

# الخبر الصحفى

News reporting

---

المحاضرة زينب العيسى

كلية الإعلام - قسم الصحافة

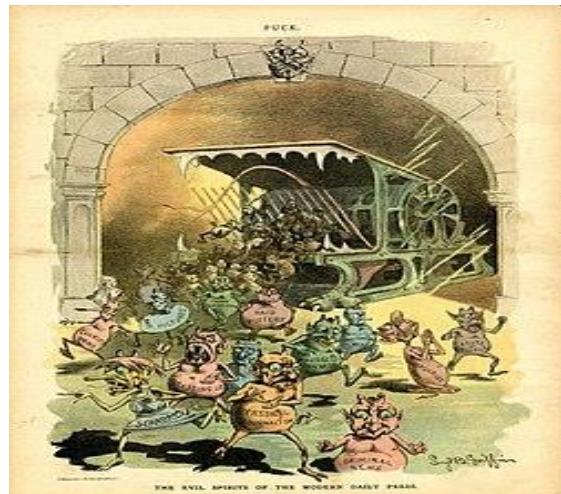


- المخرجات المتوقعة من الدرس
- المقدمة
- الخبر الصحفي .
- أنواع وعناصر ومكونات الخبر الصحفي.
- كيف يتم صناعة الخبر الصحفي.
- أهمية الخبر الصحفي.

## المخرجات المتوقعة من الدرس

- بعد إتمام هذا المقرر يتوقع من الطالب أن يكون قادرًا:
  - ١- التعرف على الخبر الصحفي وأنواعه ومكوناته.
  - ٢- القدرة على صياغة الخبر الصحفي.
  - ٣- معرفة أهمية الخبر الصحفي.

منذ بداية تكوين الإنسان ووجوده على هذه الأرض وهو لديه طباع حب الاستطلاع ومعرفة كل ما يدور حوله وهذا أهم ما ساعد على تطوره. فالإنسان بطبيعة فضولًا ولا يستطيع تجاهل ما يحدث حوله، ومن هنا نرى أن هذه هي بداية نشأة تناقل الأخبار، فمنذ بدأ الإنسان تعلم الكلام أصبح ينقل كل ما يراه ويسمعه للآخرين ويسرد لهم كافة الأحداث التي رأها بأسلوبه الخاص وما كان من الإنسان الذي خلق ذو طباع اجتماعية إلا أن يحب التحدث للآخرين والاستماع لهم وما يحملون من قصص ويسمعوا آرائهم ويعبر عن رأيه وأماله وطموحاته.

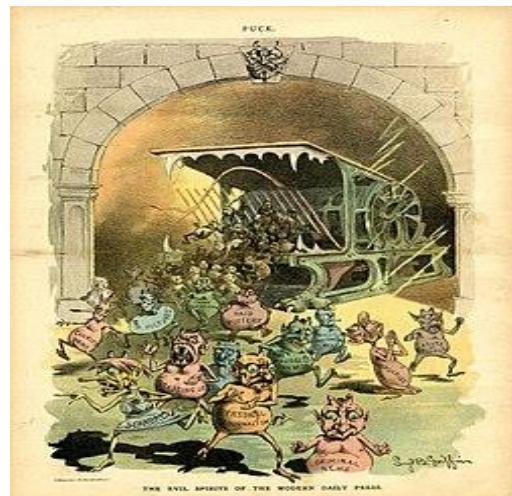


إذاً يتضح لدينا أن تناقل الأخبار قديمة قدم الزمن وظلت الأخبار تتطور حتى وصلت إلى تسمية «الصحافة» وهي التي تنقل الأخبار والأحداث لكافة الناس وتوضيح ما يجري في الواقع لكي يكون الناس على إطلاع مستمر بالمحيط الذي يعيشون فيه . وقد اكتسبت الصحافة أهمية كبرى في العالم الحديث حيث سميت بالسلطة الرابعة أي أنها من أهم السلطات في أي دولة بعد السلطة التشريعية والقضائية والتنفيذية .



إذاً الصحافة تلعب دوراً هاماً في توصيل الأفكار للعامة من الشعوب وإمكانية أن يأسروا مشاعر الناس ببعض الأخبار التي يتم صياغتها بطرق فنية تسرق مشاعرهم. وفي ظل التطور الحديث الذي لاقته الصحافة من التحدث ونقل الأخبار بطريقة شفهية من شخص لأخر إلى الوصول للناس في أي مكان وزمان فهناك الراديو والتلفاز ووسائل كثيرة أخرى تقوم بنقل الأخبار حتى أن الخبر أصبح ينتشر بسرعة كالنار في الهشيم لا يتوقف منذ لحظة نشره وهنا الكثير من الدلائل على أن الصحافة هي التي تلعب أدواراً مهمة في حياة الناس في هذا القرن.

امتد تاريخ الصحافة أو تطور جمع ونقل الأخبار ليشمل نمو التكنولوجيا والتجارة، والذي يتسم بظهور تقنيات متخصصة لجمع المعلومات ونشرها على أساس منظم، وهو الأمر الذي تسبب، كما يقول تاريخ الصحافة، في الزيادة المطردة «لنطاق الأخبار المتاحة لنا، والسرعة التي تنقل بها الأخبار». وكانت الصحف دائمًا الوسيلة الرئيسية للصحفيين منذ عام ١٧٠٠، ثم أضيفت المجلات في القرن الثامن عشر، والإذاعة والتلفزيون في القرن العشرين، والإنترنت في القرن الحادي والعشرين.



لم يعد الخبر الصحفى مجرد وصف اعتيادى لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها الخاصة، وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلاتها فيها عوامل عددة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها إلى الجمهور. إن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية وهكذا نجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية تركت أثراً هاماً واضحاً في العملية الإخبارية.

وقد شهد النصف الثاني من القرن الماضي ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابه الأخبار وتغيرت النظرة إلى الخبر تعريفاً ومفهوماً وأصبحت عملية إعداده صناعة متقدمة ومعقده تجاوزت الوصف الاعتيادي للأحداث الجارية لتصبح عملية دقيقة لها وسائل وأساليبها وفلسفتها الخاصة. وكثيراً ما كنا نقرأ في كتب الصحافة تعريفات للخبر تقاد تلقياً في مفهوم عام وهو أن الخبر وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام. ومضت عقود طويلة ظل فيها هذا المفهوم العام راسخاً في أذهان كتاب الخبر والمحررين والمراسلين الذين وجدوا إن مهمتهم الصحفية تقوم على إطلاع القراء وتنويرهم بما يجري من أحداث..



# تعريفات الخبر الصحفى

- عرف نور ثكليف الخبر ونشره عام ١٨٦٥ بأنه الإثارة والخروج عن المأثور. فعندما يعرض الكلب رجلاً فهذا ليس خبر ولكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر
- ويرى نيل ماكنيل الذي عمل مساعد رئيس التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز أن الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة
- وعرف جيرالد جونسون الخبر بأنه وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفى نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر.
- ويرى فرايزر بوند إن الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان والخبر الجيد هو الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء يعتبر خبراً مهماً.

# تعريفات الخبر الصحفى

- أما عبد اللطيف حمزه فقد عرف الخبر بأنه الجديد الذي يتلهف القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة وعرف د. عبد الستار جواد الخبر بأنه شيء لا نعرفه من قبل، شيء نسيته أو أنه لم تفهمه.
- وعرفه ماكد وجل بأنه/ تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي.
- كما عرفه فارنس فاليز بأنه/ ذلك النوع الصحفى الذى يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداث معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة وينبغي أن يكون واقعياً ومتزماً ومقنعاً.



## تعريفات الخبر الصحفى

- وعرفه جلال الدين الحمامصي بأنه/ كل خبر يرى بأنه جدير بان يجمع ويطبع وينشر على الناس.
- ويرى أديب خضور أن الخبر هو نوع صحف مستقل يقدم وقائع دقيقة ومتوازنة وجديدة عن حدث يهم المجتمع.
- الخبر تقرير عن حدث لم يكن معروفا عند الناس من قبل جمع بدقة من مصادر موثوقة بصحتها على أن يقوم بكتابته محررون متخصصون في العمل الصحفى.



## تعريفات الخبر الصحفي



فالخبر ليس هو الحدث وإنما نقل الحدث. ولا ينحصر ذلك بحدث معين أو بموضوع معين، وهذا ما يتضح عندما نتعرّف على منشأ المصطلح الإنجليزي الم اردد لكلمة "خبر"، وهو "News"، والذي يتمثّل في رموز الاتجاهات الأربعة:

N= North(الشمال)

E= East(الشرق)

W= West(الغرب)

S= South(الجنوب)

## الأسئلة الستة للخبر الصحفى

لكي يكون الخبر الصحفى مفيداً، فإنه لابد و أن يجيب على ٦ أسئلة وهي:



- ١- من؟ الجهة أو الجهات ذات الدور الرئيس في الحدث
- ٢- متى؟ زمان وقوع الحدث
- ٣- أين؟ مكان وقوع الحدث
- ٤- ماذا؟ وصف الحدث
- ٥- كيف؟ تفاصيل الحدث
- ٦- لماذا؟ وهي خلفيات الحدث.

## الأسئلة الستة للخبر الصحفى

و هذه الأسئلة هي مرتكز الصياغة الخبرية، حيث يترتب على ترتيب تلك الأسئلة صياغة الخبر فيما أن يصنع ذلك الترتيب خبراً مشوقاً ، أو أن يكون خبراً عابراً أو خبراً ميتاً.



## صفات الخبر الصحفى (القيم الإخبارية وعناصرها)

هناك عدة معايير أو خصائص تحدد قيمة الخبر الصحفى ، وتلعب دورا هاما في تقويم الأخبار والحكم عليها ، ويمكن تحديد هذه العناصر فيما يلى :

### ١- الفورية ، أو الحالية:

بمعنى أن يكون الخبر طازجا وجديدا ومجاريا للأحداث ، فالأخبار مادة سريعة التلف، وإذا لم تتوافر كل هذه الصفات في الخبر الصحفى يصبح اعتياديا ولا يحمل معنى الخبر ، وأحدث الأخبار وآخرها أكثر جذبا للانتباه ، ولفتا للأنظار .

## صفات الخبر الصحفى (القيم الإخبارية وعناصرها)

### ٢ - الصدق ، الدقة ، عدم التحيز ، والموضوعية:

ويقتضي كل ذلك نقل الخبر ووقائعه نقلًا صحيحًا ودقيقًا ، ومع أن الصدق هو القاعدة الأساسية العامة ، إلا أن لهذه القاعدة استثناءات بالضرورة ، خاصة في المواقف التي ترتبط بالمصلحة العامة ، والتي تقتضي عدم ذكر الحقيقة كاملة ، كما في حالات الأوبئة والحروب .

فليس من الحكمة في شيء نشر أخبار الأوبئة ، أو الهزائم التي تورث الذعر بين الناس ، والدقة عامل مكمل للصدق ، وصحة الخبر وصدقه لا يكتمل إلا بالدقة في الإلمام بأطراف الخبر والأرقام والبيانات والصور .

## صفات الخبر الصحفي (القيم الإخبارية وعناصرها)

### ٣ - القرب

فالخبر الصحفي لا بد أن يكون قريبا من حيث المكان ، فالجمهور يهتم بالأحداث التي تقع قريبا منه ، والقرب قد يكون نفسيا ، مما يحدث لأبنائنا في الخارج يكون قريبا إلى نفوسنا ، ولذا يؤكد النشر أو البث مهما بعده المسافة .



## صفات الخبر الصحفي (القيم الإخبارية وعنصرها)

### ٤ - الضخامة في الحجم أو العدد:

ولا يعني ذلك التهويل أو المبالغة ، ولكن يعني إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس ، ويرتبط ذلك بالدلالة ، وبالنسبة للحوادث نبحث عن عدد القتلى والجرحى ، وبالنسبة للكوارث نبحث عن قيمة الخسائر وحجمها ، وبالنسبة للمباريات نبحث عن عدد الأهداف ... إلخ .



## صفات الخبر الصحفى (القيم الإخبارية وعناصرها)

### ٥- إثارة اهتمام أكبر عدد من الجمهور

بمعنى أن يثير الخبر الصحفى أكبر عدد من القراء أو المستمعين أو المشاهدين .

وذلك مثل الأحداث التي تثير أو تحرك العواطف الإنسانية من حب أو عطف أو شفقة أو كره أو خوف... الخ .

### ٦- الغرابة أو الطرافة

كالطفل الذي يولد في إحدى رحلات الطيران ، والرجل الذي عض كلبا ، ورجل الأعمال الذي قرر قضاء عطلته على سطح القمر ، وكلها تتسم بالإثارة والغرابة والطرافة .

## صفات الخبر الصحفي (القيم الإخبارية وعناصرها)

### ٧ - الشهرة

سواء شهرة الأشخاص ، أو الأماكن ، أو الأشياء التي تثير اهتمام الناس .

### ٨- الصراع أو المنافسة

تهتم وسائل الإعلام بتزويد الجماهير بأخبار من هذا النوع ، والتي تتناول صراع البشر أو الدول أو المرض ، كذلك المنافسة بين المرشحين لأحد مقاعد البرلمان ، أو المنافسة على تحقيق بطولة رياضية... إلخ .



## صفات الخبر الصحفى (القيم الإخبارية وعناصرها)

### ٩ – التسويق

يعتبر من سمات الخبر الصحفى الجيد ، وينطوى عنصر التسويق على الابتعاد عن الموضوعات الجافة المجردة ، وتقديمها بأسلوب شيق وممتع يدفع الجمهور لمتابعته والوقوف على كل تفاصيله وتطوراته .

### ١٠ – سياسة الوسيلة الإعلامية

بمعنى أن يتفق نشر الخبر وبثه مع السياسة العامة التي تتبعها وسائل الإعلام من صحف ومجلات ووكالات وإذاعة وتلفزيون... إلخ ، فالسياسات الإعلامية هي التي تحكم في اختيار الأخبار ، هذا بالإضافة إلى قوانين النشر والمطبوعات .

تعرف القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي ، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم .



وللقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتفع إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهو، وهذه العناصر تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام ، كما أن القيم الإخبارية هي من المفاهيم الصعبة و المطاطية التفسير في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله من معان إيديولوجية وذهنية ، أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام.

إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة ، نظرية أو نفعية ، فكرية أو إيديولوجية أو دينية.

ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنتقل إلى الجمهور، وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، وكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تتبّع من طبيعتها.



من هنا نستطيع القول بوجود عدة عناصر هي التي تحدد القيمة الإخبارية ندرجها فيما يأتي :

## ١- الجدة (الحداثة):

إن عنصر الجدة أساسى للغاية في الأخبار فهي / أي الأخبار / تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقى (قارئ، مستمع، مشاهد).



ويتعلق عنصر الجدة وحداثة الأخبار أيضاً ويتأثر بتطور أدوات الإنتاج والتوزيع التي شهدت - سواء المطبوع منه أو المسموع أو المرئي - تطوراً كبيراً حيث ظهرت تقنيات جديدة في مجالات الجمع الإلكتروني والطباعة والتصوير والإنتاج التلفزيوني أدت إلى اختصار الوقت وزيادة الجاذبية والإبهار.

كما تطورت صناعة الكمبيوتر في مجال خدمة المعلومات جمعاً وصناعة وتوزيعها، وارتبطت بتقنية الكمبيوتر تقنية الاتصال سواء في مجال الإنتاج أو التوزيع أو البث فزادت من كفاءة كل منها. وأكملت التطورات الكبيرة في مجال تقنية الأقمار الصناعية وشبكات التوزيع الأرضية والكوابل وغيرها حلقات التطور الإعلامي وفتحت أمام الإعلام آفاقاً رحباً وواسعة للالنتشار والتأثير.

## ٢- التأثير:

يقصد به إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس . فمن الأخبار ما يمس جماعة قليلة من الناس في المجتمع فلا يؤبه له كثيرا في الصحف ووسائل الإعلام . و من الأخبار ما يمس أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع ، أو يمس مرافقا من أهم مرافق في هذا المجتمع ، أو يمس مشكلة من أكبر المشكلات السياسية أو الخلقية أو الاقتصادية لتي تهم المجتمع ، و إذ ذاك ترى وسائل الإعلام تخصص لهذا الخبر الضخم مكانا ظاهرا في صدرها.

وعنصر الضخامة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالدلالة الإعلامية ومدى اهتمام الناس بها.

تقول القواعد الأولى في علم حساب الأخبار أن نبأ حادثة أصابت ألف شخص أهم من نبأ حادثة أخرى أصابت ٥١١ وقرار قاض في المحكمة أو تفسيره لإحدى مواد القانون إجراء فني بحث ، ولكنه في الوقت ذاته يؤثر في حياة الملايين ويستطيع الصحفي أن يكتب موضوعاً مثيراً للاهتمام يبين فيه نتائج القرار على حياة العامة.

( و يجب التأكيد على تأثير الخبر لأنه قد لا يفهم الجمهور تأثيرات بعض الأخبار في بعض الأحيان لتشابك الموضوع أو لتداعياته التي تكون معقدة الفهم) .

## ٣- الشهادة:

يقال أن (الأسماء تصنع الأخبار) وأن الأسماء اللامعة تصنع الأخبار الهامة، وكل إنسان يحب الأبطال و الساسة البارزين في الحياة الاجتماعية، وكذلك يحب الرياضيين والفنانيين و ملائين من الناس يقبلون منهم على قراءة قصص المكتشفين والرحلة و مغامرات أصحاب الملائين.



وقد تكون الشهرة مؤقتة سواء كانت أشخاص أو أماكن أو أشياء أو حوادث تثير اهتمام القراء، مثل اكتشاف مقبرة توت عنخ آمون أو معركة انتخابية، أو أحداث لبنان، أو العراق أو أنفلونزا الطيور وقد يستمر أثرها على الناس مثل قضية تحديد النسل أو استنساخ البشر، وسيصر ملايين الناس على معرفة التفاصيل إذا وقع حادث لإنسان مثل رئيس الجمهورية أو الملك أو فنان ما أو أحد الرياضيين.

وإذا قال أحد الأساتذة: ينبغي إعادة النظر جيدا في قانون الأسرة الأخير فليس في هذا القول خبرا، لأنه إنسان غير مسئول ولا يهم الرأي ، ولكن إذا أعلن وزير الشؤون الدينية هذا التصريح أصبح خبرا ينشر في مكان بارز. ولكننا في المقابل لا ينبغي أن نسلم بالطبع القائل أن الأسماء تصنع الأخبار، لأنه ليست كل أفعال الشخصية الشهيرة تعد أخبار ولكن يجب وجود عناصر أخرى من عناصر القيمة الخبرية.

## ٤- الصراع:

هناك مثل هولندي يقول: «الأخبار الجيدة تمشي والأخبار السيئة تجري». وكهذا المثل فإن وسائل الإعلام تتبع دوماً الأخبار التي تتمتع بالسلبية وخصوصاً إذا وجد الصراع بين جهتين أو أكثر. كما أصبحت ظاهرة الإرهاب تتتصدر اهتمامات وسائل الإعلام ب مختلف أشكالها وأنواعها، حيث فرض الإرهاب نفسه وأصبح اللغة الأكثر تداولاً في العالم وأصبحت ظاهرة الإرهاب من القيم الخبرية التي تعتمد其ها الجرائد والمجلات ومختلف وسائل الإعلام، كما أصبحت نشرات الأخبار تتفنن في تقديم صور مختلفة عن الأفعال الإرهابية التي أصبحت تنشر يوماً بعد يوم في دول عديدة من العالم. وبالنسبة لمعظم وسائل الإعلام الغربية وخاصة تلك التي تركز على الإثارة وعلى بيع الغرابة والعنف والجريمة فإن الإرهاب يعتبر مادة دسمة مرحبة تساعد المؤسسة على زيادة المبيعات وجنى أرباح طائلة، فالإرهاب أصبح لغة هذا القرن.

## ٥- القرب:

فالقرابة مثلا في وسائل الإعلام الغربية لها مفهوم جغرافي ونسبة مكانية. وهذا المفهوم يستخدم بمعنى أخص منه في العالم الإسلامي. فالأخبار القادمة من أماكن بعيدة مثل أندونيسيا، الصين، أمريكا اللاتينية، تمحذف من وسائل إعلامهم عندما يكون مخاطبواها في أماكن أخرى مثل أمريكا والشرق الأوسط. أما القرابة في الإسلام، فليس لها مفهوم جغرافي ولا مكاني، وإنما لها مفهوم ثقافي. أي أن حوادث الأمة الإسلامية تتعلق بالعالم الإسلامي، بقطع النظر عن القوميات والدول. فالمصالح الشخصية لا تتدخل في صياغة الخبر، والأخبار والمعلومات بالنسبة للأمة الإسلامية هي بضاعة اجتماعية لا صناعة ثقافية.

### ٦- التداول:

وهذا العنصر يمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية و يجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة ولكن مع الاستمرارية في تداول هذا الموضوع يصبحا حدثا هاما بالنسبة للجمهور .



## ٧- الغرابة :

ويمكننا لتوسيع هذا العنصر بطريقة سهلة وخفيفة بالاعتماد على معادلة تشرح عنصر الغرابة أو الإثارة:

نبأ عن رجل عادي عمره ٨٠ سنة + حياة عادية = صفرا

ونبأ عن رجل عادي عمره ٨٠ سنة + رحلة مغامرة = خبرا

رجل عادي عمره ٨٠ سنة + زوجة شابة ١٨ سنة = خبرا

رجل عادي ٨٠ سنة + زوجة شابة ١٨ سنة + ٣ توائم = خبر أكثر أهمية.



ومثل هذا النوع من القصص الطريفة لا يمكن أن يهمل بمجرد اختفاء العناصر الإخبارية الأخرى ، بل يكفي أن يكون غريبا.

فمثل هذا الخبر قد يعيش في أذهان جمهور القراء أكثر مما يعيش خبر استقالة موظف كبير بسبب خلافه مع بعض زملائه في العمل. وتذهب بعض الصحف إلى أن عناصر التسويق والإثارة والطرافة والروعة من أهم سمات الخبر الجيد.



## تبaint عناصر القيمة الخبرية

في كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم تبأينت عناصر القيمة الخبرية أو شروط الخبر فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر العناصر التالية:

- ١- الجد والطرافة
- ٢- قرب المكان
- ٣- التأثير
- ٤- الأهمية
- ٥- السلبية

ومن أكثر الدراسات التي تناولت عناصر الخبر جدلا هو ما ذهب إليه كالتونك وماري روج في الدراسة التي نشرت في كتاب(صناعة الأخبار) لمؤلفيه كوهين وبونك. وهذا الباحثان النرويجيان يريان أن هناك احتمال أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أيا أو بعض أو عدة معايير من المعايير الآتية:

- ١- نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية فحدث اغتيال مثال أكثر جدارة صحفية من تقدم بطيء لأحد بلدان العالم الثالث.

## تبين عناصر القيمة الخبرية

- ٢- **الضخامة:** كلما كان الحدث اكبر كان أفضل وكلما كان دراماتيكيا كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور.
- ٣- **الوضوح:** كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.
- ٤- **الألفة:** وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعنينا أكثر من سواها.
- ٥- **التماثل:** هذا يعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.
- ٦- **الدهشة المفاجأة:** لا بد أن يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع أو نادر ليكون الخبر جيداً
- ٧- **الاستمرارية:** وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وأن تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.

## تبين عناصر القيمة الخبرية

٨. التشكيل/ التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخبار يجعل المحرر أو الناشر بطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحفية هي أخبار خارجية أو أن ينشر بعض الأخبار الحقيقة والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.



## تبين عناصر القيمة الخبرية

وفي كتابة المشهور الرأي العام الذي صدر عام ١٩٢٢ ذكر وولتر لييمان العناصر التالية:

أ-وضوح الحدث ب-الغرابة والدهشة ج-القرب الجغرافي د-التأثير الشخصي هـ- الصراع.

وقد سرد الباحثين العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث والتي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرقة عن العالم الثالث وهي :

١- التنمية ٢- المسئولية الاجتماعية ٣- التكامل الوطني ٤- التثقيف ٥- قرب المكان ٦- الاهتمام الشخصي



## تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية

نحاول هنا التطرق إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها على القيم الإخبارية ذلك لكونها دائماً تعبر عن السلطة السياسية والإيديولوجية الفكرية لها أو أنها تحمل أفكاراً أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تناقض الحكومة ، فالوسيلة الإعلامية عنصر من العناصر المحددة للقيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأي مؤسسة في قيمها الإخبارية .

إن القائم بالاتصال في إطار المؤسسة الإعلامية يعد عنصراً فاعلاً في إنتاج المعلومات وانتقاءها وهو يعمل بمنطقة خضوعه للسياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمي إليها وللسلطة السياسية ، ويظهر تأثير الضغوط التي تتعرض لها غرفة التحرير الأخبار في تحديد ما الذي سيتم استخدامه وما الذي سيتم حذفه والقائم بالاتصال يتعرض منذ البدء في جمع وانتقاء الأخبار إلى نوعين من التأثير : تأثير هامشي يتمثل في الضمير الصحفي وقيمه ، وهذه القوى تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال دون سيطرة على مضمون الرسالة ، وثانياً تأثير مركزي يتمثل في تأثير النظام السياسي وقوانينه والنظام الاجتماعي وقاعة التحرير وسياسة النشر .

## تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية

وتأثير السياسة الإعلامية يبرز لنا من خلال طريقة التعامل مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية بما يكون متكيفاً في الغالب مع النظام السياسي والاجتماعي، ويكون ذلك باستعمال القائم بالاتصال للأسلوب التالي ذكره :

**أ- الأسلوب اللغوي :** حيث تستعمل هنا الألفاظ ذات الأبعاد والدلالات التي تعبّر عن السياسة المتبعة والإيديولوجية المسيطرة على العالم ، فيكون انتقاء الألفاظ دقيقاً ومعيناً يعطي الرسالة الإعلامية بعدها الإيديولوجي والسياسة المتبعة لدى السلطة وفي تلك المؤسسة ، فالقول مثلاً (العمليات الاستشهادية في فلسطين ، والمقاومة والأراضي المحتلة دلالة على أن القائم بالاتصال يحمل قيمًا تؤيد تلك الأحداث وقيمًا تناقض قيم الرسالة التي فحواها ألفاظ (العمليات الانتحارية، والإرهاب والأراضي الإسرائيلي) وهي ألفاظ تتناقض تماماً مع ألفاظ الرسالة الأولى مما يبين الأفكار والإيديولوجية التي يحملها كل صاحب رسالة إعلامية وأن المؤسسة الإعلامية تؤثر في القائمين بالاتصال داخلها نحو إتباع سياستها العالمية.

## تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية

بـ-أسلوب الصورة : وسواء كانت الصورة الفوتوغرافية أو الكاريكاتيرية أو التلفزيونية فلها دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تؤدي دوراً أكبر من نص الخبر وهي أبلغ من كل تعبير، وخاصة الصورة التلفزيونية لأنها عبارة عن صورة مباشرة فالصورة الإخبارية المتحركة لها قوة وتأثير تفوق كثيراً قوة وتأثير الكلمة ، ويتبين ذلك في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي يمكن للمشاهدين متابعتها لحظة بلحظة .



## تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية

إن الصورة لها قيمة إخبارية تشع من الأبعاد التي نعطيها لها، فالقائم بالاتصال لا يوصل صورا لم يضع لها أبعادا سواء عند أخذ تلك الصور أو عند وصولها إلى قاعة التحرير، وهذه الصور ستصل إلى الجمهور كما يريدها القائمون بالاتصال إما حسب البعد الذي أراده ملقط الصورة أو بالحذف من قبل قاعة التحرير أو عدم نشرها.

والمتوقع في هذا أن كل مؤسسة إعلامية لها سياستها وأهدافها وترى في إيصال رسائل معينة إلى الجمهور وهذه السياسة الإعلامية هي التي تؤثر في قيمها الإخبارية.



## القيم الإخبارية والإيديولوجية :

يقول هاربرت غانس: إذا انطوت الأخبار على قيم ما فإنها تنطوي على الإيديولوجية، ومع ذلك فإن الإيديولوجية حاصل جزئي فقط عبر كامل القيم التي هي ليست لا بالمنسجمة تماما ولا بالمندمجة كلية، ومعنى ذلك أن القيم الإخبارية هي عبارة عن قيم موافقة للإيديولوجية. ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليداع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية أي أن تأثير الإيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها، وهذه العملية تكون في أيدي رؤساء التحرير والناشرين والمحررين وحتى المخبرين أثناء جمع الأخبار، وتكون لديهم غالبا أفكار محددة في الطريقة الواجب إتباعها أثناء التحرير، وحتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية إلا أن هناك طريقة ما للتعبير لإيديولوجية ما.

## القيم الإخبارية والإيديولوجية

كما أن مبدأ الحرية في حد ذاته إيديولوجية أي أن القائم بالاتصال قد تأثر بإيديولوجية الليبرالية ، إضافة إلى أن الحرية الإعلامية تؤدي بالشخص لإبداء رأيه بحرية ولا يمكن أن يكون رأي القائم بالاتصال بعيداً عن إيديولوجيته .

ونستطيع بكل تأكيد أن نفكر بمعية "رجيس دوبري" في كتابه (السلطة الفكرية) في فرنسا بأن الإعلام اليوم أصبح أداة الدولة المهيمنة في الحقل الإيديولوجي ، ولتوسيع ذلك مثال الإعلام الرسمي الحكومي والتركيز على الأخبار التي تركز على الأحداث الوطنية مثل تدشين مراافق عامة ومؤسسات ومصانع وغيرها من الإنجازات التنموية الوطنية ، هذا التركيز يعود إلى أن تلك القيم الإخبارية خاضعة بشكل كبير إلى الإيديولوجية التي تطرحها السلطة والسياسة الإعلامية أي أن القيم الإخبارية تكتسي القيم الإيديولوجية .

## القيم الإخبارية والإيديولوجية

كما أن القيم الإخبارية تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى باختلاف القيم الإيديولوجية طبعا كل مؤسسة إعلامية ولها قيمها الإخبارية التي تعكس قيمها الإيديولوجية والاجتماعية والفكرية والثقافية والاقتصادية .

و لكل وسيلة إعلامية أهدافها التي تراعي القيم الإيديولوجية ولها إعلامها الذي يختلف عن الإعلام الآخر بتحكم الإيديولوجيات المختلفة ، فالقيم الإخبارية إذن عبارة عن بنية قيمية وإيديولوجية وذهنية وليس عبارة عن رصد أحداث وقعت أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر ، نفهم أن الأحداث يجب أن تتضمن قيمة إيديولوجية كي تصبح في مستوى الأخبار الممكن إذاعتها أو نشرها ، هذه الإيديولوجية هي فكر المؤسسة الإعلامية أو السلطة السياسية أو المالكين الخواص والممولين .

هي الجهات والمصالح والهيئات التي يستقى منها الصحفى أو المؤسسة الإعلامية الأخبار وهي نوعان مصادر داخلية ومصادر خارجية.

## ١ - وكالات الأنباء:

هي مؤسسات لجمع الأخبار وتوزعها على زبائنها ٩٠٪ من أخبار الإعلام مصدرها وكالات الأنباء لأن لها مكاتب جهوية في كل دول العالم ، وتعتبر مصدر خارجي.

## ٢ - الصحفى:

هناك ٤ أصناف من الصحفيين:

- المحرر:** يحرر الأخبار التي يتلقاها من وكالات الأنباء إذ يستند إليها ويحولها إلى أخبار.
- المراسل:** صحفي متواجد في نطاق جغرافي معين ويعطي الأحداث فيها.
- المعوثر الخاص:** صحفي ينتقل لمدة معينة لنقل الأخبار ثم يعود للمؤسسة الإعلامية.
- المخبر:** صحفي وظيفته العمل في الميدان وليس في المكتب ينقل الأخبار.



٣- الناطق الرسمي: هو عبارة عن شخص تضعه السلطة لنقل أهم المستجدات التي تحصل في الساحة الداخلية والوطنية ويكون ذلك من خلال المؤتمرات الصحفية التي تنشطها تلك الشخصية أمام جماعة كبيرة من الصحفيين.

## ٤- الملحق الصحفي:

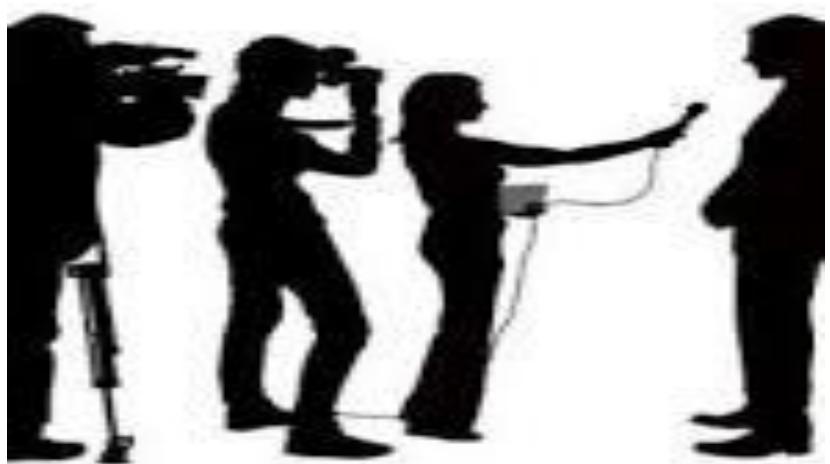
هو صحفي يشتغل في مؤسسة إعلامية وهو عبارة عن وسيط المؤسسة وزبائنه وبين

المؤسسة ووسائل الإعلام



٥- مكاتب العلاقات العامة: نجدها على مستوى مؤسسات الإعلام وهي تقوم بتعريف خدمات ونشاطات المؤسسة من خلال المعارض والملتقيات والأبواب المفتوحة.

٦- المواطنون(شهود العيان): يمكن أن يكونوا مصدراً للخبر باعتبارهم شهود عيان لأطراف يمكن الاستفادة من شهادتهم في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالخبر.



- ٧- **المعارف الخاصة للصحفي (العلاقات):** تحل في عملية السبق الصحفي scoop ، للصحفي معارف تساعد في الحصول على مصادر الخبر.
- ٨- **قسم الاستماع والمشاهدة:** تمتلك شبكة كبيرة تمكّنها من مشاهدة كل القنوات الأجنبية والتقط أهم الأخبار التي استجدة في الساحة الدولية.
- ٩- **الأنترنت:** يمكن للصحفي الإبحار في موقع معينة.  
**أهمية المصادر:** - تزيد من مصداقية الخبر.  
- كلما كان تنوع المصدر كلما كان الاهتمام بالخبر أكثر.  
- يساعد المصدر في تقاسم المسؤولية بين المؤسسة الإعلامية والمصدر ذاته.

## أنواع الخبر الصحفي

هناك خمسة تصنیفات يمكن تقسیم أنواع الخبر الصحفي على أساسها :  
أولاً: من حيث الموضوعات:

**الخبر السياسي:** هي الأخبار السياسية أو الحزبية ذات العلاقة بالسياسة.

**الخبر العسكري:** مثال: مناورات عسكرية في عرض البحر المتوسط ، **الخبر الثقافي:** مثال: معرض الكتاب

**الخبر الاقتصادي:** مثال: انخفاض أسعار البترول، **الخبر الاجتماعي:** كل ما يتعلق بالصحة، الأسرة وال التربية -

**الخبر الرياضي:** مثال: استعداد الفريق الوطني للمنافسة القارية.

**الخبر العلمي:** اكتشاف لقاح ضد مرض كوفيد ٥٩ "كورونا" ، **الخبر الفني:** مثال: إحياء الفنان جورج وسوف حفلا فنيا في العاصمة دمشق ، **الأخبار المتنوعة:** تلك الأخبار التي تحمل في طياتها مفارقات وأشياء غريبة مثال: والدة توأم برأسين.

## عناصر الخبر ومكوناته

يتتألف الخبر من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

### أولاً: المقدمة

وهي أول جزء من الخبر والذي يحوي أهم عنصر من عناصر الحدث، ويمثل مركز الثقل في الخبر. والمقدمة السليمة للخبر هي تلك التي تعطي لمحه عامة عن الخبر دون الخوض في التفاصيل. ويتفاوت حجم المقدمة تبعاً لحجم الخبر. ففي الخبر التلفزيوني أو الإذاعي مثلاً تكون المقدمة بين ١٠ - ١٥ كلمة، بينما تكون في الخبر المقترب بين ٢٠ - ٣٠ كلمة. وفي جميع الأحوال لا يجب أن تزيد المقدمة عن ٥٠ كلمة كحد أقصى. وقد تجib المقدمة على سؤال أو أكثر من الأسئلة الستة للخبر، غير أنها لا يجب أن تجib على تلك جميع تلك الأسئلة، حيث يفقد (تفاصيل الخبر) (الجزء الثاني من الخبر) قيمته، وتضعف أهمية العنصر أو العناصر الأبرز في الخبر.

## عناصر الخبر ومكوناته

والغرض من المقدمة إلى جانب إعطاء المتلقي لمحنة سريعة عن ماهية الخبر هو خلق الإثارة لدى المتلقي بحيث يكون متشوقاً لقراءة تفاصيل الخبر.

### ثانياً: التفصيل (متن الخبر)

وهي العرض الكامل للحدث المشتمل على الإجابات على الأسئلة الستة السالفة الذكر أو معظمها في حال عدم توفر الإجابة على البعض، مرتبة حسب الأهمية، بحيث يكون الأهم في الأعلى نزولاً نحو الأقل أهمية.



## عناصر الخبر ومكوناته

### ثالثاً: الخاتمة

وتتضمن خلفية الحدث وهي أحد العناصر المهمة في التكوين العام للخبر. ويقصد بخلفية الحدث الجذور والأحداث الرئيسية التي تسببت في حدوث الحدث الذي يغطيه الخبر، أو تطوراته السابقة في حال كون الحدث سلسلة في جملة أحداث سابقة ذات طابع استمراري . ويمكن أن تكون خلفية الحدث في الصياغة الخبرية مرتبة ترتيباً تنازلياً أو تصاعدياً حسب الأهمية و قالب العرض في البناء العام للخبر. وتجيب الخلفية على السؤال السادس وهو ( لماذا؟).



## أولاً: الهرم المعتمد:

وهو قالب فني يعتمد على خاصية السرد حسب التسلسل الزمني لوقائع الحدث، بغض النظر عن أهميتها. وهذا القالب أقرب في عرضه إلى الأسلوب القصصي، ولذلك يصطلاح عليه البعض بالقصة الإخبارية.

ويستخدم هذا القالب عادة في عرض بعض الأحداث الفرعية لحدث رئيسي، كعرض قصة اعتقال شخص ما وسط احتجاجات شعبية. فالحدث الرئيسي هو الاحتجاجات، بينما قصة الاعتقال حدث فرعي، الغرض من عرضها هو بيان كيفية

تعامل الجهاز الأمني مع المحتجين من خلال العرض القصصي لمن تم اعتقاله.



## ثانياً: الهرم المقلوب:

على عكس "الهرم المعتدل"، لا يعيد محرر الخبر في "الهرم المقلوب" إنتاج الحدث حسب ترتيب الحدث، وإنما يتدخل فنياً في كيفية صياغته، وذلك بالاعتماد على ترتيب وقائع الحدث حسب الأهمية وذلك بالاعتماد على ترتيب وقائع الحدث حسب الأهمية، فيبدأ بالعناصر الهامة والتي تشكل جزءاً مهماً من مقدمة الخبر ، ثم ينتقل في جسم الخبر تدريجياً وبصورة تنازلية من حيث الأهمية وليس من حيث ترتيب وقائع الحدث. وينتشر هذا القالب الخبري بكثرة لما يلبيه من شغف القارئ في معرفة تفاصيل الحدث بأسرع وقت ممكن.



# قوالب تحرير الخبر

## ثالثاً: الهرم المقلوب المتدرج:

يربط بعض الأكاديميين هذا القالب بالصحف الرسمية والنشرات الناطقة باسم الهيئات والتنظيمات والمؤسسات، حيث أن هذا القالب يرتبط في الغالب بالتصريحات والبلاغات والخطب والبيانات، أو بمعنى آخر، كل ما يتعلق بفعل الكلام. وهذا القالب مزيج بين القالبين السابقين: الهرم المعتمد والهرم المقلوب، حيث يأخذ التسلسل الزمني من الهرم المعتمد وأهمية الحدث من الهرم المقلوب.



## رابعاً: القالب التشويفي:

على النقيض من قالب الهرم المقلوب، فإن أهم عنصر في الخبر يأتي في نهايته وليس في البداية، حيث يتم الاحتفاظ بهذا العنصر بينما يشتمل العرض على التمهيد له دون عرضه. ويستخدم هذا القالب في الغالب ضمن العرض القصصي المبني على التشويف والإثارة، لا على السرد التراتبي.



## قوالب تحرير الخبر

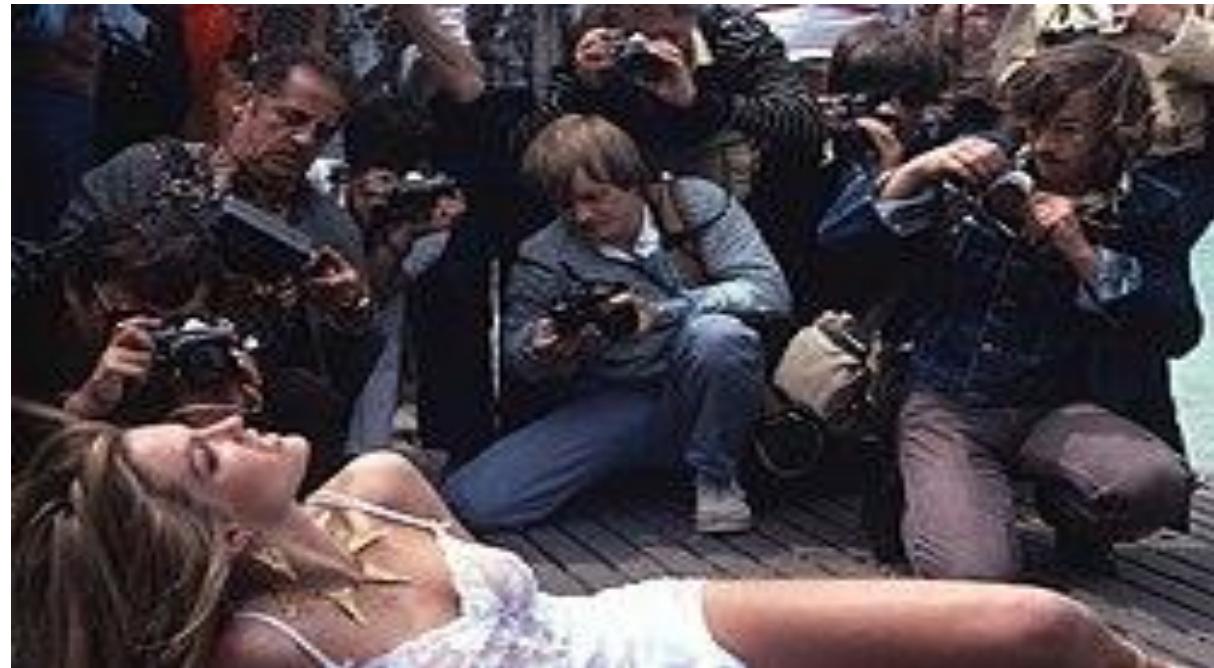
**خامساً: القالب التجميلي:**

في هذا القالب، يعمد المحرر لجمع عدة مواضيع أو أخبار أو أحداث في موضوع واحد يقدم له بمقيدة قصيرة فيما يأخذ جسم الخبر شكل فقرات متساوية تغطي كل منها حدثاً أو خبراً منفصلاً



## التقرير الصحفي

التقرير الصحفي هو شكل من أشكال الكتابة الصحفية، يصف الحدث أو القضية من جميع جوانبها من خلال الزمان والمكان ويقدم شرحا تفصيليا لملابسات و أبعاد القضية بطريقة واضحة وبلغة سهلة سليمة.



## خطوات التقرير الصحفي

يبدأ بكتابة العنوان واسم التقرير.

تليها مقدمة التقرير الصحفي وت تكون من فقرتين يتم التركيز فيها على المعلومات الدقيقة للقضية والجاذبة للقارئ، وتناول كل زوايا القضية المهمة.

يأتي بعد ذلك جسد التقرير الصحفي، ويتم فيها التركيز على المعلومة الجوهرية للقضية وجمع الأدلة والبراهين التي تقوم بدعم القضية أو الحدث من خلال طريقة سرد القضية وتطورها من البداية للنهاية. ثم تأتي خاتمة التقرير الصحفي، وفيها يقوم الكاتب بتقييم مجريات القضية، وعرض النتيجة التي وصل إليها الكاتب في كتابة التقرير، وكشف الحقيقة وعرضها على القراء.

## ما يجب مراعاته في كتابة التقرير الصحفي :

- اختيار عنواناً واضحاً ومثير يدفع القارئ متابعة التقرير حتى النهاية.
- العناية بالسرد في نقل الأحداث.
- العناية بوصف المكان والأشخاص.
- الاهتمام بعمل التحقيقات والاستجوابات مع أصحاب الشأن، ليمنح التقرير الواقعية والمصداقية.
- تسجيل الانطباعات الشخصية، من خلال مراقبة وملحوظة كل ما يتعلق بملابسات القضية أو الظاهرة.

## ما يجب مراعاته في كتابة التقرير الصحفي :

- يجب أن تكون المقدمة مطروحة على شكل يجذب انتباه القارئ، بحيث يستمر في قراءة بقية التقرير.
- ينبغي تضمين جسم التقرير البيانات والمعلومات والإثباتات المكتوبة بشكل منطقي؛ لدعم موضوع التقرير.
- يجب أن تكون الفكرة واضحة من البداية، وذلك من خلال تتبع الحدث بشكل منطقي.
- يجب أيضاً أن تركز الخاتمة على النتائج التي تم التوصل إليها، مع وجة نظر الكاتب الشخصية، ولكن يجب أن تكون صادقة وواقعية.



## التقرير الصحفي والفنون الأخرى

تشير الموسوعة الإعلامية إلى أن التقرير الصحفي فن يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي ويقدم التقرير مجموعة من المعارف والمعلومات حول الواقع في سيرها وحركتها الديناميكية فهو يتميز بالحركة والحيوية .

والتقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث حيث لا يقتصر التقرير الصحفي على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصه النجاح أمام التقرير الصحفي .

ويزداد تعريف التقرير الصحفي وضوحا من خلال المقارنة مع الخبر الصحفي والتحقيق الصحفي .

## الخبر و التقرير الصحفى

يرى بعض أساتذة الصحافة وجود تشابه بين الخبر الصحفى والتقرير الصحفى، حيث أن كل منهما يحما مضمونا خبريا جديدا، ومحل اهتمام القراء فالخبر الصحفى وإن كان تعبير عن واقعة أو حادثة، أو فكرة ترتبط بمصالح غالبية القراء، وتثير اهتمامهم وهو في ذلك يقوم بعملية النقل ورصد الحدث بموضوعية كاملة ، أما التقرير الصحفى فهو يتضمن أيضا مضمونا خبريا ورصد لحدث أو قضية أو واقعة إلا أن المحرر الصحفى يضيف بمزيد من التفاصيل حول أصل القصة الخبرية فضلا عن طرح انطباعه الشخصي عن الواقعة أو الحادثة التي يقوم بالكتابة عنها. الخبر الصحفى يتسم بالموضوعية في نقل الحدث فقط ، وارتفاع وجهاه نظر الكاتب أو انطباعه الشخصي عن الحدث، وبعد عن سرد أية تفاصيل لا عالقة لها بالخبر أو تخرج به عن موضوعيته، بينما التقرير الصحفى يتسع في سرد التفاصيل فهو يتضمن انطباعات وآراء واتجاهات وسرد تفاصيل وخلافيات عن الحدث أو الواقعة لم تكن مطروحة عند نشر الخبر الصحفى.

## التحقيق الصحفي والتقرير الصحفي:

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتي في النقاط التالية: يتميز التحقيق الصحفي بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة في حين يكتفي التقرير بتقديم صورة سريعة للحدث أو يقوم بالتركيز على جانب منه دون أن يفرق في التفاصيل المدعمة بالبحث والدراسة ، فال்�تقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر واقل من التحقيق الصحفي . كما يختلف هدف التقرير الصحفي وغرضه عن هدف التحقيق الصحفي وغرضه، فالتحقيق الصحفي يستهدف إقناع القارئ بأهمية وخطورة المشكلة أو الفكرة التي يطرحها كاتب التحقيق بهدف كسب الرأي العام ، أما التقرير الصحفي فينحصر هدف كاتبه في إثارة اهتمام القارئ بالموضوع وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديدة وظرفية أو غريبة ومسلية عن حدث من الأحداث الجارية .

## التحقيق الصحفي والتقرير الصحفي:

في التحقيق الصحفي يقوم المحرر بعرض وجهات النظر في القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالي فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأي آخر، بينما التقرير الصحفي فيظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره، فضلاً عن كونه ليس مضطراً أن يكون التقرير متفقاً مع سياسة التحرير التي تقوم عليها الصحيفة التي يعمل بها.

ويحتاج التحقيق الصحفي إلى أسلوب بسيط ولكن عميق وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية أو المشكلة معتمداً على الأرقام والإحصائيات وغير ذلك مما يحتاجه التحقيق الصحفي ، أما التقرير الصحفي لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح والجمل القصيرة مع جمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام أو يدعمها بالبيانات . و إذا كان التحقيق الصحفي يحاول أن يشرح ويفسر ويعلق ويبحث في الأسباب والعوامل التي تكمن وراء الخبر إلا أن التقرير الصحفي غالباً ما يكتفي بزاوية واحدة دون التطرق لباقي الجوانب .

## أنواع التقارير الصحفية:

١ - التقرير الإخباري: هو التقرير الذي يهتم في المقام الأول بعرض و شرح و تفسير زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الواقع اليومية الجارية وهو يعني بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفيتناولها، وإبراز جوانب جديدة عن حدث معروف وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير لتوضيح الجوانب الغامضة أو الغير مفهومة في الحدث . والتقرير الإخباري يجب أن يلتزم بالأسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيانات والأراء بمعنى عدم تحيز الكاتب أثناء سرده للمعلومات أو تعميمه لنتائجها وكذلك أن يهتم كاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة وتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير. وعلى التقرير الإخباري أن يلبي الاحتياجات الإعلامية للقارئ المعاصر وخاصة فيما يتعلق بالقضايا الحيوية في المجتمع الحديث ويرى الخبراء أن مجالات التقرير الإخباري تصرف إلى تغطية الأخبار الجادة والقليل من التقارير الإخبارية تصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة .

## أنواع التقارير الصحفية:

٢- التقرير الحي: هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للواقع والأحداث ويهتم برسم صورة الواقع والأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تفصيلها وتفسيرها ، ويشترك التقرير الإخباري مع التقرير الحي في أنهما يتناولان الواقع والأحداث الجارية ولكن في حين يركز التقرير الإخباري على سرد البيانات والمعلومات حول الواقعة وتحليلها نجد التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها ووصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به. وكذلك عرض التجارب الذاتية سواء جاءت مصاحبة للمحرر الصحفي، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو الواقعه وهو كثيراً ما يجعل الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسمون تعبرياتهم الخاصة .

## أنواع التقارير الصحفية:

ويستعين التقرير الحي في كثير من الأحوال بالعديد من الأدوات والأشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي لكن الفرق هو التركيز على زوايا الموضوع ، هذا وينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الأخبار الخفيفة ولكن في نفس الوقت هناك جانب غير قليل من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة مثل التقارير التي تغطي الجلسات البرلمانية والمجتمعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية وغير ذلك من المجالات .

## أنواع التقارير الصحفية:

٣- **تقرير الشخصية:** هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث التي تلعب دوراً مميزة وبارزاً على المستوى المحلي والإقليمي والدولي. مثال: فوز مرشح برئاسة الجمهورية يدفع الصحفي إلى عدم الاكتفاء بكتابه تقرير إخباري عن الانتخابات ونتائجها وإنما تدفعه إلى أن يكتب تقريراً صحفياً يعرض فيه ويحلل شخصية الفائز وملامح شخصيته ومدى طموحه السياسي وطموحاته المستقبلية.

وكاتب هذا اللون من التقارير يجب أن يحرص على التعبير الصادق عن الشخصية وان يتميز تميزاً واضحاً بين آراء الشخصية وانطباعاتها عن الشخص موضوع التقرير وبين آراء هذا الشخص نفسه.

# قالب صياغة وتحرير التقرير الصحفي

١ - المقدمة: وهى تقوم على التمهيد للموضوع الذى يتم تناوله من خلال التقرير بما يعنى تهيئة القارئ للموضوع المطروح، بحيث تجذب المقدمة انتباھ القراء للموضوع الذى يتناوله التقرير وتدفعهم لمتابعة لتفاصيل التي جاءت في إطاره و مقدمة التقرير الصحفي قد تحتوى على واقعة ملموسة ، موقف معين ، صورة منطقية ، زاوية جديدة لموضوع غير جديد، وتتحدد قيمة المقدمة في قدرتها على جذب انتباھ القارئ إلى الموضوع المطروح وكذلك القدرة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير حتى نهايته .



## قالب صياغة وتحرير التقرير الصحفي

- ٢- **جسم التقرير:** هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير ، بما يعني الأدلة والشواهد المنطقية التي تدعم موضوع التقرير وبالتالي يجب على كاتب التقرير أن يحرص على أن تكون فكرة التقرير واضحة من البداية وذلك من خلال التتبع المنطقي للحدث أو الواقعه، بأن يتم سرد القصة التي يتضمنها التقرير من بدايتها حتى وقت كتابة التقرير بجانب الكشف عن النقاط والجوانب الغامضة في الحدث أو الواقعه التي يتضمنها التقرير.
- ٣- **الخاتمة:** وفيها يقوم المحرر الصحفي بعرض أهم النتائج والخلاصة التي توصل إليها من خلال رصده للحدث أو الواقعه، مع طرح وجهة نظره وانطباعه الشخصي عن الحدث الذي قام برصده ووصفه وتعليق عليه، والكشف عن خلفياته.

## الجانب العملي

ضع علامة صح أو خطأ أمام ما يلي :

- الخبر تقرير عن حدث لم يكن معروفا عند الناس من قبل جمع بدقة من مصادر موثوقة بصحتها على أن يقوم بكتابته محررون متخصصون في العمل الصحفي
- التقرير الصحفي هو شكل من أشكال الكتابة الصحفية، يصف الحدث أو القضية من جميع جوانبها من خلال الزمان والمكان ويقدم شرحا تفصيليا لملابسات و أبعاد القضية بطريقة واضحة وبلغة سهلة سليمة
- الهرم المقلوب: هو قالب فني يعتمد على خاصية السرد حسب التسلسل الزمني لوقائع الحدث، بغض النظر عن أهميتها
- لكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليداع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن لا يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية

## روابط خارجية

الرابط	عنوان الفيديو
<a href="https://youtu.be/oxoZARy4UnM">https://youtu.be/oxoZARy4UnM</a>	الخبر الصحفي
<a href="https://youtu.be/ub1MrFuhflo">https://youtu.be/ub1MrFuhflo</a>	كتابة الخبر الصحفي

## ■ الخبر الصحفى: دراسة نظرية وتطبيقات «ل قيس الياسري»



الأكاديمية العربية الدولية  
Arab International Academy

---

# انتهت المحاضرة



الأكاديمية العربية الدولية  
Arab International Academy

---

شكرا لكم