

المقياس: فنيّات التّحرير الصّحافيّ

إعداد: الأستاذ الطّاهر بن اعمارة الأدغم

اللّغة الإعلاميّة

اللّغة: هل تستطيع أن تصلح العالم..؟ سؤال يبدو غريبا وصعبا للغاية.. لكنّه كان سهلاً بالنّسبة لـ (كُنْفُوشْيُوس) حكيم الصّين الشهير.. حيث أجاب ببساطة: "إنّ إصلاح العالم سهلٌ إذا صلحت اللّغة التي يستخدمها النّاس"...

ومنذ القِدَم عرف الإنسان أنّ اللّغة هي أساس الحضارة والتّطور البشريّ لأنّها تمثل الوسيلة الرئيسيّة التي تتواصل بها الأجيال، وعن طريقها تنتقل الخبرات والمعارف والمنجزات الحضارية بمختلف صورها، وعن طريقها أيضا لا ينقطع الإنسان عن الحياة بموته، ذلك أنّ اللّغة تعينه على الامتداد تاريخيا ليسهم في تشكيل فكر وثقافة وحياة الأجيال التالية.

الخصائص العامّة للّغة الإعلام

هناك عدّة خصائص يجب أن تتوفر في اللّغة الإعلاميّة مهما كانت الوسيلة الإعلاميّة، مقروءة أو مسموعة أم مرئية وأهم هذه الخصائص:

1- الوضوح: وهذه السّمة من أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزا، لأن جمهور وسائل الإعلام، في الغالب، يميل إلى العجلة في تعرّضه لهذه الوسائل وليس لديه الوقت والرغبة في التّركيز كثيرا في المضمون المُقدّم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كلّ الوضوح حتى تحقّق أهدافها.

2- المعاصرة: ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللّغوية متماشية مع روح العصر، ومتّسقة مع إيقاعه؛ فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والمركّبة قد لا تكون مناسبة للّغة الإعلاميّة إلا في موضوعات معينة وفي حالات محدّدة.

3- **الملاءمة:** ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو مثلا هي لغة وصفية تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة أيضا، وهكذا..

4- **الجاذبية:** ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الشرح والوصف بطريقة حيّة ومسلية ومشوّقة، فلا وجود لجمهور يستطيع مواصلة الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جافّ خالٍ من عوامل الجاذبية والتشويق.

5- **الاختصار:** وتتبع هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلا، فمهما كان حجم الصحيفة كبيرا فإنها محدودة في صفحاتها، والمطلوب كتابته أكبر من حجم وعدد ورقاتها، ومهما كان وقت البرنامج طويلا فالموضوعات وتفصيلها أطول منه، ولذلك لا بد من الاختصار ولا بد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز ومساعدة عليه.

6- **المرونة:** ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، وأن تكون متعددة المستويات بحيث تخاطب أكثر من جمهور أو فئة ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

7- **الاتساع:** أي أن يكون عدد المفردات كبيرا بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة، واللغة الإعلامية متّسعة وتتسع بشكل يومي، وقد يكون للاتصال بالثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية واتساعها.

8- **القابلية للتطور:** وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلاتها في السبعينيات والثمانينيات، أما لغة الإعلام في السنوات الأخيرة فمختلفة عما سبقها حيث أصبحت أكثر قدرة على التعبير والجذب رغم بعض الضعف الذي يبدو عليها.

خصائص لغة الصحافة المكتوبة

- **البساطة:** أسلوب الكتابة الصحفية لا بد أن يكون مفهوما لدى القراء، ويتحقق ذلك باستخدام لغة سهلة نبلغ بها المعنى دون الحاجة إلى استخدام الكلمات الصعبة غير المألوفة والتي تصدّ القارئ عن القراءة. والبساطة لا تعني الانزلاق إلى استخدام اللغة العامية لأنّ الكاتب فنّان والعامية تخلو في غالبها من الفن.

- **الدقة والتجسيد:** قد تؤدي البساطة إلى الوضوح ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضا لأنها يمنعان من الوقوع في مزالق التثرثرة والضياع في متاهات المفردات الفضاضة، وتكون الدقة في اختيار الكلمات المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً لا يسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر أو بالارتباك في اكتشاف المدلول الواحد.

- **السلامة اللغوية:** وذلك من خلال مراعاة القواعد السليمة للإملاء والتطبيق الدقيق لقواعد النحو والصرف وحسن استخدام علامات الترقيم، فالأسلوب الصحفي الرصين ينبغي أن يلتزم بكافة قواعد وأصول اللغة.

- **هناك قواعد لغوية معينة** لا بدّ أن تحكم الأسلوب الصحفي كاستخدام الأفعال المبنيّة للمعلوم بدل الأفعال المبنيّة للمجهول، واستخدام الجمل القصيرة بدل الجمل الطويلة، والجمل البسيطة بدلاً من الجمل المعقّدة والمركّبة، والابتعاد عن الجمل الاعتراضية، بالإضافة إلى الابتعاد عن المصطلحات الغامضة التي تربك القارئ.

معايير اختيار الأخبار

ليس كلّ خبر يأتي به المراسل أو المحرّر مهمّاً، ولذلك لا تزي كثيرٌ من الأخبار النور، وهكذا فالخبر المهم يخضع لمعايير ومؤهلات منها:

- 1- **التوقع:** أي نشر خبر يتحدث عما سيحدث في المستقبل مما يهمّ القراء.
- 2- **الصراع:** من الغرائز أن يتصارع الأفراد من أجل المال أو السلطة وتتصارع الدول على الموارد والنفوذ، وكلّ هذه العوامل تجذب القراء لما فيها من إثارة وانتظار الفائز والمنهزم والنتيجة.
- 3- **الحالية:** أي نشر الخبر وقت حدوثه ما أمكن نظراً لأننا في عصر يعرف سرعة فائقة في نقل الأخبار.. ومع ذلك لا بدّ من مراعاة الدقة.
- 4- **الغريبة:** يحبّ الناس كلّ غريب وغير مألوف، تقول القاعدة: (إذا عضّ كلبٌ إنساناً فهذا أمر عاديّ، أمّا إذا عضّ رجلٌ كلباً فهذا أمر غير عاديّ).
- 5- **القرب:** قد يكون قرباً مكانياً متصلاً بحيّ أو مدينة أو الوطن كله، وقد يكون قرباً نفسياً مع بلدان تربطنا بها علاقات معينة.
- 6- **الشهرة:** وتتصل ببطل القصة الإخبارية ومكانته في المجتمع سواء كان شخصاً أو مكاناً، أو زماناً كشهر رمضان وأيام الأعياد أو العطلة الصيفية، أو لشهرة أمر من الناحية التاريخية أو السياسية أو العلمية.

- 7- **الأهميّة:** وتأتى من اهتمام أكبر عدد من الجماهير بالخبر وحاجتهم الشخصية لمعرفته مثل خبر الحج بالنسبة لقاصدي الحج وشركات السفر والسياحة والمطوّفين.
- 8- **سياسة المؤسسة:** قد يكون أسلوب المؤسسة الصحفية محافظاً أو ميّالاً إلى الإثارة، وقد يمثل خبراً ما أولوية بالنسبة لها، وقد تهتم بقضية وطنية أو قومية أو إنسانية أكثر من غيرها من القضايا الراهنة.
- 9- **الحجم:** ويعني أن الخبر له صلة ما، ويمكن أن يمّس مصالح عدد كبير جداً من الناس مثل الأجور والأسعار، أو حدث يذهب ضحيته مئات الأشخاص.
- 10- **الأخلاق العامّة والدّوق العام:** حيث ينبغي مراعاة القيم والتقاليد والأخلاق التي تسود المجتمع وتشكّل حياة أفرادها، فلا ينبغي أن يتصادم اختيار الخبر مع هذه الثّوابت.
- 11- **الفائدة:** ينتظر الناس ما يعود عليهم بالنفع مادياً أو معنوياً، وقد تكون الفائدة أيضاً لشخص يهّم القراء.

طرقُ الحصولِ على الأخبار

- **الصّحفيّ أو المرّاسل:** يعتبر الصحفيّ أو المرّاسل مصدراً من مصادر الأخبار للمؤسسة الاعلامية التي يمثلها، ويستطيع إرسال الخبر بتفاصيله حسب ما يلاحظه بعين المكان ويوثقه بالوسائل المتاحة والمناسبة لمؤسسته الإعلامية، ويستعين المرّاسل أو الصحفي بكل من له صلة بالحدث أو الواقعة أو المسألة. ويتوقف نجاح الصحفي أو المرّاسل في هذا الشأن على جهوده ومهاراته وقدراته وعلاقاته في الوسط الذي يعمل فيه.
- وكالات الأنباء:** تعتمد جميع وسائل الاعلام من صحف ومجلات وإذاعات وقنوات تلفزيونية وصحافة الكترونية على الأخبار التي تقدمها وكالات الأنباء، بل وهناك جرائد تعتمد كلياً على الأخبار التي تبثها وكالات الانباء.
- الوزارات والهيئات الرّسميّة:** يلجأ الصحفيون عادة الى الوزارات والهيئات العمومية المختلفة والجهات الأمنية للحصول على معلومات حول القضايا التي تهم الرأي العام أو فيها من الإثارة ما يجذب القراء.
- الإذاعات المحليّة والأجنبيّة:** تخصّص الكثير من وسائل الاعلام أقساماً للاستماع للإذاعات المحلية والأجنبية باعتبارها مصدراً هاماً من مصادر الأخبار، خاصة الإذاعات العالمية الكبرى التي تتوفر على مراسلين عبر أنحاء العالم.
- الصّحف والمجلّات:** تشترك وسائل الاعلام، ومنها المكتوبة، في عدد من الصحف والمجلات لا سيما منها المتخصصة حيث تمثّل مصادر للأخبار، وتتم الاستفادة من هذه الصحف والمجلات عبر إعادة نشر موضوعات بعينها أو الاستفادة منها كمواد أولية في إنجاز تحقيقات ومقالات تحليلية.

المنشورات والبيانات: تبعث العديد من الوزارات والهيئات الحكومية والمؤسسات والسفارات والمنظمات الدولية وغيرها منشورات وبيانات عن نشاطاتها الى مختلف وسائل الاعلام، أو تنشرها عبر مواقعها على شبكة الأنترنت، فتكون هذه البيانات والنشرية مصادر أخبار.

المؤتمرات الصحفية: تعتبر المؤتمرات الصحفية التي يعقدها المسؤولون، وغيرهم من أهل الرأي والتأثير، مصادر مهمة للأخبار حيث يحضرها الصحفيون لطرح أسئلتهم وجمع المعلومات الكافية المتعلقة بمقالاتهم وقصصهم الإخبارية.

شبكة الانترنت: تعتبر شبكة الانترنت اليوم من بين أهم المصادر الإخبارية للعديد من وسائل الاعلام، غير أن الحذر يظل ضروريا حيث نحتاج في كثير من الحالات إلى التريث والتثبت خاصة عند استقاء معلومات وأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي أو المنتديات.

نظرية الأنواع الصحفية

فنيات التحرير الصحفي، أو فن الكتابة الصحفية، أو فنيات التعبير.. هي أسماء متعددة للأنواع أو الأجناس الصحفية التي يستعملها الصحفي للتعبير عن الواقع ونقله للجمهور المتلقي عبر الوسيلة الإعلامية. ويقسم بعض الباحثين الأنواع الصحفية وفق الصيغة التالية:

- **الأنواع الإخبارية:** وهي التي تنطلق من أحداث ملموسة قصد إعلام الناس مثل: الخبر، التقرير الصحفي، الروبورتاج (الاستطلاع).

- **الأنواع الفكرية (الرأي):** وهي المواد الصحفية التي تسعى أساسا إلى تأطير الجمهور وتوجيهه وغرس الفئات والمواقف والقيم في ذهنه، مثل: المقال والتعليق الصحفي، المقابلة الصحفية (خاصة مقابلة الرأي والفكر).

- **الأنواع الإبداعية (التعبيرية):** وهي المواد التي تُبرز حالات خاصة أو أشخاصا معينين، فتسلط الأضواء عليهم وتصفهم في تفاعلهم المجتمعي، مثل: البورتري أو الصورة الصحفية أو القلمية، والصورة الفوتوغرافية، والرسم الصحفي (الكاريكاتور والرسم).. وهناك من يضع الروبورتاج الصحفي (الاستطلاع) ضمن الأنواع الإبداعية، لأن نقل الروبورتاج للخبر ليس عاديا بل يكون عبر وصف يحمل لمسات إبداعية تختلف من صحفي لآخر.

- **الأنواع الاستقصائية:** هي المواد الصحفية التي تقدم مادة دسمة، وتستهدف البحث والتحليل والتقصي، لتقدم الحل أو تبرز التصورات للمشاكل والظواهر، مثل التحقيق الصحفي..

الخبر

يقسم الباحثون الإعلاميون المادة الإعلامية إلى مادة خبرية (NEWS) ومادة موضوعات، سواء تقريرية أو تعبيرية، ويجمعون على أنّ المادة الخبرية أسبق تاريخيا في التداول بين الناس من مادة الموضوعات؛ فأول صحيفة خبرية هي (كين يان) الصينية الصادرة عام (911 ق م)، في حين أنّ صحافة الرأي ظهرت في القرن السابع عشر الميلادي.

تعريفُ الخبر: هناك قرابة 100 تعريف للخبر الصحفي.. ومن السهولة كتابة خبر، لكن من الصعوبة تعريفه لاختلاف الباحثين واللغويين في هذا الشأن.. و من المهم جدا، قبل التعريف، التأكيد على أهمية الأخبار بالنسبة للشعوب، فهي أساس حريتها كما يقول هارولد لا سكي (كاتب سياسي بريطاني بارز، نقد النظامين الديمقراطي والاشتراكي على السواء): "إن شعبا بلا أخبار يعتمد عليها يصبح عاجلا أو آجلا شعبا بلا حرية".. ويقول أبراهام لنكولن، الرئيس الأمريكي السادس عشر 1864: "دعوا الناس يتعرفوا على الحقائق، وعندئذ ستكون البلاد آمنة".

يقترح الدكتور محمد أدهم في كتابه "سلسلة فنون التحرير بين النظرية والتطبيق" التعريف التالي للخبر: "وصف موضوعي دقيق تُطلع به الصحيفة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والنفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة، والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام، وقعت غالبا أو مستمرة الوقوع أو تأكد أنها ستقع، تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده وما فيه، أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتنقيفهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها". وينقل الدكتور عبد العالي رزاق، في كتابه "الخبر"، هذا التعريف لكنّه يعلّق عليه قائلا: هو تعريف ينسحب على الصحافة المكتوبة دون السمعّي البصريّ أو إعلام الأنترنت، وهو مجهود جدير بالتنويه، ولكن يصعب تعميمه إعلاميا.

- ويعتبرُ البعضُ أنّ مضمونَ الخبرِ في اللّغة العربية هو: "ما يحتملُ الصّدقَ أو الكذب".

تعريفُ مبسّط 1: كلمة News الإنجليزية يفكّكها البعض إلى حروفها الأربعة، ثم يفسّر كل حرف بجهة من الجهات الأربع للبوصله، حيث يمثّل كلّ حرف جهة، ولهذا قالوا: الأخبار هي الأحداث التي تقع في جميع الجهات.

N	E	W	S
North	East	West	South
شمال	شرق	غرب	جنوب

تعريف مبسط 2: "أن نخبر الناس ونعلمهم بأهم ما يدور حولهم من أحداث ووقائع.." وينبغي التركيز على (أهم)؛ فمن غير الممكن نقل جميع ما يحدث من أخبار ووقائع في العالم لجمهور وسائل الإعلام.

تعريف مبسط 3: الخبر ينقل إلينا حدثا سياسيا أو اقتصاديا أو رياضيا أو اجتماعيا بطريقة تجمع بين الإيجاز والموضوعية. للخبر وظيفة هي: نقل المعلومات. لا يُطلق الخبر أحكاما ولا يحتوي على تعليقات.

الأسئلة الستة: صاحب هذه الصيغة هو عالم الاجتماع الأمريكي (هارولد دوايت لازويل، Harold Dwight Lasswell) (1902-1978).. ولتسهيل الحفظ يُشار إلى الأسئلة الستة بالعبارة التالية: **The five wife's And the poor husband**

HOW	WHAT	WHEN	WHERE	Why	WHO
كيف	ماذا	متى	أين	لماذا	من

وأضاف البعض إليها: HOW MUCH، كم.. فالرقم له سحره في الخبر، وفي الحياة عامة.

مثال: إثر مشادة كلامية مع الضابط المسؤول عنه، فتح رجل أمن خاص نيران سلاحه الرشاش على مجموعة من زملائه، في ضواحي مدينة موسكو صباح أمس، مما أدى إلى مقتل تسعة منهم وجرح ثلاثة آخرين.

ماذا: قتل. **من:** رجل أمن خاص. **كيف:** فتح النار. **أين:** موسكو. **متى:** صباح أمس **لماذا:** مشادة كلامية **كم:** تسعة قتلى.

هذا المثال صمّمناه ليجيب عن الأسئلة السبعة من باب التوضيح فقط، أمّا في واقع الممارسة الإخبارية فليس في الإمكان دائما الإجابة عن جميع الأسئلة خاصة في الوهلة الأولى للحدث، وحتى لو توفرت جميع الإجابات، أو أغلبها، فإننا نجيب عن أهمّها في المقدمة ونترك الباقي للتفاصيل في جسم الخبر.

كتابة الخبر: يأتي الخبر على شكل جمل أو فقرات شرط ألا يتجاوز خمسة وسبعين (75) كلمة، أو أربع جمل، كلّ جملة من ستة عشر (16) إلى ثمانية عشر (18) كلمة. ويُفضّل الاختصار والمباشرة في صياغة

الخبر.. مثلا: قام الرئيس الجزائري بوضع حجر الأساس لمحطة القطارات الجديدة بولاية الوادي.. الأفضل منها: وضع الرئيس الجزائري حجر.....

بُنية الخبر: تتكوّن من العنوان والمقدّمة والجسم والخاتمة

أولاً: العناوين

العنوان هو أهمّ فكرة أو معلومة على الإطلاق في الخبر الصحفيّ، وتُصاغ بعبارة مختصرة، أي في كلمات قليلة. وهو أوّل معلومة تلتقطها العين.

ويعرّفه البعض بـ (وعاء من الكلمات يتمكن من نقل أكبر كمية ممكنة من المعلومات).

وكان العنوان في بداية الصحافة يجمع عددا كبيرا من الأخبار، لكن مع تطورها صار لكلّ خبر عنوانه الخاصّ به.

ويشبه البعض تأثير العنوان في تهيئة القارئ، ودفعه للقراءة أو المتابعة، بـ (المدفعية التي تمهّد لزحف المشاة والدروع).

كما أن عنوان الخبر هو بداية معركة الصحيفة نحو المنافسة في سوق التوزيع.

وهناك شبه إجماع، عند الدارسين والمتابعين، بأن القراء يقرؤون العناوين كلّها في الغالب، لكنهم لا يقرؤون الصحيفة كلّها.

وعنوان الخبر: هو جملة اسمية خبرها جملة فعلية، ومثاله: القوات الجزائرية تطارد عصابات التهريب في جنوبيّ البلاد.

ويُحشد للعنوان عدد كبير من المعلومات التي تبرز العنصر أو العناصر الجوهرية في الخبر، وتأتي في أشكال وقوالب مختلفة، وتلعب دورا أساسيا في البناء الفني للصحيفة، كما تجسّد شخصية المؤسسة الإعلامية. **متى يُكتَبُ العنوان:** هناك خلاف قائم بين دعاة كتابة العنوان قبل المادة الإعلامية ودعاة كتابته بعد الانتهاء من صياغة هذه المادة.

والمهم: ما دام في إمكاننا استخراج عنوان من كلّ سؤال من أسئلة الخبر السبعة، فإنّ المشكل لا يطرح في توقيت كتابة العنوان، قبل أم بعد، وإنما في كيفية كتابته، لأنّ صعوبة استخراج العنوان تكمن في ضعف الخبر.. فالخبر القويّ يفرضُ مضمونه وعنوانه.

المانشيت: هو العنوان الرئيسي أو العريض في الصفحة الأولى بالجريدة، ويحتل أكثر من نصف عرض الجريدة، وينصب عادة على أهم خبر في الصحيفة، ويكتب بأحرف كبيرة ليلفت الأنظار. ويأتي في شكل جملة اسمية خبرها جملة فعلية على أن تبدأ مقدّمة الخبر من الفعل الموجود في العنوان بصيغة المضارع حيث تقوم بتحويله إلى فعل ماضٍ، ويكون المبتدأ في العنوان هو الاسم الفاعل. وقد يأتي مع المانشيت، العنوان العريض، عنواناً معلقاً أو مفتاحاً أو تمهيدياً أو إشارة.. كما يمكن أن تُنبَعَه بعنوانٍ أو عناوين فرعيّة... مثال:

عشيّة زيارة رئيس الجمهوريّة لولاية الوادي: المجتمع المدني يطالب بعناية أكبر بالولايات الحدوديّة

- * والي الولاية: سيتم الإعلان عن بدء أشغال خط سكة الحديد الوادي، جامعة
- * سكّان بلدية دوّار الماء يشدّدون على ضرورة الاسراع بفتح المعبر الحدودي
-*
-*

مقدّمة الخبر: طالب المجتمع المدني لولاية الوادي بعناية أكبر بالولايات الحدوديّة....

ثانياً: مقدّمة الخبر الصحفي هي الفقرة التي تأتي في بداية الخبر الصحفي، وتلخص أهم ما في الخبر، أي العنصر البارز فيه، وتترك التفاصيل للجسم، وتجيب عن بعض الأسئلة الخيرية.

ثالثاً: جسم الخبر الصحفي يأتي في المرتبة الثالثة بعد العنوان والمقدّمة، ويتضمن تفاصيل الخبر الذي أشار إليه العنوان ولخصته المقدمة.

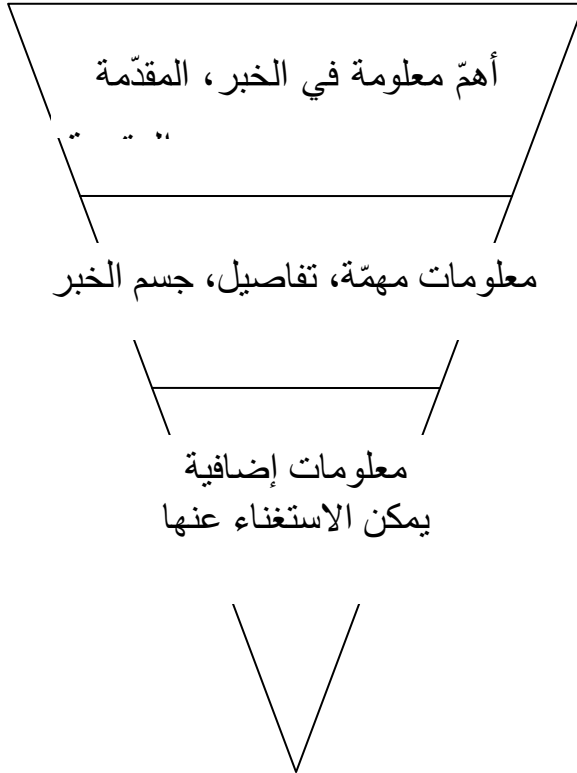
رابعاً: خاتمة الخبر وتكون في آخر جسمه، وهي في العادة تلك التفاصيل الثانوية جدا التي يمكن الاستغناء عنها دون أن يؤثر ذلك على أهمية الخبر، فوجود هذه التفاصيل قد يضيف بعض الشيء للخبر، لكن غيابها لا يؤثر على الخبر.

وتستغني بعض وسائل الإعلام عن الخاتمة، خاصة في أخبار وكالات الأنباء، وذلك لربح الوقت.

الأشكال الفنية لتحرير الخبر الصحفي:

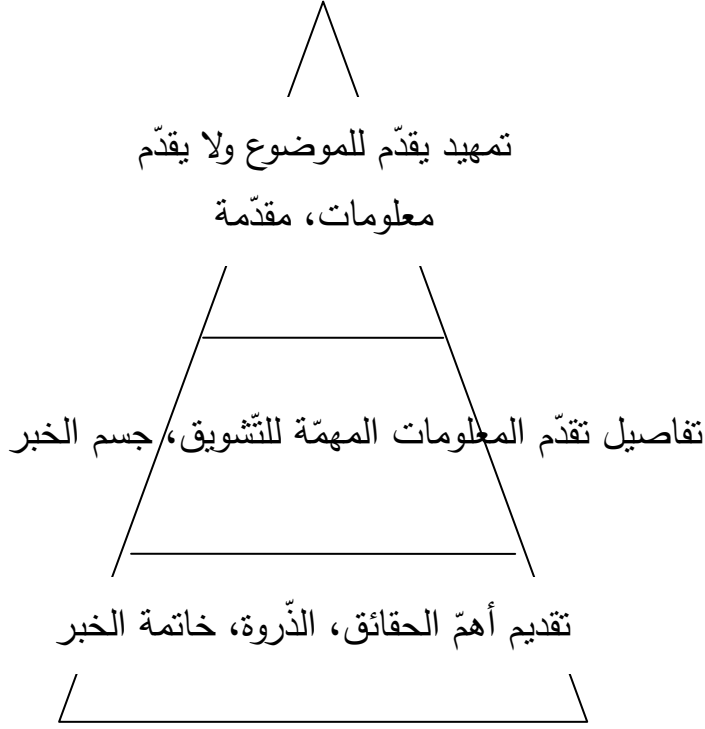
أولاً: طريقة الهرم المعكوس، المقلوب

في الهرم المقلوب تكون أول فقرة في الخبر بالغة القوة، حيث تلخص هذه الفقرة كل شيء خلافاً للأشكال الفنية الأخرى، وبمعنى آخر أن يبدأ محرر الخبر بأهم معلومة ثم ينتقل إلى المهمة ثم إلى الأقل أهمية، وهكذا حتى النهاية حيث المعلومات التي يمكن الاستغناء عنها.



ثانياً: طريقة الهرم المعتدل

تصلح هذه الطريقة عندما نريد تحرير خبر على شكل قصة، أي قصة خبرية، ويبدأ حينها من المهم إلى الأهم عكس طريقة الهرم المقلوب تماماً، وهذه الطريقة صالحة للقضايا الاجتماعية مثل الجرائم، والقصص العاطفية والإنسانية وغيرها.



التقرير الصحفي

التقرير الصحفي من أهمّ الأنواع الإخبارية، لأنّه ينقل تفاصيل الوقائع والأحداث والظروف المحيطة بها، فإذا كان الخبر مثلاً يعلن عن الواقعة أو عن نتيجتها وما استجد منها ولا يهتم بالتفاصيل؛ فإنّ التقرير يقوم بنقل تفاصيل مجريات الواقعة. ولهذا يسمّى التقرير أحياناً بالتغطية الصحفية.

أنواع التقرير الصحفي: التقرير الصحفي أنواع، منها ما يشترطُ نزولَ الصحفيّ إلى موقع الحدث لنقل تفاصيل ما جرى، ومنها ما لا يشترطُ ذلك أصلاً.

أولاً- التقرير الحيّ: يشترط هذا النوع من التقارير أن يكون الصحفي في مكان وقوع الحدث، مثل مكان انعقاد المؤتمر، أو وقوع الانفجار.. حتى يساعد القارئ على معايشة الحدث، وكأنه كان حاضراً في عين المكان، والتقرير الحيّ نوعان:

أ- التقرير الحيّ المباشر: وهو التقرير الذي يكون فيه مندوب الجريدة في مكان وقوع الحدث ويقوم بمراسلة جريدته، لتقوم بنشر المراسلة.

ب- التقرير الحي غير المباشر: وهو التقرير الذي تتحصل عليه الجريدة من وكالات الأنباء التي كانت حاضرة في مكان الحدث، عبر مراسليها، ويقوم محرر الجريدة في هذه الحالة بالتصرف في المراسلة نسبيا حتى تتناسب مع الخط الافتتاحي للجريدة.

ثانيا- تقرير إخباري: يقوم هذا النوع من التقارير على جمع كمّ من المعلومات من مختلف المصادر ثم نشرها أو بثّها في الوقت المناسب، فخلال زيارة رئيس دولة معينة إلى دولة أخرى، يحتاج الصحفي في الدول المضيفة إلى معلومات عن بلد الرئيس الضيف، فيقوم بجمعها من عدة مصادر (موسوعات، أرشيف، سفارة البلد، وزارة الخارجية، مواقع أنترنت..)، ثم يحررها على شكل تقرير وينشرها في الوقت المناسب.

ثالثا: تقرير عرض الشخصيات: هذا النوع من التقارير يعرض بعض المعلومات حول شخصية معينة صنعت الحدث، فيقدم ملخصا لسيرتها الذاتية.. فعندما يتم تعيين وزير جديد مثلا يحتاج الصحفي إلى تقديم تقرير عنه يتناول أهم منجزاته والمناصب التي تقلدها وعدد أبنائه.. مع الانتباه إلى أنّ تقرير عرض الشخصيات ليس هو البورتريه، ففي تقرير عرض الشخصيات لا تتدخل ذاتية الصحفي، بينما تكون حاضرة بقوة في كتابة البورتريه.

أشكال التقرير الصحفي: أشكال التقرير الصحفي هي نفسها أشكال تحرير الخبر، أي الهرم المعكوس، والهرم المعتدل، وأيضا الهرم المقلوب المتدرج.

فطريقة الهرم المعكوس تبدأ من النتيجة، ثم تشرح الكيفية التي وصلت إليها هذه النتيجة، والأشخاص الذين كانوا وراءها، أي التفاصيل.

وفي طريقة الهرم المعتدل يركز الصحفي على التسلسل الزمني للأحداث حتى يصل بنا إلى النتيجة. أمّا في الهرم المقلوب المتدرج، فيقوم الصحفي بتصنيف الحدث إلى موضوعات، ثم يحرر تقريره موضوعا بعد موضوع، كل موضوع يكون على طريقة الهرم المقلوب.

التحقيق الصحفي

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه.. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحا لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

فالتحقيق الصحفي يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق. والتحقيق الصحفي فنّ يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث وللأشخاص الذين اشتركوا في هذه الأحداث، وهو فنّ قد يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو الحديث الصحفي أو الرأي أو الاستفتاء أو البحث.

إضافة إلى ما سبق فالتحقيق الصحفي كثيرا ما يستعين بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم أو الكاريكاتير.

فُرُوقٌ بَيْنَ التَّحْقِيقِ الصَّحْفِيِّ وَغَيْرِهِ:

- يختلف التحقيق الصحفي عن الخبر، كون الخبر يجب على أكبر عدد من الأسئلة المعروفة (ماذا، من، متى، كيف، لماذا، أين، كم).. في حين يركّز التحقيق الصحفي غالبا على سؤال واحد هو: لماذا؟. (مع أن هناك من يرى أن التحقيق يجب أيضا على أسئلة أخرى).
- في الخبر لا تظهر شخصية المحرّر وميوله، بينما تظهر الشخصية والميول، غالبا، في التحقيق الصحفي.
- المقال الافتتاحي يجب أن يعبر عن سياسة الجريدة، بينما التحقيق الصحفي ليس مطلوبا منه التعبير عن هذه السياسة، وإن كان مطالبا بعدم التناقض معها.
- يختلف التحقيق الصحفي عن القصة الأدبية، حيث تُبنى هذه القصة على الخيال أو تلتقط جزءا من الواقع ثم تكسوه بالخيال، في حين يرسم التحقيق الصحفي صورة واقعية للحياة.

وظائفُ التَّحْقِيقِ الصَّحْفِيِّ:

- نشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- تفسير الأخبار والأحداث وشرحها والكشف عن أبعادها المختلفة.
- التصدي لقضايا المجتمع والبحث عن حلول لها.
- التسلية والإمتاع عندما يركز على الجوانب الطريفة والمسليّة.
- الإعلان بترويج سلعة أو الإشادة بمشروع، أي ما يُعرف بالتحقيقات الإعلانية.

أنواع التَّحْقِيقِ الصَّحْفِيِّ:

- 1- **تحقيق الخلفية:** وهو التحقيق الذي يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها.. إنه يبحث بالدرجة الأولى عمّا وراء الخبر.

- 2- **تحقيق الاستعلام أو التحري:** وهو الذي يلتقط مسألة من المسائل التي تهم الرأي العام، فيجمع كل التفاصيل المتعلقة بها ويعرضها على القراء ويلقي الضوء على جميع جوانبها.
- 3- **تحقيق البحث أو التحقق:** وهو شبيه بما تجريه الشرطة في كشف الجرائم الغامضة.. أي أنه تحقيق يستهدف الكشف عن المستور أو المجهول، مثل الكشف عن التلاعب في أسعار المواد الغذائية، أو الكشف عن ملفات فساد ثقيلة.
- 4- **تحقيق التوقع:** ويستهدف مساعدة القارئ في معرفة مستقبل الخبر أو الحدث، وإلى أين ستنتهي الأمور في القضية المطروحة.. مثلاً: ماذا سيحدث بعد ارتفاع الأسعار من جديد؟..
- 5- **تحقيق الهروب:** ويستهدف تلبية حاجات القارئ إلى التسلية والإمتاع، ويعرّف بالهروب لأنه يشدّ القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية ويهرب به عن اهتماماته السياسية.. ومثاله: متسلق عربي يصل إلى قمة أفريست.. يموت دون علاج وفي بيته كنز من أموال التسوّل.. الحديث عن نجوم الفنّ والمسرح والرياضة وما شابههم..

إعداد التحقيق الصحفي:

- 1- **اختيار فكرة التحقيق:** أول خطوة في الإعداد للتحقيق الصحفي هي اختيار فكرة التحقيق أو موضوعه، وتخضع هذه العملية لعدة اعتبارات، أهمها أن تكون هذه الفكرة مستوحاة من الأحداث الجارية أو مرتبطة بالقضايا التي تشغل المجتمع. وأيضاً لا بد أن تكون فكرة التحقيق الصحفي جديدة ومبتكرة وقادرة على جذب اهتمام القارئ.. ومع ذلك يمكن تناول موضوع أو فكرة سبق طرحها، شرط أن يتم تناولها من زاوية أخرى جديدة.
- 2- **جمع المادة الأولية للتحقيق:** وهي المعلومات الخلفية للموضوع، ويمكن للمحرر الحصول على هذه المعلومات من جهتين: أرشيف المعلومات بالجريدة، المكتبة.. ومن خلال التعامل مع الأرشيف والمكتبة يمكن للمحرر الحصول على التطور التاريخي للموضوع من ناحية، وعلى البيانات الأساسية له من ناحية ثانية، ويضاف إلى ذلك ما يرتبط بالموضوع من أرقام وإحصائيات.
- 3- **تنفيذ التحقيق الصحفي:** ويبدأ عندما يخطو المحرر خطواته الأولى في البحث عن المعلومات الحية عن الموضوع.. وهذه المعلومات توجد بالدرجة الأولى عند الأشخاص الذين يدور حولهم موضوع التحقيق أو يمسه من قريب أو بعيد.. ومعنى ذلك أن على المحرر اللجوء إلى إجراء العديد من المقابلات الصحفية مع عدد من الأشخاص الذين يمكنهم إضافة معلومات مهمة في الموضوع. ومن المهم أن نلاحظ أن المعلومات الحية في التحقيق الصحفي لا تؤخذ فقط من أفواه الشخصيات التي يمسه الموضوع؛ بل إن

بعض الوثائق والبيانات أو الأرقام أو التقارير التي لم يسبق نشرها وتحوي بيانات مهمة؛ يمكن أن تشكل مصدراً أكثر حيوية من الشخصيات الحية.

كتابة التحقيق الصحفي: هناك ثلاث قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهزم المعتدل.. أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاثة أجزاء: المقدمة، والجسم، والخاتمة.. وهذه القوالب الثلاثة هي:

أولاً: قالب الهزم المعتدل المبني على العرض الموضوعي، وفي هذا القالب يعرض المحرر ويشكل موضوعي القضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق من خلال مقدمة يحرص فيها على إثارة اهتمام القراء أو التركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق، في حين يعرض جسم التحقيق بقية زوايا الموضوع، وتتولى الخاتمة تقديم خلاصة ما انتهى إليه المحرر من آراء أو تصورات أو حلول للقضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق الصحفي.

ثانياً: قالب الهزم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي، وفي هذا القالب يصف المحرر في مقدمة التحقيق صورة عامة سريعة للحدث، أو يصف جزءاً بارزاً منه.. بينما يترك الوصف التفصيلي للحدث ليُكتب في جسم التحقيق الصحفي.. أما الخاتمة فهي عبارة عن عملية ربط بين التفاصيل المتناثرة لصورة الحدث بحيث تقدم لنا في النهاية تلك الصورة المتكاملة له، أو تقتصر على الانطباعات الأخيرة للمحرر عن هذا الحدث. ويصلح هذا القالب لكتابة التحقيقات التي تدور حول الرحلات، أو المسابقات الرياضية أو المناقشات البرلمانية أو الاحتفالات والمهرجانات أو الاجتماعات والندوات الانتخابية.

ثالثاً: قالب الهزم المعتدل المبني على السرد القصصي، وفي هذا القالب يلجأ المحرر إلى كتابة التحقيق الصحفي في شكل قصة يسردها كما تُسرد القصص الأدبية.. وهذا القالب وإن تماثل في بنائه الفني مع القصص الأدبية، أي له بداية وعقدة ونهاية، إلا أنه يختلف عنها في كونه يقوم على الوقائع الحقيقية وليس على الوقائع الخيالية كما هو الشأن في القصص الأدبية. ويُستخدم هذا القالب في التحقيقات الصحفية التي تتناول الموضوعات الإنسانية كمصرع عروس ليلة زفافها، والحوادث مثل سقوط طائرة أو غرق باخرة.. وكذا التحقيقات التي تدور حول بعض الجرائم.

شروط يجب مراعاتها في التحقيق الصحفي:

1- الحرص على الاحتفاظ باهتمام القارئ حتى نهاية التحقيق عن طريق إثارة غريزة حب الاستطلاع عنده.

2- إثراء التّحقيق بحصيلة المحرّر التّقافية وقراءاته وتجاربه وخبراته في الحياة، والمعلومات التي يحصل عليها حول الموضوع.

3- الحرص على الأسلوب المميّز الخاصّ بالمحرّر على أن يلتزم بـ: استخدام الألفاظ المألوفة، الابتعاد قدر الإمكان عن المصطلحات والألفاظ العلمية الصعبة، الحذر من الانزلاق إلى العامية المبتذلة، الاختيار الدقيق للألفاظ والعبارات الموجزة، الاقتصاد في الكتابة مع البعد عن الحشو والإسهاب، الحرص على التزام الموضوعية في نقل الآراء والاتجاهات.

4- الاهتمام بالصّور التي تصاحب التّحقيق الصّحفيّ، ولا بد لها أن تضيف معلومات أو حقائق جديدة إلى الموضوع. وأحيانا تكون الصّور هي اللّاعب الأوّل في التّحقيق، ثمّ يلعبُ الكلامُ الدورَ الثّاني.

الرّوبورتاج (الاستطلاع)

الرّوبورتاج لغويا هو كلمة اشتقت من الفعل الإنجليزي Report وتعني نقل الشيء من مكان إلى آخر. وهو فنّ صحفي يقوم على تصوير الواقع ونقله إلى الجمهور، ويصفه بعض الباحثين بأنه: (تصوير بالكلمات، تتحول معه الكلمة أو الجملة إلى كاميرا)..

وهذا يعني أن يتمتّع الصحفي، الذي يكتب الرّوبورتاج، بمقدرة على الوصف والسرد، فلا يقول مثلا: في مدينة الوادي أشجار عالية جدا.. إنما يقتضي هذا النوع من الكتابة الصحفية أن يقول المحرّر: وأشجار النخيل في الوادي تتسابق في الوصول إلى السماء.

ويستحسن في الرّوبورتاج أن تكون الجمل حية، مليئة بالصّور، وأحيانا ذات نَفَس شاعري، وعلى هذا الأساس يربط كثير من المختصين في فنيات التحرير بين كتابة الرّوبورتاج والكتابة الأدبية.. لكن الأصل أن اشترك الرّوبورتاج مع القصة والشعر والرواية في بعض الخصائص، لا يؤثر على وظيفته الأساسية وهي نقل الوقائع بطريقة وصفية، فهو يعتمد أسلوبا يمزج بين الأدب والصحافة، ومن هذا الامتزاج يولد أسلوب الرّوبورتاج الخاص والتميز في إعادة تقييم الحقائق والغوص في أعماق الناس.

وخلال إنجاز استطلاع (رّوبورتاج) صحفي لا بد على المحرّر أن ينزل إلى الميدان، وإلى عين المكان، فمن غير المنطقي أن نصف شيئا لم نره، وعلى هذا الأساس يجب على الصحفي خلال عملية جمع المعلومات أن يوظّف كل حواسه من الشم إلى النظر إلى الشعور إلى اللمس إلى الذوق.

فالصحفي في حاجة إلى حاسة الشم لنقل معلومة للقراء عن الرائحة الجميلة التي تنبعث من حديقة، أو الرائحة الكريهة التي تنبعث من أرجاء المدينة بسبب إهمال المواطنين والمسؤولين.

ويحتاج للذوق ليخبر الجمهور عن لذة الطعام أو الأكلات المشهورة في منطقة معينة، ويعتمد على البصر، بكل تأكيد، ليصور ما يشاهده من نشاط أو تكاسل، ويصور الأمكنة والناس والطبيعة وغيرها. ويحتاج الصحفي إلى السمع لينقل للجمهور الأصوات التي تنبعث من الصحراء ليلاً، أو الصوت الذي يحدث مع تدفق المياه، ودوي القنابل وغيرها.

ونوظف شعورنا أيضاً لنشرح وضعية الخوف التي فرضها وضع معين، أو حالة الفرح الناجمة عن فوز أو انتصار وما إلى ذلك.

ويحتاج الصحفي لحاسة سادسة ليصف بها أعماق الناس، من جود وكرم، أو حالة تحفظ، وحالتهم النفسية وغيرها.

وعندما نشرع في جمع المادة الأولية للاستطلاع، فإننا نحتاج إلى الأشخاص لتزويدنا بالمعلومات، ونحتاج إلى معاينة الأمكنة لوصفها، ونحتاج إلى بعض المراجع لتزويد الموضوع بمعلومات وأرقام مهمة، ومع ذلك نحذر أن تغطي هذه المواد واللقاءات على الروبورتاج، وإلا تحوّل إلى تحقيق أو تقرير إخباري.

أنواع الروبورتاج: هناك عدّة تصنيفات يُقسّم على أساسها هذا الفنّ الصحفيّ..

التصنيف الأول: روبورتاج مباشر وغير مباشر

1- **روبورتاج مباشر:** وهو الذي يقوم به صحفي الجريدة مباشرة عبر نزوله للميدان، ثم تقوم الجريدة بنشره.

2- **روبورتاج غير مباشر:** وهو الذي تنتجه مؤسسة إعلامية أخرى أو وكالة أنباء، حيث يقوم صحفي من تلك المؤسسة أو الوكالة بالنزول إلى الميدان، ثم تشتري الجريدة الروبورتاج وتقوم بنشره.

التصنيف الثاني: روبورتاج يرتبط بالحدث وآخر يرتبط بالموضوع

1- **روبورتاج يرتبط بالحدث:** وهو الآني، حيث يقوم الصحفي بإعداد روبورتاج حول مؤتمر صحفي أو مسيرة سياسية أو مظاهرات عمالية أو زيارة ميدانية لرئيس الحكومة، على أن يكون الموضوع مرتكزاً على النقل والوصف، ويختلف هذا النوع مع التقرير الصحفي الحي؛ ففي التقرير يسرد الصحفي وقائع الزيارة أو الندوة الصحفية، وقد يصف في بعض الأحيان إلا أنّ الوصف ليس همّه الأساسي، بينما يظلّ الوصف في الروبورتاج قضية أساسية.

2- **روبورتاج يرتبط بالموضوع:** وهو أشهر أنواع الروبورتاجات، وهو غير آني في العادة، مثل ذلك الذي يدور حول مواضيع الطفولة، والبيئة، وحوادث المرور، والمدن والقرى، والمناطق السياحية وغيرها.

التصنيف الثالث: حسب طبيعة الموضوع

ونجد في هذا التصنيف عدة أنواع للروبورتاج منها: الروبورتاج السياسي، والاجتماعي، والثقافي والسياحي والقضائي والرياضي والحربي.

أساليب الروبورتاج: يظل هذا الفن التحريري خاضعا لأسلوب كل صحفي وقدراته لأنه نوع إبداعي، ومع ذلك تبلورت بعض الأساليب العامة، غير الملزمة، منها:

- 1- **الأسلوب السردى:** والذي يعرف أيضا في كتابة القصة والرواية، حيث يقوم الصحفي بصياغة الروبورتاج متتبعا التسلسل الحدتي، فهو يورد الأحداث والحقائق وفق تسلسلها الزمني، أو تطورها، وهذا هو الأسلوب الأكثر انتشارا واستخداما من قبل الصحفيين، كما أنه الأكثر سهولة والأسرع إعدادا.
- 2- **أسلوب لبّ الموضوع:** وقوامه طرح لبّ الموضوع في المقدمة ومن ثم الانتقال إلى التعامل مع الحقائق الأخرى في محاولة لإضاءة الجوانب المختلفة للموضوع، وهذا يتطلب مهارة صحفية رفيعة.
- 3- **أسلوب التفاصيل المبعثرة:** فحواه تقول إننا ربما نظرنا إلى مشهد أو لوحة فنية، فوجدنا هناك ألوانا وأشكالا مبعثرة بغير انتظام وغير جميلة وهي فرادى، لكن اللوحة أو المشهد بكامله يترك انطباعا جميلا. في هذا الأسلوب إذن تبدو الحقائق والأوصاف والاستعارات الجمالية غير مترابطة، لكنها في الواقع تعبر بمجملها عن علاقات منطقية تشير سلبا أو إيجابا إلى حقائق وأحكام حول أحداث وشخصيات الواقع المعالج.

بنية الروبورتاج:

يتكون الروبورتاج كغيره من الأنواع الصحفية من عنوان ومقدمة وجسم وخاتمة، ومع أن هذا النوع الصحفي هو عمل إبداعي يتعلق بقدرات الصحفي؛ فإن هناك بعض المعايير التي ينبغي مراعاتها:

- 1- **العنوان:** يتشكل من عنوانين: عنوان إشارة وعنوان رئيسي، ويجب أن تكون العناوين في الروبورتاج وصفية تعبر بصدق وشفافية عن المضمون.

مثال: جانبيت: لؤلؤة الجنوب المنسية. التخيل: ثروة وادي ريغ الأولى. الانتحار: مقصلة العصر الزهية.

- 2- **المقدمة:** وتخضع مقدمة الروبورتاج أيضا لإبداع الصحفي، ومع ذلك يمكن وصف أهم المقدمات الصالحة للروبورتاج، ومنها:

مقدمة تمهيدية: يقوم الصحفي بالتمهيد لموضوع الروبورتاج بأي طريقة يراها مناسبة.

مقدمة تحديد المكان: يحدد من خلالها الصحفي مكان الروبورتاج، مثل موقع مدينة أثرية.

مقدمة تحديد الموضوع: حيث يحدّد الصحفي موضوع الروبورتاج، مثل الانتحار أو الإجهاض، أو التشرد،

أو ظاهرة عودة المتقاعدين لمقاعد الدراسة، أو انتشار مطاعم عابر السبيل في رمضان.

3- **الجسم والخاتمة.** وهما مجال خصب لإبداعات الصحفي، وطرائقه المختلفة في شدّ القارئ إلى التفاصيل حتى النهاية، حيث الخاتمة والانطباع أو الأثر القوي الذي سينقله المحرر إلى عقل وقلب القارئ.

المقال، العمود / الصحافي

تعريفه: المقال الصحافي هو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتّابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويقوم المقال الصحافي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

وهذا التعريف هو تعبير عن الشكل الشائع في الصحافة عن المقال الصحافي، حيث تعبر المقالات الصحفية عن سياسة الجريدة، كما هو الشأن في المقال الافتتاحي أو تعبر عن آراء كبار كتّابها كما هو الشأن في العمود الصحافي أو المقال التحليلي.. إلا أن هناك جانبا آخر من المقالات الصحفية قد يعبر عن رأي الكتّاب والمفكرين الذين لا يعملون في الصحيفة ولا يشترط أن يكتب هؤلاء ما يؤيد سياسة الصحيفة، بل كثيرا ما تنشر لهم الصحف مقالات تخالف سياساتها وذلك عملا بحرية الرأي وخاصة في المجتمعات الديمقراطية.

كذلك فإن المقال الصحافي لا يقتصر على شرح الأحداث الجارية وتفسيرها والتعليق عليها، بل إن الكاتب يطرح أحيانا أفكارا جديدة أو تصورات مبتكرة أو رؤاه الخاصة التي يمكنها تشكيل قضية تشغل الرأي العام، خاصة إذا كان الكاتب مشهورا أو صاحب فكر أو يميل إلى تيار سياسي أو فكري أو ديني معين، أو يتبوأ مناصبا سياسيا أو ثقافيا أو علميا.

وظائف المقال الصحافي:

- 1- الإعلام، وذلك بتقديم المعلومات والأفكار الجديدة عن الأحداث أو القضايا أو المشاكل التي تشغل الرأي العام.
- 2- شرح وتفسير الأخبار اليومية الجارية والتعليق عليها بما يوضح أبعادها أو جوانبها المختلفة.
- 3- التنقيف.. وذلك عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.
- 4- الدعاية السياسية، وذلك بنشر سياسة الحكومات والأحزاب ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع.
- 5- الدعاية الأيديولوجية، وذلك عن طريق نشر الأفكار والفلسفات والدفاع عنها ضد خصومها أو منافسيها.

- 6- تعبئة الجماهير، وذلك لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو المساهمة في التنمية الوطنية.
- 7- تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير على اتجاهاته سواء بالسلب أو الإيجاب.
- 8- التسلية والإمتاع وهو الأمر الذي تحققه المقالات الترفيهية أو الساخرة أو المقالات المسلية أو الظرفية.

لغة المقال الصحفي:

المقال الصحفي يختلف عن المقال الأدبي أو العلمي، فالمقال الأدبي هو الذي يعبر عن عواطف كاتبه وتجربته الذاتية ومشاعره الوجدانية تجاه موقف خاص أو موقف عام. أما المقال العلمي فهو أداة العالم لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية.

والمقال الصحفي هو وَسَطٌ بين الاثنين.. ففيه شيء من ذاتية الكاتب الأدبي.. وفيه شيء من موضوعية العالم..

لذلك فإن لغة المقال الصحفي هي لغة الحياة العامة.. أي لغة المواطن العادي، فهي لغة يفهمها جميع القراء تقريباً، مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية أو الثقافية أو الاجتماعية..

ولا يعني هذا أن تكون اللغة عامية.. لكنها لغة عربية فصحى سهلة غير لغة العصر الجاهلي أو الإسلامي أو الأموي... أي فصحى عصر الصحافة..

أنواع المقال الصحفي: للمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت في التطور حتى صار كل منها يشكل فناً صحفياً مستقلاً بذاته وهي: المقال الافتتاحي، العمود الصحفي، المقال النقدي، المقال التحليلي.

الحديث الصحفي / المقابلة

الحديث الصحفي (Interview) فنّ يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو يشرح وجهة نظر معينة، أو يصور جوانب غريبة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد، وهو الشكل الغالب، وقد يجري مع عدة أشخاص. كما يُجري الحديث الصحفي محرر أو صحفي واحد، وهو الغالب، وقد يجريه عدة محررين أو صحفيين أو مراسلين كما هو الشأن في المؤتمرات الصحفية.

ومع أن الحديث الصحفي فنّ قائم بذاته؛ فلا مانع من أن يكون أداة للحصول على خبر صحفي، أو أن يكون جزءاً من تحقيق صحفي، ومن المعلوم لدى الممارسين للعمل الصحفي أن قسماً كبيراً من الأخبار يتم الحصول عليه من المصادر عبر الأحاديث والمقابلات الصحفية.

وينبغي فقط الانتباه إلى الفرق بين إجراء مقابلة من أجل الحصول على خبر، وبين إجراء مقابلة للحصول على حديث صحفي يتم نشره لاحقاً.

مثال: الحصول على خبر عن قانون الإسكان الجديد من وزير السكن والعمران يختلف عن إجراء حديث صحفي مع الوزير ذاته عن القانون الجديد؛ فالخبر يستهدف بالدرجة الأولى الإجابة عن سؤال: ما هو قانون الإسكان الجديد؟ بينما يستهدف الحديث الصحفي الإجابة عن سؤال: لماذا هذا القانون الجديد للإسكان؟..

تسمية وتعريف الحديث الصحفي: اختلفت التسميات التي يستخدمها المختصون في فنيات التحرير ورجال الإعلام للحديث الصحفي، ومنها: المقابلة الصحفية، الحوار الصحفي، اللقاء الصحفي، الاستجواب الصحفي..

ورغم اختلاف التسميات فإن الدلالة والتعريف واحد وهو: (استضافة شخصية من الشخصيات وطرح مجموعة من الأسئلة عليها بهدف الحصول على أجوبة محددة).

الفرق بين المقابلة والتصريح: هناك فرق بين المقابلة الصحفية التي ينبغي الإعداد لها وتحضير الأسئلة المناسبة لها، وبين التصريح الذي تدلي به الشخصيات المختلفة في مواقع ومناسبات متعددة. فالتصريح الصحفي يقوم على سؤال أو سؤالين يوجههما الصحفي لشخصية معينة، ويصلح التصريح لصياغة خبر صحفي، بينما المقابلة هي ذلك النوع الصحفي القائم بذاته، والذي يقوم على طرح العديد من الأسئلة المعدّة سلفاً، إضافة إلى بعض الأسئلة التي تتولد أثناء المقابلة.

أهداف الحديث الصحفي: - جمع معلومات - الحصول على وجهة نظر معينة بخصوص موضوع معين - الحصول على أخبار جديدة - الحصول على معلومات شخصية تتعلق بالشخص المستجوب - جمع الحقائق حول موضوع يشغل الرأي العام - الحصول على تصريحات لبناء قصة خبرية - إضفاء مميزات خاصة على قصة أو تقرير خبري - التأكد من معلومات نعرفها من قبل - لكي يثبت الصحفي أنه كان في مكان الحدث.

الشخصيات الجديرة بالمقابلة الصحفية: - شخصيات لها وظائف مهمة - المشاهير - المجرمون - المدانون - أصحاب العلاقة مثل زوجة رئيس راحل أو صديقه.. - شهود العيان - أصحاب الأحداث والقضايا مثل الذي نجا من حادث طائرة أو كان ضحية إجرام، أو حصل على جائزة شهيرة.. - صنّاع الأحداث مثل المضرب عن الطعام ومختطف طائرة ومؤلف كتاب..

الإعداد للمقابلة: - اختيار موضوع المقابلة - القراءة الجيدة حول موضوع المقابلة - اختيار الشخصية التي تحاورها - معرفة الشخصية - الاتصال بالشخصية - ضبط موعد ومكان المقابلة - تحضير الأسئلة.

الأسئلة في المقابلة الصحفية:

- 1- أسئلة إخبارية: ونريد بواسطتها الحصول على خبر مثل: متى تعقدون مؤتمر الحزب؟.. متى توزعون السكنات الجديدة؟ هل أنت مصمّم على الترشّح للانتخابات الرئاسية القادمة؟
- 2- أسئلة معلوماتية: وتهدف إلى الحصول على معلومات حول قضية أو موضوع معين، مثل: ذكرت بعض الصحف أن خلافا نشب بينكم خلال الاجتماع الأخير حول مسألة الهوية، كيف استطعتم تجاوز هذا الخلاف؟
- 3- أسئلة رأي: والهدف منها الحصول على رأي الشخصية أو رأي حزبيها أو مؤسستها، مثل: ما موقف حزبك من الحملة الحكومية الأخيرة على الفساد؟
- 4- أسئلة شخصية: مثل سنّ المستجوب، دخله، عدد أبنائه وبناته، هل تزوج مبكرا أم متأخرا..

إدارة المقابلة الصحفية:

- 1- لا تصل متأخرا عن الموعد.. 2- وقرّ جوا من الراحة للشخصية.. 3- تأكّد من فعالية جهاز التسجيل.. 4- راقب الوقت بدون أن تلفت النظر.. 5- لا تعبّر عن اشمئزك عند خروج الشخصية عن الموضوع.. 6- تفاعل مع الحديث وابتسم من حين لآخر..

تحرير المقابلة الصحفية: هناك طريقتان لتحرير المقابلة الصحفية هما:

- 1- في شكل تقرير: ونلجأ إلى هذه الطريقة عندما لا تكون إجابات المستجوب طويلة، ولا يقدم فيها معلومات مستفيضة، ونحررها على طريقة: قال المسؤول الفلاني في مقابلة أجرتها معه الجريدة يوم أمس.. وأكدّ.. ونفي.. وفيما يخص كذا فقد أشار..

2- في شكل سؤال وجواب: وهي الأشهر في تحرير المقابلات الصحفية، وفي هذه الحالة تكون الأجوبة وافية وكافية من حيث المعلومات والتحليلات.

البُورترية / Profile / Portrait

تُجمَعُ أغلب القواميس الإعلامية على ترجمة كلمة portrait الإنجليزية بـ "الصورة القلمية" أو "صورة مرسومة لشخص تظهر وجهه عادة"، في حين تترجم الكلمة الفرنسية نفسها إلى: "صورة شخص أو وصف". وإذا كان الروبورتاج نوعاً إعلامياً قائماً بحد ذاته فإن هناك من يعرف الصورة القلمية بـ "روبورتاج حول شخصية معينة يتضمن العناصر الخاصة والذاتية التي تحمل انطباعاتاً عامة ومغزى معيناً وإحساساً ما". ويعرف هذا الفن أيضاً بـ البروفائل، وكلمة Profile بالإنجليزية نجدتها بالمعاني التالية: الصورة الجانبية، المظهر الخارجي، لمحة عن حياة شخص.. ويعرف البروفائل بـ "دراما مصغرة ومزيج من الوصف من خلال الكلمات والأحاديث التي تدلي بها الشخصية ولا بد أن يتضمن عدة عناصر حتى يجذب انتباه القارئ". وهذه العناصر هي: - الخلفية الشخصية: النشأة والطفولة والتعليم والوظيفة - النواذر في حياة الشخصية - استخدام الأخبار وتدعيم الحديث - اقتباسات تدعم جوانب الشخصية - التعليقات التي يعرفها الصحفي عن المتحدث.

نصائح وتقنيات لكتابة صحفية أكثر سلامة ودقة

- وضع اليد على الحقائق الجوهرية قبل أن تنتسب التفاصيل بالصحفي المحرر، لأن القارئ يبحث عن النتيجة والخلاصة، لا عن التفاصيل الباردة. والقارئ ليس مدقق حسابات فيكفي القول مثلاً: أكثر من أربعين مليون.. نحو أربعين مليوناً...
- بعد التركيز على الحقائق الجوهرية يتخير الصحفي الألفاظ الأكثر دقة ووضوحاً.
- تجنّب الكتابة بما نتكلم به، وبعبارة أوضح: لا تكتب كما تتكلم.
- التلخيص والاختصار، والمفتاح: حسن الفهم والاستيعاب والقدرة على استخلاص الأفكار وجمع الحقائق.

- في التّراجم والسّير ينبغي تلخيص أهمّ معالم السّيرة في بضعة أسطر، ثمّ سرد باقي التّفصيل لمن يريد التّوسع.
- العنوان هو مفتاح النّص، ومن واجبه أن يكون دالاً عليه مبرزاً لأهمّ مضامينه.
- بلاغة الخبر، حيث إنّ الأخبار المجرّدة، بسيطة كانت أو مركّبة، هي أوّل ما يتعلّق به القارئ، وهكذا فهي أحوج ما تكون إلى الإيجاز والوضوح.
- ومما ينبغي أن يُراعَى في بلاغة الخبر خفّة الألفاظ ورشاققتها، ومن النّقل الذي ينبغي تجنّبه كلمات مثل: ضغوطات، فحوصات، رسومات، حيث تكفي: ضغوط، فحوص، رسوم.
- تجنّب أسباب الحشو وهي: غياب ثقافة النّقد والتّقويم، والرّغبة في سرعة الإنجاز وإيثار الكمّ على الكيف.
- الانتصار في معركة المبني للمجهول، بحيث يحاور المحرّر تجنّبه ما استطاع إلى ذلك سبيلاً.

مراجع المذكرة

- فنّ الكتابة الصحفيّة، دكتور فاروق أبو زيد، دار الشّروق، جدّة، المملكة العربيّة السّعودية، الطّبعة الثّالثة، 1410هـ - 1990م.
- الصّحافة الإسلاميّة ودورها في الدّعوة، فؤاد توفيق العاني، مؤسّسة الرّسالة، بيروت، الطّبعة الأولى، 1414هـ، 1993م.
- معجم مصطلحات الإعلام، الدّكتور أحمد زكي بدوي، دار الكتاب المصريّ، القاهرة، الطّبعة الثّانية، 1414هـ - 1994م.
- الصّحافة والصحفيّ المعاصر، الدّكتور محمّد الدروبي، المؤسّسة العربيّة للدراسات والنّشر، بيروت، لبنان، 1995.
- إقترابات نظريّة من الأنواع الصحفيّة، الدّكتور نصر الدّين لعياضي، ديوان المطبوعات الجامعيّة، الجزائر، 1999.
- الخبر، الدّكتور عبد العالي رزّاق، دار هومه، الجزائر، 2004.
- الصحفيّ النّاجح، الدّكتور محمّد لعقاب، دار هومه، الجزائر، 2004.
- اللّغة الإعلاميّة، المفاهيم - الأسس - التّطبيقات، الدّكتور سامي الشّريف والدّكتور أيمن منصور ندا، جامعة القاهرة، 2004.

- التّقارير الإعلاميّة، عبد العالی رزّاقی، دار الصّباح الجدید، الجزائر، 2008
- المورد، قاموس إنجلیزی عربی، منیر البعلبکی، دار العلم للملایین، بیروت، لبنان، الطبعة السّابعة والثلاثون، 2003.
- الطّریق إلى الصّحافة، أساسیات فی الصّحافة المطبوعة والمرئیة والمسموعة والإلکترونیة، ترجمة حسین شاویش، مؤسّسة الإعلام عبر التّعاون مع MICT، برلین، ألمانيا، 2012.
- الإیجاز فی الكتابة الصّحفیة، إعداد سیّد احریمو، معهد الجزيرة للإعلام، 2020.

والله وليّ التّوفیق...

أستاذ المقياس: الطّاهر اعمارة الأدغم

البرید الإلکترونی: tahiramara@gmail.com

حساب الفیس بوك: الطّاهر بن اعمارة الأدغم

جامعة الوادي: 08 ربيع الأوّل 1443 هـ / 15 أكتوبر 2021 م