمنياً يتحكم طبيعة الحدث

بتفاصيلها، مع معلومات الخاتمة الإضافية المعززة لمقدمة ومتن لخبر، والتي يحدد المحرر حجم المفيد منها.

وتعد أنواع الزمن في اللغة كثيرة، منها الزمن النفسي، والزمن الفلكي، والزمن البيولوجي،..، ولذلك يمكن الإشارة لخطين يكونان بنية الزمن في اللغة، هما:

- ضبط موقع الحادثة على محور الزمن.
- ضبط المدى الذي تشغله الحادثة، وهذا يؤدي لأن يكون تحديد الواقعة من زاويتين، الأولى زاوية التتابع، كأن تكون سابقة لنقطة زمنية ما مقدمة في نص "الخبر"، أو لاحقة أو مزامنة لها، والثانية تمثل درجة أمضى في التدقيق والتحديد، من خلال وسائل اللغة –كأسماء الزمان صباحاً وأمس، وبعض المعاني النحوية وحروف الجر الدالة على الظرفية– لتحديد المدى الفاصل بين نقاط الزمن المختلفة، سواء الزمن المرجعي الذي يعد النقطة الزمانية التي تم عندها حدوث الحدث، أو زمن التلفظ الذي نقل فيه هذا الحدث.

بالمقابل فإن أبرز ما يعيب هذا القالب إمكانية تضليل المتلقي في حال تشابك الأحداث، وتحد من قدرة المحرر على التصرف، وإبراز حسه الإخباري، إضافة إلى أن صبر المتلقي قد لا يتسع لسرد الأحداث كما وقعت، بل يحتاج لفكرة عن طبيعة الحدث، مما يجعله غير قابل للصمود وحده، دون مقدمة تلخيصية تشد الجمهور لتتالي الأحدث التي ينبغي على المحرر أن يتقن صياغة سردها، كما يجب أن لا يتم القفز سريعاً بين الأحداث أثناء الكتابة لتلافي عدم الفهم أو اختلاط الأحداث على المتلقي، ومن هنا يقول "فريزر بوند" أن قصة التتابع الزمني الإخبارية تتخذ لنفسها شكلاً قريباً من الهرم، يبدأ في القمة عادة مع بطل الرواية، ويستمر في السرد حادثة بعد أخرى حتى تبلغ ختامها في القاعدة.

وفي أخبار التليفزيون التي تتطلب استمرار الشعور بالفورية قد يلجأ المحرر للترتيب الزمني العكسي، فيبدأ من الحدث الحاضر، ثم يعود لخلفية الماضي، لينتهي بعنصر مستقبلي، وقد يدعى ذلك "بالخطف خلفاً، الشائع الاستخدام نظراً للقدرة على توصيل فكرة الخبر فيه.

وأخيراً يعتبر هذا القالب من أكثر القوالب إفادة لتمثيل المعلومات، نظراً لأن استخدام الترتيب الزمني في سرد الأخبار كما ترى "لانج" سيتطلب من المشاهدين جهداً عقلياً أقل لمعرفة دلالة الأحداث، مما يزيد قدرتهم على الاسترجاع، كونه ذلك يتفق مع مدخل الذاكرة الدلالية، ولعل هذا التفسير هو مرد كثير من التجارب التي أثبتت بعض التجارب أن الأصغر سناً يظهرون زيادة أعلى في مستوى إدراك وتذكر القصص القائمة على أسلوب الترتيب الزمني، في حين أن الأكبر عمراً من الأطفال يمكنهم أن يكونوا أكثر كفاءة في فهم وتذكر القصص عند عدم توافق الأحداث من ناحية التسلسل الزمني، وهو يتحدد وفق الشكل التالي:

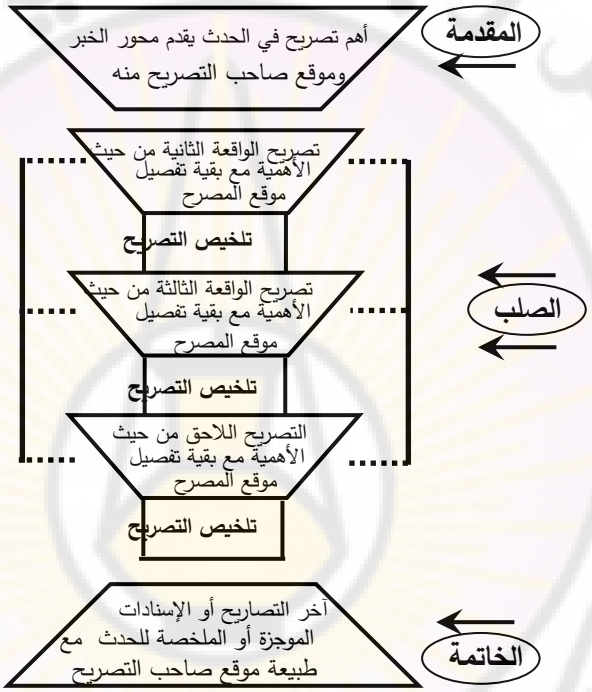
الشكل رقم (5) القالب الكرونولوجي في التغطية الإخبارية.

د- القالب الحواري المتسلسل:

يستند هذا القالب على سرد وقائع الحدث عبر الأقوال المقتبسة والإسنادات والاستشهادات مرتبة حسب أهميتها تنازلياً من التصريح الأهم للأقل أهمية عبر سلسة هرمية مقلوبة متدرجة، أو عبر أهمية تصاعدية، وأحياناً تكون الأهمية متساوية فيأتي ترتيب المحرر حسب رؤيته الخاصة لتسلسل الحوار ومنطقيته، وبالتالي يقوم هذا القالب على المزاوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة، ففي المستطيلات الكبيرة أقوال مقتبسة من المصدر، في حين تلخص المستطيلات الصغيرة جانب من جوانب الحديث وتشرحه للجمهور المتلقي، لهذا يطلق البعض على هذا القالب اسم قالب الشرح الملخص، أو قالب الحديث المنقول.

وقد تكون التصريحات المقتبسة لشخص واحد، فتقدم هويته في مقدمة الخبر التي غالباً ما تأتي تلخيصية، وقد تكون لعدة أشخاص وفيه يتم تقديم موضع الشخصية صاحبة التصريح ومكانها وموقعها عبر كل تصريح مقدم، مع وجود فاصل بين التصريحات في كلا الحالتين يمثل مختصر القول، وشرحه

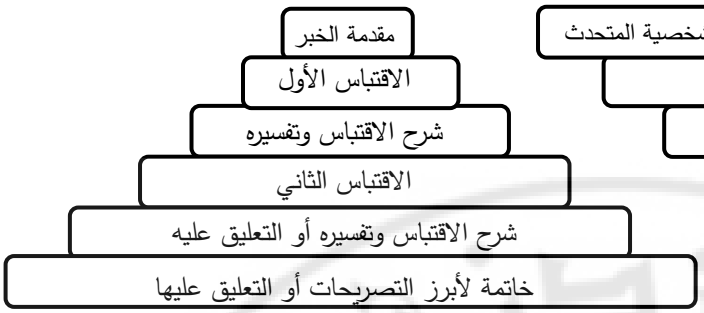
وعبارات الربط والتأكيد عليه، أما الخاتمة فتوجد فقط عند تناول الموضوع حسب أهميته تصاعدياً أو في حال تساوي أهمية الاقتباسات، وتغيب مع الأهمية التنازلية، كما هي الحال في قالب الهرم المقلوب، كما يتضح عبر هذا القالب أن أفضل الخاتمات التي يمكن أن ينتهي بها هي خاتمة الاقتباس أو الإسناد الأصلح للأخبار الساخنة المناسبة لطبيعته، ويمكن شرح كيفية تنظيم المعلومات في هذا القالب وفق الشكل التالي:



الشكل رقم (6) قالب الحواري المتسلسل في التغطية الإخبارية.

وبناء على ما مضى يعد هذا القالب من القوالب التي تم تطويرها من قالب الهرم المتدرج، (المقلوب أو المعتدل) الذي يشبه بنائه المعماري المستطيلات المتدرجة على شكل الهرم، وهو ما شبهه "محمود أدهم" بهرم "سقارة لزوسر"، مع فارق المرونة وعدم التمسك بدرجات الهرم المتدرج التي تقررها طبيعة الوقائع وحدها، مما يجعله الأصلح لكتابة الأخبار القائمة على التصريحات، الذي يقدم في كل فقرة اقتباس محدد بشكل متدرج الأهمية صعوداً أو نزولاً، ويشرحه في المستطيل الذي يليه بشكل يزاوج بين الاقتباس وشرحه، حيث يبدأ بالتصريح المهم فالأقل أهمية، أو العكس، ليأخذ كل قالب خصائص القالب المستمد منه، فيكون الهرم المقلوب المتدرج بلا خاتمة، عكس الهرم العادي المتدرج، مع إمكانية تلخيص محور التصريح في استهلال الخبر، كما يمكن أن تتساوى أهمية الدرجات فتتحول لمستطيلات متساوية الأهمية، كما يتضح من ما يلي:

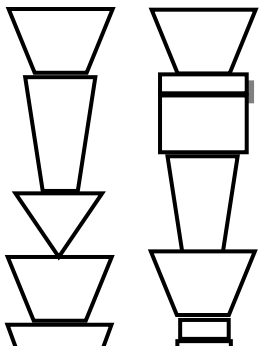
الشكل (7) قالب الهرم المقلوب المتدرج



الشكل (8) قالب الهرم المعتدل المتدرج

ثانياً: (قوالب المدرسة المطورة عن التقليدية) المستمدة من قالب الهرم المقلوب:

انطلقت القوالب التي حاولت تطوير الهرم المقلوب من أهمية هذا القالب، ووجوب عدم التخلي عنه نهائياً وضرورة تطويره، فالاتهامات الحالية لقالب الهرم المقلوب بالقصور، وبعدم القدرة على مجاراة العصر يجب أن لا تنسي أن جل دراسات سبعينيات القرن المنصرم قطعت بتأثير أسلوب التنظيم الهرمي بفعالية في قابلية تلقي المحتوى؛ وإذا كان ثمة من تخلى عن قالب الهرم المقلوب من قاعدته، فإنهم يجب أن لا ينسوا إن إبداع سيمفونية يتطلب التعرف الكامل على آلات الاوركسترا، وهو ما عبر عنه "تيل وتايلور" بقولهما لا يمكن تجاهل قالب الهرم المقلوب من أجل مستقبل المهنة.

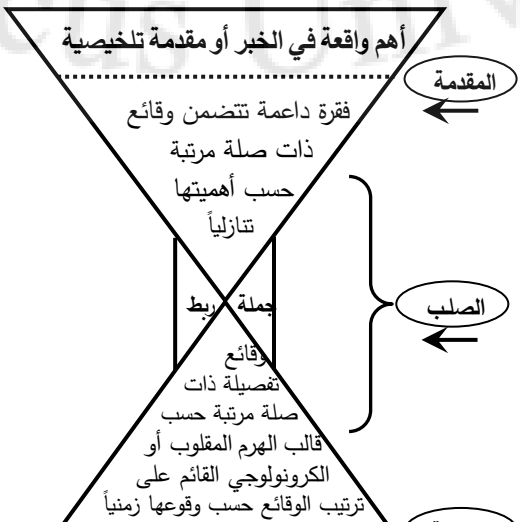


ولقد بدأت أولى محاولات هذا التطوير من النظر إلى الخبر انطلاقاً من اعتباره هرماً مقلوباً على أنه قطار لنقل البضائع، تزود قاطرتها الأولى بالوقود لتكسب قوة سيرها، تليها مجموعة من العربات التي تحمل المعلومات، مما يجعل هذا القالب أكثر امتيازاً بالروابط والإشارات الضمنية الداخلية، وعلى هذا يمكن للمحرر من خلال القالب "قطار البضائع" إجراء مناورات عدة داخل الخط وخارجه، بإبدال عينات العربات المختلفة، فيدفع المحرر بصناديق أقل أهمية للخلف، ويقدم أخرى أفضل إشراقاً وأكثر بروزاً إلى الأمام، ومن أبرز القوالب الناجمة عن تطوير قالب الهرم المقلوب:

أ- قالب الساعة الزجاجية الرملية: "Hourglass Structure"

وهو مستوحى من المزج بين قالب الهرم المقلوب وأحد قالبي الهرم المعتدل أو الكرونولوجي، ليمتلك القدرة على التكيف مع القصص الإخبارية التي تحتاج للسرد القصصي، والخلفية المعلوماتية، والترتيب الزمني، إذ يتكون من قالبين متعاكسين الأول مقلوب والأخر معتدل، مما يجعله قالب مزدوج، ولهذا يتفق مع الهرم المقلوب في تقديم أبرز معلومة ضمن المقدمة، ثم يحتوي على سرد تتابعي لجزء أو بقية الخبر، لكنه يختلف عنه من حيث تقديم وقائع ضمن السرد القصصي أو خلفية كافية مرتبة حسب أهميتها تصاعدياً أو وقوعها زمنياً، وبالتالي فإن هذا الخبر يبدأ بداية ساخنة، ثم يمضي في تتابع زمني أو وقائع مرتبة وفق الهرم المعتد، ويمكن أن تكون مروية بشكل سردي لإضفاء العنصر الدرامي على الخبر، لينتهي بتعليق أو نتيجة للحدث.

ويفيد هذا القالب في أخبار المحاكم والجرائم والكوارث والاحتفالات والسيرة الذاتية للشخصيات الهامة، بما يتضمن من أحداث درامية منساقة للتسلسل الزمني، كما أنه يتضمن خلفيات عن الحدث، مع عرض أهم وجهات النظر فيه، ولتفادي الإسناد في كل جملة يستطيع المحرر استخدام إسناد شامل قبل القسم التتابعي، مثل: "ذكرت الشرطة هذا التقرير.."، ومن أبرز مساوئ هذا القلب إعادة بعض المعلومات في الجزء التتابعي، مما يجعله يتطلب مساحة أو زمناً أكبر من خبر الهرم المعكوس الأساسي ، ويعبر عن بما يلي:



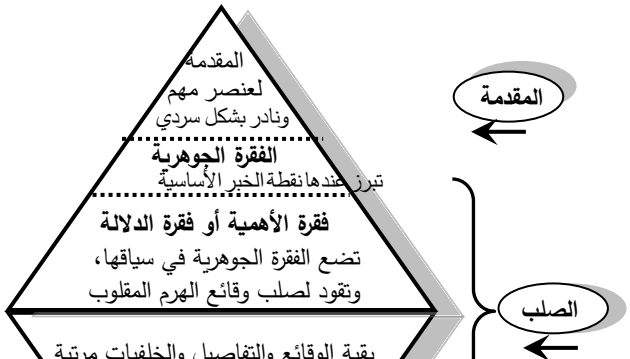
الشكل رقم (9) قالب الساعة الزجاجية الرملية في التغطية الإخبارية

ب- قالب الماسة أو الجوهرة "The Diamond Structure":

يعد هذا القالب من القوالب المطورة عن قالبي الهرم المقلوب والمعتدل، وقد شاع استخدامه على نطاق واسع بعد أن كان محدود الانتشار بفضل صحيفة "وول ستريت" التي هجرت قالب الهرم المقلوب لأجله.

ويتضح من خلال شكل هذا القالب أنه يتألف من هرمين متعاقبين أولها الهرم المقلوب، ومن ثم الهرم المعتدل -عكس الساعة الرملية التي يسبق فيها الهرم المعتدل الهرم المقلوب-، ولهذا يتمتع قالب "الماسة" بمقدمة ملحة أو نادرة ومهمة، وغالباً ما تكون سردية حكائية تقود إلى الفقرة الجوهرية في الخبر، والتي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع، يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها "فقرة الأهمية أو فقرة الدلالة"، وهي التي تضع الفقرة الجوهرية في سياقها، وهاتان الفقرتان بدورهما تؤديان إلى الهرم التقليدي المقلوب، حيث تعرض الوقائع والخلفيات ذات الصلة مرتبة حسب أهميتها تنازلياً، من الأكثر للأقل أهمية.

ويمكن الإفادة من هذا القالب في الأخبار التي عادة ما تتضمن نوادر خبرية، ومتى كان الزمن أو المساحة متاحاً، -لذلك انتشر في المجلات الأوروبية الأسبوعية- وهو يتطلب كتاب أخبار يمتازون بأساليبهم المشوقة، وبسعة إطلاعهم، وقدراتهم على استخدام النوادر، أو ما يدعى بملح الأخبار في نسيج صياغتهم، خاصة أن الجانب المهم فيه الخروج عن التقليدي المألوف في تغطية الحدث، وعرض التفصيلات، واللجوء إلى اللف والدوران بدون تكرار أو إزعاج وملل، في رحلة شيقة مع الجمهور الذي يجد نفسه في معمعة الحدث، وصولاً إلى الجوهر في جملته الأخيرة، والمحرر مخير في اختيار انطلاقته الأولى، ولكنه ملزم بذكر التفاصيل المهمة بشكل يتناسب مع انسيابية الأسلوب، ويمكن توضيح بناء هذا القالب وفق الشكل التالي:



الشكل رقم (10) قالب الجوهرة في التغطية الإخبارية

ج- قالب الأهرام المتعاقبة أو المتسلسلة The Series Pyramids Structure:

جاء هذا القالب للتخلص من أبرز الانتقادات الموجهة لقالب الهرم المقلوب الذي يتماشى مع الأخبار البسيطة ذات العنصر الواحد، ليتماشى مع الأخبار المعقدة متعددة العناصر، مما جعل شكله مؤلف من مجموعة من الأهرام المقلوبة، بحيث تأخذ كل واقعة أحد هذه الأهرام المتعاقبة والمتسلسلة والمتموضعة فوق هرم آخر، وعدد الوقائع هو المحدد النهائي لعدد الأهرام وطول الخبر.

إن طبيعة القالب الحالي تسمح له بتناول القصص الإخبارية متعددة الجوانب أو العناصر والوقائع سواء المتساوية أو مختلفة الأهمية، كالأخبار الطويلة، وأخبار المؤتمرات الصحفية، ومجالس الاجتماعات الرئاسية أو الحكومية، أو القمم الرئاسية، أو الجو، كما يمكن استخدامه في الأخبار ذات الواقعة الواحدة لكن متعددة الجوانب، حيث تحتل الواقعة الأساسية الهرم الأول، فيما تتبعها النقاط المتفرعة عنها مدعمة بالوقائع والخلفيات في بقية الأهرام المتعاقبة، مع تخللها بجمل الربط ، أما في حال تعدد وقائع الخبر وتساوي أهميتها فإن ذلك سيفرض مقدمة تلخيصية لمجمل سلسلة أهرام القالب، مما يحقق تفعيل لمبدأ الهرم المعكوس، وعدم الإخلال به، الأمر الذي يجعل بقية سلسلة الأهرام شرحاً للمقدمة، ويتم ذلك عبر تقسيم الوقائع لأجزاء تفصيلية ذات أهمية خاصة، وبعد تقديم كل منها باختصار في المقدمة التلخيصية يجري تقديم التفصيلات المتاحة لكل جزء.

بالمقابل يلجأ المحرر في حال اختلاف أهمية الوقائع التي تكون الخبر المركب إلى الابتعاد عن المقدمة التلخيصية، ليستخدم بدلاً منها ما يدعى بالمقدمة متعددة الجوانب، يتم خلالها تقديم موجز الواقعة الرئيسية، ثم تتبعها في الصلب الوقائع المدعمة لكل فقرة من الفقرات متسلسلة حسب أهميتها، مع مراعاة الانتقال بجمل ربط تبرهن على قدرة المحرر سبك خبره عبر جسور محكمة التواصل وطبيعة الانتقالات، كي لا يكون الخبر مجموعة فقرات متناثرة غير مترابطة، وكما في الهرم المقلوب يمكن

الاستغناء عن خاتمة الخبر إلا إذا تطلب الأمر، وعموماً يعد هذا القالب أكثر استخداماً في الصحف عنه في الوسائل المسموعة أو المرئية كونه من القوالب المعقدة، وتوضح الأشكال التالية بنائه المتعدد حسب عدد العناصر، ومدى قيمتها وأهمية ترتيبها:

(*) يشبه البعض هذا الشكل الخاص بالهرم المتعدد لواقعة واحدة بجوانب غير متساوية "قالب السلم "**Perron Structure**"، لتدرج فقراته كدرجات السلم، ويمكن أن تتحول الدرجات من أهرام مقلوبة إلى درجات عادية "مستطيلات" حينما لا يكون الأمر متعلقاً بتدرج الأهمية التي تميز الأهرام المقلوبة، ليصبح كدرجات السلم تماماً، وهو قالب اشتهرت به قناة البي بي سي، حيث تقدم لكل معلومة خلفيتها مباشرة ورائها، ما يجعل المقاطع المقدمة كبناء درجات السلم.

ج- قالب الإبريق أو دورق الشرب:

هو أحد القوالب المتفرعة عن تطوير قالب الهرم المقلوب، بل هو العمود الفقري للهرم المقلوب، وبالتالي يقوم على تقديم جوهر الوقائع وأهم مضامينها في مقدمة الخبر، لكن دون تتالي بقية الفقرات حسب أهميتها؛ حيث يتحول مع بداية المقطع الثاني لتقديم الأحداث وفق القالب السردي القصصي أو التسجيلي أو الزمني، بشكل يأخذ الأسلوب الدائري في وجود"كباري" بين التتابع السردي ما بين البداية والنهاية، وهذا ما يجعله يأخذ شكل دورق أو غرافة الاختبار، أو زجاجة النبيذ كما يدعوه "تيل وتايور"

اللذان يعتقدان باستعماله القديم في الصحافة الإخبارية منذ أجيال عدة، مع محدودية استخدامه، ولكن الآن تعاد تسميته بهذا الشكل.

ويفيد هذا القالب في الأخبار الساخنة غير الاعتيادية، كأخبار الحوادث والجرائم والكوارث، وحتى الانقلابات، وغيرها من الأحداث المثيرة التي تستلزم بعد الولوج عبر أهميتها سرد بقية تفاصيلها بشكل مشوق، وقد شاع استخدامه مع صحيفة "أتلنتا جورنال"، التي رأت فيه وسيلة لتحويل الوقائع المتكتلة لأحداث صغيرة، لذلك يرى "عبد الستار جواد" أن سرد تفاصيل قالب الدورق لكي يصيح قالب فريد مع بعض القصص الإخبارية تحتاج "لعملية نسج دقيق، **Weaving**"، ومقدرة لغوية عالية، وخيال وملكة صحفية تجمع شتاته في نسيج متجانس طريف، خاصة مع الأخبار القائمة على التشويق والإثارة والسرد القصصي لمواضيعها، ويمكن التعبير عن هذا القالب وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (15) قالب الإبريق أو دورق الشراب

د- قالب تقنية القوائم:

يعد هذا القالب الذي شاع من خلال صحيفة "أمريكا اليوم، **USA Today**"، مستوحى من قالب الهرم التقليدي أيضاً، ويستخدم لتغطية الوقائع التي تتضمن مجموعة من العناصر يجب تأكيدها، والمرتبة في قائمة متساوية القيمة لتسليط الضوء عليها بشكل متوازن، وتدعى هذه القائمة "علبة المعلومات داخل معلومات الخبر"، فهو يفيد عند طرح مجموعة حقائق بشكل مختصر، وغالباً ما تضم مقدمته تلخيص للخبر مع التركيز على الواقعة الأكثر أهمية، أو استهلال "شفاف" يتبعه فقرة جوهرية داعمة للاستهلال تتضمن نصوص أو حقائق أو كليهما، فيما يضم الصلب تفاصيل الوقائع الواردة ضمن قائمة، أما الخاتمة فتحتوي توسع يلخص كل ما ورد في قائمة صلب الخبر من نقاط هامة، وعادة ما يتضمن الخبر الذي يحتوي أكثر من قائمة أكثر من مقدمة، مع المحافظة على فصل كل بند من بنود القائمة بفقرة مستقلة، ومحاولة المساواة بين الفقرات بجمل متساوية الطول لمساواة الفعالية، ولا يعتبر ذلك شرطاً يلزم المحرر في حال عدم تساوي محتوى كل بند أو حتى أهميته.

إن وجود نقاط أساسية أو غيرها من القوائم يسهم بالحفاظ على انسيابية متن الخبر، على أن لا تزيد القائمة عن خمس نقاط رئيسية في بداية أو وسط الخبر، وأكثر من ذلك بقليل في خاتمته، مع ضرورة وضع كل بند في فقرة مستقلة، مع حرية تماثل صياغة البنود، ويمكن استعمال القوائم بطريقتين: أما تصنيف مجموعة من الإحصاءات أو أية معلومات مربكة أخرى ضمن قائمة لم تكن موجودة أصلاً، أو إبراز النقاط الأساسية في الخبر، وعادة ما تكون القوائم مسبوقة بأي وسيلة تخطيطية(.) ( ) ( ) أو ما يدعى بنقطة كبرى "**Bullet**" ().

وعليه حينما يكون مقاطع الخبر متعددة مستاوية في الأهمية، يمكن إيجازها واختصارها في قائمة تدعى (علبة المعلومات في قلب المعلومات)،سواء كانت هذه القائمة نقطية أو تعدادية، ومن هنا يدعى قالب القائمة **The List Techniqu**.

إن هذا القالب يخلص من أدوات الربط المتكررة، والمتعددة، في الأخبار التي فيها قرارات عدة، أو إجراءت كثيرة، أو مراحل متنوعة... حيث يعوضها بتعداد نقطي أو رقمي.

مثلاً: عوضاً عن القول: قررت الحكومة.. في اجتماعها الصباحي اليوم.. كذا وكذا وكذا، يقال بمقدمة مباشرة (كهرم مقلوب)، أقرت الحكومة اليوم في اجتمعها الصباحي حزمة قرارات جديدة، التي تساعد في...، ثم جملة ربط لقائمة التعدادات (ويمكن إجمالها فيما يلي)، ثم قائمة على شاكلة:

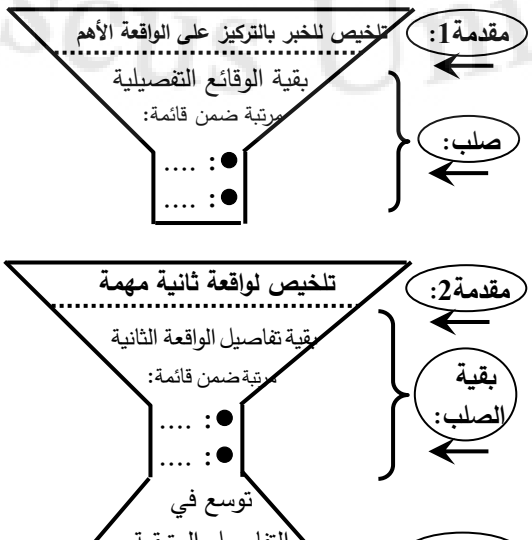
– ..... – ..... – .....

* ..... * ..... * .....

1) ..... 2) ..... 3) .....

أ) ..... ب) ..... ج) .....

ونظراً لإمكانية الإفادة من هذا القالب في أخبار الاجتماعات الحكومية وبرامجها وإجراءاتها ونتائج الدراسات وبرامج الأشخاص وبنود الندوات والملتقيات الأدبية والأحداث المتشابكة الأسباب بالنتائج وحتى المقابلات، وما أكثرها في عصر انفجار المعلومات يعد من القوالب كثيرة الاستخدام مع مطلع الألفية الجديدة، فهو يسمح بتقديم تعدادات معينة يستلزم وضعها في قائمة، تتألف من بنود غير متاح عرضها في الاستهلال.

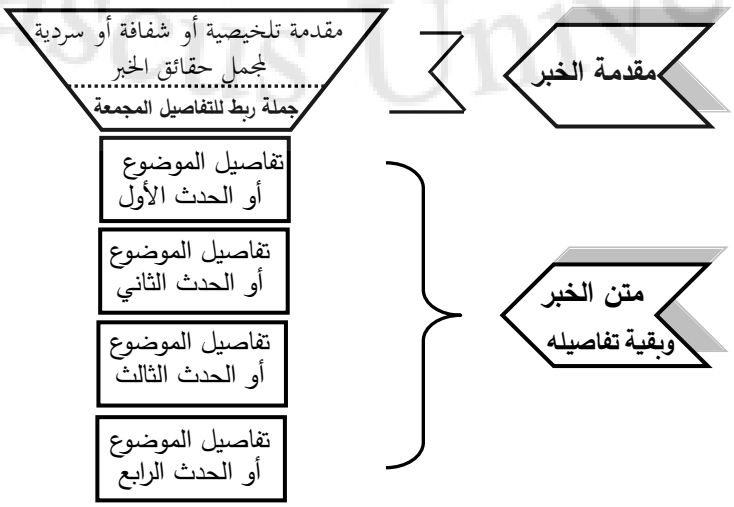


الشكل رقم (16) قالب تقنية القوائم في التغطية الإخبارية

هـ- القالب التجميعي: "The Round-Up Story":

يواجه المحررون في أحيان كثيرة أنواعاً من الأخبار بصعب اختصارها، وهي الأشكال التي تأتي غالباً على شكله القصص الإخبارية التجميعية، التي تنتهي بتفاصيل عدة، ذات قيمة إخبارية متساوية إلى حد ما، كالتي ترد مجتمعة في عواميد الأخبار، أو في باقة الأخبار التليفزيونية المجمعة على شكل صفحة أخبار الكوراث.

وطالما أنه من الصعب حذف بعض هذه التفاصيل التي قد تخص جهة ما أو فئة مشاركة في الخبر، أو تشمل جانب آخر من جوانب الحدث في مكان آخر، مقابل ذكر ما عداها، فإن الإبقاء على التوازن فيها يقتضي نشرها أو بثها جميعاً من خلال الولوج إلى داخل القصة المجمعة، والإشارة إلى كل منها مرة واحدة، ولهذا يعرف "هاو" الخبر التجميعي بالقصة الخبرية التي تجمع عناصر مختلفة لحدث يستحق التغطية الإخبارية، كمجمل حوادث السيارات، مما يجعلنا نطلق على هذا النوع: جولة إخبارية، كونها صيغة تهدف لجمع عدة موضوعات في خبر واحد، فهي تضم التفاصيل ذات الطبيعة المتشابهة، ويضمها مقدمة تلخيصية أو سردية واحدة، وأحياناً تستغني الصحف عن هذه المقدمة لتجمعها تحت عنوان واحد، وفق ما يلي:



الشكل رقم (17) القالب التجميعي في التغطية الإخبارية.

و- قالب الأحداث المتوقعة "Coming Events Format":

طور هذا القالب عن قالب الهرم المقلوب، تماشياً مع بعض التغطيات الموجزة المكررة الحدوث، وشبه المتوقعة التفاصيل؛ حيث يبدأ بمقدمة تلخيصية لأبرز العناصر مرتبة حسب أهميتها، والتي تقود إلى المتن، المحدد تفاصيله، والتي ترد وفقاً لعبارة يسهل على المحرر حفظها، مكونة من حروف جملة "أوقف المستَخرَج هنا": "**Stop Digging Here**"، وبالتالي فإنه استناداً إلى صيغة "قف" فإن هذا القالب يحتوى كل تفاصيل هكذا أخبار، وما على المحرر إلا وضع معلوماته وتفاصيله في المكان المناسب، حسب المخطط الذي يشير لما يلي:

الشكل رقم (18) قالب الأحداث المتوقعة في التغطية الإخبارية

ونظراً لطبيعة الموضوعات المتعددة التي يمكن لهذا القالب أن يعالجها مثل: "المحاضرات والاجتماعات والبرامج والأحداث المبرمجة، والمراسيم والحفلات والأحاديث والمباريات الرياضية" فإن تغيير تلك المواقع ومسمياتها قابلة للنقاش، إذ تبقى هذه العناصر كما هي في الأحاديث والمحاضرات، حيث يذكر اسم المتحدث أو المحاضر وهويته، وعنوان حديثه أو موضوعه، ثم الجمهور والمكان واليوم والساعة، بالمقابل يتم التأكيد في كثير من الموضوعات الأخرى على عنصري الزمان والمكان، أكثر من التأكيد على هذا الترتيب للموضوعات، فطبيعة الموضوع هي التي تحدد العناصر الواجب تسليط الضوء

عليها، كما تحدد آلية تسلسلها، لكن عموماً يرى "جورج هاو" أنه لا بد من إشعار المتلقي بيوم الحدث وساعته، فمكانه، وطبيعة الجمهور الذي يحضره، وبقية المعلومات الأساسية الأخرى، فمثلاً تصبح هذه التغطية في المباريات الرياضية تقدم أولاً اسم البطولة ومن ثم اسم الفريقين فمكان الملعب واسمه وزمن المباراة، ثم يأتي تفصيل الخبر.

وكما يمتاز هذا القالب مع الأخبار القصيرة، فإنه يمكن الإفادة منه مع الأخبار ذات التفاصيل الأوسع، حيث يستفيض المحرر في ذكر التفاصيل لكن ضمن التسلسل الوارد في هذا القالب، كما يمكن له الخروج من بنية قالب الهرم المقلوب المستمد منه، فتكون مقدمته موجزة وبسيطة، كما يمكن أن ترتب التفاصيل حسب التسلسل المنطقي، لهذا يعد لهذا القالب الخاص بالأخبار المتوقعة تنوّعات وتفريعات تحاول الخروج به من النمطية والرتابة، والتلاعب باللغة لجذب الاهتمام وتقديم الخبر في حلة جديدة، فإذا توافرت معلومات كثيرة فإنه بإمكان المحرر تأجيلها إلى الفقرات التالية.

ثالثاً: قوالب (مدرسة الحداثة) المستمدة من أساليب البناء السردي

طالما كانت الأخبار هي سرد متماسك للعالم،وكان السرد في الأخبار عموماً وفي أحبار التليفزيون خصوصاً عملية استطرادية، وتعطي رؤية معينة لثقافة المجتمع، ولثقافة الآخرين، فإن ذلك

يفتح مجالاً لعولمة نصوص الأخبار من خلال المعاني والتفسيرات المتولدة لدى الجمهور، وإذا كان الباحثون قسموا السرد إلى أنواع عدة مثل: السرد القصصي، كالروايات الأدبية، والسرد غير القصصي، مثل التاريخ، فإننا نستطيع أن نضيف إليهم نوعاً جديداً فرضته الصياغات المعاصرة، والانفجار الكوني لبركان المعلومات؛ ألا وهو السرد الإخباري، فنحن نعيش وسط عالم تملؤه الحكايات، عالم لا ينقطع منه القص، عالم مستمر من السرد والحكي، لدرجة دفعت "غاستون باشلار، **G. Bashlar**" أن يعتبر إن ما أنشأ الإنسانية هو السرد، فالسرد هو بث الصوت والصورة بواسطة اللغة، وتحويل ذلك إلى إنجاز سردي.

ورغم أن الأسلوب السردي ليس جديداً على ميدان الأخبار، فكتاب المواضيع الإخبارية "**Feature**" استخدموه قديماً، إلا أن المحررين تحدوا فكرة تقسيم أساليب الكتابة، ليشمل الهرم المقلوب الأخبار الجادة، بينما يستخدم الحكي السردي مع المواضيع الخفيفة، فاستخدام الأسلوب المناسب، بغض النظر عن كونه سرد أو سواه بما يجعل القصة أكثر تشويقاً ويسراً على المتلقي هو الفيصل، والذي أطلق عليه مع بداية السبعينيات من القرن الماضي "أسلوب الصحافة الجديدة".

وكثيرة هي القوالب التي تعتمد على لغة السرد، وتتطلب كتاب يستطيعون الإمساك باهتمام الجمهور على طول الخط، ليقدموا لهم ما يأسرهم في الفقرة الأخيرة ، ويرى "تيل وتايلور" أن هذه القوالب القائمة على السرد المباشر التي تروي الخبر من بدايته المنطقية إلى نهايته المنطقية نادرة الاستخدام في الصحافة، كونها قادمة من أخبار المجلات، فمن البديهي أن لا يقرأ الناس الصحف مثل قراءتهم للكتب، وبالتالي يتطلب هذا القالب مهارة في جذب الانتباه بالشكل الذي يتضمن التواصل معه حتى النهاية، ولذلك ترى "لانج" نجاح استخدامها في أخبار التليفزيون، كونها توفر لبناء الخبر المقدمة والوسط والنهاية، كما توفر المقاطع المستقلة، وهو ما وجده "واين وآخرون، **Wayne**" من أن التليفزيون يقوم بوظيفة السرد النثري للأحداث بشكل أبسط من الصحف، خاصة أن أسلوب السرد يستطيع أن يضغط الكثير من المعلومات بشكل يفوق أي قالب آخر، مما يجعل لهذا النوع من القص أسلوب السحر الذي يربط المتلقي معه بفضل طاقته الفعالة، ويأخذه معه لمكان لم يذهب إليه من قبل، وربما لن تتاح له الفرصة بالذهاب إليه.

ويعد بناء الخبر وآلية ترتيب الحقائق في التليفزيون أكثر أهمية من الجانب اللغوي، أو من بناء الخبر في الصحافة أو وسائل الإعلام الأخرى، فلا يمكن أن يتم أببلاغ الخبر التليفزيوني بأكمله إلا إذا انطلقت الكلمة الأخيرة، وعرضت الصورة الأخيرة، ويرجع هذا أساساً إلى طبيعة التليفزيون التي تتطلب وحدة درامية، وطالما كانت الأخبار التليفزيونية لا تحتمل الحشو الزائد كي لا يضيع المتلقي في متاهة

الاستماع، فإن هذا الأمر يفرض أن تكون هذه الأخبار مصاغة منذ البداية كوحدة متماسكة ومتجانسة، لها مقدمة ووسط ونهاية، وكل جملة فيها تؤدي إلى جملة أخرى، وكل فكرة تقود إلى فكرة لاحقة، بشكل لا يحتمل الاختصار، فإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له، تماماً مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية كتبت بإتقان، وهذا بدوره يقلل من أهمية كل القوالب القابلة لاختصار في التحرير الإخباري المرئي المسموع، مثل قالب الهرم المقلوب، الأمر الذي يدفع القالب البنائي السردي للرواية الذي يراعي الجانب الدرامي للصدارة في مثل هكذا أخبار، بخلاف عن الرواية كون الذروة عادة توجد في البداية أو بالقرب منها، والفعل أو الحدث أو التغير في الموقف هو الذي يسبب العقدة، فالبناء التليفزيوني يتطور من الذروة التي تكون مع الاستهلال إلى الأسباب ثم إلى الآثار، –ويدعى هذا بالسرد المعكوس الذي يستخدم أسلوب التقديم والتأخير، ويسمى في الرواية "الخطف خلفاً، **Flash Back**"–، ويقع ذلك في سرد طبيعي منساب برشاقة متجانسة الحركات مع العرض المصور، ففيه الصورة تخاطب القلب، والكلمات تجتذب العقل، وهذا التطابق هو مفتاح نجاح الكتابة الممتازة في التليفزيون، ولكن يجب أن تكون للفكرة الأسبقية على الإيضاح التصويري، وليس من الضروري أن يتبع كل خبر هذا البناء الذي يعتبر قريب من البناء الصندوقي الذي يؤجل الذروة قليلاً عبر استخدام مقدمة مؤجلة.

الذروة: تقوم عليها المقدمة
↓
أسباب الحدث: تشرح العقدة
↓
الآثار: الفعلية أو المحتملة لعقدة الحدث

القالب الإخباري في الإذاعة والتليفزيون.

وعلى هذا يقوم السرد داخل الرسالة الخبرية بالعديد من الوظائف الإعلامية، أهمها:

- وظيفة تنبيهية تهدف إلى اختبار وجود اتصال بين المرسل وبين المرسل إليه.
- وظيفة استشهادية تظهر حين يثبت المرسل أو السارد مصدر معلوماته السردية.
- وظيفة تعليقية تقوم على النشاط التفسيري للمرسل من خلال أسلوب عرض مسروده.
- وظيفة إفهامية وتأثيرية وتتمثل في إدماج المتلقي في عالم حكاية السرد.

الصورة	الصوت

- وظيفة انطباعية أو تعبيرية وتعني درجة تبوء السارد المكانة المركزية في رسالة السرد.

إن أداء الوظائف السابقة يظهر من خلال العلاقة بين السارد والصيغ السردية التي تتجلى في عدة أشكال للسرد أبرزها:

أولاً: السارد المشارك: ويعني معايشة السارد الحقيقية للأحداث ونقلها؛ إذ يتمتع السارد في هذا الشكل بحضور تام، وذلك من خلال نقل الأحداث وفق معايشته لها، ويبرز في هذه الصيغة استخدام ضمير "المتكلم، وتطغى المضارعة الدالة على الاستقبال، والمعايشة الحقيقية للأحداث، ولذلك يدعى هذا الشكل من السرد في قوالب التحرير الإخباري بمدخل "الضمير المتكلم"، ومن أبرز الأمثلة على هذا الأسلوب السردي خبر تناولته محطة "**B.B.C**" ورشح للعديد من الجوائز، وقد قدمه مراسلها جون سيمبثون "**John Sempthon**" أثناء القصف الأنجلو أمريكي للعراق، معتمداً على مشاركته في الحدث، مع الاستناد إلى قالب "وول ستريت" الذي يركز فيه على خصوصية فرد واحد أسقطته –النيران الصديقة– وهو في الخبر المترجم المرافق للقافلة العسكرية، لتنتقل من خلال ذلك للتركيز على القضية ككل وآثارها الإنسانية عامة، وجاء فيه:

قصفت طائرة حربية أمريكية بطريق الخطأ قوات أمريكية وكردية، فقتلت 35، وجرحت آخرين، منهم قائد قوات البشمركة العميد وجيه البرزاني، ونجل الزعيم الكردي مسعود البرزاني، والصحفي "جون سيمبثون" وضابط أمريكي، ومقتل صحفي مترجم تابع لمحطة **B.B.C**:

صورة تقدم آليات القوات الأمريكية والكردية على طريق من الإسفلت استمرار صور تقدم الآليات بينما المحرر يقرأ تقريره	صوت المراسل:	تقدمت القوات الكردية طوال هذا الصباح، واستولت على بلدة "دبدجان"، وللوصول إلى هناك انضمينا إلى قافلة تضم مجموعة من القوات الأمريكية الخاصة. وصلنا إلى تقاطع الطرق، وعندئذ فجأة هاجمتنا الطائرة الأمريكية ..
صور قتلى متناثرة، والدخان والنيران يزداد تصاعدها مع الصراخ، ويظهر معالم االدمار على معظم الآليات المرافقة الكاميرا تأخذ دور المصور يهرول وهي مسلطة على الطريق والأرض مع حركة متسارعة يظهر المحرر والدماء على وجهه، وحتى عدسة الكاميرا تتناثر عليها بعض النقاط من الدماء.		(صمت طويل وتوقف المراسل عن القراءة ومن ثم يعلو الصراخ)
استمرار الصور للجرحى والانفجارات صور جنود يحملون ضحايا وجثث ويهرولون بعيداً عن مواقع العربات التي بدأت قنابلها بالانفجار والتطاير مع استمرار الصراخ يرافقه ارتجاج بحركة الكاميرا هذه المرة صور النيران تلهب سيارات القافلة ويزداد هرولة المقاتلون	يعود صوت المراسل بعد انقطاع لحوالي 35 ثانية:	مصورنا الذي أصيب بوجهه كان محقاً، ذخيرة الصواريخ في العربات المحطمة بدأت بالانفجار. لقد سقطت القنبلة على بعد 10 ياردات فقط منا، حتى إنني شاهدتها أثناء سقوطها، لقد تمزقت بعض ثيابي بفعل الانفجار.
صور عامة للموقع ثم صور قريبة على العشب ويظهر جريح بين الأعشاب ما يلبث أن يهرول إليه بعض الجنود صور للجنود يسحبون كمران بعيداً عن موقع الانفجارات. صورة لسيارة إسعاف يتجمهر حولها مجموعة من الجنود والجرحى، مع حمالة ممدد عليها كمران.	صوت من خارج الكادر: **SB**	"لا أجد كمران"
	المراسل:	أدركنا حينها أن مترجمنا "كمران عبد الرزاق" في عداد المفقودين. صوت من خارج الكادر: "هاهو كمران ممدد على العشب، لنقم بسحبه" صوت آخر من خارج الكادر: "سآتي معك".

		صوت المراسل متوجهاً إلى جمهور المحطة: أصيب كمران إصابة بالغة في ساقه، عملنا والأطباء الأمريكيون لبعض الوقت محاولين إنقاذ كمران.
الكاميرا من جديد تسير موجهة على الأرض وكأنها أقدام إنسان يهرول استمرار صور النيران والانفجارات والدخان ولإخلاء الجرحى والمصابين والقتلى من الموقع.	المراسل ويبدو على صوته علامات الاستغراب :	وسرعان ما علمنا الحقيقة المخيفة والغريبة، وهي أن أحد الضباط الأمريكيين أمر بتنفيذ هجوم جوي للتعامل مع تهديد دبابة عراقية موجودة في الجوار، ولكن الطيار أخطأ، فأصابنا نحن بدلاً من الدبابة العراقية !! ..
تظهر لأول مرة لقطة نصفية للمحرر، ويبدو على وجهه الإرهاق، وبعض الدماء تغطي وجهه، وثيابه يبدو عليها التلف والتمزق، وهو مجهد للغاية	المراس: (صوت وصورة) **STB**	ما كان يجب أن تقع هذه الكارثة، لقد كنت أتحدث للتو مع الضابط في القوات الأمريكية الخاصة الذي أمر بتنفيذ هذا الهجوم الجوي، غير مدرك بالتأكيد أنه سيصيبنا مع الجنود الأمريكيين، وزملاؤنا هنا.
صورة لوجه المراسل يهز رأسهُ متأسفاً **(Cut)**	المراسل يتابع: (صوت وصورة): **SB**	هذه إحدى الأمور التي تحصل في الحرب على ما افترض؟ .. يجوبُ جنوده في الأرجاء قائلين إنهم لا يستطيعون وصف شعورهم حيال الأمر، ولكن يجب القول أنه لولا المساعدة الطبية التي قدموها لنا ولرفاقنا الذين أصيبوا بجروح بالغة لكان الوضع أسوأ كثيراً مما هو عليه
صور لسيارة يخرج منها جنود بمثابة أطباء بعضهم يبدو من حركة رأسه متأسفاً رغم أن اللقطة جماعية وبعيدة.	صوت المراسل (دون صورته):	على الرغم من كل ما فعلناه من أجله قضى "كمران عبد الرزاق" بعد فترة قصيرة، قال لي أنه يريد العمل معنا من باب الصداقة والمغامرة .. .. لقد كان في الـ 25 من عمره.

B.B.C جون سيمبثون "**John Sempthon**" من العراق

ثانياً: السارد الراصد "المشاهد/ الراوي الوهمي": وتعني السارد المشاهد للأحداث التي يرويها معايش آخر للوقائع (شهود عيان، أو نقلاً عن مصدر آخر)، ويبرز في هذه الصيغة استخدام ضمير الغائب الذي أطلق عليه "السكاكي" ضمير الحكاية، كون السارد لا يكون حاضراً للأحداث لكن يكون راصداً لها، كما تطغى صيغ دلالة الماضي التي توافق زمن الحدث، إذ لا يتدخل المرسل في سياق الأحداث كنه يكتفي بنقل الأحداث وسردها دون ظهور وجوده، ويمكن أن يكون السارد في هذه الحال سارداً لحدث، أو سارداً لحوار يدور بين شخصيات الحدث، ويدعى السرد في هذه الحالة: سرد "المنقول".

ثالثاً: السارد المشارك الراصد "الذاتي الغيري": وهو النوع المشترك بين الصيغتين السابقتين للسرد، بمعنى أن يكون السرد ذاتياً وغيرياً في الوقت نفسه، فيسرد عن شهود عيان، إضافة لمشاهدة الذات في الرسالة نفسها، وتتوافق هنا أزمان المضارعة والماضي، والضمائر المستخدمة، أما بروز أحد تلك الصيغ على الأخرى فيعود لطغيان شكل سردي على آخر.

وبناء على هذه الأشكال نرى أنه في التحليل البلاغي للسرد تنتقل الضمائر وعمليات الالتفات التي تتخللها من مواجهة الخطاب عبر ضمير "أنت" أو ضمير المتكلم "أنا" في النص الشفاهي إلى ضمير الغائب "هو" في النص المكتوب، لتنحى نحو النزوع الموضوعي لنقل الوقائع، ويمكن في بعض الأخبار ذات الاهتمام الإنساني التي تخص المشاهد استخدام ضمير "أنت" لشد الانتباه، فلزيادة تأثير خبر عن زيادة الأسعار يمكن كتابة: "أنت موشك على دفع ثمن أعلى لطبق السلطة الذي تأكله! الجفاف في كاليفورنيا يرفع سعر الخص.."

إن الأشكال السابقة، وطرق نقل الضمائر والالتفات تجعل السرد يقوم ويتأسس بناء على تمثلين أساسين متشابكين يكونان مادته داخل النص، هما من جهة أولى الأحداث والوقائع التي تمثل وتحدد من خلال معطيات وتوالي عنصر الزمن، ومن جهة ثانية الشخصيات والأشياء المدركة التي تمثل وتحدد من خلال المكان، وبالتالي يقوم تعبير السرد على مجموعة من آليات البناء النصية والحكائية والتركيبية، كالتبئير "**Focalization**"، والفضاء الحكائي "**Space**"، والزمن الحكائي "**Tense**"، عبر أليات الترتيب الزمني.

<u>وبعد هذا التقديم لمفهوم السرد في لغة الأخبار ومبادئه، ونتائجه التأثيرية في تمثيل المعلومات نقدم القوالب المتفرعة عن هذا الأسلوب السردي، وأهمها:</u>

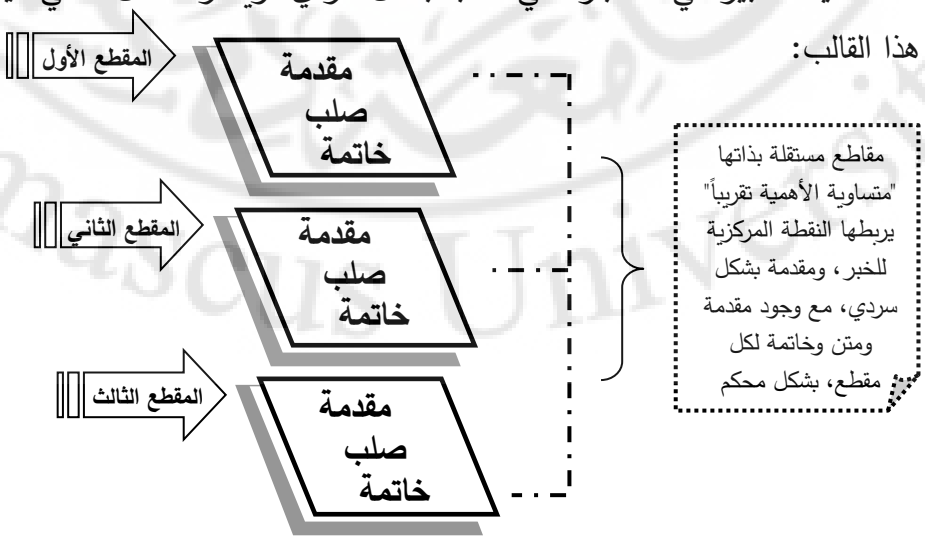
أ- قالب المقاطع المتتالية: (قالب المقاطع السردية):

يقسم أسلوب السرد في قالب المقاطع المتتالية الخبر إلى مقاطع تشبه فصول الكتاب، ويتم فصلها أما بوسيلة تخطيطية، أو استعمال حرفاً كبيراً في الصحافة، أو العودة إلى صورة المذيع أو تغيير نبرته في الخبر التليفزيوني، وبالتالي يمكن لأي مقطع أن يقدم وجهة نظر مختلفة، أو واقعة بعنصر زمني مختلف، سواء بالحاضر أو الماضي أو المستقبل، دون وجود ذروة خاصة لأي مقطع، حيث يتم سرد كم من المعلومات الهامة فقط.

وطالما ينقسم هذا القالب لمقاطع منفصلة مستقلة بذاتها لكنها مرتبطة بنقطة مركزية شاملة وحبكة خبرية واحدة، فإن لكل مقطع فيه مقدمته وخاتمته الخاصة اللتين تضطران بالمتلقي للمتابعة، كما تضطران بالمحرر لأن يكون قالبه المتقطع محكماً؛ إذ يتوجب أن تكونان جذابتان ومحكمتان، فهذا القالب يسلم القيادة لنهايات مجمل المقاطع المشوقة، خاصة حينما يتم تقديمه على شكل سلسلة أخبار، وأهمها الأخبار التي تعد فقراتها متساوية الأهمية، إضافة إلى الأخبار المتعمقة التي تشبه التحقيقات، والمواضيع الإخبارية، وكل خبر يمكن أن نضع لفقراته عناوين فرعية، ويكون تحت كل عنوان من المعلومات ما يكفي لتبرير وجود المقطع.

ومن الطرق المستخدمة في تنظيم المقطع الواحد في هذا القالب الإطار الزمني الذي يتحرك من الحاضر إلى الماضي لذكر التفاصيل الخلفية، ثم يعود إلى التطورات الجارية لينتهي بالمستقبل، وبالرغم من أن الترتيب داخل المقطع مرناً، إلا أن المقطع الأول يجب أن يشتمل على فقرة جوهرية توضح لماذا يتم الآن الإخبار بها.

ويختلف السرد في هذا القالب عنه في قالب السردي القصصي، لذا يطلق البعض على هذا القالب قالب المقاطع السردية كونه يقوم بسرد سلسلة من الوقائع المتساوية الأهمية المتتالية في الخبر، إضافة لفعاليته الكبيرة في الأخبار التي تكتب بشكل سردي، ويفسر الشكل التالي كيفية تنظيم المعلومات في هذا القالب:



الشكل رقم (22) قالب المقاطع السردية المتتالية في التغطية الإخبارية

ب- القالب القصصي السردي:

يوجد نسب تاريخي كبير وعلاقة تأثير وتأثر بين القصة القصيرة الأدبية والقصة الإخبارية، فأول قصة في تاريخ البشرية هي " قتل قابيل لأخيه هابيل"، تعد قصة قصيرة، وقصة خبرية في التلقي البشري، من هنا كان على الأديب دائماً أن يقترب من أسلوب الخبر في السياق وليس في القالب، وعلى المحرر أن يستعين بالتطور الذي بلغه كتاب القصة في الحوار الواقعي على وجه الخصوص، وبالتالي فإن الفرق بين الخبر والقصة الخبرية هو الفرق بين مجرد التزويد بالمعلومات، وتصوير الأحداث، فالقصة الخبرية كما يصفها "دينس ماكويل" أكثر تماسكاً من أي قصة أخرى، كونها تشير إلى الصورة الرسمية للواقع كما تقدمه أخبار التليفزيون، عكس الروايات التي تشير إلى واقع متخيل، مما يجعلها أقل تماسكاً، مع الإفادة من المحاكاة الأسلوب القصصي الروائي، بحيث تبدأ القصة بمقدمة محددة، ثم تتطور أحداثها وتتفاعل مع شخوصها، في ظل مراعاة الظروف المكانية والموضوعية الزمنية، وتفاعلها مع الأحداث، وصولاً لذروة أو عقدة قصصية تهبط لنهاية القصة الخبرية، وعليه تقوم الأخبار القائمة على فكرة القص والتي عادة ما تناسب قصص الاهتمام الإنساني باستخدام لغة سردية تتواءم وأسلوب القص، مع مراعاة أن الاختلاف الأبرز بين القوالب السردية السابقة والقالب القصصي الحالي أن الأول لا يتضمن ذروة للأحداث عكس الثاني، وفي حال الدمج بينهما يصبح هناك سرد وهناك ذروة أو أكثر.

ويعد الأسلوب السردي القصصي في الأخبار شكل من أشكال القص الدرامي الذي يعيد بناء الأحداث، كما لو أن الجمهور يشاهدها في الواقع، فالكتابة السردية وصف درامي لقصة، تتطلب الكتابة الإخبارية لها إعداداً دقيقاً وتفصيلات وصفية وحوار يعززها، وشخصيات تعيد الحياة للأحداث، مما يجعل هكذا كتابة تشبه رواية أو مسرحية أكثر من شبهها لخبراً ساخناً، ولعل هذا يجعل "جيف جلينجبرغ، **Jeff Klinkenberg**" ينظر إلى أسئلة الخبر الخمسة بطريقة مختلفة، إذ تصبح مع هذا القالب من هو الشخصية؟ وما هي الحبكة؟ ومتى هو التسلسل الزمني؟ ولماذا هذا الدافع؟ وأين هو المكان؟.

ويرى "بيل بلوندل، **Bill Blundel**" في كتابه الفن وتوحيد ملامح الكتابة، أن على المحرر إضافة لكونه يزود بالأخبار عليه أن يكون من رواة القصص، وإذا لم يرتقي إلى مستوى هذه المسئولية فلن يقرأ أحد أخباره، فالقالب الوحيد الذي اتفق الجميع على أنه أفضل الصياغات، وأكثرها استجابة لمتطلبات العمل الفني التحريري، وأقربها لعقل الجمهور، وفهمهم، وإشباع فضولهم هو قالب القص الإخباري، فالسرد يتضمن السارد (الراوي)، والخطاب والقصة، ولعل هذا هو نفسه ما اشترطه "شولز وكيلوج" في معنى السرد، وهو وجود قصة أو حكاية، وتوفر شخص يقص لنا، ويخبرنا بالتفاصيل، وبالمعنى نفسه يقول "موريس بيجا" أن السرد هو أي عمل يقوم على استعادة قصة أو حادثة، في حين كان السرد عند "ايه ام فوستر" هو قص أحداث مرتبة في تتابع زمني، وهذا التتابع رغم عدم اكتراث الذاكرة بآلية عرضه يفرض أن تشتمل كل القصص على نوع من الخط السردي، ولهذا ظهر في

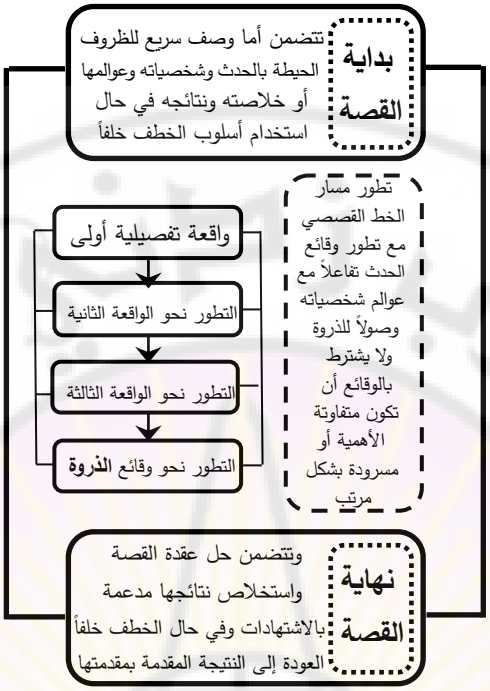
الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي مجموعة صحفيين أطلق عليهم الصحفيين الأدباء استخدموا أساليب السرد القصصي الروائية في كتابة أخبار واقعية لها شخصيات ومشهد وحوار وحبكة، ومن أشهرهم "**Tom Wolf, Tracy Kidde, John Mcphee, John Didon**".

واستناداً إلى ما مضى يمكن للقصة الإخبارية أن تستفيد من كل مزايا وتقنيات القصة الأدبية، من بناء وتشويق وحبكة وذروة، ونقطة الهجوم، ومبادئ العرض المتأخر أو الموزع، وقد حدد "ماندلير وجونسون، **Mandler & Johnson**" (1977) مكونات القصة من ستة عناصر، هي: البداية والتفاعل والهدف والمحاولة والمخرج والنهاية، ويمكن تطبيق هذه العناصر في قراءة نصوص إعلامية عديدة مثل القصة الخبرية التي تبنى على طريقة قالب السرد القصصي، فإذا كانت الرواية مجموعة من الأحداث المرتبة بطريقة ما، فإن الحبكة الإخبارية أيضاً سلسلة من الحوادث التي يقع فيها التأكيد على الأسباب والنتائج، فإذا قلنا مات الملك ومن ثم ماتت الملكة بعده، فهذه حكاية، أما إذا قلنا مات الملكة ثم ماتت الملكة حزناً عليه فهذه حبكة، وحبكة القصة هي النظام المعين الذي يرتب مكوناتها حسب قواعد معينة، ووظيفتها تقديم المعلومات المتعلقة بالقصة بمنطق مفهوم من خلال الزمان والمكان، ويجب هنا حين ربط هذه الاستراتيجيات بإدراك الجمهور للقصة الإخبارية، ونشاطه الذهني حولها أن نؤكد أن ثمة عوامل إضافية تؤثر في سرد القصة الإخبارية التليفزيونية، ولعل أهمها ما يعرف عند الأوروبيين بنغمة صوت مقدم السرد "**Tune**"، فصوت المذيع مقدم النشرة أو صوت "المقرر" يلعب دور الراوي في الأنواع الأخرى الذي يقدم النص دون ظهوره على الشاشة إلا في لحظات أول الخبر، أو في لحظات نهاية التقرير، وأسلوبه يكون مؤثراً في آليات توصيل المضمون.

وتلخيصاً لكل خصائص قالب القص السردي الخبري تحدد "كارول ريتش" بعض النقاط المركزة لأسلوب السرد القصصي الناجح في الأخبار، أهمها: "استخدام التفصيلات المحسوسة بدل الصفات المبهمة، واستخدام الحوار متى كان مناسباً وممكناً، وتهيئة المشهد، واستخدام أفعالاً حيوية، وإثارة الأسئلة التي تثيرها الحواس، واستخدام الوصف المجسد، ورواية الخبر على شكل حبكة مع بداية ووسط وذروة، واتخاذ تسلسلاً زمنياً أو تتابعاً للأحداث، وحتى حين لا يستخدم ذلك يجب على الأقل فهم توالي الأحداث، وأخيراً اتباع نصيحة "مارك توين": "لا تقل صرخت العجوز، استحضرها ودعها تصرخ".

بدوره ركز "مير ستيرنبيرج، **Meir Sternberg**" في نظريته عن السرد القصصي على فرضية الترقب "**Suspense Hypothesis**"، الذي يجعل المتلقي في حالة توتر وهو في انتظار ما سيحدث، ولعل هذا الفرض يرتبط بما ورد سابقاً حول إن تأخير بعض المعلومات قد يكون مهماً للقصة الخبرية، ويرفع من درجة إعلاميتها، ويبقى من أفضل الخاتمات التي يمكن أن ينتهي بها هذا القالب خاتمة الذروة "**Climax**"، كونها تلائم طبيعته "الروائية السردية"، حيث يحتفظ بالمتلقي مترقباً متشوقاً حتى النهاية، لاكتشاف ماذا سيحدث.

ويمكن توضيح القالب السردي القصصي في الأخبار من خلال الشكل التالي:



قالب السرد القصصي في التغطية الإخبارية.

ويؤدي القالب القصصي دوراً مؤثراً في عملية تمثيل المعلومات، حيث أن نسج القصص من الوسائل التي يستعملها الإنسان، كي يدرك عالم الخبرات والرغبات الخاص به، فالقصص نوعاً من أنواع الفهم والإدراك، لهذا وجد عدد من المنظرين وعلماء النفس المعرفي ومختصي اللغويات أن جمهور الأخبار يفهم ويستثار ويستدعي المعلومات من خلال القصص الإخبارية المكتوبة بالبناء السردي أكثر من القصص المكتوبة بالبناء النمطي للأخبار، وهو ما جعل المحررين الغربيين ينحازون إيجابياً نحو البناء السردي في صياغة الأخبار، فالكتابة الجيدة للأخبار في الغرب هي عشق حكاية القصة المفعمة بالحياة، ويعتبر ذلك طبيعياً وخصوصاً في أخبار التليفزيون، حيث يذكر أحد الرؤساء السابقين لشبكة التليفزيون الأمريكية **CBS** أن التليفزيون وسيلة درامية، وأن ما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء أيضاً، فنشرات الأخبار بدورها دراما، وبالتالي فهؤلاء الذين يكتبون الأخبار التليفزيونية لابد لهم من الجمع بين المهارات التي لدى الكاتب المسرحي وكاتب السيناريو السينمائي، والصحفي الممارس، من هنا يقول "إيرل جونسون، **Earl. J. Hohnson**" المحرر في وكالة أنباء "الأسيوشيتدبررس": أن هذا النمط من سرد الحكاية يمتاز بأنه يمسك باهتمام الجمهور، ويثير فيه شيئاً من الخيال الذي يجعله يشعر بالخبر ويدركه ويتفهمه.

ج- قالب وول ستريت جورنال "التركيز على الفرد": Wall Street Journal Formula

رغم وجود هذا القالب في عشرات الوسائل الإعلامية إلا أنه ينسب لصحيفة "وول سترتيت" لكثرة اشتهارها باستعماله في صفحتها الأولى عبر أخبار الاتجاهات التي تنشرها كل يوم، والتي كانت السباقة للتجديد في أساليب الكتابة مما جعلها أكثر الصحف الأمريكية توزيعاً، فلا عجب أن تصل مبيعاتها إلى ما لا يقل عن مليوني نسخة يومياً.

بدأ هذا القالب حكايته التجريبية مع ما قدمه "وليام بلندل، **William Blundel**" المحرر في صحيفة "وول ستريت" في كتابه "فن وصنعة الكتابة"، مراحل لتنظيم بناء القصة الخبرية ومشاركة المتلقي فيها تقوم على:

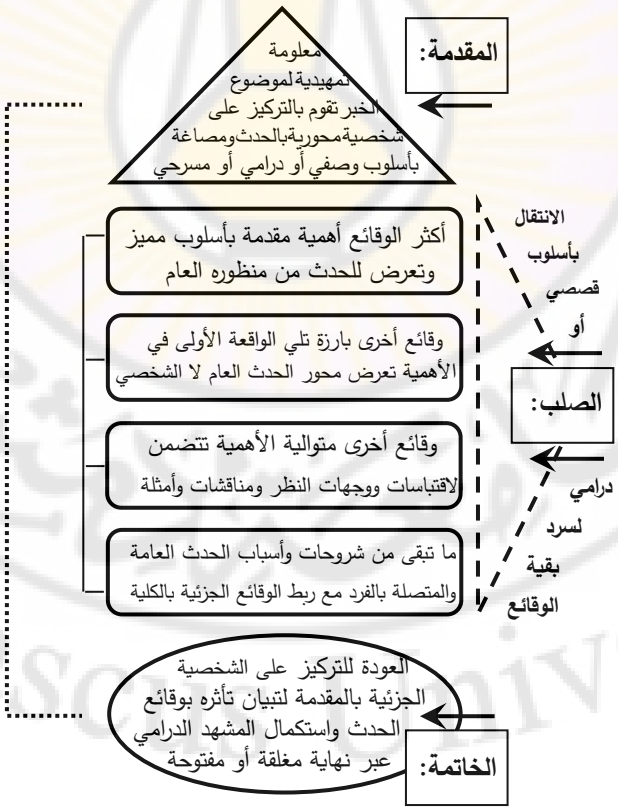
- المرحلة الأولى: "داعبني أيها المحرر –الشيطان–": يقدم من خلالها سبباً يغر المتلقي للاستمرار.
- المرحلة الثانية: "أخبرني بما لديك": يقدم فيها عن أي شيء يدور الخبر في الواقع.
- المرحلة الثالثة: "يا إلهي! برهن على ما قلت": تقدم فيها أدلة وإسنادات الحدث الأساسية.
- المرحلة الرابعة: "ساعدني على تذكره": توضح فيها الفكرة الأساسية بشكل مؤثر، وبنهاية ترسخ في الذاكرة.

ويقوم هذا القالب على مبدأ الانتقال من الخاص إلى العام، من خلال التركيز عادة على شخصية محورية أو هامشية لكنها متأثرة بمضمون الحدث، أو إلقاء الضوء على مكان أو مشهد أو حادث شخصي مرتبط بمضمون الحدث العام، على اعتبارهم أحد المتأثرين بمضمونه، وغالباً ما يبدأ باستهلال حكائي أو وصفي أو سردي لمقدمة تمهيدية توضح النقطة الرئيسية، وتركز على شخصية الحدث المختارة بأسلوب درامي أو وصفي، ويتم ترتيب متن الخبر حسب الموضوعات أو وجهات النظر أو التفصيلات المرتبطة بمركز الخبر، بحيث تؤدي كل نقطة إلى أخرى، وأول نقاط الصلب تكون فقرة مركزية توضح مغزى الخبر وأهميته، والقصة العامة التي أفرزت القصة الفردية، مع تدعيمها بالوثائق والإسنادات والاقتباسات، يتبعها فقرة أخرى توضح بقية الوقائع الهامة، مع تأثير الواقعة العامة، وشرح نتائجها، أما أسلوب خاتمته فيقوم على ربط الوقائع الجزئية بالكلية، عبر دائرة كاملة تحيل النهاية إلى الاستهلال، بمعنى نص أو حكاية لمصير الشخص "الأنموذج" والتطورات المستقبلية لما ذكر في البداية.

فعلى سبيل جاء خبر "قناة الجزيرة الفضائية" حول المبعدين الفلسطينيين من كنسية المهد في بيت لحم منطلقاً من خصوصية أحد هؤلاء المبعدين لينطلق بعدها لتفاصيل الإبعاد مع العودة إلى المبعد الخاص في النهاية، على الشكل التالي: "بإشارة من يديها ودعت هذه المرأة ابن أخيها، وكل ما تملك في دنيتها، الذي رحل قسراً رافعاً قبعته مودعاً بها مدينة بيت لحم، قبل أن يغادرها ربما بلا عودة هو واثنا عشر فلسطينياً آخرين رحلوا بطائرة عسكرية بريطانية إلى جزيرة قبرص، قبل أن يتم نقلهم إلى دول أوروبية أخرى ضمن اتفاق فلسطيني إسرائيلي بضغوط أمريكي لإنهاء أزمة كنيسة المهد.."

ويعد هذا القالب مفيد في الأخبار المتعلقة بالاتجاهات، والقضايا الكبيرة التي ترخي بظلالها تأثيراً على آلاف الناس، إضافة لأخبار الحوادث الخفيفة، كما أنه يساعد في التخفيف من وطأة الأخبار الرسمية.

أن هذا القالب الذي يقوم على تفكير المحرر من خلال منظور إنساني يعكس عنصراً مهماً يرتكز على دمج المشاعر والأحاسيس في المحتوى بطريقة تجعل المتلقي يعايش الخبر وكأنه جزء منه، وهذا النوع من التحرير بالرغم من اتهام البعض له بالتأدية لنوع من الاستسهال التحريري إلا أنه يتطلب في الوقت نفسه خبرة كبيرة على توظيف الحالة الإنسانية للفرد على وقائع الحدث، وهو ما فعله محررو "وول ستريت" الذين قاموا بدور مؤثر باتجاه "أنسنة" الأخبار، لتصبح معهم القصة النموذجية تبدأ بعدة فقرات تدور حول فرد معين مرتبك أو مشوش، منتصر أو مهزوم، ودائماً يتم الوصول إلى الفقرة الهامة بعد تقديم القضية من خلال الفرد المتأثر أو المعني فيها، فمثلاً قصة عن الميزانية يمكن أن تعطي طابعاً إنسانياً من هلال إظهار نتائج ضريبة الملكية الجديدة على أحد أولئك الذين يخضعون لها، ويوضح الشكل التالي بناء هذا القالب في الأخبار:



الشكل رقم (24) قالب وول ستريت جورنال أو التركيز على الفرد

خلاصة قالب الوول ستريت: Wall Street Journal

1. هو قالب التركيز على الفرد، عبر مقدمة تنطلق من الفرد، لذلك يلقب أحياناً (قالب التركيز على الفرد)؛ حيث ينطلق من قصص إنسانية، مركزاً على قصص الناس وكيفية توظيفها في معلومات الخبر.
2. منطلقه الناس تحب أن تسمع قصص الناس أكثر من سماعها بأخبارها، فيحول عن طريق الفرد المقدمة الخبرية إلى قدمة قصصية عن الفرد محور الطرح.
3. هو القالب الذي ينتقل من الحالة الخاصة إلى الحالة العامة، حيث ينطلق من القصة الفردية لسخص مرتبط بأحد عناصر الخبر، (وهو ما يدعى بالحالة الخاصة)، ليدخل من خلالها إلى الحدث بمجرياته العامة، وعناصره الإخبارية كافة، (وهو ما يدعى بالحالة العام)
4. هو قالب إنساني، لأنه يركز على الإنسان، وكل ما يرتبط بأنسانيته، التي تتداخل فيها أحداث الأخبار، وبالتالي يضفي جرعة زائدة من العواطف الإنسانية، أي عمل على أنسنة الأخبار، أي جعل منطلق طرحها الإنسانية البحتة.
5. هو القالب الذي يمد يده إلى ياقة المتلقي ليشده، ويخرجه من التبلد والتخدير "**Newgration**" الذي ولدته قسوة الأخبار، وسلبية الأرقام، (قتل 10، وجرح 6، وأصيب 18، واعتقلت قوات الاحتلال)، بمعنى اليوم عندما يسمع المتلقي وهو يشرب قهوته الصباحية خبراً يقول (قتل 7)، يرد بأعلى صوته (الله)، ويقصد الله على القهوة، وليس على القتل والقاتل، وحينما يتابع خبراً آخر يقول "واعتقلت قوات الاحتلال 9)، يرد بدوره سلمت يمنيك، ويقصد يمين من صنع القهوة، لا يمين من اعتقل، فيأتي الوول ستريت ليقول للجمهور الموت ليس رقماً والألم ليس حرفاً، والجوع ليست كلمة، والحرب ليست مفعلاً درامياً.. فأعلي إحساسك وأطلق شعورك.. وعليه كسر الوول ستريت (تخدير الجمهور) للأخبار القاسية التي أصبح الموت فيها رقماً، والدم صورة، ليمسكه بكلتي يديه، بدل أن يخبره بصوته، ويشده من تلافيف قيمصه ناهراً، ليقول له: الموت وجعاً ليس مجرد رقم لقبر الميت.
6. من أساليب التشويق الذي يعتمد المقدمة الإنسانية الفردية التي تلعب على وتر عواطف الجمهور.
7. الفرد الذي ينطلق منه الوول ستريت اسم موجود، وليس مخترع، فهو من لحم ودم، والأهم ليس من شخصيات الحدث الأساسية، بل المرتبطة بها، ات القصة الإنسانية.
8. ليس كل قصة فرد تصلح لأن تكون مقدمة في الوول ستريت، لكن يجب أن تكون إنسانية، بمعنى ليس كل أم صالحة لأن تكون بطلة درامية، لكن الأم الاستثنائية بصقتها الإنسانية وحدها الصالحة والمرجوة والمطلوبة.

9. المقدمة وسيلة وليست غاية، فالقصة الفردية للشد وجذب الانتباه، واللعب على الوتر الإنساني، بينما الغاية هو الإخبار بالمعلومات، فالصحفي ينطلق من القصة الفردية (الوسيلة الإخبارية) ليصل إلى قلب معلومات الحدث (الغاية الإخبارية).
10. الميزة الأساسية للول ستريت: أنه حرك المحرر ونقله من ديسك الأخبار إلى ميدان البحث عن الفرد الذي سينطلق منه وقصته وحالته الإنسانية، (الخاص) المرتبط بالحدث (العام).
11. لا يفضل الوول ستريت البدء بشخصية أساسية بالحدث كالشخصية الرسمية، لكن بشخصية متأثرة وقع الحدث عليها..
12. تشويق الوول ستريت يدعى بالخاص، عكس الهرم المعتدل (ليزا كافي) الذي يدعى تشويقه بالعام.
13. يدعى بالوول ستريت نسبة إلى الصحيفة التي اخترعته.

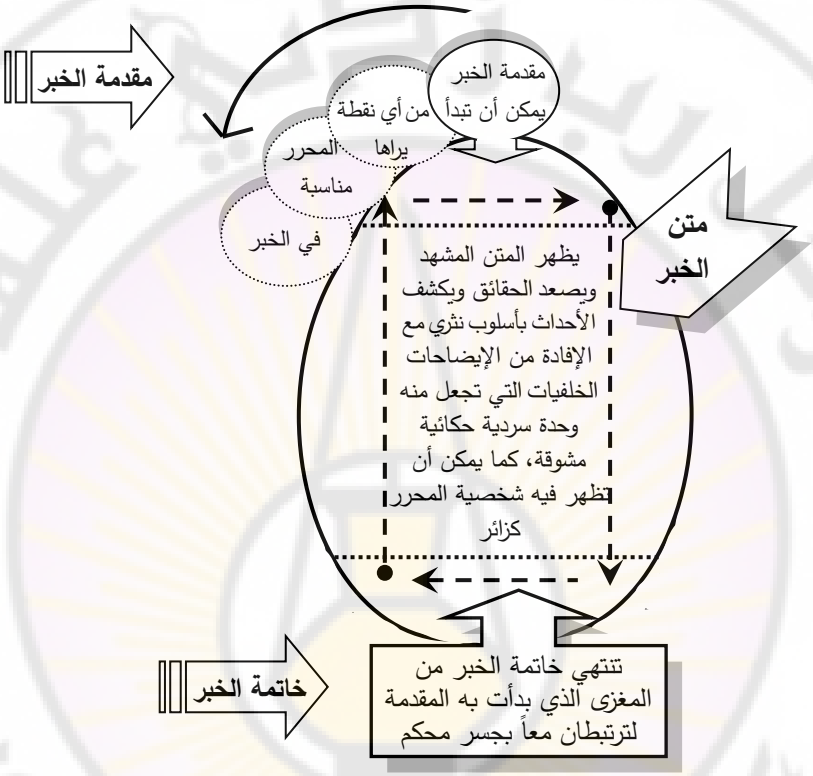
د- قالب بيضة الإوزّة: "Goose Egg":

تعتبر صحيفة " تحقيقات فيلاديفيا، **Philadelphia Inquirer**" معقل صحافة الأسلوب الإخبارية هي الرائدة في استخدام هذا القالب الذي يعد من القوالب القصصية الكلاسيكية، لتميزه بكتاب ذوي مهارة وخيال وإبداع، وهو بالتالي يختلف عن قالب "وول ستريت" التركيز على الفرد ليس فقط بالصحيفة التي اختبرته لكن بطريقة البداية التي لا تحتم البدء من شخصية خاصة لتبيان تأثرها بالحدث العام، بل البدء من أي نقطة يراها المحرر ملائمة، إضافة لبؤر التركيز، واللغة التي تميل في القالب الحالي أكثر نحو لغة النثر الخاصة به، والأقدمية التاريخية لهذا القالب الذي يعد من الأشكال القديمة في حكاية القصة، مع اتفاق كلا القالبين باللغة السردية الحكائية، والتأثير الجانبي وعودة الخاتمة على المقدمة.

ويبدأ المحرر في هذا القالب الذي يصنع محرره من خلاله دوائر تعود بدايتها لحتمية نهايتها، من أي نقطة يراها ملائمة في الخبر، -ولهذا يدعى بقالب بيضة الإوزة لأن شكل البداية لا يفرض نقطة بداية محتمة كشكل البيضة- ثم يظهر المشهد، وتتابع الأحداث، ويستمر بتصعيد الحقائق وكشف الأحداث بشكل مشوق ممتع، حتى يصل للخاتمة التي يجب أن يعيدها المحرر للعنصر الذي بدأ به فيه المقدمة كدائرة، مما يجعل نهايته محكمة وذات تأثير درامي تصف بأن المحرر يناضل للحصول عليها، فيبدأ بإيضاح المقدمة التي يعود إليها وفق المغزى الموجود في النهاية.

ويستخدم هذا القالب ما بين البداية والنهاية التي تسلب الأنفاس لغة أقرب إلى لغة النثر التي تدخل الجمهور في مشهد بعد آخر، بشكل يجعل الخبر منسوج بطريقة يستحق الرحلة التي يقوم بها جمهوره، مع إمكانية المحرر أن يدس شخصيته بشكل مناسب دون تطفل أو نفور، ليكون مجرد زائر في أحداث موضوع الخبر، كما يقتضي أسلوبه أن يستفيد من معلومات مهمة، وخلفيات للأحداث،

وإيضاحات مشرقة، تجعل من الموضوع وحدة سردية حكائية ذات بداية مشوقة، ونهاية جذابة، أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ من أي نقطة يراها المحرر مناسباً لانطلاقته القصصية، وما يساعد على خلق المزاج النفسي الخاص بهذا القالب هو أسلوب اختيار هذه الوقائع وترتيبها وليس اللغة وحدها، ويقدم الشكل التالي البناء الخاص بهذا القالب.



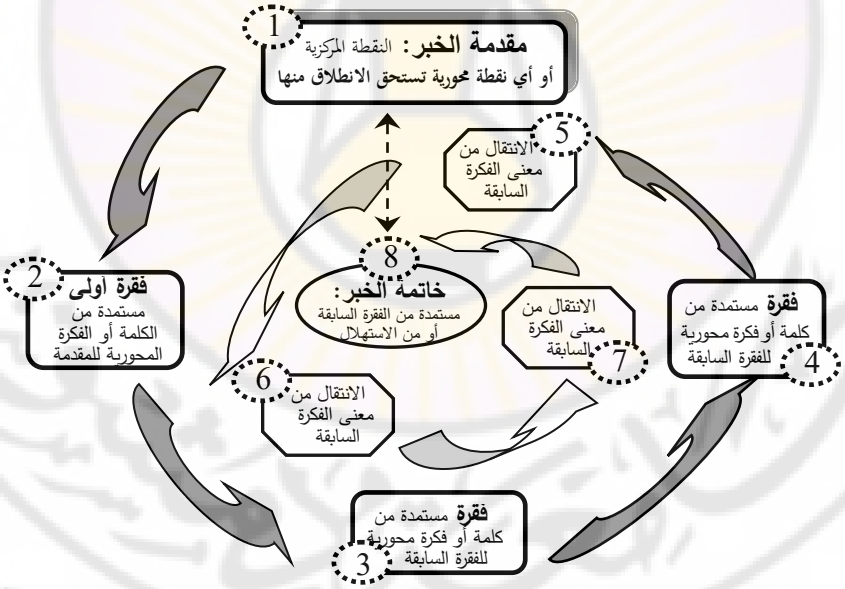
هـ- القالب الدائري الحلزوني "Spiraling Format" أو قالب "الدرز، Stitching" (إعادة المفردات المفتاحية):

يعد هذا القالب أفضل تشبيه للطريقة التي تظهر فيها القصة الإخبارية المعاصرة المحررة بطريقة جيدة، انطلاقاً من إشارة قاعدية محددة، ومن خلال ارتباط فكري تنساب فيه كل فقرة إلى الفقرة التالية، بشكل يجعلها مكتوبة بشكل جيد، ومتدفقة من الفقرة التي تسبقها، وبالتالي يعتبر القالب الحلزوني تتويجاً لفكرة "فورك" حول إعادة المفردات المفتاحية "**Repetition of Key Words** " الذي يوفر انتقالات رشيقة في ربط الفقرات لتكون بمثابة جسر فكري يربط كل فكرة بأخرى، ويكون ممرات فيما بينها، بمعنى أن المحرر يستطيع انطلاقاً من مفردة رئيسية بالفقرة الأولى الوصول إلى الفقرة الثانية، وعلى عكس قالب الهرم المقلوب فإن كل فقرة أو جزء في هذا القالب من خلال قيادتها إلى الفقرة التالية تكون متساوية الأهمية.

وتعد فكرة "الحلزونية" من الأفكار المطروحة لتنظيم التذكر والفهم والانتقال من نقطة لأخرى في عدة مجالات، أما في الأخبار فيدعى هذا القالب بالحلزوني الدائري، لأن شكله التخيلي يشبه الدائرة المتداخلة ( )؛ إذ يتم تحرير الخبر في شكل دائرة النقطة الرئيسية فيها الاستهلال، وكل النقاط المساندة تعود إلى هذه النقطة، حتى نصل إلى الخاتمة التي قد ترجع بدورها إلى الاستهلال ، وكمثال بسيط على تطبيق هذا القالب:

يقوم الرئيس .. .. بزيارة إلى .. ..، الزيارة تستمر يومين ..، اليومان سيناقش فيهما الرئيسان العلاقات المشتركة إضافة لقضية حقوق الإنسان، و ..، قضية حقوق الإنسان كانت محور الخلاف بين..

ويقدم هذا القالب خدمة كبيرة في تماسك نص الخبر، إذ تبرز الروابط الانتقالية بدلالاتها على قيمة التتابع في الخبر لتجعله وحدة معرفية متماسكة، كما يفضل أن يستخدم فيه ما يدعى بالنهاية الدائرية "**Circle Kickers**"، بمعنى العودة إلى الاستهلال للحصول على فكرة يتم إنهاء الخبر بها، وفق دائرة كاملة.



قوالب تحريرية فرضها الانترنت Internet Format

- نموذج ستار تريبيون **Star Tribune Online** الذي يقسم المادة الخبرية إلى عناوين فرعية ونقاط **Bullets**
- نموذج موقع **C.N.N** الذي يستخدم العناوين الفرعية في كل المواد الخبرية التي ينشرها، ويضيف إليها إمكانية القراءة اللا خطية وذلك بإقامة وصلات بين العناوين الفرعية في قمة المادة الخبرية.
- نموذج **MSNBC** وهو نسبة لاتحاد شركة إخبارية تتشارك فيها محطة **N.B.C** ومايكروسوفت **Microsoft** الذي يعتمد على تقديم مقدمة مختصرة تستخدم بنط أكبر من المستخدم في باقي النص، وتستغني بها عن العنوان الفرعي، وتكون قابلة للنقر لمن يرغب في قراءة باقي المادة الخبرية، أو يمكن للقارئ النقر على الوصلات المقترحة أسفل المقدمة للانتقال إلى قصص إخبارية أخرى تدور حول الموضوع نفسه.

سؤال تلخيصي: ما المبدأ الذي يعتمده كل من القوالب التالية الأشهر في عالم تحرير الخبر:

- **الهرم المقلوب:** المباشرة في الطرح للمقدمة، عبر تقديم الأكثر أهمية فالأقل أهمية فالأقل..
- **الهرم المعتدل:** التشويق عبر المقدمات الشفافة، ثم الأخبار بعد الجذب بالفموضوع، وتقديم بيت القصيد.
- **القالب الكرنولوجي:** سرد الأحداث بناء على التسلسل الزمني، ومبدؤه بعد المقدمة الأقدم فالأحدث على طريقة (هذا يلي ذاك، وبناء على ذاك يأتي مايلي) بمعنى (القصة الخبرية من طقق لسلام عليكم..).
- **قالب الحواري المتسلسل:** سرد بناء على الأقوال
- **قالب الساعة الرملية:** المزج بين قالبي الهرم المقلوب والهرم المعتدل، لتخليص النص من مشكلة (قول الهم في البداية)، ما يدفع الجمهور لعدم تكملة التفاصيل الأقل أهمية، ويدفع المحرر أيضاً في الوقت لجرجرة أذياله اللغوية، ومعلوماته النصية، وبالتالي يبدأ القالب بالهرم المقلوب القائم على الشكل المباشر، ثم ينتقل بعد تفاصيل جزئية للهرم المعتدل، القائم على التوشيق، ويختم بمعلومة لا تقل أهميتها عن المعلومة التي ابطلق منها، ما يدفع الجمهور للبقاء مع المحرر.
- **قالب أمريكا اليوم:** بعد سرد الأهم كالهرم المقلوب، تقديم الوقائع في المتن وفق وضعها في قائمة تعدادات، وهو يدعى قالب أمريكا اليوم نسبة للصحيفة التي اخترعته، ولهذا يدعى قالب علبة المعلومات في قلب المعلومات.
- **قالب وول ستريت جورنال:** ويقوم على التشويق كالهرم المعتدل، قبل الدخول لصلب المعلومات، لكن ليس التشويق العام، بل التركيز على الفرد في المقدمة (قصة إنسانية لفرد)، ثم الانتقال للمعلومات ذات الأهمية للحجث، وسردها بمعنى أن القالب بنطلق من أن الناس تحب أن تسمع أخبار الناس وعلى هذا الأساس تقدم وقائعها كجاذبية بقصة إنسانية محدد صاحبها وظاهر وليس عام، تطلق قصته الإنسانية الخاصة لتجذب الناس ومن خلالها أقدم المعلومات.
- **القالب القصصي السردي:** ينطلق من تحويل الخبر لقصة إخبارية ومبدؤه الحبكة التي تنتقل بالأحداث من انطلاقتها للذروة فالصراع والحل.

اتجاهات ما بعد المعاصرة في التحرير الإخباري

اللغة التصويرية البلاغية المعاصرة في سرد الأخبار

كما كانت "الرومانطيقية" رداً على أفكار النسبة والنسبية والتوازن التي ظهرت في عصر النهضة الأوروبية، فإن البلاغة السردية للأخبار كانت رداً على تشابه ملامح الأخبار في وقت يمكن أن يصل للمشاهدين فيه ما لا يقل عن ألف قناة، ويعتبر "**Wellz**" من أوائل المبشرين ببلاغة جديدة للأجناس الإعلامية، كضرورة لما تملكه اللغة من طاقات توفرها البلاغة المعاصرة، من جهته لاحظ "**S. Fishkin**" أن محرري الأخبار والروائيين لا يكتفون باستخدام بلاغة القص نفسها لكن يتعدى الأمر ليكون المحرر روائياً في الوقت نفسه، كذلك وجد "**Twain, & Others**" أن للروائيين والمحررين الأسلوب ذاته في تعاملهم مع قصصهم، سواء القصة الخبرية القصيرة، أو القصة الأدبية الكبيرة، والنتيجة النهائية أن كل من الأدب والتحرير يدعى قصة "**story**" ولغته هي السرد "**Narration**"، لهذا كثيراً ما انتقل معظم الأدباء العالميين أمثال: "أرنست همنغواي ومارك توين وتيودور درايسر وستيفن جران وتشارلز ديكنز، وجوزيف كونراد، وسومرست موجان، وجاك لندن"من الروي والحكي إلى الأخبار "**Tale to Tele**"، وبالتالي فالروائيون والصحفيون غالباً ما يستخدمون اللغة التصويرية التعبيرية نفسها، إضافة للأساليب السردية الأخرى، كالحبكة والتشخيص والغوص في التفاصيل، وذلك بهدف خلق صور عقلية يساعد الصور المرئية المتخيلة الملزمة للعقل، وهذا يبرر لماذا القصص ذات الأحداث المتماسكة أكثر بروزاً وإدراكاً من الموضوعات المجردة.

يقول "أرنست همنغواي" الذي عمل مراسلاً لصحيفة "أركينساس سيتي ستار"، ونال جائزتي "نوبل للآداب" و"بوليترز" للتحرير الصحفي وكان يقرأ خمس ساعات يومياً ليكتب: "كنت استخدم كلمات تتكون من مقطعين بدلاً من التي تتكون من ثلاثة، وجملاً قصيرة، وفقرات قصيرة، ولغة ثرية وقوية، ودائماً كنت أبذل جهدي وأناضل من أجل شفافية العبارة وسلاستها، والقبض بأقل كلمات على جوهر شهادات الحدث، هذه أفضل القواعد التي تعلمتها لهذه الكتابة ولم أنسها أبداً)، وعليه كان لا بد لإتقان لغة الإخبار إدراك الأنماط اللغوية الأربعة –الأدبية والعادية والدراجة والعامية–، لأن اللغة الإعلامية هي اللغة المشتركة للمتعلمين، التي ترتفع عن مستوى اللغة الدارجة، ولا تصل إلى مستوى اللغة الأدبية، في حين نادى "مكسيم غوركي" الذي يرى أن كل واقعة حدث إلى الكتابة بأسلوب حي، حيث يجب على الكاتب أن يدرك أنه لا يكتب بقلمه فقط، بل يصور بكلماته، أنه الفن الأصيل للكلمة بأن تكون كالصورة ممكنة الإدراك حسياً.

ويعود استخدامات البلاغة وتطورها في لغة الأخبار إلى الاهتمام بوسائل الإقناع التي فرضتها طبيعة المجتمع الإعلامي المعاصر، الأمر الذي يفرض ضرورة إيجاد لغة نثرية تتماشى مع رتم الحياة

السريع، خاصة أن المجتمع أصبح أكثر تعقيداً، وأخباره أقل ارتباطاً مباشراً بالحياة اليومية، وزيادة عدد المصادر المعتمد عليها، مع التغيير في طبيعة المرسل والمستقبل، وعموماً يمكن رد هذا المذهب في الصياغة الإخبارية إلى ما يسمى بالصحافة الجديدة التي نادت باستخدام البراعة الأدبية والخروج عن الأنماط التقليدية في كتابة الأخبار، وقد أصبح لهذه الحركة في الستينيات رواد وأتباع في طليعتهم "توم ولف، "**Tom Wolf**، وبالتالي تعد أجهزة الإعلام الحديثة قد بعثت مرة أخرى الفلسفة البلاغية القديمة، لأن التأثير الذي يستهدف المستقبل بالدرجة الأولى يجب أن يقوم على قواعد محكمة ومؤثرة.

من جهته يرى "فريدرك معتوق": أن اللغة الأدبية (المبسطة) لا يقبل ظهورها في ملابسها الخاصة سوى في نشرات الأخبار التليفزيونية، حيث يقتضي التليفزيون في لغته جملة لامعة مضيئة تخفف من الملل المحتوم الذي تحتويه غالبية الأخبار الهامة، وهذا ما عبر عنه "**Red Smith**" لكن بطريقة مختلفة حينما قال: "دعونا نصلي للإحساس في لغة الخبر"، إن تلك المبالغة يقابلها على الضفة الأخرى تأكيد علمي على أن أهم عامل يحدد الكفاءة النسبية للذاكرة الدلالية، ويجعل المادة أسهل للفهم هو استقبال المعلومات الشفوية بصرياً، لاعتمادها على نوعين من مخازن الذاكرة الشفوية والبصرية، حتى أن "بارسيز، **Barithes**" كان يطلق على البلاغة "فن تقوية الذاكرة"، في حين حدد "ريتشاردز" هدف البلاغة بأنها دراسة سبل الفهم وعدم الفهم اللغويين، وسبل علاجه، حيث ركز البلاغيون على الاستعمال اللغوي للبلاغة، ودورها في الاتصال إلى جانب التأثير والإقناع، مما يجعلها تمضي على مستوى النص من حيث الإدراك والتواصل،كما أن الذاكرة جزء من أجزاء البلاغة الخمسة لدى أصحاب الاتجاه البنيوي، إضافة إلى الأغراض والترتيب والعبارة والفعل، وهي كذلك رابع مراحل إنتاج النص في البلاغة التقليدية، بعد الابتكار والتنظيم وطريقة التعبير (الأسلوب)، وأخيراً النطق أو طريقة الإلقاء، في حين يحدد "عبد القاهر الجرجاني" وسيلة إدراك الصورة اللغوية من جانب عقلي، ويركز على أولوية الإدراك الحسي، عبر انتقالها لتصبح صورة ذهنية خالصة، مما يجعل من الكلمة المتوهجة هو منطلق الطاقة التصويرية.

إن اللغة التصويرية في الأخبار ليست سرداً تقريرياً للحقائق أو بثاً مباشراً للأفكار، ولكنها تجسيد وتمثيل لتلك الأفكار والحقائق في صورة محسوسة يعاينها المتلقي، ويدركها إدراكاً حسياً، ومن ثم تتحقق فعاليتها وقدرتها على التأثير فيه، وقد أطلق "بربيو وجاجديب، **Prebu & Jagdeep**" على هذه اللغة الإخبارية التصويرية اسم "الصورة اللفظية" أو "الخيال اللفظي"، وبالتالي تتناسب اللغة التصويرية في الصياغات المعاصرة مع منطلق "نظرية التكويد الثنائي" لبافيو"، حيث أن اللغة هنا تسير في مستويين: شكلي محسوس يمثل دائرة مستوى الصياغة، ويعد في الوقت نفسه انعكاساً للمستوى الثاني المتمثل بدائرة المعنى الذهني، ومدى التوافق بين هذين الشكلين هو المحدد لنجاح المعنى في تأدية المقام.

بناء على ما سبق يرتبط مصطلح اللغة التصويرية، أو الكلمة التي تثير الصور الذهنية بعلوم النفس المعرفي، واللغويات، والأنثروبولوجيا، والعلوم الأدبية، فعلم الدلالة يقف على الجانب اللغوي للصورة، وتتبعه في ذلك البلاغة الألسنية، في حين يتطرق علم النفس اللغوي إلى ما يطلق عليه "باشلار" الظاهرة التصويرية، والتي تعتبر بأن الصورة ليست من مخلفات الانطباع، ولكنها فجر الكلام، وعموماً تخلص هذه العلوم بمجملها إلى أن ذكرى الإدراك الحسي الذي يستحضره المتلقي على تفاوت قوته وتداخلاته لا بد أن تترك في وعيه صورة عن هذا المدرك، من هنا فقد اقترحت كثير من نتائج الدراسات السابقة أن استراتيجية التصور البصري "**Visual Imagery**" للإدراك عبر اللغة السمعية تعد من أفضل الوسائل التي تسهم في تنشيط تلقي الدماغ ورفع كفاءته، ويشير مفهوم التصور البصري إلى محاولة استدخال تمثيلات عقلية للأشياء والأحداث والمواقف والموضوعات التي ليس لها وجود فيزيقي، والاهتمام هنا بكيف يؤثر التصور العقلي على زيادة فعالية استرجاع معلومات هذه الأحداث والمواقف، حيث أن تكويد الصور الواضحة وتخزينها يتم بسهولة أكثر من تكويد الكلمات وتخزينها بالنسبة للذاكرة طويلة المدى، ولعل هذا أدى إلى نزوح كثير من الأساليب الأدبية والإعلامية لتكوين "التصوير البصري عبر الكلمات"، خاصة في ظل ما سبق ذكره عن تأكيد الأبحاث المعملية أن المادة الشفوية اللغوية يتمثلها الفرد بمعناها، وليس بالنطق، أو الشكل.

لقد كشفت الأبعاد البلاغية لسرد الأخبار أساليب مختلفة لتحسين مهارات الكتابة، والتي قرن فيها "سميث، **smith**" مجازاً الكتابة التصويرية بنظافة المنزل، أو عمق الميدان، من خلال التركيز على التفاصيل بلغة حيوية، وعليه يرى "ريكو، **Rico**" أن التحرير الجيد هو ترك الكاتب والكتابة والتفكير والشعور ينشآن معاً، فالنص الإخباري الجيد حسب "مارشيل لاند، **M. Land**" يتفق كلية مع المواضيع الإخبارية التي تقدم الحقائق، في تفاصيل وصفية، مستغلة اللغة المجازية، والتقابل والدهشة مهما كانت هذه الوقائع جافة وعقيمة، خاصة أن محرر الخبر يختار كلمات وصور وألفاظ واستعارات من المخزون الثقافي الجمعي الذي من خلاله تنسج القصة الخبرية، مما يجعل حكي القصة هو النشاط الإنساني المتمايز بشكل عبقري.

وإذا كان الخبراء نصحوا بجعل المتلقي يرى من خلال الصياغة الإخبارية، فإن ذلك يتم بالدرجة الأولى عبر اختيار صوراً لفظية تجعل الجمهور يعيش الحدث ويراه، وهذا يجعل الخبر مقنعاً يلامس عواطف الناس، فمن خلال تمازج الوقائع والحقائق والأقوال المسندة يجعل المحرر جمهوره حزيناً، أو سعيداً، وغاضباً، أو مرتاحاً، وبالمحصلة فإنه يغدو على إطلاع أوسع بمضمون التغطية، وهو ما يطلق عليه "التغطية الانطباعية" التي عرفها "نيو بولد نويس" بأنها محاولات يقوم بها محررون أكفاء ومحايدون ليوجدوا لدى جمهورهم أثناء تغطية حدث هام الشعور ذاته الذي يمتلكه المخبر كشاهد عيان عن هذا الحدث، عبر لغتهم الحية، فيما اعتبرها "جيمز جزيس" بأنها أسلوب مجرى الشعور، الذي تستنتج فيه

المعاني من أعماق الكلمات، فالصحفي "الإذاعي" الجيد هو الذي يعرف أهمية الانطباع الأول، أنه كالنحات الذي يجب أن يقرر كم الحجر الذي يتوجب عليه التخلص منه بدقة لتتشكف صورة منحوته بأبهى حالة، وأفضل أسلوب.

ويرى "هايز وبيرنباوم، **Hayes & Birnbaum**" أن أهم مشكلات المثير السمعي في الأخبار التليفزيونية يتمثل في أن لغة هذه الأخبار تميل إلى التجريد، كخاصية أساسية من خصائص اللغة اللفظية، وبالمقابل يتطلب إدراك اللغة التليفزيونية نوعاً من المعرفة الرمزية، على أساس الطابع الأيقوني الذي تتميز به أحياناً اللغة البصرية، مما يمكن من معالجة المعلومات ذات الدلالة التصويرية.

من جهة أخرى يرى البعض أن استخدام هذا الأسلوب في اللغة الإعلامية يجب أن تتم بحذر كون أن تقرير المعنى لا يتم إدراكه مباشرة، لكن يحصل عن طريق تدخل العقل لاستخلاص اللازم من الصياغة، وبالتالي فإن نجاح استخدام هذه اللغة يتوقف على قدرة المحرر، وعموماً يعود عدم انتشار اللغة التصويرية في الأخبار حتى وقت قريب إلى سببين رئيسيين هما:

- الخوف من استخدامات المحررين الخاطئة لهذه اللغة في الأخبار، مما يخرج الخبر من خصوصيته، ويقوده إلى مناطق التعليق والتحليل خارج إطار الإخبار.
- الخوف على جمهور المتلقين، حيث كانت نتائج الدراسات تشير إلى أن المتلقين يتعاملون مع إدراك اللغة المجازية التصويرية بشكل أكثر تعقيداً من اللغة المباشرة، التي يستقبلون فيها معلومات واقعية وحقيقية، فهي تحتاج إلى قدرات أعلى للفك والتمثيل المعرفي.

إلا أن نتائج الدراسات المعاصرة دحضت تلك المخاوف، سواء المتعلقة بقدرة المحررين على استخدام اللغة بأثوابها الباهية في كل أنواع التحرير الإخباري، مما يخلق انطباع أفضل لدى جمهورهم، أو فيما يتعلق بصعوبة التمثيل الإدراكي لهذه اللغة، فالمجاز في النهاية لغة تعبيرية تصويرية ذهنية أكثر من كونه تعبير لغوي، إضافة إلى اللغة التصويرية لا تشكل عبئاً على الإدراك كونها تشكل جانباً أساسياً من اللغة في حد ذاتها، فهي تشترك مع اللغة العادية في كافة "ميكانيزم" التمثيل المعرفي، ولهذا يرى "دوبكين، **Dobkin. B.A**" أن الأبعاد البلاغية لسرد الأخبار لا تتم أبداً عن طريق الزخارف اللفظية، ولكن من خلال التخلص من اتهام الزينة المضافة عبر الأبنية الكلية للخبر، والتي تحقق أهداف البلاغة الخاصة من وضوح، وحجة منطق، ودقة، وتكثيف، وما يشير إلى أصالة القدرة التداولية لمعنى الخبر ودلالته.

وبالتالي توظف لغة الأخبار المعاصرة في تكيفها مع نظريات البلاغة الجديدة، وفي محاولة الابتعاد عن التقليدية، وزيادة قابلية التقارير والقصص الخبرية للتذكر نموذجها الخاص القائم على الأساليب التالية:

- الوصف الإخباري للشخصيات والحدث، بما يميز الخبر ويلونه، ويجسد المشهد، أو موقع الحدث، بهدف تقديم الوقائع بشكل مباشر كلما أمكن، بهدف زيادة معرفة الجمهور، وهذا الشكل من أساليب الكتابة مركزي في التغطية الإخبارية المباشرة، وعلى وجه الخصوص حين يوظف المعلومات حول ظهور وحدوث الأخبار، وهو لا يبنى وفقاً للتتابع الأحداث، لكن تبعاً لأهميتها.
- السرد الإخباري: يقوم على تنظيم الحقائق وفقاً لتتابع الأحداث بشكل مؤثر، ويستفيد من الحبكة لتقديم الأحداث، فهو يقدم خبرة نشطة وحية، وينقل معرفة مؤثرة، هدفها احتواء القارئ أو المشاهد، من خلال معنى إشراكه في الحدث، وجعله جزء منه.
- التفسير الإخباري: من خلال الوحدات التفسيرية التي يشملها النص الخبري كالخلفية والاقتباس، ليؤسس منظور حول فهم المعنى وإدراكه، فالمحرر بهذه الأداة يبلغ ويشرح ويفسر ويقارن ويقابل ويوضح، ويظهر ذلك جلياً في التقارير والتحاليل الإخبارية.
- المحاجاة الإخبارية واستخدام الحوار بدل مجرد الاقتباس: فهو يسهم بنقل المشاعر، ويوظف عدد من الاستمالات البلاغية كاستراتيجيات لكسب الجمهور، وإقناعه، وتحقيق أكبر قدر من الاتفاق معه عبر ممارسة أخلاقية تشخص الحدث، وتتناوله في أجزاء صغيرة عبر حس تمييزي عالي في الكتابة.

وإذا كان جميع منظري اللغة والاتصال في الغرب انطلقوا من تطوير لغة الإخبار المعاصرة بناء على مقدرة اللغة الإنجليزية، ومرونتها، وتغيرها المستمر، إضافة لميزاتها التي تتيح لمستخدمها استحداث التأثير المطلوب عبر الاستفادة من أقصى طاقاتها في صياغة أخباره، فإن التطبيقات المعاصرة للغة الإخبارية الحديثة القائمة على أن كل لغة تركض في مجال يجسد عبقريتها، ومدى قدرتها على الأداء، هي أولى باللغة العربية التي بلا شك أنها تمتاز ببلاغة تراكيبها، وبراعة أساليبها، وعذوبة منطقها، ووقعها في النفوس، وروعتها في القلوب، كما تتميز بدقة مبناها، وقوة متنها، وإحكام تراكيبها، وسلاسة نسقها، وجودة سبكها، وإتقان صياغتها، وبراعة نظمها، كما يتميز أسلوبها ببراعة الإيحاء، ودقة التصوير، وروعة الإيجاز، وقوة المعنى، فهي بجمال تعبيرها، ورقة أساليبها تطرح الزوائد جانباً، وتسقط من نظامها كل مبنى مضطرب، وتركيب قلق، وأسلوب غامض، وفكر خامد، ومعنى مستغلق، بحيث يكون اللفظ معبراً موحياً، والمعنى قوياً مؤثراً، والتعبير موجزاً بليغاً، يلفت النظر، ويشد الانتباه، ويحرك الفكر، وينشط الذهن، ولهذا فقد نجحت اللغة العربية في عصور الازدهار العربي أن تكون أداة فعالة لنقل المعرفة، حتى قال القائل: "عجبت لمن يدعي العلم، ويجهل العربية"، فاللغة العربية تتسم من منظور فقه اللغة بالعديد من الخصائص الجوهرية، التي تؤكد عالميتها، ومن أهمها: التزامها بالقاعدة الذهبية فيما يخص التوسط والتوازن اللغوي، فاللغة العربية تجمع الكثير من خصائص اللغات الأخرى، وعلى جميع فروعها اللغوية: كتابة وأصواتاً وصرفاً ونحواً ومعجماً، وهذه الخصائص جميعها تؤكد أن اللغة العربية تتضمن

في أبنيتها كل ما يتوجب مراعاته في خصائص اللغة الإعلامية المعاصرة، خاصة أن العرب الذين يتضح كثيراً من خصائصهم وخصالهم في لغتهم يؤمنون أن المجاز أبلغ من الحقيقة، وذلك لأنه يؤدي المعنى عن طريق الصورة الذهنية والصياغة الجديدة، التي يخلقها في ذهن المتلقي، وهذا ما يتوافق ويتناسب تماماً مع متطلبات التعبير التليفزيوني، فاستعمال المجاز أو الاستعارة يفضي على الجملة التليفزيونية الطراوة والشفافية، ويبعد السأم ويجتذب المشاعر الدقيقة، خاصة أن طبيعة التليفزيون درامية، وهذه تناسب اللغة التصويرية التي تنتقل بالذهن من التعبير اللغوي العادي إلى صياغة تستنفر خيال الإنسان وتداعب أحاسيسه، لكن بشرط أن لا يخل ذلك بقواعد الخبر ودقته ووضوحه، ودون الإفراط في استخدام المجاز الذي يجعل جنس الخبر يدخل ضمن النصوص الأدبية الإبداعية، وليس الإخبارية.

وكبرهان على مدى إمكانية تطبيق نظريات البلاغة(•) في لغة الأخبار عموماً والتليفزيونية خصوصاً دون الإخلال بماهية وطبيعة الأخبار، القائمة على تقديم الحقائق الموضوعية، ودون إخراج الخبر من ردائه ليتحول إلى شكل من أشكال الخطابة أو الرأي أو التعليق؛ نقدم القرائن التالية التي تربط بين خصائص نظريات البلاغة العربية والغربية وخصائص وقيم الأخبار التليفزيونية:

1- إن وظيفة تحرير الأخبار تؤدي مفهوم البلاغة العربية التي تعني في اللغة الوصول والانتهاء، فيقال "بلغ فلان مراده إذا وصل إليه، وبلغ الركب المدينة إذا انتهى إليها"، وبالتالي فعلم البلاغة هو تأدية المعنى الجلي واضحاً بعبارة صحيحة فصيحة لها في النفس أثر خلاق مع ملائمة الكلام للموطن الذي يقال فيه، وبالتالي للأشخاص المخاطبين، وهذا يمكن أن يعتبر جل أهداف الخبر (التليفزيوني) الذي يراعى عند تحريره طبيعة الجمهور وإمكانية تأدية المعنى بوضوح وبأثر خلاق، فاستخدام المجاز أحياناً بحيث

(•)تنقسم علوم البلاغة العربية إلى:

- **علم البيان للجاحظ**: (دائرة الإفراد)، وهو ما يحترز به عن خطأ في تأدية المعنى، كونه ميزان تعرف منه محاسن الكلام، ما رجح منها وما شح، وهو من عوارض الألفاظ، ومورده المجاز على أنواعه، ومعناه إيراد المعنى الواحد بطرق مختلفة في وضوح الدلالة عليه والنقصان، وخلاصة علم البيان وصفوه وجوهره يتحدد بالفصاحة التي هي من عوارض الكلم اللفظية.
- **وعلم المعاني للجرجاني**: (دائرة التركيب)، وهو ما يحترز به عن التعقيد اللغوي وعدم وضوح المعاني الدلالية، وإدراك خواص المفردات في التقديم التأخير وفهم مركباتها، وهو يعتبر أن منزلة المعنى من اللفظ هي منزلة الجسد من الروح، ويعرفه "السكاكي" بأنه تتبع خواص تراكيب الكلام في الإفادة، وما يتصل بها من استحسان وغيره، ليحترز بالوقوف عليها من الخطأ في تطبيق الكلام على ما يقتضي الحال ذكره، وهو يدور في المفردات العشر التي ذكرها ابن فارس: الخبر والاستخبار والأمر والنهي والدعاء والطلب والعرض والتخصيص والتمني والتعجب.
- وعلم البديع لابن المعتز: (دائرة الزوائد التحسينية) وهو ما يراد به تحسين الكلام وزيادة قوته التأثيرية، بعد إحرازه لمعاني البلاغة وأنواع الفصاحة، ووضوح دلالته، وجودة مطابقته، وهو على رشاقته ضربان: لفظي ومعنوي، ويتوسع "القزويني" بتعريف البديع ليشمل البيان والمعنى، باعتباره علم تعرف به وجوه تحسين الكلام بعد رعاية تطبيقه على مقتضى الحال، ووضوح الدلالة.

لا يكون غامضاً، وأن يكون الهدف منه مزيداً من الوضوح وتمام المعنى، مما يجعلنا نقول أن بلاغة الخبر التليفزيوني هي قوة تأثيره ووضوحه.

2- يعتبر الإخبار جزءاً من نظريات البلاغة الكلاسيكية، فالخبر عند البلاغيين نبأ يحتمل الصدق والكذب لذاته بغض النظر عن المخبر، وللخبر أربع عناصر تحدد معناه هي: المخبر- والمخبر به- ومطابقة الخبر للواقع- والعنصر الرابع هو كون الخبر غائياً، أي له غايات ترتبط بالمخبر وأخرى بالمخبر به، ويقسم "علي بن محمد الأمدي" دلالة الخبر إلى دلالة لفظية وأخرى معنوية، فمن خلال فهم مدلول اللفظ ينتقل الذهن إلى لازمة المعنى، وإذا تعسر هذا الانتقال لما كان الخبر مفهوماً، في حين اعتبر "أبو يعقوب السكاكي" الخبر القانون الأول في علم المعاني، وعلى هذا شطر البلاغيون الصياغة إلى بنيتين رئيسيتين هما: الخبر والإنشاء، والخبر لديهم قائم على إسناد طرف إلى آخر، ويدعى "الإسناد الخبري"، بالمقابل يعتبر "سعيد الأفغاني" بلاغة الخبر الإعلامي تقوم على سرعة وعي المتلقي له دون عناء، عبر اللفظ السهل، والموجز، والخالي من التزويق، أو التفخيم أو الابتذال، وألا يثقل بالعواطف السلبية أو الإيجابية، أو بعبارة أخرى أن يكون كالخط المستقيم، أقصر مسافة بين نقطتين، هما: مراد الكاتب ووعي المشاهد أو السامع أو القارئ.

3- تعتبر البلاغة أبعد ما تكون عن كونها مجرد سرابيل زخرفية مضى زمانها، فأحلك عصور اللغة العربية وأتعس أيامها في القرون السادس والسابع والثامن عشر كانت بسبب الانفصام العقلي بينها وبين المجتمع، يوم سادت لغة أدبية منمقة، متكلفة، عقيمة، مصطنعة، لم يألفها الناس، كتقليد سخيف للطريقة الفاضلية في الكتابة، التي لا علاقة لها بالكلام البليغ وكل ما تصبوا إليه النفوس، فأصل الفصيح من الكلام ما أفصح عن المعنى، والبليغ ما بلغ المراد، ولم يحوج السامع تفسير له، وبالتالي فالبلاغة بخصوصيتها أسلوب يكسب الكلام قوة في التفكير، وجودة في التعبير، فالبلاغة تمتاز عكس الشائع بدقة وموضوعية اختيار الألفاظ والأساليب حسب مواطن الكلام ومواقعه ومواضعه، لوضعها في أماكنها الصحيحة، وهي مخصوصة بمعرفة أحوال اللفظ العربي ووضوح دلالته على اعتبار أن الوضوح لا القوة هي القيمة المثلى له، وبالتالي تسعى البلاغة توخي اللغة السهلة والأسلوب الواضح لبث المعاني دون عوج أو تعقيد، انطلاقاً من الإقناع والإعجاز والإغراء وتقديم حجج متينة بمثابة وقائع، مع اقتراحات ضمنية تؤسس المعنى المجازي انطلاقاً من المعنى الظاهري، ومنح نوايا المخبر حجمها اللائق، وهذه الخصائص هي خصائص الخبر المعاصر وقيمه ذاتها.

4- إن فهم أبعاد البلاغة وتحديد أدوارها على إنها أدوات لإنتاج المعنى، وليس أدوات للتزييف التحسيني هو الذي يقدم المبرر الأهم لاستخدامها بشكل علمي ومدروس دون الإساءة لطبيعة الخبر الحقائقية.

5- لا يزال عدة من مستخدمي اللغة عاجزين عن التفريق بين البلاغة والمبالغة، فالبلاغة بالمعنى الشامل "مراعاة الكلام لمقتضى الحال"، وهذا يعني التفاعل أو التعادل الكامل بين الشكل الفني والمضمون

الفكري الذي يصل بواسطته إلى المتلقي، وأي خلل في هذه التعادل يصبح القول مبالغة، وعلى هذا الأساس فإن استعمال البلاغة بمعنى التكافؤ بين الصياغة والمضمون دون مبالغة يصبح شرعياً في لغة الأخبار ونقل الحقائق والوقائع بتجرد.

6- إذا كانت لغة الخبر عموماً والخبر التليفزيوني خصوصاً الإيجاز؛ فإن الإيجاز هو أحد تعريفات ومحددات البلاغة، حيث يصيب المخبر هدفه مباشرة دون أي إعادة للمعاني أو انحراف عن الهدف، ويذكر أن "معاوية" سأل "صحار العبدي" في عصر أمية ما البلاغة؟ فقال له: الإيجاز، فقال وما الإيجاز؟ فقال له:" أن تجيب فلا تبطئ، وتقول فلا تخطئ"، وعليه يقول الجاحظ: وأحسن الكلام ما كان قليله يغنيك عن كثيره، لذلك يقولون في إصابة عين المعنى بالكلام الموجز: فلان يفل المحز ويصيب المفصل، إضافة إلى أن البلاغة تسمح بفرضية تكثيف الكلام، من خلال استبدال كم معقد من المعلومات بجملة محددة خاصة، وهذا التكثيف يكون أكثر ثراء ودلالة للمعنى، وكل ذلك يتماشى مع نصيحة "جون ركنباو، **John Rinkenbaugh**" مخرج أخبار "**KSNT**"، الذي قال: كلما كانت الرسالة قصيرة كلما عظم تأثيرها، وكمثال على دور البلاغة في الإيجاز ضمن الأخبار، ما قدمته محطة "**C.N.N**" ببلاغة تصويرية موجزة بسيطة تختصر عشرات الكلمات في حرب البلقان في استهلال خبرها الشهير: "ليل أحمر في يوغسلافيا أسفر عن.. "، كإشارة باستعارة بلاغية شبهت الليل بالدم عبر لونه الأمر دليل للقصف المستمر طيلة الليل وما أسفر عنه.

7- ينقسم نموذجا البلاغي في اللغة العربية إلى بيان الاعتبار، وبيان الاعتقاد، ويذهب الأول إلى الأشياء إذا بينت بذواتها للعقول، وترجمت معانيها وبواطنها للقلوب فصار ما ينكشف للمتبين من حقيقتها معرفة وعلماً مركوزين في نفسه، أما الثاني فهو على ضروب ثلاثة: فمنه حق لا شبهة فيه، ومنه علم مشتبه يحتاج إلى تقويته بالاحتجاج فيه، ومنه باطل لا شك فيه، ولا تخرج النماذج الحديثة للاتصال الإخباري عن ذلك.

8- إن من أهم خصائص الخبر التليفزيوني إيصال المعنى من الوهلة الأولى، دون الحاجة إلى التكرار والإعادة، عبر مفردات وجمل مشرقة، تخاطب العقل، وتحدث القلب، فلا يشغل لفظها عن معناها، وهي خصائص البلاغة التي يقول فيها العتابي: "كل من أفهمك حاجته من غير إعادة، ولا حبسة ولا استعانة فهو بليغ"، ويضيف الجاحظ على ذلك بقوله: "لا يستحق الكلام اسم البلاغة حتى يسابق معناه لفظه، ولفظه معناه، فلا يكون لفظه إلى سمعك أسبق من معناه إلى قلبك، فإذا كان المعنى شريفاً واللفظ بليغاً، وكان صحيح الطبع، بعيداً عن الاستكراه، ومنزهاً من الاختلال، مصوناً عن التكلف، صنع في القلب صنع الغيث في التربة الكريمة".

9- إن تحول البلاغة إلى علم مستقبلي ينزع ليصبح علماً واسعاً للمجتمع أدى إلى تطور هذا المفهوم، وتعتبر البلاغة البرهانية المعاصرة إحدى الأدوات الملبية لاتجاه القائمين بالاتصال المتمثل بإقناع

جمهورهم واستمالته عقلانياً؛ إذ تقوم هذه البلاغة التي وضع أسسها "بيرلمان، **Perlman**" من أن الإقناع أصبح مطلباً أساسياً في كل عملية فكرية، لذا تقوم البلاغة على آليات الإقناع وأساليب إجراء اللغة وتنويعها وفقاً لطبائع الناس المعنيين بالقول، فبلاغة البرهان فن الكلام المقنع للجمهور، وبحث في قدراته الإقناعية وحججه المنطقية، وسبل تأثير الخطاب بشكل فعال في الأشخاص، مما يجعل قياس بلاغة المرسل تقوم على مدى فعاليته ودرجة تأثيره وقدرته على الإقناع، خاصة أن مركز التفكير البلاغي اليوم هو كيفية الوصول إلى المؤثرات الاتصالية المثالية القادرة على النجاح في الإقناع، وبهذا يمكن أن تفهم البلاغة على أنها مجموع المفاهيم والقواعد للظهور بمظهر مؤثر لدى الجمهور، "فأن تقول بشكل جيد أي أن تقول بنجاح، **Are Bene Dicendi**"، وهذا الاتجاه لعلم القول البليغ المعاصر الذي يتطابق والغاية الاتصالية لنقل المعلومات، وهدفها الأول التزويد بالمعرفة، والإقناع بشكل مؤثر، جعل أبرز تطبيقات هذه النظرية القائمة في مبادئها على وظيفة اللغة التواصلية تلقى تطبيقات في مجالات عدة للنصوص، ومنها اللغة الإعلامية، وخصوصاً عالم الخبر، على اعتبار أن ملامح البرهان عند "بيرلمان" يقوم على ضرورة التوجه لمتلقي بلغة طبيعية، وهذا تقاطعها مع الأخبار.

10- تعرف البلاغة التداولية بأنها فن الوصول إلى موقف المستمع أو القارئ؛ فالمتلقي هو مركز الثقل في هذه البلاغة كما هو في الاتصال، إذ يرى "ليتش، **Leitch**" أن البلاغة تداولية في صميمها، كونها ممارسة لاتصال بين المرسل والمستقبل بحيث يحلان إشكالية علاقتهما، مستخدمين وسائل محددة للتأثير على بعضهما، وقد وجدت هذه العلاقة طريقها إلى نظرية الاتصال، وبالتالي إلى التداولية التي عنيت بالسياقات المختلفة وأطرف الموقف التواصلي عناية كبيرة، فطالما كانت الأخبار وتبقى تصاغ عبر إطار يقدم المحرر به بنية معلوماته ليتم إدراكها وفق المعنى الذي يقترحه هذا الإطار.

11- تراعي الأخبار التليفزيونية أنها تخاطب جمهوراً عاماً، وهو ما تهدف إليه البلاغات المعاصرة من الوصول لبلاغة العامة التي تنأى عن الغموض والالتباس، وبلاغة العامة في فصول عدة: اللفظ رشيقاً سهلاً، معناه ظاهراً مكشوفاً، معروفاً للعامة، يمتاز بالدقة والإيجاز لإحراز الثقة في نفوس العامة، فالبلاغة تهتم بحال جمهورها النفسي والعصبي، بمعنى الوقوف على حقيقة النفس وقواها، لذلك لا يوجد فيها غموض ولا قصر ولا تكبر ولا تحذلق، ويرد "ابن تيمية " اللغة إلى عنصر الاستعمال الفردي الذي تنقله الجماعة فيصبح عرفاً، فالشارع يتصرف في اللغة تصرف أهل العرف وأهل اللغة، لذا يصبح التعبير مألوفاً حين شيوعه، فعلى سبيل المثال قدمت محطة **L.B.C** اللبنانية خبرها عن وفاة الملك الحسن الثاني عاهل المغرب مستخدمة اللفظ الشائع لوفاة الرموز "علم طواه الزمن" بقولها: "نكس العرب أعلامهم حداداً على علم طواه الوقت فجأة عن 70 عاماً .. الحسن الثاني في ذمة الله بعد أن وافته المنية ليلة أمس إثر..".

12- تراعي الأخبار طبيعة جمهورها، وبالتالي تخاطب الجمهور المستهدف من خلال لغته، وقدراته الاستيعابية، كما تراعي طبيعة الحالة التي تمثلها الوقائع باعتبار أن الخبر ابن بيئته الاجتماعية ونتاج لها، وهو ما يراعيه البلاغيون كون بلاغتهم لا تراعي طرف واحد فقط من أطراف الاتصال؛ وهم لم يحصروا المقام في الإطار الخارجي المصاحب، بل تحركوا إلى داخل التركيب، وهذا ما تشرحه المقولة البلاغية الشهيرة: "لكل مقام مقال، أو "لكل كلمة مع صاحبتها مقام"، مع رصد مدى موافقة الصياغة مع جمهورها إعلاناً عن ارتباط التراكيب بأصحابها، ودلالتها على طبائعهم النفسية والعملية، مما يجعل البلاغيون يخالفون بين أضرب الخبر باختلاف رحال المخاطب، ولعل هذه المقولات أكثر ما تجد انعكاساً لها في التطبيقات الخبرية المعاصرة، التي أضحت لا تتوجه إلى جمهورها إلا بعد دراسات موسعة لطبيعته، وخصوصية مقام هذا الجمهور.

13- البلاغة ليست هدفاً بحد ذاتها بل هي أداة لنقل الأفكار والمشاعر بأبلغ الطرق مما يمكنها من القيام بدور الوسيط في الاتصال، مع الاعتماد على لغة سريعة تناسب لغة التليفزيون الذي لا يحتاج إلى وصف تفصيلي للإيفاء بشمولية المشهد.

14- يتأكد شرعية استخدام الأبعاد البلاغية لسرد الأخبار في اتساق كل من البلاغة والأخبار بشكل جوهري مع علم المنطق، واستهدافهما الصحة والسلامة، سواء المتعلقة بصحة المضمون "موضوعية المعلومات وصحتها" أو صحة الشكل "بناء الخبر وقدرته التأثيرية ومناسبته لطبيعة جمهوره"، وما يؤدي ذلك إلى "سلامة" وصول المعنى للجمهور، وقدرته على إدراك معانيه وحقائقه.

15- لا تفرض البلاغة إطار محدد على المرسل، باعتبارها وسائل تعبيرية قائمة في بنية التركيب، بقدر ما تساعد على صياغة إطار المحرر بشكل موضوعي ودقيق، مستفيداً من كل طاقات اللغة، وإمكانياتها.

16- من خصائص الفصاحة التي تعد جوهر علم البيان وخلاصته وصفوه –أحد علوم البلاغة العربية الثلاثة– أن تكون خالصة من تنافر الأحرف في تأليف اللفظة ونظامها، ومجنبة عن الغرابة والعنجهية، إضافة لكونها موافقة للأقيسة الإعرابية، وهذه الخاصيات الثلاث من لوازم الخبر، وخاصة التليفزيوني، الذي يتوجب أن لا يخطأ المذيع في قراءة نصه، ولا يضل المستمع الذي يتلقى الخبر للوهلة الأولى والأخيرة عن معانيه، مما يجعل المحرر يحرص على خلو لغتهم الإخبارية من تنافر الأحرف، أو غرابة اللفظ، أو الخروج عن أقيسة اللغة الإعرابية.

17- تهتم البلاغة بالتناسق بين الشكل والمضمون ما ينفي عنها استغلال قدرات الصورة أو استحواذ مكانها، بل على العكس تسهم في تطوير بناء الخبر، وترميم فجوات الذاكرة الناجمة عن أي قصور في شريطها المرئي.

مواد الرأي في وسائل الإعلام

مثلما قائد الرأي يستطيع التأثير في الرأي العام، فإن كات الرأي له الصدى نفسه بين جمهوره حينما يكون قادراً على إقناع الجمهور واستمالته وكسب مصداقيته وولائه، ومن هنا وجب عل مواد الرأسي في الإعلام أن تأتي بعد رحلة من الأخبار والمعلومات والبيلانات والحقائق لتبين وتشرح وتفسر وتعلق وتحلل وربما تتنبأ وتوجه، وتدعى مواد الرأي بالمواد الفكرية في وسائل الإعلام، وإن كان هذا التعبير مبالغاً فيه، فكل مواد الإعلام وأنواعه الصحفية فكرية.

ولدت مواد الرأي في الصحافة المطبوعة وكان سيدها الافتتاحية ودعيت بأبي مواد الرأي لتقول المؤسسة من خلالها رأيها وتقنع المتلقي بوجهة نظرها وتقوده نحو تكوين مواقفه بما يناسبها،

والقاعدة الأخلاقية في مواد الرأي: لا يجوز تقيم الرأي قبل المعلومة وخبرها التي يأتي أولاً، فمثلاً القول ما رأيك أن بما يحدث حالياً في زمبابوي .. لن تملك رأياً وأنت لا تعلم ما حدث، وبالتالي فالرأي قبل الخبر مصادرة لحق الإنسان في التعبير وتكوين الآراء

الصحافة الاستقصائية

رغم محاولة منحى اعتبار الصحافة الاستقصائية منهج علمي دقيق، وليس مجرد شاهد عيان للتميز عن الصحافة التقليدية، إلا أن هذا ليس كافياً لفصل البحث العملي عن الصحافة الاستقصائية، التي تستخدم أدوات هذا البحث ولا تمثله، فبناء على مراحل تطور مفهوم الصحافة الاستقصائية والتمييز بين الصحافة التقليدية والاستقصائية، واختلافات وحدة التصنيف للأنواع الاستقصائية، يمكن تلخيص مفهوم الصحافة الاستقصائية المعاصرة، وتقديم خلاصة مفهوم التقصي المعاصر، وفق الآتي:

بدأ مفهوم الصحافة الاستقصائية يتبلو وتتحد معانية من خلال الارتكاز على البحث عن المعلومة (التي تخفي وراءها حقائق) ناجمة عن: مصطلح (الخلل)، المحدد في: (التقصير، أو الإهمال، أو الفساد وارتكاب مخالفات وأخطاء، أو العجز، وتجاوزات، ورشاوي، وتعدي على الحقوق الخاصة أو العامة)، والإحاطة بها، وكشفها أمام الرأي العام، سواء كانت هذه المعلومة التي تقود للحقائق من مصدر مفتوح (متاح)، أو مصدر مغلق (سري)، لذلك هي تعتمد على منهجية تقصي، وبحث تحقيقي وتحري علمي، قوامها مصادر المعنيين بالموضوع والوثائق، وغيرها من الأدلة والبراهين بهدف جمع المعلومات والتحقق من المعطيات، للوصل إلى ما يدعى (بكشف المستور)، وحقائقها.

وبالتالي دون هذا الكشف ستبقى الحقائق لا ترتقي إلا لمستوى الفيتشرات نيوز (المواضيع الإخبارية)، (التحقيقات التقليدية) فالتحقيق الاستقصائي نوع متقدم من التحقيقات التي تدور حول

مواضيع إخبارية، يتخطى الغايات المحدودة للتحقيقات الصحافية البسيطة، وكذلك آليات العمل الجمعية والوصفية والتفسيرية، والتحليلية، إلى غايات أكثر تطلباً ومثالية، متمثلة في الوصول إلى الحقائق غير المعلنة ،ونشرها أمام الرأي العام، عبر كشف إهمال الضمير وتقصيره والفساد في هذه الضمائر، والأفعال الخاطئة والمقصرة والمخلمة والعاجزة المفسدة في القطاعين العام والخاص، وتعزيز المساءلة والشفافية، للتوصل إلى نتائج كانت غير معلنة، وهذا ما أسس له تعريف "براغ" للتحقيق الصحفي، منذ سبعينات القرن الماضي، والذي يتجلى بأنه (محاولة الوصول إلى الحقيقة)، فهو بداية محاولة قد تتجح وربما تفشل، لكنه في النهاية تبقى الحقيقة بغيته وهدفه الأسمى، وكما سميت براغ (عاصمة التشيك/ تشيكوسلوفاكيا سابقاً) بالمدينة الذهبية، كان تعريفها ذهبياً للتحقيق، وكان بوابة دخول للتقصي الحقيقي، وعليه سارت الشبكة العربية للصحافة الاستقصائية "ARIJ" Arab Report Investegative Journalism، في دليلها للتقصي على طريق المدرسة الذهبية نفسه عبر مؤلفه "مارك هنتر وآخرون"؛ حيث حمل عنوان "على درب الحقيقة".

وعموماً هو لا يتطلب بالضرورة كما يتصور البعض الدخول إلى المخابئ وانتزاع الأسرار؛ إذ يشير الذين يعملون في قطاع المعلومات إلى أن 95% من المعلومات التي يحتاجونها هي مصادر مفتوحة "Open Sources" موضوعة في التداول وفي متناول العامة، والحقيقة مركونة على رف مكتبة أو في الأرشيف أو في معنى الإحصائيات، أو في تحليل الأرقام، وينطبق المبدأ نفسه على الصحافي؛ فهو لا يبدو أن من مهامه البحث فقط عن الأمور المخفية، بل ينطلق من معطيات معروفة لاستنتاج أمور غير معلنة، ففي كل الحالات ينطلق المحقق الاستقصائي من وقائع محددة يستطيع توثيقها وتحليل أبعادها، ليبحث عن وقائع أخرى تتيح له استنتاجات، توصله إلى الجواب الذي يبحث عنه، ما يضعه في تصرف الجمهور وربما القضاء، لذلك ليس غريباً أن المطلوب في العصر الحالي الاستزادة من التحقيقات الاستقصائية، التي تتوافق مع انتظارات الجمهور، وتوقهم إلى المساءلة ومحاكمة المخطئين، كما تتوافق مع اهتمامهم بتنزيه مجتمعهم، من خلال كشف القضايا المستورة والمسيئة إلى الإنسان بكل مؤسساته المجتمعية، وهو من هذه الزاوية يسهم في كشف الحقائق، والتوسط للجمهور بحل مشاكله، وتحسين حياة الناس، وصولاً إلى كتابة التاريخ بشكل أصح وأدق.

ومن هنا فلعل أفضل تعريف الذي حسم الفوارق ليس فقط بين التحقيق التقليدي والاستقصائي، بل بين الصحافة اتقليدية والاستقصائية –باعتراف المنظرون للصحافة الاستقصائية– هو الذي قدمه "روبرت جرين" رئيس أسبق لاتحاد الصحفيين، ومساعد رئيس التحرير السابق لصحيفة نيوز داي، وتبنته منظمة محرري صحافة التحري الاستقصائية الأمريكية، وكل من عمل في الصحافة الاستقصائية لاحقاً، لأنه أسهم في وضوح وبلورة مفهوم التقصي الدقيق بشكله

النهائي اليوم، والذي يقول فيه: (إنه ذلك التقرير المقدم من خلال جهد شخصي يبذله المرء نفسه، (بداية)، للكشف عن أشياء ذات أهمية يود بعض الأشخاص أو المنظمات أن تظل في طي الكتمان، وبالتالي بغض النظر عن شكل تقديم الاستقصاء)، فهو مضموناً مكون من ثلاثة عناصر رئيسية تفرق في مضمونه ومراحل عمله، وليس شكل عرضه فقط، إذ انطلق التعريف من مقولة (تقرير) بمعنى نقبل اليوم أن يوضع التحقيق في قالب عرض (تقريري)، كما نقبل أن يوضع في قوالب عرض أخرى (كالبرنامج والفيلم التسجيلي....)، فتركيز "غرين" على مضمون التقصي، وليس على شكله يجعله لا يمانع أن يكون عرض الاستقصاء بشكل تقريري وليس عبر تحقيق إضافة إلى أن لفظ التقرير المرن، جعل من التحقيق الاستقصائي تقريراً استقصائياً يمكن أن يدخل ضمن برامج ونشرات الأخبار، كنوع يوازي التقرير الإخباري شكلاً ويختلف عنه مضموناً، وبالتالي يمكن أن يوضع التحقيق الاستقصائي في شكل تقرير أحياناً ويمكن أن يوضع في شكل برنامج أحياناً أخرى، أو فيلم تسجيلي أو تحقيق صحفي، أو صحافة بيانات، كما أنه يمكن أن يبقى له مكانته الخاصة سواء في صفحة التحقيقات ليدعى حينها التحقيق الاستقصائي،...

وبعد هذا العرض المفاهيمي لتعريف الصحافة الاستقصائية تتبنى الدراسة الحالية المفهوم التالي لهذا النوع من الصحافة، تتجلى في:

محاولة الاقتراب من الحقيقة لتحسين حياة الناس.. عبر التقصي على المعلومات، من خلال البحث عن المصادر، سواء المتاحة، التي تنطلق من الأبواب المفتوحة، أو غير المتاحة، مهما اختلفت طبيعة المصادر ومستوى خطورة الموضوع، وأهمية الاستقصاء تنطلق من أهمية ما يتحصل عليه الصحفي من نتائج، وهنا يجب أن يلاحظ ليس المتاح من هذه النتائج، لكن ما يمكن الحصول عليه، مستغلاً الصحافي الاستقصائي مهاراته التي تختلف عن مهارة الصحافيين التقليديين، انطلاقاً من ملاحظة المشكلة، لتقدير "حجم الوحش" الذي يقف ضد المصالح العامة، مروراً بتخطيط المشكلة، والتعامل مع المصادر المفتوحة والمغلقة، وانتهاء بتنظيم المعلومات وتقديم القصة الحقيقة.

وعليه فإن هدف الصحافة الاستقصائية الاحترافية لا يتعلق بالبحث عن النجومية أو الثأر أو الابتزاز، وإنما بكشف المستور، وتوثيق قضايا المجتمع على أمل لفت انتباه الجهات المتسببة للتجاوزات (بقصد أو بالإهمال)، وتحقيق أركان السلطة الرابعة: "العدالة.. الشفافية.. وترسيخ مبدأ المساءلة) .

الصحافات الجديدة

باعتبار النوع الصحفي لا يلد من العدم، لكن من الحاجة إليه، وطالما احتياجات الجمهور متطورة مرنة، تتبدل وفق تطور المجتمع وتبدل أحواله، فإن لزوم ظهور صحافات جديدة لتواكب تلك الاحتياجات، وتستطيع الارتقاء بخدماته نحو إشباع رغبات الجمهور حاجة لا غنى عنها، ومن بديهات مواكبة الاتصال لسنة تطور الكون، التي ترافقها تطور تقنياته، وتطور أدواته، وجمهوره وحتى وسائل إعلامه، وهذا يزامن الاستمرار في ساحة المنافسة، وهو ما يوافق نظرية ثقافة الديناصورات التي سبق ذكرها، لبيج فونكان، والتي ترى أن أهل المهنة كي يضمنوا المنافسة لا بد لهم من دروس في ثقافة الديناصورات المتهالكة، الذين يواجهون الانقراض باستمرار تعلم أدوات جديدة، وإلا إن مصيرهم كالدينوصورات المنقرضة،>

وعليه تنطلق الصحافات الجديدة من إعادة التفكير في التغطية الصحفية، حيث يقدم البابا فرانسيس مؤخرًا رؤية جديدة للصحافة مبنية بشكل مباشر على إعادة بناء ثقافة الثقة، وفي هذا الصدد، يقول: إنّ مهمة الصحفي هي أن "يشرح العالم ويجعله أقل ظلامًا ويقلل من خوف الناس منه وينظر إلى الآخرين بوعي أكبر وبالمزيد من الثقة"، وبعبارة أخرى، نصح البابا بألا تقتصر التغطية الصحفية على كشف الظلام فحسب، بل بأن تقدم النور أيضًا، ووفيما يلي **بعض** لمصطلحات هذه الصحافات..

صحافة soft news (مواجهة القسوة):

صحافة البيانات:

صحافة الحلول: Solutions Journalism

الصحافة البنائية: Constructive Journalism

صحافة النوافذ الاجتماعية:

صحافة الموجو:

صحافة السلام:

صحافة تمكين الحقيقة Empowering Journalism:

صحافة الكوارث: وتتضمن:

- **مدخل لدراسة أخبار الأزمات من منظور صحافة الكوارث**
- **مدخل لدراسة أخبار البؤس من منظور صحافة الكوارث**
- **مدخل لدراسة أخبار الحساسية الوجدانية من منظور صحافة الكوارث**

لا تنسى:

- القاعدة الأولى للتواصل الجماهيري الناجح: يا رضى الله ويا رضى الجمهور..
- الأفعال والأسماء الجوفاء الأزمة القلبية للمادة الصحفيةبن
- وسائل الإعلام كالإنسان (بعينين/ سياسة الوسيلة وقبولية الجمهور) لكن الفرق بينهما أنها لا تستطيع أن ترى بعين واحدة.
- الأسماء تصنع الأخبار.
- سلامة المعنى من سلامة المبنى.
- اللغة السلسة كالماء الزلال السلسبيل العذب.
- لا يوجد خبر (مادة صحفية) جامدة مملة رسمية جاف.. يوجد محرر جامد ممل رسمي جاف
- الجمهور دائماً بريء.. أي خلل في التواصل فمسؤولية الفشل على عاتق الصحفي.
- الجمهور (الزبون) دائماً على حق.
- المحرر كالنحات.. يبقي ما يحتاج.. ويرمم ما يتطلب لتصبح المنحوتة كما يجب..
- القوالب ليس غايتها قولبة المحرر.. بل إطلاق مخيلته.. ومساعدته على السير بطريق مضاء ومعروف..
- 70% نهاية قصصهم ولا يدرون القالب أو الأسلوب الذي اتيعوه.
- ليس الصحفي الذي يختار القالب التحريري لكن القالب التحريري هو الذي يختار الصحفي.. وينتقيه..
- اكسر كل القواعد الصارمة السابقة متى استطعت ذلك عن علم ودراية ومعرفة (المبدع).

انتهى الجزء الأول على بركة الله

د. عربي المصري

Damascus University