

# الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية  
Arab International Academy

---

## الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

---



التحرير الصحفى في عصر المعلومات

# الخبر الصحفى



د. حسني نصر  
د. سناه عبد الرحمن



مكتبة جامعة التعليم من هنا

منتدى سورا الأزبكية

---

WWW.BOOKS4ALL.NET

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ أَفَرَا يَأْتِي سِرِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴾ ١ ﴿ خَلَقَ الْإِنْسَنَ مِنْ عَصِيقٍ ﴾ ٢ ﴿ أَفَرَا وَرَبُّكَ  
الْأَكْرَمُ ﴾ ٣ ﴿ الَّذِي عَلَمَ بِالْقَلْمَرِ ﴾ ٤ ﴿ عَلَمَ الْإِنْسَنَ مَا لَزَمَ يَعْلَمُ ﴾ ٥ ﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

(سورة العلق: ١-٥)



**التحرير الصحفي في عصر المعلومات**

# **الخبر الصحفي**

**دكتور / حسني محمد نصر** د. سناء عبدالرحمن

أستاذ الصحافة المساعد  
جامعة القاهرة وعمان

أستاذ الصحافة  
جامعة القاهرة وعمان

**الناشر**  
دار الكتاب الجامعي  
العين - دولة الإمارات العربية المتحدة

**2009**

## **الحقوق جمجمها محفوظة للناشر**

حقوق للللكتابية الأدبية والفنية جمجمها محفوظة لدى دار الكتاب الجامعي العين. ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تضييد الكتاب كاملاً أو منجزاً أو تسجيله على أشرطة تسجيل أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على أسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً.

**Copyright ©  
All rights reserved**

 **الطبعة الثانية** 

**م 1430 - 2009**



## **دار الكتاب الجامعي**

عضو اتحاد الناشرين العرب

عضو المجلس العربي للموهوبين والمتتفوقين  
العين - الإمارات العربية المتحدة

ص. ب. 16983

هاتف 00971-3-7554845

فاكس 00971-3-7542102

E-mail: bookhous@emirates.net.ae

---

جمع وتنفيذ وإخراج: كمبيوتر Compu\_Writer لخدمات دور النشر «عادل ندا» القاهرة

(002-0100390516) 

# الإهداء

إلى .. روح والدينا

إلى .. أساندتنا في كلية الإعلام بجامعة القاهرة

قليل من كثير .. ندين به لكم

المؤلفان



# الكتّابات

الصفحة

الموضوع

١٧ ..... مقدمة

## الفصل الأول أهمية الخبر

٢٣	تطور الخبر
٢٤	النشرات الاخبارية
٢٦	جمع ونقل الاخبار
٢٧	الخبر في عصر الكمبيوتر
٢٨	الصحيفة الالكترونية
٢٩	تطور الصحف الالكترونية
٣٠	الخبر الالكتروني
٣٢	الخبر والفنون الصحفية
٣٤	أهمية الخبر في إطار الفنون الصحفية
٣٥	وظائف الإعلام وتدخل وظيفة الاخبار في جميع الوظائف الأخرى
٣٦	مظاهر الاهتمام بالخبر
٣٧	الخبر المطبوع والخبر المسموع
٣٨	الخبر والصحافة الحديثة

## الفصل الثاني مفهوم الخبر

٤١ ..... صعوبة تعريف الخبر

٤٤ .....	أسس الخبر .....
٤٥ .....	محاور تعريف الخبر .....
٤٥ .....	محور التقدم / التخلف .....
٤٦ .....	محو الحديث / الخبر .....
٤٧ .....	محور الخلية / القومية / العالمية .....
٤٧ .....	المفهوم المناسب للخبر .....

## الفصل الثالث نوع الأخبار

٥١ .....	تصنيف الأخبار وفقاً للوسيلة .....
٥١ .....	الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتلفزيوني .....
٥٢ .....	الفورية والجدة .....
٥٢ .....	الإيجاز والتفصيل .....
٥٧ .....	المؤشرات، وسائل الإبراز .....
٥٨ .....	تصنيف الأخبار وفقاً لمكان وقوعها .....
٥٨ .....	التصنيف التقليدي .....
٦٠ .....	الخبر المحلي - القومي - العالمي .....
٦٠ .....	تصنيف الأخبار وفقاً لموضوعها الرئيسي .....
٦٢ .....	تصنيف الأخبار حسب طبيعة وقوعها .....
٦٤ .....	تصنيفات أخرى للأخبار .....
٦٤ .....	الخبر الظاهر والخبر المبدع .....
٦٤ .....	الخبر السليم والخبر الإيجاري .....
٦٥ .....	الخبر الحاد والخبر الخفيف .....
٦٥ .....	الخبر المجرد والخبر المفسر .....
٦٦ .....	الخبر الموضوعي والخبر الملون .....

## الفصل الرابع القيم الخبرية معايير اختيار الأخبار ونشرها

٦٩	أسس تقييم الأخبار
٧٠	القيم الخبرية
٧١	ماهية القيم الخبرية
٧٢	القيم الخبرية الأساسية
٧٢	الجدة أو الحالية
٧٥	الأهمية
٧٦	القيم التفصيلية
٧٦	القرب المكاني وال النفسي
٧٧	الشهرة
٧٨	الضخامة
٧٩	الصراع والمنافسة
٨٠	الغرابة والطراوة
٨٠	المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية
٨١	طبيعة جمهور الوسيلة
٨١	سياسة الدولة
٨٢	الميزة المخصصة للأخبار

## الفصل الخامس مصادر الأخبار

٨٥	تقسيمات مصادر الأخبار
٨٦	المصادر صانعة الخبر
٨٧	الخبر الصحفي كصانع للخبر

٨٨	مقدمة المندوب
٨٩	علاقة الصحافي بالمصدر
٩٠	المصادر ناقلة الخبر
٩٢	المبحث الأول: المصادر الذاتية للأخبار في وسائل الإعلام
٩٢	المخبرون
٩٢	العملية الإخبارية والمخبرون
٩٢	أين يعمل المخبرون
٩٣	المخبر الصحافي أم المندوب
٩٤	المخبر والمحرر
٩٥	مهارات المخبر الصحافي
٩٦	الأئف الإخباري والأذن الانتقائية
٩٧	المراسل الخارجي
٩٩	أنواع المراسلين
١٠٠	المراسل المقيم
١٠٢	المراسل المتحول
١٠٢	المراسل المؤقت
١٠٣	مهارات المراسل
١٠٤	المبحث الثاني: المصادر الخارجية للأخبار
١٠٥	الخدمات الصحفية
١٠٦	خدمات السلاسل
١٠٩	خدمة واشنطن بوست - لوس أنجلوس تايمز
١١١	خدمة نيويورك تايمز
١١٤	شبكات المعلومات والإنترنت
١١٦	الصحف والمجلات الوطنية والأجنبية
١١٧	معطيات الإذاعة والتلفزيون الوطنية والأجنبية

## الفصل السادس وكالات الأنباء

مفهوم وكالات الأنباء	١٢٤
وكالة الأنباء والخدمة الصحفية	١٢٥
وكالة الأنباء ووكالة الإعلان	١٢٦
نهاة وكالات الأنباء	١٢٧
العامل التكنولوجية	١٢٨
العوامل الاجتماعية	١٢٩
العوامل الإعلامية	١٢٩
ظهور وكالات الأنباء	١٣٠
التقسيمات الأساسية لوكالات الأنباء	١٣٢
التقسيم على أساس التغطية الجغرافية	١٣٢
التقسيم التنظيمي	١٣٥
ال التقسيم الإداري	١٣٥
الوكالات العالمية	١٣٦
وكالة الأنباء الفرنسية (هافاس سابقا) AFP	١٣٦
وكالة الأنباء الفرنسية	١٤٠
وكالة روبيترز	١٤٥
وكالات الأنباء الأمريكية	١٥٢
وكالة الصحافة المتحدة (السوشيدبرس) AP	١٥٢
وكالة يونايتدبرس إنترناشيونال	١٥٤
وكالة يونايتدبرس اسوسيشن	١٥٤
وكالة إنترناشيونال نيوز سيرفيس (INS)	١٥٦
وكالة تاس TASS	١٦٢
وكالة نوفوسني	١٦٥

وكلات الأنباء في روسيا بعد انهيار الاتحاد السوفيتي .....	١٦٩
وكالة اينار تاس .....	١٧٩
وكالة انتر فاكس Inter Fax .....	١٧٢
وكلات الأنباء شبه العالمية .....	١٧٣
وكالة أنباء شينخوا .....	١٧٣
وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية .....	١٧٥
وكلات الأنباء الوطنية .....	١٨٠
وكالة أنباء الكويت (كونا) .....	١٨٠
وكالة الأنباء السعودية (واس) .....	١٨٣
وكالة الأنباء الإيرانية .....	١٨٩
وكالة الأنباء العراقية .....	١٩٠

## الفصل السابع

### تحرير الأخبار

### تحرير العنوان والقديمة

تحرير الخبر .....	١٩٥
تحرير العنوان .....	١٩٦
تحرير المقدمة .....	١٩٩
المقدمة الملخصة .....	٢٠٠
المقدمة العميماء .....	٢٠٢
المقدمة المتأخرة .....	٢٠٤
ثوابت المقدمة .....	٢٠٥
المكان والتاريخ .....	٢٠٥
مصدر الخبر .....	٢٠٦

## الفصل الثامن تحرير الغير تحرير جسم الغير

٢١١	الترتيب الأمازيغي
٢١٢	أنماط تحرير الأخبار
٢١٤	الأنماط التقليدية في تحرير الأخبار
٢١٤	نمط الهرم المقلوب
٢١٧	نمط الهرم المعتدل
٢١٧	نمط الهرم المقلوب المطدرج
٢٢٠	الأنمط الجديدة في تحرير الأخبار
٢٢٠	نمط لوحة التصميم
٢٢١	نمط المقاطع
٢٢١	نمط الساعة الرملية
٢٢٢	نمط القائمة
٢٢٢	نمط وول ستريت جورنال
٢٢٢	نمط الدائرة
٢٢٤	نمط (فوريك)
٢٢٥	النمط غير الطولي

## الفصل التاسع كتابة الأخبار

٢٢٩	من يكتب الأخبار
٢٢٩	محرر الديسك
٢٣٠	الخبر المراجع
٢٣٠	طرق الكتابة

٢٣١	الكتاب المفروعة
٢٣٠	كتاب العنوان
٢٣٣	كتاب جسم المخبر

## الفصل العاشر

### أخلاقيات نشر الأخبار

٢٣٨	الرقابة على الأخبار
٢٣٩	من حرية الطباعة إلى حرية الصحافة
٢٤٧	حرية الصحافة في بريطانيا
٢٤٧	ثورة الفرنسية والصحافة
٢٤٩	ازدهار حرية الصحافة
٢٥١	تجربة الصحافة الأمريكية
٢٥٢	فلسفة الإعلام الأمريكي
٢٥٣	العلاقة بين الصحفي والحكومة
٢٥٤	علاقة الخصومة
٢٥٥	العلاقة التكافلية
٢٥٧	علاقة السيطرة
٢٥٨	الصحافة وسرية المعلومات
٢٥٨	المؤتمر الصحفي
٢٦٠	سرية المعلومات والمصلحة العامة
٢٦٢	أوامر حظر النشر
٢٦٣	تصنيف المعلومات
٢٦٤	قانون حرية المعلومات
٢٦٥	منع الاتصال بالصحافة
٢٦٨	الصحافة والمجتمعات العامة
٢٦٨	الصحافة وجلسات البرلمان

٢٦٩	الصحافة والمحاكم
٢٧٢	الصحفيون والقضاة
٢٧٤	الصحافة العربية والمحاكم
٢٧٥	أخلاقيات نشر الأخبار
٢٧٧	لتنظيم الذاتي لهيئة الصحافة
٢٨٠	مجالس الصحافة
٢٨١	مواقف الشرف

## الفصل الحادي عشر التحرير للصحف الإلكترونية

٢٨٦	مفهوم الصحيفة الإلكترونية
٢٨٦	أنواع الصحف الإلكترونية
٢٨٧	ميزات الصحف الإلكترونية
٢٨٩	المنافسة بين الصحف الإلكترونية
٢٩٠	تحرير الصحف الإلكترونية
٢٩٠	التحرير للمواقع الإخبارية
٢٩١	مستقبل النشر على الويب
٢٩٢	تكنولوجيا الدفع مقابل تكنولوجيا الجذب
٢٩٢	الوسائل المتعددة
٢٩٣	فرص العمل
٢٩٥	الآخر هو المنتج
٢٩٥	الصحف بعد الانترنـت



## مقدمة

شهد العقد الأخير من القرن العشرين والستينات الأولى من القرن الحادي والعشرين انفجارات معلوماتية هائلة بفضل ثورة الاتصال التي امتد تأثيرها إلى كل مجالات الحياة. وقد كانت الصحافة على رأس الصناعات الثقافية التي أثرت فيها ثورتي الاتصال والمعلومات تأثيرا لا يمكن حصر جميع أبعاده.

وبصرف النظر عما مثلته الثورة الجديدة من خطر يبالغ البعض في تقديره على الصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام التقليدية فإن التأثيرات الإيجابية على واقع وطبيعة العمل الصحفي في عصر الشبكات.. قد امتدت إلى مضمون الصحافة ومضمون وسائل الإعلام فجعلته أكثر نراء وألقت على عاتق الصحفيين مهام جديدة ومسؤوليات كبيرة لإرضاء القارئ الذي لم يعد يقنع في ظل التدفق الهائل للمعلومات عبر شبكة الإنترنت بما كان يقنع به قبل سنوات قليلة.

ولم يقتصر التأثير على مضمون وسائل الإعلام فقط بل امتد أيضا إلى الأشكال الفنية التي يقدم من خلالها هذا المضمون.. فقد انتهي عصر الخبر القصير .. وانتهي عصر الخبر الأيديولوجي .. وانتهي عصر العناوين الضخمة.. وباختصار انتهى العصر الذي كانت الصحافة تحكم في تزويد الجمهور بالمعلومات.. ولم تعد الصحافة تستطيع إخفاء شيء وسقطت نظرية حراسة البوابة بعد أن أزالت الإنترنت كل البوابات.. كما لم يعد ممكنا الاختفاء وراء نظريات كانت تعطى الصحافة الحق في تزويد الجمهور بما يجب أن يعلمه فقط.

في ظل هذا التغير المثير أصبح من الضروري أن توأكب المدرسة العربية في الإعلام هذه التطورات من خلال طرح الجديد أمام الباحثين والدارسين في مجال تأثيرات عصر المعلومات على بحث الأوضاع الإعلامية.

وقد اخترنا في هذا الكتاب موضوع "الخبر الصحفي" ليكون محورا من محاور رصد تأثيرات عصر المعلومات على الفنون الصحفية المختلفة، وذلك لأكثر من سبب.

فالخبير الإعلامي بمفهومه الواسع كان ولا زال وسيظل "سيد الفنون الإعلامية" .. وعلى دراسته وفهمه واستيعابه تبنى دراسة الفنون الإعلامية الأخرى. كما انه يمثل اللبنة الأولى في دراسة الإعلام والصحافة في العالم كله.

وعلى صعيد المدرسة العربية في الإعلام فان المؤلفات التي تناولت تقديم هذا الفن للطلاب والباحثين قليلة للغاية، ويتصدرها المؤلف الرائد والمهم لأستاذنا الدكتور فاروق أبو زيد الذي لا زال يحتل - من وجهة نظرنا - المرتبة الأولى في هذا المجال. ومع أهمية البالغة في تدريس التحرير الصحفي لطلاب الجامعات العربية فان هذا المؤلف الذي يعود تاريخ نشره إلى العام ١٩٨٦ لم يلحق وقت تأليفه ونشره بثورة المعلومات التي انفجرت في عقد التسعينات من القرن الماضي.

ومن هنا فإن هذا الكتاب يأتي ليبيّن على ما بدأه أستاذنا الدكتور فاروق أبو زيد خاصة ونحن نحن من تلمسد على يده في قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، كما انه أشرف على رسالة الدكتوراه للمؤلفة المشاركة في هذا الكتاب.

ويكون الكتاب من أحد عشر فصلاً تغطي عدداً من الموضوعات المتصلة بالخبر الإعلامي .. وهي موضوعات يمكن تقسيمها إلى جزئين .. الأول منها هو ما نسميه المعارف الأساسية في مجال الخبر مثل أهمية الخبر ومفهومه وسماهه في وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى أنواع الأخبار والقيم الخبرية، والجزء الثاني يتصل بالجديد في هذا المجال كتحرير الأخبار في الصحف الإلكترونية والأنمط الجديدة في تحرير الأخبار وأخلاقيات نشر الأخبار والجديد في مصادر الأخبار.

وقد حاولنا - قدر الإمكان - الإحاطة بالجديد في مجالات ليس هناك كتابات كثيرة وحديثة حولها مثل الخدمات الصحفية الخاصة كمصدر من مصادر أخبار وسائل الإعلام ووكالات الأنباء وشبكة الانترنت كصناعات مغذية لوسائل الإعلام. كما حاولنا في الفصول الخاصة بتحرير الأخبار تقديم أنماط جديدة لتحرير ومقارتها بالأنمط التقليدية وفصل عملية التحرير عن عملية الكتابة، وتفصيل الجديد في مجال التحرير للمواقع الاخبارية وموقع الصحف على شبكة الانترنت.

وفي النهاية فإنه لا يسعنا إلا أن نردد مقوله "العماد الأصفهانى" الخالدة:  
"إني رأيت أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه إلا قال في غده: لو غير هذا  
لكان أحسن، ولو زيد هذا لكان يستحسن، ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك  
هذا لكان أجمل. وهذا من أعظم العبر، وهو دليل استيلاء النقص على جملة  
البشر".

والله من وراء القصد

د. حسني محمد نصر د. سعاد عبد الرحمن

العين - دولة الإمارات  
يونيو ٢٠٠٢





## الفصل الأول

### أهمية الخبر

- تطور الخبر. 
- الخبر في عصر الكمبيوتر. 
- الخبر الإلكتروني. 
- الخبر والذنون الصحفية. 
- وظيفة الأخبار. 
- مظاهر الاهتمام بالخبر. 
- الخبر المطبوع والخبر للسموع. 
- الخبر والصحافة الجديدة. 



## الفصل الأول أهمية الخبر

### تطور الخبر:

قبل ظهور الصحف المطبوعة المنتظمة الصدور، عرف العالم الصحافة المنسوحة أو الخبر المنسوخ، كما عرف بعض أشكال الصحافة المطبوعة التي كان يتم فيها طبع الأخبار في أوراق منفصلة تتضمن الأخبار والإعلانات والحوادث المهمة، ولكنها لم تكن منتظمة في الصدور.

ولم يقض ظهور الأخبار المطبوعة على الفور على الأخبار المنسوحة التي كان يجمعها وينسخها تجار الأخبار ويقدمونها للنبلاء والتجار وأصحاب النفوذ مقابل أجر عال. ولم يتمكن الخبر المطبوع من القضاء على الخبر المنسوخ، وظلا يسران معا حتى القرن السابع عشر، ويرجع عدم قضاء الخبر المطبوع على الخبر المنسوخ إلى عدد من الأسباب، هي:

- إن تأسيس المطابع وانتشارها في هذا الوقت كان يحتاج إلى تمويل مالي كبير وإلى وقت طويل. بالإضافة إلى احتكار السلطات المدنية والدينية للمطابع في غالبية المدن الأوروبية في بداية انتشار الطباعة.

- كان النبلاء وأصحاب النفوذ يفضلون الأخبار المنسوحة على الأخبار المطبوعة، لأن الأولى كانت تكتب خصيصا لهم بواسطة من يثقون فيهم من تجار الأخبار. أما الأخبار المطبوعة فكانت في متناول الشعب لرخصها وضآلتها أهيئتها بالنسبة للأخبار المنسوحة.

- تعرض المطبوعات والمطابع إلى رقابة السلطات الشديدة على عكس الأخبار المنسوحة. وإن كان هذا لم يمنع بعض الحكومات من فرض رقابة مماثلة على الأخبار المنسوحة أيضا. ووصل الأمر بعض الملوك مثل إمبراطور أسبانيا إلى معاقبة أحد الناسخين ويدعى أنيالي كابيللو بقطع يده وارتفاع لسانه ثم شنقه

وتعليق لوحة على جثمانه كُتب عليها كذاب ومنافق. كما كان يتم تعذيب تجار الأخبار بتقييدهم بالسلالس وجرهم على الأرض.

- رخص من الأخبار المطبوعة وضالة أهميتها بالمقارنة بالأخبار المنسوخة.

لقد أدت العوامل السابقة إلى استمرار ظهور الخبر المنسوخ جنباً إلى جنب مع الخبر المطبوع، إلى أن انفرد الأخير بالساحة في مطلع القرن الثامن عشر نتيجة ثلاثة عوامل هي:

- انتشار المطابع انتشاراً كبيراً في المدن الأوروبية، وقيام أصحابها بإصدار النشرات الإخبارية المطبوعة.

- التطور الكبير في الطباعة بظهور آلة الطباعة الضخمة (روتابيف) التي مكنت الصحف اليومية من طبع نحو سبعين ألف نسخة في اليوم، واحتراز آلة الكتابة السطرية اللينوتيب.

- رواج النشرات الإخبارية المطبوعة نتيجة شغف الشعوب إلى معرفة أخبار وتطورات بعض الأحداث المهمة في ذلك الوقت، مثل أخبار الاكتشافات البحرية، والحرب التركية - الإيطالية التي اشتراك فيها جميع الدول الأوروبية.

- ظهور وتطور البريد الذي كان الأساس الثاني - بعد المطبعة - في انتشار الصحف المطبوعة وتوزيعها على نطاق واسع.

- ظهور وتطور السكك الحديدية التي ساهمت في نقل الصحف بين المدن في وقت قصير، بالإضافة إلى ظهور المطابع الميكانيكية التي اختصرت وقت الصباعة من جانب وحسنت نوعية المطبوع وزادت منه زيادة كبيرة.

### النشرات الإخبارية:

سبق ظهور الصحافة بمعناها الحديث، كمطبوع دوري يصدر بشكل منتظم وباسم واحد، ظهور النشرات الإخبارية التي قدمتها أصحاب المطابع الأولى وتجار الأخبار. وقد أخرج المورخون هذه النشرات من مفهوم الصحف بسبب تغير أسمائها وعدم ثبات هذه الأسماء من جانب، وعدم انتظامها في الصدور من جانب

آخر. وتكمّن أهمية هذه النشرات في أنها كانت التمهيد اللازم لظهور الصحف. معناها الحديث.

وقد كانت هذه النشرات تعتمد اعتماداً كلياً على نشر الأخبار، إذ كانت تضمّن أهم الأحداث الشهريّة أو السنويّة. وكان بعضها يصدر كل ستة أشهر وبعضها كل شهر ومنها ما كان يصدر بصفة أسبوعيّة. وقد صدرت النشرات الإخباريّة في بعض الأحيان بطلب من الملوك الذين أرادوا أن يكونوا على إطلاع دائم على الأحداث، وكان الملوك يرخصون بإصدار هذه النشرات. ففي إنجلترا كان الملك هو الذي يرخص بإصدار النشرات الإخباريّة وكانت معظم أخبار هذه النشرات تتعلّق بأمراء الأسرة المالكة وأئمّة زواجهم ووفاقهم والحوادث الداخليّة الشّرة مثل أخبار الزلازل والأوبئة والأمراض والجرائم بالإضافة إلى أخبار الحوادث الخارجيّة.

وقد انتشرت هذه النشرات في مدن فرانكفورت واوكرسيورج واستراسبورج وفلورنسا وبازل وفيينا وهامبورج وبرلين. وصدرت أول نشرة إخباريّة في إنجلترا في سنة ١٦٢٢ باسم آيه كارنت أوف جنرال نيوز *A Current of General News* وكان هذا الاسم يتغيّر من نشرة إلى أخرى. وكما ذكرنا فقد كانت هذه النشرات هي المقدمة لظهور الصحف المطبوعة. معناها الحديث.

وقد تمثّلت طرق توزيع الأخبار على القراء في القرن السابع عشر في:

- الرسائل الإخباريّة المسوّقة التي كان يدها تجار الأخبار مقابل مادي للأمراء والملوك والأثرياء والتجار.

- المكاتب الإخباريّة المركزية والفرعيّة التي ظهرت في أوروبا في القرن الرابع عشر، وكان عملها قريب من عمل الوكالات الحديثة للأباء. حيث قام بعض تجار الأخبار بإنشاء مكاتب متخصصة تتولى جمع الأخبار وإعدادها في شكل رسائل إخباريّة نشرات بالمفهوم الحديث، وتوزيعها على من يطلّبها من رجال السياسة والتجارة، مقابل مادي.

ومع انتشار المطبوع انتشاراً كبيراً في المدن الأوروبية، قام أصحابها بإصدار النشرات الإخبارية المطبوعة. وقد ساهم في رواج هذه النشرات التطور الكبير في الطباعة بظهور آلة الطباعة الضخمة (روتاتيف) التي مكنت الصحف اليومية من طبع نحو سبعين ألف نسخة في اليوم، واحتراز آلة الكتابة السطورية (اللينوتيب)، وشفف الشعوب إلى معرفة أخبار وتطورات بعض الأحداث المهمة في ذلك الوقت، مثل أخبار الاكتشافات البحرية، والحرب التركية - الإيطالية التي اشتراك فيها جميع الدول الأوروبية، بالإضافة إلى ظهور وتطور البريد الذي كان الأساس الثاني - بعد المطبعة - في انتشار خدمات المكاتب الإخبارية ونشرها المطبوعة وتوزيعها على نطاق واسع، بالإضافة إلى ظهور وتطور السكك الحديدية التي ساهمت في نقل النشرات الإخبارية بين المدن في وقت قصير، وظهور المطباع الميكانيكية التي اختصرت وقت الطباعة من جانب وحسنت نوعية المطبع وزادت منه زيادة كبيرة.

### جمع ونقل الأخبار:

في البداية استخدم تجار الأخبار الخيول والخيول والحمير والحمام الراجل في نقل الرسائل الإخبارية من مكان إلى آخر. وبعد ظهور البريد الحديث تم استخدام مكاتب البريد في تبادل الأخبار ونقلها بين المدن. وكان مدير البريد يتحكم في التدفق الإخباري الداخلي إلى الخارج من المدينة التي يعمل بها. وفي البداية كان مدير البريد يقتصرون خدمتهم الإخبارية على بعض الأفراد من رجال السياسة والرأسماليين والتجار الذين بهمهم معرفة ما يقع حولهم من أحداث قد تؤثر في مصالحهم السياسية أو التجارية. وبعد ظهور الصحف المطبوعة احتكر مدير البريد لفترة توزيع الصحف على الناس.

ويمكن تحديد وسائل جمع ونقل وتوزيع الأخبار قبل القرن العشرين في:

- تجار الأخبار والمكاتب الإخبارية (جمع وتوزيع الأخبار).
- مدير البريد (توزيع الأخبار والرسائل الإخبارية).

- البريد (نقل الأخبار والرسائل الاخبارية).
- الخيل والحمير والحمام الزاجل (وسائل نقل).
- المرايا وإضاءة الأنوار في أبراج منتشرة على رؤوس الجبال للإسراع في نقل الأخبار. موجب شفرة ضوئية خاصة.

وقد تضاءلت أهمية مديرى البريد كثيراً بعد التطور الذى شهدته وسائل المواصلات خاصة بعد تمهيد ورصف الطرق بين المدن والأقاليم وإنشاء السكك الحديدية، وظهور وسائل النقل السريعة-نوعاً - مثل القطارات والبواخر. وجاء اختراع التلفراف الذى تميز بقدرته على تغطية مساحات كبيرة من المناطق بصورة آمنة ومتظاهرة وسريعة ليساهم بفعالية في انتشار الأخبار.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية التي شهدتها العالم في النصف الثاني من القرن التاسع عشر ومطلع القرن العشرين في ازدهار صناعة الخبر الصحفى. إذ سهلت هذه الثورة عملية جمع الأخبار من مناطق بعيدة ونقل هذه الأخبار بشكل سريع للغاية إلى مقار الصحف. وقد شملت هذه الثورة اختراع التليفون ومن بعده الراديو.

فبعد التلفراف والتليفون ساهم اختراع الراديو في نقل الأخبار من أماكن بعيدة إلى مقار الصحف عبر البحار والمحيطات سواء باستخدام الإشارات التلفافية أو بالصوت البشري، ولازال بعض المراسلين في بعض مناطق العالم التي تفتقر إلى خدمات تليفون وفاكس متغيرة يثنون أخبارهم باستخدام أجهزة الراديو التي استخدمت أيضاً في بث الصور الحية إلى الصحف.

### الخبر في عصر الكمبيوتر:

شهدت صناعة الخبر الصحفى في العقود الثلاثة الأخيرة تطوراً كبيراً على جميع المستويات المادية والفنية. ففي إطار المنافسة الشديدة التي تعرضت لها من وسائل الإعلام الإلكترونية (الراديو والتليفزيون) كان على الصحافة أن تبني طرقاً جديدة في جمع الأخبار ونشرها حتى تحافظ على مكانتها كوسيلة الإعلام الأكبر

جماهيرية والأكثر تأثيراً في الأفراد والمجتمعات.

وكان ظهور وتطور الحاسوب الآلي المخرج الملائم للصحافة فتوسعت في استخدامه لتطوير طرق إنتاجها وتوزيعها كما كان ظهور الاتصال الشبكي عبر أجهزة الكمبيوتر Computer-mediated Communication - الحل الأمثل للصحافة المطبوعة للاقتراب من الطبيعة التزامنية والصوتية والمصورة التي تميز أخبار الإذاعة والتليفزيون.

فعلى مدى سنوات عديدة ظل ناشرو الصحف والمجلات تراودهم فكرة نقل المعلومات إلى جمهورهم بطريقة إلكترونية. ففي مقابل الطباعة على الورق بدا للناشرين أن نقل المادة الإعلامية بواسطة الكمبيوتر يحقق مصالح الطرفين.. الصحف والجمهور. ولعل أهم الفوائد التي رأت الصحف أنها ستحقق من خلال النشر الإلكتروني على شبكة الويب هي:

- خفض التكاليف المتزايدة لإنتاج الصحيفة الورقية. فعلى مدى سنوات أجرت هذه التكاليف الصحف والمجلات على زيادة أسعار بيعها للجمهور كما أجرت البعض الآخر على الخروج من صناعة النشر.
- نقل المعلومات والأخبار بطريقة أسرع من صباعتها على الورق. فالمعلومات التي تحويها الصحيفة الورقية تكون قديمة ١٢ ساعة على الأقل والمقالات التي تنشر في مجلة شهرية غالباً ما تكتب قبل النشر ثلاثة أشهر أو أكثر.

### الصحيفة الإلكترونية:

لعل من ابرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة - مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسوب الآلي وتكنولوجيا الاتصال الشبكي - ظهور ما سمي بالصحيفة الإلكترونية Electronic Newspaper في إشارة إلى الصحيفة الالكترونية التي يتم نشرها على شبكة الإنترن特 ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها وطبع ما يرغب في طباعته.

وإذا كانت الصحيفة الإلكترونية هي نتاج للتطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الحاسوب الآلي فان الفضل في ظهورها يعود إلى محاولات الباحثين والصحفيين المتعددة والمؤوب لإنتاج صحيفة لا ورقية تستطيع أن تقوم بوظائف الصحيفة المطبوعة وتضيف إليها من خلال استغلال الإمكانيات الاتصالية لشبكة الإنترنت. ويتوقع الباحثون في هذا المجال أن تقود المحاولات المستمرة لتطوير الصحيفة الإلكترونية إلى تقديمها على الصحيفة الورقية في المستقبل القريب على اعتبار أن السبيل لبقاء الصحافة - بصفة عامة - كوسيلة اتصال جماهيرية يمكن في تطورها من حيث الشكل إلى وسيلة إلكترونية.

ويرتبط مفهوم الصحيفة الإلكترونية بمفهوم آخر أشمل وأعم هو مفهوم النشر الإلكتروني Electronic Publishing الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات. وبالتالي فإن غالبية الصحف الورقية يمكن اعتبارها مطبوعات إلكترونية لأنها تنشأ وتُحرر وتُنسق وتُنقل إلى المطابع وتُوزع باستخدام أجهزة الكمبيوتر. كما يشير مفهوم النشر الإلكتروني - على مستوى محدد - إلى استخدام أجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصال في توزيع المنتج النهائي على القراء.

### تطور الصحف الإلكترونية:

حتى مطلع التسعينيات من القرن العشرين كانت الإنترنت مجرد شبكة تربط أجهزة الكمبيوتر وتستخدم في نقل وتبادل المعلومات بين الإدارات الحكومية والجامعات ومراكيز البحوث. ومع ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية (الورلد وايد وب) وظهور شركات متعددة خدمات الإنترنت للأفراد عن طريق الاشتراك تزايد استخدام الجماهيري للإنترنت وتحولت بالفعل إلى وسيلة اتصال توفر وظائف الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري.

وعندما أصبحت الإنترت ظاهرة وخرجت من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة انفتح ما يسمى بالنشر الإلكتروني (الصحف والمجلات وموقع

المعلومات والأخبار). ومن كل وسائل الإعلام التقليدية الأخرى فإن الصحافة المطبوعة دخلت عصر النشر الإلكتروني ولديها تاريخ طويل من العمل الإلكتروني. فمنذ نحو حسين عاماً كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس وكانت النسخة تكلف من ٥٠ إلى ١٠٠ دولاراً. كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديوتекс Videotex في بداية الثمانينيات وذلك باستخدام خطوط التليفون ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري، ولكن انخفاض وضوح الصورة بالإضافة إلى بطيء الاستعراض جعل قراءة الصحف بهذه الطريقة عملية صعبة، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيراً من استقبالها بهذه الطريقة. كما بدأت بعض الشركات في الثمانينيات مثل كمبيوسurf في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية في إطار تجربة. ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية ولأنها لم تجد عدداً كافياً من المستهلكين لاستمرارها.

وبداءً من تسعينيات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الإنترنت بدوافع عديدة، لعل من أهمها إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم. ولا يتوافق هذا في الصحيفة الورقية نظراً لتكلفة العالية لإصدار طبعات إضافية من الصحيفة لمتابعة الجديد من الأحداث.

### الخبر الإلكتروني:

ومن هنا ظهر مفهوم (الخبر الإلكتروني) الذي يشير إلى الأخبار التي يتم بها على موقع الصحف الإلكترونية وموقع المطابع الإذاعية والتلفزيونية والواقع الإخبارية المختلفة على الشبكة على مدار الساعة، وتتضمن هذه الأخبار في غالبية الواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلىحدث وتزود شائعاً شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المشاهدة وقواعد البيانات والمعلومات.

ورغم الأصول الصحفية والإذاعية للأخبار الإلكترونية على أساس ان غالبيتها مستمد من الصحف الورقية ونشرات الإذاعة والتليفزيون ووكالات الأنباء، إلا أنها تتميز عن نظيرتها الصحفية والإذاعية بما يلي:

١- تعدد الوسائل المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطقية والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتليفزيوني. فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بكل الوسائل السابقة إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة وال المتحركة كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع إلى الخبر صوتيا.

٢- تعدد المصادر وتتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مكرها كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتليفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبي الصحافة واللحظة وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين الواقع للتعرض إلى مختلف الروايات فيحدث الواحد.

٣- التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

٤- البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الويب.

٥- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام التصنيف الإلكتروني (خرائط الموقع) المستخدم في موقع الصحف الإلكترونية والواقع الإخبارية.

٦- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشاهدة لها داخل الموقع أو في الواقع الأخرى والتي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر

٧- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد

الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية Newsletter التي تقدمها غالبية الواقع الإخبارية لمتصفحها.

### الخبر والفنون الصحفية:

تنوع الفنون الإعلامية، وهي الأشكال التي تأخذها المادة الإعلامية عند تقديمها للجمهور، تنوعاً كبيراً، ويمكن تقسيم هذه الفنون على أكثر من مستوى.. فعلى مستوى الوسيلة الإعلامية، يمكن التمييز بين الفنون الصحفية والفنون الإذاعية والفنون التلفزيونية ولكل منها ما يميزها عن الأخرى وفقاً ل特مايز التكنولوجيا المستخدمة في كل وسيلة من جانب، وتمايز إمكاناتها وطرق عرض المادة فيها، فالصحافة المطبوعة لها فنونها التي تتفق مع طبيعة الكلمة المقروءة ومع طبيعة بيئة التعرض لها من جانب القراء. بينما تستخدم الإذاعة المسورة فنوناً إعلامية تتفق مع طبيعة الكلمة المسورة وتستفيد من إمكانات التواصل التي يتيحها الراديو. وعلى نفس التوالي تستفيد الفنون التلفزيونية من الإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا البث التلفزيوني من كلمة مسموعة وصورة مرئية ومتحركة.

وعلى مستوى ثان يمكن التمييز بين فنون الخبر وفنون الرأي، والأولى ترتكز على المادة الخبرية في الأساس وما يتولد عنها من فنون إعلامية أخرى كالتحقيق الصحفي والقصة الخبرية والصورة الخبرية والحدث الصحفي ذي الطابع الخبري والتقرير الصحفي، أما الثانية فترتكز على المواد التي تعبّر عن الرأي مثل المقالات والكارикature.

### أهمية الخبر في إطار الفنون الإعلامية:

تعد عملية جمع الأخبار ونشرها هي الوظيفة الأولى للصحافة المطبوعة منها والإلكترونية، فالغاية من الصحافة هي جمع الأخبار التي تهم أكبر عدد من القراء ومنس مصالحهم.

والأخبار، أي نقل الأخبار لجماهير القراء، تأتي على رأس وظائف الصحافة

ال الحديثة، ولفظة الإخبار هي المعادلة لما يسمى بوظيفة الإعلام التي تعد الوظيفة الأساسية للإعلام بصفة عامة.

### وظائف الإعلام وتدخل وظيفة الأخبار في جميع الوظائف الأخرى:

الأخبار هي أساس ما ينشر بالصحف من مواد صحفية أخرى. فهي الأساس الذي يقوم عليه المقال الصحفي بأنواعه المختلفة، الافتتاحي، والتحليلي، والتعليق، والمعمود الصحفي، فكاتب المقال ينطلق من الخبر ليدي رأياً في حدث ما أو قضية يطرحها هذا الحدث.

وكما ينطلق كاتب المقال من الخبر الصحفي، فإن المقال الصحفي الجيد غالباً ما يتضمن أخباراً جديدة، خاصة إذا ما كان كاتب المقال على صلة وثيقة بمصادر الأخبار والمثال البارز على ذلك هو مقالات الأستاذ محمد حسين هيكل في الأهرام في العهد الناصري، حيث كانت تحوي دائماً الجديد من الأخبار.

والخبر الصحفي هو أيضاً أساس أو على الأقل أحد أسس التحقيق الصحفي فالصحفي يستقي من الخبر فكرة التحقيق ثم يضمن تحقيقه الجديد من الأخبار حول القضية أو الحدث الذي يتحققه والغالب على التحقيقات الصحفية هو الطابع الخبري.

أما الحديث الصحفي، فإن أحد أنواعه المهمة هو الحديث الخبري الذي يستهدف فيه المحرر الحصول على أخبار جديدة من المصدر، أو الحصول على تفسيرات لأخبار نشرت بالفعل من المصدر. وحقن حديث الرأي يستند في غالب الأحيان على خبر هو الذي أثار الجدل بين أهل الاختصاص، ودفع المحرر إلى إجراء أحاديث رأي حول الموضوع.

وقد نشأت الفنون الصحفية السابقة المقال، والتحقيق، والحديث استناداً إلى الخبر. كما نشأت فنون صحفية حديثة كفنون خبرية صرفية وتطورت ليصبح لها طابعها المميز ولعل أهمها: فن التقرير الصحفي الذي أصبح من معالم الصحافة الحديثة، وهو فن خبري في الأساس يقوم على تجميع ونشر أكبر عدد ممكن من الحقائق المتعلقة بحدث ما أو شخص ما أو مكان ما.

## مظاهر الاهتمام بالخبر:

من مظاهر اهتمام الصحافة المطبوعة بالأخبار، أن الصحف تخصص للأخبار والمادة الخبرية النصيـب الأكـبر من مساحـاتـها التحريرـية، كما أنها تفرد للأخبار صفحـاتـها الأولى والواقعـ المـيـزة على الصـفحـاتـ الداخـلـية. كما تـخصـصـ الصـحفـ عددـاً كـبـيراًـ منـ عـرـيـبـاهـ لـهـامـ جـمـعـ الـأـخـبـارـ،ـ وـالـعـرـوـفـ أـنـ قـسـمـ الـأـخـبـارـ فيـ الصـحفـ الـيـوـمـيـةـ يـضـمـ غالـيـةـ الصـحفـينـ العـاـمـلـينـ فيـ الصـحـيـفةـ كـماـ تـنـقـقـ الصـحـيـفةـ عـلـىـ مرـاسـلـيـنـ تـبـعـتـ هـمـ إـلـىـ الـدـوـلـ الـأـجـنبـيـةـ لـوـافـقـاهـ بـالـأـخـبـارـ،ـ وـعـلـىـ الـوـسـائـلـ التـكـنـوـلـوـجـيـةـ الـتـيـ تـمـدـهـاـ بـالـزـيـدـ مـنـ أـخـبـارـ الـعـالـمـ.

وعـلـىـ الرـغـمـ مـنـ أـنـ الصـحـافـةـ المـطـبـوـعـةـ لـيـسـ هـيـ وـسـلـةـ الـإـخـبـارـ الـوـحـيدـةـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الـحـدـيـثـ،ـ بـعـدـ مـنـافـسـةـ الـإـذـاعـةـ وـالـتـلـيـفـيـزـيـونـ وـالـصـحـفـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ هـاـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الـإـخـبـارـيـ،ـ إـلـاـ أـنـاـ أـيـ الصـحـافـةـ المـطـبـوـعـةــ لـازـالـتـ تـخـفـظـ بـعـكـاتـهـاـ كـوـسـلـةـ إـخـبـارـيـةـ أـولـىـ مـفـضـلـةـ لـدـىـ النـاسـ،ـ عـاـصـةـ جـمـاهـيرـ الـتـعـلـمـيـنـ،ـ فـلـاـ يـزالـ لـلـأـخـبـارـ الـمـطـبـوـعـةـ عـلـىـ صـفـحـاتـ الصـحـفـ تـمـيزـهـاـ عـنـ الـأـخـبـارـ الـمـسـمـوـعـةـ وـالـأـخـبـارـ الـمـسـمـوـعـةـ الـمـرـئـيـةـ.ـ فـالـمـسـتـمعـ أـوـ الـمـشـاهـدـ الـذـيـ يـسـتـمـعـ إـلـىـ الـخـبـرـ مـنـ الرـادـيوـ أوـ مـنـ التـلـيـفـيـزـيـونـ لـازـالـ حـرـيـصـاـ عـلـىـ رـؤـيـةـ الـخـبـرـ مـطـبـوـعاـ فـيـ صـحـيـفةـ مـنـ الصـحـفـ،ـ حـيـثـ يـعـدـ نـشـرـ الـخـبـرـ فـيـ الصـحـفـ نـوـعـاـ مـنـ تـأـكـيدـ حدـوثـهـ،ـ كـمـاـ أـنـ الـوقـتـ الـمـسـمـوـحـ بـلـعـرضـ الـخـبـرـ فـيـ الرـادـيوـ أوـ فـيـ التـلـيـفـيـزـيـونـ لـاـ يـسـعـ هـاتـيـنـ الـوـسـلـيـنـ بـتـقـلـيمـ كـافـةـ زـوـاـياـ الـخـبـرـ لـلـمـسـتـمعـ وـلـلـمـشـاهـدـ الـذـيـ يـقـيـ دـائـمـاـ فـيـ حـاجـةـ إـلـىـ مـعـرـفـةـ مـزـيدـ مـنـ التـفـاصـيلـ حـولـ الـخـبـرـ الـذـيـ سـمـعـ.ـ وـلـعـلـ ماـ يـوـكـدـ ذـلـكـ أـنـ نـشـرـ الـأـخـبـارـ فـيـ الرـادـيوـ أوـ فـيـ التـلـيـفـيـزـيـونـ تـسـتـغـرـقـ فـيـ الـفـالـبـ بـيـنـ حـمـسـ دـقـائقـ -ـ كـحدـ أـدـنـ -ـ وـثـلـاثـيـنـ دـقـيقـةـ كـحدـ أـقصـىـ،ـ وـهـوـ زـمـنـ قـصـيرـ لـاـ يـقـيـ بـحـاجـةـ الـفـالـبـيـةـ مـنـ الـجـمـاهـيرـ فـيـ مـعـرـفـةـ الـأـخـبـارـ وـالـإـلـامـ بـتـفـاصـيلـهـاـ.

وـبـالـإـضـافـةـ إـلـىـ مـاـ سـبـقـ فـانـ الـعـاـيـرـ الـتـيـ تـضـعـهـاـ الـإـذـاعـاتـ الـمـسـمـوـعـةـ لـاـخـتـيـارـ الـأـخـبـارـ الـتـيـ تـذـيعـهـاـ فـيـ نـشـرـاـتـهاـ -ـ وـأـغـلـبـهـاـ مـعـاـيـرـ سـيـاسـيـةـ.ـ بـمـاـ يـتـفـقـ مـعـ سـيـاسـةـ الـدـوـلـةـ الـتـيـ تـخـتـكـرـ وـسـائـلـ الـإـلـاعـامـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ فـيـ مـجـتمـعـاتـ الـعـالـمـ الـثـالـثـ -ـ تـوـدـيـ إـلـىـ

حرمان المستمع والمشاهد من معرفة أخبار كثيرة، يلحاً إلى الصحف للتعرف عليها، على أساس أن القيود التي تفرضها الحكومات على عملية نشر الأخبار في الصحف أقل وطأة من تلك التي قد تفرضها على الإذاعات.

### الخبر المطبوع والخبر المسوم:

يتميز الخبر المطبوع - أي الخبر الصحفي - عن الخبر المسوم - الخبر الإذاعي والتليفزيوني، بعدد من الميزات، أهمها:

١- الدقومة، فالخبر المطبوع يصبح ملكاً للقارئ فور شرائه للصحيفة، يستطيع أن يعود إليه أكثر من مرة ليعيد قراءته ويتأكد من البيانات والمعلومات الواردة به، وذلك على عكس الخبر المسوم، أو الخبر الإذاعي والتليفزيوني الذي تنتهي علاقة المستمع به فور انتهاء إذاعته ولا يستطيع العودة إليه مرة أخرى، فالغالب أن يداع الخبر مرة واحدة أو مرتين على الأكثر ثم يمحى ليترك مساحة زمنية للأخبار الجديدة.

٢- الت نوع، إذ يتميز الخبر المطبوع بتتنوع موضوعاته بما يلي حاجات الجماهير. فالصحيفة - أيًا كان نوعها - لا تقتصر على نشر نوع واحد من الأخبار. ويعنى آخر، لا تقتصر على نشر الأخبار الحادة السياسية والاقتصادية كما هو الحال في الراديو والتليفزيون، بل إنها تفرد مساحات كبيرة للأخبار العلمية والأدبية والفنية والأخبار الطريفة والمسلية والأخبار ذات الطابع الإنساني وأخبار الجريمة ... الخ، وهذه الت نوعيات من الأخبار قد لا تجد طريقها لميكروفون الإذاعة لاعتبارات عديدة، وحتى إن وجدت طريقها للإذاعة فإنها تبقى قليلة العدد، إذ لا تتضمن نشرة الأخبار في التليفزيون سوى خبر فني واحد وتغيب فيها أخبار الجريمة وأخبار الأدب والأخبار الطريفة.

٣- التوثيق، فالخبر المطبوع يصبح بعد فترة وثيقة تاريخية باللغة الأهلية، لأنه يبقى دائمًا محفوظاً ومتاحاً للباحثين والمورخين، فالصحافة المطبوعة مصدر مهم من مصادر التاريخ بما تنشره من أخبار حول الأحداث المختلفة، يستطيع المورخ

الرجوع إليها... والاستفادة من مادتها في تأريخه لقضية من القضايا أو حدث من الأحداث، أو لفترة زمنية معينة.

ويمكن إدراك هذه الفروق من خلال مقارنة خبر أذيع بشرطة أخبار التليفزيون ونفس الخبر المنشور بجريدة يومية في اليوم التالي. كما يمكن الاستماع إلى نشرة أخبار مسائية بإحدى الإذاعات ثم كتابة عناوين الأخبار المذاعة فيها، وفي اليوم التالي نكتب عناوين الأخبار المنشورة بالصفحات الأولى من الصحف اليومية ثم نقارن بين القائمتين فيتضح لنا ما انفرد به الصحف من أخبار.

أما ما يميز الخبر المسومع عن الخبر المطبوع، فهو عامل المتابعة المستمرة الذي يتبع للإذاعة السرعة في إذاعة الخبر وتحقيق السبق الخبري عن الصحافة المطبوعة التي تتلزم بمواعيد ثابتة للصدور. وبين كل عدد وآخر يصدر من الصحفة يوم كامل، بينما في مقدرة الإذاعة أن توافي المستمعين بالجديد من الأخبار فور وقوع الأحداث، أو فور تلقيها الأخبار من مصادرها المتعددة. وتحاول الصحف التغلب على هذا القصور في ملاحقة الأخبار بإصدار طبعات متعددة من العدد الواحد بصفة يومية (٣ طبعات في صحيفة الأهرام وصحيفة الأخبار المصريتين)، أو بإصدار طبعات فمارية عندما يستدعي الأمر ملاحقة خبر أو حدث مهم. كما أن صدور الصحف المسائية يقلل الفارق الزمني الذي تعاني منه الصحافة المطبوعة في منافتها للإذاعة في ملاظتها للأخبار. ورغم أن الصحف المسائية تكاد تختفي في العالم العربي رغم ازدهارها في بقاع كثيرة من العالم، إلا أن هناك بعض الصحف المسائية التي تصدرها موسسات صحفية عربية تُصدر في نفس الوقت صحفاً صباحية، وتنظر إلى الصحيفة المسائية باعتبارها امتداد للصحيفة الصباحية. ومن أمثلة هذه الصحف صحيفة المساء التي تصدرها مؤسسة دار التحرير المصرية كامتداد لبيوميتها الجمهورية، والأهرام المسائي التي تصدرها مؤسسة الأهرام القاهرة كامتداد لصحيفة الأهرام الصباحية الواسعة الانتشار.

## الخبر والصحافة الحديثة:

نخلص مما سبق إلى أن الخبر هو المادة الأساسية في الصحافة المطبوعة، والخبر هو أصل الفنون الصحفية الحديثة التي تستمد أهميتها لدى القارئ من نشر وتفسير الأخبار.

يقى أن نذكر أن الخبر كان على رأس العوامل التي ساهمت في تطور الصحافة الحديثة. فقد سعت الصحف إلى تحسين أدائها الخبري على الدوام للوفاء باحتياجات القراء المتزايدة إلى الأخبار. وكانت السرعة في الحصول على الأخبار من مصادرها وسرعة نقلها إلى الصحف وسرعة طبعها وسرعة نشرها وتوزيع الصحف على القراء، هي الشغل الشاغل لأصحاب الصحف والصحفين. وكانت المنافسة بين الصحف على الحصول على الأخبار من أهم دافع إنشاء وكالات الأنباء كأحد أهم الصناعات المغذية للصحافة في منتصف القرن التاسع عشر. كما كان الخبر وال الحاجة إليه من أهم العوامل التي ساهمت في نمو وازدهار هذه الوكالات خلال القرن العشرين، هذا النمو الذي أدى إلى تنوعها وتعددتها بين وكالات عالمية وكالات إقليمية وكالات محلية.

وكان هذا الأمر دافعاً قوياً لاستحداث وسائل جديدة أسرع حسب ظروف كل فترة للحصول على الأخبار ونشرها، فقد كانت الصحف في سبيل ذلك تعتمد على الأسرع من وسائل المواصلات ووسائل الاتصال، والأسرع في آلات جمع المزروع، وألات الطباعة، حتى وصلنا في العصر الحاضر إلى استخدام الكمبيوتر المزود بالفاكس لنقل الخبر من المندوب أو المراسل من مكان الحدث إلى الصحيفة مباشرةً، مكتوباً وجاهزاً للطبع، ويصل مباشرةً إلى كمبيوتر الصحيفة لمراجعته ووضعه في المكان المخصص له على الصفحة، ونقله إلى المطبعة.

كما طورت الصحافة الخبرية فنون التصوير والتصميم والإخراج الصحفي، لتلي حاجتها إلى السرعة في إنتاج الصحيفة حتى تكون قادرة على منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية.



٢

## الفصل الثاني مفهوم الخبر

صعبية تعريف الخبر. 

أسس الخبر. 

محاور تعريف الخبر. 

محور التقدم/ التخلف. 

محور الحدث/ الخبر. 

محور المحلية/ القومية/ العالمية. 

المفهوم المناسب للخبر. 



## الفصل الثاني مفهوم الخبر

رغم أنه كان ولا زال سيد فنون الإعلام القديمة والحديثة بجمعها أنواعها، فإن الخبر الصحفي رغم تاریخه الطویل قبل وبعد ظهور الصحافة الحديثة لا زال يفتقد إلى تعريف جامع، أو بالأصح إلى تعريف يتفق حوله الإعلاميون أنفسهم ودارسو وأساتذة الإعلام.

### صعوبة تعريف الخبر:

وتأتي صعوبة الاتفاق على تعريف واحد للخبر الصحفي من عدة مصادر:

١- إن الخبر شأن إنساني، يعني أنه يتصل بنوازع وحاجات إنسانية متباينة بالضرورة ولا يمكن أن توافق في مختلف الأزمان وختلف الأماكن. وكل شأن إنساني لا يمكن قياسه وتحديده بدقة مثلاً يحدث في العلوم الطبيعية والكيميائية وال الهندسية، فمن السهل أن نجد تعريفاً عالمياً موحداً للمثلث كشكل هندسي يتكون من ثلاثة أضلاع ومجموع زواياه ١٨٠ درجة، لا يختلف عليه أحد. ولكن من الصعب أن نجد تعريفاً مماثلاً لأي شأن إنساني يندرج تحت ما يسمى بالعلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية. وعلى هذا الأساس جاء الخلاف المستمر حول تعريف الخبر. وهذا الخلاف لا يقتصر على الإعلاميين وأساتذة الإعلام فقط، ولكنه يمتد ليشمل أفراد المجتمع. فكل فرد - وفقاً لاهتماماته - يمكن أن يقدم تعريفاً مستقلاً للخبر.

٢- إن الخبر - باعتباره متصلة بالحياة اليومية للإنسان اتصالاً وثيقاً - يمثل نمطاً غير ثابت وغير مستقر، وعدم الثبات هذا يضعف من دقة تحديده، وكثيراً ما نقول ونحن نطالع الصحف أو نستمع إلى نشرة الأخبار في الراديو: وهل هذا خبر؟ اعترافاً منا على إذاعة خبر لا يندرج ضمن مفهومنا الشخصي للخبر. ونفس الخبر قد يتقبله أشخاص آخرون، ويرونه مندرجًا ضمن تعريفهم للخبر.

٣- الخبر كأحد الفنون الإعلامية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع، وبالتالي تباين وتختلف تعريفاته باختلاف وتباعد المجتمعات حضارياً وثقافياً وسياسياً واقتصادياً.

فالثقافة العامة للمجتمع هي التي تحدد مفهوم الخبر، ودرجة النسخ والتقدير الحضاري والاقتصادي تلعب دوراً في هذا التحديد. لذلك وجدنا تعريفات للخبر تميز بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات المتحللة. فالخبر الذي يصلح للنشر في دولة مثل الولايات المتحدة على الصفحات الأولى قد لا يعد خبراً على الإطلاق في دولة أخرى مثل السودان.

وعلى هذا الأساس أيضاً يتم التمييز بين مفاهيم الخبر على أساس نوع النظام السياسي والاقتصادي الذي تبنيه المجتمعات، لذلك وجدنا تعريفاً للخبر في الدول التي تنتهي نظام الاقتصاد الحر والحرية السياسية (الدول البيرالية)، وتعريفاً مختلفاً للخبر في الدول التي تنتهي نظام الاقتصاد الموجه ونظام الحزب الواحد، وتعريفاً ثالثاً للخبر في الدول التي تتبع النظام الاشتراكي بمدخلاته الاقتصادية والسياسية.

٤- من جهة أخرى، فإن التطور التاريخي للاتصال الجماهيري ووسائله ساهم بشكل كبير في عدم الاتفاق على مفهوم واحد للخبر من زاويتين: الأولى تمثل في اختلاف وتطور تعريفات الخبر زمنياً. فمفهوم الخبر قبل اختراع الطباعة (مرحلة النسخ) يختلف عن مفهومه بعد هذا الاختراع، ومفهوم الخبر في الصحف الأولى التي ظهرت في أوروبا في القرن السابع عشر يختلف عن مفهومه بعد ظهور الصحف الشعبية رخيصة الثمن. وفي كل قرن، بل في كل بضعة سنوات من التطور قد نجد اختلافاً بارزاً في تعريف الخبر. وعلى سبيل المثال فإن الأعيار التي كانت تنشر في جريدة الواقع المصرية وقت صدورها في عام ١٨٢٨ يختلف مفهومها تماماً عن مفهوم الخبر الذي كان يتم على أساسه نشر الأخبار في الصحف المصرية في فترة ما بين الحربين العالميتين، كما يختلف عن مفهوم الخبر في الفترة الناصرية الذي يختلف هو الآخر عن مفهوم الخبر في الفترة الحالية.

ومن زاوية ثانية، فإن ظهور وسائل إعلام جديدة كان دالماً ما يضيف إلى مفهوم الخبر وبعده منه، ليتوافق المفهوم مع الوسائل الجديدة. فمفهوم الخبر قبل ظهور الراديو وانتشار استخدامه على نطاق واسع، يختلف في بعض التفاصيل عن مفهومه بعد ظهور الراديو وانتشاره، ونفس الأمر بالنسبة لمفهوم الخبر قبل وبعد ظهور التليفزيون، وقبل وبعد ظهور الاتصال الشبكي وظهور شبكة الإنترنت والصحافة الإلكترونية.

٥- ويعد تعدد مفاهيم الخبر أيضاً إلى تعدد وسائل الإعلام والاختلاف كل وسيلة عن الأخرى وتميز كل منها بمتاعاً وسمات تختلف عن مزايا وسمات الوسائل الأخرى. فالخبر المطبوع يختلف مفهومه عن مفهوم الخبر المسنون الإذاعي، كما يختلف عن مفهوم الخبر المسنون والمرنبي التليفزيوني، ويختلف عن كل هذه المفاهيم مفهوم الخبر في الصحافة الإلكترونية.

٦- ولا يتوقف الأمر عند حد تعدد وسائل الإعلام، بل يتعدها إلى التنوع داخل كل وسيلة، هذا النوع الذي يؤدي وبالتالي إلى تنوع تعريفات الخبر في كل وسيلة فرعية. إذ لا يمكن القول أن هناك تعريفاً يناسب جميع أنواع الصحف من جرائد صباحية ومسائية.. يومية ونصف أسبوعية وأسبوعية وشهرية، وبمحلات عامة ومتخصصة.. أسبوعية وشهرية ودولية.. وصحف سياسية.. وصحف غير سياسية.. وصحف عامة.. وصحف متخصصة.. وصحف حزبية وصحف غير حزبية، وعلى نفس المنوال لا يمكن أن نقول أن هناك تعريفاً يناسب جميع المطابع الإذاعية (عامة - محلية - متخصصة)، أو جميع القنوات التليفزيونية، أو جميع الواقع الإعلامية الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

٧- وأخيراً فإن من أسباب تعدد تعريفات الخبر، تنوع الجماهير التي تتوجه إليها وسائل الإعلام تنوعاً كبيراً. فكل فئة من القراء أو المستمعين أو المشاهدين طبقاً لخصائصها الديموغرافية (السن - الجنس - التعليم - مكان الإقامة: ريف، حضر - الوظيفة أو المهنة) تفرز مفهومها الخاص بما تعتبره خبراً. فمفهوم فئة الشباب - مع عدم إغفال الفروق الفردية - للخبر يختلف عن مفهوم كبار السن

للخبر. ومفهوم من يعيشون في المناطق الحضرية والمدن الكبرى للخبر، يختلف عن مفهوم سكان الريف والمدن الصغيرة.. وهكذا.

### أسس الخبر:

هل يعني ما سبق أنه لا يوجد تعريف للخبر يناسب جميع وسائل الإعلام وجميع فئات الجماهير؟

الواقع أنت لا يمكن - بعد ما تقدم - أن نزعم وجود تعريف واحد يتفق حوله الجميع.. ولكننا يمكن أن نقول أن هناك زاويتين في تعريف الخبر يقعان خارج نطاق الخلاف، وهما:

- كل جديد ...
- يهم الناس ...

فلا خلاف حول أن الخبر يدور حول شيء جديد أيًا كان كنهه (حدث - فكرة - رأي - قضية - معلومة - ظاهرة.. الخ)، كما أنه لا خلاف حول أن الخبر يدور حول شيء ذي أهمية لدى الناس، سواء لتأثيره على حياتهم أو لإثياع رغبتهم في المعرفة. هاتان الزاويتان لا يمكن أن يخلو منها أي تعريف للخبر، سواء كان في مجتمع ديمقراطي أو في مجتمع اشتراكي.. في دولة متقدمة أو في دولة نامية.. في الصحافة المطبوعة أو في الصحافة المسموعة والمرئية أو في الصحافة الإليكترونية.. في وسيلة إعلام تتوجه إلى جمهور عام أو في وسيلة إعلام تتوجه إلى جمهور متخصص. بل أن هاتين الزاويتين هما أيضًا أساس تعريف الخبر في الاتصال الشخصي *Interpersonal communication* الذي يتم بين شخصين وجهاً لوجه، أو بين مجموعة من الأشخاص يجمعهمما مكان واحد...

فأنت عندما تلتقي بزميل لك فإنك تخبره بالحدث عنك أو عن شخص آخر أو عن حدث جديد يهمك أنت أن يعرفه أو يهمه هو أن يعرفه.

وفي ضوء زاوية (كل جديد)...، وزاوية (يهم الناس).. اللتين ذكرناهما، نستعرض التعريفات المختلفة للخبر على عدة محاور:

## محاور تعريف الخبر:

### ١- محور التقدم / التخلف:

ويهتم هذا المحور بمفهوم الخبر في الدول المتقدمة، ومفهوم الخبر في الدول المتخلفة النامية.

وإذا استثنينا التعريف الذي يقوم على أساس أن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، والذي يعتمد على المثال المعروف: إذا عض الكلب رجلاً ليس خبراً.. ولكن الخبر هو أن بعض الرجل الكلب، إذا استثنينا هذا التعريف الذي يعود إلى النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وبالتالي أصبح في عداد تاريخ مفاهيم الخبر، فإننا يمكن أن نقول أن جميع تعاريفات الخبر سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية تأخذ في اعتبارها زاوية الجدة والأهمية، ثم تضيف إليهما بعض الإضافات الهامشية التي تتفق مع طبيعة المجتمع وتعكس درجة تقدمه.

فالخبر كما تعبّر عنه أدبيات الإعلام والصحافة في الدول المتقدمة هو:

- ١- وصف أو تقرير حدث مهم بالنسبة للجمهور...
- ٢- جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام الجماهير...
- ٣- تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان.. ويشير اهتمام أكبر عدد من القراء...
- ٤-حدث الذي يثير الاهتمام عند أكبر عدد من القراء...
- ٥- ما يقدم الجديد، ويشبع فضول القراء.

أما الإضافات الأخرى على مثل هذه التعاريفات التي ظهرت في الدول الاشتراكية أو في الدول النامية، فإنها تتعلق بوظيفة الخبر وليس بمفهومه، ولا يجب أن يُحمل المفهوم التحريري للخبر بأية تفسيرات أيدلوجية تخرج بالتعريف عن نطاقه الأساسي، فقد أصبح من قبيل المبالغة خلط ما هو في الواقع هو أيدلوجي وسياسي، ولا يعقل وقد أصبح العالم بفعل ثورة الإعلام - وأساسها ثورة خبرية - قرية صغيرة أن نظل نردد مفاهيم الماضي عن الخبر الليبرالي والخبر الاشتراكي

والخبر العربي دون إضافة جديد سوى تحميل المفهوم برأي إيديولوجية وسياسية يمكن أن نضيفها إلى وظائف الصحافة ووظائف الإعلام بصفة عامة.

وعلى سبيل المثال فإن المفهوم الاشتراكي للخبر الذي يقدمه د. فاروق أبو زيد في مؤلفه الرائد (فن الخبر الصحفي) وأنفرد له مبحثاً كاملاً يرتكز على دور الخبر في المجتمع وليس على ماهية الخبر، إذ يقول (الخبر في المفهوم الاشتراكي هو وسيلة من وسائل تكوين الوعي الاشتراكي وسلاح فعال في الصراع الإيديولوجي وذلك كنتيجة لسرعة انتقال الخبر وفعاليته الإعلامية). كما أن الأسس التي يقدمها ويقول أن الخبر في المفهوم الاشتراكي يقوم عليها، هي في حقيقتها شروط لنشر الخبر في هذا النظام الإعلامي، بل ويمكن أن تكون واجبات الصحافة - بصفة عامة - مثل الواقعية والارتباط بقضايا المجتمع، ولذلك فإنها لا تتعلق بشكل مباشر بmahieh الخبر.

## ٢ - محور الحدث / الخبر:

من المعروف أن الأخبار تتدفق على وسائل الإعلام ليلاً نهاراً، وأن هذه الوسائل لا تنشر سوى قدر معين من هذه الأخبار حسب مساحاتها الورقية والزمنية المتاحة، فهل يعني هذا أن ما لا ينشر أو ما لا يذاع في وسائل الإعلام من أحداث ليست بأخبار؟! الإجابة بالنفي القاطع. إذ يجب أن تميز بين الخبر كتقرير عن حدث أو واقعة أو فكرة جديدة تهم الناس، وبين الخبر الإعلامي كتقرير عن حدث أو واقعة أو فكرة جديدة تهم قراء الصحيفة أو مستمعي الإذاعة أو مشاهدي التليفزيون.

فالخبر الأول قد لا يجد طريقه للنشر أو للإذاعة لأسباب متعددة، ومع ذلك لا تنتهي عنه صفة الخبر لأنه يتم تداوله بين الناس بوسائل أخرى.. كالاتصال الشخصي والإعلانات واللاقات التي توضع في الأماكن العامة أو بالميكروفونات التي تجوب القرى وأحياء المدن لنقل خبر بهم الناس مثل (حملة تطعيم للأطفال - انقطاع المياه - مؤتمر انتخابي - إغلاق المدارس ... الخ).

فالخبر الإعلامي الصحفى والإذاعي والتليفزيونى هو ما تعتقد وسيلة الإعلام أنه يهم أكبر عدد ممكن من جمهورها المستهدف، أو كما قال الأستاذ جلال الحمامصى في كتابه المندوب الصحفى هو: كل خبر يرى رئيس قسم الأخبار في الجريدة أو في الإذاعة أو التليفزيون أنه جدير بأن يجمع ويطبع وينشر على الناس لأنه يهم أكبر مجموعة من الناس ...

### ٣- محور الخلية/ القومية/ العالمية:

في هذا المخور يتم التمييز بين مفاهيم الخبر الإعلامي الخلية، والخبر القومي، والخبر العالمي، وإن ظلت هذه المفاهيم تستند إلى الجدية وإلى أهمية الخبر للناس كأساسين في بنائها - أي بناء هذه المفاهيم.

- فالخبر الخلية هو الجديد في الإقليم الذي تصدر فيه وسيلة الإعلام وبهم جاهز هذا الإقليم.

- والخبر القومي.. هو أيضاً الجديد ولكن على مستوى الدولة ككل، وبهم أكبر عدد من مستقبلى الوسيلة الإعلامية.

- والخبر العالمي.. هو أيضاً الجديد الذي يقع في العام وتشعر وسيلة الإعلام سواء كانت محلية أو قومية أو عالمية أنه يهم أكبر عدد من مستقبلتها.

### المفهوم المناسب للخبر:

إن تعريف الخبر بصفة عامة والخبر الإعلامي بصفة خاصة يجب أن يركز على ماهية الخبر فقط، دون أن يتم تحويل التعريف بأشياء أخرى تدخل في نطاق مسئوليات الإعلام والصحافة ودور ووظيفة الخبر الصحفى.. وعلى هذا فإن أفضل تعريفات الخبر هي تلك التي تخلصت من الأطر الأيديولوجية ونقيت أيضاً من شروط صلاحية الخبر للنشر التي تختلف في الوسيلة الإعلامية الواحدة يوماً عن يوم آخر، وليس بين الوسائل فقط.

ومن التعريفات التي نرى أنها تركز على ماهية الخبر فقط، وتتسق مع مفهومنا له، ما يلي:

- الخبر هو كل شيء يحدث ويهم به الناس.
  - الخبر هو الواقع الأساسية التي تتعلق بأي حدث أو مناسبة أو فكرة تستحوذ على اهتمام الناس.
  - الخبر هو كل أنواع النشاط الجاري الذي يستحوذ على اهتمام الناس.
- ويمكن أن نبني التعريف الذي قدمه د. فاروق أبو زيد في كتابه فن الخبر الصحفي، بعد تنقيته مما نعتبره خارجاً عن حدود المفهوم.
- تعريف د. أبو زيد يقول: الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته...
- ويمكن قبول تعريف د. أبو زيد على النحو التالي: الخبر هو تقرير عن حادثة أو واقعة أو فكرة تمس مصالح عدد كبير من الناس وتثير اهتمامهم.
- وقد حذفنا من تعريف د. أبو زيد ما نعتبره أحكاماً قيمة لا يتحملها مفهوم الخبر، وهي:
- إنه تقرير يصف: لأن الخبر لا يقتصر على الوصف فقط، ويمكن أن يكون تقرير يتقد أو يخل أو يعلق على.. لذلك قلنا: هو تقرير عن... لكي يشمل كل هذه الحالات.
  - في دقة وموضوعية: لأن الدقة والموضوعية تدرج أساساً ضمن السمات أو الصفات التي يجب توافرها في الخبر وانعدامها في بعض الأخبار لا ينفي عنها الصفة الخبرية.
  - ... أو فكرة صحيحة: لأن الصحة أيضاً تدرج ضمن الصفات التي يجب توافرها في الخبر، ولا يؤدي انعدامها إلى نفي الصفة الخبرية عن الخبر غير الصحيح.
  - ... وثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته، لأن هذا حكم قيمي يتعلق بوظائف الإعلام والصحافة عموماً.

# ٣

## الفصل الثالث أنواع الأخبار

- الخبر الصحفى والخبر الإذاعي والتليفزيونى.
- الفورية/ الخبرة
- . الإيجاز/ التفصيل.
- تصنيف الأخبار وفقاً لمكان وقوعها.
- الخبر المحلى والقومي والعالمي.
- تصنيف الأخبار حسب طبيعة وقوعها.
- الخبر العاجز والخبر المبدع.
- الخبر السلبي والخبر الإيجابي.
- الخبر الموضوعي والخبر الملون



## الفصل الثالث

### أنواع الأخبار

كما تتنوع الأنشطة والأحداث الإنسانية.. تتنوع وتتعدد تصنيفات الخبر الإعلامي. فالخبر كما سبق وذكرنا هو شأن إنساني يلي لدی الناس الحاجة إلى المعرفة، ويقوم على أساس تقديم الجديد والمهم بالنسبة لمن يتعرض له.

#### أولاً- تصنيف الأخبار وفقاً للوسيلة:

##### الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتليفزيوني:

ولعل من أوليات تصنيف الخبر في المجال الإعلامي تصنيف الأخبار وفقاً للوسيلة الإعلامية التي تعمل هذه الأخبار، وتقوم بجمع الأخبار ونقلها للجمهور. حيث تصنف الأخبار إلى:

- الخبر الصحفي.
- الخبر الإذاعي.
- الخبر التليفزيوني.
- الخبر الإلكتروني.

• والخبر الصحفي يعني به الخبر المطبوع سواء نشر في جريدة يومية أو أسبوعية أو في مجلة أسبوعية أو شهرية أو دورية.

• أما الخبر الإذاعي فهو الخبر المسموع الذي يذاع عبر الآثير من محطات الإذاعة المختلفة محلية كانت أو قومية أو عالمية أجنبية.

• والخبر التليفزيوني هو الخبر المسموع والمروي الذي يذاع من محطات التليفزيون المختلفة.

• والخبر الإلكتروني هو الخبر الذي يتم وضعه على موقع شبكة "الويب" سواء كانت موقعاً إخبارية متخصصة أو موقعاً شخصية.

والنفرة بين الأنواع الثلاثة السابقة من الأخبار، تفرضها السمات الخاصة لكل وسيلة إعلامية والتي تحمل الخبر مميزاً في مضمونه وأسلوبه وتحريمه وطريقة تقديمه في هذه الوسائل، ولعلنا نلاحظ ذلك الاختلاف الكبير في التعامل مع الخبر الواحد في كل وسيلة.

وعلى سبيل المثال، فإن خيراً عن اغتيال رئيس دولة أجنبية ينشر في صحيفة يختلف كثيراً في طريقة العرض والتقدم عند إذاعته في الراديو أو التليفزيون. وتمثل أهم الفروق الرئيسية بين الخبر الصحفي، والخبر الإذاعي والتليفزيوني فيما يلي:

#### ١- الفورية / الجدة:

تحرص الإذاعات ومحطات التليفزيون في اختيارها للأخبار على توفر عنصر الفورية فيها، لكي تلاحق آخر الأحداث. ويتحقق امتداد الإرسال الإذاعي والإرسال التليفزيوني على مدى اليوم إمكانية ملاحة الأحداث ومتابعة تطورها أولاً بأول. إذ أنه في حالة ورود خبر مهم تستطيع الإذاعة ومحطات التليفزيون قطع براجها وإذاعة الخبر.

أما في الصحف فإن هذه الفورية تحول إلى عنصر الجدة الذي قد يطول زمنياً ليكون يوماً كاملاً أو أسبوعاً حسب دورية الصحيفة أو المجلة، فالخبر الإذاعي خبر فوري، أما الخبر الصحفي فهو خبر جديد.

#### ٢- الإيجاز / التفصيل:

يتميز الخبر الإذاعي بالإيجاز الشديد، ويقترب من الخبر القصير الذي يركز على زاوية واحدة من زوايا الحدث، وذلك بسبب ضيق المساحة الزمنية المخصصة لإذاعة الأخبار في النشرة الإخبارية والتي تراوح بين حس دقائق وثلاثون دقيقة على الأكثر. وفي مقابل هذا الإيجاز الذي يميز الخبر الإذاعي فإن الخبر الصحفي يتميز بالتفصيل والإحاطة بزوايا الحدث المختلفة، نظراً لاتساع المساحة المخصصة للأخبار في الصحافة المطبوعة.

وقد فضلت الإذاعات وعطايا التليفزيون إلى ضرورة زيادة المساحة الزمنية لاعطاء تفاصيل أكبر في الخبر، فأدخلت إلى جانب النشرة الإخبارية ما يعرف باسم البرامج الإخبارية مثل الجريدة الناطقة التي تلي نشرات الأخبار الرئيسية في إذاعة البرنامج العام، والعالم على الهواء وشريط الأخبار في إذاعة لندن.. إلى آخر تلك البرامج التي تركز على إعطاء تفاصيل أكبر حول الأخبار المهمة التي تضمنتها النشرة، ومع ذلك فإن التابعات الإخبارية التي تقدمها هذه البرامج تظل موجزة فإذا قورنت بالأخبار التي تنشر بالصحف.

ويذكر أن الصحف تنشر أيضاً ما يسمى بالأخبار السريعة أو الموجزة، وهي أخبار قصيرة تحتوي على زاوية خبرية واحدة، ويكثر نشر هذه الأخبار في الصفحات المخصصة أو الأبواب الخبرية الخفيفة مثل أخبار قصيرة في صفحة أخبار العالم بجريدة الأهرام وأخبار سريعة وعالم غريب بالصفحة الثانية بجريدة الأخبار كما يتضح في النماذج التالية:

### بعيداً عن السياسة قتل امرأة في عواصف بألمانيا

أعلنت شرطة مدينة اوغسبورغ الألمانية الجنوبية أمس عن أن الأعاصير والعواصف العاتية التي احتجحت ولاية باden فورتمبيرغ الجنوبية قد تسبيت في قتل امرأة على الأقل وقد ان حسنة أشخاص آخرين.

وقال متحدث باسم الشرطة في تصريحات للصحفيين أن رجال مصلحة الإطفاء والمتخصصين بالغوص قد بحثوا في المياه التي تسربت إلى عدد من قبور الميادين الليلة قبل الماضية عن الأشخاص المفقودين إلا انهم لم يعثروا لغاية الآن على أي واحد منهم.

وأوضح بأن المرأة التي قتلت تبلغ من العمر 81 عاماً مشيرة إلى أن المياه قد فاجأتها أثناء تواجدها في قبور مترها مبيناً بأنها أصبحت إثر مbagتها من قبل المياه المنهمرة بمخلطة في القلب .

## استمرار الحرائق شمال لوس أنجلوس

استمر الحريق اهائل في شمال لوس أنجلوس متأجلاً أمس في الوقت الذي يكاد فيه أكثر من ٥٠٠ رجال الإطفاء للسيطرة على امتداده لأماكن، أخرى. إلا إنه طبقاً للمركز الوطني لمعلومات الحرائق، أتى الحريق الذي اندلع بالقرب من مدينة أوجاي الجبلية على أكثر من خمسة آلاف هكتار من الأراضي والغابات ولم ينفع رجال الإطفاء إلا في إخماد نسبة عشرة في المائة منه.

وأعلن المركز أن حريقاً آخر منفصل على بعد ٧٠ كيلومتراً في مقاطعة فينتورا التهم ثلاثة آلاف هكتار، مشيراً إلى احتواء نسبة ١٥ في المائة فقط من الحريق رغم الجهد الجبار الذي يقوم بهما ألف و٧٥٠ فرداً من رجال الإطفاء.

ويشير حجم الحرائق في هذا الوقت المبكر للغاية من فصل الصيف في الولايات المتحدة عناوين من اندلاع موجة وشبكة من حرائق الغابات. د. ب. أ.

## قتل بحادث سير في فيتنام

قتل سبعة أشخاص وأصيب ثلائون آخر بجروح لدى سقوط حافلة الخميس في حقل لزراعة الأرز في إقليم بينه توان في وسط فيتنام، وفق ما أعلنت الشرطة المحلية أمس. وأوضحت الشرطة أن الحادث حصل ليل الخميس الجمعة في منطقة هام توان نام عندما فقد السائق السيطرة على الحافلة التي كانت تقل ٤٥ شخصاً، بسبب تساقط أمطار غزيرة. وتتابع المصدر أن الجرحى نقلوا إلى مستشفى على وبعضهم في حال الخطير. وتشهد فيتنام عدداً كبيراً من حوادث السير الناجمة عن حالة الحافلات الرديئة. أ. ف. ب.

## زلزال متوسط يضرب كريت

هز زلزال متوسط بقوة ٥,٤ درجات على مقاييس ريختر جزيرة كريت الواقعة جنوب البحر المتوسط الجمعة غير أنه لم ترد أنباء عن وقوع إصابات أو أضرار. وقال علماء الزلازل أن الزلزال وقع تحت سطح البحر في الساعة ١٣٦ بالتوقيت المحلي (٢٣,٣٦ بتوقيت جرينتش)، وأن مركزه كان على مسافة ٣٥٠ كيلومتراً جنوب شرق آثينا قرب بلدة لاسيني في كريت. د.ب.أ.

## تيل بعواصف رعدية في فرنسا

ذكرت الشرطة الفرنسية أمس أن كهلاً في الشمانين من عمره لقي مصرعه غرقاً بعد أن ضربت العواصف الرعدية جنوب شرق البلاد وغمرت الأمطار الغزيرة الشوارع . ولقي الرجل مصرعه بعد أن فاضت مياه نهر دروم وأغرقت منزله . وذكر مسؤولون أن سيول الأمطار قطعت عدة قرى في منطقة فالنس يوم الخميس نتيجة الفيضان. د.ب.أ.

فالملاحظ أن هذه الأخبار الصحفية القصيرة تقترب من الأخبار الإذاعية، إلا أن القاعدة في الصحافة المطبوعة هي الخبر المفصل.  
ويوضح النموذج التالي الفرق بين الخبر الإذاعي والخبر الصحفي.

## طائرات العدو تخلق فوق مخيمات صيدا تصعيد عسكري إسرائيلي في جنوب لبنان

صعدت قوات الاحتلال الإسرائيلي تحرّكها الاستفزازية ضد لبنان، ودفعت بتعزيزات عسكرية إلى الحدود وعرق طيرانها الحربي أمس جدار الصوت فوق مدن الجنوب ومخيمات اللاجئين، بالتزامن مع تصريحات ومزاعم حول إمكانية قيام المقاومة بعملية كبيرة في مزارع شبعا.

وذكرت مصادر الشرطة اللبنانية أن الطيران الحربي الإسرائيلي استباح الأجواء اللبنانية وخلق فوق الجنوب وبيروت والشمال والبقاع خارقاً جدار الصوت أكثر من مرة لاسيما فوق المدن الرئيسية ومخيمات اللاجئين في صور وصيدا وطرابلس وبعلبك حيث تصدت له المقاومات الأرضية التابعة للجيش اللبناني وـ "حزب الله".

وأفادت مصادر أمنية لبنانية في الجنوب أن قوات الاحتلال الإسرائيلي التمركزة في موقع الرمنا والسمافة ورويسة العلم أطلقت قبل ظهر أمس نيران مدفعها ورشاشها الثقيلة على جبل السданة ومرتفعات كفر شوبا في القطاع الشرقي من جنوب لبنان. وأحصت المصادر سقوط أكثر من سبع قذائف مدفعية عيار 105 ملم على جبل السданة ومرتفعات كفر شوبا فيما مشطت مواقع الاحتلال بالأسلحة الرشاشة مناطق واسعة من قطاع العرقوب لاسيما بوابة حسن وبركة النقار وأطراف بلدة شبعا الشرقية.

وذكرت مصادر أمنية لبنانية جنوبى لبنان أن القصف المدفعي الإسرائيلي لا يزال مستمراً بشكل متقطع وتزافق ذلك مع تحليق الطيران الحربي الإسرائيلي فوق مزارع شبعا ووصل في تحليقه في طلعات استكشافية إلى أجواء نطاق البقاع الغربي.

وأفادت الأنباء الواردة من المناطق المجاورة للخط الأزرق الدولي بجنوب لبنان أن إسرائيل نقلت خلال الساعات الماضية قطعاناً من الأبقار من مزارع شبعا الخليل إلى سهل الغجر بمحاذاة بحري نهر الوزاني شمالي سهل الحولة.

ويأتي نقل هذه الأبقار في أعقاب الأنباء التي أشارت إلى ظهور مرض جنون البقر في إسرائيل وربما كان نقل هذه الأبقار إلى سهل الحولة تم لحصر هذه الأبقار في منطقة واحدة.

وكانت إسرائيل قد دفعت أمس الأول بتعزيزات عسكرية كبيرة إلى الحدود مع لبنان تحسباً لأي طارئ بمناسبة ذكرى حرب الخامس من يونيو ١٩٦٧ كما كثفت القوات الإسرائيلية دورياتها على طول حدود الجبهة المتعددة من تلة الع vad القطاع الأوسط حتى سفح جبل الشيخ عند موقع الرادار.

وقد أذيعت إسرائيل بتحركات عسكرية مكثفة في مزارع شبعا وسط إجراءات أمنية مشددة بسبب تخوف الجيش الإسرائيلي من انتشار خطوطه على جبهة المزارع . وكالات

فقد أذيع نفس الخبر المنشور في إحدى نشرات الأخبار على النحو التالي:  
حلق الطيران الحربي الإسرائيلي أمس فوق مدن الجنوب اللبناني ومخيمات اللاجئين وبيروت والشمال والبقاع خارقاً حدار الصوت أكثر من مرة. وقد تصدت له المقاومات الأرضية التابعة للجيش اللبناني وحزب الله. كما أطلقت قوات الاحتلال نيران مدفعها على مرتفعات كفر شوبا في القطاع الشرقي من جنوب لبنان.

### ٣- المؤشرات ووسائل الإبراز:

يعتمد الخبر الإذاعي المسنون على صوت المذيع أو المذيعة فقط في حذب

انتباه المستمع، بينما يعتمد الخبر الإذاعي المسموع والمرئي إلى جانب صوت المذيع على الصورة (صورة المذيع / صورة المحدث / صورة الشخصية التي يدور حولها الخبر)، بالإضافة إلى الرسوم التوضيحية (الجرافيك). في المقابل فإن الخبر الصحفي يعتمد في جذب الانتباه على وسائل الإبراز المطبوعة مثل الألوان والعنوانين والإطارات والصور والرسوم.

٤- أما الفارق الآخر بين الخبر الإذاعي والخبر الصحفي فيتمثل في الجمهور الذي يعرض لكل منهما. فالخبر الإذاعي والتليفزيوني لا يتطلب مستوى تعليم معين للمستمع أو المشاهد حتى يستطيع قراءته وفهمه، على عكس الخبر الصحفي الذي يتطلب حداً أدنى من التعليم والخبر الإلكتروني الذي يتطلب دراسة جيدة باستخدام الحاسب الآلي وتصفح شبكة الانترنت، وربما معرفة جيدة باللغة الإنجليزية.

وهناك بالطبع فروق أخرى بين الخبرين تتعلق بالتحرير وطرق الكتابة ستتعرض لها في الفصل الخاص بكتابة الخبر.

### تصنيف الأخبار وفقاً لمكان وقوعها:

تصنف المدرسة التقليدية الأخبار وفقاً لمكان وقوع الحدث إلى نوعين أساسيين هما: الخبر الداخلي والخبر الخارجي على أساس أن الأخبار الداخلية هي التي تقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، والأخبار الخارجية هي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

### التصنيف التقليدي:

والواقع أن هذا التصنيف الذي يستند إلى مكان وقوع الحدث فقط، لا يأخذ في اعتباره عوامل أخرى مهمة مثل المكان الذي تصدر منه الصحيفة أو الذي يوجد به مقر محطة الإذاعة أو التليفزيون، والمنطقة الجغرافية التي تغطيها الصحيفة، والمكان الذي يتعرض فيه القارئ للأخبار.

فالتقسيم التقليدي للأخبار إلى داخلية وخارجية أصبح في عداد التقسيمات التاريخية التي لا تواكب التطورات الحديثة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي أتاحت تعدد مناطق توزيع الوسيلة الإعلامية بصرف النظر عن المكان أو المجتمع الذي يوجد به مقرها الرئيسي. ولذلك لا يمكن القول أن الأخبار التي تنشرها صحيفة الأهرام الدولي عن الولايات المتحدة ويقرؤها قارئ عربي داخل أمريكا، هي أخبار خارجية، وفق ما يقول به أصحاب التقسيم التقليدي.. كذلك لا يمكن القول أن الأخبار التي تتعلق ببريطانيا وتبيّنها القناة الفضائية المصرية ويستقبلها المشتركون في هذه القناة داخل بريطانيا، هي أخبار خارجية. الأمر الذي يهدم الأساس الذي قام عليه هذا التقسيم.

ويؤخذ أيضاً على هذا التقسيم أنه لا يأخذ في اعتباره النوع الجغرافي الكبير في أماكن صدور الصحف حتى داخل المجتمع الواحد. فقد أتاحت تكنولوجيا الطباعة الحديثة إصدار صحف محلية (صحف المدن)، وصحف إقليمية (صحف المحافظات) التي توجه إلى القارئ المحلي والإقليمي، فكيف يتم الحكم على الأخبار التي تنشرها هذه الصحف وفقاً للتقسيم التقليدي؟ وهل ما تنشره من أخبار عن أحداث خارج حدود المدينة أو المحافظة تعتبر أخباراً خارجية؟

ومن ناحية أخرى.. فإن هذا التقسيم لا يأخذ في اعتباره التداخل الذي كثيراً ما يحدث بين مكان وقوع الحدث وانتفاء صانع أو صانعو هذا الحدث. الأمر الذي يثير مشكلة مهمة عند تصنيف هذه الأخبار. وعلى سبيل المثال إذا أدى وزير الخارجية المصري أثناء زيارته لباريس بتصريحات حول موقف مصر من إحدى القضايا الدولية، فهل بعد هذا الخبر عند نشره بصحيفة مصرية خبراً خارجياً، على أساس أنه وقع خارج مصر؟ أو إذا تم احتجاف طائرة ركاب أمريكية على متنه عدد كبير من المصريين وهبطت هذه الطائرة في ألمانيا.. فكيف يتم تصنيف هذا الخبر؟.. وهل هو خبر داخلي بالنسبة للصحف المصرية أم خبر خارجي؟

## الخبر المحلي - القومي - العالمي:

وفي ضوء هذه الإشكاليات التي يثيرها هذا التقسيم التقليدي للخبر، فإننا نقترح تقسيماً للأخبار يأخذ في اعتباره مكان صدور وسيلة الإعلام والمنطاق الجغرافي الذي توزع فيه، ومكان وقوع الخبر واتساع صانع الخبر. وبناء على ذلك تقسم الأخبار إلى:

- ١- الأخبار المحلية، وهي الأخبار التي تنشر في وسائل الإعلام المحلية وتتعلق بأحداث تقع داخل المجتمع المحلي، أو يكون صانعها شخصية محلية، وقُم القارئ المحلي في المقام الأول. ومن أمثلة هذه الأخبار ما تنشره الصحف المحلية وتذيعه الإذاعات وقنوات التليفزيون المحلي من أخبار تتعلق بالمجتمعات التي تقطنها. فالخبر في تليفزيون الدلتا هو الخبر الذي وقعت أحدهاته أو ينتهي صانعه إلى منطقة الدلتا.
- ٢- الأخبار القومية، وهي التي تنشر عبر وسائل الإعلام ذات التوزيع القومي، أي على مستوى الدولة كلها، وتتعلق بأحداث ذات طبيعة قومية سواء وقعت داخل حدود الدولة أو خارجها وقُم القارئ أو غالبية القراء في الدولة.
- ٣- الأخبار العالمية، وهي التي تنشر عبر وسائل الإعلام سواء كانت محلية أو قومية أو دولية عن أحداث وقعت خارج حدود الدولة التي تصدر فيها وسيلة الإعلام، ولم يشارك في صنعها أشخاص من الدولة.

## تصنيف الأخبار وفقاً لموضوعها الرئيسي:

تصنف المدرسة التقليدية في التحرير الصحفي، الأخبار على أساس الموضوع الذي تتناوله إلى مجموعة أنواع دون أن تأخذ في الاعتبار التداخل الوارد في هذه الأخبار، وهي: أخبار سياسية، وأخبار اقتصادية، وأخبار اجتماعية، وأخبار عسكرية، وأخبار رياضية، وأخبار فنية، وأخبار أدبية، وأخبار علمية.

والمشكلة في هذا التصنيف - كما ذكرنا - أنه لا يأخذ في الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد.

وعلى سبيل المثال فإن استقبال رئيس الوزراء لبعثة المنتخب الوطني لكرة القدم قبل سفرها إلى دولة أجنبيّة، لا يمكن وضعه في تصنيف واحد.. فهو ليس عرضاً رياضياً فقط وإنما أيضاً هو خبر سياسي لوجود رئيس الوزراء فيه. وتصريحات وزيرة البحث العلمي عن خطّة الوزارة في دعم المركز القومي للبحوث، ليس عرضاً علمياً فحسب، وإنما خبر سياسي لوجود الوزيرة فيه، فالخبر الواحد يمكن وضعه تحت تصنیفات موضوعية كثيرة. لذلك قلنا أنه تصنیف وفقاً للموضوع الرئيس في الخبر. والحكم على نوع الخبر يرتبط بأي الأنواع يمكن أن يقرب إليها. فإذا كان لقاء رئيس الوزراء بمنتخب الكرة قد دار فقط حول فريق الكرة فإن حكمنا عليه أنه خبر رياضي، أما إذا تطرق رئيس الوزراء إلى الحديث أثناء اللقاء إلى خطّة الوزارة في التهوض بعراكة الشباب والإنشاءات الرياضية الجديدة فإنه يصبح خبراً سياسياً في المقام الأول ورياضياً في المقام الثاني.

ولذلك نرى الصحف تنشر مثل هذه الأخبار على صفحاتها الأولى المخصصة في الغالب للأخبار السياسية رغم وجود طابع رياضي في هذه الأخبار، وينطبق نفس الأمر على الأخبار ذات الطابع الفني كافتتاح رئيس الجمهورية أو وزير الثقافة لمهرجان سينمائي أو مسرحي أو تكريم رئيس الجمهورية لأديب بارز... الخ. وتسيطر الأخبار السياسية الأخلاقية والعالمية على النسبة الأكبر من اهتمام الصحف في جميع أنحاء العالم تقريباً، تليها الأخبار العسكرية وأخبار الجريمة والأخبار الاقتصادية، وذلك كما يتضح في الجدول التالي:

### موضوعات الأخبار في الصحف العالمية

الموضوع	أمريكا الشمالية %	أمريكا اللاتينية %	أفريقيا %	الشرق الأوسط %	آسيا %	أوروبا الشرقية %	أوروبا الغربية %
السياسة الدولية	١٨	٢٦	١٦	٤٢	٣٢	٢٠	٢٦
السياسة الخلية	٢٠	١٨	١٧	١٧	١٩	٢٨	٢١
الأخبار العسكرية	١٠	١٠	١٢	١٤	١١	٩	١٦
الأخبار الاقتصادية	١٠	١٢	١٣	٦	٨	١١	٩
أخبار الجريمة	٩	٤	٩	٤	٨	١٠	١٢
الأخبار الثقافية	٢	٨	٢	٢	٢	٢	٢
الأخبار الرياضية	٣	٤	١	٣	٢	٣	٢
الأخبار الشخصية	٢	١	٢	١	٢	١	١
الكوارث الطبيعية	٣	٢	٣	١	٢	٤	٤
المجموع	٧٧	٨٥	٧٥	٩٠	٨٦	٨٨	٨٥

المصدر:

Annabelle Sreberny - Mohammadi, The "World of The News" in: L. John Martin and Ray Hiebert, "Current Issues in International Communication. New York: Longman, 1990. P. 12.

### تصنيف الأخبار حسب طبيعة وقوعها:

ويرتبط هذا التصنيف بما إذا كان الحدث معلوماً حدوثه من قبل بالنسبة للصحفي الذي جمعه. فإذا كان الصحفي يعلم أنه في صباح يوم ٦ أكتوبر سوف يقام عرض عسكري بمناسبة ذكرى انتصار حرب أكتوبر، أو أن وزير الأوقاف سوف يعقد غداً مؤتمراً صحفياً لاعلان قواعد تاجير شقق الأوقاف، فإننا تكون أمام خبر متوقع. ويفهم الصحفي بوقوع الحدث قبل وقوعه بفتره، ويعهد له بنشر خبر عنه أو عن الترتيبات التي أعدت لهذا الحدث، ومصادر الصحفي في ذلك إما أن تكون بطاقة دعوة لحضور مؤتمر أو ندوة أو مرافق أحد المسؤولين في إحدى

الزيارات أو أن يكون من خلال التقويم السنوي الذي يحدد الأوقات التي يتم الاحتفال فيها بمناسبات معينة.

وفي المقابل، فإن وقوع الحدث فجأة ودون ترتيب مسبق يجعل الخبر غير متوقع. فإذا وصل رئيس وزراء إسرائيل فجأة إلى مطار القاهرة لإجراء مفاوضات سريعة مع رئيس الجمهورية ثم عاد إلى الأرضي العربية المحتلة، فهذا خبر غير متوقع. أما إذا كانت هذه الزيارة معلوم حدوثها من قبل، فإن الخبر الخاص بما يكون خيراً متوقعاً.

ومن المفيد أن نعلم أن الخبر المتوقع والذي يقوم الصحفي بتسجيل حدوثه يمكن أن يتولد عنه أخباراً غير متوقعة. ولذلك لا يجب الاستهانة بالأخبار المتყع حدوثها. فخبر متوقع عن مؤتمر صحفي لوزير الداخلية لإعلان قواعد إجراء انتخابات المحليات قد يدفع الصحفي إلى عدم حضور المؤتمر... في الوقت الذي يمكن أن تقع من الأحداث أثناء انعقاد المؤتمر ما يولد أخباراً غير متوقعة كإعلان شطب مرشحي أحزاب المعارضة أو إعلان فوز مرشحي حزب آخر بالتركيبة.. أو استدعاء الوزير من داخل القاعة التي يعقد فيها المؤتمر لوقوع حادث أو لمقابلة عاجلة مع رئيس الوزراء.. الخ.

ويجب أن نشير هنا إلى أن غالبية الأخبار المتوقعة تنشر في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى كأخبار تمهيدية، تمهد لوقوع الحدث المتوقع، وتعلم القارئ بما سيحدث، مثل خبر افتتاح رئيس الوزراء صباح اليوم أو غداً سوق القاهرة الدولي الذي يقدم معلومات للقارئ عن ما يجده في هذا السوق، وإجراءات الدخول والشراء.. ووسائل المواصلات المتأهبة للوصول إلى مكان السوق.

أما الأخبار غير المتوقعة فتشمل كل الحوادث المفاجحة مثل وقوع الزلازل وإنفجار الراكيين، واحتطاف الطائرات أو سقوطها، والحرائق وأهياط المنازل، والثورات السياسية والانقلابات، وحوادث القتل.

## تصنيفات أخرى للأخبار:

وضع بعض أساتذة الإعلام<sup>(١)</sup> تصنيفات فرعية أخرى للأخبار اعتماداً على التصنيفات الأساسية السابقة، ومن أمثلة هذه التصنيفات:

### ١ - الخبر الجاهز والخبر المبدع...

وذلك على أساس أن الأول هو الذي يحصل عليه الصحفي من مصادر جاهزة ومكتوبة كالنقارير والنشرات والمدوريات العلمية. أما الخبر المبدع فهو الذي يبذل الصحفي جهداً للحصول عليه واستكماله.

### ٢ - الخبر السلبي والخبر الإيجابي:

على أساس أن الخبر المتوقع والجاهز في نفس الوقت هو خبر سلبي، لأنه لا يضيف جديداً من جانب، وما يحوزه من مصادر مكتبة كالنشرات والكتب والمطبوعات من جانب آخر. أما الخبر غير المتوقع والمبدع فهو خبر إيجابي لأنه يضيف جديداً، وما يحوزه من مصادر حية.

وبين هذين النوعين يأتي الخبر الذي يجمع بين الإيجابية والسلبية، أي الذي يتضمن معلومات متوقعة وغير متوقعة.. ويعتمد على مصادر مكتبة ومصادر حية في نفس الوقت.

والخبر الجيد في رأينا هو الذي يجمع بين الإيجابية والسلبية فلا يعتمد المحرر على المصادر الحية فقط (تصريحات وزير الداخلية حول أوضاع حقوق الإنسان في السجون المصرية) وإنما يضيف إليها ما توافر لديه من معلومات مكتبة مثل تقارير المنظمات الدولية والوطنية لحقوق الإنسان. وهو أيضاً الذي يجمع أكبر قدر من المعلومات المتوقعة وغير المتوقعة.

(١) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص ١٣٠ - ١٣٥.

والحكم على جودة الخبر لا تعتمد فقط على كونه سلبياً أم إيجابياً، وإنما على ما يجويه من حقائق ومعلومات تهم الناس.

### ٣- الخبر الجاد والخبر الخفيف..

على أساس أن الأخبار الجادة هي التي تشمل على موضوعات ذات طبيعة آنية عن الحوادث والتزاعات التي وقعت للتو أو على وشك الحدوث تمس المصالح الحياتية للناس، كالأخبار الاقتصادية، والتجارية، والأخبار السياسية وأخبار المواصلات والطقس والجرائم والحرائق.. الخ، أما الأخبار الخفيفة فهي التي تحقق هدف التسلية والترويح وتقدم المتعة والمعلومة وتركت على الاهتمام الإنساني واحدة وإن كان أقل فورية من الأخبار الجادة مثل أخبار الفن والأدب، وأخبار الرياضة ونجومها.

وتعرف الأخبار الجادة باسم Hard News بينما تعرف الأخبار الخفيفة باسم Soft News. وتحاول وسيلة الإعلام أن تلي حاجة القراء إلى النوعين من الأخبار وإن كانت الغلبة في الصحف العامة ونشرات الأخبار الإذاعية والتليفزيونية للأخبار الجادة على حساب الأخبار الخفيفة. ويرتبط هذا التصنيف بتصنيف وسائل الإعلام حسب سببها التحريرية إلى وسائل معاقة ترتكز على الأخبار الجادة، وسائل شعبية تنسج مجالاً للأخبار الخفيفة، وصحف معتدلة تجمع بين النوعين.

### ٤- الخبر مجرد.. والخبر المفسر:

على أساس أن الخبر يصبح مجردًا إذا لم يدعمه الصحفي بمعلومات إضافية تشرح تفاصيله، وتوضح أبعاده ودلائلاته. فالخبر الذي لا يتضمن سوى سرد للواقع والأحداث والمعلومات هو خبر مجرد، وعلى العكس يكون الخبر المفسر، أي الذي يتضمن تفسيراً موضوعياً وليس ذاتياً للحدث.

## ٥- الخبر الموضوعي.. والخبر الملون:

ويعني هذا التصنيف بمعنى تدخل الصحفي أو الصحيفة في الخبر. فإذا انعدم هذا التدخل كان الخبر موضوعياً، أي أمن في نقل المعلومات وتصوير الأحداث، أما إذا تم هذا التدخل كان الخبر ملوناً.

ويمكن أن يلون الخبر بأكثر من طريقة:

أ- خلط الخبر برأي الصحفي أو الصحيفة. ويمكن أن يكون هذا الرأي مجرد كلمة في العنوان أو علامة تعجب أو علامة استفهام أو عنوان ثانوي مهد للخبر، أو باستخدام أساليب الإبراز لبعض فقرات الخبر. ومن أمثلة العناوين المتحيزة، أو غير الموضوعية:

مفتي الجمهورية: عمل المرأة... حرام...

وما خفي كان أعظم:

شركات الغزل تخسر ٢ مليار جنيه.

كالعادة: أمريكا تصوت في مجلس الأمن لصالح إسرائيل

ب- حذف بعض الواقع من الخبر.. كان تقصير صحيفة حرية معارضة الخبر الخاص بقرارات مجلس الوزراء على ما يتعلق بقرار رفع أسعار بعض السلع، وتحاول القرارات الأخرى بزيادة الأجور، أو أن تفعل صحيفة حكومية العكس.

ج- إضافة بعض الواقع غير الصحيحة إلى الخبر. مثل الإشارة إلى أن تحقيقات نيابة الأموال العامة مع مستول كبير منهم بالتربح والكسب غير المشروع، قد شملت بعض أقاربه، دون أن تكون هناك تحقيقات بالفعل مع أقارب هذا المستول.

# ٤

## الفصل الرابع القيم الخبرية معايير اختيار الأخبار ونشرها

- . أسس تقييم الأخبار. 
- . ماهية القيم الخبرية. 
- . القيم الخبرية الأساسية. 
- . القيم الخبرية التفصيلية. 
- . المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية. 
- . طبيعة جمهور الوسيلة. 
- . سياسة الدولة. 
- . المساحة المخصصة للأخبار. 



## الفصل الرابع القيم الخبرية

إن أول ما يجب أن نلاحظه عند الحديث عن القيم الخبرية ومعايير نشر الخبر أو إذاعته، هو ضرورة التفرقة بين ثلاثة أشياء يحدث خلط واضح بينهم، وهم:

- القيم الخبرية..
- معايير نشر الخبر..
- الصفات الواجب توافرها في الخبر..

فالقيم الخبرية هي العناصر التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن اعتباره خبراً. أما معايير النشر فهي الأسس التي تحدد وسائل الإعلام في ضوئها صلاحية الخبر للنشر أو للإذاعة. والصفات التي يجب توافرها في الخبر هي الشروط الواجب توافرها في الخبر مثل الدقة والصدق والموضوعية.

### أسس تقييم الأخبار:

وتأتي أهمية التفرقة السابقة من حقيقة أن القيم الخبرية لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار الصالحة للنشر.

وبالتالي يجب أن نضع في اعتبارنا أن توافر القيم الخبرية في خبر ما لا يعني أنه صالح للنشر في أي صحيفة أو للإذاعة في أي محطة إذاعة أو تليفزيون. فوسائل الإعلام المختلفة بسبب تنوعها وتتنوع أهدافها وتتنوع جمالياتها لديها - إلى جانب القيم الخبرية - معايير تحدد على أساسها صلاحية الأخبار للنشر أو للإذاعة. كما أن صفات الخبر لا تعد معياراً من معايير النشر وإنما هي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي أن تلتزم بها وسائل الإعلام في نشر الأخبار.

وعلى هذا الأساس فإن القيم الخبرية ليست هدفاً في حد ذاتها، وإنما تعد أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار وتأتي أحجاناً على رأس هذه المعايير والتي تشمل:

- معايير خاصة بالقيم الخبرية.

- معايير خاصة بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية.

و قبل أن نتطرق إلى شرح هذه المعايير، ينبغي الإشارة إلى:

١- إن وضع معايير أو شروط لاختيار الأعبارات الصالحة للنشر قد ينبع من وفرة الأخبار التي تتدفق على وسائل الإعلام ليلاً ونهاراً، وعدم إمكانية استيعاب الصفحات وساعات الإرسال لكل هذه الأعبارات. وتتوقف إعمال هذه المعايير على مدى توفر المادة الخبرية لدى وسيلة الإعلام. فكلما زاد عدد الأخبار لدى الوسيلة كلما طبقت هذه المعايير بدقة، وكلما قلل التدفق الخبري على الوسيلة كلما تساهلت في إعمال هذه المعايير. ولذلك قد يجد أخباراً منشورة في صحف صغيرة لا تتوافر فيها القيم الخبرية وتضطر الصحيفة لنشرها ملء مساحتها فقط.

٢- إن مهمة الحكم على صلاحية الخبر للنشر، تقتصر - أو يجب أن تقتصر - على الإعلاميين المتمرسين، كرؤساء الأقسام في الصحف، أو مديري التحرير في الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون. وفي هذا الإطار فإن الخبر الصحفي الذي تقرؤه في الصباح لا يصل إليك إلا بعد أن يكون قد مر على أكثر من بوابة، بداية من المحرر الذي جمعه، والمحرر الذي أعاد كتابته وصححه، ورئيس القسم، ومدير التحرير، وربما رئيس التحرير أيضاً. وهذا ما تقول به النظرية الإعلامية الشهيرة، نظرية حارس البواب أو حراس البوابات. ولاشك أن عدد البوابات التي يمر عليها الخبر - لتقرير صلاحيته للنشر - تختلف من خبر إلى آخر حسب موضوعه وحسب أهميته أو خطورته، كما تختلف من صحيفة إلى أخرى. فالأخبار السياسية التي تتعلق برئيس الدولة أو بموضوعات عسكرية من الطبيعي أن تمر على عدد أكبر من البوابات قبل تقرير نشرها، وفي المقابل فإن الأخبار الرياضية أو الفنية تمر على عدد أقل من البوابات.

### أولاً- القيم الخبرية:

القيم الخبرية - كما ذكرنا - هي العناصر التي لابد من توافرها في الخبر أو توافر بعضها في الخبر، لكي يكون خبراً.

وهذه القيم هي أول ما يسأل الصحفي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر. فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع مادة الخبر، وكتبه وقدّمه إلى رئيس القسم الذي يعمل به.

### ماهية القيم الخبرية:

وفي إطار الدراسات الأجنبية والערבية التي تناولت مفهوم القيم الإخبارية تورد وريدة ملياني<sup>(١)</sup> ثلاثة تعريفات للقيم الإخبارية هي:

١- إن القيم الإخبارية هي المعيار الذي يوجه يمارس المخترفون في وسائل الاتصال أحکامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقاءها وتقديمها.

٢- إن القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير المادية والذهبية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي. وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالفاعل بين الحدث وبين الجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي، أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم.

٣- إن القيم الإخبارية هي الإطار الإدراكي والدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال قادرًا على إدراك وانتقاء الأخبار الأكبر أهمية من بين عدد كبير من الواقع أو المعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها.

وتنتهي الباحثة إلى تعريف القيم الإخبارية بأنها مجموعة معايير ذاتية وموضوعية غير مكتوبة تفهم من طرف المخترفين في وسائل الإعلام في عملية جمع وانتقاء الأخبار، وتشترك فيها جميع المؤسسات الإعلامية إلا أن الأخذ بها يختلف

(١) وريدة ملياني (٢٠٠٢)، عوامل تشكيل القيم الإخبارية في تلفزيون قناة أبو ظبي: دراسة حالة الشركات الإخبارية. تحت مقدمه إلى مؤتمر ثورة الاتصال وأضخم الخليجي: الواقع والتصور. جامعة السلطان قابوس، مسقط ٢٤-٢٢ أبريل ٢٠٠٢، ص ١٩-١٨.

من مؤسسة إلى أخرى، وتعد بني معقدة لما تحمله من معانٍ أيديولوجية ولأنها أيضاً تخضع لنوعية وأدوات الجمهور مما يعطيها صفة التغير والتطور.

ويمكن تقسيم القيم الخبرية إلى نوعين هما:

أ- القيم الخبرية الأساسية، وهي التي لا بد من توافرها في الخبر، ولا يكون الحدث خبراً دونها.

ب- القيم الخبرية التفصيلية، وهي التي يعني توافرها في خبر ما، ترجيح هذا الخبر وتقدمه في النشر على الخبر الذي لا تتوافق فيه. فهي معايير يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر والحكم بصلاحية خبر للنشر عن خبر آخر.

أ- القيم الخبرية الأساسية:

١- الجدة أو الحالية:

يريد القارئ أن يكون الخبر الذي يقرؤه جديداً ولم يسبق معرفته من قبل، وأن يكون مواكباً للأحداث.

ويطلق البعض على هذه القيمة مسمى "الفورية أو الآنية" ومسمى "التوقيت"، إذ ترى كارول ريتتش<sup>(١)</sup> إن التوقيت أو الفورية يجيب عن سؤال القارئ: لماذا تخبرني بهذا الآن؟

ويقال دائماً في هذا المجال أن الخبر أو الصحبة عموماً هو/هي أسرع السرعان تلفاً. ولذلك تحرص الصحف والإذاعات على تأكيد جدة أخبارها، فإذا كانت جريدة صباغية كان مجال اهتمامها الرئيس هو أمس، وإذا كانت جريدة مسامية كان مجال اهتمامها هو صباح اليوم الذي تصدر في مسائه وتحرص الإذاعات على أن تضم نشراتها الإخبارية ما وقع في آخر لحظة قبل إذاعة النشرة، وأحياناً ما يقع

(١) كارول ريتتش، كتابة الأنباء والتقارير الصحفية، ترجمة عبد المستشار جواد، العنوان: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٢، ص ٥٦.

أثناء إذاعة النشرة. وإذا وقعت أحداث جديدة مهمة فإن الإذاعات والتليفزيونات لا تنتظر حتى يحين موعد نشرها الإخبارية التالية وتقطع ببرامجها المعتادة لإذاعة الخبر الجديد، كما تقدم بعض الإذاعات موجزاً بأهم وأخر وأحدث الأخبار كل ساعة على الأقل.

وفي المقابل فإن الصحف لترصدها على هذه القيمة الخبرية الأساسية، فإذا تماطل - في إطار المنافسة مع الإذاعة - أن تحيط بأحدث وأخر الأخبار قبل صدورها ونزوتها إلى السوق، وتلتها في سبيل ذلك إلى إصدار أكثر من طبعة. وعلى سبيل المثال تصدر صحيفة الأهرام ثلاثة طبعات، يبدأ طبع الطبعة الأولى في الثامنة مساءً، ثم تضيف ما يستجد من أخبار في الطبعة الثانية التي تدخل المطبعة في الثانية عشرة مساءً، ثم في الطبعة الثالثة التي تبدأ في الثانية صباحاً.

وفي سبيل جدة أخبارها، تحرض بعض الصحف على وضع آخر ما وصلها من أخبار تحت عنوان يدل على جدة الأخبار مثل آخر خبر، وأخر لحظة، وأخر الأنباء، وقبل الطبع.

وقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة والمنافسة بين وسائل الإعلام للانفراد بنشر الأخبار فور وقوعها في إعلاء قيمة الجدة أو الحالية، فالإضافة إلى وكالات الأنباء العالمية التي تزود وسائل الإعلام المشتركة فيها بالجديد من الأخبار فور حدوثها، فقد دخلت المجال وسائل أخرى تمد وسائل الإعلام بالأخبار ليس فور وقوعها فقط وإنما أثناء حدوثها أيضاً.

والمثال البارز على ذلك هي شبكة CNN التليفزيونية الإخبارية التي تنقل إلى العالم الأحداث الحية مباشرة، مثل المؤتمرات الصحفية لرؤساء وملوك الدول، وواقع الأحداث المهمة. وتقوم هذا الدور في العالم العربي قناة "الجزيرة" التي تبث من دولة قطر، وقناة "أبو ظبي الفضائية" من دولة الإمارات، وقناة "النيل للأخبار" من مصر. كما أثاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة لمراسلها وسائل الإعلام في مختلف أنحاء العالم موافقة صحفهم وإذاعتهم بالأخبار أثناء وقوعها سواء باستخدام

الأقمار الصناعية في نقل الأفلام المصورة للحدث، أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الفاكس المنظورة.

بقي ونحن نقدم هذه القيمة الخبرية المهمة أن نشير إلى نقطتين مهمتين فيها:

• النقطة الأولى: تتعلق بالموازنة بين مسعى الصحيفة أو محطة الإذاعة أو محطة التليفزيون لتحقيق السبق والانفراد الخبري وبين اهتمامها بالتحقق من صدق الخبر. بعبارة أخرى أيهما أولى بعناية الصحيفة: التثبت من صدق الخبر أم السبق الصحفي في نشر الخبر؟

وفي رأينا أن التثبت من صحة الخبر ينبغي أن يقدم على تحقيق السبق الصحفي، حتى لو أدى هذا التثبت إلى تأخير نشر الخبر، وذلك حتى لا تضطر الصحيفة إلى تكذيب الخبر الذي سارعت بنشره فيما بعد وتفقد بذلك ثقة القارئ في أخبارها.

والثابت من صحة الخبر قبل نشره يمكن أن يتم بعاودة الاتصال بمصدر الخبر أو بمصادر أخرى قريبة من الحدث إذا كان الخبر قد ورد للصحيفة عن طريق مندوبيها أو مراسليها، أو بمقارنة البرقيات الواردة من وكالات الأنباء إذا كان الخبر منقولاً عن وكالة أنباء.

• النقطة الثانية: تتعلق بأحداث من الماضي تبرز فجأة لتكون أخباراً... ومدى توافق قيمة الجدة والحالية في هذه الأخبار.

والواقع أنه لا خلاف على أن بعض الأحداث التي وقعت في الماضي يمكن أن تمثل أخباراً جديدة إذا اكتشفت فيها زوايا جديدة.

وعلى سبيل المثال فإن الواقع التي كشف عنها أحد الباحثين الإسرائيلي عن قتل الأسرى المصريين في حرب ١٩٦٧ مثلت لفترة طويلة مادة خبرية مهمة فرضت نفسها على الصفحات الأولى من الصحف المصرية. فالعبرة هنا في جدة الواقع التي تم الكشف عنها وليس في الحدث نفسه. وطالما أن الواقع جديدة ولم تنشر من قبل، فإن قيمة الجدة توافر فيها.

كما أن بعض الأحداث التي وقعت في الماضي يمكن اعتبارها في وقتها المناسب لو أنها نشرت في ذكرى وقوع الحدث بعد سنة أو حس سنوات أو أكثر على وقوع الحدث<sup>(١)</sup>.

## ٤ - الأهمية:

تعني هذه القيمة أن ينطوي الخبر على أهمية بالنسبة لجمهور الوسيلة الإعلامية. وهذه الأهمية قد تكون عامة بالنسبة للجمهور... أو خاصة بالنسبة لفئة معينة من فئات جمهور الوسيلة. فخبر عن زيادة سنوات التعليم الابتدائي إلى ست سنوات يمثل أهمية عامة للجمهور... لأنه ليس هناك شخص لا يهمه هذا الأمر سواء كان له أبناء في المرحلة الابتدائية أو سيكون له فيما بعد، أما الخبر الذي قد يمثل أهمية خاصة لفئة من فئات الجمهور فالمثال عليه: زيادة مرتبات رجال الشرطة بنسبة ٥٥٪ إذ أنه يهم في المقام الأول أفراد هذه الفئة وعائلاتهم والأشخاص المرتبطين بهم.

والخبر المهم - كما يقول د. عبد اللطيف حمزة - هو الذي يوحى إلى قراء الصحيفة باحتمالات عديدة، وقد تكون هذه الاحتمالات آثاراً ملموسة في حياة الفرد نفسه.

ويقدم د. فاروق أبو زيد هذه القيمة بمعنى آخر، وهو الفائدة أو المصلحة الشخصية أو المصلحة العامة، على أساس أن يمس الخبر مصالح عدد كبير من القراء، سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وسواء كانت هذه الأخبار في صالح القراء أو ضدهم<sup>(٢)</sup>.

ويستبعد هذا الرأي أهمية الأخبار الدولية. فقد يظن البعض أن أخبار العالم لا يتوافر فيها عنصر الفائدة أو المصلحة الشخصية وهذا غير صحيح. فخبر عن اكتشاف طيب أمريكي دواء لعلاج السرطان هو خبر مهم للقراء والمشاهدين في جميع أنحاء العالم.

(١) كارول ريش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، مراجع سابق، ص ٥٦.

(٢) فاروق أبو زيد، الخبر الصحفي، مراجع سابق، ص ٧٤.

وفي رأينا أن قيمة الأهمية كقيمة خبرية يجب أن توضع في مقدمة القيم الخبرية، خاصة في مجتمعات العالم الثالث، ولذلك فإننا لا نوافق على الرأي القائل بأن الأهمية هي ناتج اتحاد مجموعة من القيم الأخرى مثل قيمة الشهرة مع قيمة الفضخامة... الخ.

## **بــ القيم التغذيلية:**

ذكرنا فيما سبق أنه إذا توافر في الخبر الجدّة والأهمية ينتقل المسئول عن اختيار الأخبار في الوسيلة الإعلامية إلى ما يسمى بالقيم التفضيلية التي على أساسها يتم تقدّم خبر على آخر في النشر، وتشمل هذه القيم:

- القراءة المكانية والقراءة النفسية.
  - القراءة الشهرية.
  - القراءة الضحامة.
  - القراءة الصراع والمنافسة.
  - القراءة الغرابة والطرافة.

### **أ- القرب المكاني والنفسي:**

فقد يفضل نشر خبر عن حادث صغير راح ضحيته شخص واحد ووقع بالقاهرة، على خبر عن حادث كبير راح ضحيته عشرات الأشخاص في دولة موزمبيق، لا لشيء إلا لأن الحدث الأول قريب مكانيًا من قارئ صحف القاهرة.

فالقارئ أو المستمع أو المشاهد لديه دوائر اهتمام جغرافية، تبدأ من مكان إقامته (الحي أو القرية) وتسع إلى المدينة ثم المحافظة ثم الدولة، ثم الدول المجاورة. فهو يهتم في المقام الأول بما يقع من أحداث داخل الحي، وبلي ذلك في الأهمية ما يقع في المدينة ثم في المحافظة... وهكذا.. وبالتالي فإن وسيلة الإعلام تفضل عند الاختيار بين خبرين أن تنشر ما يناسب ما الاهتمامات الجغرافية لجمهورها.

ويتصل بالقرب المكان، القرب النفسي، خاصة فيما يتعلق بنشر الأعيار

الدولية. فغير عن وقوع صدام بين الجالية المسلمة والجالية اليهودية في الولايات المتحدة قد يفضل عن خبر يتعلق بالصراع العربي في رواندا، لأن الأول يقع في مجال القرب النفسي للجمهور العربي ذا الغالبية المسلمة. وغير عن حدث وقع في ليبيا يتقدم على خبر عن حدث قد يكون أكثر ضخامة وقع في فرنسا، لأن الجمهور المصري تربطه بليبيا روابط اللغة والدين والمصالح المشتركة.

وقد أظهرت بعض البحوث أن القارئ المصري يخضع لعامل القرب المكان واللغوي في تفضيله لأخبار مناطق معينة في العالم. فقد سُئلت عينة من القراء أن يرتّبوا المناطق التالية من حيث اهتمامهم بأخبارها، وهي: أوروبا، والشرق الأوسط، والعالم العربي، وشمال إفريقيا، وأمريكا الجنوبية، وأمريكا الشمالية، والشرق الأقصى، وجاءت النتائج كالتالي:

نسبة التفضيل	المطقة	نسبة التفضيل	المطقة
%٦١	أوروبا	%٦٠,٥	العالم العربي
%٢,٥	أمريكا الشمالية	%٤٣,٥	شمال إفريقيا
%٧٥	أمريكا الجنوبية	%١١,٥	الشرق الأوسط
		%٢,٢٥	الشرق الأقصى

### ب - الشهرة:

تأثير شهرة الشخص أو الأشخاص الواردة أسماؤهم في الخبر أو صانعي الخبر، في تفضيل خبر في النشر عن خبر آخر. فكلما كان هؤلاء الأشخاص مشهورين ومعروفيين كلما كانت فرصة نشر الخبر أكبر.

فالجمهور بطبيعته يتلمس معرفة أعياد المشاهير سواء كانوا من السياسيين أو الاقتصاديين أو من الرياضيين والفنانين والأدباء، والأشخاص المشهورون بإنجازاتهم أو الذين اكتسبوا الشهرة بأعمالهم الطيبة أو السيئة يستقطبون الكثير من الاهتمام.

ولا يقتصر عنصر الشهرة في الخبر على الأشخاص فقط، وإنما يمتد ليشمل بعض الأماكن الشهيرة أو القضايا الشهيرة أو حتى الحيوانات الشهيرة إذا كان الخبر يتعلق بها أو يشير إليها.

وعلى سبيل المثال فإن مقتل شخص في مدينة نيويورك لا يثير اهتمام القارئ لأن حوادث القتل في هذه المدينة لا حصر لها يومياً، ولكن هذا الحدث يصبح عمراً تتناقله وسائل الإعلام إذا وقع داخل مقر الأمم المتحدة في نيويورك أو داخل ناطحة السحاب الشهيرة الإمبيريستيت أو بجوار تمثال الحرية الشهير. كما أن النعجة (دولي) التي كانت أول كائن حي يتم استتساخه ظلت لفترة طويلة محل اهتمام وسائل الإعلام لتابعة أخبارها.

### جـ- الضخامة:

يجذب الشيء الصغير جداً، والشيء الكبير جداً الانتباه، الأشياء الضخمة تثير اهتمام الجمهور.

ويمكن أن تتعلق الضخامة بعدد أو رقم. وعلى سبيل المثال فإن وقوع حادث طريق نتج عنه مصرع شخصين، يتزوي على صفحات الصحيفة ليفرد مساحة أكبر لحادث مماثل راح ضحيته عشر أشخاص.

ويمكن أن تتعلق الضخامة بوظيفة الشخص الوارد اسمه في الخبر أو صانع الخبر. فالقبض على موظف حكومي بتهمة تفاصي رشوة ٥٠٠ جنيه، لا يقارن بخبر آخر بالقبض على وكيل وزارة بتهمة رشوة قدرها مليون جنيه. فالضخامة في الخبر الأخير تتعلق بشخص المتهم وحجم الرشوة.

وقد تتعلق الضخامة بمؤسسة أو هيئة أو مرفق عام من مرافق الدولة، فعمر حادث سقوط أتوبيس عام في النيل أكبر في الضخامة من حادث سقوط سيارة خاصة، ولكنه أقل في الضخامة من سقوط قطار أو سقوط طائرة. وإضراب السائقين في هيئة النقل العام أقل ضخامة من إضراب السائقين في مترو الأنفاق أو في السكك

الحديدية. وخير عن وقوع انفجار داخل مبنى وزارة الداخلية أكثر ضخامة من خير عن وقوع انفجار داخل مبنى وزارة البحث العلمي.

#### د- الصراع والمنافسة:

يهم الناس بالفطرة بالأعيار التي تحوي قدرأً من الصراع سواء بين الأشخاص بعضهم البعض مثل حوادث القتل والاغتصاب والمحاكمات، أو بين الدول مثل الحروب والمنازعات، أو بين الإنسان والطبيعة مثل الكوارث الطبيعية.. لذلك تفضل وسائل الإعلام عند الاختيار بين الأخبار أن تقدم الأخبار التي تحوي عنصراً أو أكثر من عناصر الصراع أو المنافسة.

من هذا المنطلق قسم وسائل الإعلام كثيراً بنشر أخبار الحروب، وإن كان هذا لا يعني أنها تقصّر مفهوم الصراع على الحروب.. فقد يشمل هذا المفهوم:

- الحوادث الفردية، وهي التي يتوافر فيها عنصر الصراع بين الأشخاص مثل حوادث القتل.

- الصراع غير الحربي بين الدول، مثل مفاوضات السلام، والصراع الاقتصادي، والصراع الثقافي.

- الصراع السياسي مثل الانتخابات البرلمانية والرئاسية داخل الدولة، وصراع الدول داخل الم哈فل والمنظمات الدولية.

- الصراع الاجتماعي، مثل نماذج المعاناة التي يعانيها الفقراء وقصص البطولة التي يتغلب فيها شخص أو جماعة على ظروف اجتماعية واقتصادية صعبة.

- الصراع / المنافسة الرياضية، مثل أخبار المباريات الرياضية المختلفة من كرة القدم، إلى المصارعة، إلى الملاكمة... الخ.

- الصراع / المنافسة الفنية والأدبية والفكرية بين الفنانين وبين الأدباء وبين المفكرين.

- الصراع الإنساني مع الطبيعة، مثل أخبار الزلازل والبراكين والفيضانات ... الخ.

## هـ- الفرابة والطرافة:

وتقاس هذه القيمة الذي يتم على أساسها تفضيل نشر خبر على خبر آخر بمدى خروج الخبر عن المألف الذي اعتاده الناس. والأخبار الغريبة أو الطريفة هي التي تتركز على الظواهر الغريبة أو الطريفة في الحياة.

والأمثلة على هذه الأعيار كثيرة، لعل أهمها ما يرد دائماً في تعريف الخبر على أنه أن بعض الرجل كلباً وليس أن بعض الكلب رجلاً.

وإلى جانب هذه القيم التفضيلية التي قدمناها، يضيف البعض قيمـاً أخرى مثل:

- التوقيت، أي توقيت وقوع الحدث، وهي تعارض أو تداخل مع قيمة الجدة.

- التشويق، أي أن يكون الخبر مشوقاً.. وهذه في رأينا صفة للخبر أكثر من كونها قيمة غريبة.

- التوقع أو النتائج، وهي متداخلة مع قيمة الأهمية أو إحدى جزئها.

- الاهتمامات الإنسانية، وتقع في دائرة قيمة الصراع والمنافسة.

- الدراما أو الإثارة، وتعلق بأخبار المال والجنس والجرائم الخلقية والأخبار العاطفية.

## ثانياً: المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية:

لا تكفي القيم الخبرية وتوافرها في خبر ما للحكم بصلاحية الخبر للنشر أو للإذاعة. إذ تدخل عوامل أخرى كثيرة في الحكم على صلاحية الخبر للنشر أو للإذاعة.

ومن أهم هذه العوامل السياسة التحريرية التي تسير عليها الوسيلة الإعلامية في انتقاء الأخبار ونشرها. وتمثل هذه السياسة في:

## ١- طبيعة جهور الصحيفة:

إذ يتم انتقاء الأخبار الصالحة للنشر وفقاً لاهتمامات القراء المتوقعين، إذ تستهدف الصحيفة في المقام الأول إرضاء قارئها. فما يصلح للنشر في صحيفة زراعية توجه إلى جهور متخصص قد لا يصلح للنشر في صحيفة عامة أو في صحيفة رياضية أو في صحيفة فنية حتى لو توافرت فيه كل القيم الخبرية.

وتميل الصحف عادة إلى إرضاء قرائها إلى حد بعيد خاصة إذا كانت لدى الصحيفة معلومات موثقة عن طبيعة جهورها وسماته الديموغرافية التي تشمل العمر - الدخل - مكان الإقامة - الجنس... الخ.

## ٢- سياسة الدولة التي تصدر فيها الصحيفة:

فالصحيفة المملوكة للدولة تخوض على نشر الأخبار الداخلية والخارجية التي تتوافق مع سياسة الحكومة، والصحيفة غير المملوكة للدولة تخوض هي الأخرى أن لا يتعارض ما تنشره من أخبار دولية مع السياسة الخارجية للدولة.

وعلى سبيل المثال فإن الخلاف المصري - السوداني الحالي يدفع الصحف المصرية على التركيز على أخبار انتصارات القوات الجنوية الانفصالية وأخبار المعارضة السودانية وتقديمها على أخبار القوات الحكومية والأخبار الإيجابية عن الحكومة السودانية.

وفي عهد الرئيس السادات كانت الصحف لا تنشر عن ليبيا ورئيسها سوى الأخبار السلبية. وفي الحرب العراقية - الإيرانية كان ما تنشره الصحف يمثل فقط وجهة النظر العراقية، وتغير الحال إلى النقيض في حرب تحرير الكويت.

ويعني هذا أن السياسة الخارجية للدولة تؤثر على اختيارات الصحيفة للأخبار تائراً واضحاً.

### ٣- المساحة المخصصة للأخبار :

يؤثر الحيز المترك للأخبار في الصحيفة سلباً في اختيار الأخبار ونشرها وطريقة عرضها. فهو يؤثر سلباً عندما يكون الحيز المخصص أكبر من الأخبار الواردة للصحيفة، ولذلك تضطر إلى نشر أخبار لا توافر فيها قيم خبرية أساسية، أو تلحاً إلى مط الأخبار وإطالتها أو الإضافة إليها.

كما قد يؤثر هذا العامل أيضاً عندما يكون الحيز المخصص أقل من الأخبار الواردة للصحيفة، فتضطر الجريدة إلى التفضيل بين الأخبار واستبعاد أخبار كانت تستحق النشر.

وهناك وسائل عديدة تلحاً إليها الصحف للتخلص من الحيز الزائد، ولعل أهمها: نشر الصور، وزيادة عدد وحجم العناوين، وإضافة مواد أخرى غير خبرية إلى الصفحة الإخبارية، ونشر أكبر عدد من الأخبار القصيرة والموضوعات المتوسطة.

أما ضيق الحيز، فإن العلاج الناجح له هو زيادة المساحة المخصصة للأخبار، أو حذف بعض المواد غير الخبرية الموجودة على الصفحة مثل المقالات أو الأعمدة أو الإعلانات، واختصار العناوين، واختصار الصور، واختصار الأخبار بحذف الفقرات الأقل أهمية من الخبر.

### ٤- الاعتبارات الشخصية لرؤساء التحرير أو رئيس القسم، الذي قد يطلب نشر خبر معين يرغب في نشره لأسباب شخصية ولا توافر فيه القيم الخبرية.

### ٥- عدد المحررين في قسم الأخبار، فإذا كان عدد المحررين كافياً، زادت مساحة الاختيار لدى رئيس القسم، أما إذا قل عدد المحررين.. وقل وبالتالي عدد الأخبار التي يحصلون عليها للصحيفة، فإن رئيس القسم قد يلحاً إلى نشر أخبار لا توافر فيها قيم خبرية أساسية.

# ٥

## الفصل الخامس مصادر الأخبار

- تفسيمات مصادر الأخبار. 
- المصادر صانعة الخبر. 
- المصادر ناقلة الخبر. 
- المخبرون 
- المراسل الخارجي. 
- الخدمات الصحفية. 
- شبكات المعلومات والإنترنت. 
- الصحف والمجلات الوطنية والأجنبية. 
- محطات الإذاعة والتلفزيون الوطنية والأجنبية. 



## الفصل الخامس

### مصادر الأخبار

تعنى مصادر الأخبار **News Sources** بالمعنى الشامل للكلمة الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الأخبار منها.

#### تقسيمات مصادر الأخبار:

ويمكن أن نميز في هذا الإطار بين أكثر من نوع من مصادر الأخبار على أساس طبيعة كل منها وحجم الدور الذي تقوم به في إمداد الصحف ووسائل الإعلام بالمعلومات الأخبارية.

فعلى مستوى أول يمكن التمييز بين المصادر صانعة الخبر ويطلق عليها في بعض الأديبيات الصحفية مصادر المخبر الصحفي، وبين المصادر ناقلة الخبر أي التي تقوم بنقل المعلومات الأخبارية من المصادر صانعة الخبر إلى الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية.

وعلى مستوى ثان يمكن أن نقسم مصادر الأخبار بالنسبة لوسيلة الإعلام إلى نوعين هما: المصادر الذاتية للوسيلة وتعنى المبحرون والمراسلون الذين يعملون لحساب الوسيلة فقط، وبين المصادر الخارجية وتشمل المؤسسات الأخبارية مثل وكالات الأنباء والخدمات الخاصة والصحف والمجلات والإذاعات والتلفزيونات التي تستقى منها الوسيلة الأخبار ولكنها - أي هذه المصادر - لا تعمل لحساب الوسيلة فقط.

وعلى مستوى ثالث وأخير يتم التمييز على أساس طبيعة المصدر الذي تم استقاء المعلومات الخبرية منه بين المصادر الحية أي الأشخاص، والمصادر الأرشيفية أي الوثائق والبيانات والمعلومات المكتوبة أو المصورة.

وناقش في الصفحات التالية الأنواع المختلفة لمصادر الأخبار على النحو التالي:

- المصدر صانع الخبر والمصدر ناقل الخبر
- المصادر الذاتية والمصادر الخارجية
- المصادر الحية والمصادر الأرشيفية.

وذلك مع الأخذ في الاعتبار حتمية التداخل بين الأنواع المختلفة للمصادر، إذ لا يمكن فصل المصادر ناقلة الأخبار عن المصادر الذاتية والخارجية للوسيطة الإعلامية، فال المصدر ناقل الخبر قد يكون مصدرا ذاتيا كما قد يكون مصدرا خارجيا للوسيطة، وتشمل المصادر الحية كل الأشخاص الذين يمدون الصحيفة أو الصحفى بالأخبار سواء كانوا من صانعي الأخبار أو من ناقليها.. وسواء كانوا من المصادر الذاتية أو من المصادر الخارجية للوسيطة.

#### المصادر صانعة الخبر:

وهي المصادر الذي يتعلق بها الحدث أو من كشفت النقاب عن معلوماته. فالمصاب في حادث سير والشرطى الذى حقق الحادث والطبيب الذى عالج المصاب وأفراد أسرة هذه الشخص الذين عبروا عن مشاعرهم تجاه الحادث كلها مصادر صانعة للخبر الذى يدور حول إصابة نجم سينمائى فى حادث انقلاب سيارة لأن الحدث يتعلق بهم جميعا. وعالم الآثار الذى يكشف معلومات عن كشف آثرى جديد هو مصدر صانع لخبر يدور حول هذا الكشف الآثرى المهم. وزعيم الخارجية الذى يدلل للصحفيين بمعلومات عن زيارة غير متوقعة لرئيس الدولة إلى دولة أخرى، أو يعبر عن رأيه في قضية دولية أو إقليمية هو من المصادر صانعة الخبر.

والملحوظ في الأمثلة السابقة إن المصدر صانع الخبر قد يكون فردا واحدا كما في حالة وزير الخارجية وقد يكون أكثر من فرد كما هو الحال في حادث الحم السينمائى، كما قد يكون جماعة كما هو الحال عندما تصدر جمعية اللالل الأحرم

بيانا تناشد فيه المواطنين التبرع للاتفاقية الفلسطينية، أو عندما تعلن جماعة ما مسؤوليتها عن حادث ما، أو عندما تكشف وزارة ما في الحكومة عن بيانات تتعلق بقضية من القضايا. وفي بعض الحالات تكون الدولة هي المصدر صانع الخبر كما هو الحال عندما تقول أعلنت مصر رفضها القاطع لـ .... أو أداة دولة الإمارات الإرهاب الإسرائيلي الذي يتعرض له الفلسطينيون في الأراضي المحتلة....

وإلى جانب الأفراد والجماعات والهيئات والدول كمصادر صانعة للخبر تبرز الطبيعة وما تحمله من ظواهر متوقعة وغير متوقعة تؤثر في حياة الإنسان كمصدر من أهم المصادر التي تصنع الأخبار في العالم المعاصر. فالزلزال والبراكين والأعاصير والطقس السيئ كلها ظواهر طبيعية تصنع الأخبار مثل: زلزال عنيف يقتل ٢٠٠ شخصا في اليابان، إعصار فلوييد يضرب السواحل الشرقية للولايات المتحدة.

### المخبر الصحفي كصانع للخبر:

ويجتمع في غالبية الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام أكثر من مصدر من المصادر صانعة الخبر، ففي إعصار فلوييد يتم الجمع بين شهود العيان ورجال الأرصاد الجوية والمسؤولين الحكوميين وعلماء الجغرافيا بالإضافة إلى الإعصار نفسه. وكلما زاد عدد المصادر الصانعة في الخبر كلما اقترب الخبر من أن يكون كاملا وجيدا. فتصريحات وزير الخارجية على سبيل المثال يمكن دعمها بأراء مصادر أخرى داخل أو خارج الدولة.

وفي بعض الحالات يكون المخبر الصحفي هو نفسه المصدر صانع الخبر بالإضافة إلى كونه المصدر ناقل الخبر. فالمخبر قد يتبع بنفسه تطورات قضية من القضايا أو حدث من الأحداث ويرى بنفسه ثم ينقل ما رأه إلى الناس، كما قد يشارك في صنع أحداث تصلح أن تكون أخبارا مثل الأخبار الخاصة بقضايا النشر وحرية التعبير، وقد يتواجد المخبر الصحفي بمحض الصدفة في موقع حدث من الأحداث فيكون أحد المصادر الصانعة للأخبار حول هذا الحدث.

- وتحصل وسائل الإعلام إلى المصادر صانعة الأخبار من خلال:
- اتصال مندوبيها ومخبريها المباشر بالمصادر البشرية سواء من خلال اللقاءات الشخصية أو المؤتمرات الصحفية أو من خلال انتقالهم إلى موقع الأحداث.
  - استخدام المندوبين والمخبرين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة مثل التليفون والفاكس والبريد الإلكتروني للوصول إلى هذه المصادر والحصول على معلومات منها.
  - الاتصال بإدارات الإعلام والعلاقات العامة بالوزارات وأجهزة المخابرات.
- إلى جانب ما سبق فإن بعض الأفراد والجهات والمؤسسات صانعة الأخبار تبادر بنفسها بإيصال أخبارها إلى وسائل الإعلام كأن تعقد مؤتمرات صحافية تدعى إليها مندوبي وسائل الإعلام أو أن تصدر بيانات مكتوبة تقوم بإرسالها بالفاكس إلى وسائل الإعلام أو أن تكلف إدارات الإعلام والعلاقات العامة بالاتصال بوسائل الإعلام وتزويدها بأخبارها.

### مصادر المندوب:

يُطلق د. فاروق أبو زيد على ما نسميه المصادر صانعة الأخبار مسمى مصادر أخبار المندوب الصحفي<sup>(١)</sup> على أساس أنه إذا كان المندوب أو المخبر الصحفي هو أحد مصادر الصحيفة أو وسيلة الإعلام، فإن هذا المندوب مصادره التي يحصل منها على هذه الأخبار. وتضم هذه المصادر كبار الشخصيات الرسمية والشعبية والخالية والأجنبية ونحوه الحياة الاجتماعية.. بالإضافة إلى الوزارات والمؤسسات وأجهزة المخابرات العامة والخاصة والبيانات والنشرات والخطب والمؤتمرات الصحفية واللجان الشعبية والرسمية والمهرجانات السياسية للأحزاب والخلفيات العامة والخاصة والمناسبات القومية والدينية<sup>(٢)</sup>. وبصيغ البعض الأشخاص العاديين

(١) فاروق أبو زيد، *فن الخبر الصحفي*، الطبعة الثانية، جدة: دار الشروق، ١٩٨٤، ص. ٢١٠.

(٢) فاروق أبو زيد، *فن الخبر الصحفي*، مراجع سابق، ص. ٢١٠.

إلى قائمة المصادر صانعة الخبر خاصة أولئك الذين يخضرون الأخبار بأنفسهم إلى وسيلة الإعلام أو يتصلون بها تليفونياً أو عبر الفاكس لنقل الأخبار إليها<sup>(١)</sup>. وفي هذا الإطار يشير إسماعيل إبراهيم إلى أن رجل الشارع العادي قد يكون مصدراً عجرياً ويذكر أن محمد حسين هيكل عندما كان رئيساً لتحرير صحيفة الأهرام المصرية استطاع أن يقول كل العاملين في الصحيفة إلى مصادر إخبارية عندما قرر صرف مكافأة مالية لكل من يتطلع بإخبار الجريدة بما يراه من حوادث أو وقائع يرى أنها تصلح لأن تكون خبراً<sup>(٢)</sup>.

### علاقة الصحفي بالمصدر:

ويختفظ مندوبو وخبرو وسائل الإعلام بعلاقات جيدة مع المصادر صانعة الخبر لضمان قيامها بامدادهم بالأخبار المهمة، وكلما توافرت علاقة المخبر الصحفي بمصادره كلما أصبح مميزاً فيما ينقله من أخبار عن هذه المصادر قد لا يصل إليها غيره من المخبرين. ويثير هذا الأمر قضية تسريب المعلومات من المصادر الحكومية صانعة الأخبار إلى بعض الصحفيين المتعاطفين معهم أو الذين تربطهم بهم علاقات صداقة ومصالح. والواقع أن حالات تسريب المعلومات ليست ظاهرة جديدة إذ ينساب إلى الرئيس الأمريكي أبرا هام لنكولن أنه قام في يناير ١٨٦٢ بتسريب خطاب له قبل إلقائه إلى مندوب صحيفة نيويورك هيرالد التي كان يعتيرها صحيفة متعاطفة معه وأمر بإغلاق نظام البرقيات في البيت الأبيض حتى لا يستطيع مراسل صحيفة نيويورك هيرالد إخبار صحيفته بما حدث<sup>(٣)</sup>. ويري البعض

(١) Ahuja B.N & Chhabra S.S. *Principles and Techniques of Journalism*. Delhi: Surjeet Publications, 1995. P. 90.

(٢) إسماعيل إبراهيم، *فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق*، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص. ٤١.

(٣) سimon سوانان عزز، *وسائل الإعلام والسياسة الخارجية*. ترجمة: محمد مصطفى غرب، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، ١٩٩٥، ص. ١٢٦.

أن قيام المصدر بتسريب الأخبار يخدم المخبر الصحفي بقدر ما يخدم المسؤول عن التسريب. فالمؤول نادراً ما يقوم بإفشاء الأخبار بوعي وهو يعلم أنها ضارة بسياسة معينة أو بأحد صانعي السياسة.

ومع ذلك فإن علاقة المخبر الصحفي بمصادره يجب أن تحدوها حدود المصلحة المشتركة وان تكون أقرب إلى العلاقة التجارية البادلية التي يقوم فيها المصدر صانع الخبر بإمداد الصحفي بالمعلومات والأخبار في مقابل ما يجنيه من وراء نشر الأخبار من منافع كالشهرة وإبراز إنجازاته. ولا يجب أن تقوم العلاقة بين الطرفين على أساس سيطرة أي منهما على الآخر خاصة سيطرة المصدر على الصحفي. فعندما يكون مخبر الصحفي قريباً للغاية من مصادرهم فإقاموا بخاطرهم باللوم من زملائهم، وبالتالي فإن مصداقتهم يمكن أن يصيبها ضرر<sup>(١)</sup>. ومن الضروري أن يدرك المخبر الصحفي أنه مندوب الصحيفة لدى المصدر وليس مندوباً للمصدر لدى الصحيفة.

### المصادر ناقلة الخبر:

وهي المصادر التي تقوم بنقل الأخبار من مكان وقوعها إلى مقر الصحيفة أو وسيلة الإعلام، وهي بهذا المعنى الواسع تشمل نوعين من المصادر هما:  
المصادر الذاتية لوسائل الإعلام.  
المصادر الخارجية.

ويضم النوع الأول كافة الصحفيين الذين يعملون لحساب الوسيلة من مخبرين ومندوبيين ومراسلين داخل وخارج الدولة التي تصدر منها وسيلة الإعلام. أما النوع الثاني فيضم كافة الأشخاص ووكالات الأنباء والخدمات الخاصة والصحف والمجلات وعطيات الإذاعة ومحطات وشبكات التلفزيون وشبكة الانترنت وشبكات وقواعد المعلومات التي تستفي منها الوسيلة الأخبار التي لا تستطيع

(١) سرفان، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، مرجع سابق، ص ١٢٦ - ١٢٧.

الحصول عليها من خلال مصادرها الذاتية إما من خلال اتفاقات تبادل أو اشتراكات مالية أو بمحاناً.

وناقش في الصفحات التالية وبشيء من التفصيل هذه المصادر في مبحثين يتناول الأول المصادر الذاتية للأخبار (المخبر والمراسل) ويركز المبحث الثاني على المصادر الخارجية (غير الذاتية) للأخبار باستثناء وكالات الأنباء، وخصص الفصل التالي كاملاً للحديث عن وكالات الأنباء نظراً لأهميتها في أداء الوظيفة الإخبارية والإعلامية لوسائل الإعلام المعاصرة.

## المبحث الأول المصادر الذاتية للأخبار في وسائل الإعلام

### المخبرون

#### العملية الإخبارية Reporters والمخبرون

العملية الإخبارية هي الكلمة الصحفية المعادلة لكلمة البحث research وتعني جمع البيانات والحقائق المتعلقة بالأحداث الجارية والقضايا المعاصرة والبشر. والعملية الإخبارية بالمعنى الصحفي هي فن ومهارة وصناعة جمع المعلومات للاستخدام الفوري.<sup>(١)</sup> وبتفاوت معنى الاستخدام الفوري بتفاوت المدى الزمني الذي تسمع به كل وسيلة إعلامية. فالمخبرون الذين يعملون في وكالات أنباء لديهم وقت حرج Deadline في كل دقيقة على أساس أفهم يقدمون خدمات إخبارية للصحف والمحطات الإذاعية في مناطق زمنية كثيرة في العالم. والمخبرون العاملون في المحطات الإذاعية والتليفزيونية تتحدد الأوقات المحرجة لهم وفقاً لمواعيد النشرات الإخبارية التي قد تكون كل ساعة وكذلك الحال في الصحف الكبرى التي تصدر عدة طبعات في اليوم الواحد. بينما يجد المخبر في الصحيفة الأسبوعية متسعًا كبيرًا من الوقت لجمع المعلومات والبيانات الخبرية وقد يستغرق عمل المخبرون في هذه الحالات إلى عدة شهور في موضوع واحد إذا كانوا سيقدمون ما جمعوه من أخبار وبيانات في تحقيق أو تقرير صحفي كبير.

#### أين يعمل المخبرون:

يتم جمع الأخبار وتوزيعها وتسليمها في النهاية إلى الجمهور بطريق متعددة ومن خلال عدد من المؤسسات والوكالات المختلفة. فالصحف تجمع الأخبار

(١) Hough, George A (News Writing), 4<sup>th</sup> edition, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991. P.19.

لاستخدامها الخاص وتسليمها بشكل مباشر إلى القراء. ووكالات الأنباء تجمع الأخبار وتوزعها على الصحف ومطابع الإذاعة والتلفزيون، والإذاعة تجمع الأخبار وتبثها إلى الجمهور. وتقدم الخدمات الصحفية الخاصة الأخبار التي تجمعها إلى صحف السلسلة الصحفية أو مطابع الشبكة التليفزيونية التابعة لها كما توزعها على الصحف والمطابع الأخرى المشتركة فيها.

### المخبر الصحفي أم المندوب

المندوب أو المخبر هو صحفي من هيئة تحرير الوسيلة الإعلامية يعمل لحسابها داخل المدينة أو الدولة التي تصدر منها ويتولى وفقاً لتوجيهات إدارة تحرير الوسيلة جمع الأخبار من جهة عديدة بصفة دائمة أو مؤقتة وإعدادها للنشر ونقلها إلى الوسيلة، كما يقوم بأداء المهام الصحفية وتفصيل الأحداث والقضايا التي يكلفها ونقل تفاصيلها إلى الوسيلة.

ويعلو البعض من أهمية البحث عن المعلومات باعتبارها محدداً رئيسياً في تعريف المخبر الصحفي، وعلى هذا يعرف المخبر الصحفي بأنه الشخص الذي يعرف كيف ينقب عن المعلومات أياً كان مصدرها ودون النظر إذا ما كانت سرية أم لا<sup>(١)</sup>.

وإذا كان البعض يطلق على المخبر الصحفي مسمى المندوب الصحفي فإن الاختلاف بين المسميين يدوّي شيئاً على أساس فيما يعنيان الصحفي الذي يعمل لحساب الصحيفة داخل الدولة التي تصدر منها. وإذا كما تفضل استخدام مسمى المخبر الصحفي فإن ذلك لا يعني أنها لا تواافق على مسمى المندوب الصحفي فكلاهما في نهاية الأمر يعنيان شيئاً واحداً. والخلاف الذي يمكن الإشارة إليه هنا يعتمد على مكان عمل المخبر أو المندوب، فإذا كان يتولى جمع الأخبار من جهة

(١) Hough, George A ( *News Writing*), 4<sup>th</sup> edition, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991. P.26.

رسمية أو شعبية داخل المدينة التي تصدر منها الصحيفة فإننا يمكن أن نطلق عليه مسمى المحرر. أما إذا كان مكان عمله خارج المدينة التي تصدر منها الصحيفة ولكن في نفس الدولة فيمكن أن نطلق عليه مسمى المندوب تمييزاً له عن المراسل الذي يعني الشخص الذي توفره الصحيفة إلى دولة أخرى لموافقتها بالأخبار. فالصحفيون الذين يعملون في جمع الأخبار لصحيفة تصدر من مدينة أبو ظبي من داخل هذه المدينة هم غير الصحيفة في الدوائر المختلفة. أما الصحفيون الذين تكلفهم نفس الصحيفة بجمع الأخبار من مدينة أخرى مثل العين أو دبي فهم مندوبي الصحيفة في هاتين المدينتين. والصحفيون الذين توفر لهم الصحيفة إلى القاهرة على سبيل المثال لموافقتها بأخبار مصر فهم مراسلو الصحيفة في القاهرة.

ويشكل المحررون الصحفيون الذين يحصلون على الأخبار للصحف ووسائل الإعلام الأخرى القاعدة الأساسية لصناعة الأخبار في العالم. والمحررون هم مثلو الصحف والمحلات ووكالات الأنباء ومحطات الإذاعة والتلفزيون والشبكات الذين يغوبون العالم ويغدون بأخبار اليوم. والمحررون بمعنى آخر هم عيون وأذان الصحافة. وهم عصب مهنة الصحافة الذين يجمعون المعلومات والحقائق وبتأكدون من صحتها ويكثرونها في بعض الأحيان.

### المحرر والمحرر:

يصف البعض المحرر الصحفي بأنه باحث Researcher وكاتب Writer في نفس الوقت<sup>(1)</sup> إذا كان يقوم بالدورين مع جمع المعلومات وكتابتها، بينما يكون باحثاً مخبراً إذا كان هناك داخل الصحيفة من يأخذ المعلومات التي تم جمعها ويكتبها في شكل فني صحفي وبلغة صحافية. وكثيراً ما يشار إلى من يقوم بهذا العمل بمعنى كاتب أو محرر Editor تمييزاً بينه وبين المحرر Reporter الذي

(1) Hiebert, Ray, Ungurait, Donald and Bohn, Thomas, *Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication*, New York: Longman, 1991, P. 27.

## يجمع الأخبار والمعلومات.

وإذا كانت مهمة المحرر الصحفي هي الحصول على الأخبار فإن مهمة المحرر لا تتعذر كونها مهمة تقوم هذه الأخبار وحراسة بوابات عبورها إلى الجمهور ووضعها في قالب الفن المناسب لها. وإن كان من الصعب الفصل بين عملية كتابة الأخبار وبين عملية جمعها. فكتابة الأخبار تعتمد في المقام الأول على جمع المعلومات وتخزينها وتحليلها وتحقيقها والتأكيد من صدقها ودقتها.

وتعتمد عملية جمع الأخبار على القدرة على الملاحظة والفهم الجيد للقلم الخبرية واهتمامات جمهور الوسيلة.

ويعمل محررو الصحف ومندوبيها تحت الإشراف المباشر لمحرري الأقسام المختلفة داخل الصحيفة. ففي كل قسم يعمل عدد من المحررين والمندوبين والمحررين تحت إشراف رئيس للقسم من الصحفيين ذوى الخبرة. وبشكل المحررون والمندوبيون القاعدة الأساسية للتدفق الإيجاري داخل الصحيفة.

ويتوزع مندوبي الصحيفة على أقسامها التحريرية المختلفة ولكن غالبيتهم يعملون في قسم المخليات أو ما يسمى الإدارة المحلية Local Administration وهم الذين يقومون بتغطية أحداث الوزارات والإدارات الحكومية والمحاكم. ويقوم رئيس قسم المخليات في الصحيفة بتكليف المحررين للعمل كمندوبي للصحيفة في هذه الإدارات بشكل دائم كما يقوم بتكليف بعضهم بتغطية الأحداث المفاجئة Spot news التي تقع بشكل غير متوقع مثل انللاع حريق ضخم أو تدهور قطار أو تحطم طائرة أو انفجار بركان أو وقوع زلزال أو وقوع محاولة اغتيال.

## مهارات المحرر الصحفي:

ليس المحرر الصحفي هو الشخص الذي يحصل فقط على ما يتم إرساله للحصول عليه وإنما يجب أن يكون قادرًا على الحصول على الأخبار في الوقت المناسب وقدراً على الكتابة وعلى جمع المعلومات وتوليد الأفكار.

- ويقترح البعض<sup>(١)</sup> أن يتسلح المحرر الصحفي بمهارات في:
- الرؤية والسماع.
  - كتابة الملاحظات السريعة.
  - العثور على المعلومات.
  - طرح الأسئلة.
  - فحص المعلومات والتأكد من صحتها.
  - تحليل وفهم المعلومات.

قدراة المحرر الصحفي على كتابة الأخبار التي يقوم بجمعها تعد ميزة إضافية له. صحيح أن بعض المحررين لا يكون لزاما عليهم إتقان مهارات الكتابة الصحفية التي يتولاها المحررون ولكن جمع الصحفي بين مهارات جمع الأخبار ومهارات الكتابة أصبح أمراً مفضلاً في وسائل الإعلام المعاصرة. وكذلك الأمر بالنسبة للمحرر القادر على فحص المعلومات و اختيار المناسب منها للنشر وتخليل وفهم هذه المعلومات قبل تسليمها للمحرر.

### الأ NSF الإخباري والأذن الانتقائية:

إلى جانب المهارات الأساسية السابقة فإن المحرر الصحفي يجب أن يكون لديه ما يطلق عليه (الأ NSF الإخباري Nose for News)، وهو تعبر بمحاري يشير إلى فهم المحرر للقيم الخبرية وحسن توقع الأحداث. وهي مهارة لا يولد المحرر الصحفي لها وإنما يتم تعلمها وتطورها نتيجة طول الخبرة في جمع الأخبار. وبقابل الأ NSF الإخباري ما يعرف بحب الاستطلاع وهو ما يمكن للمحرر أن ينمييه من خلال وضع نفسه موضع القارئ ليسأل نفسه ما الذي يجعل الخبر مهمًا ومشوقاً.

(١) Hough, George A. *News Writing*, 4<sup>th</sup> edition, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991. P.27.

وإلى جانب الأنف الإخباري يجب أن يتمتع المخبر الذي يعمل في مجال جمع الأخبار بما يسمى (الأذن الانتقائية) وتعني القدرة على الملاحظة السمعية. إذ أن جزءاً كبيراً من المعلومات التي يحصل عليها المخبر تأتي عن طريق سماع مصادر الأخبار سواء في المقابلة المباشرة أو عبر الهاتف أو في مكان وقوع الحدث أو في الاجتماعات والحاضرات العامة. ويحتاج المخبرون الصحفيون بالمارسة على أن يستمعوا إلى الآخرين بأذن انتقائية *a selective ear* على أساس أنه ليس كل ما يقوله المتحدث مهم، وإنما - أي المخبرون - لن يكونوا قادرين على الإحاطة السريعة بكل ما يقال.. وبالتالي يجب أن تكون لدى المخبر الصحفي القدرة على انتقاء المعلومات المهمة التي يعلم أن صحيفته يمكن أن تنشرها وإن قراء الصحيفة يمكن أن يقبلوا على قراءتها.

وتوضح أهمية السمع الجيد (الإنصات) للمصادر إذا علمنا أنه من الصعب على المخبر الصحفي أن يطلب من المصدر في كل مرة إعادة ما قاله مرة أخرى. ورغم أن التكنولوجيا الحديثة قد مكنت المخبرين من استخدام أشرطة الكاسيت لتسجيل ما يقوله المصدر وإعادة الاستماع إليه لاحقاً.. إلا أن هذه الوسيلة لا تلغى أهمية مهارة السمع الجيد. ففي بعض الحالات يطلب المصدر عدم التسجيل الصوتي، وهذا يجب أن يعتمد الصحفي على مهارته في الاستماع الجيد أولاً ثم يستفيد من المساعدة التي يوفرها شريط الكاسيت له.

ويضاف إلى المهارات السابقة، القدرة على الملاحظة (الرؤية الجيدة)، والقدرة على البحث عن المعلومات في مصادرها المختلفة البشرية وغير البشرية بما في ذلك القدرة على استخدام شبكة الإنترنت وقواعد البيانات، والقدرة على فحص المعلومات والتأكد من صحتها من أكثر من مصدر.

### المراسل الخارجي:

المراسل الخارجي *Foreign correspondent* هو مخبر تبعث به الصحيفة أو الجملة أو محطة الإذاعة أو محطة التليفزيون أو وكالة الأنباء إلى خارج الدولة التي

تصدر منها لموافقتها بالأخبار والتقارير عن الأحداث والقضايا في المكان الذي يتواجد فيه.

وإذا كان من الطبيعي أن تقوم وكالات الأنباء بإيفاد مراسلين لها وافتتاح مكاتب لهم في عواصم العالم والمدن المهمة وموقع الأحداث باعتبار أن ما يجمعونه من أخبار بمثيل السلعة الأساسية التي تناجر فيها هذه الوكالات وتبعها لوسائل الإعلام المختلفة، فإن إيفاد الصحف والإذاعات والتليفزيونات مراسلين لها في بعض العواصم والمدن والتي موقع الأحداث لا يكون هدف التناجرة بما يجمعون من أخبار وإنما هدف التميز بنشر وإذاعة بعض الأخبار والتقارير التي لا تجمعها وكالات الأنباء بالإضافة إلى جمع المعلومات الخلقية وإعداد التقارير الإخبارية وإجراءحوارات وكتابة التعليقات عن ما يجري في المكان المتواجد فيه.

ومن الضروري أن نشير إلى أن سعي الصحف ومعدات الإذاعة والتليفزيون إلى إرسال مراسلين خارج الدولة جاء واستمر كمحاولة للخروج من النمطية التي تصبح وسائل الإعلام كلها إذا اعتمدت في استقاء الأخبار الخارجية على وكالات الأنباء وحدها. فالصحف المنافسة في دولة واحدة ستكون نسخة واحدة في أخبارها الخارجية إن هي اعتمدت على الوكالات فقط، وبالتالي فإن الصحف الحريصة على التميز والاختلاف وإرضاء القاريء تعمل - رغم الكلفة المالية العالية - على أن يكون لها مراسلون في العواصم ذات الأهمية بالنسبة للقاريء وفي موقع الأحداث العالمية ذات التأثير على القاريء ومصالح الدولة.

وتقارب قوة الصحيفة المعاصرة - ضمن ما تقايس به - بعدد مراسليها في العالم، فكلما كان للصحيفة عدد أكبر من المراسلين كلما زادت الثقة في ما تنشره من أخبار خارجية. ولأن هذا الأمر متصل اتصالاً وثيقاً بالقدرات المالية للصحيفة فإن الصحف الكبرى وحدها هي القادرة على أن يكون لها مراسلون في غالبية العواصم العالمية المهمة. ويصل الأمر في بعض هذه الصحف الكبرى إلى تكوين مكاتب متكاملة في بعض العواصم المهمة تضم عدداً كبيراً من المراسلين

والمصورين. ورغم ذلك فليس هناك صحيفة أو محطة إذاعية أو تليفزيونية قادرة بإمكانها الذاتية على تغطية جميع أنحاء العالم بشبكة من المراسلين.

وفي الغالب فإن الصحف العربية على سبيل المثال تقتصر بإرسال مراسلين على عدد من العواصم العالمية ذات التأثير الدولي مثل واشنطن ونيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية، ولندن وباريس وبرلين وجنيف وموسكو في أوروبا، وطوكيو وبكين ونيودلهي وإسلام آباد في آسيا، وجوهانسبرج في أفريقيا، والقاهرة والرياض ودمشق وبغداد في المنطقة العربية.

ولا يعني وجود مراسلين للصحيفة في غالبية عواصم العالم وفي موضع الأحداث العالمية الاستغناء عن خدمات وكالات الأنباء أو الاستغناء عن المصادر الخارجية الأخرى كالخدمات الصحفية والإذاعات والتلفزيونات وشبكات المعلومات. فالمراسل مهما بلغت مهارته لا يستطيع موافقة الصحيفة بكل ما يقع في الدولة المتواجد بها من أحداث.. وهناك دائماً مجال للاستفادة من برقيات وكالات الأنباء في تعزيز جوانب الخبر واستكمال المعلومات التي يفشل المراسل في الحصول عليها.

### أنواع المراسلين:

يقسم المراسلون الخارجيين إلى عدة أنواع تأخذ في اعتبارها عدد من المستويات مثل: طبيعة الوسائل الإعلامية التي يعملون لحسابها، وجنسياتهم، وطبيعة إقامتهم في المكان المتواجدين فيه.

فعلى المستوى الأول هناك مراسلون للصحف والمجلات، أي للوسائل الإعلامية المطبوعة، ومراسلون للمحطات الإذاعية، ومراسلون للمحطات التليفزيونية، ومراسلون للخدمات الخاصة، ومراسلون لوكالات الأنباء. ورغم أن المدف من عملهم جيداً يكاد يكون واحداً وهو جمع الأخبار وإرسالها إلى وسائلهم، فإن طبيعة عمل كل منهم والتقنيات التي يستخدمها في جمع وبث الأخبار مختلفة إلى حد كبير. فمراسل وكالة الأنباء هو أكثر من يعني من ضغوط

الوقت في عمله حيث أن هناك على مدار اليوم صحف وإذاعات وتليفزيونات في مختلف أنحاء العالم تتضرر أخباره التي تبثها الوكالة للمشترين حال وصولها إلى مركزها، كما أن هناك منافسة شرسة مع مراسلي الوكالات الأخرى على السبق الصحفي وتحقيق الانفراد. وتقل ضغوط الوقت كثيراً بالنسبة لمراسلي الصحيفة الذي يكون لديه وقت محدد لإرسال رسالته الاخبارية إلى صحيفته قبل الطبع، في حين أن مراسلي الإذاعة والتليفزيون مقيد بمواعيد بث النشرات الاخبارية.

وعلى مستوى ثان يمكن التفرقة بين المراسلين الذين يرسلون الوسيلة الإعلامية من داخل بلاده والمراسلين الأجانب الذي ترسله الوسيلة الإعلامية من بين الصحفيين العاملين لها إلى الخارج. ففي أحياناً كثيرة تستخدم الصحيفة أو المخططة الإذاعية والتلفزيونية مراسلين لها في عاصمة من العواصم من أبناء هذه العاصمة كما هو الحال في غالبية مراسلي الصحف والمخطوطات التليفزيونية الخليجية في الدول العربية. ويرجع هذا الإجراء إلى عدد من العوامل من بينها عدم توافر مراسلين لدى الصحيفة من بين أبناء الدولة التي تصدر فيها، والرغبة في توفير بعض النفقات التي تصاحب إرسال مراسلين من أبناء دولتها.

وإذا كان المراسل المواطن يتميز بدرايته الواسعة بأحوال بلاده وقضاياها واحتفاظه بصلات جيدة مع مصادر الأخبار وقدرته على النفاذ إلى دائرة صنع القرار، فإن ابرز عيوبه تمثل في عدم إدراكه لما يريد القارئ أو المستمع أو المشاهد في المكان الذي تعمل منه الوسيلة التي يرسلها.

وعلى مستوى ثالث يتم تقسيم المراسلين حسب طبيعة إقامتهم في الخارج إلى مراسل مقيم ومراسل متتحول ومراسل مؤقت.

### المراسل المقيم:

المراسل المقيم أو المراسل الدائم كما يسميه د. فاروق أبو زيد<sup>(١)</sup>، هو محتر

(١) فاروق أبو زيد، *فن الخبر الصحفي*، مرجع سابق، ص ٢١٦.

يمثل الصحيفة في إحدى العواصم أو المدن العالمية المهمة لمدة طويلة. وإذا كانت المدة الطويلة تسمح للمراسل بدراسة البلد الذي يعمل فيه وتكوين شبكة من المصادر بما يمكنه من تحقيق الانفراد والسوق لوسائله، فإن هذه المدة إذا طالت عن الحد المعقول تحولت إلى عيب خطير في المراسل الدائم. ويتمثل هذا العيب في انقطاعه عن القارئ أو المستمع أو المشاهد الذي يكتب له والنظر إلى أحداث الدولة التي يعمل بها منظار المواطن وبالتالي يتجاهل الكتابة عن موضوعات قد تكون مهمة ويكتب في موضوعات قد لا تكون مهمة بالنسبة لجمهور الوسيلة الإعلامية التي يعمل لحسابها. ولعل هذا ما دفع بعض وكالات الأنباء العالمية مثل وكالة الأنباء الفرنسية إلى وضع حد أقصى للمدة التي يقضيها المراسل الخارجي في مكان واحد وهو ست سنوات، ودفع بعض الصحف الأمريكية والبريطانية الكبرى إلى إجبار مراسليها الدائمين على العودة إلى مقر الصحيفة كل عام وقضاء فترة تصل إلى شهرين به حتى يستعيد استيعاب سياسة الصحيفة ويشعر باحتياجات القراء.

#### ويمكن إيجاز مزايا المراسل القيم فيما يلى:

- ١- إن قوة الصحيفة والمختصة الإذاعية والتليفزيونية تقاس بعدد مراسليها الدائمين المنتشرين في العاصمة العالمية المهمة.
- ٢- اكتساب الإحساس بالبلد الذي يعمل فيه ويعرف على مشكلاته بما يمكنه من الكتابة المعمقة والدقيقة عن أحداثه وقضاياها.
- ٣- قدرته على إقامة شبكة علاقات مع كبار المسؤولين والمصادر الصحفية المهمة، بما يمكنه من الانفراد لصحيفته ببعض الأخبار وتحقيق السوق الصحفي.
- ٤- قدرته على تقطيع ما وراء الأخبار من ملابسات.
- ٥- قدرته على إجراء الموارد الحية مع كبار المسؤولين.

اما عيوب المراسل المقيم فتمثل فيما يلى:

- ١- التكلفة المالية العالية التي يتطلبها الاحتفاظ بمراسلين دائمين لفترات طويلة في العاصمة العالمية.
- ٢- فقد الإحساس باهتمامات القارئ المحلي نتيجة بعد الطويل عن الصحيفة.
- ٣- التغيب عن سياسة الصحيفة أو الوسيلة التي يعمل لحسابها.

### المراسل المتجول:

المراسل المتجول هو محرر تبعث به الصحيفة إلى منطقة من مناطق العالم تضم عدداً من الدول المتقاربة جغرافياً، ويتحذى من عاصمة إحدى هذه الدول مقراً له ثم ينتقل ويتوجه بين هذه الدول وفق جدول زمني محدد أو وفق ما تقتضيه ظروف الأحداث. وقد جأت الصحف ووسائل الإعلام إلى هذا النوع من المراسلين في محاولة لتخفيض نفقات الاحتفاظ بمراسل دائم في كل عاصمة من العواصم المتقاربة جغرافياً. وعلى سبيل المثال فإن بعض الصحف العربية توكل إلى مراسل واحد تغطية الدول الاسكندنافية الثلاثة (النرويج وفنلندا والسويد)، وبعض الصحف الأجنبية توكل لمراسل واحد تغطية دول البحرين وقطر والإمارات وعمان في منطقة الخليج العربي.

### المراسل المؤقت:

المراسل المؤقت هو المحرر الذي تبعث به الصحيفة لتغطية حدث مهم يقع في منطقة تخلو من مراسل مقيم أو مع وجود المراسل المقيم في حالة الأحداث الضخمة مثل انعقاد مؤتمر القمة العربية ووقوع حرب على أكثر من جبهة مثل الحرب في أفغانستان، والحرب في فلسطين في رام الله وفي غزة. ويتولى المراسل المؤقت تغطية الحدث لحين انتهاءه ثم العودة إلى المقر الرئيسي للصحيفة. وتحتفظ بعض الصحف ووسائل الإعلام الكبرى في العالم بمجموعة من المحررين المعاوزين للتحرك إلى موقع الأحداث المهمة.

## مهارات المراسل:

- ١- إتقان اللغات الأجنبية والإلمام الجيد بثقافة وتاريخ وجغرافية البلد الذي يعمل فيه.
- ٢- اختيار وسائل الاتصال المناسبة والقدرة على استخدام التقنيات الحديثة في جمع وتحرير وبث أخباره.
- ٣- القدرة على التصوير بمختلف أنواعه.
- ٤- القدرة على التأقلم مع الظروف
- ٥- القدرة على اتخاذ القرار السريع .
- ٦- القدرة على إقامة شبكة علاقات مع المصادر والمواطن العادي.
- ٧- التزام الموضوعية
- ٨- الابتعاد عن الصور النمطية عن الشعوب والدول وعدم الوقوع في أسر المقولات الشائعة عن الدول والشعوب.
- ٩- عدم الخضوع لأجهزة الاستخبارات سواء في دولته أو في الدولة التي يعمل بها، والالتزام بقوانين الدولة التي يعمل بها وتوجيهات السلامة في الحروب.
- ١٠- عدم قبول مكافآت من الدول أو المصادر.
- ١١- التواصل مع سفارة الدولة في الخارج.

## المبحث الثاني المصادر الخارجية للأخبار

تضم المصادر الخارجية للأخبار كل الأشخاص والوسائل التي تستطيع من خلالها الصحيفة الحصول على أخبار ومعلومات وصور لا تستطيع مصادرها الذاتية (الأخرر والراسل) الوصول إليها. وعلى هذا فإن المصادر الخارجية للأخبار هي مصادر من خارج هيئة تحرير الصحيفة تقوم بجمع الأخبار ونقلها إلى الصحيفة بم مقابل أو بدون مقابل.

ولا يقتصر مهمة هذه المصادر - كما قد يتadar إلى الأذهان - على موافقة الصحيفة بالأخبار الخارجية، وإنما تشمل أيضا إمدادها بالأخبار الداخلية التي تقع في الدولة التي تصدر فيها الصحيفة كما هو الحال في وكالات الأنباء الوطنية التي تعمل من داخل الدولة وقد الصحف المحلية بالأخبار والصور والمعلومات الخبرية. كما أن وكالات الأنباء العالمية قد تمد الصحيفة في بعض الأحيان بأخبار من داخل المدينة التي تصدر منها الصحيفة. وبالتالي فإن تسميتنا لهذه المصادر بالمصادر الخارجية لا يعني أن عملها يقتصر على إمداد الصحيفة بالأخبار الخارجية وإنما يعني أنها مصادر ليس للصحيفة سيطرة عليها على أساس أنها لا تعمل لحساب الصحيفة في المقام الأول.

وتشمل هذه المصادر وفقا لأهميتها في الوقت الحاضر:

- ١ - وكالات الأنباء بمجموع أنواعها.
- ٢ - الخدمات الصحفية الخاصة.
- ٣ - شبكات المعلومات والشبكات الإخبارية والواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت.
- ٤ - الصحف والمجلات الوطنية والأجنبية.
- ٥ - محطات الإذاعة والتلفزيون الوطنية والأجنبية.

ونظراً للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها وكالات الأنباء في صناعة الصحافة المعاصرة فإننا نفرد لها فصلاً مستقلاً هو الفصل السادس من هذا الكتاب، ونناقش في الصفحات التالية المصادر الخارجية الأخرى، وهي الخدمات الصحفية الخاصة وشبكات المعلومات والصحف والمجلات والإذاعات ومطابع التليفزيون.

### الخدمات الصحفية:

وهي خدمات إخبارية وغير إخبارية تحصل عليها الصحف من خلال اتفاقيات تعقدها مع وكالات أو صحف أو دور نشر بهدف الانفراد بنشر بعض الأخبار أو الموضوعات أو المذكرات أو الكتب.

وتعد الخدمات الصحفية خدمات تقدمها بعض المؤسسات الصحفية الكبرى في العالم للصحف والمجلات التي تصدرها المؤسسة كما تقدمها بمقابل لمن يطلبها من الصحف الأخرى في جميع أنحاء العالم.

ويتشابه عمل الخدمات الصحفية إلى حد ما مع عمل وكالات الأنباء إلا أن هذا العمل أقل اتساعاً من عمل الوكالات كما أنها لم تستقل عن الصحف التي أنشأها ولا زالت تعمل تحت أسماء هذه الصحف.

وقد جلأت المؤسسات الصحفية الكبرى إلى إنشاء هذه الخدمات للتخلص من النسبة الناجحة عن الاعتماد على وكالات الأنباء في استقاء أخبارها، وخلق طابع يميزها عن غيرها من الصحف التي تشتراك معها في خدمات وكالات الأنباء. وتقدم خدماتها بصفة أساسية لصحفها وللصحف ووسائل الإعلام الأخرى التي تطلبها أو تشتراك فيها. فهي خدمات متاحة لمن يطلبها أو يشتراك فيها وغير مقصورة على الصحف التي أنشأها وتديرها.

ويعود إنشاء هذه الخدمات إلى الصحف الأمريكية الكبرى التي جلأت إليها للتخلص من النسبة التي غلت عليها بسبب اعتمادها المتزايد على وكالات الأنباء، ثم فتحت الاشتراك فيها أمام الصحف الأخرى المحلية والأجنبية.

ومن أبرز هذه الخدمات في الوقت الحاضر:

- ١- خدمة صحيفة نيويورك تايمز The New York Times News التي بدأت في عام ١٩١٧ بأربعة مشتركيين واصبح لها مئات المشتركيين داخل وخارج الولايات المتحدة من بينهم جريدة الأهرام المصرية وجريدة البيان الإماراتية.
- ٢- خدمة صحيفتي لوس انجلوس تايمز وواشنطن بوست The Los Angeles Times and Washington Post News غالبية الصحف العربية خاصة في منطقة الخليج.
- ٣- خدمة صحيفة نيويورك هيرالد تريبيون The New York Tribune News Service التي بدأت عام ١٩٣١.
- ٤- خدمة صحيفة شيكاغو ديلي نيوز The Chicago Daily News Service التي كانت قد بدأت في نهاية القرن التاسع عشر (١٨٩٨) وتعد اقدم الخدمات الصحفية.

### خدمات السلالس:

إلى جانب الخدمات السابقة فإن هناك عدداً من الخدمات الصحفية الخاصة، وهي خدمات إخبارية خاصة بصحف معينة تشكل سلسل صحفية مملوكة لمؤسسة واحدة في الغالب، وتقتصر خدماتها على الصحف المملوكة للمجموعة ولا تبيعها للصحف أو لوسائل الإعلام الأخرى إلا في أضيق الحدود، وفي المناطق التي لا يوجد للمجموعة صحف أو وسائل إعلامية يمكن أن تتضرر من المنافسة. ومن أبرز هذه الخدمات:

- أ- خدمة مجموعة جانيت الأخبارية Gannett News Service ومقرها واشنطن العاصمة، وتوزع خدماتها على الصحف المملوكة لمؤسسة جانيت في نحو أربعين ولاية أمريكية، ومن بينها الصحيفة اليومية الذايعة الشهرة بو اس ايه توداي USA Today بالإضافة إلى من يطلبها من خارج صحف المجموعة. وفاحدى عشر مكتباً فرعياً في الولايات المتحدة.

ب- خدمة مجموعة صحف كوبلي The Copley News Service، وتخدم مجموعة الصحف المملوكة للمجموعة وها خمسة مكاتب رئيسية داخل الولايات المتحدة.<sup>(١)</sup> أهمها وأكبرها مكتب واشنطن العاصمة بالإضافة إلى أربعة مكاتب أخرى في شيكاغو ولوس أنجلوس وسكرانتون ومكسيكو سيتي. وقد شهدت هذه الخدمة تغيرات عديدة منذ نشأتها في عام ١٩٥٥ على يد جيمس كوبلي ناشر مجموعة صحف كوبلي لخدمة صحفه في ولايات البيوز وكاليفورنيا وأوهايو والتي تشمل حتى عام ٢٠٠٢ تسع صحف يومية وتعتبر صحف أسبوعية وصحيفة نصف أسبوعية. وتقدم خدماتها التي تشمل الأخبار والتقارير والتحقيقات والصور والرسوم من مكتبه الرئيسي في مدينة سان دييجو بولاية كاليفورنيا إلى نحو ١٥٠٠ عميل من الصحف الكبرى اليومية والأسبوعية عبر البريد الإلكتروني وخطوط وكالة الأسوشيتد برس. ومن ابرز ما تقدمه هذه الخدمة لعملائها الرسوم الكرتونية المسلسلة التي يشارك في تقديمها اثنين من الرسامين حصلا على جائزة بوليتزر في الصحافة.

ج- خدمة ثايت ريدر- تريبيون Knight Ridder/Tribune Information Services (KRT) وتقدم خدماتها لعدد كبير من الصحف والمؤسسات الإعلامية يصل إلى ٦٠٠ صحيفة وملحق يبلغ حجم توزيعها اليومي ٨٠ مليون نسخة. وتشمل الخدمات التي تقدمها الخدمة الإخبارية اليومية وتصل إلى نحو ٣٠٠ موضوعاً خبراً في السياسة والأعمال والرياضة والسلبية، خدمة الأخبار الاقتصادية وخدمة الرسوم الجرافيكية وخدمة الصور وخدمة الويب وخدمة الرسوم المتحركة وخدمة الكاريكاتور وخدمة الأطفال، بالإضافة إلى خدمة باللغة الأسبانية وأخرى باللغة الألمانية.

(١) لمزيد من التفاصيل راجع:

- James D. Harless, *Mass Communication: An Introductory Survey*, WMC. Brown Publishers (2<sup>nd</sup> ed.), 1990. Pp. 333-335.

د- خدمة مجموعة صحف سكريبس هوارد Scripps Howard News Services والتي تجاوز عمرها المائة عام وها تاريخ طويل في تغطية أخبار الولايات المتحدة والعالم في مختلف الحالات من السياسة إلى التسلية ومن الرياضة إلى الصحة والعلوم والجريمة والتكنولوجيا والدين والمال والأعمال. وتقدم هذه الخدمة لعملائها الأخبار العاجلة القومية والدولية والمقالات والأعمدة والصور والرسوم والتحقيقات والتقارير والرسوم الكرتونية.

وقد أبانت بعض المؤسسات الصحفية العربية، خاصة الكبيرة منها والتي يتوافر لديها الإمكانيات البشرية القادرة على الكتابة في جميع الموضوعات، في السنوات الأخيرة أهمية إنشاء خدمات صحفية خاصة من خلال وكالات أنشأها لهذا الغرض تقدم الخدمات غير الإيجارية في الأساس بالإضافة إلى بعض الخدمات الإيجارية إلى من يطلبها من الصحف العربية. وتبرز في هذا الصدد (وكالة الأهرام للصحافة) التي أنشأها مؤسسة الأهرام المصرية وتتولى تزويد الصحف العربية الراغبة بموضوعات وصفحات خاصة مثل موضوعات المناسبات والتحليلات الإيجارية ومقالات الرأي لكتاب الكتاب.

- خدمة واشنطن بوست - لوس أنجلوس تايمز -

**Indiana Beats Oklahoma, 73-64, Advances to NCAA Final** | SPORTS, Page D4

# The Washington Post

SUNDAY, MARCH 24, 2002



By Michael S. Gormley / Special to The Washington Post



## Blossoms Draw Crowds Anew to D.C.

With more than 3,000 cherry blossom trees in bloom, the National Cherry Blossom Festival has become a major attraction in the nation's capital. The Washington Post's Michael S. Gormley reports on the festival's history and its impact on the city.

## Va. Wine Law Struck Down

Judge Calls Ban on Out-of-State Purchases Unconstitutional

By Christopher L. Madigan

Virginia's ban on purchasing wine from other states is unconstitutional, a federal judge ruled yesterday, dealing a blow to the state's efforts to limit imports of out-of-state wine.

The ruling comes after the state's attorney general, Mark Herring, filed suit last year challenging the ban, which was passed by the General Assembly in 1999. The ban, which took effect in January, prohibited consumers from buying wine from out-of-state wineries and importers and selling it in Virginia.

In Virginia, the ban was among a growing number of laws designed to protect local wineries and importers from competition. It was also part of a broader effort to regulate the wine industry in the state.

## Arafat Appeals for Help As Israel Tightens Siege

Tel Aviv Blast Injures 32; Army Widens Operation

By Jennifer Decker / Special to The Washington Post

President Arafat, who has been under house arrest since October, appealed yesterday for international help as Israel stepped up its military campaign against Palestinian militants.

"We are facing a very difficult situation," he said in a speech to the United Nations. "We are facing a very difficult situation."

The speech came as Israel's military



continued its assault on Gaza City, where Israeli forces have been fighting Palestinian militants.

The speech came as Israel's military

continued its assault on Gaza City, where Israeli forces have been fighting Palestinian militants.

## Analytic

## A Grudging U.S. Policy

Reluctance Has Resulted in Sporadic, Superficial Engagement

By Alan E. Wiseman

There is no question that the Bush administration's policy toward terrorism is a departure from that of its predecessor. The administration's approach is characterized by a lack of enthusiasm and a lack of commitment to the fight against terrorism. This is evident in the administration's policies, which are often described as "grudging" or "superficial".

The administration's policies are often described as "grudging" or "superficial". The administration's policies are often described as "grudging" or "superficial".

## Performance Killed

The author of this column believes that the administration's policies are often described as "grudging" or "superficial".

By Alan E. Wiseman

The author of this column believes that the administration's policies are often described as "grudging" or "superficial".

By Alan E. Wiseman

The author of this column believes that the administration's policies are often described as "grudging" or "superficial".

## INSIDE



### A World of Their Own

By Jennifer Decker / Special to The Washington Post

One Day, All Heart!

Christopher L. Madigan / Special to The Washington Post

One Day, All Heart!

Christopher L. Madigan / Special to The Washington Post

## High-Tech Businesses Join the War on Terrorism

Government Is Dismayed by Proposals That Are More Practical Than Innovative to Improve Security

By Jennifer Decker / Special to The Washington Post

The Wright Institute has proposed to build a network of sensors to detect potential terrorist attacks, and Microsoft has proposed to develop a system to identify suspicious Web sites.

The proposals are part of a larger effort by the government to improve security against terrorism. The proposals are part of a larger effort by the government to improve security against terrorism.

The proposals are part of a larger effort by the government to improve security against terrorism.

The proposals are part of a larger effort by the government to improve security against terrorism.

The proposals are part of a larger effort by the government to improve security against terrorism.

## Britain's Queen Mother Dies at 101

Beloved Royal Matriarch Was Symbol of Nation's Stability

By Jennifer Decker / Special to The Washington Post

Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.

Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.

Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.

Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.

Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.



Queen Elizabeth II, the beloved royal matriarch, died yesterday at the age of 101. She was the longest-reigning monarch in British history.

تعد الخدمة التي تقدمها صحفة واشنطن بوست وصحيفة لوس أنجلوس تايمز الأمريكيةتين من الخدمات الصحفية الرائدة في العالم وذلك وفقاً لمسح أجرته دورية **American Journalism Review**.

وتقديم هذه الخدمة بالتعاون مع كبريات الصحف في العالم لعملائها من الصحف ووسائل الإعلام مقابل اشتراك شهري، الأخبار والتقارير والصور الصحفية والرسوم الجرافيكية ولقطات الفيديو في مجالات الحياة المختلفة. وتبلغ حجم خدماتها اليومية نحو مائة ألف كلمة تضم الأخبار العاجلة والتقارير والتحقيقات والموضوعات الرياضية ومواد التسلية، ويبلغ عدد مراسليها ٦٤ مرسلاً في ٢٢ دولة. كما تقدم خدمات صحفية خاصة لمن يطلبها.

وتقوم خدمة واشنطن بوست - لوس أنجلوس تايمز بتزويد عملائها بتقاريرها اليومية قبل صدور النسخة الورقية من الصحفتين والصحف الأخرى التابعة لها، بنحو عشر ساعات، وذلك من خلال عدة وسائل مثل البريد الإلكتروني وخدمات الإنترنت والخطوط الموجزة. وتشمل قائمة عملائها نحو ٣٠٠ عميلاً داخل الولايات المتحدة وعملاء آخرين من الصحف الكبرى في اليابان وأستراليا وألمانيا وكندا والمكسيك وإنجلترا والملكة العربية السعودية والبرازيل.



تستمد خدمة صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية أهميتها من أهمية صحيفة نيويورك تايمز التي تعد واحدة من كبريات الصحف العالمية وكان لها دور بارز في وضع المعايير الخاصة بالفضفاف الصحفية للشؤون الدولية والسياسية والمالية والرياضية في العالم، ويعمل لها جموعة من أفضل الصحفيين والمحررين وكتاب الأعمدة والمقالات.

ولدعم الخدمات العديدة التي تقدمها لعملائها فإن خدمة نيويورك تايمز تستعين بعدد من الشركاء يمثلون عدداً من أهم الصحف والشبكات الإخبارية في الولايات المتحدة مثل صحيفة بوسطن جلوب The Boston Globe وبمجموعه صحف هيرست The Hearst Newspapers وصحيفة لوس أنجلوس ديلي نيوز Los Angeles Daily News بالإضافة إلى صحف وشبكات وبمجموعات صحفية أخرى.

وتقديم خدمة نيويورك تايمز لعملائها من الصحف والمخلاطات في جميع أنحاء العالم بمجموعة من الخدمات التي تراوح بين الخدمات الأخبارية وخدمات الصور والرسوم ومواد التسلية والترفيه. وتمثل هذه الخدمات في:

- الخدمة الاخبارية الدولية اليومية The New York Times International Wire Service، ويتم من خلالها بيع الأخبار والأعمدة والافتتاحيات والتحقيقات التي ينتجهما صحفيو نيويورك تايمز. وتعتمد صحف كثيرة في العالم على هذه الخدمة باعتبارها مصدراً مهماً لا يمكن الاستغناء عنه. وتتيح هذه الخدمة للعملاء الحصول على نسخة يومية مبكرة من صحيفة نيويورك تايمز و اختيار ما يلائمها من موادها سواء على المستوى القومي الأمريكي أو على المستوى الدولي.

- خدمة الآراء والافتتاحيات The New York Times Op-Ed Service وتقديم من خلالها حزمة يومية من مواد الرأي المستخلصة من صفحات الرأي في الصحيفة مع مقالات أخرى لكتاب عالميين تستضيف نيويورك تايمز مقالاتهم.

- خدمة مجلة نيويورك تايمز **The New York Times Magazine**، وتقدم للعملاء مختارات منتظمة من مجلة نيويورك تايمز الذي يعود تاريخ صدورها إلى العام ١٨٩٦ وتفطى الشؤون العامة وتنشر التقارير والتحقيقات الصحفية والمقالات التي يشارك في كتابتها عدد من ابرز كتاب الصحف العالمية.
  - خدمة الصور والرسوم **Photos and Graphics**، وتقدم للعملاء مجموعة يومية من صور الأحداث الجارية والرسوم الجرافيكية. وتشمل ٢٥ صورة يومية ملونة في جميع الموضوعات التقاطها مصورو نيويورك تايمز ومصورو ١٢ مؤسسة إعلامية أخرى من بينها مؤسسة Cox وبمجموعة صحف هيرست Hearst Newspapers. كما تقدم للعملاء نحو عشرة رسوم جرافيكية تشرح وتخلل الأحداث العالمية السياسية والرياضية والعلمية والثقافية والمالية.
  - الخدمة العلمية **Science Times**، وتقدم للعملاء مجموعة أسبوعية من المقالات المستخلصة من قسم الشؤون العلمية في الصحيفة والتي تغطي التطورات العلمية والطبية في العالم.
  - الخدمة التكنولوجية **Circuits**، وتقدم للعملاء مجموعة من الأخبار والمقالات والتقارير المنشورة في قسم شؤون التكنولوجيا في نيويورك تايمز مع التركيز على تكنولوجيا الكمبيوتر والإنترنت.
  - خدمة مراجعة الكتب **Book Review**، وتضم مراجعات نقدية لأهم الكتب التي يتم نشرها في قسم مراجعة الكتب في عدد يوم الأحد من الصحيفة.
  - خدمة المراجعة الأسبوعية **The New York Times Weekly Review**، وتقدم من خلالها ثمان صفحات تضم القسم الخاص بالتحليلات والافتتاحيات بالإضافة إلى تغطية الشؤون الفنية والكلمات المقاطعة التي تنشر بعدد يوم الأحد من الصحيفة.
- وبالإضافة إلى الخدمات السابقة التي تستفيد منها مجموعة كبيرة من الصحف

والمحلات في جميع أنحاء العالم، تخص خدمة نيويورك تايمز الصحف الناطقة بالأسبانية بعدد من الخدمات من خلال الخدمة الأسبانية التي تتوجه إلى عملاء داخل الولايات المتحدة وفي أمريكا اللاتينية. وتشمل هذه الخدمة خدمات فرعية باللغة الأسبانية مثل خدمة Primera Plana التي يتم من خلالها ترجمة ونقل الأخبار العاجلة باللغة الأسبانية، وخدمة Revista Semanal التي تقدم مجموعة مختارة من المقالات المنشورة في قسم المراجعة من صحيفة نيويورك تايمز.

## ٤- شبكات المعلومات والشبكات الإخبارية والموقع الإخبارية على شبكة الإنترنت.

أصبحت شبكة الإنترنت بفضل انتشارها الواسع من ناحية وغزاره المعلومات التي تغويها من ناحية أخرى أحد أهم مصادر الأخبار للصحافة ووسائل الإعلام المعاصرة. وقد واكتت المدارس الأكادémية صعود شبكة الإنترنت كمصدر للأخبار والمعلومات الصحفية بفتح مصطلح (التحرير بمساعدة الكمبيوتر - Computer-assisted reporting) ثم مصطلح (التحرير بمساعدة الإنترنت - Internet-assisted reporting) وخصصت له مساقات دراسية في الكليات الجامعية المتخصصة في الصحافة ومنتديات على شبكة الإنترنت وجمعيات صحفية عديدة في جميع أنحاء العالم. ويشتم المصطلح السابق إلى استعمال الإنترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات حول ملايين الموضوعات.

ويؤكد ما سبق تزايد أعداد الصحفيين الذين يستخدمون الشبكة في جمع المعلومات وكتابة التقارير والموضوعات الإخبارية بل وإجراء المحوارات عبر البريد الإلكتروني والوصول إلى الوثائق والمصادر البشرية المناسبة للموضوع.

وقد كشفت الدراسات التي أجريت حول استخدام الصحفيين شبكة الإنترنت في الحصول على الأخبار والمعلومات أن الطريقة التي يبحث بها الصحفيون عن أخبارهم قد تغيرت خلال السنوات الأربع الأخيرة من القرن العشرين بمعدل يفوق تغيرها في الأربعين سنة التي سبقتها، ويرجع هذا التغير في

الأساس إلى استعمال شبكة الإنترنت. وتشير بعض الدراسات إلى أن نحو ٣٩٪ من الصحفيين العاملين في مؤسسات إخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية يستخدمون الإنترنت في البحث والإعداد لموضوعاتهم الصحفية.

ففي بعض الحالات تكون المقابلة عبر البريد الإلكتروني E-mail Interviewing مع المصدر الإخباري هي الوسيلة الوحيدة للحصول على أقوال المصدر. ويتميز البريد الإلكتروني كمصدر للحصول على الأخبار كما تقول كارول ريتشارد<sup>(١)</sup> في أنه يمنح المصدر الوقت الكافي للتفكير بالرد وبعفي المحرر من تدوين الملاحظات والثقة في الاقتباسات. أما عبوبه فتمثل في عدم الفورية في المقابلة وغياب أسلحة الاستفسار والمتابعة لما يقوله المصدر.

ولا يقتصر دور الإنترنت على إمداد الصحفيين بالأخبار المنشورة على ملايين الواقع الإخبارية وموقع الصحف والمجلات والإذاعات والتلفزيونات على الشبكة بل إنها تتيح للصحفي خدمات البحث في قواعد المعلومات المنشورة في العالم في أي موضوع أو عن أي شخص أو فكرة أو قضية أو دولة أو مدينة أو حدث تاريخي.. الخ. ومن أشهر محركات البحث على الشبكة: Yahoo, Netscape, MSN, Infoseek, Excite, Lycos خدمة البحث باللغة العربية على بعض المحركات مثل محرك Google.

ويمكن إجمال الطرق التي يستخدمها الصحفيون شبكة الإنترنت في:

- الاتصال بمحطات الأخبار بواسطة البريد الإلكتروني.
- إجراء المقابلات الصحفية مع المصادر بواسطة البريد الإلكتروني أو من خلال تقنية التراسير عن بعد أو ما يسمى الفيديو كونفرانس Video-conference.
- الحصول على عناوين البريد الإلكتروني للمصادر وأرقام هواتفهم أو عناوين مساكنهم.

(١) كارول ريتشارد، كتابة الأخبار والقارئون الصحفى. ترجمة عبد الستار حماد، العنوان. دار الكتاب الجامعى، ٢٠٠٢، ص ١٨٨.

- الحصول على خرائط أي موقع في العالم.
- الحصول على مصادر في جماعات النقاش العامة Usenet groups.
- الحصول على مصادر خبرية في موضوعات متعددة.
- الحصول على خلفيات عن مصادر وموضوعات ودول ومنظمات.
- الحصول على سجلات رسمية.

### ٣- الصحف والمجلات الوطنية والأجنبية.

لا تمثل الصحف والمجلات الأجنبية على الدوام مصدرًا مهمًا للأخبار نظراً لتفوق خدمات وكالات الأنباء في هذا المجال. ومع هذا فإن بعض الصحف الإقليمية والعالمية الكبرى يكون لها شبكة مراسلين في غالبية عواصم العالم وفي مواقع الأحداث المهمة مما يجعلها تحقق انتفاداً خبراً مهماً أحياناً وتسبق وكالات الأنباء في نشر بعض الأخبار، كما أن مساحة الحرية التي تتمتع بها بعض الصحف العالمية يجعلها تفرد بنشر أخبار يمنع نشرها داخلياً في الدول النامية. ويشير د. فاروق أبو زيد<sup>(١)</sup> إلى أن زعماء الدول النامية يفضلون منح التصریحات المهمة للصحف العالمية وليس للصحف الوطنية بما يمكنها من الانفراد ببعض الأخبار الداخلية التي تتسابق الصحف الوطنية إلى نقلها عن هذه الصحف (فما أكثر ما يلتقي زعماء الدول النامية مع مراسلي الصحف الأجنبية وما اندر ما يتلقون بالصحفيين من أبناء وطنهم).

وتتمثل الأهمية الأكبر في الصحف كمصادر خبرية في كونها مصدر مهم للتعليقات الخبرية حول الأحداث والقضايا الوطنية والعالمية بالإضافة إلى التقارير الدولية والتغطية التحليلية للأحداث.

وكما أن هناك عدد من وكالات الأنباء الإقليمية والعالمية التي تعتمد عليها الصحف في استقاء حانب من أخبارها، فإن هناك عدة صحف ومجلات إقليمية

(١) فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، القاهرة: عام الكتب، ١٩٨٦.

وعالمية كبرى تكاد تكون المصدر الرئيسي للتعليقات والتحليلات والتقارير الإخبارية الدولية.

وتشمل الصحف والمجلات العالمية الكبرى صحفتا تايمز والصنداي تايمز والصن وذا جارديان والإيكونومست من بريطانيا، والموند وباري ماتش من فرنسا، وصحف واشنطن بوست وواشنطن تايمز ونيويورك تايمز ولوس انجلوس تايمز وبواس ايه توداي وشيڪاغو ديلي نيوز والهيرالد تريبيون بالإضافة إلى مجلتي تام ونيوزويك من الولايات المتحدة الأمريكية.

وعلى المستوى الإقليمي العربي تبرز صحف الأهرام وأخبار اليوم ومجلة روز اليوسف ومجلة المصور من مصر، وصحيفة الحياة اللبنانية وصحيفة الشرق الأوسط اللندنية، وصحيفة الخليج الإماراتية.

#### ٤- محطات الإذاعة والتلفزيون الوطنية والأجنبية:

تحصل الصحف على الأخبار من الإذاعات ومحطات التلفزيون المحلية والإقليمية والعالمية من خلال قسم الاستماع السياسي في الصحف. ويضم هذا القسم مجموعة من الكائنات المزودة بأجهزة استقبال إذاعية وتلفزيونية وأجهزة تسجيل دقيقة.

وتزداد أهمية الإذاعات ومحطات التلفزيون في حالات وقوع ثورات أو اضطرابات أو انقلابات عسكرية في بعض الدول، إذ تكون الإذاعة المسنوعة والم Reliable المصدر الوحيد تقريباً للحصول على الأخبار عن هذه الدولة. كما يفيد الاستماع إلى الإذاعات في حالة نقل نتائج الانتخابات ونتائج المباريات الرياضية العالمية. فالإذاعات نظراً لسرعة البث توفر للصحيفة الوقت الذي كان من الممكن أن تنتظره حتى توافيها الوكالات بالخبر وبالتالي تحقق بعض الانفرادات من خلال قسم الاستماع.

وقد ساهمت ثورة الاتصال التي عممت العالم في انتشار المحطات الإذاعية

والبث التليفزيوني العالمي المباشر من خلال الأقمار الصناعية، ووفرت كما هائلًا من الأخبار والمعلومات التي تذيعها تلك المحطات على مدار اليوم. وقد تزايد اعتماد الصحف على هذه الإذاعات والتليفزيونات خاصة في تغطية الأحداث العالمية المهمة التي تفرد لها هذه المحطات مساحات زمنية واسعة لتفصيلها بالصور والصورة والتحليل. وعلى سبيل المثال كانت المحطات التليفزيونية الإخبارية العالمية والإقليمية أحد أهم المصادر التي استقرت منها الصحف تطورات أحداث التغيرات التي وقعت في مدينة نيويورك وواشنطن في الحادي عشر من سبتمبر من العام ٢٠٠١، كما كانت مصدراً مهماً للصحف في تغطية أحداث الحرب الأمريكية في أفغانستان، وأحداث انتفاضة الأقصى في الأراضي العربية المحتلة.

وتبرز في هذا السياق على المستوى الدولي شبكة الأخبار العالمية الأمريكية CNN كأحد أهم مصادر الأخبار في العالم المعاصر وتعتمد الصحف اعتماداً متزايداً عليها في الحصول على الأخبار الدولية والوطنية في بعض الأحيان. تليها شبكة هيئة الإذاعة البريطانية BBC التي تعد من ابرز الخدمات الإذاعية والتليفزيونية في العالم التي تمثل مصدراً مهماً من مصادر الأخبار في العالم تعتمد عليه الصحف في استقاء الأخبار والمعلومات. فالي جانب أنها تبث خدمتها في ٤٣ لغة وتصل إلى نحو مائة دولة في العالم فإن عدد الذين يستمعون إليها في العالم وفقاً لأخر الإحصاءات بلغ في أبريل ٢٠٠٢ نحو ١٥٠ مليون مستمعاً في الأسبوع الواحد<sup>(١)</sup>.

وكما ذكرنا فقد وفرت تكنولوجيا البث بالأقمار الصناعية كما هائلًا من الإذاعات ومحطات التليفزيون التي يمكن لقسم الاستماع في الصحيفة استقبالها على مدار اليوم والحصول على بعض الأخبار المهمة منها. ولا تخلو دولة في العالم تقريباً من قنوات إذاعية وتليفزيونية فضائية يمكن استقبالها على مدار اليوم.

(١) "150m listeners for BBC service", *Gulf News*, April 17, 2002, P.14.

وعلى المستوى الإقليمي العربي تبرز الشبكات التليفزيونية العربية التي اكتسب بعضها مصداقية عالمية وتتمتع بكوادر بشرية وإمكانات مادية وفنية تجعلها قادرة على بث الأخبار الجديدة التي تتناقلها عنها الصحف ووسائل الإعلام العربية. ولعل من أبرز وأهم هذه الشبكات في الوقت الحاضر قناة الجزيرة الفضائية التي تبث إرسالها من دولة قطر ويصل إلى جميع أنحاء العالم. وقد تميزت الجزيرة بإخبارياً منذ انطلاقها في تغطية بعض من أهم الأحداث العالمية مثل العدوان الأمريكي البريطاني على العراق في العام ١٩٩٩، والحرب الأمريكية في أفغانستان في العام ٢٠٠٢ و الحرب الإسرائيلية في فلسطين المحتلة في العام ٢٠٠١.

وعلى نفس المستوى تقريراً تبرز شبكة الأخبار العربية ANN وقناة أم بي سي MBC وقناة النيل للأخبار Nile News المصرية وقناة أبو ظبي الفضائية كمصادر إخبارية مهمة يمكن الاعتماد عليها في استقاء بعض الأخبار العالمية والإقليمية المهمة.



٦

## الفصل السادس وكالات الأنباء

نشأة وكالات الأنباء. 

التقسيمات الأساسية لوكالات الأنباء. 

وكالة الأنباء الفرنسية. 

وكالة روبيتز. 

وكالة الأسوشيدبرس. 

وكالة اليونايتدبرس انترناشيونال. 

وكالة تاس 

وكالة أنباء شينخوا. 

وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية 



## الفصل السادس وكالات الأنباء

تطور كل صناعة من الصناعات الأدوات والنظم المساعدة لها أو ما يطلق عليه الصناعات المغذية التي تقوم بتزويد هذه الصناعة بما تحتاجه من أجزاء وخدمات. ففي صناعة السيارات - على سبيل المثال - يتم تصنيع السيارة في مصنع مركزى للسيارات، ولكن هذا المصنع يعتمد في إنتاج السيارة على عدد من الصناعات المغذية الأخرى لإمداده ببعض أجزاء السيارة مثل الإطارات ونقل الحركة وأجهزة الراديو والتكييف... إلخ كما يعتمد على شركات للدعاية والإعلان لتسويق السيارة. ولا يمكن أن تستمر صناعة السيارات دون وجود الصناعات والخدمات المغذية التي تلعب دوراً كبيراً سواء في التصنيع نفسه أو في بيع المنتج النهائي.

ومثل جميع الصناعات تعتمد صناعة الإعلام الحديث في إنتاج وتوزيع رسائلها على عدد من الصناعات المغذية التي تمدها بالطبع وأجهزة الإرسال والورق وبعض أنواع المضامين الإعلامية مثل الأخبار والإعلانات والمعلومات. وتأتى على رأس الصناعات المغذية لصناعة الإعلام وكالات الأنباء، التي تمثل منذ فترة طويلة (قرن ونصف تقريباً) واحدة من أهم الصناعات المغذية للإعلام الحديث، وتقوم بعد وسائل الإعلام بالأخبار والمعلومات والصور.

ورغم أن بعض الصناعات المغذية لصناعة الإعلام مثل وكالات الأنباء والأقمار الصناعية وشركات الإعلان ومراكم البحوث، تبدو كما لو كانت وسائل أعلام قائمة بذاتها إلا أنها في الحقيقة ليست كذلك، لأنها لا تقدم المنتج النهائي وليس لها اتصال مباشر بجماهير وسائل الإعلام.

وعلى هذا الأساس فإننا نتعامل مع وكالات الأنباء باعتبارها صناعة من الصناعات المغذية لوسائل الإعلام، وليس وسيلة إعلام في حد ذاتها.

## مفهوم وكالات الأنباء: New Service / Press Service

تحمل وكالات الأنباء عدداً من المسميات باللغة الإنجليزية ولكنها ذات معنى واحد. وبالتالي لا فرق عند ترجمة هذه المصطلحات إلى اللغة العربية بين المصطلحات التالية:

- News Agency
- Wire Service
- Press Agency
- Press Association

فكل هذه المصطلحات تحمل في اللغة العربية معنى واحداً هو وكالة أنباء.  
تتعدد تعريفات وكالات الأنباء، وتلخصها فيما يلي:

- هي مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بما مقابل أجر.
- هي وكيل عن المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في جمع الأخبار والمعلومات والتقارير والصور التي تحتاجها وسائل الإعلام الجماهيرية للقيام بوظيفتها في إعلام الجمهور بما يقع من أحداث وإمداده بالمعلومات التي يبني على أساسها قراراته.
- هي إحدى الصناعات المغذية لصناعة الصحافة والإعلام، وبالتالي فإن وكالة الأنباء ليست وسيلة إعلام في حد ذاتها، لأنها لا تترجم إلى الجمهور العام.
- هي وسيط تجاري بين الصحفيين الذين يعملون في جمع الأخبار والمعلومات، وبين المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية التي تحتاج إلى هذه الأخبار والمعلومات.
- هي مؤسسات وشركات دولية وإقليمية وقومية تعمل في مجال إمداد الصحف ووسائل الإعلام والهيئات المعنية العامة والخاصة بما تحتاجه من أخبار

وتفسيرات ومعلومات وصور مقابل آخر مهدف تحقيق الربح، أو بالجانب لتحقيق أهداف سياسية ودعائية لما يكتبها سواء كانوا أفراداً أو دولاً.

- هي وكيل عن الصحف ووسائل الإعلام تجمع الأخبار والمعلومات الصالحة للنشر لحسابها مقابل رسوم اشتراك، وذلك لأن الصحيفة أو وسيلة الإعلام لا تستطيع - في ظل تزايد الناقلات - جمع الأخبار من جميع أنحاء العالم.

وما سبق نستطيع أن نستخلص محددات مفهوم وكالة الأنباء، وهي:

• علاقتها بوسائل الإعلام: صناعة مغذية لوسائل الإعلام، أو وكيل عنها أو مثلها.

• وظيفتها: جمع الأخبار والمعلومات والصور وغيرها من المواد الإعلامية - وتوزيعها على وسائل الإعلام.

• هويتها: مؤسسات اقتصادية تسعى إلى تحقيق الربح (الوكالات الخاصة)، أو خدمة مجموعة من الصحف ووسائل الإعلام (الوكالات التعاونية والاتحادية)، أو تحقيق أهداف سياسية أو أيديولوجية ودعائية (الوكالات الحكومية).

وبالتالي فإن وكالة الأنباء هي إحدى الصناعات المغذية لوسائل الإعلام، تقوم بجمع المواد الإعلامية وتوزيعها على الصحف المشتركة فيها، وتسعى إما إلى تحقيق الربح أو تحقيق أهداف سياسية وأيديولوجية.

### وكالة الأنباء والخدمة الصحفية:

وتختلف وكالات الأنباء وفق المفهوم السابق عن الخدمات الصحفية اختلافاً جوهرياً. فالأخيرة هي خدمات أخبارية وغير أخبارية تقدمها بعض الصحف الكبرى. وهي مشاهدة في عملها لوكالات الأنباء ولكنها لم تستقل عن الصحف التي أنشأتها ولا زالت تعمل تحت أسماء هذه الصحف، وتقدم خدماتها بصفة أساسية لصحفها وللصحف ووسائل الإعلام الأخرى التي تطلبها أو تشرك فيها. وقد جعلت الصحف الكبرى إلى إنشاء هذه الخدمات للتخلص من النمطية الناتجة

عن الاعتماد على وكالات الأنباء في استقاء أخبارها، وخلق طابع يميزها عن غيرها من الصحف التي تشتراك معها في خدمات وكالات الأنباء.

### وكالة الأنباء ووكالة الإعلان:

تختلف وكالات الأنباء اختلافاً جوهرياً في الدور والوظيفة وطبيعة العمل والمنتج النهائي عن وكالات الإعلان، وهي وكالات متخصصة في تخطيط الحملات الإعلانية لعملائها وتقوم بجمع الإعلانات من المعلنين وتوزيعها على الصحف ووسائل الإعلام الإلكترونية المحلية والقومية والدولية مقابل نسبة متفق عليها من سعر الإعلان. وبالتالي فإنما تختلف اختلافاً كبيراً عن وكالات الأنباء التي تعمل في جمع الأخبار وغيرها من المواد الصحفية وبيعها للصحف ووسائل الإعلام وأفقيات ومؤسسات المعنية. فوكالة الأنباء مؤسسة إعلامية بمحافها المادة التحريرية في وسائل الإعلام، أما وكالة الإعلان فهي مؤسسة إعلانية يمثل الإعلان بحال اهتمامها الأساسي ورثها الوحيد، وتعنى بالمادة الإعلانية والتسوية في وسائل الإعلام. وقدف الصحف من الاشتراك في وكالات الإعلان إلى تحقيق الموازنة بين النفقات والعائدات (الكسب المادي).

### الأشكال الأولى لوكالات الأنباء:

تمثلت الأشكال الأولى لوكالات الأنباء قبل ظهور الوكالات الحديثة في القرن التاسع عشر في:

- الرسائل الإخبارية المنسوخة التي كان يدها تجار الأخبار في مقابل مادي للأمراء والملوك والأثرياء والتجار.

- المكاتب الإخبارية المركزية والفرعية التي ظهرت في أوروبا في القرن الرابع عشر، وكان عملها قريب من عمل الوكالات الحديثة للأنباء. حيث كان يتولى المكتب جمع الأخبار وإعدادها في شكل رسائل إخبارية (نشرات بالمفهوم الحديث)، وتوزيعها على من يطلبها من رجال السياسة والتجارة، مقابل مادي.

وكان المكاتب الإخبارية تستخدم الخيول والحمير والحمام الزاجل في نقل الرسائل الإخبارية من مكان إلى آخر. وبعد ظهور البريد الحديث تم استخدام مكاتب البريد في تبادل الأخبار ونقلها بين المدن. وكان مدير البريد يتحكم في التدفق الإخباري الداخل إلى الخارج من المدينة التي يعمل بها. وفي البداية كان مدير البريد يقتصر على خدمتهم الإخبارية على بعض الأفراد من رجال السياسة والرأسماليين والتجار الذين بهمهم معرفة ما يقع حولهم من أحداث قد تؤثر في مصالحهم السياسية أو التجارية. وبعد ظهور الصحف المطبوعة احتكر مدير البريد لفترة توزيع الصحف على الناس. وقد تضاءلت أهمية مدير البريد كثيراً بعد التطور الذي شهدته وسائل المواصلات خاصة بعد تمهيد ورصف الطرق بين المدن والأقاليم وإنشاء السكك الحديدية، وظهور وسائل النقل السريعة - نوعاً ما - مثل القطارات والبوارج. وتطور بعد ذلك التلفراف والذي تم اختراعه نتيجة الحاجة إليه لتلافي سلبيات استخدام الحمام الزاجل والصعوبات التي يواجهها للانتقال من مكان إلى آخر، بالإضافة إلى عدم انتظامه. وقد تميز التلفراف بقدرته على تغطية مساحات كبيرة من المناطق الخجولة وبصورة آمنة ومنتظمة وسريعة.

ويمكن تحديد وسائل جمع ونقل وتوزيع الأخبار قبل ظهور وكالات الأنباء في:

- تجارة الأخبار والمكاتب الإخبارية (جمع وتوزيع الأخبار).
- مدير البريد (توزيع الأخبار والرسائل الإخبارية).
- البريد (نقل الأخبار والرسائل الإخبارية).
- الخيول والحمير والحمام الزاجل (وسائل نقل).
- المرايا وإضاءة الأنوار في أبراج منتشرة على رؤوس الجبال للإسراع في نقل الأخبار بموجب شفرة صوتية خاصة.

### نشأة وكالات الأنباء:

يمكن تقسيم العوامل التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء إلى عوامل

تكنولوجية، وعوامل اجتماعية اقتصادية، وعوامل إعلامية صحفية، نفصلها فيما يلي:

### العامل التكنولوجية:

تشمل العوامل التكنولوجية التقنيات التي أتاحتها الثورة الصناعية في أوروبا في القرن التاسع عشر، ومن المحتارات التي ساعدت على قيام وتطور وازدهار وكالات الأنباء ظهور الخدمات البريدية وانتظامها وبالتالي انتظام توزيع الأخبار، وانخراط التلفراف الذي أدى إلى تقليص عامل الزمن في نقل الأخبار، وانخراط التليفون الذي أدى أيضاً إلى تقليص عامل الزمن في تداول الأخبار. ويمكن تحديد العوامل التكنولوجية التي ساعدت على قيام وتطور وازدهار وكالات الأنباء فيما يلي:

- إنشاء نظم البريد وتطورها، وقيام مديرى البريد بتقديم ترجمة ملخصة للصحف الواردة من الخارج للصحف المحلية مقابل اشتراكات سنوية.
- تقديم وسائل النقل البرية والبحرية (البواخر - السكك الحديدية - تمديد الطرق ورصفها).
- انخراط التلفراف في عام ١٨٣٥ واستخدامه في نقل الأخبار في عام ١٨٤٥، ثم زيادة خطوطه بين المدن واتساعها لترتبط الدول ثم القارات. وقد مثل التلفراف ثورة في مجال الاتصال، وكان هو أساس قيام وكالات الأنباء الحديثة، حتى أنها اتخذت أسمائها من اسمه، فأطلق عليها في البداية الخدمات التلفافية **Wire Services**، ولا زال هذا المصطلح يستخدم في الوقت الحاضر في الإشارة إلى وكالات الأنباء. وقد أتى التلفراف إلى حد كبير مشكلة بطيء نقل الأخبار من مكان وقوعها أو مكان تجميعها إلى الصحف.. ولكنه لم يحل مشكلة التكاليف الباهظة التي كانت تتحملها كل صحيفة على حده لجمع أخبارها.
- انخراط التليفون واستخدامه في نقل الأخبار، وانخراط الراديو.

### العوامل الاجتماعية:

وتشمل العوامل الاجتماعية والاقتصادية التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء:

- وجود قاعدة اقتصادية توفر التمويل اللازم للمشروعات الجديدة ومنها إنشاء وكالات للأنباء، وذلك نتيجة تحول الاقتصاد الأوروبي من النظام الإقطاعي إلى النظام الصناعي القائم على السوق الحر. فقد وفر هذا التحول التمويل اللازم لصناعة الصحافة والصناعات المرتبطة بها ومنها وكالات الأنباء.

- توافر قاعدة علمية متقدمة قادرة على إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، وذلك بعد إقرار حق التعليم الإلزامي. إذ أن هناك علاقة طردية بين تقدم التعليم وبين ازدهار صناعة الإعلام والصناعات المغذية لها مثل وكالات الأنباء.

- زيادة الكثافة السكانية نتيجة تطور الطب وارتفاع متوسط الأعمار، وزيادة سكان المدن، وبالتالي زيادة استهلاك وسائل الإعلام وزيادة حاجة هذه الوسائل إلى الأخبار لتلبى احتياجات مستهلكيها.

### العوامل الإعلامية:

أما العوامل الإعلامية التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء فإنها تتصل اتصالاً مباشراً بازدهار وتقدم الصحافة المطبوعة، وتشمل:

- انتشار المطابع انتشاراً كبيراً في المدن الأوروبية، وقيام أصحابها بإصدار النشرات الإخبارية المطبوعة.

- التطور الكبير في الطباعة بظهور آلة الطباعة الضخمة (روتاتيف) التي مكنت الصحف اليومية من طبع نحو سبعين ألف نسخة في اليوم، واحتراز آلة الكتابة السطرية (اللينوتيب).

- رواج النشرات الإخبارية المطبوعة نتيجة شغف الشعوب إلى معرفة أخبار

وتطورات بعض الأحداث المهمة في ذلك الوقت، مثل أخبار الاكتشافات البحرية، والحروب التركية والإيطالية التي اشتراك فيها جميع الدول الأوروبية تقريراً.

- ظهور المطابع الميكانيكية التي اختصرت وقت الطباعة من جانب وحيث نوعية المطبع وزادت منه زيادة كبيرة.
- ظهور الصحافة رخيصة الثمن Penny Press، وتزايد حاجتها إلى الأخبار.
- ظهور مفهوم السبق الصحفي وارتفاع المنافسة بين الصحف على سرعة نشر الأخبار بلذب أكبر عدد ممكن من القراء إلى شرائها.
- ازدهار حرية الصحافة بصدور الدساتير والقوانين التي تنص عليها وتضع ضمانات للحفاظ عليها. وتعني هذه الحرية تدفق المعلومات بين الدول دون قيود. وفي بداية ظهورها كانت الصحافة مقيدة حتى في أوروبا، على أساس أن الحكومات رأت أن حرية الصحافة المطبوعة أشد خطورة من الكتابة المنسوخة، ولذلك أصدرت قوانين للحد من انتشار هذه الصحف، على عكس الصحف المنسوخة لأنها تنشر في حيز ضيق ولا يوجد عليها قيود.
- زيادة عدد قراء الصحف نتيجة نمو الديمقراطية السياسية وتحرير المرأة ومنحها الحق في التعليم، وازدياد أهمية الخبر لدى الناس وتتنوع مصادره و مجالاته.

### ظهور وكالات الأنباء :

لقد ساهمت العوامل السابقة مجتمعة في قيام وكالات الأنباء، ومع ذلك فإن الدوافع الفعلية لظهور هذه الوكالات تمثل في:

- بطن نظم جمع الأخبار.
- بطن نظم نقل الأخبار.
- التكلفة المالية الباهظة للحصول على الخبر بالنسبة للصحيفة الواحدة.
- تنوع مصادر الأخبار.

ففي البداية كانت الرسائل الإخبارية توجه إلى الأمراء والملوك والتجار ولكن مع تقدم التعليم تزايد اهتمام فئات الشعب المختلفة بالأخبار. وبالتالي لم تعد الرسائل الإخبارية موجهة للتجار فقط وظهر عجز الصحف عن تلبية احتياجات القراء المتزايدة إلى الأخبار، فلجأت إلى وكالات الأنباء لتغطية هذا الكم الكبير من الأخبار.

وقد أدى ذلك إلى تفكير بعض الصحفيين وتجار الأخبار في إقامة مؤسسة تربى عن الصحف في جمع الأخبار وتستخدم طرقاً أسرع لتحقيق ذلك على أن تجمع التكلفة من الصحف جميعاً بما ينخفض التكلفة على كل صحيفة منفردة. ومن هنا ظهرت الوكالات في أوروبا كمشروعات استثمارية فردية فطن إليها بعض تجار الأخبار والصحفيين، مثل هافاس في فرنسا، ورويترز في بريطانيا وولف في ألمانيا، أو كمشروعات تعاونية فطنت إليها بعض الصحف التي تصدر في مدينة واحدة كما حدث عند إنشاء وكالة الأسوشيدبرس في الولايات المتحدة الأمريكية.

إن فكرة إنشاء وكالة الأنباء لا تعود إلى مرحلة الطباعة ولكن تعود إلى ما قبل ذلك من خلال تجارة الأخبار الذين فكروا في إنشاء وكالة لجمع الأخبار، وفي الدول الأوروبية أنشأت مكاتب إخبارية لجمع الأخبار من خلال تجارة الأخبار بعد أن كانوا يجوبون الدولة لنشر الخبر ومن خلال المكتب وجد المحررون الذين يصيغون الأخبار والمراسلون الذين يرسلون الأخبار والمندوبيون الذين يجمعون الأخبار للمكتب وإرسالها للمشترين.

وقد ارتبط ظهور وكالات الأنباء وتطورها أيضاً بظهور ما يسمى بالاتحادات الصحفية، وهي اتحادات نشأت بين الصحف غير المنافسة هدف التعاون في مجال جمع الأخبار بغرض خفض تكلفة جمع الأخبار من خلال إنشاء خط تلفزيوني مشترك بين مجموعة الصحف المتحدة يرسل لها المراسلون الأخبار من دول العالم على الخط التلفزيوني المشترك، وكان أول اتحاد للصحف في مجال جمع الأخبار هو اتحاد ستة صحف في نيويورك الذي أطلق عليه (الأسوشيشن بريس)

وكان اهدف من هذا الاتحاد هو توفير الوقت والجهد والمال للصحف الستة. كما ارتبط تطور وكالات الأنباء بظهور ما يسمى بالسلسلة الصحفية، ويقصد بها مجموعة من الصحف ترجع لملكية جهة واحدة إما بالشراء أو الانضمام (صحيفة كبيرة تشتري صحف أصغر أو ضم الصحف مع بعضها البعض) وذلك في شكل سلسلة صحفية هدف خفض التكاليف وزيادة الربح، وتقوم السلسلة بعمل مكتب لها يواكب جميع الصحف بالأخبار وكذلك إدارة نفقات المراسلين الصحفيين التابعين لها في الدول الأخرى. وقامت بعض السلاسل الصحفية بإنشاء وكالات أنباء خاصة لها سرعان ما تطورت إلى وكالات أنباء عالمية.

وقد جأت الصحف ووسائل الإعلام إلى وكالات الأنباء كمصدر للأخبار بسبب عدم قدرتها على جمع الأخبار من كل أنحاء العالم بإمكاناتها الذاتية الفردية ولذلك فإنها تستعيض عن ذلك بالحصول على ما تحتاجه من أخبار ومعلومات من الوكالات التي تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات مقابل مبلغ من المال متفق عليه بينها وبين الوكالة، بالإضافة إلى أن وكالة الأنباء تقوم بهذا العمل بشكل أسرع وبتكلفة أقل.

### التقسيمات الأساسية لوكالات الأنباء:

يمكن تقسيم وكالات الأنباء إلى عدة أنواع طبقاً لمعايير تتصل بالتفصيل الجغرافية لنشاط الوكالة، ووفقاً لنمط الملكية، ووفقاً لحال العمل. وذلك على النحو التالي:

### ال التقسيم على أساس التفصيل الجغرافية:

تقسم وكالات الأنباء حسب التفصيل الجغرافية لنشاطها في جمع وتوزيع الأخبار إلى أربعة أنواع هي:

- وكالات الأنباء الدولية أو العالمية **The International News Agencies**، ونعني بها الوكالات الأربع الكبار، وهي: وكالة

الأنباء الفرنسية، ووكالة روپترز البريطانية، ووكالات الاسوشيتد برس واليونايتد برس الأمريكيةين. وبغضنى نشاط هذه الوكالات جميع أنحاء العالم وتسيطر مجتمعة على نحو ٥٨٠٪ من تدفق الأخبار في العالم. وقبل اختيار الاتحاد السوفيتى في عام ١٩٩١ كانت وكالة تاس السوفيتية تدرج ضمن الوكالات العالمية. ويمكن بقليل من التحاوز اعتبار وكالة الأنباء الصينية شينغهاوى ضمن الوكالات الدولية باعتبار أن خدماتها توزع على صحف ووسائل إعلام تناطح أكثرب من مليار نسمة. ويعتبرها البعض وكالة شبه دولية ويخرجها من إطار الوكالات العالمية لكون اللغة الصينية غير منتشرة خارج حدود الصين ودول قليلة عبيطة بها.

#### - *وكالات أنباء شبه دولية Semi-International News Agencies*

وهي الوكالات التي لم تصل إلى الصفة الدولية ولكنها تغطي قطاعات واسعة من العالم، وتمثلها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية Middle East News Agency، وعدد من الوكالات الأوروبية الغربية التي يحد عامل اللغة من خروجها إلى العالمية مثل وكالة الأنباء الألمانية دبا DPA أو "The Deutsche Press" أو "The Italian Agenzia"، ووكالة الأنباء الإيطالية ANSA أو "Agenture Nazionale Associata The Spanish Agencia EFE، ووكالة الأنباء الأسبانية

- *وكالات أنباء وطنية National News Agencies*. وهي الوكالات الوطنية التي أنشأها الدول - خاصة في دول شرق أوروبا ودول العالم الثالث - بعد الحصول على الاستقلال - للتحكم في تدفق الأنباء الخارجية من وإلى الدولة، وذلك بهدف ضمان سيطرة الحكومات على تداول المعلومات في المجتمع. وتقريرياً فإن لدى كل دولة في العالم وكالة أنباء خاصة بها. وتعد هذه الوكالات مصدراً مهماً للأخبار الخاصة بالدول التي تعمل بها، وكثيراً ما تعتمد عليها وكالات الأنباء العالمية في جمع أخبار دوتها من خلال اتفاقيات تبادل وتوزيع الأخبار، إذ تقوم الوكالة الوطنية بتوريد أخبار الدولة إلى الوكالة العالمية في مقابل منحها امتياز توزيع خدمات الوكالة العالمية داخل الدولة على المؤسسات الصحفية والإذاعية والتليفزيونية.

وتؤدي وكالات الأنباء الوطنية دورين أساسين هما: تغطية الأحداث التي تقع داخل الدولة وتوزيعها على الصحف ووسائل الإعلام المحلية وعلى الوكالات والصحف ووسائل الإعلام الأجنبية، واستقبال أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية وإعادة توزيعها على وسائل الإعلام المحلية بعد تصفيتها وتنتقبتها، وبذلك تقوم الوكالة الوطنية بدور حارس البوابة وذلك هدف السيطرة على تدفق الأخبار الواردة من الخارج والخارجة من الدولة. وباعتبار أنها وكالات نشأت داخل الدول وفي حدود نطاقها الجغرافي (أنشأها حكومات الدول)، فإنها تقوم بدورين هما:

- ١- تغطية أحداث الدولة لصالح الصحف المحلية ووسائل الإعلام وتبادل الأخبار من خلال اتفاقيات مع الوكالات الأخرى. وهي وكالات حكومية ليس هدفها الربح ولا يهمها الخسارة وهي غير فعالة في التدفق الدولي للأخبار والمعلومات.
- ٢- نشر أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية داخل الدولة وتتولى تصفية وتنتقبة الأخبار وتقوم الوكالة الوطنية بدور حارس البوابة وذلك هدف السيطرة على تدفق الأخبار الآتية من الخارج والخارجة من الدولة وبالتالي فإن عملها هو عمل واسطة وليس عمل فعلي.
- وكالات أنباء إقليمية *Regional News Agencies*. وهي أقل أهمية من الأنواع السابقة من وكالات الأنباء، وتمثلها بجمعيات وكالات الأنباء التي تقوم على أساس أيديولوجي أو ديني أو عرقي أو جغرافي، وتعمل على أساس ديني أو عرقي مثل اتحاد وكالات الأنباء الإسلامية، واتحاد وكالات الدول الأوروبية، واتحاد وكالات دول عدم الانحياز، واتحاد الوكالات الإفريقية... إلى آخره.

## ٤- التقسيم التنظيمي:

تقسم وكالات الأنباء حسب نشاطها في مجال الإعلام والأخبار إلى نوعين

### أساسين هما:

- وكالات أنباء عامة تغطي جميع أنواع الأحداث دون تخصيص، ومن أمثلتها الوكالات العالمية الأربع الكبرى الفرنسية ورويترز الامريكية والسوشيديرس. إذ تشمل خدماتها الإعلامية جميع الأنشطة الإنسانية السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية والرياضية..الخ.
- وكالات أنباء متخصصة تغطي نوعاً محدداً من الأحداث، مثل الأحداث الرياضية أو الفنية.

### ٣- التقسيم الإداري:

تقسم وكالات الأنباء وفقاً لنطاق ملكيتها وطبيعة إدارتها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

١- وكالات أنباء تعاونية وهي الوكالات المملوكة لجموعة من المؤسسات الصحفية والإعلامية مثل وكالة السوشيديرس الأمريكية ووكالة روبيترز البريطانية. وقد يشترك في ملكية الوكالة صحف من داخل الدولة فقط كما هو الحال في السوشيديرس، أو صحف ومؤسسات إعلامية من داخل وخارج الدولة كما هو الحال في روبيترز. ولا تهدف وكالات الأنباء التعاونية إلى تحقيق الربح المادي في المقام الأول ويكون من حق الصحف المشتركة فيها إعادة أو تحويل أو تعديل سياسة الوكالة، وليس لها رسوم اشتراك تدفعها الصحف للحصول على خدماتها وإنما مساهمات في الميزانية.

٢- وكالات أنباء خاصة وهي الوكالات المملوكة لشركات أو كانت مملوكة لأشخاص كما كان الحال في وكالة روبيترز قبل بيع أسهمها وتحولها إلى ملكية اتحاد صحف العاصمة ووكالة هافاس قبل الحرب العالمية الثانية، ووكالة اليونايتديرس الأمريكية. وتستهدف هذه الوكالات تحقيق الربح المادي بشكل أساسي، وليس للصحف المشتركة فيها الحق في تعديل أو تغيير سياستها، وتوزع عن خدماتها على كل من يقوم بسداد قيمة الاشتراك.

- وكالات أنباء حكومية وهي التي تملكها حكومات الدول التي أنشأها ويضم هذا النوع جميع وكالات الأنباء الوطنية تقريباً. ولا تستهدف هذه الوكالات تحقيق الربح وتوزع خدماتها إما مجاناً أو في إطار اتفاقيات تبادل مع الوكالات الأخرى، وتعمل كأداة من أدوات الدعاية للحكومة في الداخل والخارج.

### الوكالات العالمية:

#### وكالة الأنباء الفرنسية (هافاس سابقاً): AFP

تعد وكالة الأنباء الفرنسية أقدم وكالات الأنباء في العالم إذ يرجع تاريخ تأسيسها إلى العام ١٨٣٥ عندما انشأ شارل لويس هافاس **Charl Luice Havas** - أبو الصحافة الكونية كما يطلق عليه الفرنسيون - الوكالة التي سماها باسمه.

وعند الحديث عن وكالة الأنباء الفرنسية يجب التمييز بين وكالتين، هما وكالة هافاس ووكالة الأنباء الفرنسية. والأولى (هافاس) هي الأصل التاريخي للثانية، وانتهى وجودها فعلياً في عام ١٩٤٠ أثناء الحرب العالمية الثانية - بعد الغزو الألماني لفرنسا. أما الوكالة الحالية (وكالة الأنباء الفرنسية) فإنها لم تكن موجودة قبل عام ١٩٤٥، وقامت لكي ترث وكالة هافاس بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية.

وإذا عدنا إلى وكالة هافاس للأنباء نجد أنها كانت وكالة أنباء فردية (خاصة) أنشأها فرد، أما وكالة الأنباء الفرنسية فهي وكالة حكومية أنشأها الحكومة الفرنسية.

### نشأة وتطور وكالة هافاس للأنباء:

كانت الخريطة الإعلامية في فرنسا في النصف الثاني من القرن التاسع عشر مهيأة لولادة وكالات الأنباء نتيجة ازدهار الصحافة الشعبية المطبوعة، واستقلال الصحافة عن الحكومة وعن الأحزاب وذلك لما قامت به فرنسا من إقرار حرية

الصحافة والرأي والتعبير مما أدى إلى استقلال الصحافة. فقد أصبحت الصحف الفرنسية حرة في جمع ونشر الأخبار، مما أدى إلى زيادة حاجة هذه الصحف إلى الأخبار.

وقد واكب ذلك تحول الصحافة الفرنسية من صحافة رأي إلى صحافة خبر - ويقصد بصحافة الرأي الصحافة التي ترتكز على المقال ومواد الرأي والتعليق، في حين يقصد بصحافة الخبر الصحافة التي ترتكز على المادة الخبرية مثل الخبر والتحقيق والأحداث الخبرية - وبالتالي تزايد حاجة الصحف إلى الأخبار.

وقد كان هافاس (وهو فرنسي يهودي من أصل برتغالي) من أوائل تجار الأخبار الذين أنشأوا مكاتب خبرية لجمع الأخبار وتوزيعها على المهتمين من التاجر والأمراء. وهو أول من ابتدع فكرة تحويل المكتب الإخباري الخاص به إلى وكالة أنباء حيث كان صحفيًا سابقًا ولديه خبرة طويلة في جمع وتوزيع الأخبار..

وتتمثل الأسباب التي دفعت هافاس إلى تحويل مكتب الأخبار الصحفية إلى وكالة أنباء في أنه كان يتمتع بخبرة إعلامية لأنه كان يعمل في إحدى الصحف الفرنسية وهو ما مكنته من تأسيس وكالة لترجمة الصحف الأجنبية في باريس في عام ١٩٣٢، ثم تحويله في سنة ١٨٣٥ إلى وكالة أنباء هافاس.

أما العوامل التي ساعدت على نجاح تجربة هافاس في إنشاء وكالة للأنباء فتتمثل في طبيعة الفترة التي تم إنشاء الوكالة فيها. فقد ظهرت وكالة هافاس في نهاية النصف الأول من القرن التاسع عشر، وهي فترة تزايد فيها طلب المجتمع على الأخبار والاهتمام بها، لما شهدته من تحولات اقتصادية وسياسية واجتماعية وجريدة وتكنولوجية دفعت الجماهير وبالتالي الصحف إلى البحث عن الأخبار لمنابع هذه التحولات. وقد ارتبطت بهذه التحولات تحولات أخرى على المستوى الاجتماعي مثل نجاح حركات تحرير المرأة وإقرار حقوقها في التعليم وفي العمل، والتوسيع في التعليم الإلزامي، وازدهار الثورة الصناعية وظهور عدد من المخترعات الآلية الجديدة.

ويعد نجاح وكالة هافاس أيضاً إلى بعض العوامل المرتبطة بشخصية صاحب الوكالة القوية وخبراته السابقة في مجال التجارة، وتكوينه الصحفي ومهاراته في جمع الأخبار، وذكائه وإتقانه عدة لغات أجنبية بالإضافة إلى ثقافته العالية في شتى الحالات وجبه للمعرفة والإطلاع ونجاحه في إقامة شبكة اتصالات واسعة بمصادر صنع الأخبار ليستقي منها الأخبار المهمة. وقد ساعدته هذه الشبكة على احتكار أكثر من ٩٥٪ من أخبار فرنسا في بداية عهد الوكالة.

وقد عزز نجاح الوكالة في البداية نجاح هافاس في اكتشاف وضم عدد من الصحفيين والمراسلين المتميزين إلى الوكالة وتوزيعهم على مراكز الأخبار داخل وخارج فرنسا وتوفير الإمكانيات المادية والتكنولوجية المتاحة لاستقبال أخبارهم. وقد كان من أبرز تلاميذ هافاس كل من روينر الذي أنشأ وكالة روينر البريطانية، وولف الذي أنشأ وكالة وولف في ألمانيا فيما بعد.

ونجح هافاس أيضاً في اختيار موقع جيد في قلب باريس ليكون مقراً للوكالة. حيث اختار مكاناً تحيطه الصحف ومراكم البريد ومكاتب البورصة وأماكن صنع الأخبار، وبذلك أصبحت الوكالة في قلب الأحداث. كما اعتمد هافاس على مبدأ الإعلام من أجل الإعلام الذي يعني أن تكون أخبار الوكالة موضوعية وأن لا تتحيز لحزب سياسي أو لرأي معين، وبالتالي تصلح الأخبار التي يجمعها ويوزعها لجميع الصحف وجميع فئات الشعب.

### خلط الإعلان بالإعلام :

عمدت وكالة هافاس إلى الجمع بين الخدمة الإعلامية (جمع وتوزيع الأخبار على الصحف مقابل اشتراكات محددة) والخدمة الإعلانية (جمع وتوزيع الإعلانات على الصحف مقابل نسبة من ثمن الإعلان). ففي عام ١٨٧٩ أصبحت هافاس شركة ذات مسؤولية محدودة وأنشأت وكالة خاصة بالإعلان. وفي عام ١٩٢٠ تم دمج الوكالتين معاً تحت اسم واحد. وقد أقامت الوكالة بسبب ذلك بالخلط بين الإعلان والإعلام وأنما تحولت إلى وسيط إعلاني بين

المعلنين وبين الصحف. وكانت وكالة هافاس تجمع الإعلانات من الشركات والمؤسسات المعلنة ثم تعيد تحريرها وتوزعها على الصحف، وبذلك تحكمت في عائدات الصحف من الإعلانات، واحتكرت - تقريراً - صناعة الإعلان في فرنسا. وتتمكن خطورة خلط خدمات الإعلان بخدمات الإعلام في:

- سيطرة المادة الإعلانية على المادة الإعلامية في الصحف ووسائل الإعلام والإخلال بحق القارئ في الحصول على خدمة إعلامية متكاملة.
- سيطرة الشركات الإعلامية الكبيرة على الصحف وتوجيه سياساتها التحريرية لخدمة مصالح المعلنين بدلاً من خدمة القارئ الفرد والمجتمع ككل.
- التأثير الخفي للشركات المعلنة على الرأي العام نتيجة حرص الصحف على نشر الأخبار الإيجابية فقط عنها ومنع نشر الأخبار السلبية.

ولم تنته ظاهرة خلط الإعلام والإعلان في هافاس إلا في عام ١٩٤٠ عندما أحررت السلطات الفرنسية الوكالة على التنازل عن وكالة الإعلان ونقلت ملكيتها إلى الدولة.

### هافاس والاحتكار الإعلامي :

خلال سنوات قليلة استطاعت وكالة هافاس السيطرة على غالبية الشركات والمؤسسات الإعلامية والإعلانية بالإضافة إلى سيطرتها على العدد الأكبر من المطبوع في فرنسا. وتسمى هذه الظاهرة ظاهرة تركيز الملكية Concentration، وتنتشر في جميع الصناعات في العالم الرأسمالي، بما فيها صناعة الإعلام. إذ تقوم الشركات الكبيرة بشراء الشركات الصغيرة ويلتهم السمسك الكبير السمسك الصغير في المجتمع لا يُعرف إلا بالقوى في جميع مجالات الحياة.

فبعد أن زادت عائدات وكالة هافاس اتجهت إلى احتكار جمع وتوزيع الأخبار على الصحف، واحتكر جمع وتوزيع الإعلانات وأصبحت بذلك تسيطر على سوق الإعلام في فرنسا. وقد أثار هذا الاحتكار ردود فعل عديدة داخل المجتمع الفرنسي على أساس أن الاحتكار الإعلامي يهدّم مبدأ حرية الصحافة.

وقد بذلت الحكومات الفرنسية المتالية جهوداً لكسر احتكار وكالة هافاس للسوق الإعلامي وإخضاعها للسيطرة الحكومية، وذلك عن طريق إجبارها على التخلص من النشاط الإعلاني وقصر عمل الوكالة على الإعلام الخبري فقط، بالإضافة إلى استغلال الصعوبات المالية التي واجهتها الوكالة إبان الأزمة الاقتصادية التي عمت العالم في مطلع الثلثينيات من القرن الماضي لتسريح الوكالة لخدمة السياسة الحكومية، حيث سخرت الحكومة الوكالة لخدمة السياسة العامة ومنعها من نشر ما يخالف هذه السياسة مما أدى إلى فقدان الثقة بالوكالة من جانب عملائها من الصحف.

#### **نهاية هافاس:**

بعد نجاح الجيش الألماني في دخول باريس أثناء الحرب العالمية الثانية قضى الألمان على وكالة هافاس من خلال تحويلها إلى فرع من الوكالة الألمانية للأنباء وأطلقوا عليها اسم المركز الفرنسي الألماني. وقد استخدمت ألمانيا الوكالة كأداة من أدوات الدعاية المساعدة لها في أوروبا. وتعرضت الوكالة لصعوبات مالية مما دفع الألمان إلى الإنفاق عليها وظللت أربع سنوات وهي تعمل كفرع من الوكالة الألمانية.

وأثناء الحرب العالمية الثانية قام الفرنسيون بعد احتلال باريس بإقامة مركزين للأنباء خارج فرنسا في الجزائر ولندن وقام المركزان بتوزيع أنباء المقاومة الفرنسية ضد الألمان. وفي عام ١٩٤٤ قام الفرنسيون بضم المركزين في وكالة أساسية واحدة هي وكالة الأنباء الفرنسية.

#### **وكالة الأنباء الفرنسية:**

أثناء الحرب العالمية الثانية وقبل تحرير فرنسا من الاحتلال الألماني اتفق الصحفيون الفرنسيون الذين كانوا يقاومون الاحتلال من خارج فرنسا على جمع الوكالات الخارجية التابعة في وكالة أنباء واحدة ووضعوا هيكل الأساسي لهذه

الوكلالة. وبعد حلاة الألمان وانتصار الحلفاء أعلن إنشاء وكالة الأنباء الفرنسية بشكلها الرسمي كوكالة تابعة للحكومة الفرنسية.

وقد رأت الحكومة الفرنسية أن يتم إنشاء الوكالة في صورة مؤسسة عامة تتولى الحكومة تمويلها من ميزانية الدولة، وذلك حتى يتحقق لها الاستقرار المالي. وقامت الحكومة بتحويل كل ممتلكات وكالة هافاس إلى المؤسسة الجديدة. وفي عام ١٩٥٧ تبنى البرلمان بالإجماع قانوناً بشأن الوكالة منحت بموجبه وضعية المؤسسة العامة التي يديرها مجلس مدیرين منتخب.

وقد عانت الوكالة الجديدة في البداية من عدم وجود استقرار إداري، كما ظلت تعاني لفترة طويلة من خسائر مالية كبيرة، وعانت أيضاً من اهتزاز ثقة وسائل الإعلام في أخبارها نتيجة قيام الحكومة بالإنفاق عليها وسد العجز في ميزانيتها، الأمر الذي جعلها أقرب إلى وكالة أنباء حكومية أو بالأقل شبه حكومية، ودفع بعض الصحف إلى عدم الاشتراك في خدماتها الإخبارية وبعض الوكالات الأخرى إلى رفض التعاون معها في مجال تبادل الأخبار.

### الميكل التنظيمي والإداري للوكالة الفرنسية:

تعد وكالة الأنباء الفرنسية مؤسسة عامة مستقلة لها شخصيتها الخاصة، يتم تعيين المدير العام من قبل الحكومة الفرنسية بدون قرار، والحكومة قادرة على فصله ولذلك عليه اتباع تعليمات وسياسة الحكومة، مما تسبب في ضعف الموضوعية والثقة في الوكالة.

وفي مقابل حصول الوكالة على إعانة سنوية من الحكومة، فإن الحكومة تقوم بتعيين مراقب مالي من جانبها لفحص سندات وكشف الوكالة وتقدم تقرير دوري للحكومة وذلك للضبط المالي وكشف عمليات السرقة.

وقد ألمت الحكومة الفرنسية الوكالة بثلاثة مبادئ في عملها الإخباري، هي:

- ١- عدم التأثر بأي نفوذ خارجي ومحاولة الحفاظ على صحة الخبر والموضوعية والدقة.
- ٢- الالتزام بتزويد العملاء بالأغذية والمعلومات وتقدم خدمات منتظمة ومستمرة لهم.
- ٣- الالتزام بالطابع العالمي من حيث تغطية مساحات كبيرة وتنوع عملائها ومراسليها.

#### إدارة الوكالة:

يدبر وكالة الأنباء الفرنسية مجلسان هما:

- ١- المجلس الأعلى، وهو مجلس للإشراف والتحفيظ والمتابعة ويكون من قاضي، وممثل مجلس الصحف الفرنسية، وصحفى معترف من الشخصيات الصحفية الفرنسية المتميزة. ويقتصر دور المجلس على تلقى الشكاوى والنظر فيها بالإضافة إلى الإشراف على الوكالة.
- ٢- المجلس التنفيذي ويرأسه المدير العام ومدة رئاسته ثلاث سنوات ويضم المجلس ٢٣ عضواً والأغلبية منهم يمثلون الصحف الفرنسية المشتركة في الوكالة. ويضم هذا المجلس بالإضافة للمدير العام ثمانية أعضاء يمثل كل عضو منهم الصحف المختلفة في مجلس إدارة الوكالة.

وتتمثل المشكلات التي تواجهها وكالة الأنباء الفرنسية في إطار تنافسها معوكالات الأنباء العالمية الأخرى في:

- ضعف انتشار اللغة الفرنسية كلغة عالمية وتناقص أعداد الناطقين بها في مقابل تزايد انتشار اللغة الإنجليزية.
- ضعف إمكانات الوكالة البشرية إذ لا يمثل الصحفيون والمراسلون والمصورون سوى ٥٤% فقط من حجم قوة العمل في الوكالة.
- ضائقة حجم التغطية الجغرافية بالنسبة للدول الناطقة بالفرنسية مقارنة بالدول الناطقة بلغات أخرى مثل الإنجليزية.

## التكنولوجيا في الوكالة الفرنسية:

أدى تعيين الوكالة للحكومة الفرنسية واعتمادها على ما تقرره لها من ميزانية سنوية إلى تأخرها السعي عن الوكالات العالمية الأخرى في تبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة. فقد تأخرت الوكالة في استخدام الأقمار الصناعية في نقل الأخبار إلى العام ١٩٧١، كما استغرقت عملية تحول الوكالة إلى استخدام الكمبيوتر في كل أعمالها نحو عشرين عاماً بسبب التعقيدات الإدارية والمشاكل المالية. فقد بدا التحول بصدور قرار بذلك من مجلس المديرين في أكتوبر ١٩٧٣ وتمت العملية بالكامل في المراحل الخمسة للوكلاء في يناير ١٩٩٣.

وتأخرت الوكالة أيضاً في إنشاء بنك معلومات لأرشيف أخبارها الإلكتروني إلى العام ١٩٨١. وبدأت في بث خدماتها عبر موقعها على شبكة الإنترنت في يونيو ٢٠٠١، ودخلت مجال التليفزيون التفاعلي في فبراير ٢٠٠٠ بإطلاق خدمة الأخبار التليفزيونية التفاعلية بالاشتراك مع TPS، و المجال نقل الصور على أجهزة التلفيرون المحمول في أبريل ٢٠٠٢.

## خدمات الوكالة الفرنسية:

تواصل وكالة الأنباء الفرنسية سياستها الرامية إلى مد نشاطها الإخباري إلى جميع أنحاء العالم. وتوزع الوكالة خدماتها على آلاف المشتركين فيها من صحف و مجلات و مעתقات إذاعية وتليفزيونية و شركات خاصة و مواقع على شبكة الإنترنت.

وقد اكتسبت الوكالة الفرنسية شهرتها العالمية في الرابع من مارس ١٩٥٣ عندما انفردت بنشر خبر وفاة الرئيس السوفيتي الأسبق ستالين و سبقت في ذلك جميع الوكالات الأخرى. و شجعها هذا النصر الصحفي على توسيع نشاطها العالمي فبلغ عدد مكاتبها في عام ١٩٥٧ نحو ٢٥ مكتبًا خارجياً منها ١٣ مكتبًا في المستعمرات الفرنسية السابقة، و انتشر مراسلو الوكالة في ١١٦ دولة. وفي عام ١٩٥٨ افتتحت الوكالة مكتباً لها في الصين. وفي عام ١٩٦٢ اشتركت في خدمات

الوكلالة هيئة الإذاعة البريطانية BBC. وأطلقت الوكلالة في أول يناير ١٩٦٩ خدمة إخبارية باللغة العربية من القاهرة ثم نقلتها إلى نيقوسيا في عام ١٩٨٧.

وحققت الوكلالة نصراً صحفياً الثاني في السادس من سبتمبر ١٩٧٢، إذ سبقت جميع الوكالات بحوالي ساعة في إذاعة خبر احتجاز رهائن إسرائيليين أثناء دورة ميونيخ الأولمبية. ولعل هذا ما شجع صحيفتي واشنطن بوست ولوس أنجلوس تايمز الأميركيتين في نوفمبر من نفس العام على شراء حق توزيع أخبار الوكلالة في الولايات المتحدة.

وفي عقد الثمانينات من القرن العشرين أطلقت الوكلالة ثلاث خدمات جديدة هي: خدمة الأخبار الصوتية في أكتوبر ١٩٨٤، وخدمة الصور العالمية في يناير ١٩٨٥، وخدمة الرسوم الجرافيكية في عام ١٩٨٨.

ولزيادة انتشارها العالمي قامت وكالة الأنباء الفرنسية في سبتمبر ١٩٩٥ بإلغاء اتفاق كانت قد أبرمته مع وكالة الأسوشيديد برس الأمريكية يعطيها الحق في احتكار تزويدها بأخبار الولايات المتحدة، وعلى هذا قامت بإنشاء شبكة لجمع الأخبار خاصة بها في الولايات المتحدة. وفي مارس ٢٠٠٠ قامت بشراء ٥٥٪ من أسهم مجموعة الفايتنشال تايمز البريطانية، وافتتحت عدداً من المكاتب الجديدة لها في الجزر اليابانية في مارس ٢٠٠٢.

### الإمكانات البشرية والمادية:

يبلغ عدد العاملين في وكالة الأنباء الفرنسية حتى عام ٢٠٠٢، نحو ٢٠٠٠ صحفي منهم ٩٠٠ يعملون خارج فرنسا ويغطون نحو ١٦٥ دولة. وتعمل الوكلالة من خلال حسن مراكز إقليمية رئيسية هي:

- أمريكا الشمالية: المركز الرئيسي في واشنطن العاصمة بالإضافة إلى تسع مكاتب منتشرة في كندا والولايات المتحدة والمكسيك.

- أمريكا اللاتينية، المكتب الرئيسي في مونتيفيديو بالإضافة إلى ١٥ مكتباً فرعياً.

- آسيا والمحيط الهادئ: المركز الرئيسي في هونج كونج بالإضافة إلى ٢٥ مكتبا.

- أوروبا وأفريقيا: المركز الرئيسي في باريس بالإضافة إلى ٣٦ مكتباً في أوروبا و ١٦ مكتباً في أفريقيا.

- الشرق الأوسط: المركز الرئيسي في نيقوسيا بالإضافة إلى تسعه مكاتب. أما داخل فرنسا فإن لوكالة سبعة مكاتب في المدن الفرنسية الرئيسية مثل بوردو وليل وليل ومرسيليا وربيي وستراسبورج وتولوز.

وتتسع الوكالة يومياً ما بين ٤٠٠ - ٦٠٠ ألف إلى ٧٠٠ صورة و ٥٠٠ رسماً جرافيكياً.

### وكالة روبيتز:

احتفلت وكالة روبيتز العام الماضي (٢٠٠١) بمرور مائة وخمسين عاماً على إنشائها. وقد تميزت روبيتز منذ أن أنشأها بول جوليوس روبيتز، وهو يهودي ألماني كان يدعى إسرائيل بيل وهاجر إلى بريطانيا واعتنق المسيحية وغير اسمه إلى بول جوليوس روبيتز، في لندن في عام ١٨٥١ بالسرعة في جمع ونقل الأخبار والدقة والمصداقية وعدم التحيز. واستطاعت على طول تاريخها الحفاظ على مكاتبها في طليعة المؤسسات المعنية بجمع ونقل الأخبار والمعلومات في العالم لوسائل الإعلام والبنوك والشركات والأشخاص. وقد ساعد روبيتز على احتلال مكانة متقدمة بين وكالات الأنباء العالمية سرعة تبنيها للمبتكرات التكنولوجية في نقل واستخدام الأخبار والمعلومات.

وقد بدأ روبيتز عمله في مجال توزيع الأخبار في عام ١٨٥٠ باستخدام ٤٥ من الحمام الزاجل لنقل الأخبار بين بروكسل وبين مدينة أشين في ألمانيا. وكانت هذه الوسيلة تنقل الأخبار في ساعتين وتتوفر ست ساعات عن نقلها بواسطة القطارات.

وقد بدأت وكالة روبيتز مدها العالمي في عام ١٨٥٨ بافتتاحها مكاتب لها

في جميع أنحاء أوروبا مستفيدة من انتشار خطوط التلغراف في القارة الأوروبية انتشاراً كبيراً. وفي عام ١٨٦٥ وصلت إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكانت أول من نقل خبر اغتيال الرئيس الأمريكي لينكولن. وواصلت روبيتز في السبعينات من القرن التاسع عشر امتدادها في العالم فوصلت مكاتبها إلى الشرق الأقصى وأمريكا اللاتينية ووّقعت في عام ١٨٧١ مع وكالة هافاس الفرنسية ووكالة وولف الألمانية اتفاقية لتقسيم النفوذ بين الوكالات الثلاثة. وتمكن روبيتز من شراء وكالة الأنباء الهندية وأنشأت وكالة لها في جنوب أفريقيا. وفي عام ١٩٤٧ انضم إلى الوكالة كل من وكالة الصحافة المتحدة الأسترالية The New Zealand Press Australian Associated Press وكالة أنباء نيوزيلندا Association التي أصبحتا من ملكي روبيتز.

وقد نجحت روبيتز في دخول مجال خدمات الصور الإخبارية بإنشائها خدمة الصور الإخبارية العالمية International News Picture Service في عام ١٩٨٥ كما نجحت في اقتحام مجال الخدمات الإخبارية التليفزيونية المصورة في عام ١٩٩٢ عندما قامت بشراء إحدى الوكالات التليفزيونية وأطلقت عليها اسم تليفزيون روبيتز Reuters Television. واستمراراً لاهتمامها بالتليفزيون أطلقت الوكالة في عام ١٩٩٤ تليفزيون روبيتز المالي Reuters Financial Television Service ليقوم بتنفسه حية لحركة الأسواق العالمية. وفي عام ٢٠٠٠ دخلت روبيتز بقوة مجال الإنترنت من خلال تطوير شبكة روبيتز Net Reuters التي تتوّلي إمداد المشترِكين بالأخبار على مدار الساعة.

### التكنولوجيا:

حرست وكالة روبيتز منذ نشأتها على استخدام أفضل التقنيات المتاحة في مجال نقل الأخبار على امتداد المائة والخمسين عاماً الماضية.

ففي بداية عملها استخدم مؤسساها بول جوليوس روبيتز الحمام الراجل لنقل الأخبار بالإضافة إلى خطوط التلغراف وكان أول من استخدمها بانتظام في

هذا الغرض. وفي عام إنشائها كانت روبيتز أول من استخدم الخط التلفزيوني الذي تم إنشاؤه بين إنجلترا وفرنسا تحت البحر.

وقد اتجهت روبيتز إلى الاستثمار في مجال التكنولوجيا في فترة مبكرة من عمرها، إذ أنشأت في الفترة من ١٨٦٣ إلى ١٨٦٥ خط تلفزيوني في أيرلندا تمكنت من خلاله من نقل الأخبار إلى لندن قبل منافسيها بحوالي ثمان ساعات، كما أنشأت خطوطاً تلفزيونية أخرى في أوروبا.

وكانت روبيتز أول وكالة أنباء في العالم تستخدم الراديو في نقل الأخبار في العام في عام ١٩٢٣. وبحلول عام ١٩٣٩ كانت نسبة ٥٩٪ من أخبار روبيتز تنقل عبر موجات الراديو القصيرة. وأضافت إلى أعمالها عدداً من المشروعات التجارية مثل تحويل الأموال عبر العالم باستخدام شبكة خطوط التلفاف التي كانت تملكها.

وفي عام ١٩٢٧ استخدمت روبيتز لأول مرة أجهزة الطباعة عن بعد (التيشيرتر Teleprinters) لنقل الأخبار إلى صحف لندن. وقد مثلت هذه الأجهزة في ذلك الوقت أهم أدوات روبيتز لاستقبال وإرسال المعلومات المكتوبة في جميع أنحاء العالم بسرعة كبيرة.

وفي نفس الإطار كانت وكالة روبيتز الأولى في العالم التي تستخدم الأقمار الصناعية في إرسال أخبارها. ففي عام ١٩٦٢ نجحت الوكالة في إرسال تقريرها الإخباري الأول عبر القمر الصناعي تلي ستار Telstar.

وكان لروبيتز السبق في استخدام الكمبيوتر في عام ١٩٦٤ في نقل البيانات الاقتصادية بصورة عالمية. وفي عام ١٩٧١ وفي مدينة نيويورك بدأت روبيتز في استخدام نظام التحرير بالفيديو Video editing system وبدأ الصحفيون استخدام هذه التكنولوجيا بدلاً من الآلات الكاتبة في كتابة ونقل أخبارهم إلى الوكالة. وفي عام ١٩٧٣ بدأت روبيتز في استخدام شاشات عرض الخدمات المالية لتقدم أسعار العملات التي مثلت في وقتها اختراعاً عالمياً مهماً.

## السبق الاخباري:

تحققت وكالة رويتز على مدى عمرها الطويل انفرادات صحفية مهمة سجلت باسمها في تاريخ العالم مثل اكتشاف مقبرة توت عنخ آمون في عام ١٩٢٣، واغتيال الزعيم الهندي غاندي في عام ١٩٤٨ حيث سبقت جميع الوكالات بحوالي سبع دقائق في إعلان إطلاق النار عليه، وبناء سور برلين في عام ١٩٦١، ثم هدم نفس السور في عام ١٩٨٩ وقد سبقت جميع وكالات الأنباء في إعلان خبر الحدين بحوالي ثمانين دقيقة، وألزمه الصواريخ الكوبية، والثورة الثقافية في الصين، ووفاة الزعيم السوفيتي يوري اندربيوف، والانسحاب السوفيتي من أفغانستان، والغزو العراقي للكويت، وبده المفهوم على بُعداد في حرب الخليج الثانية، ومحاولة الانقلاب الفاشلة في الاتحاد السوفيتي السابق عام ١٩٩١.

## المصداقية:

نجحت رويتز في الحفاظ على مصداقيتها كوكالة أنباء من خلال حرصها منذ البداية على مبدأ موضوعية الخبر والمساواة بين الصحف في توزيع الأخبار. وحرصت رويتز على استقلالها عن الحكومة البريطانية، ويظهر هذا الحرص في:  
- تحويلها إلى شركة تضامن بعد وفاة مالكيها هيربرت رويتز (رويتز الابن) وبيع جميع أسهمها إلى وكالة الصحافة الإقليمية البريطانية واتحاد ملاك الصحف اللندنية.

- بناحها في مقاومة الضغوط الحكومية التي تعرضت لها أثناء الحرب العالمية الثانية من جانب الحكومة البريطانية لخدمة المصالح البريطانية، وذلك من خلال إعادة بناء نفسها كشركة خاصة مملوكة من جانب الصحف الإقليمية والصحف القومية.  
- تأسيس ما يسمى بمجلس وصاية رويتز *Reuters Trust* ليكون حارسا على استقلال الوكالة عن الحكومة.

## الإمكانات المادية والبشرية:

بلغ دخل روبيترز السنوي في عام ٢٠٠١ نحو ٣٩٠ مليون جنيه إسترليني، ووزعت في عام ١٩٩٧ نحو مليون إسترليني كأرباح على حملة أسهمها.

ويعمل في روبيترز أكثر من ١٩ ألف شخص يتشارون في ٢٣٠ مدينة في ١٥٠ دولة، منهم ٢٥٠٠ محرر ومراسل ومصور. ويتميز مراسلو ومحررو الوكالة بخبراتهم التربوية والمعرفية والصحفية الواسعة التي تمكنهم ليس فقط من جمع الأخبار ولكن أيضاً تحليل الأحداث والاتجاهات السياسية والاقتصادية وشرح القضايا المعقدة.

وتوزع روبيترز نحو ٣٠ ألف عنوان يومياً ونحو ثلاثة ملايين كلمة في ٢٦ لغة. وتنشر أخبارها في أكثر من ألف موقع على شبكة الإنترنت لتصل إلى نحو ٨٠ مليون متصفح للإنترنت شهرياً.

## الخدمات الإعلامية:

تقوم وكالة روبيترز من خلال شركتها الإعلامية **Reuters Media** بإمداد مواقع الإنترنت ووسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية في قارات العالم الستة، بالأخبار والمعلومات المالية في شكل نصوص مكتوبة ومواد إخبارية متعددة الوسائط **multimedia** وأفلام فيديو وصور ورسوم إيضاحية. وكانت روبيترز أول وكالة أنباء في العالم تقدم خدمة الأخبار الحية متعددة الوسائط على شبكة الإنترنت وذلك في عام ١٩٩٨.

ويشترك في الخدمات الإعلامية لروبيترز عدة مئات من الصحف ووسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى أكثر من ٩٠٠ موقعًا على شبكة الإنترنت. ويعزز عدد من أهم المؤسسات الإعلامية في العالم من بين علامات روبيترز مثل صحف لوموند الفرنسية، والفايتشال تايمز البريطانية، ونيويورك تايمز، وول ستريت جورنال الأميركيتين. ومن المطاعات الإخبارية التليفزيونية بي سي، وسي إن إن، وان بي سي، وايه بي سي، وسكاي تلفيشين. ومن مواقع الويب

الرئيسية أمريكا اون لاين، وياهو، ولوكس.

وتشمل خدمات روبيترز لوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المطبوعة والإذاعة والتليفزيون)، الخدمات التالية:

- خدمة التليفزيون والفيديو.. وتقدم من خلالها على مدار اليوم الأخبار العالمية الإذاعية والتليفزيونية المصورة الجاهزة للعرض في النشرات الإخبارية. ولا يقتصر الأمر على الأخبار السياسية وإنما تغطي هذه الخدمة أيضاً الأخبار الاقتصادية والرياضية والعلمية والصحية.. إلخ.

- خدمة الأخبار الصحفية.. وتقوم من خلالها بتقدم نصوص لخطبة لكل أحداث العالم بالإضافة إلى التحليلات الإخبارية والتحقيقات والأعمدة الصحفية لكل وسائل الإعلام الإخبارية بما فيها الصحف وعهارات الراديو والتليفزيون.

- خدمة الصور.. وتشمل صور الأحداث العالمية والصور التاريخية المهمة.

- خدمة الرسوم الجرافيكية.. وتشمل المترانط والإعلام والشعارات والرسوم المعلوماتية التي تشرح أحداث العالم وتسهل فهم وتذكر الأخبار ويقوم على تنفيذها فريق من الفنانين والصحفيين.

أما الخدمات التي تقدمها روبيترز لواقع الإنترنت فتشمل:

- التقارير الإلكترونية ويقوم عليها فريق من الصحفيين أصحاب الخبرة في مجال الأخبار الإلكترونية وتتضمن إمداد موقع الإنترنت والشبكات الداخلية والخارجية والأجهزة اللاسلكية والأجهزة المحمولة المشتركة في الوكالة بالتقارير التفاعلية عن الأحداث المتعددة بطريقة الوسائط المتعددة والتي تشمل النصوص ولقطات الفيديو والصور الثابتة والرسوم.

- المنتجات المالية ويقوم عليها فريق من الصحفيين المتخصصين في الأخبار الاقتصادية وأخبار الأسواق من جميع أنحاء العالم ويتم بث هذه الأخبار والتقارير أوتوماتيكياً للأسوق التجارية في العالم.

- الأخبار المستهدفة وهي خدمة تستفيد منها مواقع الإنترنت التي تستهدف جمهوراً معيناً، إذ تقوم روبيترز باختيار الأخبار والتقارير المناسبة لرواد الموقع

- وتقوم بنقلها أوتوماتيكيا إلى هذه المواقع في عشر لغات.
- الأخبار الإلكترونية.. حيث يقدم مراسلو روبرز في أكثر من ١٨٠ مكتبا حول العالم الأخبار على مدار الساعة الواقع الإنترن特 والأجهزة المحمولة والشبكات الداخلية والخارجية.
  - الفيديو الإلكتروني.. وفي هذه الخدمة يقوم الصحفيون في أكثر من ٧٧ مكتبا للتلفزيون والفيديو بإمداد الواقع المشتركة بالحوارات الحية والتقارير الإخبارية ولقطات الفيديو.

### الخدمة العربية الواقع الويب:

تقدّم روبرز على مدار الساعة تقرير إنجليزي باللغة العربية يتم نقله مباشرة إلى موقع الإنترنط العربي يغطي الإحداث العالمية بصفة عامة وأحداث الشرق الأوسط بصفة خاصة. ويتم تحديث الأخبار العربية، التي يبلغ عددها من ٥٠ إلى ٨٠ خبرا يوميا، بصفة مستمرة.

- ويم تقسيم أخبار روبرز الإلكترونية باللغة العربية إلى ست فئات هي:
- ١- أهم أخبار الشرق الأوسط Top Middle East News وتحرر في مكاتب الوكالة في بيروت والقاهرة ودمشق والقدس المحتلة وتل أبيب.
  - ٢- أهم الأخبار العالمية Top International News ويتم تزويد الواقع بها، وتغطي أخبار نحو ١٥٠ دولة.
  - ٣- الأخبار الاقتصادية Business وتشمل أخبار الشركات والأسواق في العالم والعالم العربي.
  - ٤- الأخبار الرياضية Sport وتغطي أخبار كرة القدم والتنس ورياضة السيارات وغيرها داخل وخارج منطقة الشرق الأوسط.
  - ٥- الأخبار المسلية Entertainment وتغطي الثقافة والفنون والتقاليد والعادات في العالم وفي منطقة الشرق الأوسط.

٦- التكنولوجيا والبيئة **Technology & Environment** وتشمل أخبار الانترنت والعلوم والكمبيوتر.

### وكالات الأنباء الأمريكية:

تضم الخريطة الحالية لوكالات الأنباء الأمريكية وكالبين عاليتين هما:

أ- الاسوشيتدبرس **The Associated Press** والتي تعرف اختصاراً بـ (أ.ب) أو AP.

ب- اليونايتيدبرس انترناشونال **United Press International**، المعروفة اختصاراً بـ (ي.ب) أو UPI.

ونظراً لأهميتها في السوق العالمي للأخبار فإننا نتناول في الصفحات التالية كل منها على حدة لكي نستطيع تعطية تطورها التاريخي وإمكاناتها المادية والبشرية وانتشارها العالمي.

### أولاً: وكالة الصحافة المتحدة (الاسوشيتدبرس) AP

تعد وكالة الصحافة المتحدة في نيويورك **the Associated Press of New York** أول وكالة أنباء تظهر في الولايات المتحدة الأمريكية. ويرجع ظهورها إلى العام ١٨٤٩ عندما قررت ست صحف نيويوركية تأسيس اتحاد فيما بينها هدفه جمع الأخبار وتوزيعها بشكل متساوٍ عليها. وقد جاءت المبادرة من ديفيد هيل **David Hale** صاحب صحيفة **Journal of Commerce** مدعٍ خفض نفقات الحصول على الأخبار من أوروبا عبر المحيط الأطلنطي عن طريق الاشتراك في التكاليف والاشتراك في الأخبار. وقد سميت الوكالة في البداية باسم وكالة هاربر **Harbor News Association** ثم تحول الاسم إلى وكالة الصحافة المتحدة للأنباء <sup>(١)</sup>. وفي فترة وجيزة استطاعت الوكالة الناشئة السيطرة

(١) John Vivian, **The Media of Mass Communication**. 5<sup>th</sup> edition. Boston: Allyn and Bacon. 1999. P.278.

على الأخبار التلفزيونية في المنطقة (نيويورك)، وعندما تم مد الخط التلفزيوني عبر المحيط الأطلسي ليربط أمريكا بأوروبا سيطرت الوكالة على الأخبار المنقولة من أوروبا عبر الخط الجديد.

وبوصفها اتحاد صحفى فإن المؤسسات الصحفية والإعلامية المشتركة فيها داخل الولايات المتحدة تساهم كل منها بنصيب محدد في تمويل الوكالة. وتضع سياستها الصحف المعاونة التي تمنع - دون الوسائل الإعلامية الأخرى - بالعضوية الكاملة في الوكالة التي تمنع كل منها صوتاً في تقرير هذه السياسة.<sup>(١)</sup>

#### الإمكانات الإعلامية للوكالة:

تعد الأسوشيدبرس أكبر وكالة أنباء في العالم من حيث حجم التغطية التي تقوم بها وعدد المشتركين فيها. إذ تقدم الوكالة خدمات الأخبار والصور والرسوم الجرافيكية والأخبار الإذاعية والتليفزيونية المصورة في ست لغات عالمية، إلى أكثر من ١٥ ألف مؤسسة إعلامية في جميع أنحاء العالم وتصل هذه الخدمات إلى نحو بليون شخص في العالم كل يوم.

ولوكلة الأسوشيدبرس مكاتب في ٧١ دولة بالإضافة إلى ١٤٢ مكتباً داخل الولايات المتحدة في عواصم الولايات والمدن الرئيسية.

ويعمل في الأسوشيدبرس وفقاً لتقديرات عام ١٩٩٩ نحو ١١٠٠ صحافياً داخل الولايات المتحدة و ٤٨٠ صحافياً في الخارج وتصل ميزانيتها السنوية إلى ٣٠٠ مليون دولاراً. ويشترك في خدمات الوكالة ١٧٠٠ صحيفة أمريكية تمثل نحو ٨٧,٧% من مجموع الصحف الأمريكية<sup>(٢)</sup>، منها ١٤٦٠ صحيفة يومية

(١) John Vivian (1999) *The Media of Mass Communication*. Ibid. P.278.

(٢) Hiebert, Ray, Ungurait, Donald F. and Bohn, Thomas W. (1991) *Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication*. New York & London: Longman. P.29.

بالإضافة إلى ٦٠٠٠ محطة تلفزيونية و ١٠٠٠ محطة إذاعية، بينما يصل عدد المشتركين فيها خارج الولايات المتحدة نحو ٨٥٠٠ مشتركاً في ١١٢ دولة.

وتتحدد قيمة الاشتراك في الوكالة طبقاً لتوزيع الصحيفة أو حجم تغطية المحطة الإذاعية والتلفزيونية. فاشتراك الصحف الصغيرة التي يقل توزيعها اليومي عن ٢٥ ألف نسخة يزيد عن مائتي دولاراً أسبوعياً بينما يصل اشتراك الصحيفة الكبيرة إلى نحو ستة آلاف دولاراً في الأسبوع.

### ثانياً: وكالة اليونايدبرس انترناشونال

تمثل وكالة اليونايدبرس انترناشونال المعروفة اختصاراً بـ UPI اندماجاً بين وكالتين أمريكيتين تم في عام ١٩٥٨، وهما وكالة اليونايدبرس اسوسيشن United Press Association (UPA) ووكالة انترناشونال نيوز سيرفيس International News Service (INS)

وتعود أصولها التاريخية إلى بجموعتين صحفيتين من صحف الإثارة (الصحف الصفراء)، هما: مجموعة صحف سكريبس - ماكري، ومجموعة صحف هيرست.

### وكالة يونايدبرس اسوسيشن:

أنشأت بجموعه صحف سكريبس - ماكري Scripps chain of news papers ثلاث وكالات أبناء خاصة بصحفها للتغلب على الوضع الاحتكاري الذي كانت تمارسه وكالة أبناء اسوشيدبرس، وهي:

أ- وكالة سكريبس - ماكري برس اسوسيشن Scripps press Association لتقديم خدمات إخبارية لصحف المجموعة في الولايات الغربية والوسطى.

ب- وكالة نيوز اسوسيشن News Association، لتقديم خدمات إخبارية لصحف المجموعة في الولايات المطلة على المحيط الهادئ.

ج- وكالة بابلشرز اسوسيشن Publishers Association، لخدمة صحف المجموعة في نيويورك.

وقد قامت مجموعة اسكترييس - ماكري في عام ١٩٠٧ بدمج وكالات الثلاثة في وكالة واحدة هي وكالة يونايتديرس اسوشين UNITED PRESS ASSOCIATION.

- وتضمنت قواعد عمل هذه الوكالة:
- عدم الاعتراف بعبدأ الاختصار الإعلامي لوكالة الأنباء كما كان الحال في الاسوشيتدبرس AP.
  - عدم إغلاق الباب أمام المشترين من الصحف الأخرى خارج المجموعة واتباع سياسة الباب المفتوح.

وقد واجهت الوكالة في بداية عملها عدداً من المشكلات الناتجة عن تكملة وكالة الاسوشيتدبرس والوكالات الأوروبية التعاونية معها ضدتها، خاصة في مجال الأخبار الخارجية. وللتغلب على هذه المشكلة اتبعت اليونايتديرس اسوشين الإجراءات التالية:

- ١- تشجيع الصحف في أوروبا وأمريكا اللاتينية والشرق الأقصى على الاشتراك فيها لتوزيع مصادر الأخبار، والتوضع في تقديم خدماتها في أمريكا اللاتينية.
- ٢- عقد اتفاقيات تبادل وتوزيع الأخبار مع عدد من وكالات الأنباء المحلية، مثل وكالة اكسشنج تلغراف Exchange Telegraph البريطانية ويونيون ديمبو Union Dimbo اليابانية.
- ٣- إنشاء خط تلغراف بحري خاص لها في عام ١٩٠٩ بالاشتراك مع الوكالة اليابانية.
- ٤- تقديم خدماتها للإذاعات واتخاذ موقف مخالف لموقف الاسوشيتدبرس من الإذاعات. وقد حفقت الوكالة أرباحاً طائلة نتيجة هذا الإجراء، خاصة بعد أن طورت خدماتها الإذاعية التي شملت تقديم أخبار محيرة خصيصاً للإذاعة وجاهرة للإذاعة فوراً دون حاجة إلى قيام محطات الإذاعة بإعادة تحريرها.

وقد واجهت الوكالة انتكasa اقتصادية أثناء الحرب العالمية الثانية بسبب

احتلال الألمان لعدد كبير من العواصم الأوروبية التي كانت تعد السوق الرئيسي لخدمات الوكالة. وقد فقدت الوكالة أثناء هذه الحرب غالبية مشتركيها.

### وكالة انترناشونال نيوز سيرفيس: (INS)

في عام ١٩٠٩ أنشأت مجموعة صحف هيرست<sup>(١)</sup> وكالة أبناء خدمة صحفها عرفت باسم وكالة انترناشونال نيوز سيرفيس INTERNATIONAL NEWS SERVICE. وقد أنشئت هذه الوكالة كشركة خاصة تعمل في تجارة الأخبار والمعلومات والصور. وبدأت كوكالة محلية ثم دخلت السوق الإعلامي العالمي.

وقد تميزت وكالة انترناشونال نيوز سيرفيس بما يلي:

#### ١- التركيز على الخدمات الفيلمية والتليفزيونية.

(١) تعد مؤسسة هيرست الخالية The Hearst Corporation واحدة من أكبر المؤسسات الإعلامية الخاصة في العالم، وقمن بنشر صحف و مجلات وكتب ومتلقي وتدبر مجموعة كبيرة من محطات الإذاعة والتلفزيون وشبكات الكابل بالإضافة إلى بيع الخدمات الصحفية والإنتاج التلفزيوني وأنشطة الوسائل المتعددة. وتتصدر عن هيرست نحو ١٦ مجلة مما يجعلها أكبر ناشر للصحف الشهري في العالم، وتتصدر هذه المجلات في ٩٥ طبعة عالمية توزع في أكثر من مائة دولة. ومن أبرز مجلات هيرست كولومبيا هوم، وكروموبوليان، وكوتوري ليفينج، واسكوري، وهاربرز بازار، وردبووك، وسارت موي. وتتصدر المؤسسة في الوقت الحالي ١٢ صحيفة يومية في المدن الأمريكية الرئيسية والمصغرة ومنها بين تلك بونيون في نيويورك، واتلانتس في هيوستن وميدلاند دبليو نيوز في ميشيغان وسان فرانسيسكو أكبر مسر في كاليفورنيا، كما تصدر المؤسسة سبع صحف أسبوعية في تكساس وميشيغان. أما أنشطتها الإعلامية فما تمتلك عدد من محطات الإذاعة والتلفزيون وشركة إنتاج تليفزيوني. وفي عام ١٩٩٧ ضمت المؤسسة إليها شركة تليفزيون ارجيل Argyle لصالح نحو ٦١٪ من المنازل الأمريكية. وتتمثل هيرست وتدبر نحو ١٥ محطة تليفزيونية من أشهرها WCVB-TV في بوسطن، و WWWB-TV في ناما فلوريدا، و WTAE-TV في بسبرج بنسيلفانيا. وتتمثل وتدبر عدد من المحطات الإعلامية في موريانا وباتيمور. وإلى جانب الأنشطة الإعلامية تصل المؤسسة في مجالات غير إعلامية متعددة كامتلاكتها شركة تسويق عقاري. وبقع المقر الرئيسي للمجموعة في مدينة نيويورك في مبنى من ستة طوابق كان قد بناء ولهم راندولف هيرست في عام ١٩٢٨. وبعد نحو اربعين سنة الشركة افتتحت في عام ١٩٩١ مركزاً للخدمات الإعلامية في مدينة شارلوتس بولاية نورث كارولينا. ومن أشهر ممتلكاتها مبن قلعة هيرست Hearst Castle الذي تم إهدائه بعد وفاة هيرست في عام ١٩٥١ إلى ولاية كاليفورنيا وحوكم إلى مزار سياحي.

٢- التركيز على خدمة الصور الفوتوغرافية من خلال وكالتها الفرعية  
انترناشونال نيوز فoto .INTERNATIONAL NEWS PHOTO

٣- اتباع الأسلوب اللامركزي في جمع وتوزيع الأخبار على المشترين من  
خلال مكاتبها المحلية والخارجية (مكتب باريس - مكتب بيونس آيرس في  
الأرجنتين، مكتب طوكيو في اليابان).

وفي عام ١٩٥٨ تم الاندماج بين وكالتي UPA و INS وأصبحا وكالة  
واحدة هي: وكالة يونايتدبرس انترناشونال UPI.

#### السمات الأساسية لليونايتدبرس:

١- ليست اتحاداً تعاونياً بين الصحف مثل AP ولكنها شركة تجارية خاصة  
ذات شخصية معنوية وقانونية. مهمتها جمع وبيع الأخبار والصور والتقارير  
للسchrift والإذاعات.

٢- تمتلك عدة شبكات تلفزيونية داخلية وخارجية وتستخدم تكنولوجيا  
الأقمار الصناعية في بث خدماتها.

٣- تمتلك وكالة خاصة بالصور هي: يونايتد فوتو سرفيس UNITED  
.PHOTO SERVICE

٤- لا تقتصر خدماتها على الأخبار وتقدم خدمات الصور والمقالات  
والقصص والرسوم وخدمات إذاعية وتليفزيونية.

٥- تتبع الأسلوب اللامركزي في جمع وتوزيع الأخبار، وتحتفظ المكاتب  
الفرعية سلطات واسعة في جمع واستكمال ومتابعة الأخبار بما يلائم كل منطقة  
دون الرجوع إلى المكتب الرئيسي.

٦- لها مقران رئيسيان في الولايات المتحدة في نيويورك وسان فرانسيسكو،  
وعدة مكاتب رئيسية في العالم أهمها:

- مكتب بيونس آيرس في الأرجنتين لخدمة أمريكا اللاتينية.

- مكتب باريس - لندن لخدمة أوروبا والشرق الأوسط.

- مكتب طوكيو لخدمة الشرق الأقصى.

يصل عدد المشتركين في UPI إلى نحو ٧٠٠٠ مشترك كا من بينهم نحو ٩٠٠ صحيفة و ٣٠٠٠ محطة إذاعة وتليفزيون بالإضافة إلى عدة مئات من شركات الكابل<sup>(١)</sup>.

### ال المشكلات الاقتصادية:

تعان الوكالة من مشكلات مادية حادة أدت إلى بيعها وانتقال ملكيتها أكثر من مرة خلال الثمانينات<sup>(٢)</sup>، وترجع هذه المشكلات إلى:

- المنافسة الحادة التي واجهتها ولا زالت تواجهها من وكالة AP. وانخفاض عدد مشتركيها بالمقارنة بعدد المشتركين في AP الذي بلغ ١٠ آلاف مشترك كا. بالإضافة إلى دخول AP مجال الإذاعة والتلفزيون الذي كان مقصوراً من قبل على الوكالة.

- منافسة الخدمات الصحفية الخاصة لها مثل خدمة واشنطن بوست - لوس أنجلوس تايمز.

- تخلفها التكنولوجي مقارنة بـ AP. فقد رفضت الوكالة عند ظهور تكنولوجيا الأقمار الصناعية في نهاية السبعينيات استثمار نحو ٢٠ مليون دولار للتحول إلى استخدام الأقمار الصناعية في بث خدماتها وطالبت عملائها بالمشاركة في تكلفة هذا التحول، بينما سارعت AP إلى التحول.

(١) Joseph R. Dominick ( 1990) *The Dynamics of Mass Communication*, 3<sup>rd</sup> edition, New York: McGraw- Hill Publishing Company., P. 348.

(٢) لمزيد من التفاصيل حول طبيعة وأسباب هذه المشكلات راجع:

- Joseph R. Dominick, (1990) *The Dynamics of Mass Communication*, Ibid. Pp. 334-335.
- James D. Harless (1990) *Mass Communication: An Introductory Survey*, 2<sup>nd</sup> ed, New York: Wm C. Brown Publishers, Pp.333-335.

وقد أدت هذه المشكلات إلى بيع الوكالة لأول مرة في عام ١٩٧٨ بعد الخسائر التي منيت بها المجموعة المالكة لها وهي مجموعة سكريبس - هوارد. ومع استمرار الخسائر وفي عام ١٩٨٢ فشلت محاولة جديدة لبيع الوكالة إلى الراديو القومي العام، The National Public Radio، وبعد خسائر بلغت ٢٠ مليون دولار تم بيعها إلى شخصين أساها شركة جديدة اسمها Media News Corporation. ولم يكن لدى المالك الجديد أي خبرة سابقة في العمل الإعلامي أو الإدارة وكانت من اتباع العقيدة البهائية ولذلك شن الإعلام الأمريكي حملة عنيفة عليهما تحت ستار الخوف من أن تتحول الوكالة إلى معلم للأصوليين ومؤسسة للدعابة الدينية. ومع ذلك فقد نجح المالك الجديد في إدخال خدمات جديدة للوكالة، وتعديل الهيكل الإداري لها بفضل عدد كبير من الإداريين وتعيين صحفيين بدلاً منهم وإنشاء مكاتب جديدة لها بلغت ١١ مكتباً في العام الأول، بالإضافة إلى زيادة مرتبات الصحفيين لقتربهم من مرتبات الصحفيين في وكالة AP، وتطوير خدمة البث المباشر باستخدام الأقمار الصناعية لتوزيع الخدمات للصحف والإذاعات.

وقد ألمرت هذه الإجراءات في حذب مزید من المشترين في الوكالة أهمهم بمجموعة صحف تايمز ميرور البريطانية، ومضاعفة مبيعاتها مرتين خلال عامي ١٩٨٣ و ١٩٨٤. ومع ذلك فقد ظلت مشكلة عدم التوازن بين المصروفات والإيرادات قائمة ولم يستطع المالك الجديد تحقيق عائدات كافية لاستمرار الوكالة.

وفي عام ١٩٨٢ حذرت شركة استشارية من أزمة اقتصادية طاحنة قد تتعرض لها الوكالة وأوصت بفصل ٤٠٠ من موظفيها. وقد رفضت الوكالة تنفيذ هذه التوصية. وفي عام ١٩٨٤ واجهت الوكالة أزمة سيولة مالية بسبب فشل بعض الخدمات الجديدة التي أدخلتها مثل خدمة بنك معلومات الأخبار وخدمة اللغة الأسبانية في تحقيق عائدات بجزء تعادل الاستثمارات التي أنفقت عليها والتي بلغت نحو ٢ مليون دولار. وفي العام نفسه واجهت الوكالة مشكلة في جمع مستحقاتها المالية لدى بعض الصحف، ووصل الأمر إلى عجزها عن سداد فواتير

ال்லி஫ோன் و توفیر نفقات سفر الصحفيين إلى مواقع الأحداث. وقد تفاقم الأمر عندما استقال منها بعض من أفضل صحفيها وانضموا إلى الوكالة المنافسة AP.

وفي محاولة يائسة لتعويم الوكالة ولسداد ديونها ورواتب موظفيها قامت الوكالة ببيع قسم الصور العالمية لها إلى وكالة رويتز البريطانية بمبلغ لا يتجاوز الستة ملايين دولار رغم أن قيمة الحقيقة كانت تقترب من ٢٠ مليونا.

وفي عام ١٩٨٥ وبسبب استمرار الخسائر خفضت الوكالة رواتب العاملين بها بنسبة ٥٢٥٪، واستنفت عن نحو ٢٠٠ موظفاً وصحفياً من كل المستويات. وفي نفس العام أقام النائب الإداري لرئيس الوكالة دعوى قضائية لإعلان إفلاس اليونايدبرس إنترناشيونال، واحتقر كمدبر عام للوكالة وقام بإبعاد ملاكها من الإدارة وأمر بإحراز تخفيضات إضافية في عدد العاملين بها.

وفي صيف ١٩٨٥ تم بيع الوكالة إلى المكسيكي ماريو فسكويز رانا الذي يمتلك أكبر سلسلة صحف في المكسيك، وقد شاركه في الشراء بنسبة ٦١٪ المليونير الأمريكي جوروسو. وقد بيعت الوكالة بمبلغ ٤١ مليون دولاراً، وحصل داثوها على ٤٤ ستة عن كل دولار من الدين. ورغم مشروعات المليونير المكسيكي الطموحة لتطوير الوكالة بالتركيز على التحليلات الإخبارية، إلا أنه اضطر إلى بيعها نتيجة استمرار الخسائر وخوف الشعب الأمريكي من توجيه الوكالة لخدمة أهداف سياسية مكسيكية. وتم بيعها بالفعل إلى شركة الكابيل FNN.

وقد دفعت المشكلات الاقتصادية المتالية التي تعرضت لها الوكالة إلى تساؤل بعض المهتمين عن جدوى استمرارها في العمل، إلا أن المدافعين عن استمرار وجودها أشاروا إلى أنها تعمل كمنافس للاسوشيدبرس وإنه بدون وجودها لما كانت الاسوشيدبرس حريصة على أن تكون دقيقة ومتطوره كوكالة أنباء. وبالتالي فإن فقدان اليونايدبرس قد يعني فقدان اثنين من أفضل وكالات الأنباء في العالم.

وفي بداية التسعينيات من القرن العشرين تم بيع الوكالة مرة أخرى إلى

مجموعة من المستثمرين السعوديين الذين يمتلكون شبكة تليفزيون الشرق الأوسط في العاصمة البريطانية.

### تقييم أوضاع اليونايتديرس:

لقد بحثت اليونايتديرس - في رأينا - عندما كانت قادرة على تنوع خدماتها وعملياتها. فعندما واجهت الواقع الاحتكري لوكالة الاسوشيدبرس اتجهت إلى الإذاعات كعملاء جدد لها. ولذلك فإن التحدي الذي واجه اليونايتديرس وكل وكالات الأنباء في السنوات القادمة يتمثل في استقطاب عملاء جدد حتى من خارج وسائل الإعلام.

ويعتقد بعض الباحثين أن اليونايتديرس كان يجب أن تنوع خدماتها لتشمل تقديم خدمات لوسائل الإعلام الإخبارية وليس للصحف فقط، وتقدم أنواع جديدة من الخدمات وتقدم معلومات وأبعارات لعملاء غير إعلاميين. وكل خدمة من الخدمات السابقة يمكن أن تتضمن الخدمات الإخبارية الحالية أو تقديم خدمات جديدة ومتخصصة تناسب وسائل الإعلام والعملاء غير الإعلاميين.

وقد سبق أن بحثت وكالات أنباء في نشر وبيع الكتب بخاحا ملحوظاً. وسيق للاسوشيدبرس نشر كتب وموسوعات رياضية سنوية. وسيق للاسوشيدبرس واليونايتديرس أيضاً نشر قصص إخبارية في كتب حققت أرباحاً طائلة مثل كتاب قضيحة ووترجيت الذي نشرته اليونايتديرس.

كما سبق لليونايتديرس في السنتين أن أدخلت خدمة الأسئلة الخاصة التي مكتت المشترkin من وسائل الإعلام والمؤسسات غير الإعلامية توجيه أسئلة لوكالة والحصول على إجابات عنها مقابل رسوم خاصة. ولم يكن يتم نشر الإجابة على المخطوط العامة للكتابة وإنما من خلال خط خاص بالسائل. وحققت هذه الخدمة عائداً كبيراً للكتابة مثل ٦١٪ من إجمالي العائدات السنوية لها.

## وكالة تاس TASS

- تقدم وكالة تاس السوفيتية السابقة غودجا مختلفاً عن الوكالات الغربية، وكانت تميز حتى اختيار الاتحاد السوفيتي في عام ١٩٩١ بما يلي:
- ١- إنما - في إطار الطبيعة الخاصة للإعلام الشيوعي السابق - كانت تعد مرافقاً من مرافق الدولة السوفيتية، مثلها مثل الجيش والشرطة.. الخ.
  - ٢- إنما لم تكن تستهدف تحقيق ربح مثل الوكالات الغربية. وكانت تدار مالياً وتحريرياً من جانب موظفين في الدولة. وكانت تعتمد في تمويلها على ما تخصصه لها الدولة من ميزانية سنوية مستمدّة من ميزانية الدولة.
  - ٣- كانت تاس تعمل في إطار الهدف العام من الإعلام الشيوعي وهو بيان وتفسير سياسة الدولة والحزب الشيوعي، وتنظيم الجماهير السوفيتية لخدمة الشيوعية في الداخل، والدعابة للدولة السوفيتية ولحلفائها والترويج للفكر الشيوعي في الخارج.
  - ٤- كانت تاس تقدم وظيفة الدعاية للدولة والحزب والأيديولوجية الشيوعية على ما عدتها من الوظائف الأساسية لوكالة الأنباء خاصة وظيفة جمع وتوزيع الأخبار. ولذلك لم تكن تاس تقتصر بما عرف في الوكالات الغربية بالسبق الصحفي والانفراد.
  - ٥- كان لناس قيمها الخبرية الخاصة بها وال مختلفة عن قيم الأخبار الغربية. وكانت تؤخر نشر بعض الأخبار المهمة وتتلاعب في تحرير البعض الآخر لخدمة أهداف سياسية.
  - ٦- لم تكن تاس تقتصر بالموضوعية وتحاول تماماً مبدأ الإعلام من أجل الإعلام الذي كانت تنتهيجه بعض الوكالات الغربية. إذ كانت تسعى إلى إحداث تأثير في الرأي العام في الداخل وفي الخارج بما تنشره من أخبار وتقارير وصور.

**التطور التاريخي لناس:**

قبل ثورة أكتوبر ١٩٧١ ( الثورة الشيوعية - الثورة البلشفية ) ظهرت في

روسيا القيصرية وكالة أنباء على النمط الغربي هي بطرسبرجر تلغرافن اجنتور، أي وكالة أنباء بطرسبرجر التلفافية لكنها لم تحقق نجاحا عالميا مثل مثيلاتها الغربية كهافاس ورويترز وولف لأسباب متعددة تتصل بخضاؤ الدور الدولي لروسيا القيصرية مقارنة بالدور الفرنسي أو البريطاني أو الألماني والذي مكن الدول الثلاثة من تقسيم العالم فيما بينها كمستعمرات وتقسيمه أيضا كمحال عمل بين وكالاتها الثلاثة، وكانت وكالة بطرسبرجر خارج هذا التقسيم.

وبعد نجاح ثورة أكتوبر تم إغلاق وكالة بطرسبرجر لصلتها السابقة بالقبصرية، وأنشأ البلاشفة وكالة أنباء جديدة هي وكالة روسنا. وتمثلت أهدافها في:

- نشر البلاغات الرسمية والتوجيهات الخزية على الصحف (توجيهات الحزب الشيوعي).
- الدعاية للثورة وتفسير الأخبار بما يتفق مع أهداف الثورة والحزب وبما يخدم مصالح الدولة.

وفي عام 1918 وفي إطار الرغبة في السيطرة على تدفق المعلومات داخل البلاد، أصدرت وكالة روسنا نشرة للدعاية للحزب الشيوعي هي اجيت روسيا هدف توجيه الشعب نحو تحقيق أهداف الحزب الشيوعي عن طريق المقالات والشعارات السياسية والأيديولوجية. وقد عملت هذه النشرة في إطار الأجهزة الإعلامية التي أنشأها البلاشفة للسيطرة على الجماهير وتبعتها مثل: جهاز الإنارة والدعاية الذي استهدف السيطرة على شؤون الصحافة (مركزية واتحادية وعملية)، وجهاز التوجيه المنوي الخاص بشؤون النشر والأدب.

### إنشاء وكالة تايس:

بسبب تزايد المسؤوليات والمهام الملقاة على عاتقها وتزايد واتساع أعمالها في الداخل والخارج بعد قيام الاتحاد السوفيتي، تحولت وكالة روسنا للأنباء إلى وكالة أكبر أطلق عليها وكالة أنباء الاتحاد السوفيتي أو *Telegrafnico Agenstvo*.

Sovietskovo Soyuza (TASS) التي عرفت اختصاراً بالأحرف الأربع الأولى من الكلمات الأربع المكونة للاسم السابق تاس . TASS .

وقد تم إلحاق الوكالة الجديدة بمجلس الوزراء السوفيتي . واعتبرت الصوت الرسمي الناطق باسم الدولة السوفيتية . واعتبر جميع العاملين بها موظفين رسميين لدى الدولة . وخصص لها مجلس إدارة لإدارتها تعين الدولة أعضائه .

### مهام وأنشطة تاس:

كانت مهام تاس حتى اختيار الاتحاد السوفيتي تمثل في :

- ١- جمع الأخبار من داخل الاتحاد السوفيتي وتوزيعها داخليا على الصحف والمجلات ووسائل الإعلام السوفيتية .. وخارجيا على الصحف ووسائل الإعلام المشتركة في خدمات تاس والوكالات المرتبطة معها باتفاقيات تبادل أخباري . وكانت تاس تؤدي هذه المهمة من خلال قسمها الداخلي "سيوزني تاس" وكان له مكاتب ومراسلين في جميع أنحاء الاتحاد السوفيتي . وقد توسيط بعض هذه المكاتب لتتحول إلى وكالات أنباء قائمة بذاتها في إطار تاس وتُنضم لها، مثل وكالة أنباء أوكرانيا وكالة أنباء حورجيا وكالة أنباء روسيا البيضاء..... الخ . وكانت مهمة قسم "سيوزني تاس" ووكالاته الفرعية تحصر في جمع الأخبار الداخلية وإرسالها إلى المركز الرئيسي لناس في موسكو لتقرير أمر بها وتوزيعها على وسائل الإعلام المحلية والعالمية، بالإضافة إلى توزيع افتتاحيات الصحف السوفيتية الكبرى مثل البرافدا وازفستيا .

- ٢- جمع الأخبار من الدول الأجنبية وتوزيعها على الصحف والمجلات وأجهزة الإعلام السوفيتية . وكان يقوم بهذه المهمة القسم الخارجي في تاس المعروف باسم "أنبيو تاس" . وكان العمل في هذا القسم يجري على أساس تقسيم العالم إلى عدة مناطق رئيسية حسب أهميتها الجغرافية والسياسية للاتحاد السوفيتي وحسب قرها أو بعدها عن الأيديولوجية الشيوعية . وكانت هذه الأقسام تضم: قسم أوروبا الشرقية - قسم الشرق الأوسط والعالم العربي - قسم أوروبا

الوسطي - قسم أوروبا الغربية - قسم أمريكا الشمالية - قسم الشرق الأقصى -  
وقسم أمريكا اللاتينية.

وكان القسم الخارجي يعمل من خلال مكاتب تاس المنتشرة في المدن  
الأجنبية الرئيسية (العواصم العالمية) بالإضافة إلى اتفاقيات التبادل التي عقدتها تاس  
مع بعض الوكالات المحلية والإقليمية العالمية مثل روبيتز، والاسوشيدبرس  
واليونايتدبرس إنترناشونال والفرنسية ووكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية.

وكان سياسته نشر الأخبار الخارجية عبر تاس تقوم على الحرص الشديد  
والدقة المتناهية. وكان يشترط أن يصب الخبر في الخطة الإعلامية للدولة حتى يتم  
بثه على شبكات الوكالة.

وكان القسم الخارجي في تاس يوزع خدماته بعدة لغات هي: الروسية  
والإنجليزية والفرنسية والألمانية والعربية. وكان مراسلو تاس في الخارج يعاملون  
معاملة الدبلوماسيين السوفيت.

وقد أست تاس في عام ١٩٥٠ وبالتعاون مع وكالات أنباء الدول  
الاشراكية أخادا لوكالات أنباء الاشتراكية ضم وكالات دول شرق أوروبا  
والصين الشعبية والدول الشيوعية الأخرى.

٣- جمع الصور الإخبارية الداخلية واستقبال الصور الخارجية من خلال  
قسم التصوير "فوتو تاس". وكان لهذا القسم اتفاقيات تبادل للصور مع الوكالات  
العالمية والخلية الأخرى.

٤- جمع الأخبار المتخصصة وتوزيعها داخلياً وخارجياً من خلال الأقسام  
الفرعية المتخصصة في الوكالة مثل قسم أنباء الرياضية وقسم الأدب والفن.

### وكالة نوفوسني

وكالة نوفوسني هي وكالة للدعابة والإعلام الثقافي أنشأها الاتحاد السوفيتي في  
عام ١٩٦١ وأثناء الحرب الباردة مع الولايات المتحدة الأمريكية والمعسكر الغربي.

### دوافع إنشاء نوفوستي:

- ١- الشعور بال الحاجة إلى وسيلة إعلام ذات طابع دولي تقوم بنقل الفكر والثقافة والأيديولوجية الشيوعية إلى العالم.
- ٢- انشغال الوكالة الرئيسية (ناس) بالمضمون السياسي والخبرية وعدم قدرها على القيام بالدور الدعائي المنسد إليها.
- ٣- ظهور تيار جديد في الإعلام السوفيتي يدعو إلى التركيز على الجوانب الثقافية وإبراز الإنجازات السوفيتية في مجالات الفن والأدب والعلوم والرياضة، باعتبار أن ذلك أفضل طريقة للدعابة للفكر الشيوعي في العالم وأثبات نجاحه.
- ٤- الشعور بال الحاجة إلى توضيع حقيقة الأمة السوفيتية ومنجزاتها العلمية والثقافية.
- ٥- مواجهة السيطرة الغربية على الرأي العام العالمي.

### أهداف نوفوستي:

- ١- الدعاية والإعلام الثقافي عن إنجازات المجتمع السوفيتي في الميادين السياسية والثقافية والعلمية... الخ.
- ٢- إبراز دور الأيديولوجية الشيوعية وحكم البروليتاريا في تحقيق هذه الإنجازات.
- ٣- التعرف على بقية شعوب العالم، وتعريف الشعوب السوفيتية بها، خاصة شعوب الدول النامية والدول الاشتراكية الأخرى.
- ٤- دعم علاقات الصداقة والتعاون بين شعوب الاتحاد السوفيتي وشعوب العالم.

### تطور نوفوستي:

نبعت فكرة نوفوستي في المؤتمر الشعبي الذي ضم ممثلين لاتحاد الصحفيين السوفيت الذي يضم ٤٠٠ ألف صحفي واتحاد الكتاب واتحاد الجمعيات السوفيتية للصداقية والعلاقات الثقافية وجمعيات صداقية من ٨٧ دولة أجنبية.

وتبلور في هذا المؤمر فكرة إنشاء وكالة نوفوستي كوكالة معلومات تابعة للمؤسسات السوفيتية العامة، على أن تكون هيئة مستقلة عن الحكومة وتعاون مع الإدارات الرسمية وليس ملحقة لها. وقد حملت نوفوستي عند نشأتها شعار (الإعلام من أجل السلام وخير الشعوب).

وعلى خلاف وكالة تاس، كانت نوفوستي تمثل الجانب الشعبي للدولة السوفيتية. وشملت أهدافها المعلنة تعزيز ودعم التفاهم والثقة والصداقة الدولية من خلال نشر المعلومات الحقيقة عن الاتحاد السوفيتي في الخارج، وتعريف الشعوب السوفيتية بحياة وثقافات الشعوب الأخرى.

#### إدارة نوفوستي:

كانت نوفوستي تدار من خلال ثلات مجالس هي:

١- المؤمر التأسيسي، ويضم ممثلين عن الاتحادات التي شاركت في تأسيس الوكالة. ويجتمع كل أربع سنوات لمراجعة تقارير مجلس الوكالة وأوجه نشاطها. وكان لهذا المؤمر حق تعديل قوانين الوكالة والصدق عليها وانتخاب مجلس المؤسسين ومجلس الوكالة.

٢- مجلس المؤسسين، وكان يتولى متابعة جميع أنشطة الوكالة وبصدق على انتخاب مجلس الوكالة ويقرر مهام الوكالة ويجتمع مرة واحدة في العام على الأقل.

٣- مجلس الوكالة، وهو مجلس الإدارة وكان يتولى متابعة النشاط اليومي للوكالة ويضم عشرة من أعضاء الحزب الشيوعي السوفيتي.

وقد تمت نوفوستي بكافة حقوق الشخصية الاعتبارية، فكان لها حق فتح الاعتمادات المالية الجارية في بنوك الدولة وفي الخارج كما كان لها حق امتلاك العقارات والتصرف فيها، وحق التناقض وتلقي القروض وعقد الاتفاقيات الخاصة ودخول أي نشاط تجاري يستلزمها عملها.

وكان يتم تمويل نوفوستي من عائدات المواد الإعلامية وعائدات أنشطة النشر، والإعلانات التي تقدمها المؤسسات السوفيتية العامة بالإضافة إلى الدعم المالي من الحزب الشيوعي السوفيتي.

### خدمات نوفوستي:

تركزت خدمات نوفوستي على إنتاج مقالات وتعليقات وأحاديث وتحقيقات صحفية ومواد مصورة عن السياسة الداخلية والخارجية للاتحاد السوفيتي، والحياة الاقتصادية والاجتماعية داخله. وقد شملت هذه الخدمات ما يلي:

- تقديم إنتاجها للصحف ووكالات الأنباء ودور النشر والإذاعات ومحطات التلفزيون والجمعيات والهيئات المهتمة.
- إعداد المواد الإعلامية التي تعكس اتجاهات الرأي العام السوفيتي حول الأحداث الداخلية والخارجية.
- إنتاج مقالات وتعليقات وأحاديث وتحقيقات ومواد مصورة عن البلاد الأجنبية وتوزيعها على وسائل الإعلام السوفيتية والأجنبية أيضاً.
- إمداد وسائل الإعلام ووكالات الأنباء الأجنبية بما تحتاجه من مواد إعلامية عن الحياة في الاتحاد السوفيتي والخارج.
- نشر وتوزيع المطبوعات السوفيتية في الخارج.

وقد كان لوكالة نوفوستي مركز رئيسي في العاصمة السوفيتية موسكو، كما كان لها عدد كبير من المكاتب الخارجية خاصة في الدول الاشتراكية ودول العالم الثالث. وكانت نوفوستي تنشر نحو ٣٠ مجلة في الخارج منها ١٤ مجلة في الهند في ١٤ لغة. كما كانت تقوم بنشر عدد كبير من النشرات داخل جمهوريات الاتحاد السوفيتي.

## وكالات الأنباء في روسيا بعد اختيار الاتحاد السوفيتي

وكالة ايتار تاس:

دخلت وكالة تاس بعد اختيار الاتحاد السوفيتي عهداً جديداً، شهدت فيه عدداً من التغيرات المهمة:

في عام ١٩٩٢ تحولت الوكالة لتكون وكالة الأنباء الرسمية لروسيا، وتغير اسمها إلى وكالة ايتار تاس The Information- Telegraph Agency of Russia (ITAR-TASS).

وبناءً على التحول الديمقراطي الذي شهدته روسيا غيرت الوكالة سياستها فيما يتعلق بالوصول إلى مصادر المعلومات. فلم تعد تقتصر خدماتها على الأخبار الرسمية، كما غيرت سياستها في أسس اختيار الأخبار وتقيمها.

وتوسعت الوكالة في استخدام التكنولوجيا الإعلامية الجديدة في مجال جمع وتوزيع الأخبار، بعد أن كانت هذه التكنولوجيا مقصورة في الاتحاد السوفيتي على مجموعة ضيقة من الأشخاص ومؤسسات الدولة. وقد نجحت الوكالة في زيادة سرعة نقل أخبارها وتوزيع خدماتها على المشتركين. وضاعفت عدد القصص الخبرية التي تنتجهما.

وتعتمد ايتار تاس على عدد كبير من المكاتب والمراسلين داخل وخارج روسيا. وللوكالة ٧٤ مكتباً داخل روسيا وجمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق. كما أن لها ٦٢ مكتباً في ٥٩ دولة أجنبية. وترتبط الوكالة باتفاقيات تعاون وتبادل مع وكالات الأنباء العالمية والوطنية في جميع أنحاء العالم.

وتزعم ايتار تاس أنها لا زالت تحفظ موقعها العالمي كواحدة من أكبر وأهم حمس وكالات أنباء في العالم، معتزلة في ذلك على التاريخ الطويل للوكلاء الأم (تاس) الذي امتد نحو ٩٠ عاماً. إلا أن هذا الرعم لا يتوافق تماماً مع ظل تدنى الدور العالمي لروسيا والأزمات الاقتصادية والسياسية الطاحنة التي تعانى منها. إذ أن مكانة الوكالات

العالمية الأربع الكبرى لا زالت مستمرة من مكانة دولها في النظام العالمي.

وبالإضافة إلى خدماتها الإخبارية، تمتلك ايتار تاس وكالة للصور Agency Photo ITAR-TASS، تقدم من خلالها خدمات الصور من داخل روسيا والجمهوريات المستقلة والعالم. وتستخدم الوكالة التكنولوجيا الحديثة في إعداد وتوزيع الصور الرقمية من خلال شبكات الكمبيوتر وأنظمة الأقمار الصناعية. ويضم أرشيف وكالة الصور أكثر من مليون صورة جمعتها الوكالة منذ بداية القرن العشرين. وتقدم الوكالة خدمة صور خاصة لمن يطلبها من وسائل الإعلام المحلية والعالمية خلال أربع وعشرين ساعة من طلبها.

### تاس تليكوم:

وقد أنشأت ايتار تاس إلى جانب عملها في الأخبار والصور، شركة للاتصالات هي تاس تليكوم Tass-Telecom، وتقوم بأنشطة تصميم وتنفيذ وإدارة شبكات الاتصال باستخدام الأقمار الصناعية والألياف الضوئية وشبكات الميكرويف وخطوط الكابل، وتقدم خدمات استشارية في مجال شبكات الاتصال داخل وخارج روسيا، بالإضافة إلى تقديم خدمات المعلومات والصور الرقمية والفيديو والوسائط المتعددة.

### ايتار تاس الولايات المتحدة:

بالإضافة إلى ما سبق فقد أسست ايتار تاس شركة لها في الولايات المتحدة هي ITAR-TASS USA, Inc. وذلك في مدينة نيويورك، لتقدم خدمات المعلومات للشركات الأمريكية العاملة في روسيا أو التي تسعى إلى إيجاد فرص للاستثمار في روسيا وجهوريات الاتحاد السوفيتي السابق.

وتشمل خدمات الشركة الجديدة إعداد دراسات الجدوى للمشروعات الجديدة وإعداد حلقات العلاقات العامة والحملات الإعلانية للشركات والمنتجات الأمريكية في روسيا.

وتصدر ابтар تاس عدداً من الجمادات والنشرات في عدد من اللغات، من أهمها في الوقت الحالي:

- صحيفه أسبوعية لأمريكا وكندا US & Canada- ITAR-TASS Express، وصدرت في فبراير ١٩٩٥، وتوزع نحو ٢٥ ألف نسخة.
- مجلة اقتصادية لليونان Business With Russia، وتوزع ١٠ آلاف نسخة.
- مجلة اقتصادية لألمانيا Russian Economy، وتوزع ١٥٠٠ نسخة.
- مجلة تجارية في هونج كونج Russian Trade Connections، وتوزع ٥٥٠٠ نسخة.

وإلى جانب الخدمات السابقة تقدم ابtar تاس عدداً من الخدمات الأخرى للمهتمين من عملائها في مدى زمني يتراوح بين عدة ساعات وأسبوع حسب طلب العميل، مثل ملخص يومي لآراء الرأي العام الروسي مستمدًا من أكبر عشر صحف روسية، ويغطي هذا الملخص ٢٤ مجالاً مختلفاً، وملخص أسبوعي بالأحداث القادمة خلال أسبوع وتشمل المؤشرات والتذبذبات وأهم الأحداث الاقتصادية والتجارية والمالية المتوقعة في الأسبوع القادم، بالإضافة إلى القوانين والتشريعات الروسية، وأسعار عملات الجمهوريات المستقلة وحركة أسواق المال والأسهم وسوق العقارات.

### آرت انفو - تاس: (بدليل نوفوستي)

في عام ١٩٩١ ساهمت ابtar تاس بالاشتراك مع صندوق الدعم الثقافي الروسي واتحادات الفنانين، شركة آرت انفو المحدودة ARTINFO Ltd. كأول شركة روسية متخصصة في النشر الإلكتروني. وقد تحددت مهام الشركة الجديدة في المجال الثقافي لتكون بدليلاً لوكالة نوفوستي السوفيتية السابقة. وتشمل هذه المهام:

- إنشاء بنوك معلومات الوسائل المتعددة.

- إنتاج وتوزيع الأقراص المدمجة CD-ROMs.
- الطباعة.

وقد نجحت الشركة الجديدة في برنامجها الأول الخاص بنشر الثقافة الروسية في العالم باستخدام تكنولوجيا النشر الإلكتروني. فقد أنشأت بنك معلومات الفنون الروسية الذي يضم معلومات باللغتين الروسية والإنجليزية عن ٧٠٠ فناناً روسياً بارزاً بالإضافة إلى ٦٠٠ صورة رقمية لأعمال هؤلاء الفنانين. كما نشرت سلسلة من الأقراص المدمجة تضم أشهر أعمال الفنانين الروس، وتحظى بـ ١٠ آلaf عملًا فنيًا روسيًا على أقراص مدمجة. وقد نجحت الشركة في وضع بنك المعلومات الفني على شبكة الإنترنت، ويمكن لمستخدمي الإنترنت الوصول إلى أشهر الأعمال الفنية التشكيلية والموسيقية الروسية بالإضافة إلى الأخبار الفنية عبر هذه الخدمة.

### **وكالة انتر فاكس Inter Fax**

في عام ١٩٩١ وبعد دعم من مجلس مدينة موسكو وعمدها في ذلك الوقت الرئيس الروسي السابق بوريس يلسن، تم إنشاء وكالة انترفاكس للأنباء كوكالة أنباء مستقلة مقرها موسكو.

تمثل هدف انترفاكس في البداية في إمداد الصحفيين الأجانب في موسكو بأخبار سياسية واقتصادية وثقافية عن طريق أجهزة الفاكس باللغتين الروسية والإنجليزية. وبعد فترة وجيزة من إنشائها تعرضت انترفاكس لضغوط سياسية ومالية من جانب الدولة الروسية، بالإضافة إلى منافسة حادة من جانب وكالة ايهان تاس بعد إصلاح أوضاعها وتغيير سياستها.

وللحروج من الأزمات المالية المتالية وافقت انترفاكس على عقد صفقة مع مستثمر أمريكي على توزيع خدماتها في الخارج. فقد أقنع ناشر أمريكي يملك شركة نشر صغيرة في دنفر هي الشركة الدولية للنشر والتخصصية في نشر الكتب التقنية في مجالات المناجم والبتروöl والزراعة، أقنع هذا الناشر الوكالة الجديدة

بقدرتها على توزيع خدماتها في الخارج خاصة في الولايات المتحدة وتحقيق أرباح لها. وبالفعل وفي سبتمبر ١٩٩١ بدأت خدمات الوكالة توزع خارج روسيا باستخدام الأقمار الصناعية.

وتصل خدمات انترفاكس في الوقت الحالي إلى العديد من المؤسسات الإعلامية والسياسية بما فيها البيت الأبيض الأمريكي، ويصل عدد مشتركيها إلى ٥٠٠ مشتركاً.

## وكالات الأنباء شبه العالمية

### وكالة أنباء شينخوا:

تعد وكالة أنباء الصين الجديدة (شينخوا) وكالة الأنباء الرسمية لجمهورية الصين الشعبية، وهي من وكالات الأنباء العالمية الحديثة. وتأسست الوكالة في عام ١٩٣١ وأصبحت وكالة أنباء رسمية للدولة بعد تأسيس جمهورية الصين الشعبية عام ١٩٤٩، ومقرها الرئيسي في بكين. ويتولى مركز المعلومات الإخبارية التابع للوكالة (وكانه المعلومات الاقتصادية الصينية) تسويق وبيع المنتجات المعلوماتية والإخبارية كما يتولى جمع المعلومات الاقتصادية ومعالجتها. وإلى جانب المكتب الرئيسية والفرعية في الصين ما عدا مقاطعة تايوان، فتحت وكالة أنباء شينخوا مكاتب إقليمية في هونغ كونغ باسم المكتب الإقليمي لمنطقة آسيا-المحيط الهادئ، وفي مدينة مكسيكيو سين باسم المكتب الإقليمي لأمريكا اللاتينية، وفي نيروبي باسم المكتب الإقليمي لأفريقيا، وفي القاهرة باسم المكتب الإقليمي للشرق الأوسط، وفي باريس باسم المكتب الإقليمي للمنطقة الناطقة بالفرنسية، علماً بأن هذه المكاتب لها الحق في بث الأخبار مباشرةً، كما فتحت وكالة أنباء شينخوا هيئتي تحرير إحداها في نيويورك والأخرى في موسكو يحق لها أيضاً بث الأخبار مباشرةً بالإضافة إلى مكاتبها في أكثر من ١٠٠ دولة ومنطقة في العالم.

وقد وقعت وكالة أنباء شينخوا اتفاقيات تجارية وغير تجارية لتبادل النشرات

الإخبارية مع وكالات الأنباء وسائل الإعلام في أكثر من ١٠٠ دولة في العالم. كما أقامت علاقات تعاون مع عدد من هيئات المعلومات الأجنبية.

وعلى صعيد التكنولوجيا قامت الوكالة بتحديث تقنيات الاتصالات باعتبارها وكالة أنباء شبه عالمية كبيرة في العالم. فقد أنشأت نظاماً لمعالجة المعلومات بالحواسيب بما في ذلك التحرير ومعاجلة الصور والاتصالات والمعلومات الاقتصادية وفهرسة المعلومات. كما أصبح في حوزتها شبكات نقل بما في ذلك الاتصالات بالأقمار الصناعية مما أدى إلى تشكيل شبكات اتصال إخبارية تغطي جميع مناطق الصين ومعظم البلدان والمناطق في العالم مع اعتبار بكين محوراً لها.

وتقديم وكالة أنباء شينخوا الخدمات الإخبارية من خلال بث الأخبار بالأقمار الصناعية وباتصالات الحاسوبات وعلى خطوط خاصة أو على شبكة الإنترنت. وتقديم وكالة أنباء شينخوا للمشترين معدات للاتصالات وبرامج لاستقبال أخبارها أو المعلومات الاقتصادية والصور المرسلة منها.

واعتباراً من نوفمبر عام ١٩٩٧، شرعت وكالة أنباء شينخوا في نشر الأخبار المتعلقة بالصين وسائل مناطق العالم عبر موقعها على شبكة الإنترنت باللغة الصينية المقدمة الخطوط واللغة الصينية المبسطة الخطوط والإنجليزية والعربية والأسبانية واليابانية والبرتغالية والروسية. ويمكن للمشترين أن يجروا محادثات مع هيئة الإدارة والتسويق للوكالة، كما يمكنهم استقبال مختلف الأخبار والمعلومات والصور عبر شبكة الإنترنت. كما يمكن للمشترين أيضاً أن يطالعوا من خلال هذا الموقع العناوين الخاصة للأحداث الساخنة والمتعددة وصفحات ١٢ جريدة تابعة لهذه الوكالة.

وبث وكالة أنباء شينخوا الأخبار على مدار ٢٤ ساعة بلا انقطاع بسبع لغات، صينية وإنجليزية وعربية وفرنسية وأسبانية وروسية وبرتغالية. وبغية سد متطلبات المشترين، تقدم وكالة أنباء شينخوا مقالات خاصة من مختلف الأنواع، باللغات الصينية والأجنبية. وتغتير الأخبار الصينية التي تبثها وكالة أنباء شينخوا

قناة هامة يمكن للعالم أن يطلع منها على الصين علماً بأن هذه الأخبار تبث فور وقوعها.

## وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية

تأسست وكالة أنباء الشرق الأوسط the Middle East News Agency والمعروفة اختصاراً بـ (أ.ش.أ) أو (MENA) في ١٥ ديسمبر عام ١٩٥٥ كشركة مساهمة تملكها دور الصحف المصرية برأس المال لم يتجاوز في ذلك الوقت ٢٠ ألف جنيه ثم شاركت الحكومة المصرية بالنصف بعد عدة أشهر. وفي ٨ فبراير عام ١٩٥٦ صدر قرار مجلس الوزراء المصري بإنشاء الوكالة وفي الثامن والعشرين من فبراير بدأت توزيع أولى نشراتها بالروابط، وفي ١٦ إبريل عام ١٩٥٦ بدأت الوكالة بث نشراتها على أحجزة التيكرز كأول وكالة إقليمية في الشرق الأوسط.

في عام ١٩٦٠ صدر قرار بتأميم الوكالة مع باقي المؤسسات الصحفية وأصبحت تتبع وزارة الإعلام حتى استقر وضعها عام ١٩٧٨ كمؤسسة صحفية قومية تتبع مجلس الشورى مثلها في ذلك مثل باقي المؤسسات الصحفية القومية.

وتعُد وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ.ش.أ) حالياً من أقوى وكالات الأنباء الإقليمية وأكبر وكالة أنباء عربية وأفريقية وجاء ترتيبها الحادي عشر في قائمة وكالات الأنباء العالمية وفق تقرير منظمة اليونسكو.

وقد بدأت الوكالة بث أخبارها باللغة العربية فقط وكان عدد الأخبار بعد بالعشرين.. أما الآن فقد وصل إلى خمسة عشر يومياً في المتوسط. وتبيّن الوكالة يومياً وطوال أربعة وعشرون ساعة ربع مليون كلمة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية وتحصل عندهما الإبخارية إلى جميع أنحاء العالم.

وبدأت الوكالة في عام ١٩٩٦ بث خدماتها عبر ثلاثة أقمار اصطناعية تغطي قارات إفريقيا وأسيا وأوروبا والأمريكتين. كما بدأت الوكالة في استخدام الكمبيوتر في جميع عمليات تحرير وبث الأخبار عبر الأقمار الاصطناعية.

### أهداف أ.ش.ا:

- تتمثل أهداف وكالة أنباء الشرق الأوسط.. منذ نشأتها وحتى الآن في:
- ١- الحصول على أنباء من مختلف المصادر في الداخل والخارج وبثها وتسويقها باعتبارها وكالة أنباء إقليمية تقدم - من هذا المنظور - رؤية واعية للأحداث والتطورات التي تهم المنطقة سواء ما جرى منها في أرض المنطقة ذاتها أو ما يتصل بها في عواصم العالم.
  - ٢- إعداد مختلف المواد الصحفية من تحقيقات وصور وأبحاث ودراسات وتسويقها في الداخل والخارج.
  - ٣- إصدار الشرات النوعية المتخصصة باللغة العربية واللغات الأجنبية في شئ المجالات التي تهم المشتركين.
  - ٤- تقديم الخدمات الإخبارية الخاصة لوكالات الأنباء العالمية ولمراسلي وسائل الإعلام المقيمين بالقاهرة أو بالمنطقة.
  - ٥- تقديم خدماتها الفنية من خلال ثلاث أعمدة اصطناعية لل المشتركين ووكالات الأنباء.
  - ٦- تقديم خبراتها الصحفية الفنية لوكالات الأنباء الوطنية في العالم العربي وأفريقيا ودول العالم الثالث.

### الخدمات الإخبارية لـ وكالة:

تقديم وكالة أنباء الشرق الأوسط ست خدمات إخبارية في وقت واحد تبنت كل منها خدماتها طوال ثمانية عشر ساعة يوميا على الأقل تمتد إلى أربعة وعشرون ساعة لتغطية الأحداث المهمة.. وهي:

- النشرة العربية المحلية وهي موجهة إلى المشتركين داخل مصر. وتركز على تغطية مختلف جوانب النشاط السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والرياضي الخ.. مع التغطية الشاملة لأهم الأخبار والأحداث العربية والشرقية وأوسطية العالمية.

- النشرة العربية الخارجية وهي موجهة للمشتركين خارج مصر. وتنظر على تقديم تغطية إخبارية مركزة وواافية وشاملة لأهم الأخبار والأحداث في مصر فضلاً عن التركيز على الأحداث والتطورات في العالم العربي ومنطقة الشرق الأوسط والتغطية الواسعة للأحداث العالمية.

- النشرة الإنجليزية والنشرة الفرنسية وتقدم هاتان النشرتان أهم ما تشهي النشرتان العربيتان. وما موجهتان إلى المشتركين الناطقين بالإنجليزية والفرنسية داخل مصر وفي الخارج.

- النشرة الدولية الخاصة وهي نشرة تهتم بالأخبار السياسية في المنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط وتتضمن أخباراً خاصة اعتماداً على مصادر مختلفة واحتيارات دقيقة.

### النشرة الاقتصادية

وإلى جانب الخدمات السابقة تقدم وكالة أنباء الشرق الأوسط عدداً من الخدمات الصحفية الأخرى، مثل خدمة التحقيقات الصحفية والخدمة المصورة إذ تقوم الوكالة بإعداد مجموعة متنوعة من التحقيقات الصحفية المصورة تغطي مختلف مجالات الحياة الثقافية والفنية والعلمية والرياضية والتاريخية... الخ، داخل مصر وخارجها، كما تزود المؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية والأجنبية بصور الأحداث المهمة في مصر.

وتصدر الوكالة بمجموعة من النشرات المتخصصة المطبوعة.. هي:

١- نشرة R.P.C وتصدر يومياً باللغة الإنجليزية وتقدم للقارئ غير الناطق بالعربية موجزاً لأهم الأخبار والتعليقات المنشورة في الصحف الصادرة في مصر.. وتوزع هذه النشرة على السفارات والمكاتب الصحفية والمؤسسات الأجنبية بالقاهرة نظير اشتراك خاص.

٢- نشرة R.P.P وتصدر نصف أسبوعية باللغة الإنجليزية وتقدم عرضاً وافياً لأهم الأخبار والقضايا التي تنشرها الصحف الجزئية في مصر.

٣- المجلة الاقتصادية M.E.N وتصدر أسبوعياً باللغة الإنجليزية وتقدم عرضاً وافياً لأهم الأخبار والقضايا الاقتصادية التي تعنى المهتمين والعاملين في المقلع الاقتصادي في مصر.

كما تصدر الوكالة عدداً من النشرات المتخصصة باللغة العربية.. يصل عددها إلى عشر نشرات.. هي: الصناعة، الطب، البيئة، الزراعة، التكنولوجيا، المرأة والطفل، الثقافة والفنون، الكمبيوتر، العلم، الطاقة. وتقدم كل هذه النشرات عرضاً للأحداث في مصر وفي الخارج في الحالات التي تغير عنها عناوينها. وهي موجهة بالأساس للعاملين في مختلف الحقول والمهتمين بهذه التخصصات.

وبذلك يبلغ عدد النشرات التي تبنتها وتصدرها الوكالة ست عشرة نشرة ومطبوعة ما بين يومية ونصف أسبوعية وأسبوعية. ويتولى تحرير وتغذية هذه النشرات والمطبوعات أكثر من أربعين صحفياً يتراوبون العمل طوال اليوم في المركز الرئيسي للوكالة ومن خلال شبكة متراصة الأطراف في مصر والخارج.

وفي داخل مصر.. تواجد الوكالة على ساحة الأحداث بكثافة وفعالية غير مكانتها ومراسليها في جميع المحافظات لتزويد المركز الرئيسي بمختلف الأخبار والتحقيقات والموضوعات التي تغطي جوانب الحياة في المحافظات.

أما شبكة مراسلي الوكالة في الخارج.. فتضم ٣٨ مكتباً ومراسلاً ينتشرون في عواصم العالم كالتالي:

١- الوطن العربي - ستة عشر مكتباً ومراسلاً في: بيروت. دمشق. بغداد. الكويت. الرياض. أبو ظبي. صنعاء. عمان. غزّة. الخرطوم. طرابلس. تونس. الجزائر. الرباط. نواكشوط.

٢- أوروبا والولايات المتحدة - أحد عشر مكتباً ومراسلاً في: واشنطن. نيويورك. لندن. باريس. موسكو. برلين. روما. جنيف. سراييفو. أثينا. صوفيا

٣- إفريقيا - أربعة مكاتب في: نairobi. أديس أبابا. داكار. جوهانسبرج.

٤- آسيا- خمسة مكاتب في: إسلام أباد، أنقرة، بكين، حاكرونا، نيودلهي.

### التعاون الدولي

ترتبط وكالة أنباء الشرق الأوسط بعقود تعاون وتبادل إخباري مع خمس وعشرين وكالة أنباء عربية وإقليمية ودولية كما إنها عضو مؤسس في وكالة الأنباء الإسلامية ووكالة الأنباء الأفريقية وجمع وکالات أنباء دول عدم الانحياز واتحاد وکالات الأنباء العربية ورابطة وکالات أنباء البحر الأبيض المتوسط.

### التنظيم الإداري للوكالة

يقف على قمة التنظيم الإداري للوكالة رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير الذي يرأس محكم منصبه مجلس إدارة الوكالة. ويكون مجلس الإدارة من التي عشر عضواً بجانب الرئيس، يعين المجلس الأعلى للصحافة نصفهم بناء على ترشيح رئيس مجلس الإدارة. والنصف الآخر يتم اختياره بالانتخابات المباشرة من قبل العاملين بالوكالة.

ويختص مجلس الإدارة بوضع السياسات وخطط العمل والموازنات السنوية ومشروعات تطوير وتحديث العمل بالوكالة. ويجتمع المجلس مرة كل شهر على الأقل ويتولى رئيس مجلس الإدارة اختصاصات المجلس أثناء عدم انعقاده ويتولى محكم القانون إدارة وتوجيه العمل اليومي للوكالة

ويدير رئيس مجلس الإدارة العمل اليومي من خلال عشرة قطاعات يتضمنها التنظيم الإداري للوكالة.. ستة قطاعات منها تختص بالعمل الصحفي .. وأربعة قطاعات خاصة بالإدارة. وتشمل قطاعات العمل الصحفي قطاع الأخبار، وقطاع التحرير، وقطاع النشرات، وقطاع المكتب الخارجية، وقطاع الاقتصادي، وقطاع التحرير المصور. ويعاون رئيس مجلس الإدارة في هذا المجال مجلس التحرير الذي يتولى متابعة العمل اليومي في هذه القطاعات ويتم تشكيله بقرار من مجلس الإدارة ويضم مجموعة من الصحفيين يجتمعون بين الخبرة والكفاءة المهنية.

كما يتضمن التنظيم الخاص بوكلة أباء الشرق الأوسط الجمعية العمومية وهي تتكون من ٣٠ عضوا يتم اختيار ثلثهم بالانتخاب المباشر من العاملين بالوكالة.. والباقيون يتم تعينهم بقرار من المجلس الأعلى للصحافة بناء على ترشيح رئيس مجلس الإدارة. وتختص الجمعية العمومية بمتابعة أداء مجلس الإدارة واعتماد خطط وبرامج العمل والموازنات السنوية والموازنات التخطيطية للوكالة.

### وكالات أباء الوطنية:

#### وكلة أباء الكويت (كونا):

تأسست وكلة أباء الكويتية (كونا) في ٦ أكتوبر عام ١٩٧٦ بموجب مرسوم بقانون يقضى بإنشاء مؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية باسم وكلة أباء الكويتية. وقد تحددت أهداف الوكالة في العمل على تجميع الأخبار وتوزيعها على المؤسسات الإعلامية والأفراد لتزويدهم بالخدمة الإخبارية الموضوعية غير المتحيزة والأمينة، وإبراز قضيابا الكويت في المحيط الإقليمي والدولي.

وقد بلغ عدد العاملين في وكلة أباء الكويتية في عام ١٩٩٩ نحو ٣٦٥ عاملًا، وبلغ متوسط عدد أخبار النشرتين العربية والإنجليزية حوالي ٧٢٥٠٠ خبرا في نفس العام.

وقد بدأت كونا في ١١ مارس ١٩٧٨ خدمتها الإخبارية باللغة العربية داخل الكويت بواقع ٦ ساعات يوميا على فترتين صباحية ومسائية. وفي ١٠ يونيو من نفس العام زادت ساعات البث إلى ١٢ ساعة يوميا. وازدادت ساعات البث في ١٤ أكتوبر من نفس العام إلى ١٦ ساعة يوميا.

وفي ١٥ نوفمبر عام ١٩٧٨ بدأت كونا خدمتها الإخبارية الخارجية باللغة العربية لمدة ثلاثة ساعات يوميا تطورت إلى ١٢ ساعة في اليوم، وفي ١٥ فبراير من عام ١٩٧٩ زادت ساعات البث الخارجي لتصل إلى ١٦ ساعة يوميا. وفي

٢٨ نوفمبر من عام ١٩٧٩ بدأت كونا تقديم خدمة جديدة مخصصة للسفارات وقنصليات الكويت في الخارج، هدف ربط الكويتيين المتواجدين في الخارج بأبرز أخبار الكويت من الصحف ونشرة الوكالة ومصادر المعلومات الكويتية الأخرى.

وفي ١٥ يناير من عام ١٩٨٠ بدأت كونا خدمة البث باللغة الإنجليزية داخل الكويت بواقع ١٢ ساعة يومياً. وفي ٢٥ فبراير من نفس العام بدأت كونا تقديم خدمتها الإنجليزية خارج الكويت بواقع ١٠ ساعات يومياً زادت بعد ذلك مدة البث لتصبح ١٦ ساعة يومياً للبث الخارجي والداخلي.

وقد بلغ متوسط عدد أخبار النشرة العربية الداخلية والخارجية التي تم بثها خلال عام ١٩٧٨ حوالي عشرين ألف خبراً، ارتفع خلال أعوام ١٩٨٤، ١٩٨٥، ١٩٨٦ و ١٩٨٧ ليصل إلى مائتين ألف خبراً.

وفي ديسمبر عام ١٩٩٤ استحدثت كونا خدمة الأخبار الشخصية وهي خدمة هاتفية تتضمن آخر الأخبار المحلية والعالمية على مدار الساعة.

### كونا أثناء الغزو العراقي للكويت

بالرغم من الاحتلال العراقي للكويت ومصادرة كل أجهزة ومعدات وأرشيف الوكالة من قبل القوات العراقية، إلا أن الوكالة استطاعت خلال فترة قصيرة من إعادة تنظيم هيكلها، واعتماداً على الكوادر الوطنية بدأت بثها من العاصمة البريطانية لندن نظراً للتواجد الإعلامي العربي والعالمي الكبير فيها. ونُددت رسالة الوكالة في تلك الفترة في تأكيد شرعية النظام واستقلالية الكويت كدولة ذات سيادة معترف بها من قبل المنظمات الدولية والإقليمية. وقد بدأت كونا بثها من العاصمة البريطانية في ٣ أكتوبر ١٩٩٠، واستطاعت خلال الفترة الممتدة من ٣ أكتوبر ١٩٩٠ إلى نوفمبر ١٩٩١ من بث حوالي ١٦١١٠ خبراً.

وبعد التحرير وفي نوفمبر من عام ١٩٩١ عادت كونا إلى مقرها الدائم في الكويت وبدأت إعادة التأسيس والتي اكتملت بحلول عام ١٩٩٢ لتبدأ في ١٥ نوفمبر ١٩٩١ بث خدمتها الإخبارية من جديد بمعدل ٤٠ خبراً يومياً ليرتفع

خلال عام ١٩٩٩ إلى ٤٢ ألف عبرا. وأرتفع عدد موظفي الوكالة من ٧٥ موظفا عام ١٩٧٨ إلى ٣٦٥ موظفا عام ١٩٩٩.

### الميكل التنظيمي للوكالة:

يتكون الميكل التنظيمي للوكالة من مجلس لإدارة، وقطاع التحرير، وقطاع الشؤون المالية والإدارية.

ويتكون مجلس الإدارة من المدير العام للوكالة رئيسا وأربعة أعضاء يعينهم مجلس الوزراء بناء على ترشيح وزير الإعلام. ويمثل مجلس الإدارة السلطة العليا في الوكالة ويناط به رسم الإستراتيجية الإعلامية التي يجب أن تتوجهها الوكالة لتحقيق الأهداف التي أنشأت من أجلها.

ويتكون قطاع التحرير في وكالة كونا من إدارة التحرير، ومركز المعلومات والأبحاث، ومركز كونا لخدمات التصوير بالإضافة إلى مكتب للتسيق والمتابعة. ويتولى مركز المعلومات والأبحاث تجميع المعلومات من مختلف المصادر العربية والأجنبية ويقوم بفرزها وتصنيفها في الملفات الخاصة بها، كما يقوم بالكشف الإلكتروني لنشرة الوكالة العربية. ويقوم قسم الأبحاث بكتابة التقارير حول مختلف القضايا الداخلية والخارجية، في الوقت الذي يتولى قسم الترجمة ترجمة أهم التقارير والأبحاث، في حين تتولى المكتبة تزويد العاملين في الوكالة بالكتب والمحللات والدوريات الشهرية والفصلية.

ويتولى مكتب التسيق والمتابعة مهمة متابعة نشرات الوكالة العربية والإنجليزية وتقديمها من الناحية المهنية وتقديم الاقتراحات لتطويرها.

أما إدارة التحرير فإنها تختص بتلقي الأخبار من مكاتبها ومراسليها في الخارج ومندوبيها المحليين ومن مصادر مختلفة أجنبية وعربية، وإعادة تحريرها باللغتين العربية والإنجليزية وبتها لمشتركي الخدمة في الوكالة من صحف ووكالات أنباء ومؤسسات وأفراد بالإضافة لبث التحليلات والتقارير والاستطلاعات والتحقيقات

المحلية والدولية. وتكون الإدارة من ثلاثة أقسام هي: الشؤون المحلية، والشؤون الدولية، وشئون النشرات.

وتقوم الوكالة من خلال مركز "كونا خدمات التصوير" بالغطية المchorة لمختلف المناسبات الوطنية والعربية العالمية، وتزويـد وسائل الإعلام العربية والأجنبية بالصور.

وقد أـسـت "كونـا" مرـكـزاً للـتـدـريـب وـنـطـوـيـر الـقـدرـات الـإـعـلـامـيـة فيـ عـام ١٩٩٥ لـلـمـسـاـهـة فيـ بـنـاء كـادـر إـعـلـامي وـنـطـوـيـر وـتـدـعـيم قـطـاع الـإـعـلـام الـكـوـيـتـي عنـ طـرـيق تـنـمـيـة الـمـهـارـات الـشـخـصـيـة لـلـعـاـمـلـيـن فيـ الـوـكـالـة الـكـوـيـتـيـة وـدـولـ الـخـلـيجـ الـعـرـبـيـة منـ خـلـال تـنـظـيم الدـورـات التـدـريـبـيـة وـالـنـدـوـات وـاـخـضـرات لـلـإـعـلـامـيـن الـكـوـيـتـيـنـ وـالـخـلـيجـيـنـ.

وتقـوم إـدـارـة تقـنيـة الـمـلـوـمـات بـالـإـشـراف عـلـى بـثـ الـوـكـالـة لـأـعـبـارـها الـعـرـبـيـة وـالـأـنـجـليـزـيـة وـتـنـوـيـلـة رـبـطـ الـوـكـالـة بـوـكـالـاتـ الـأـنـبـاءـ الـعـرـبـيـةـ وـالـعـالـمـيـةـ، وـكـذـلـكـ بـشـبـكـةـ الـاتـصـالـاتـ الـمـحـلـيةـ وـالـعـالـمـيـةـ، وـالـإـشـرافـ عـلـىـ مـخـلـفـ عـمـلـيـاتـ الدـعـمـ الـفـنـيـ وـنـطـوـيـرـ الشـبـكـةـ الدـاخـلـيـةـ لـلـوـكـالـةـ، وـالـخـارـجـيـةـ عـبـرـ الـأـقـمـارـ الـاصـطـنـاعـيـةـ.

### مـكـاتـبـ كـوـنـاـ اـخـارـجـيـة

تـنـشـرـ مـكـاتـبـ وـكـالـةـ الـأـنـبـاءـ الـكـوـيـتـيـةـ فـيـ ١٦ـ عـاصـمـةـ عـرـبـيـةـ وـعـالـمـيـةـ، هـيـ: الـقـاهـرـةـ وـعـمـانـ وـبـيـرـوـتـ وـدـمـشـقـ وـتـونـسـ وـأـبـوـظـبـيـ وـالـرـيـاضـ وـطـهـرـانـ وـصـنـعـاءـ وـلـندـنـ وـجـنـيفـ وـبـارـيسـ وـبـروـكـسـلـ وـرـوـمـاـ وـبـرـلـينـ وـوـاشـنـطـنـ وـنـيـوـيـورـكـ وـمـوسـكـوـ وـسـرـايـفـوـ وـمـدـرـيدـ.

### وـكـالـةـ الـأـنـبـاءـ السـعـودـيـةـ (وـ.ـأـ.ـسـ):

تـأـسـتـ وـكـالـةـ الـأـنـبـاءـ السـعـودـيـةـ (وـ.ـأـ.ـسـ) فـيـ عـامـ ١٩٧١ـ، وـهـيـ أـوـلـ وـكـالـةـ أـنـبـاءـ وـطـنـيـةـ فـيـ الـمـلـكـةـ الـعـرـبـيـةـ السـعـودـيـةـ، لـتـكـونـ جـهـازـاـ مـرـكـزـياـ لـجـمـعـ وـتـوزـيعـ الـأـخـبـارـ الـمـحـلـيةـ وـالـعـالـمـيـةـ دـاـخـلـ الـمـلـكـةـ وـخـارـجـهاـ وـتـواـكـبـ تـنـطـورـ الـمـلـكـةـ فـيـ مـرـحـلـةـ

هامة من مراحل ثورها وتطورها وتعكس صورة حقيقة لواقع هذا البلد وأهلها ولتكون مرآة صادقة لنقل المعلومات على مختلف أشكالها لمواطنيها من موقع الأحداث في الداخل والخارج.

وقد خطت الوكالة منذ تأسيسها خطوات حثيثة في اتجاه استكمال المقومات الأساسية لوكالة أنباء حديثة وفعالة بحيث أصبحت خلال فترة وجيزة المصدر الأول والأساسي للأخبار في المملكة العربية السعودية كما اكتسبت خدمتها الإخبارية ثقة واسعة النطاق لما تميزت به من تحرير الدقة والموضوعية وفقاً لأرفع المقاييس المهنية.

وقد هيأت تقديم وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في المملكة إمكانيات كبيرة لانتشار خدمات الوكالة الإخبارية بشكل سريع داخل المملكة وخارجها ووضعها في متناول مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقرئية وكذلك الدوائر الحكومية والمؤسسات التي تشتهر في تنفيذ خدمات الوكالة اليومية المشوّنة من مقر الوكالة الرئيس في الرياض وقد سعت الوكالة منذ تأسيسها إلى إقامة علاقات تعاون وثيقة مع وكالات الأنباء العالمية والعربية والنامية والعديد من المؤسسات الإعلامية بهدف تنشئة عملية التبادل الإخباري والتدفق الحر للأخبار والمعلومات.

ووكلة الأنباء السعودية عضو مؤسس في اتحادوكالات العربية ووكلة الأنباء الخليجية ووكلة الأنباء الإسلامية ووكلة أنباء الدول غير المنحازة وتشترك الوكالة في المؤتمرات واللقاءات التي تعقد في كل عام لبحث آفاق التعاون المشترك بين وكالات الأنباء المنتسبة لمختلف المجموعات العربية والأوروبية والأفريقية والمؤتمرات الإعلامية المماثلة.

### هيكل الوكالة:

تعد وكالة الأنباء السعودية (واس) إحدى قطاعات وزارة الإعلام ويعمل بها ما يقارب الخمسة عشر شخصاً. ويرأسها مدير عام يرتبط بوزير الإعلام،

وترتبط بمدير عام الوكالة ثلاثة أقسام رئيسية أهمها: إدارة الأخبار والتحرير، ويتبع لها قسم التحرير الخارجي والتحرير الداخلي ويضم كل من القسمين عدداً من المحررين والمراسلين المتخصصين الذين يشرفون على سير العمل اليومي، وكل المحررين العاملين في المركز الرئيس والمراكز الفرعية في جدة والدمام والمكاتب الأخرى في مدن المملكة من السعوديين المؤهلين. كما يتبع إدارة الأخبار والتحرير أيضاً قسم النشرة الإنجليزية والترجمة لبث أخبار الوكالة باللغة الإنجليزية، ولترجمة الأخبار التي ترد للوكالة باللغة الإنجليزية والفرنسية، وقسم الاستماع السياسي الذي يرصد الإذاعات الخارجية ويزود أقسام التحرير بما يجد من أحداث. وبعد قسم الاستماع أحد روافد التحرير ومصدر من مصادر الأخبار. ومركز البحوث والمعلومات الذي يعتبر من أكبر الأرشيفات المتخصصة في المملكة وتتولى المركز تصنيف وحفظ المعلومات إلى جانب إعداد الدراسات والتقارير والإحصاءات عن مختلف المواضيع ذات الأهمية الإخبارية. وتحتفظ الوكالة بأرشيف كامل للصور الفوتوغرافية التي تغطي الأحداث اليومية في المملكة كما تبث الوكالة للمشترين في خدماتها من الصحف ووكالات الأنباء خدمة مصورة يومية عبر الخطوط الهاتفية وتستقبل أيضاً الخدمات المصورة الواردة من خارج المملكة من مكاتبها أو من الوكالات الأخرى التي ترتبط معها بعقود أو اتفاقيات تعاون وتتولى إعادة توزيعها للمشترين في الداخل.

#### خدمات الوكالة :

تصدر الوكالة نشرة يومية شاملة للأخبار المحلية والدولية يتم بثها طوال ٢٤ ساعة كما تصدر نشرة إخبارية باللغة الإنجليزية ونشرة أخرى باللغة الفرنسية ونشرة للخدمات الخاصة إضافة إلى توزيع الصور. وتستقبل الوكالة جميع الخدمات الإخبارية الصادرة بكل اللغات من وكالات الأنباء الأوروبية والعربية ووكالات أنباء الدول الإسلامية.

وتساهم بإرسال خدمة إخبارية منتظمة لتوزيعها من شبكة وكالة الأنباء الإسلامية الدولية وجمع ووكالات أنباء دول عدم الانحياز.

كما تصدر الوكالة صباح كل يوم نشرة يومية مطبوعة بأهم الأخبار توزع على كبار المسؤولين في الدولة.

### مكاتب الوكالة ومراسلوها:

أقامت وكالة الأنباء السعودية عدداً من المكاتب والمراسلين في داخل المملكة وخارجها.

ففي الداخل أنشأت الوكالة مكاتب رئيسة في كبريات المدن السعودية كما عينت مراسلين في المحافظات والمدن الأصغر وعينت مراسلات في عدد من المدن داخل المملكة.

وفي الخارج حرصت الوكالة على إنشاء مكاتب لها في عواصم الدول الكبرى، كما عينت عدداً من المراسلين في عدد من المدن الأخرى ليزودوا الوكالة بالأخبار من مصادرها مباشرة وفي أوقات حدوثها.

### مكاتب الوكالة في الخارج:

لوكالة الأنباء السعودية عدة مكاتب في العاصمة العربية والعالمية اقدمها مكتب الوكالة في بيروت ويعمل به أكثر من عشرين شخصاً ما بين صحفي وإداري وقد أثبت هذا المكتب مهارة عالية في تغطية أحداث الحرب الأهلية في لبنان في النصف الثاني من السبعينيات، أما مكتب الوكالة في القاهرة فيعمل به حوالي ٣٠ شخصاً.

وللوكالة مكتب في صنعاء ويتولى تغطية أخبار اليمن، ومكتب في لندن وي العمل به حوالي عشرة أشخاص، ومكتب في واشنطن لتغطية أخبار الأمريكتين وي العمل به أكثر من عشرة أشخاص، ومكتب في تونس لتغطية أخبار منطقة المغرب العربي وي العمل به أكثر من عشرة أشخاص، ومكتب في طهران بالإضافة إلى ذلك فإن للوكالة مراسلين في إسلام آباد والأردن ونيويورك ودمشق والمغرب وموريتانيا وفلسطين وبرلين وبروكسل وباريس وموسكو وبكين وفيينا. ولا

يقتصر نشاط الوكالة على ما يصلها من المكاتب والمراسلين ولكنها ترسل البعثات الصحفية إلى موقع الأحداث والمناسبات في أي بقعة من العالم لتنبأة الأحداث.

### التكنولوجيا في (واس) :

منذ العشرين من ديسمبر ١٩٩٧ بدأ و كالة الأنباء السعودية في استخدام الحاسوب الآلي في كافة أعمالها ومكاتبها ووحداتها مما أدى إلى ميكة أعمال الوكالة في إرسال واستقبال الأخبار، وتصنيف وحفظ المعلومات، وفي أعمال الوكالة الإدارية، وتقوم الإدارة الفنية في (واس) بالأشراف على تشغيل الحاسوب الآلي وصيانته.

كما تختص الإدارة الفنية بالإشراف على جميع الأقسام والأعمال والأجهزة الفنية وال الهندسية وأعمال تركيب وتجهيز وصيانة الأجهزة وتشغيلها وتحطيمها وتنفيذ مشاريع الوكالة الفنية والإشراف على صيانة مبني الوكالة.

وتشتمل الوكالة في تبادلها الإخباري مع الوكالات التي تربطها معها اتفاقيات خطوط معاشرة غير الأقمار الصناعية والميكرويف، ومن بين هذه الوكالات وكالة الأنباء الكويتية والقطريه والإمارات ووكالة أنباء الخليج بالبحرين والتونسية والمغربية.

وعلى الصعيد العالمي ترتبط أيضاً - واس - بعلاقات تعاون وتبادل إخباري مع حمس وكالات عالمية هي روپرترز - الاسو شبتدبرس - اليونايد برس - فرنس برس - الألمانية (دب أ).

وقد أعطت الخطوات التي قطعتها الوكالة منذ إنشائها حافزاً مشجعاً لدفع الوكالة نحو تدعيم إمكاناتها وتكيف خدماتها وتطويرها لتلبية متطلبات المرحلة المقبلة. فقد سعت الوكالة إلى استقطاب كوادر بشرية مؤهلة صحفياً وفنياً لتشييط خدماتها الإخبارية واستحدثت نشرات جديدة كالنشرة الإنجليزية والنشرة الفرنسية، كما استحدثت أقساماً جديدة في التحرير الداخلي أحدها للعناية بالشؤون الثقافية ومتابعة حركة النشاط الثقافي والمخشفات العلمية في الداخل

والخارج وتفصيلية أخبار المؤتمرات العلمية وما يُعقد من ندوات علمية وأدبية، والثاني قسم الشؤون الرياضية الذي يعني متابعة الحركة الرياضية والشبابية على الصعيد الداخلي والخارجي، أما القسم الثالث فهو قسم الشؤون الاقتصادية لمتابعة الحركة الاقتصادية على الصعيد الداخلي والخارجي.

وفي إطار سعي الوكالة إلى تطوير خدماتها الإخبارية والمصورة بدأت في سبتمبر ١٩٨٦م إرسالاً مستمراً لمدة ٢٤ ساعة بلا انقطاع وذلك لمواكبة التطور التنموي الذي تعيشه المملكة في مختلف المجال. كما قامت واس بإنشاء استديو في مقر الوزارة بمكة المكرمة لتحميس وطبع وإرسال الصور الفوتografية التي تمثل نشاط الدولة في الحج إلى المركز الرئيس في الرياض لتوزيعها إلى وسائل الإعلام في الداخل والخارج. وتم ربط المشاعر المقدسة بالحاسوب الآلي كما تم ربط المناطق داخل المملكة والماكمات الخارجية بالرياض مما أدى إلى اختصار المسافة الزمنية التي كانت تفصل بين وقوع الحدث الإخباري والمصور وبين توزيعه على وسائل الإعلام.

وقد أصدرت وكالة الأنباء السعودية عدداً من الكتب الوثائقية حول مجلس التعاون لدول الخليج العربية والمؤتمرات الإسلامية التي عقدت في المملكة العربية السعودية خلال أحداث الخليج العربي، وبيانات جلسات مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية، وأصداء الموقف السعودي خلال أحداث الخليج العربي. بالإضافة إلى كتاب وثائقية أخرى حول إنجازات خادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبدالعزيز آل سعود في عشرين عاماً.

كما أصدرت الوكالة ملفات حول المؤتمر السابع عشر لوزراء خارجية الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي ومؤتمرات القمة الإسلامية ومؤتمرات وزراء خارجية دول منظمة المؤتمر الإسلامي.

ويبلغ متوسط عدد الأخبار التي توزعها (واس) خلال العام الواحد نحو ١٤٤ ألف خبراً بمعدل ١١٩٩٠ خبراً شهرياً بمتوسط ٤٠٠ خبراً يومياً باللغات الثلاث العربية والإنجليزية والفرنسية. كما يبلغ عدد الكلمات التي توزعها الوكالة

خلال العام نحو ٧٢ مليون كلمة أي بمعدل نحو ستة ملايين كلمة شهرياً بمتوسط مائتي ألف كلمة يومياً باللغات الثلاث العربية والإنجليزية والفرنسية. أما فيما يتعلق بالصور فإن متوسط عدد الصور التي توزعها (واس) خلال العام نحو ٥٧ ألف صورة فوتografية أي بمعدل ٤٧٨٤ صورة شهرياً ومتوسط ١٥١ صورة يومياً.

### وكالة أنباء الإيرانية

تعد وكالة أنباء الجمهورية الإسلامية The Islamic Republic News Agency (IRNA) امتداداً لوكالة أنباء الإيرانية الأولى التي تعود نشأتها إلى عام ١٩٣٤ وحملت اسم وكالة بارس Pars Agency، والتي تغير اسمها إلى وكالة أنباء الفارسية Pars News Agency في عام ١٩٦٥.

فبعد قيام الثورة الإسلامية في إيران تعرضت وكالة أنباء الفارسية كغيرها من مؤسسات الدولة إلى تغيرات كبيرة. فوسعت خدماتها وأنشطتها لتقوم ببغضية الأحداث الداخلية والخارجية، وأكسبت سمعة جيدة على المستويين القومي والدولي. وقد شملت هذه التغيرات ما يلي:

- تغيير اسم الوكالة إلى وكالة أنباء الجمهورية الإسلامية في ٢٩ أكتوبر ١٩٨١. وقد اعتمد هذا التغيير مجلس الشورى الإسلامي.

- زيادة عدد مكاتبها داخل إيران لتصل في الوقت الحالي إلى ٤٠ مكتباً، وزيادة عدد مكاتبها في الخارج لتصل إلى ٣٠ مكتباً منتشرة في عواصم العالم الرئيسية، بالإضافة إلى مئات من الصحفيين والمراسلين المتعاونين معها في الخارج.

وقد عقدت الوكالة اتفاقات تعاون مع أكثر من ٣٠ وكالة أنباء عالمية وعملية لتبادل الأخبار والصور، وتنسج وتوزع نحو ١٣٠ ألف كلمة يومياً.

وبالإضافة إلى التغطية الخبرية، تقدم الوكالة خدمة الصور المثلثية والدولية. ويضم أرشيف قسم التصوير بما نحو ٢ مليون صورة. كما يرتبط القسم باتفاقات

تبادل مع أقسام التصوير بالوكالات العالمية والخلية عبر الأقمار الصناعية. وتوزع الوكالة خدماتها في ثلاثة لغات، هي: الفارسية والعربية والإنجليزية. وبإضافة إلى الخدمة الخبرية التي توزع باللغات الثلاثة، تقدم الوكالة عدة نشرات متخصصة في الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والعلمية والرياضية بالإضافة إلى خدمات البحث. وبلغ توزيع هذه النشرات نحو ٩٠ ألف نسخة سنوياً.

وتقديم وكالة الأنباء الإيرانية خدمة إذاعية وتليفزيونية من خلال قسم الراديو والتلفزيون لها، الذي يقوم بثباته برامج وأخبار نحو ٤٥ محطة راديو و ١٠ محطات تليفزيون على مدار الأربع والعشرين ساعة، ويقدم ملخصاً لها يتم به مع خدمات الوكالة.

وقد أنشأت الوكالة في عام ١٩٨٣ بنكاً للمعلومات، لخدمة البحث العلمي في إيران. ويضم هذا البنك حالياً نحو ٥٠٠ ألف عنوان.

وإلى جانب اتفاقيات التعاون مع الوكالات الأخرى، فإن وكالة أنباء الجمهورية الإسلامية عضو في عدد من اتحادات وكالات الأنباء، مثل: وكالة أنباء آسيا - المحيط الهادئ (OANA)، ووكالة أنباء Asia-Pacific News Agency (OPECNA)، ووكالة الأنباء الإسلامية منظمة الأوبك (OPEC News Agency (OPECNA)، ووكالة الأنباء الإسلامية الدولية (International Islamic News Agency (IINA)، ومجمع وكالات دول عدم الانحياز (NANAP)، Non-Aligned News Agencies Pool (NANAP)، بالإضافة إلى منظمة وكالات أنباء دول بحر قزوين Association of Caspian Sea News Agencies (ACSNA).

وقد انتخبت الوكالة في عام ١٩٩٢ رئيساً لمجمع وكالات دول عدم الانحياز، كما انتخبت في عام ١٩٩٥ رئيساً لمنظمة وكالات أنباء دول بحر قزوين.

### وكالة الأنباء العراقية

تأسست وكالة الأنباء العراقية (واع) في ٩ نوفمبر ١٩٥٩، ويكون جهازها

الصحفي والإداري من ٣٢٠ صحيفيا وفنيا وإداريا.. وها حاليا ١٥ مكتبا ومراسلا في الأقطار العربية والأجنبية بعد أن كان العدد ٤٨ وذلك حراء المصار الدولي الذي يعاني منه العراق منذ أغسطس ١٩٩٠. وتبيث (واع) نشراتها باللغات العربية والإنكليزية ولمدة ١٤ ساعة يوميا.



# ٧

## الفصل السابع تحرير الاخبار تحرير العنوان والمقدمة

- تحرير العنوان. 
- تحرير المقدمة. 
- المقدمة الملخصة. 
- المقدمة العميماء. 
- المقدمة المتأخرة. 



## الفصل السابع تحرير الأخبار

### تحرير العنوان والمقدمة

يفرق المتخصصون في الصحافة بين كتابة الخبر News Writing وبين تحرير الخبر News Editing. على أساس:

١- إن فعل الكتابة (يكتب to write) يختلف عن فعل التحرير (يحرر to edit). فال الأول يتعلق باختيار الكلمات وصياغة الجمل والفقرات التي تروي الحدث. أما تحرير الخبر فيتعلق بترتيب جمل وفقرات الخبر أو ترتيب الوقائع والمعلومات التي يتضمنها وفقا لاعتبارات كثيرة.

٢- إن عملية الكتابة منفصلة - في الواقع العملي - عن عملية التحرير، حيث أن الكتابة تسبق عملية التحرير، إذ من المنطقي أن يكتب الخبر أولا ثم ترتب جمله وفقراته بعد ذلك في ضوء أهمية كل منها. كما أن الصحفي الذي يكتب الخبر ليس بالضرورة هو من يحرره. فالآخر يكتبه في المقام الأول من جمه أو من حصل عليه (أي المحرر الصحفي) أما من يحرره فغالبا ما يكون المحرر المقيم في الصحيفة وصاحب الخبرة الأطول في التعامل مع الأخبار.

ولعل ما يؤكد هذا الاختلاف بين عملية الكتابة والتحرير هو إشارة بعض من كتب في هذا الموضوع إلى عملية التحرير باعتبارها (ترتيب القصة الإخبارية News Story organization) وهو ما ناقشه في الصفحات التالية في فصلين، يتناول الأول تحرير العنوان والمقدمة ويتناول الثاني تحرير جسم الخبر، ونخصص فصلا مستقلا لكتابة الخبر.

#### تحرير الخبر:

يمكن تقسيم الخبر من الناحية التحريرية إلى ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

### ١ - العنوان The Headline

### ٢ - المقدمة The Lead

### ٣ - جسم الخبر The Body

ونتناول في هذا الفصل طرق وأساليب تحرير العنوان والمقدمة ثم تبعته بفصل مستقل حول تحرير جسم الخبر.

## أولاً: تحرير العنوان

إذا كان العنوان هو أول ما يطالعه القارئ في الخبر فإنه آخر ما يحرره الصحفي في الخبر. إذ يفضل دائماً أن يكون العنوان آخر ما يكتب في الخبر وذلك حتى يستطيع المحرر انتقاء الزاوية المناسبة التي قم أكثر عدد من القراء وتقدم لهم ملخصاً سريعاً لختواه.

وإذا كان العنوان يتولى جذب أنظار القراء إلى الخبر فإن طريقة تحريره والطريقة الفنية التي يتم إبرازه بها تحددان إلى حد كبير حجم اهتمام الصحيفة بالخبر ومدى مقرفيته. إذ يقبل القراء على قراءة الأخبار ذات العناوين الواضحة والمثيرة والكبيرة الحجم والمطبوعة بالألوان.

ومن الناحية الوظيفية فإن عنوان الخبر يخبر القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو أهم زاوية فيه.

ونظراً لأهمية العنوان فإن هناك أكثر من شخص يتولى تحريره في الصحيفة. إذ يقترح الصحفي المحرر الذي حصل عليه عنواناً أولاً له، وينتقل الأمر بعد ذلك إلى رئيس قسم الأخبار الذي قد يلغى العنوان المقترن ويغير عنواناً جديداً للخبر أو يكتفي بإدخال تعديلات عليه بالحذف أو الإضافة. وفي قسم المراجعة المركزي يتولى المحرر المراجع مراجعة العنوان وربما يقدم عنواناً جديداً أو يغير في العنوان المقدم. ويقى لمدير التحرير أو لرئيس التحرير التدخل في تغيير عنوانين بعض الأخبار خاصة عنوانين أخبار الصفحة الأولى وعنوانين الأخبار ذات الحساسية قبل الدفع بما إلى المطبعة.

وعلى المحرر الذي يحرر عنوان الخبر أن يراعي أسلوب كتابة العناوين الذي تنتهي صحفته. ففي إطار بحث كل صحيفة عن شخصية مميزة لها تبادر بعض الصحف باتهاب أساليب ثابتة في كتابة عناوين الأخبار. ومن الأساليب الشائع استخدامها في تحرير عناوين الأخبار في الصحف العربية:

تحرير عنوان واحد تقريري للخبر في حالة ما إذا كان من الأخبار البسيطة التي تشمل زاوية واحدة أو واقعة واحدة مثل العناوين التالية:

- محمد بن راشد يشهد اليوم حفل جائزة راشد للتفوق العلمي
- مقتل شخصين في انفجار سيارة مفخخة بصنعاء
- حمدان بن راشد يتلقى رسالة من رئيس تشاد
- روسيا تعزم دفع تعويضات لسكان الشيشان
- قماش للوقاية من الموجات الكهرومغناطيسية
- نوابات البرلمان المصري يهاجمن عائلة الحاج متولي.
- السجن ١٠ سنوات لوزيرين سوريين سابقين بتهمة الفساد

تحرير أكثر من عنوان للخبر المتعدد الرواية والأحداث. فبدلاً من قصر العنوان على زاوية واحدة أو حدث واحد من الخبر تضع الصحيفة عنواناً يشير إلى ابرز زاويتين أو ثلاث روایا على الأكثر في الخبر، مثل العناوين التالية:  
مشاهدة بن لادن في تورا بورا.. واعتقال الملا عمر وشيفك بوش: الحرب طويلة وستمزق القاعدة إربا  
البنتاجون تعهد بإغراق أي سفينة تنقل الإرهابيين

---

قمة مصرية سورية اليوم  
إسرائيل: إجراءات عرفات غير كافية وال Herb متواصلة

---

تلقي قنطرة شيراك بإعادة انتخابه  
دعوة زايد للقمة الخليجية

ويغدو هذا الأسلوب في تحرير عناوين الأخبار المركبة التي تشمل أكثر من واقعة أو أكثر من زاوية. ففي هذه الحالة يمكن للعنوان أن يقدم للقارئ إشارات إلى أهم ما يتضمنه الخبر من معلومات. ففي المثال الأول مثل الخبر الزوايا والوقائع التالية: تحديد الإدارة الأمريكية التأكيد على أن الحرب ضد الإرهاب في أفغانستان لا تزال طويلة، واكتاف القموض مصر أسامي بن لادن وزعيم طالبان، وتصريحات الرئيس الأمريكي، وتصريحات لوزير الدفاع الأمريكي، ومعاودة القاذفات الأمريكية قصف منطقة تورا بورا الجبلية شرق أفغانستان، ونبي باكستان فرار بن لادن إليها، وتصريح للمتحدث العسكري البالكستاني، ومعلومات نقلتها قناة أبو ظبي الفضائية عن اعتقال الملا عمر، ومعلومات نقلتها صحيفة الجارديان البريطانية عن متتحدث باسم البناجون. واختارت الصحيفة التي نشرت الخبر أن تشير في العنوان إلى الزوايا التي تراها أكثر أهمية من وجهة نظرها.

وفي المثال الثالث جمعت الصحيفة في العنوان أنشطة تتعلق برئيس الدولة.. فأشارت إلى تلقيه هئته بإعادة انتخابه من الرئيس الفرنسي، ودعوته لحضور القمة الخليجية.

٣- تقسيم المعلومات الواردة في العنوان إلى جزأين يهدى الجزء الأول (العنوان التمهيدي) للجزء الثاني (العنوان الرئيسي). ويتيح هذا الأسلوب للصحيفة وضع كم أكبر من المعلومات داخل العنوان وتلبية حاجة القارئ المتعلّم لمعرفة ابرز زوايا الخبر دون قراءة منه، ومن أمثلة هذه العناوين:

وسلمها خليفة:

دعوة رئيس الدولة للمشاركة  
في اجتماعات قادة مجلس التعاون

طلبت من إسرائيل التحرك لإعادة الأمور إلى طبيعتها:

واشنطن: عرفات لا زال رئيس السلطة الفلسطينية

### غادر إلى كويتا:

وفد الهلال يتفقد سير العمل في منشآت مخيم تشميم للاجئين الأفغان

سخر من طالبان والقاعدة:

بوش: الحرب ستنتهي بالنصر لا هدنة أو معاهدة

٤- الإشارة إلى مصدر الخبر في عنوان تمهدى ثم اختيار ابرز زاوية فيه تلي هذه الإشارة، مثل:

مصادر في الجامعة العربية لـ (أخبار العرب):

ضغوط أمريكية أجلت اجتماع وزراء الخارجية العرب

سفير العراق في القاهرة لـ (بيان):

تهياً لعدوان أمريكي واسع

وكثيراً ما يتم اتباع هذا الأسلوب في تحرير عناوين الأخبار التي يكون من المهم فيها نسبتها إلى مصدرها فبأي العنوان الرئيسي للخبر على لسان المصدر نفسه لتأكيد مصداقية الخبر من جانب وبيان تفاصيل الخبر الصحفية بالحصول على هذا الخبر من جانب آخر.

ولا يعني اهتمام صحيفة ما بأسلوب معين من الأساليب السابقة تجاهلهما للأساليب الأخرى. إذ يمكن أن تجتمع هذه الأساليب في تحرير عناوين الأخبار في الصحيفة الواحدة وربما على الصفحة الواحدة داخل الصحيفة.

٥- اختلاف العناوين باختلاف مجال الخبر.. فعنوان الخبر السياسي يميل إلى العنوان التقريري، بينما يميل عنوان الخبر الرياضي إلى الوصف.

### **ثانياً: تحرير المقدمة The Lead**

تعد المقدمة بداية الخبر. وهي في الأخبار البسيطة غير المركبة الجملة الأولى من الخبر، أو على الأكثر الفقرة الأولى من الخبر. أما في الأخبار المركبة فقد تزيد المقدمة لتصل إلى فقرتين أو ثلاث فقرات. وابسط أنواع المقدمات الخبرية هي

المقدمة الملخصة The Summary Lead ولكنها ليست بالضرورة الأسهل في الكتابة وإن كانت الأكثر استخداماً.

### المقدمة الملخصة:

تحاول المقدمة الملخصة أن تجيب عن أكبر عدد - إن لم يكن كل - الأسئلة التالية:

- ماذا حدث؟
- من هم المشاركون في الحدث؟
- أين حدث؟
- متى حدث؟
- لماذا حدث؟
- كيف حدث؟

وتعرف هذه الأسئلة بالـ 5Ws and H أي الأسئلة الستة التي تحاول الصحافة الإجابة عنها. وتحتريرياً تساعد هذه الأسئلة عمر الخبر على ترتيب المعلومات في مقدمة الخبر، والانطلاق من هنا الترتيب إلى ترتيب بقية أجزاء الخبر.

وتركت معظم مقدمات الأخبار على البدء بالإجابة عن سؤال ماذا حدث ثم تلتها الإجابة عن سؤال من؟ ثم تلتها الإجابة عن سؤال متى وأين؟ ولا تسع المقدمات في جميع الأخبار للإجابة عن سؤالي لماذا وكيف إلا إذا كانت طبيعة الخبر تفرض الإجابة عن هذين السؤالين في المقدمة. ويتبغض ترتيب الأسئلة الستة في المقدمة (ماذا - من - متى - لماذا - كيف) في المقدمة الخبرية التالية:

استقبل (ماذا حدث؟) صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي عضو المجلس الأعلى حاكم الشارقة (من؟) الليلة قبل الماضية (متى؟) بقصر البديع (أين؟) أعضاء مجلس إدارة مؤسسة القرآن الكريم والسنة (من؟) الذين قدموا لتهنئة سموه بمناسبة حصوله على جائزة الملك فيصل خدمة الإسلام للعام ١٤٢٢هـ ٢٠٠١م (لماذا؟).

ومن المقدمة السابقة يمكن القول أن المقدمة الملخصة تكون من:

- إشارة سريعة إلى ماذا حدث. مع الأخذ في الاعتبار ضرورة استخدام الفعل الماضي للأحداث التي وقعت، مثل (لقي أربعة أشخاص مصرعهم.....). واستخدام الفعل المضارع للأحداث الحالية والأحداث المتوقع حدوثها سواء في المستقبل القريب أو المستقبل البعيد، مثل (تبداً وزارة القوى العاملة اليوم تلقى طلبات الالتحاق بالوظائف الحكومية..... يشهد معرض الشرق الأوسط الدولي للبصريات الذي يقام في الفترة من ١٤ إلى ١٧ فبراير القادم.....).

- تحديد هوية الأشخاص المشاركون في الحدث، مع الأخذ في الاعتبار أن الأشخاص قد يكونوا أشخاص طبيعيين يتم ذكر أسمائهم أو وظائفهم أو الاثنين معاً، وقد يكونوا أشخاص اعتباريين مثل الدول أو المؤسسات أو الهيئات والوزارات.. الخ، مثل (رفضت مصر..... أعلنت الأمم المتحدة..... وافق صندوق النقد الدولي..... قالت وزارة الخارجية الأمريكية.....).

- الإشارة إلى وقت وقوع الحدث، مع الأخذ في الاعتبار أن فعل الحدث قد يكون في الزمن الماضي مثل (أعلنت الأمم المتحدة أمس.....)، أو في الزمن المضارع الذي يعبر عن الزمن الحالي والمستقبل معاً، مثل ( يصل إلى القاهرة غدا.....) (قام مساء اليوم المباردة النهائية.....). ومن الأفضل أن يأتي تحديد زمن الحدث في المقدمة بعد الفعل مباشرة إذا كان في المستقبل أو المضارع (تقام غدا.....)، وأن يأتي بعد الفاعل في حالة ما إذا كان في الماضي (يلقي الرئيس المصري اليوم خطابا سياسيا.....). كما يمكن أن يأتي زمن الحدث في نهاية الجملة إذا كانت جملة قصيرة (يلقي الرئيس حسني مبارك خطابا سياسيا مهما أمام مجلس الشعب غدا). ولا يجب أن يأتي زمن الحدث في نهاية المقدمة إذا كانت الجملة طويلة (يلقي الرئيس حسني مبارك خطابا سياسيا مهما أمام مجلس الشعب يتناول فيه مسيرة السلام في الشرق الأوسط غدا) إذ أن هذا الأسلوب يحدث نوعا من التشويش لدى القارئ الذي قد لا يدرك هل سيتم إلقاء الخطاب غدا أم أن الخطاب سيتناول مسيرة السلام في الشرق الأوسط غدا- أي في المستقبل.

٤- الإشارة إلى مكان وقوع الحدث. ويفضل أن تكون الإشارة في المقدمة للموقع الجغرافي الأكبر للحدث دون تحديد المكان بدقة الذي قد يكون مكانه المناسب هو جسم الخبر.

٥- الإشارة إلى بعض الظروف المحيطة بالحدث. مثل (وسط إجراءات أمنية مشددة..... في احتفال مهيب.....).

٦- اقتطاف بعض الأقوال المهمة في الحدث ونسبتها إلى مصدرها إذا كان هذا المصدر وما قاله على درجة كبيرة من الأهمية، مثل (قال الرئيس الأمريكي أمس أن..... أكد الرئيس المصري حسني مبارك أن.....).

#### أنواع المقدمة الملخصة:

من الضروري أن تكون مقدمة الخبر موجزة ومحضرة قدر الإمكان، ولكن الخبر يواجه أحياناً بوجود كم كبير من المعلومات التي يرى من المهم وضعها في مقدمة الخبر وبالتالي يتوجه إلى إطالة المقدمة. وحل هذه الإشكالية يقترح البعض<sup>(١)</sup> اللجوء إلى وسائلين لجعل المقدمة موجزة ومحضرة من جانب ومتربطة من جانب آخر، وهما الاعتماد على المقدمة العمياء The Blind Lead والمقدمة المتأخرة Delayed- Identification Lead.

#### المقدمة العمياء:

تبعد المقدمة العمياء للمحرر الدخول إلى صلب الخبر دون أن يكون مضطراً

- 
- (١) Hough, George A. (1991). **News Writing**. Fourth Edition. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Epstein, Edward Jay. (1975). **Between Fact and Fiction**. New York: Vintage Books.
  - Gans, Herbert J. (1979). **Deciding what's News**. New York: Pantheon Books.
  - Roschco, Bernard (1975). **Newsmaking**. Chicago: The University of Chicago Press.

إلى حشو الفقرة الأولى من المقدمة بمعلومات كثيرة. وإذا كان الهدف من المقدمة هو إعلام القارئ وإثارة اهتمامه بالحدث، فإن تحقيق هذا الهدف يبدو صعبا في عصر تزايد فيه عوامل الشتت التي يمكن أن تصرف القارئ عن قراءة الخبر. وتشير الدراسات التي أجريت على القراء أن غالبيتهم ينصرفون بسرعة عن قراءة الأخبار التي تكون مقدماها مزدحمة بالتفاصيل أو طويلة.

وتقوم فكرة المقدمة العمياء على:

- ١- قصر الفقرة الأولى من المقدمة على معلومات أساسية قليلة.
- ٢- إضافة فقرة ثانية للمقدمة تتضمن بعض التفاصيل التي لم تشتملها الفقرة الأولى.

وبذلك تكون المقدمة العمياء من فقرتين الأولى جزئية مختصرة والثانية مفصلة بعض الشيء.

لقي طفل مصرعه تحت عجلات سيارة مسرعة أمام باب منزله في دبي أمس. نقل الطفل الذي يدعى عبد الله محمد ويبلغ من العمر ٤ سنوات من مكان الحادث في منطقة الراشدية بدبي إلى المستشفى الأمريكي بدبي وتوفي بعد لحظات من وصوله إليها.

ويتبين من المثال السابق أن التفاصيل التي قد لا تهم القارئ جاءت في الفقرة الثانية مثل اسم الطفل وعمره والمكان الذي وقع فيه الحادث والمستشفى التي نقل إليها.

وعلي هذا يمكن تأجيل ذكر الاسم وال عمر إذا كان اسم الشخص غير مأثور بالنسبة للقراء والعكس صحيح. ففي حالة الأسماء المألوفة يجب أن يتم ذكر الاسم في الفقرة الأولى من المقدمة.

وتشير المقدمة العمياء بما يلي:

- تقدم الفكرة الرئيسية في الخبر بوضوح وسرعة.
- مناسبتها للأخبار التي يكون محور الاهتمام فيهاحدث نفسه وليس الأشخاص المشاركون فيه.

### المقدمة المتأخرة Delayed- Identification- Lead

تقع المقدمة المتأخرة في منطقة وسط بين المقدمة الملخصة والمقدمة العمياء. وفي هذه المقدمة يرد اسم الشخص المشارك في الحدث في الفقرة الأولى منها ولكن التفاصيل المرتبطة به مثل عمره و محل إقامته تتأخر إلى الفقرة الثانية. وتشابه هذه المقدمة مع المقدمة العمياء في استخدامها عندما يكون التركيز في الخبر على ماذا حدث.

ويكثر استخدام هذه المقدمة مع أخبار الأشخاص المعروفيين الذين لا يحتاجون إلى ذكر معلومات إضافية في الفقرة الأولى للتعریف لهم. وعلى سبيل المثال فإن أسماء مثل ياسر عرفات وصدام حسين وجورج بوش وحسني مبارك لا تحتاج عندما ترد في مقدمات الأخبار معلومات إضافية تفصيلية لأن القارئ على علم مسبق بها.

### أنواع أخرى من المقدمات:

إلى جانب المقدمات السابقة وهي الأكثر استخداما، فإن هناك أنواعا أخرى من مقدمات الأخبار تصلح مع نوعيات معينة من الأخبار مثل الأخبار الطيبة والعلمية والرياضية وأخبار الحوادث والجرائم والمحاكم والأخبار الإنسانية. ومن هذه الأنواع:

- المقدمة الاستفهامية التي تبدأ بسؤال يثير اهتمام القراء مثل:  
(هل تريده أن تسفر إلى الفضاء في عطلة رأس السنة القادمة؟ إذا كانت الإجابة نعم فما عليك إلا أن تتصل بوكالة الفضاء الأمريكية لتجهز لك مقعدا

في رحلتها القضائية التي أعلنت عنها أمس في واشنطن.....)

- مقدمة الأمر، وفيها يبدأ الخبر مخاطبا القارئ بفعل أمر، بلذب انتباهه ودفعه إلى مواصلة قراءة الخبر مثل:

(لا تسرع في الحصول على قرض جديد من البنك لأنك ستكون مطالبا بسداد ضعف المبلغ الذي تفترضه بعد أن قرر البنك المركزي أمس زيادة أسعار الفائدة على القروض بنسبة ١٠٠%.....)

- مقدمة التناقض أو المقابلة، وفيها يثير الخبر اهتمام القارئ بالخبر من خلال المقابلة بين رأين أو موقفين أو حديثين، مثل:

(في الوقت الذي أعلن فيه ياسر عرفات الحرب على التنظيمات الفلسطينية الجهادية قررت الحكومة الإسرائيلية السماح للمستوطنين اليهود بحمل السلاح وقتل الفلسطينيين دون إنذار.....)

### ثوابت المقدمة:

#### ١- مكان وتاريخ وقوع الحدث:

بعد مكان وقوع الحدث وتاريخ وروده إلى الصحيفة من المكونات الرئيسية لمقدمة الخبر الصحفي. وتختص الصحف على ذكر مكان وتاريخ الأخبار قبل أول جملة من المقدمة في حاليين، هما:

أ- إذا كانت الخبر قد وردها من خارج الدولة، مثل: (واشنطن، في ٣ أكتوبر): أي أن الخبر ورد من واشنطن في يوم ٣ أكتوبر. وإذا تعددت الأماكن التي ورد منها الخبر يمكن أن يشار في المقدمة إلى ثلاثة أماكن كحد أقصى مثل (واشنطن، القاهرة، القدس، في ٣ أكتوبر) أو أن يشار إلى المكان الرئيسي فقط وبضاف إليه عبارة (وعواصم العالم..). إذا كان الخبر قد ورد من أكثر من ثلاثة أماكن.

بـ- إذا كان الخبر قد ورد إليها من خارج المدينة التي تصدر منها فالصحيفة التي تصدر في القاهرة على سبيل المثال لا تذكر كلمة القاهرة في مقدمات الأخبار التي تتعلق بأحداث وقعت في العاصمة المصرية، ولكنها تذكر أسماء المدن المصرية الأخرى إذا كانت الأخبار تتعلق بها، مثل (الإسكندرية.....). وليس من الضروري في هذه الحالة الإشارة في بداية المقدمة إلى تاريخ ورود الخبر على أساس أن الصحيفة خاصة إذا كانت يومية تغطي آخر المستجدات الأخبارية داخل الدولة التي وقعت قبل صدورها بساعات قليلة.

٤ - مصدر الخبر:

بالإضافة إلى مكان وتاريخ وقوع الحدث درجت الصحف على ذكر مصدر الخبر قبل بداية الجملة الأولى من مقدمة الخبر. وتقوم الصحف بهذا العمل لأسباب عديدة منها إضفاء مصداقية على المعلومات الواردة بالخبر وتأكيد تميز الجهاز التحريري في الصحيفة إذا كان المصدر مصدراً ذاتياً من مصادر الصحيفة، أو إخلاء مسؤوليتها عن مصداقية المعلومات الواردة بالخبر إذا كانت قد استقرت من مصادر خارجية مثل وكالات الأنباء والصحف والإذاعات الأجنبية. وأحياناً يكون ذكر اسم المصدر في بداية الخبر التزاماً قانونياً وأخلاقياً يجب أن توفي به الصحيفة في إطار تعاقدها مع وكالات الأنباء أو الخدمات الصحفية الخاصة.

ويأخذ اسم مصدر الخبر في بداية المقدمة أكثر من شكل تبعاً لمكان وقوع الحديث من ناحية وطبيعة المصدر من ناحية أخرى. وتتمثل هذه الأشكال في:

أ- الاقتصار على اسم المحرر فقط في بداية المقدمة بعد فعل (كتب) في حالة الأنباء الخاصة بالمدينة التي تصدر منها الصحيفة. مثل: (كتب: أحمد حسني.....) أو (كتب: أحمد حسني وسمير عبد الله.....). وفي هذه الحالة لا تذكر الصحيفة مكان أو تاريخ وقوع الحدث في بداية المقدمة. ويلاحظ أن بعض الأنباء من هذه النوعية لا يذكر في مقدمتها اسم المحرر لأسباب عديدة منها وجود تقليد لدى الصحيفة يقضى، بعد ذكر اسم المحرر أكثر من مرة واحدة

- في الصفحة الواحدة، أو اشتراك أكثر من محتر في جلب الخبر.
- ب- ذكر اسم مراسل الصحيفة الذي وافاها بالخبر بعد مكان وقوع المحدث مباشرة، وذلك في حالة ورود الخبر من خارج المدينة التي تصدر فيها الصحيفة أو من خارج الدولة، مثل (باريس: من محمد محمود.....) وفي هذه الحالة لا يشار إلى تاريخ وقوع الخبر في المقدمة.
- ج- ذكر اسم مراسل الصحيفة واسم وكالة الأنباء إذا كانت الصحيفة قد جمعت في الخبر بين المعلومات التي وافاها لها مراسلها وبين معلومات وردت في برقيات وكالة أنباء، مثل: (باريس من محمد محمود ورويترز). وفي حالة تعدد وكالات الأنباء التي استفادت الصحيفة بعلمها فـإنما تضيف إلى اسم مراسلها عبارة (وو كالات الأنباء) مثل: (باريس من محمد محمود وو كالات الأنباء.....). وفي هذه الحالة أيضا يفضل عدم ذكر تاريخ وقوع الخبر طالما أن مراسل الصحيفة شارك في جمع معلوماته.
- د- ذكر الاسم المختصر لوكالات الأنباء التي تم استقاء الخبر منها بعد مكان وقوع الخبر وقبل التاريخ، مثل: (واشنطن: أ.ف.ب في ١٣ أكتوبر.....) ويتم إضافة اسم الوكالة الثانية إذا كانت الصحيفة قد استقت تفاصيل الخبر من وكالتين للأنباء بالطريقة نفسها (واشنطن: أ.ف.ب، أ.ب في ١٣ أكتوبر.....).
- هـ- ذكر عبارة (وو كالات الأنباء) إذا كانت الصحيفة قد استقت الخبر من أكثر من وكالتين للأنباء مثل (لندن، وكالات الأنباء.....) أو (لندن: الوكالات.....).
- و- إسناد الخبر في مطلع المقدمة إلى الصحيفة أو المخطة الإذاعية أو التليفزيونية أو موقع الانترنت التي تم الحصول منها على الخبر مثل (ذكرت صحيفة الأهرام القاهرة أمس أن.....) أو (قالت واشنطن بوست أمس أن.....) أو (قالت قناة الجزيرة أمس..... أو (ذكرت شبكة سي ان ان الإخبارية.....) أو (قال حزب الله في موقعه على الانترنت أن.....)

وذلك في حالة ما إذا كان المصدر الرئيسي للخبر هو صحيفة أو محطة تلفزيونية أو محطة إذاعية أو موقع إلكتروني.

وتميل بعض الصحف خاصة الأسبوعية منها وال محلات الإخبارية إلى عدم الإشارة إلى مصدر الخبر في بداية المقدمة وتوجّل هذه الإشارة إلى الفقرة الثانية من المقدمة أو إلى جسم الخبر. بينما تميل صحف أخرى إلى فصل مصدر الخبر عن مقدمة وجسم الخبر ووضعه في نهاية الخبر أو وضعه في برواز خارج الخبر خاصة إذا كان الخبر قريباً من التقرير الإخباري.



## الفصل الثامن

### تحرير الخبر تحرير جسم الخبر

- الأدماط التقليدية في تحرير الأخبار. 
- دمط الهرم المقلوب. 
- تنط الهرم المعتمل. 
- الأدماط الجديدة في تحرير الأخبار. 
- دمط لوحة التصميم. 
- دمط المقاطع. 
- دمط الساعة الرملية. 
- دمط وول ستريت جورنال. 
- النمط غير الطولي. 



## الفصل الثامن

### تحرير الخبر تحرير جسم الخبر

تحرير الأخبار وفقاً لعدد من الأنماط التي أثبتت الخبرة فائدتها في نقل المعلومات إلى قراء الصحيفة. ومع هذا فإن في كتابة الأخبار مساحة من الإبداع تترك لإمكانات كل محرر. فتحرير الأخبار تتطلب من المحرر الالتزام بأنماط التحرير الخبرية المحددة، كما تتطلب أيضاً قدرة على التخييل ونفذ البصرة والتذوق الفني.

ويمكن القول أن تحرير الأخبار هي أكثر أنواع التحرير مرونة وقابلية للابتكار، خاصة في ظل التدفق الإخباري الهائل الذي وفرته شبكة الإنترنت وتنوع القائمين بالاتصال في المجال الإخباري وتتنوعخلفياتهم وطرقهم في التحرير، ومع هذا فإن هناك قواعد أساسية لتحرير الأخبار يجب على الصحفيين المخترفين - على الأقل - الالتزام بها.

#### الترتيب الأساسي:

تحرير الأخبار وفقاً لأنماط متعددة. ويكون الخبر من ثلاثة أجزاء أساسية هي المقدمة وجسم الخبر والخاتمة كما يتضح في الشكل رقم (١).

ورغم تعدد طرق تحرير مقدمة الخبر فإن المقدمة الملخصة **the Summary** **Lead** هي أكثر أنواع المقدمات استخداماً لكونها تجذب عن الأسئلة الخبرية السبعة أو أكبر عدد منها. أما جسم الخبر فإنه يفصل ما جاء في المقدمة من معلومات، وإذا كانت بعض الأخبار لا تحتاج إلى خاتمة، فإن البعض الآخر قد يحتاج إلى خاتمة **conclusion** تحمل العبرة من الخبر أو توكل على بعض النقاط الواردة فيه.



### أنماط تحرير الأخبار:

يمكن تقسيم أنماط تحرير الأخبار في الصحافة المعاصرة إلى نوعين أساسين، الأول هو ما نسميه القوالب التقليدية لتحرير الأخبار، والثاني هو ما نطلق عليه القوالب الجديدة في تحرير الأخبار. وتبعد التفرقة بين النوعين من حقيقة أن الصحافة المعاصرة ظلت لفترة طويلة أسرة عدة قوالب في التحرير الإخباري مثل قالب اهرم المقلوب و قالب المرمي المعتدل و مشتقاهم. ولكن مع تطور أشكال اتصالية جديدة ووسائل إخبارية جديدة ممثلة في شبكة الانترنت التي غيرت بعض مفاهيم الاتصال وبعض مفاهيم التحرير الإعلامي ظهرت أنماط جديدة في تحرير الأخبار طبقت في البداية في الواقع الشخصية على الشبكة ثم انتقلت إلى موقع الصحف والكلمات ومنها إلى الصحافة المطبوعة.

لقد أدى انفجار المعلومات على شبكات الاتصال المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت إلى تبني الصحافة أنماط جديدة في تحرير الأخبار. فالقارئ الذي يستطيع الوصول إلى الشبكة والحصول على كم هائل من التفاصيل والمعلومات حول الحدث وخلفياته لا يقنع بالضرورة بان تلخص له الصحيفة وقائمة الحدث في شكل هرم مقلوب أو هرم معتمدل وبالتالي كان على الصحافة أن تبحث عن أنماط وقوالب فنية جديدة تمكنها من إشباع رغبة القارئ في الحصول على معلومات وافية عن الحدث.

ويمكن رصد العوامل التي ساهمت في ظهور أنماط جديدة في تحرير الخبر الإعلامي في:

١- إن القوالب التقليدية للتحرير الصحفي لم تعد تفي بحاجات القراء ولا توافق المستجدات المهمة في صناعة الصحافة. فقوالب مثل اهرم المقلوب والهرم المعتمدل والهرم المقلوب المترادج وغيرها أصبحت عاجزة عن استيعاب الكم الهائل من المعلومات التي توافر للصحفي حول موضوع معين ولا يتنج عنها صحافة المعلومات التي تناسب عصر المعلومات.

٢- إن الانفتاح الإعلامي أو ما يمكن أن نسميه انفجار المعلومات وظهور منافسين جدد للصحافة المطبوعة كشبكات المعلومات وشبكة الانترنت تغير صناعة الصحافة على مراجعة مدخلاتها وخرجاتها ومن بين هذه المخرجات القوالب الفنية التي تصب فيها المادة الصحفية.

٣- أن التحديات التي تواجهها الكتابة الصحفية في عصر الانترنت.. جعلت من الضوري البحث عن قوالب جديدة لتحرير الأخبار في الواقع الإخبارية وموقع الصحف الإلكترونية على الشبكة التي لا تواجه ما يسمى بقيود المساحة وقيود الزمن التي تواجهها الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون. فالقراء المهتمين بالحدث قد يقرأون الكثير من التفاصيل كما لهم قد يتبعون معلومات إضافية عن الحدث تقدمها لهم ووصلات إخبارية أخرى داخل الموقع.

وناقش في الصفحات التالية كل من الأنماط أو القوالب التقليدية والتي لازالت مستخدمة حتى يومنا هذا في بعض الصحف، والأنماط أو القوالب الجديدة التي بدأت الصحافة في استخدامها متأثرة بانفجار المعلومات على شبكة الإنترنت.

### **أولاً: الأنماط التقليدية في تحرير الأخبار:**

#### **١- نمط المرم المقلوب The Inverted Pyramid**

يتمثل نمط المرم المقلوب أكثر أنماط تحرير الأخبار شيوعاً وأكثرها استخداماً في وسائل الإعلام الخبرية المختلفة. ويناسب هذا النمط الأخبار البسيطة التي تدور حول حدث واحد أو تتضمن واقعة واحدة وتعالج موضوعاً واحداً أو فكرة واحدة، كما أنه يستخدم كثيراً في الأخبار الحادة أو الساخنة. وينتسب هذا النمط بأنه يتبع للقارئ الحصول بسرعة على المعلومات المهمة جداً في الحدث ولكن يعييه أن القارئ لن يكون عليه استكمال قراءة الخبر طالما حصل على المعلومات المهمة في بداية الخبر.

ويتكون هذا النمط من مقدمة ملخصة تتولى طرح النقطة المركزية في الخبر، ثم تتمالي بعدها فقرات الخبر من الأهم إلى الأقل أهمية، حيث تأتي المعلومات الأكثر أهمية بعد المقدمة مباشرة بينما تأتي المعلومات الأقل أهمية في نهاية الخبر. وقد تكون المقدمة جزءاً أصيلاً من الخبر وفي هذه الحالة فإنها تتضمن أهم معلومة يتضمنها الخبر. ولا يضم هذا النمط خاتمة للخبر إذ يتنهى الخبر بفقرته الأخيرة التي تحوى أقل معلوماته أهمية من وجهة نظر المحرر.

ويحدد د. فاروق أبو زيد<sup>(١)</sup> مميزات نمط المرم المقلوب في كتابة الخبر الصحفي في:

١- أنه يساعد على اختصار أية أجزاء من تفاصيل الخبر بسهولة وخاصة

(١) فاروق أبو زيد، *فن الخبر الصحفي*، القاهرة: الطبعة الثانية، دار الشروق، ١٩٨٤، ص. ٣٢٤.

الأجزاء الأخيرة في الخبر باعتبار أنها أقل أهمية. وهذا الاختصار يمكن الصحيفة وخاصة في حال إصدار طبعات أخرى من إيجاد مساحات لبعض الأخبار المهمة التي تصل إلى الصحيفة بعد الطبعة الأولى.

٢- سهولة اختيار عناوين الخبر من المقدمة.. باعتبار أنها تلخص أهم ما في الخبر.

٣- تساعد القارئ المشغول على الاكتفاء بقراءة مقدمة الخبر فيحصل على خلاصته.. كذلك فهي تساعد على قراءة أية فقرات إضافية من الخبر خاصة تلك الفقرات التي تهمه دون أن يضطر إلى قراءة تفاصيل الخبر كله. كذلك يمكن لمثل هذا القارئ أن يستغني عن قراءة الأجزاء الأخيرة من هذا الخبر باعتبار أنها أقل أهمية ويمكنه الاستغناء عنها.

وفي رأينا أن بعض هذه الميزات لنمط المقلوب في تحرير الخبر الصحفي قد فقدت مسوغتها في زمن الإنترن特. فالموقع الاخبارية وموقع الصحف على شبكة الإنترن特 لا تقييد بمساحات محددة كما كان الحال في الصحف الورقية، وبالتالي فإن اختصار أجزاء من الخبر لإفساح المجال لأنباء أخرى ليس أمراً وارداً في تحرير الأخبار التي تنشر على الشبكة.

## نموذج خبر تم تحريره في نمط المقلوب

مذبحة.. جنين!

القوات الإسرائيلية وجهت إنذاراً هائياً للسكان.. ثم بدأت الضرب بالصواريخ  
هجوم إرهابي على كنيسة المهد.. تدمير ٦ مساجد في نابلس وطولكرم

بوش بعث برسالة حادة إلى شارون.. سلمها أنطونи زين  
أعني ما قلت.. الانسحاب دون إبطاء

.. وباؤل في المغرب: العمليات العسكرية سببـت مشاكل مؤلمة.. يجب مغادرة  
الضفة الغربية فوراً

## كتب أشجان محمود. الأرض المحتلة وكالات الأنباء:

بدأت إسرائيل أمس المذبحة البشعة في مخيم جنين.. وجهت قوات الاحتلال إنذاراً نهائياً للسكان بإخلاء منازلهم وتسليم أنفسهم.. رفضت المقاومة الإنذار.. فقامت طائرات الباتشى بمحوم شامل قصفت خلاله المخيم بـ ٢٥ صاروخاً.. قامت قوات الجيش الإسرائيلي فجر أمس بمحوم إرهابي جديد على كنيسة المهد في بيت لحم أشعلت خلاله النيران في مبنى كنسى إداري ملحق بالكنيسة وأسقطت مظليين فوق سطح الدير استعداداً لاقتحامها.. كما دمرت القوات الإسرائيلية ٦ مساجد في نابلس وطولكرم.

من ناحية أخرى.. بعث الرئيس الأمريكي جورج بوش برسالة حادة إلى ارئيل شارون رئيس وزراء إسرائيل سلمها له انطوني زيني المبعوث الأمريكي.. كما صرخ بوش للصحفيين في ولاية تينيس انه يعني ما قاله لشارون من قبل بأن يتم الانسحاب من الأراضي الفلسطينية دون إبطاء.

.. وفي أغadir بالمغرب.. طالب كولين باول وزير الخارجية الأمريكي شارون بمعادرة الضفة الغربية فوراً لأن العمليات العسكرية سببت مشاكل مؤلمة. أكدت وزارة الدفاع الإسرائيلية أن قواها سوف تنسحب من مدینتی قلقيلية وطولكرم وستعيد انتشارها حول المدينتين ابتداء من الساعات الأولى لصباح اليوم بعد أن أتم الجيش عملياته بالمدينتين. وذكر البيت الأبيض أنه يعتبر الخطوة الإسرائيلية مجرد بداية.. كما وصف باول التعهد الإسرائيلي بالانسحاب من المدينتين بأنه خطوة مشجعة لكنها ليست كافية.

أكَدَ أَحمدَ ماهرَ وزَيْرَ الْخَارِجَةِ أَنَّ بَيَانَ شَارُونَ أَمَامَ الْكَنْيَسِيَّتِ الإِسْرَائِيلِيِّيِّيِّنَ يُؤكِدُ أَنَّهُ رَجُلٌ عَدُوَانِيٌّ وَمُسْتَمِرٌ فِي سِيَاسَتِهَا العَدُوَانِيَّةِ.

## ٤- نمط المهرم المعدل :Pyramid

يقوم تحرير الخبر وفق هذا النمط على السرد التابعى للأحداث من بدايتها إلى نهايتها.

وينقسم الخبر وفقاً لهذا النمط إلى ثلاثة أجزاء: مقدمة تحتل قمة المهرم وهي مدخل يهدى لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوى على أهم ما فيه.. ثم يتلو المقدمة جسم الخبر وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وتتدرج هذه التفاصيل حتى تصل إلى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة المهرم. وفي هذا النمط يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج بعد ذلك ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجأ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر أو نتيجته وذلك في خاتمة الخبر<sup>(١)</sup>.

ويستخدم نمط المهرم المعدل بشكل جيد في الأخبار الطويلة والأخبار التي تتضمن وقائع مثيرة ومتضاعدة مثل أخبار الجرائم والحوادث.

ويقترب هذا النمط من الكتابة القصصية إلا أنه يحتاج نظراً لطبيعة الأخبار الإعلامية إلى أن يبدأ على عكس القصص بفقرة جوهرية تخبر القارئ بمغزى الخبر. فالمقدمة في هذا النمط يجب أن تقول للقارئ ما موضوع الخبر ثم تقدم شيئاً من الغموض الذي يقود القارئ إلى قراءة الخبر.

ومن الأفضل أن يقتصر استخدام هذا النمط في الأخبار القصيرة بحيث لا يكون على القارئ الانتظار طويلاً لمعرفة ماذا حدث، ويمكن استخدامه مع الأخبار الطويلة إذا كان بها حبكة درامية قادرة على جعل القارئ يكمل قراءة الخبر.

## ٣- نمط المهرم المقلوب المتردج:

ويقوم هذا النمط على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفى بالبناء

(١) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفى، مراجع سابق، ص. ٣٣٠.

المعماري للهرم المقلوب المتردرج وهو بذلك يأخذ شكل المستويات المتردجة على شكل هرم مقلوب، بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح فيه ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة ليشرح ويلخص كل منها جانبًا من جوانب الخبر. وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح مصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر لتوكيد ما سبق وشرحه الفقرة السابقة.. على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها بحيث يبدأ بالتصريح الأهم.. ثم التصريح الأقل أهمية<sup>(١)</sup>.

ويصلح هذا النمط تحديداً مع الأخبار القائمة على تصريحات صانع أو صناع الخبر الذين لا يمكن دمج تصريحاتهم في جسم الخبر مثل رؤساء الدول والملوك ورؤساء الحكومات.

وإذا كان هذا النمط لا زال يناسب الصحافة المطبوعة إلا أنه لا يناسب كثيراً الصحافة الإلكترونية، إذ من الممكن جمع تصريحات صانع الخبر خارج النص الرئيسي للخبر من خلال وصلات النص الفائق ليقرأها القراء المهتمين بمتابعة النص الكامل للتصرighات. كما أنه بالإمكان وضع هذه التصرighات في صورة ملف مسموع Audio file يستطيع القارئ الاستماع من خلاله للتصرighات دون حاجة لقراءتها، وملف مرئي يستطيع القارئ من خلاله مشاهدة المصدر أثناء إدائه بهذه التصرighات.

**غودج خبر تم تحريره في نقط اهرم المقلوب المتردرج**

### أمريكا: عملية شارون تخلق مخاطر استراتيجية كبيرة

واجه الإرهابي اربيل شارون المطالب الأمريكية له ببدء الانسحاب من المناطق الفلسطينية. بمحاصرة مهمة وزير الخارجية الأمريكي كولن باول، الذي بدأ جولته بالمغرب بالإعلان عن استمرار العدوان وتصعيده ببدء حرب إبادة جماعية

(١) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص ٣٢٦-٣٢٧.

على مخيم جنين والبلدة القديمة في نابلس باستخدام القنابل الفراغية. وأرفق هذه الوحشية بعرض عقد قمة مع زعماء عرب معتدلين مشترطاً لذلك عدم المطالبة بالانسحاب إلى حدود العام ١٩٦٧.

وأمام إهانته للمطالب الأمريكية اظهر الرئيس الأمريكي جورج بوش أمس عزمه على ممارسة الضغط على شارون بسبب ما وصفه باول بالمخاطر الاستراتيجية الكبرى التي تخلفها عملية شارون فقد كرر بوش أمس المطالبة ببدء الانسحاب دون إبطاء ومطالبة القادة العرب بإدانة المقاومة الفلسطينية وأرسل مبعوثه انتوني زيني إلى شارون وسلمه رسالة من الإدارة الأمريكية تطالبه ببدء الانسحاب «الآن». وقال بوش خلال زيارة قام بها أمس إلى مدينة نوكسفيل في ولاية تينيسي «كنت أعني حقاً ما قلته لرئيس الوزراء الإسرائيلي (ارييل شارون) وانتظر انسحاباً دون إبطاء» للقوات الإسرائيلية من المدن الفلسطينية المحتلة. وأضاف بوش من جهة أخرى «كنت أعني حقاً ما قلته للعالم العربي: على القادة (العرب) أن يتصدوا لأنشطة الإرهابية ويدينوها حتى يتحقق السلام».

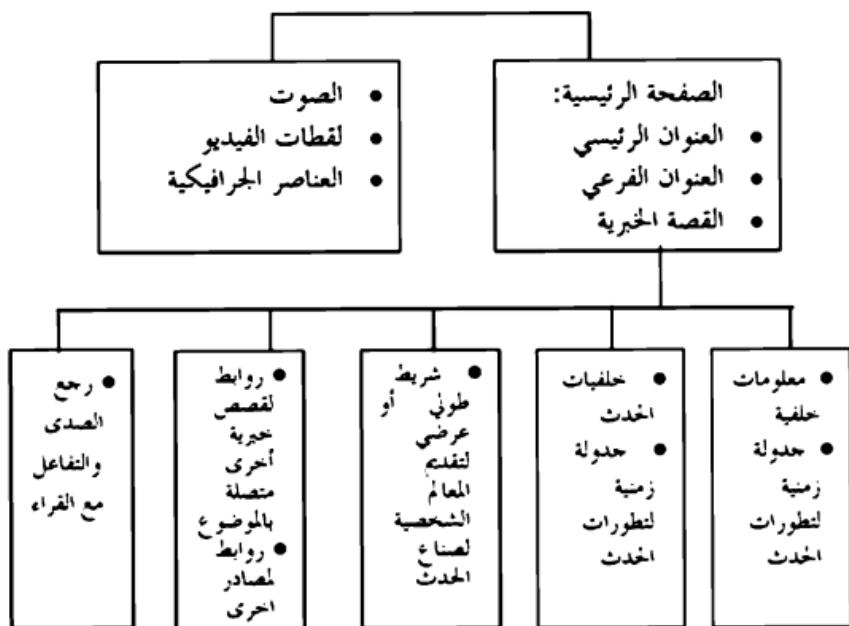
وقال بوش: «اتفقنا على وجوب أن توقف إسرائيل عمليات التوغل في أراضي الحكم الذاتي الفلسطيني وتبدأ بالانسحاب دون إبطاء من المدن التي احتلتها أخيراً» وقال الناطق باسم البيت الأبيض أري فلايشر «إنما رسالة جديدة من الرئيس؛ وأضاف أن القوات الإسرائيلية «يجب أن تبدأ انسحابها الآن»، موضحاً أن بوش «يعني ما يقوله وينتظر من إسرائيل العمل». وادلى وزير الخارجية الأمريكية كولن باول بتصريح مماثل من المغرب حيث بدأ أمس جولة على عدد من الدول المعنية بأزمة الشرق الأوسط. وأعلن باول أن على إسرائيل الانسحاب «الآن» من الضفة الغربية، محذراً من أن عملياتها تثير مشاكل كبيرة وخطيرة. وقال باول أمام الصحفيين في أغadir بالمغرب في إشارة إلى الدعوات السابقة التي وجهها بوش أن «الرئيس كان يعني (الآن)». وأضاف باول بعد لقائه العاهل المغربي الملك محمد السادس في الخطة الأولى من جولته الشرق أوسطية التي يختتمها في إسرائيل في نهاية الأسبوع أن «المشاكل الاستراتيجية التي تخلقتها هذه العملية كبيرة وخطيرة».

## ثانياً: الأنماط الجديدة في تحرير الأخبار:

### ١- نمط لوحة التصميم:

من الأنماط المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت ما يسمى بنمط لوحة التصميم storyboard الذي يأخذ في اعتباره أن الخبر الإلكتروني يتميز عن الخبر المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائل المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا النمط إدخال الصوت والصورة ورجم الصدى إلى القصة الخبرية. ويوضح هذا النمط في الشكل التالي:

#### نمط لوحة التصميم لخبر ينشر على الإنترنت



**٤- غط المقاطع Section Technique** الذي يناسب الأخبار المركبة والمعمقة والقصص الخبرية، ويقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع و التعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة. ويتم تقسيم الخبر إلى مقاطع وفقاً لترتيب وقوع الأحداث أو وفقاً للتطور الزمني للحدث.

**٣- غط الساعة الرملية Hourglass Structure** والذي تشبه بدايته قالب المقلوب حيث تضم أهم المعلومات في أعلى الخبر ثم يحتوي على سرد تابعي لجزء أو بقية الخبر. ويكون هذا النمط من: مقدمة ملخصة، ثم معلومات خلفية عن الحدث، ثم عرض أهم وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متالي للأحداث الفرعية في الخبر.

**٤- غط القائمة List Technique** ويفيد في تحرير الأخبار عندما يكون لدى الخبر عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها ويقوم على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم (علبة المعلومات) داخل الخبر أو في خاتمه. ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات ونتائج بحوث والبرامج الحكومية والتقارير الاقتصادية.

**٥- غط وول ستريت جورنال Wall Street Technique** ويدأ باستهلال خفيف حول شخص أو مشهد أو حادثة وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام بدءاً بشخص أو مكان أو حدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر. من منطلق أن هذا الشخص هو واحد من كثيرين تأثروا بالقضية التي تغير عنها الفكرة الجوهرية. والاستهلال قد يكون وصفياً أو سردياً أو حكايناً. ويتبع ذلك فقرة مركبة توضح مغزى الخبر ثم يرتب جسم الخبر حسب وجهات نظر مختلفة أو تفصيلات تتعلق بمحور الخبر، وتكون الخاتمة دائرة يستخدم فيها نص أو حكاية طريقة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال.

**٦- غط الدائرة Circle Technique** ويتم تحرير الخبر في شكل دائرة النقطة الرئيسية فيها هي الاستهلال وكل النقاط المساعدة يجب أن تعود إلى النقطة

المركبة في الاستهلال. وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الواقع حسب تدنى درجة الأهمية. ففي النمط الدائري كل جزء من الخبر متساوٍ في الأهمية. وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.

ويتبين هذا النمط في النموذج التالي:

إحالة مهندس مصرى لمحكمة أمن الدولة العليا .. يتحسس لصالح إسرائيل  
نقل معلومات عسكرية واقتصادية .. وتطورات مشروع توشكى  
كتب - جمال عقل:

وافق المستشار ماهر عبد الواحد النائب العام على قرار المستشار هشام بدوى المحامى العام لنهاية امن الدولة العليا بإحالة الجاسوس شريف محمد الفيلالي ٣٤ سنة مهندس وجبروجى شفتتف ٥٤ سنة ضابط روسي سابق إلى محكمة أمن الدولة العليا لاتهامهما بالتحسس لصالح الموساد الإسرائيلي. مما يضر بالأمن القومى وإمدادهم بالمعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية عن المجتمع المصرى.

كشفت تحقيقات محمد حلmi قنديل رئيس نيابة أمن الدولة العليا ان المتهم شريف الفيلالي سافر إلى ألمانيا في مايو ٩٦ عقب حصوله على بكالوريوس الهندسة لاستكمال دراسته العليا وخلال إقامته هناك تعرف على سيدة يهودية تحمل الجنسية الألمانية تدعى ايرينا.. تطورت علاقتها وقدمته لرئيس قسم الشرق الأوسط بإحدى الشركات الاستثمارية الكبرى والذي طلب منه تعلم اللغة العبرية استعداداً لتكتيفه بمهام خاصة في إسرائيل بعدها أقنעה بقوة إسرائيل وتأثيرها على منطقة الشرق الأوسط.

كشفت التحقيقات التي استمرت حوالي شهر أن المتهم سافر إلى إسبانيا والتقى هناك بالمتهم الثاني الذي أوهمه بأنه تاجر سلاح واكتشف فيما بعد انه عميل بجهاز المخابرات الإسرائيلية الموساد أغراه بمال الوفير طالباً منه إمداده بمعلومات اقتصادية وسياسية وعسكرية عن مصر.. نفذ المتهم ما طلب منه فجمع

معلومات عن توشكى باعتباره أحد المشروعات الزراعية العملاقة حيث كلفه المتهم الثاني — عميل المخابرات بجمع كافة المعلومات عن توشكى وإعداد دراسة عن الأهداف المرجوة منه على المدى القريب والبعيد وحجم الاستثمارات وأسماء الشركات المشاركة في المشروع وتصوراته عن إمكانية تعثره أو استمرار بمحاجة

نفذ شريف الفيلالي المطلوب منه جمع المعلومات وأرسلها للمتهم الثاني الذي طلب منه أيضاً جمع معلومات اقتصادية عن النشاط السياحي في البلاد خاصة في المناطق الساحلية .. سيناء والغردقة ومرسى علم وإعداد دراسة عن الأفواج السياحية التي تتردد على هذه المناطق وإعدادها ونوعيتها والمناطق والمجتمعات السياحية الجديدة المزعومة استثمارها قريباً.

تردد المتهم الأول على هذه المناطق السياحية وقام بتصويرها فوتوغرافياً وأعد خريطة جغرافية لها.. ثم سلم هذه المعلومات للمتهم الثاني.

كشفت تحقيقات محمد حلمى قنديل التي باشرها المستشار هشام بدوى الخامس العام الأول أن المتهم أعد تقارير سياسية عن الأوضاع الداخلية للبلاد والأوضاع العسكرية والنشاط الحكومي والخاص ومعدلات النمو من خلال إحصائيات وأرقام اعترف بها في تحقيقات النيابة مشيراً إلى أنه تنقل بين عدد من المدن الأوروبية والتلقى بضباط الموساد الذين كانوا يمطرونوه بالتكليفات التي تقاضى مقابلها آلاف الدولارات ووعدهم بأمثالها.

## ٧- خط فورك The Fork Method ويقوم على:

- F = Focus - النقطة المركزية

- O = Order - الترتيب

- R = Repetition of key words - إعادة المفردات الرئيسية

- K = Kiss off Technique - الإيجاز والتبسيط

وبتضح هذا الأسلوب في النموذج التالي:

تدور أحوال السجناء المرضى عن الطعام في السجون التركية  
تقول منظمات حقوق الإنسان في تركيا إن حالة بعض السجناء المرضى عن  
الطعام في السجون التركية قد بدأت تتدور على نحو خطير وتقول هذه المنظمات  
إن بعض السجناء بدعوا يعانون من ضعف البصر والذاكرة  
ويشارك أكثر من مئانية آلاف سجين في إضراب عن الطعام للاحتجاج على  
خطط لنقلهم من مهاجم جماعية كبيرة إلى خلايا افرادية صغيرة في سجون  
جديدة تفرض عليها إجراءات أمنية مشددة  
وقد تواصل الإضراب في السجون التركية لمدة أربعين يوماً حتى الآن على الرغم  
من أن السجناء المشاركون يتناوبون الإضراب عن الطعام بشكل دوري، إذ يرفض  
مجموعه منهم الطعام لفترة معينة ثم تخل محلهم بمجموعة جديدة  
غير أن بعض السجناء يرفضون أي شكل من أشكال الطعام وقد بدعوا يعانون من  
الضعف.  
ويذكر أن السجناء جميعاً يتمثلون إلى مجموعات يسارية متشددة حاربت الحكومة.

**- ٨ - المط غير الطولي Nonlinear**, وهو عكس القالب الطولي الذي يقوم  
على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم وفيها لا  
يسطر القارئ على تابع الأحداث داخل الخبر. ويناسب القالب غير الطولي (غير  
المخططي) الأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت. ويقوم على وجود وصلات  
متعددة hyperlinks تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله  
الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر.

وي Benn الخبر في هذا القالب في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات إلى جسمه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع.

ويأخذ هذا القالب شكل الشجرة المتعددة الفروع والأغصان، أو شكل دائرة ذات أشعة تقود القارئ إلى عناصر الخبر من خلال وصلات النص الفائق.



# ٩

## الفصل التاسع كتبة الأخبار

- من يكتب الأخبار. 
- محرر الديسك. 
- المحرر المراجع. 
- طرق الكتابة. 
- الكتابة المقرومة. 
- كتابه العنوان. 
- كتابه جسم الغير. 



## الفصل التاسع كتابة الأخبار

يعمل كل كاتب وفقاً لأنماط كتابة محددة، سواء كان يكتب شعراً أو رواية أو قصة قصيرة أو مسرحية أو حبراً. فإذا كانت المعلومات التي يريد الكاتب أن ينقلها لآخرين فإن هذه المعلومات يجب أن تنقل في أنماط محددة ووفق طريقة متعارف عليها.

وتعد كتابة الأخبار من الكتابات ذات الأسلوب التميز المتعارف عليه منها مثلاً كتابة القصة القصيرة.

### من يكتب الأخبار:

يتولى كتابة الأخبار في الصحفة أكثر من شخص. وتبدأ عملية الكتابة بالمحير الصحفي الذي حصل على الخبر وتنتهي بمحرر الديسك الذي يتولى إعادة كتابة جميع أخبار الصحفة، وبينهما يأتي دور المحرر المراجع الذي يتولى مراجعة الخبر بعد كتابته والتتأكد من سلامته البنائية واللغوية.

وإذا كان بعض المحررين لديهم القدرة على كتابة أخبارهم بأنفسهم فإن قطاعاً آخرًا منهم لا يمكنه ذلك. وفي جميع الأحوال فإن ما يكتب المحررون لا بد أن يمر على محرري الديسك الذين يتولون إعادة كتابة الأخبار وفقاً لسياسة الصحفة.

### محرر الديسك:

ومحرر الديسك أو ما يطلق عليه sub-editor هو من يقدم الأخبار في صورتها النهائية. ويشترط فيه أن يكون لديه خبرة واسعة وقدرة جيدة على الكتابة وسرعة في فهم الأخبار والوصول إلى النقطة الرئيسية التي يجب إبرازها في كل خبر.

ويتولى محرر الديسك مهمة اختيار عنوان الخبر وإعادة كتابة الخبر كله أو بعض مقاطع الخبر وبالتالي يجب أن يكون قادرًا على استخدام اللغة بشكل جيد.

## المحرر المراجع:

لا يقوم المحرر المراجع أو ما يطلق عليه Proof Reader باتخاذ أية قرارات تتعلق بنشر الأخبار أو طريقة صياغتها. إذ تمثل مهامه في مطابقة النص الخبرى الذى تم جمعه مع اصل الخبر الذى تم إرساله من قسم الأخبار إلى صالة الجمع، وتصحيح الأخطاء الإملائية واللغوية الواردة فيه بالإضافة إلى كشف أخطاء ترتيب سطور الخبر أو السطور التي تم القفز عليها أو المكرر جمعها. ولذلك فإن الصحف تعرض عند تعين محررين مراجعين أن يكونوا من خريجي أقسام اللغة العربية ومن لديهم خبرة في المراجعة اللغوية للمطبوعات. وتستند بعض الصحف إلى المحررين المراجعين مهمة مراجعة الأخبار من الناحية القانونية أيضا حتى تحب نفسها الورق في مشكلات قضائية نتيجة استخدام عبارات معينة في الأخبار قد تمثل سبا أو قدفا في حق أشخاص.

## طرق الكتابة:

كثيراً ما يردد البعض أن انساب طريقة لكتابه الأخبار والموضوعات الصحفية أن يكتب المحرر تماماً مثلما يتحدث. ورغم وجاهة هذه النظرة إلى الكتابة الصحفية إلا أنها تتجاهل حقيقة أن اللغة المنطقية تختلف اختلافاً كبيراً عن اللغة المكتوبة، كما تتجاهل خصوصية الكتابة للصحافة بصفة عامة وكتابة الأخبار على وجه الخصوص. فكتابه الأخبار ليست عملية ميكانيكية يتحكم فيها المحرر وحده بحيث أنه يستطيع أن يكتب كما لو كان يتحدث، ففي هذه الكتابة لا بد أن يضع المحرر في حسابه الاعتبارات القانونية وعليه أن يدقق في كل لفظ حتى لا يقوده إلى المحاكم ورثما إلى السجن. كما أن عليه أن يكتب في ضوء المتوافر لديه من معلومات فكتابه الأخبار ليست كتابة إبداعية خالصة وتعتمد في المقام الأول على حجم ونوعية المعلومات التي جمعها المحرر الصحفي وتحتاج إلى إرجاعات مستمرة إلى مصدر المعلومات.

## الكتابة المقرؤة:

ليس هناك صيغ محددة يمكن أن يتبعها المحرر لكي تكون كتابته مفروعة، ولكن هناك طرق لقياس بعض عناصر الكتابة الصحفية الجديدة. وتقيس هذه الطرق قارئية الصحيفة من خلال قياسها ثلاثة أشياء هي: طول الجملة sentence length والكلمات الصعبة word difficulty وعدد الارجاعات إلى أشخاص number of personal references. ويتم قياس طول الجملة من خلال عدد الكلمات المضافة إلى كل جملة سواء في بدايتها أو في نهايتها. وإذا كانت القاعدة العامة تقول ان الجملة القصيرة افضل من الجملة الطويلة، فإن على المحرر أن يعي أن بعض الموضوعات تفرض استخدام الجمل الطويلة كما أن المحرض الزائد على قصر الجمل قد يخل بالمعانى.

ويتم قياس صعوبة الكلمات من خلال عدد الكلمات التي يتم استخدامها من خارج قوائم الكلمات السهلة في الكتابة الصحفية والتي تشمل حسب ما وضع ادخار دال Edgar Dale وجين شال Jeane S. Chall ثلاثة آلاف كلمة في اللغة الإنجليزية.

إن القاعدة المهمة في كتابة الأخبار هي (استخدم كلمات بسيطة وجمل بسيطة وتذكر دائماً إنك تكتب للناس جميعاً).

وليس أمام المحرر الصحفي المحكوم بوقت عدد للانتهاء من كتابة الأخبار من طريقة سريعة للحكم على سهولة وصعوبة الكلمات التي يستخدمها في كتابة الخبر، سوى إحساسه بالكلمة وما إذا كانت شائعة الاستخدام في الصحف ومتداولة بين القراء أم نادرة الاستخدام ومهجورة لا يستخدمها الناس. أما قوائم الكلمات السهلة والكلمات الصعبة الشائع استخدامها في صالات تحرير بعض الصحف الإنجليزية فلما تصلح في رأينا للمحررين المبتدئين الذين يكون لديهم الوقت الكافي للبحث في هذه القوائم وليس للمحررين المراجعين ومحرري المديريks الذين يكون عليهم كتابة أو إعادة كتابة عشرات الأخبار في وقت محدد.

وتفتقد الصحافة العربية نظام قوائم الكلمات الصعبة والكلمات السهلة التي يمكن أن يستعين بها المحرر في كتابة الأخبار، ولذلك يعتمد المحررون على خبر قم في كتابة الأخبار المستمدة من الممارسة ومن القراءة الكثيرة للصحف. ولعل هذا ما يفسر اعتماد الصحف العربية على المحررين القدماء في عملية مراجعة الأخبار وإعادة كتابتها وعدم إشراك الصحفيين والمحررين في هذه العملية.

### كتابه العنوان:

تطلب كتابة عنوان الخبر عناية كبيرة ودقة في اختيار الألفاظ والكلمات. ويشكل العنوان أحد الجوانب المهمة المعرضة للنقد في الصحيفة. وقد يستاء القارئ من غير معين ولكن شكواه تتحقق في النهاية في رفض الطريقة التي كتب بها عنوان الخبر. وربما تقتضي شعبية الصحيفة نتيجة سوء عناوينها. وقد يغير القارئ للمحرر أحياناً التلاعب بالألفاظ ولكن من الخطورة البالغة اتباع ذلك في العنوان<sup>(١)</sup>.

ومن النصائح التي تقدم للمحررين عند كتابة عناوين الأخبار:

- تحجب التحريف تماماً مع عدم محاولة تبسيط العنوان أكثر من اللازم.
- عدم التركيز على وجة نظر ثانوية في العنوان وإهمال النقطة الأساسية.
- عدم المبالغة في تأكيد العنوان.
- استخدام الفعل المضارع في العنوان.
- استخدام الأفعال القوية.
- وضع النقط والفواصل بطريقة صحيحة.
- استخدام كلمات وتعابيرات واضحة لا لبس فيها.

---

(١) صلاح قضايا، التحقيق الصحفي ، القاهرة مطبوعات أخبار اليوم، ٢٠٠١، ص ١١٢.

## كتابة جسم الخبر:

- بعض الإرشادات الخاصة بكتابة جسم الخبر التي أوردها كارول ريش<sup>(١)</sup>:
- تفادي استعمال المصطلحات المهنية والكلمات والعبارات الفنية المتخصصة التي يستخدمها المسؤولون ولكن لا يفهمها القراء.
  - استخدام جمل قصيرة وبسيطة، إذ كلما تعقدت المعلومات كلما أصبح من الضروري استعمال جمل أبسط وأقصر.
  - اجعل الفعل قريباً من فاعله، إذ لا ينصح بعدم الفصل الطويل بين الفعل وبين فاعله، مثل يغادر اليوم العاصمة المصرية القاهرة متوجهًا إلى لندن الرئيس الأمريكي.....، إذ من الأفضل أن نقول يغادر الرئيس الأمريكي.....
  - تجنب الكتابة المكثفة، يعني لا تكتب كتلاً ضخمة من الأفكار والجمل المقدمة.
  - التركيز على شخص واحد في الخبر لبيان التأثير.
  - استخدام استهلال تأثيري لإيضاح الأثر في الخبر.
  - تجنب النصوص المملة، إذ لا يتوجب على المحرر نقل كلام المسؤول كما هو ويمكن التعبير عن وجهة نظر المسؤول بكلمات المحرر.
  - تجنب الحشو، يعني أن يكون المحرر انتقائياً في استخدام النصوص والحقائق التي يحتاجها فحسب.
  - إذا كان الخبر يحوى أرقاماً فمن الأفضل أن نوضح أهمية هذه الأرقام ومقارنتها بأرقام سابقة. كما ينصح بغير الأرقام أي تقريرها مع تجنب حشر الأرقام كلها في فقرة واحدة.

(١) كارول ريش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة عبد الستار حواد. العنوان: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٢. ص ٥٦٦-٥٦٧.

- تجنب استخدام الأساليب الوصفية فالمزيد من الوصف يعرقل الخبر.
- تجنب الصفات واكتب تفصيلات محددة باستبعاد أسماء وأنفعال شفافة وتجنب الكلمات الواصفة. فعندما نستخدم الصفات فإننا نحازف بإفحام آرائنا الخاصة في الخبر.
- تجنب تحديد الأوصاف الجسمية إلا إذا كانت هناك حاجة إليها كما في أخبار الجريمة والمحاكم والكوارث.
- تجنب الأوصاف الجنسية والعرقية.
- اتبع الجمل الطويلة بأخرى قصيرة، واتبع الجمل المعقّدة بجمل قصيرة مؤثرة.
- استخدم الفعل المبني للمعلوم قدر الإمكان وتجنب استخدام الفعل المبني للمجهول.

## الفصل العاشر

### أخلاقيات نشر الأخبار

- الرقابة على الأخبار. 
- سرية المعلومات. 
- اوامر حظر النشر. 
- تصنيف المعلومات. 
- أخلاقيات النشر. 
- الصحافة والمحاكم. 
- مجالس الصحافة. 
- مواثيق الشرف. 



## الفصل العاشر

### أخلاقيات نشر الأخبار

منذ وقت مبكر لظهور وسائل الإعلام حاول الحكم السيطرة عليها والتحكم فيها بيمانا ينطرها على مراكزهم في السلطة. وترجع هذه المحاولات الحكومية الأولى إلى فترة ظهور الطباعة وإن كانت ترجع تاريخيا إلى عصور الإنسان الأولى عندما سيطر الحكم على جميع منافذ التعبير في المجتمع. فتاريخ الحضارة الإنسانية يمكن النظر إليه باعتباره تاريخ القمع الذي مارسه الحكم على الشعب لإخضاعها لهم والحفاظ على مواقعهم في السلطة. فقد كانت فلسفة أفلاطون تقوم على فكرة خضوع المجتمع بكل فئاته للمحاكم أو الرعيم. وقد عبر ميكافيلي في العصور الوسطى عن نفس المعنى في كتابه (الأمير) عندما قال (إن الرعاء يجب أن يمارسوا كل الوسائل الممكنة للحفاظ على سلطتهم). ومن هنا جاء تعبيره الشهير الذي صار مثلا وهو (الغاية تبرر الوسيلة) أو "The Ends Justify the Means". وغير حقب التاريخ المختلفة وحتى الآن عاشت الشعوب تحت أنظمة حكم سلطوية أكثر مما عاشت تحت أنواع حكم أخرى.

وبعد اختراع الطباعة وانتشارها في أوروبا في القرنين الخامس عشر والسادس عشر، وضع الحكم في البلدان التي دخلتها المطبعة استراتيجيات محددة لضمان عدم تجديد التكنولوجيا الجديدة لسلطتهم، فاختضعت المطبع للرقابة الحكومية المشددة من خلال قوانين الترخيص والضرائب والتعريف وغيرها من ترسانة القوانين التي كانت جاهزة على الدوام للاحقة كل جديد في عالم الاتصال والإعلام.

قانون الترخيص الذي وضع لأول مرة في تاريخ الإعلام الحديث الملك الإنجليزي هنري السابع، والذي يلزم كل من يريد إنشاء مطبعة بالحصول على ترخيص مسبق من الحكومة، لا زال قائماً في غالبية دول العالم التي لا زالت تخرم الأفراد من إصدار الصحف أو إنشاء محطات للإذاعة والتليفزيون دون الحصول المسبق على ترخيص بذلك. وكما تعلم الطابعون الأوائل في إنجلترا أن التعاون مع

الحكومة أفضل من نقدتها ويعود عليهم بفوائد عديدة، لا زال الصحفيون وأصحاب الصحف في غالبية دول العالم ينهمون نفس النهج طمعاً في ذهب الحكومة ونحوها من سيفها البار.

### الوقابة على الأخبار:

تفرض الحكومات المختلفة على إحاطة الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام داخل الدولة وربما خارجها بسياج من التشريعات المختلفة التي تحرم نشر الأخبار غير الصحيحة أو الكاذبة وكذلك الأخبار التي تتضمن تعريضاً بالنظام الحاكم أو تعريضاً على الثورة ضد النظام.

وإذا كانت قوانين التحرير قد ظهرت حتى قبل ظهور الطباعة (في القرن الثالث عشر الميلادي في إنجلترا) لتحرم نشر الشائعات عن العرش والنبلاء، فإنما استمرت بعد ظهور الطباعة والصحافة وأضيف إليها نصوص جديدة جعلت جريمة نشر الشائعة تتحقق وتستوجب العقاب حتى لو كانت الشائعة حقيقة موكدة.. وتعامل بعض الدول في العصر الحاضر مع الصحافة بعدها (كلما كانت الشائعة تحوى حقائق كلما كان عقاب من ينشرها أشد). "The Greater The Libel

حقائق كلما  
كانت الشائعة  
تحوى

"Truth, The Greater The Libel"

وتؤكد التجارب العالمية المعاصرة في مجال حرية الصحافة أنه كلما شعرت الحكومات بعدم الأمان والاستقرار في مواقعها في السلطة كلما كان تحملها لحرية الصحافة أقل. "The less stable or secure the governors are, the less they tolerate the press freedom

وإذا نظرنا في التراث التاريخي العالمي في الخد من حرية الصحافة بحد الأخبار على رأس المواد الصحفية التي حاولت الحكومات وضع قيود كبيرة على نشرها. ففي فترة مبكرة من ظهور الطباعة في إنجلترا، أصبح نشر الأخبار من المهن الخطيرة على أصحابها، وهو الأمر الذي أدى إلى تأخر ظهور الصحافة الخبرية

نسبياً في إنجلترا عن الدول الأوروبية الأخرى. فقد فرض الملك هنري الثامن الذي تولى الحكم في عام ١٥٠٩ قيوداً شديدة على المطبع خشبة تأثير ما تنشره من أخبار سلباً في صراعه مع البابا والكنيسة على السيادة. ولكن يؤكد سيطرته على البلاد فرض هنري الثامن نظاماً للرقابة المسبقة على المطبوعات، وأصدر في عام ١٥٢٩ قائمة بالكتب المحظوظ طبعها. وفي عام ١٥٣٤ ألزم المطبع بالحصول على ترخيص ملكي قبل أن تعمل في مجال الطباعة. وقد وضعت هذه الأوامر موضع التطبيق الفعلي حيث تعرض بعض أصحاب المطبع للسجن بتهمة القذف أو انتقاد الحكومة فيما كانوا يطبعونه في مطابعهم من كتب إنجليزية، كما حُرم البعض الآخر من ممارسة مهنة الطباعة، وكانت العقوبات ضد الطابعين وأصحاب المطبع تصل في بعض الحالات إلى حد الإعدام شنقاً.

ورغم القيود الشديدة التي فرضت على الطباعة، إلا أن الطابعين وأصحاب المطبع نجحوا في تثبيت دعائم هذه الصناعة الوليدة في إنجلترا من خلال إقامة وإدارة المطبع السرية بعيداً عن أعين الحكومة والسلطات. وتقدّر بعض المصادر أن ثلث عدد الكتب التي نشرت في إنجلترا في القرن السادس عشر طبعت خارج المطبع المصحح لها.<sup>(١)</sup> وقد كانت هذه الكتب هي الأساس للصحف الخبرية السرية التي ظهرت ولا زالت تظهر بين حين والأخر في بعض الدول، وبطلق عليها الصحافة السرية "The Underground Press".

### من حرية الطباعة إلى حرية الصحافة:

لعل من الغريب أن أول صحيفة مطبوعة ظهرت في إنجلترا لم تكن إنجليزية الهوية، وإن كانت إنجليزية اللغة، وهي صحيفة ذي كرنت أوت أوف إيطاليا وألمانيا C, The Coronet Out of Italy, Germany, & C، التي صدرت في

---

(١) Hall, David, "The World of Print and Collective Mentality," in John Higham and Paul K. Conkin (eds.) New Directions in American Intellectual History, (Baltimore: John Hopkins University Press, 1980) P. 167.

أمستردام (هولندا) في عام ١٦٢٠. ويذكر د. إبراهيم إمام أن هذه الصحيفة أو ما يطلق عليها الكتاب الإخباري الأول المنتظم الصدور في إنجلترا، كانت مترجمة عن النسخة الهولندية التي كان يصدرها نيقولا بورن وتوماس أرشر في أمستردام<sup>(١)</sup>.

وقد تعرضت هذه الصحيفة حال ظهورها في إنجلترا إلى قيود ملكية مماثلة للقيود التي كانت مفروضة على المطابع. فقد أصدر الملك جيمس الأول والملك تشارلز الأول اللذين حكما إنجلترا في الفترة من ١٦٠٣ إلى ١٦٤٩ حظراً على دخول الصحيفة وجميع الصحف الهولندية الأخرى الناطقة باللغة الإنجليزية إلى البلاد. كما أصدرا أوامر بسجن الناشرين الذين يحاولون طبع هذه الصحف دون الحصول على موافقة الحكومة.

في ظل هذه الظروف التي أعاقت نشأة الصحافة الإنجليزية لفترة، اتجه الناشرون، خاصة ناشري كتب الشعر والكتب الشعيبة الأخرى إلى تضمين الكتب التي ينشرونها بعض أخبار الجرائم والكوارث والفضائح. وكانت هذه الطريقة هي بداية ظهور الخبر المطبوع في إنجلترا.

وقد كانت الصحافة الإنجليزية على موعد مع التطور السريع والازدهار في مطلع الأربعينيات من القرن السابع عشر، وفي بدايات الحرب الأهلية الإنجليزية، إلى أن بدأ البرلمان في فرض قيود شديدة على الصحافة في نهاية هذا العقد.

ومن دلائل ازدهار الصحافة الإنجليزية في هذه الفترة أنه بحلول عام ١٦٤٤ كانت توزع في لندن نحو ستة آلاف نسخة من نحو عشرة صحف، كما أطلق جون ملتون John Milton دعوة الشهيرة لحرية الصحافة وكتب يقول : أعطني حرية أن أعرف وأن أغير وأن أناقش بحرية ووعي، بهذه الحرية فوق كل الحريات. وقد وجه ملتون هذه الدعوة إلى البرلمان مؤكداً أن نظام الترخيص

(١) إبراهيم إمام، تطور الصحافة الإنجليزية في القرنين السابع عشر والثامن، (القاهرة- مكتبة الإنجليز، ١٩٥٦)، ص. ١٧.

بإصدار الصحف يقيد التوصل إلى الحقيقة. والطريف أن ملتون عندما عين وزيراً في مجلس الكومنولث في عام ١٦٥١ كان يقوم بنفسه بالتحكم في إصدار تراخيص الصحف<sup>(١)</sup>.

في هذه الفترة أيضاً (فترة الحرب الأهلية) بين أنصار الملك شارل الأول وبين البرلمان بزعامة كرومويل) ظهرت البشائر الأولى لصحافة الرأي في إنجلترا نتيجة إلغاء المحكمة الخاصة بالصحافة التي كانت قد أنشئت في عهد الملكة إليزابيث. وقد شجع هذا الصحف على نشر الأخبار الخلية ومعاجلة القضايا السياسية المختلفة ونشر حاضر جلسات البرلمان. وإبراهيم إمام أن سماح البرلمان بنشر حاضر جلساته في الصحف كان الغرض منه نشر الروح الثورية بين صفوف الشعب، خاصة وأن غالبية الصحف الصادرة في مستهل الحرب الأهلية كانت صحفاً برلمانية، ولم يفطن الملاكيون إلى أهمية سلاح الصحافة في المعركة إلا متاخرًا بعد أن صدرت صحف برلمانية كثيرة<sup>(٢)</sup>.

وكان من أبرز صحف هذه الفترة، تلك الدوريات التي كانت تلخص أعمال البرلمان، ومنها "عنوانين الإجراءات البرلمانية" التي صدرت سنة ١٦٤١ وتحول اسمها إلى "اليومية الكاملة للبرلمان" في سنة ١٦٤٢، ودورية "متابعة إجراءات خاصة بمجلس البرلمان" التي صدرت في سنة ١٦٤٣، ودورية "غير الملكة الأسبوعي" التي صدرت في نفس السنة.

ويمكن إرجاع حالة الازدهار التي عاشتها الصحافة الإنجلizية في فترة الحرب الأهلية إلى:

- استخدام طرف الصراع - المالكيون والجمهوريون - للصحافة على نطاق واسع لكسب التأييد الشعبي.

---

(١) Smith, Jeffery A. "Printers and Press Freedom: The Ideology of Early American Journalism" (New York: Oxford University Press, 1988) P. 34.

(٢) إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص ٣٢.

- إلغاء محكمة الطباعة والصحافة، ومنح الكتاب والصحفيين حرية الكتابة في الشؤون العامة والداخلية.
- زيادة توزيع الصحف وكتب الأخبار نتيجة تعطش الشعب إلى معرفة تطورات القتال بين قوات الملك وبين قوات الجمهوريين.
- زيادة اهتمام التجار بالصحافة بعد اهتمامها بنشر الإعلانات التجارية.

وبانتهاء الحرب الأهلية بإعدام الملك شارل الأول في لندن سنة ١٦٤٩، وقيام نظام جمهوري برعامة كرومobil، دخلت الصحافة الإنجليزية عهداً جديداً، بدأ بتعطيل الكتب الإخبارية القائمة، وقصر حرية الطباعة على الحكومة فقط. إذ كان الحكم الجمهوري برعامة كرومobil حكماً فردياً قائم على شخصية المحاكم نفسه.

وبعد وفاة كرومobil في سنة ١٦٥٨ بدأت الدعوة إلى عودة النظام الملكي نتيجة الكبت الشديد الذي عانى منه الشعب الإنجليزي تحت الحكم الجمهوري. وبالفعل تم إعادة الملك شارل الثاني من منفاه ليتولى حكم البلاد في سنة ١٦٦٠.

ولم تكن عودة الملكية إلى إنجلترا مبشرة بازدهار حرية الطباعة والصحافة، إذ سارع البرلمان الجديد إلى إصدار عدداً من القوانين المقيدة للحرفيات العامة وعلى رأسها حرية الطباعة وحرية إصدار الكتب الإخبارية، وذلك هدف ثبيت دعائم الملكية مرة أخرى في البلاد.

ومن أبرز القوانين التي صدرت بعد عودة الملكية، قانون الترخيص Licensing Act الذي صدر في سنة ١٦٦٠، وكان له آثار سلبية عديدة على الطباعة، وتمثلت القيود التي حواها هذا القانون في:

- منع إصدار أية دورية أو مطبوعة دون الحصول على ترخيص مسبق من السلطات المختصة.
- تحديد عدد المطبع المسموح لها بالعمل في المملكة بعشرين مطبعة فقط.
- إطلاق يد وزراء الدولة في مراقبة المطبع.
- استحداث وظيفة الرقيب التابع للحكومة والذي يتولى الرقابة على كل ما يصدر في البلاد من مطبوعات.

وكان من بين الآثار السلبية لقانون الترخيص أيضاً، قصر الحق في إنشاء وإدارة المطبع على الموالين للسلطة. فقد حدد الحق في الطباعة على أساس النظرية التي تقول إن حرية الطباعة أمر يمثل خطورة على الملك وبهذا ولاء الشعب للملك كما يهدى المعتقدات والأخلاق<sup>(١)</sup>. وقد أثار هذا للحكومة فرصة احتكار الطباعة والنشرات الإخبارية وصياغتها بالصيغة الرسمية.

ولعل من أشهر الحوادث التي تناولت عن تطبيق قانون الترخيص في هذه الفترة، تلك الأحكام القاسية وغير الإنسانية التي صدرت ضد الطابعين والناشرين وعمرى النشرات الإخبارية الذين تجرعوا ونفروا الحكم. وكان من بين هذه الأحكام حكم بإعدام عزر إحدى النشرات الإخبارية ويدعى جون توين، بفصل رقبته عن جسمه وتقطيع جسمه إلى أربعة أقسام متساوية وإخراج أحشاؤه خارج بطنه وتمريضها برياً، على أن تبقى الرأس وأجزاء الجسم تحت تصرف الملك<sup>(٢)</sup>.

ويذكر المؤرخون أن الرقيب العام على المطبوعات الذيعيته الحكومة وكان يُدعى السير روجر لسترانج كان شديد القسوة في التعامل مع الطابعين وناشري الكتب الإخبارية، حتى قال عنه الناس إن القبر نفسه لم يكن ملائماً من شره. وكان هذا الرقيب ينطلق في ممارسته ضد المطبوعات والنشرات من إيمانه بأن المطبوعات تجعل الجمهور على علم أكثر مما ينبغي بأعمال حكامه وآراء سادته، مما يسول له التدخل في أعمال الحكومة<sup>(٣)</sup>.

وأمام شدة الرقابة على المطبع والمطبوعات بما أصحاب المطبع والنشرات الإخبارية إلى بدلين للاستمرار في عملهم، وهما:

١- العودة إلى إصدار الرسائل الخبرية المنسوبة، والتي لم تكن تدخل ضمن

---

(١) Black, Jeremy, *The English Press in the Eighteen Century*, (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1987) p.2

(٢) إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص ٥٣-٥٤.

(٣) المرجع السابق نفسه، ص ٥٦.

المطبوعات الخاصة للرقابة. إلا أن هذه الرسائل الخيرية المنسوخة لم تلق رواجاً بين الناس لارتفاع مُنْبعها بالمقارنة بالرسائل المطبوعة. كما انحصر جمهور الرسائل المنسوخة في الأثرياء. ومع ذلك فقد كانت هذه الرسائل المنسوخة بديلاً آمناً تم اللجوء إليه في أوقات فرض الرقابة الشديدة على المطبوعات. وقد استمر هذا البديل المحظوظ في الظهور على فترات متفرقة حتى مطلع القرن الثامن عشر.

- ٢- ابتكار طريقة جديدة للتحايل على الرقابة، وذلك بإخراج الرسائل الخيرية المطبوعة من إطار المطبوع إلى إطار المنسوخ، عن طريق طبعها في شكل الحروف المنسوخة باليد وبيعها على أنها منسوخة بخط اليد. وقد استمرت الرسائل الخيرية المنسوخة في الظهور المتفرق حتى سنة ١٧١٦.

ويتضح مما سبق أن الصحافة في بدايتها وهي مجرد كبيبات إخبارية لم تفتأ مكتوفة الأيدي أمام تسلط الحكام. وأن الصحفيين الأوائل تحايلوا على القيود المفروضة عليهم بابتكار طرق جديدة لاستمرار صدور صحفهم، وهو ما يؤكد هذه تاریخ الصحافة في العالم.

وفي القرن الثامن عشر شهدت الصحافة في إنجلترا تطوراً ملحوظاً، دعماً إلغاء الرقابة على الصحف، وبداية تكوين ونمو الأحزاب الإنجليزية الكبيرة، والتنافس السياسي بين حزبي المحافظين والعمال على الوصول إلى الحكم. وصدر في هذه الفترة عدد من الصحف البارزة مثل جريدة Review التي عاشت من ١٧٠٤ إلى ١٧١٣، ومجلة Tatler، وجريدة سبكتاتور Spectator التي وصلت نوزيعها إلى ٣٠ ألف نسخة في بعض الأحيان واستمر رواجها حتى سنة ١٧١٢.

وقد شهدت حرية الصحافة الإنجليزية في القرن الثامن عشر، عدداً من الانتصارات والانتكاسات. فقد بدأ هذا القرن بانتصار كبير للصحافة بإلغاء قانون الترخيص الذي كان قد صدر في عام ١٦٦٢، وقد ألغي هذا القانون قبل خمس سنوات من بداية القرن الثامن عشر، أي في عام ١٦٩٥ الذي يعتبر عاماً حاسماً في تاريخ حرية الصحافة الإنجليزية.

وقد فتح إلغاء قانون الترخيص الباب أمام كل الراغبين في إصدار الصحف ، فصدرت صحف كثيرة وزاد قبل القراء على الصحف، حتى وصل توزيع بعضها إلى ٣٠ ألف نسخة في اليوم، مثل صحيفة سبكتاتور التي صدرت في عام ١٧١١.

أما أول الانتكاسات فتمثلت في القانون الذي صدر في عام ١٧١٢ بفرض ضريبة التمنعة على الصحف، والتي قدرت بواقع بنس واحد عن كل صفحة مطبوعة. وقد ألقى هذا القانون أعباءً مالية كبيرة على الصحف ومنعها من تغبيض سعر بيعها. وفي سنة ١٧٢٤ زيدت ضريبة التمنعة على الصحف، ثم زيدت مرة أخرى في سنة ١٧٥٦، ثم للمرة الثالثة في سنة ١٧٧٥. وكان هدف الحكومة من هذه الضريبة هو إبعاد الصحافة - عن طريق إجبارها على رفع ثمن بيعها - عن الطبقات الشعبية وإبعاد هذه الطبقات من قراءة الصحف للحيلولة دون انتشار الأفكار الثورية بين طبقات العمال، بالإضافة إلى زيادة دخل الخزانة العامة للدولة.

وقد جات الصحف - لعدم زيادة أسعار بيعها - إلى التوسيع في نشر الإعلانات التجارية لنفعها وتمكين الجمهور من شرائها، وكانت الصحف تخصص صفحتين لنشر الإعلانات وصفحتين لنشر الأخبار.

ولعل من أبرز انتصارات الصحافة الإنجليزية في هذا القرن هو صدور قانون جديد للطبعات في سنة ١٧٩٢ حصلت بمقتضاه الصحافة الإنجليزية على حرفيتها. فقد أعطى القانون الضمانات الكافية لحرية الصحفيين وأصحاب المطبع وأصحاب الصحف، ولكنه أبقى على حق الجمهور في اتخاذ الإجراءات القانونية ضد مرتكبي جرائم النشر. وقد تعمت الصحافة الإنجليزية في هذا القرن بأوسع معانٍ الحرية، وأعطت لنفسها الحق في نقد الوزراء وكبار رجال الدولة، وصارت قوية لا يستهان بها في إنجلترا.

وقد كان للنجاح الذي لقيته الصحافة الزهيدة الثمن مردوده الكبير. فقد أقدمت الحكومة الإنجليزية على إلغاء ضريبة التمنعة على الإعلانات في سنة ١٨٥٣

ثم ألغت ضريبة التبغة على الصحف في سنة ١٨٥٥، ثم ألغت ضريبة الورق في عام ١٨٦١.

وفي الرابع الأخير من القرن التاسع عشر حصلت الصحافة الإنجليزية على أعلى قدر من الحرية. فقد اختفي الضمان المالي في سنة ١٨٦٩، ونص قانون ١٨٨١ على ضرورة تسجيل الصحف حتى يمكن في حالة التقاضي التعرف بسهولة على أصحاب الصحف.

ومن التطورات المهمة التي أثرت على الصحافة وزادت من أهميتها ومكانتها في المجتمع، صدور قانون التعليم الإلزامي في ١٨٧٠، وقانون الانتخابات في ١٨٨٤. فقد زاد اهتمام الملالي بقراءة الصحف.

ودخلت الصحافة الإنجليزية القرن العشرين وهي تتمتع بأكبر قدر من الحرية والانتشار، إلا أن قيام الحرب العالمية الأولى في عام ١٩١٤ حد من هذه الحرية أثناء فترة الحرب. فقد خضعت الصحف أثناء الحرب للرقابة الوقائية التي قررها القانون الذي صدر في ١٤ أغسطس ١٩١٤ لحماية المملكة المتحدة. وفي نوفمبر ١٩١٤ منحت الحكومة وزارة الداخلية سلطة تفتيش الصحف ومصادرتها كلما تبين لها - أي للوزارة - أن ما ينشر في الصحف يهدد الأمن العام.

وقد أنشأت الحكومة مكتبًا للصحافة يضم أربعة أقسام، هي:

- ١- قسم نشر الأخبار.
- ٢- قسم مراقبة البرقيات الواردة للصحف من الخارج.
- ٣- قسم الشؤون البحرية وينحصر بكل ما ينشر وما لا ينشر عن تحركات الأسطول الإنجليزي.
- ٤- القسم العسكري، وكانت مهمته الإشراف العام على الرقابة كلها.

وبعد انتهاء الحرب بانتصار الحلفاء، ألغت إنجلترا وغيرها من الدول الغربية الرقابة التي كانت مفروضة على الصحف أثناء الحرب، وأعادت العمل بقوانين الصحافة القديمة التي تمنع الصحف حريتها كاملة غير منقوصة.

## حرية الصحافة في بريطانيا:

ومن المعروف أن بريطانيا ليس لديها دستور مكتوب ولا تعرف تقاليد الفصل بين السلطات وليس هناك من رقابة على الحكماء (رؤساء الوزراء) سوى صوت الناخب والنواب في البرلمان الذين يستطيعون إسقاط الحكومة بمحب الثقة عنها. وتمثل القيد التي يفرضها المجتمع البريطاني على صحافته في ثلاثة أنواع من القيود، الأول هو قانون الأسرار الرسمية الذي تم تدعيمه في الشمائلين، ويسمح للحكومة بفرض حظر النشر حول بعض الأحداث أو الموضوعات التي لا تزيد الحكومة النشر فيها. وحتى لا يؤدي هذا القانون إلى إطلاق يد الحكومة في إصدار قرارات حظر النشر، ولضمان حرية الصحافة وحق المجتمع في المعرفة، فإن هناك لجنة خاصة هي التي تتحدد قرار حظر النشر وتضم ممثلين عن الحكومة وممثلين عن الصحف ووسائل الإعلام. والنوع الثاني يتمثل في القيد المفروضة على الصحف في متابعة أعمال المحاكم، إذ لا يسمح للصحف إلا بالمتابعة الخيرية لما يحدث في الجلسات العلنية للمحاكم دون التدخل بالرأي في القضية أو القضايا المنظورة. وفي بعض الحالات قد لا يسمح للصحف بمجرد التغطية الخيرية جلسات المحكمة. أما النوع الثالث من القيد الذي تفرضه طبيعة المجتمع البريطاني على الصحافة فيتمثل في الحق الممنوح للحكومة بإصدار تشريعات خاصة بالصحافة طالما حازت هذه التشريعات على موافقة البرلمان ودون أن تكون هناك إمكانية لنقضها بالطريق القضائي. وعلى سبيل المثال استخدمت الحكومة البريطانية في عام ١٩٨٨ هذا الحق في إصدار تشريع يمنع الصحفيين والإذاعيين من نشر أو إذاعة ما يصدر عن إحدى عشر منظمة وصفت بأنها منظمات إرهابية، ومعظمها من المنظمات التي تسعى إلى استقلال أيرلندا الشمالية، ومن بينها الجيش الجمهوري الإيرلندي.

## الثورة الفرنسية والصحافة:

الواقع أن ظهور الصحف اليومية في فرنسا قد تأخر خمسة وسبعين عاماً عن ظهور الصحف اليومية في إنجلترا. ويرجع هذا التأخير إلى القيد التي وضعتها

الملكية الفرنسية على المطبوعات والصحافة، والتي أوجدت في وقت مبكر من القرن الثامن عشر ما يمكن أن نسميه ظاهرة الصحف المهاجرة التي كان يصدرها فرنسيون في الخارج ويتم توزيعها سراً إلى داخل فرنسا. كما أدت القيود التي فرضت على الطباعة والصحافة إلى ظهور ما يسمى الصحف السرية التي كانت تطبع سراً وتوزع سراً.

### الثورة الفرنسية الكبرى والصحافة:

كانت الصحافة الفرنسية على موعد مع تغيرات عميقة في تطورها مع اندلاع الثورة الفرنسية في عام ١٧٨٩. ولعل ابرز هذه التغيرات هو إقرار حرية الصحافة لأول مرة في العالم كحق من حقوق الإنسان. فإذا كانت فرنسا قد تأخرت عن دول أوروبية أخرى في اللحاق بالصحافة اليومية، فإنها كانت الدولة الأولى التي أقرت حرية الصحافة ونصت عليها في تشريعاتها. فقد نصت المادة الخامسة عشرة من إعلان حقوق الإنسان والمواطن الصادر في ٢٨ أغسطس ١٧٨٩ على أن حرية الاتصال والفكر وإبداء الرأي من حقوق الإنسان الثمينة وكل مواطن له الحرية في أن يتكلم ويكتب ويطبع". وتنفيذًا لذلك تم إلغاء الرقابة على المطبوعات والصحف كما تم إلغاء نظام الترخيص المسبق لإصدار الصحف.

وكان من نتيجة ذلك أن عاشت صحفة فرنسا فترة من الحرية الكاملة، ظهرت خلالها مئات الصحف والدوريات بلغ عددها في عام واحد (١٧٨٩) ٥٠ نشرة وصحيفة، ومن بينها عدة صحف يومية، أبرزها "لو جورنال دى ديبا أو صحيفة المناقشات *Le Journal de Debates* ، و "جازيت ناسيونال *Gazette Nationale*، وصحيفة لو مينتور *Le Moniteur*.

ولم تدم فترة الحرية التي عاشتها الصحافة الفرنسية أكثر من ثلاثة سنوات. فقد أدى الصراع بين أنصار الثورة وبين المنادين بعودة الملكية إلى فرض قيود شديدة على الطباعة والصحافة نالت الصحف المويدة لطرف الصراع.

ولم تجن الصحافة من استيلاء نابليون بونابرت على السلطة في فرنسا عام ١٧٩٩ سوى مزيد من القيد. ففي يناير ١٨٠٠ أصدر نابليون مرسوماً حدد فيه عدد الصحف المصرح لها بالصدور في البلاد بثلاث عشرة صحيفة، وأغلق الصحف غير المصرح لها. ولم يبق في فرنسا في عام ١٨١١ سوى أربعة صحف تصدر في باريس، هي: لو مونيتور، ولو جورنال دى باري، و لا جازيت دى فرنس، ولو جورنال دى لامبر.

### ازدهار حرية الصحافة:

عاد النظام الملكي إلى فرنسا في بدايات القرن التاسع عشر (عام ١٨١٥) بعد هزيمة نابليون الأول ونفيه خارج البلاد، وتولى الملك لويس الثامن عشر عرش فرنسا.

وقد بدأ الملك لويس الثامن عشر عهده بإطلاق حرية الصحافة، ونص في العهد الذي أعلنه للفرنسيين على احترامه للصحافة والتزامه بضمان حريتها. إلا أنه بعد أن استب له الحكم في البلاد عاد إلى تقيد الصحافة من خلال الرقابة على الصحف ومن خلال إعادة نظام الترخيص. ومارس سلفه الملك شارل العاشر الذي تولى العرش في عام ١٨٢٤، ضغوطاً كثيرة على الصحف، كان من نتيجتها قيام ثورة يوليول ١٨٣٠ التي أطاحت بالملك والأسرة الحاكمة ، وأتت بالملك لويس فيليب الذي بادر بإلغاء الرقابة على الصحف، مما أدى إلى ازدهار الطباعة والصحافة في فرنسا.

ويرجع ازدهار الصحافة الفرنسية في القرن التاسع عشر إلى جو الحرية الذي توفر له، وبإضافة إلى تطور تكنولوجيا الطباعة وتطور الطرق ووسائل المواصلات، وتطور الاتصال التلفزيوني، بظهور أول خط تلفراff بين باريس ومدينة روين في عام ١٨٤٥، وظهور وكالات الأنباء بإنشاء وكالة هافاس للأنباء التي أمدت الصحف الفرنسية بالأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى تزايد عدد المتعلمين وعدد الذين يقرءون ويكتبون، وبالتالي تزايد الإقبال على قراءة الصحف

بين مختلف طبقات الشعب الفرنسي، وتتطور النظرة العامة إلى حرية الصحافة وزيادة الاقتناع بأنها حق من حقوق الإنسان. ففي الفترة من سقوط حكم نابليون الأول حتى منتصف القرن صدر في فرنسا ١٨ قانوناً ينص الصحافة، وكانت غالبية هذه القوانين في صالح حرية الصحافة. وفي النصف الثاني من القرن التاسع عشر صدر في صالح حرية الصحافة قانونان، الأول في مايو ١٨٦٨ وألغي النص على الحصول على ترخيص مسبق لإصدار الصحف، أما الثاني والأهم فهو قانون المطبوعات. وبعثت قانون المطبوعات الذي صدر في فرنسا في ٢٩ يوليو ١٨٨١ من أهم القوانين التي اعترفت بحرية التعبير صراحة، ونصت مادته الأولى على حرية المطبعة والمكتبة<sup>(١)</sup>.

وتمثل فترة الرابع الأخير من القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين، أي من ١٨٧٥-١٩١٤، ما يمكن أن نسميه العصر الذهبي للصحافة الفرنسية. فمن الناحية التشريعية، تم دعم صناعة الصحافة من خلال قانون التعليم أو ما يسمى قانون "جيل فرى" الذي صدر في عام ١٨٨٢ الذي جعل التعليم الابتدائي إجبارياً والذي ضاعف أعداد قراء الصحف، وزاد من توزيعها.

وأناحت حرية الصحافة تنوع الاتجاهات السياسية للصحف الفرنسية تنوعاً كبيراً، فظهرت الصحف اليسارية، مثل صحيفة لو كري دي بيل Le Crise، كما ظهرت الصحف التي تمثل اتجاه الوسط المعتدل، مثل صحيفة لو جورنال دي ديا Le Journal de Debates، وصحيفة لو فيغارو Le Figaro. أما تيار اليمين الليبرالي فقد غير عنه عدد من الصحف أبرزها صحيفة لا ليبرتيه La Liberte، وصحيفة لا باتري La Patrie. كما ظهرت الصحف الدينية الكاثوليكية وأبرزها صحيفة لو موند Le Monde.

(١) عليل صابات، وسائل الاتصال مرجع سابق، ص ٩٧-٩٨.

## تجربة الصحافة الأمريكية:

تأثير ظهور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية بتجربة الصحافة الأوروبية، خاصة التجربة الإنجليزية، وذلك لأن النسبة الأكبر من المهاجرين والمستوطنين الأوائل في أمريكا كانوا من الإنجليز.

وقد نقل المستوطنون إلى العالم الجديد ، بالإضافة إلى المطبعة، غط العلاقة التي كانت قائمة بين الصحف الوليدة وبين الحكومات. ففي البداية - كما كان الحال في أوروبا - كانت الصحف مرتبطة بالحكومة. ونقل الإنجليز إلى الولايات المتحدة نظام الترخيص الخاص بإصدار الصحف والذي كان قائماً في إنجلترا، والذي كان يحروم أي نقد للحكومة.

ولم تكن الصحف الوليدة مرتبطة بالحكومة سياسياً وقانونياً فقط ، ولكن اقتصادياً أيضاً نتيجة نظام توزيع الصحف الذي كان يعتمد على التشريعات الخاصة بالبريد. وقد كان غالبية أصحاب الصحف في البداية من رجال البريد الذين كان من السهل عليهم - بحكم عملهم - استخدام البريد في الحصول على الأخبار وفي توزيع صحفهم. وقد عمل هؤلاء على تحسين الخدمة البريدية لزيادة توزيع الصحف ومده إلى خارج المناطق الحضرية الرئيسية باستخدام طرق التجارة الرئيسية.

وقد دخل السياسيون مجال إصدار الصحف في منتصف القرن السادس عشر (١٧٥٠) لتقديم أنفسهم وبرامجهم ووجهات نظرهم إلى الجماهير. وبدأت الصحف الوليدة تتحدث عن الحريات المدنية ومن بينها حرية الصحافة، وحماية المطبع والصحف من الحكومة. وكان صدور الدستور الأمريكي سنة ١٧٨٨ نقطة تحول مهمة في اكتساب الصحافة الأمريكية مزيداً من الحريات.

وقد ظهرت الصحيفة الأولى في أمريكا في ٢٥ سبتمبر ١٦٩٠ وكانت عبارة عن نشرة خبرية شهرية تحمل اسمها ثابتا هو بيليك أكورينسيس بوز فورن آند دوميتيك، أو الواقع العامة المحلية والخارجية، Public Occurrences Both

Foreign and Domestic

يُدعى بنجامين هاريس، وكان يعمل قبل افخراة إلى أمريكا رئيساً لتحرير إحدى صحف حزب الموج (الأحرار) وحكم عليه بالسجن بسبب انتقاده الحكومة. ولم يصدر من هذه الصحيفة الشهرية سوى عدد واحد فقط، ثم أغلقتها حكومة المستعمرة لأن هاريس لم يحصل على ترخيص مسبق لإصدارها.

وعلى المستوى القانوني والتشريعي، لم تتعرض الصحافة الأمريكية إلى أي نوع من الرقابة إلا أثناء الحرب العالمية الأولى وال الحرب العالمية الثانية. فقد أدى دخول الولايات المتحدة الحرب إلى جانب الحلفاء إلى صدور قانون التجسس في عام ١٩١٧ الذي أعطى وزير البريد حق مراقبة الصحف. وفي أثناء الحرب العالمية الثانية (١٩٤٥-١٩٣٩) صدر قانون في عام ١٩٤٢ يسمح للصحافة أن تراقب نفسها، كما كان قانون الحرب يعطي للسلطات الأمريكية حق فرض رقابة شاملة على الصحف.

### فلسفة الإعلام الأمريكي:

يستمد الإعلام في الولايات المتحدة فلسفته وحرفيته من القيم الاجتماعية والثقافية الأساسية السائدة في المجتمع الأمريكي، والتي تمثل في: الفردية ، وعدم الإيمان المطلق في الحكومة والشك فيها. لذلك يتميز النظام الإعلامي في الولايات المتحدة الأمريكية عن مثيله حتى في الدول الغربية في كونه أقل مركزية وأكثر استقلالاً عن الحكومة، وأكثر تجارية.

وتدفع القيم الثقافية في المجتمع الأمريكي الأمريكيين إلى الشعور بعدم الراحة من حدوث بعض دول العالم الثالث عن مسؤوليات الصحافة في دعم برامج التنمية، ومن حدوث الماركسيين عن الصحافة كأداة للتعبئة والدعاية والضبط الاجتماعي. ولا تقتصر هذه القناعات على المواطن الأمريكي العادي ولكنها تصل إلى رؤساء الدولة، فقد رفض الرئيس السابق رونالد ريغان وجورج بوش فكرة دعم محطات راديو وتليفزيون عامة من أموال الضرائب.

وإذا كنا ننظر إلى حرية الصحافة على أنها تعني تحرر الصحافة من التأثير الحكومي قبل وبعد الطبع، فإن الصحافة الأمريكية - بهذا المعنى - تعد أكثر الصحافة حرية في العالم كله. ولكن الحقيقة أننا لا يمكن أن نأخذ بهذا المعنى القاصر الذي يمنع حرية الصحافة للذين يملكون القدرة المالية على إصدار الصحف.

ويتفق بعض الباحثين وجود آية مستويات للصحافة الأمريكية تجاه المجتمع الأمريكي، فالصحافة تعمل حرة من كل قيد وشرط. ووصل الأمر بأحد رؤساء تحرير الصحف الكبار وهي "وول ستريت جورنال" Wall Street Journal إلى القول بأن الصحيفة ليست مسؤولة سوى أمام مالكها. فالمجتمع الأمريكي ينظر إلى صحافته على أنها مشاريع تجارية من الطبيعي أن تسعى إلى الربح.

### العلاقة بين الصحفي والحكومة:

اقتصر والتير جرينر ثلاثة أشكال من العلاقات بين مصادر المعلومات الحكومية (المصادر البشرية) وبين الصحفيين، هي:

١- في الشكل الأول تقوم العلاقة على بقاء الصحفي مستقلًا عن المصادر. وتعرف هذه العلاقة بعلاقة الخصومة أو العداء Adversary .  
٢- في الشكل الثاني تقوم العلاقة على أساس التعاون بين الصحفي وبين المصدر لتحقيق مصالحهما المشتركة. وتعرف هذه العلاقة بعلاقة التكافل Symbiotic .

٣- وفي العلاقة الثالثة يسيطر أحدهما على الآخر، كأن يسيطر المصدر على الصحفي أو أن يسيطر الصحفي على المصدر. وتُعرف هذه العلاقة بعلاقة التحكم أو السيطرة Control .

والواقع أن العلاقة المناسبة بين الصحفي وبين المصدر الحكومي - كما تقضي القواعد الديمقراطية - هي العلاقة التجارية البادلية Trade relationship . وفيها يمنع المصدر الصحفي المعلومات عن نفسه وعن إدارته وفي المقابل يعطي الصحفي

للمصدر الانتشار الجماهيري من خلال إنتاج هذه المعلومات وتوزيعها على الجماهير. وفي هذه العلاقة تحصل الحكومة على ما تريده من دعاية لنفسها كما تصبح وسائل الإعلام قادرة على إنتاج الأخبار والموضوعات التي تدعم استمرارها في السوق. والنتيجة النهائية تكون في صالح جماهير الشعب التي تحصل على المعلومات الكافية عن الأداء الحكومي.

والحقيقة أن هذه العلاقة التجارية ما هي إلا نموذج مثالي من الصعب تحقيقه. فتحقيق ذلك يتطلب عدم وجود أي نوع من الفساد أو الخداع بين الطرفين وانتفاء رغبة كل طرف في السيطرة على الطرف الآخر. فإذا سيطرت الحكومة على الصحافة من خلال الرشوة والقوانين والعنف المادي والمعنوي فلن تقوم هذه العلاقة قائمة، ويحدث نفس الأمر إذا سمح الصحفيون لأنفسهم بالتلاء والارتقاء والترويج لوجهة نظر الحكومة فقط.

ونناقش فيما يلي تفاصيل العلاقات الثلاثة بالاستعانة ببعض الأمثلة من واقع الإعلام العالمي والإعلام العربي.

### **أولاً: علاقة الخصومة أو العداء The Adversary relationship**

شهد القرن العشرين رفضاً متواصلاً من جانب الإعلاميين في الأنظمة السياسية الليبرالية (خاصة في الولايات المتحدة وبريطانيا) لأن يكونوا تابعين للحكومات أو أبوافقاً لها. وقد ترسخت بذلك وإلى حد كبير النظرة العامة إلى الصحافة على أنها كلب الحراسة Watchdog أو الرقيب على الحكومة، على أساس أن الصحافة الحرة ليس لزاماً عليها أن تدعم وتويد سياسات الحكومة بل يجب أن تبقى على الدوام في موقع الخصم الذي عليه أن يتحقق في أعمال الحكومة وبين أخطائها لصالح المجتمع.

ومن أشهر الأمثلة التي تضرب للدلالة على أهمية علاقة الخصومة بين الصحافة والحكومة ما قامت به صحيفة واشنطن بوست الأمريكية خلال قضية وترحيط التي وقعت في عهد الرئيس نيكسون وانتهت باستقالته من منصبه. فخلال أشهر

من البحث والتحري تكثت الصحيفة من إدانة نيكسون بالتصنت على مقر الحزب الديمقراطي المنافس ونشرت الوثائق التي توكل ذلك مما أطاح بالرئيس من البيت الأبيض. وهو تقريراً نفس الدور الذي قامت به وسائل الإعلام الأمريكية في فضيحة مونيكا لوبنسكي مع الرئيس كلينتون.

وفي السبعينات أجرت الصحافة السلطات القضائية في ولاية تينيسي على التحقيق في مخالفات نسبتها إلى حاكم الولاية حتى انتهت الأمر بسحبه ليصبح أول حاكم للولاية يصدر ضده حكم جنائي. وفي عام ١٩٨٨ شهدت ولاية أريزونا حدثاً مشابهاً قادت فيه الصحافة حاكم الولاية إلى العزل من منصبه والمحاكمة القضائية.

ويذخر تاريخ الصحافة المصرية بحوادث عديدة لعبت الصحافة فيها دوراً أساسياً في إسقاط حكومات (في فترة ما قبل ثورة ١٩٥٢) وعزل وزراء ومحافظين ومسؤولين كبار من مناصبهم ومحاكمتهم بعضهم، وذلك من خلال الحملات الصحفية التي قادها وأوضحت فيها بالوثائق مخالفات هولاء الأشخاص. ومن أمثلة الحملات الصحفية الناجحة في هذا المجال: حملة نزاهة الحكم التي قادها صحفة المعارضة في عامي ١٩٣٣ و١٩٣٤ وسقطت على أثرها حكومة إسماعيل صدقي، وحملة (الأسلحة الفاسدة) بعد حرب فلسطين ١٩٤٨ التي ساهمت في إسقاط الحكم الملكي برمه، وحملة صحيفية الشعب على وزير الداخلية الأسبق زكي بدر التي أطاحت به من الحكومة في نهاية الثمانينات، وحملة مجلة روزاليوسف على مدموح الليثي الرجل الثاني في وزارة الإعلام في السبعينات.

## ثانياً: العلاقة التكافلية The Symbiotic Relationship

لا يقتصر دور الصحافة ووسائل الإعلام على إعلام الجماهير بما تقوم به الحكومة من أعمال ولكنه يمتد ليشمل إعلام الحكومة نفسها ودوائر صناعة القرار فيها بما يجري في البلاد. وفي أحيان كثيرة لا تتحرك الحكومة لأداء بعض الأعمال إلا بعد أن تنشر الصحف عن نواحي قصور في موقع ما. ويمكن أن نلاحظ الدور

الذى تلعبه الصحافة في إعلام الحكومة فيما نراه داخل المجالس النيابية عندما يحمل أحد النواب نسخة من صحيفة ليشير إلى واقعة معينة نشرتها أو معلومات ي يريد من الحكومة نفيها أو تأكيدتها. ويستفيد بعض النواب بما تنشره الصحف من معلومات وتحقيقات في إعداد طلبات الإحاطة والاستحوذات التي يوجهوها للحكومة وقد تؤدى إلى عرضاً.

وتعمل الصحافة أيضاً كوسط اتصال بين أعضاء الحكومة نفسها وبين المستويات الإدارية المختلفة فيها. ولذلك يحرص السياسيون على إقامة صلات وثيقة مع الصحفيين لإدراكهم أن هذه هي الطريقة الأنسب للوصول إلى الجماهير وكسب ثقتها. وفي بعض الأحيان يلحد المسؤولون إلى الصحافة لإثارة قضايا فشلاً في إقناع الحكومة بها. وعلى سبيل المثال استعان عضو بالكونغرس الأمريكي بصحيفة "لوس أنجلوس تايمز LATimes" لنشر خطاباتقادمة من مسحوبين أمريكيين في سجون المكسيك تشير إلى ما يتعرضون له من تعذيب واعتداء بعد أن فشل في إقناع وزارة الخارجية الأمريكية ببحث الموضوع. وقد تولت الصحيفةساندها وسائل الإعلام الأخرى البحث في القضية وأرسلت مندوبيها إلى المكسيك اكتشافوا أن بعض المساجين تم سجنهم بناءً على طلب الحكومة الأمريكية. وقد أدى اهتمام الصحافة بالقضية إلى إثارة اهتمام الرأي العام الأمريكي وأجبر الحكومة على التدخل والإفراج عن المسحوبين بعد عامين من النشر الصحفي المتواصل.

وفي نهاية الثمانينيات فجرت الصحافة المصرية قضية شركات توظيف الأموال التي لم تكن الحكومة المصرية تعلم عنها شيئاً فقدم عدد من نواب مجلس الشعب طلبات إحاطة واستحوذات حولها دفعت الحكومة إلى التدخل للتحقيق في الأمر في فترة كانت تشهد ازدهاراً في أعمال هذه الشركات.

والواقع أن التعاون مع الحكومة لا يعني أن تعمل الصحافة كمعادمة للحكومة، في بينما تعامل وسائل الإعلام على أساس أن التعاون مع الحكومة مهم ومفيد للمجتمع إلا أن على الإعلاميين أن يقيموا خططاً فاصلاً بين التعاون وبين أن

يصبحوا خادمين للحكومة. فوسائل الإعلام رعما تعمل مع الحكومة لصالح المجتمع ولكنها لا يجب أن تصبح أداة حكومية لأن هذا يفقدنا ثقة الناس فيها كما يفقدها استقلالها وموضوعيتها.

### ثالثاً: علاقة السيطرة Control Relationship

تكون علاقة السيطرة في الغالب لصالح السياسيين الذين يستخدمون الإغراءات والتهديدات لإجبار الإعلاميين على أن يكونوا تابعين لهم ولا ينشرون إلا ما يرضيهم. وفي حالات نادرة قد يسيطر الصحفي على السياسي، كما كان الحال في علاقة الصحفي محمد حسين هيكل رئيس تحرير صحيفة الأهرام القاهرة بالمسؤولين أثناء حكم الرئيس الراحل جمال عبد الناصر.

وقد يخضع الصحفي لسيطرة السياسي لأسباب متعددة منها ما هو شخصي يتعلق بالخدمات والتسهيلات والهبات التي يحصل عليها من السياسي، ومنها ما هو إعلامي كالانفراد بنشر الأخبار المهمة وتحقيق السبق الصحفي.

ولعل أحضر ما قد ينجم عن علاقة السيطرة السياسية على الإعلامي هو أن يتحول الإعلامي إلى حاسوس بجمع المعلومات لحساب شخص أو هيئة حكومية. ففي الولايات المتحدة وخلال عقد السبعينيات أشارت أصابع الأقمار إلى عدد كبير من الصحفيين الذين جندتهم وكالة المخابرات المركزية لجمع المعلومات لحسابها. وقد أثار هذا الأمر خلافاً بين المؤيدين لهذا العمل وبين المعارضين. فقد أكد المؤيدون أن عمل الصحفي لحساب المخابرات لا يصب في صالح الحكومة وإنما في صالح أمن الدولة وأمن المجتمع ككل، بينما رأى المعارضون أن هذا العمل يثير صراعاً بين واجب الصحفي كرقيب على الحكومة وإدارتها المختلفة ومن بينها وكالة المخابرات وبين عمله لحساب هذه الوكالة ولذلك فإنه لا يستطيع الحفاظ على استقلاله وموضوعيته.

وقد أدى هذا الخلاف إلى قيام بعض المؤسسات الإعلامية بوضع سياسات جديدة حظرت فيها على الصحفيين العاملين بها العمل لحساب أجهزة المخابرات

والبوليسيين. وعلى سبيل المثال فقد حضرت وكالة يونايتد برس للأنباء على صحفيتها المشاركة في جمع بيانات لحساب المخابرات أو المباحث الفيدرالية.

### الصحافة وسرية المعلومات:

إن الحق في الاتصال يصبح عدم الجدوى إن لم يتم ضمان الحق في الوصول إلى مصادر المعلومات المختلفة والحصول على المعلومات المطلوبة بسهولة ويسر ودون قيود. فلكي تقوم وسائل الإعلام بدورها في اطلاع الناس على ما يجري من أحداث لا بد من ضمان حق الإعلاميين في الوصول إلى الحصول على المعلومات سواء من المسؤولين في الحكومة أو من السجلات الحكومية.

ورغم أن دسائير الدول الديمقراطية وقوانينها الخاصة بالصحافة لا تتضمن نصوصاً واضحة حول حق الصحفي في الوصول إلى مصادر المعلومات ولا تلزم المسؤولين في الإدارات الحكومية بإمداد الصحفيين بالمعلومات، إلا أن الخبرة العملية لعلاقة الصحافة بالحكومة أفرزت عدة أنماط للحصول على المعلومات مثل المؤشرات الصحفية التي يعود ظهورها إلى القرن التاسع عشر والتي يقوم فيها المسؤولون الحكوميون بإصدار البيانات والتعليق على الأحداث أمام الصحفيين والإجابة عن أسئلتهم.

### المؤتمر الصحفي:

بدأ المؤتمر الصحفي في الولايات المتحدة عندما سمع الرئيس فرانكلين روزفلت للصحفيين بتوجيهه أسئلة مكتوبة إليه يقوم بالرد عليها. وتطور هذا الشكل عندما قام الرئيس ترومان بعقد مؤتمر مع الصحفيين وجهاً لوجه في إحدى قاعات البيت الأبيض للرد على أسئلتهم واستفساراتهم، وبعد ذلك سمع الرئيس أيزنهاور بمشاركة مندوبي عصارات الإذاعة في المؤتمر الصحفي لتقدم تغطية مسجلة لوقائعه. وفي عهد الرئيس كينيدي سمع خططات التليفزيون بنقل وقائع المؤتمرات الصحفية على الهواء مباشرة.

ورغم استمرار المؤتمر الصحفي كأحد طرق حصول الصحفيين على المعلومات من السياسيين والمسؤولين الحكوميين بما فيهم رئيس الدولة، إلا أن شكوى الصحفيين ظلت قائمة بسبب قلة عدد المؤتمرات الصحفية خاصة الرئاسية منها ونقص المعلومات التي تقدم فيها بالإضافة إلى التمييز بين الصحفيين على أساس ولاءات صحفهم عند توجيه الدعوة إليهم لحضور المؤتمر الصحفي. وقد ثارت الشكوى من قلة عدد المؤتمرات الصحفية أكثر ما ثارت في عهد الرئيس الأمريكي الأسبق رونالد ريغان.

ويرى الصحفيون انه رغم أهمية المؤتمر الصحفي الرئاسي كمصدر للمعلومات فإنه لا يمكن أن تتوقع أن يكون الرئيس أو المسؤول الحكومي صريحاً في إجاباته بنسبة مائة في المائة. وقد سبق أن أفرت وزارة الخارجية الأمريكية بوجود أحطاء كثيرة في المعلومات التي أدلّى بها الرئيس الأمريكي في مؤتمرات صحافية وأرجعت ذلك إلى أن الرئيس لا يستطيع خلال المؤتمر الذي لا يستغرق أكثر من ثلاثة دقائق أن يجيب بدقة على كل الأسئلة المتنوعة والمعقدة التي توجه إليه من الصحفيين.

وإلى جانب المؤتمر الصحفي طورت الحكومات والصحافة أشكالاً أخرى تضمن حصول الصحفيين على المعلومات وتضمن في نفس الوقت سيطرة الحكومة على تدفق المعلومات، ومن هذه الأشكال تعين بعض الإدارات الحكومية متعددة رسمياً باسمها يتولى إمداد الصحفيين بالمعلومات، وإنشاء إدارات للإعلام والعلاقات العامة يحصل من خلالها الصحفيون على المعلومات.

ورغم ما سبق فإن عدم وجود نص قانوني واضح يؤكد حق الصحفي في الحصول على المعلومات يؤدي إلى التزاع الدائم بين الحكومة وبين الصحافة، إذ كثيراً ما تحاول الحكومة منع وصول الصحفيين إلى بعض المعلومات بدعوى خطورة هذه المعلومات على الأمن القومي للبلاد وعارضها مع المصلحة القومية.

## سرية المعلومات والمصلحة العامة:

رغم إيماناً الكامل بحق الصحفي في الوصول إلى مصادر المعلومات، فإننا نؤمن أيضاً بأن المصلحة العامة للدولة قد تتطلب حظر نشر بعض المعلومات التي قد تهدد الأمن القومي العسكري والاقتصادي والاجتماعي. ولذلك تفرض الحكومات نوعاً من الحظر على نوعيات معينة من المعلومات تمنع وصول الصحفيين إليها. ولا يقتصر هذا الحظر على حكومات دول العالم الثالث ولكنه يمتد ليشمل الأنظمة الديمقراطية الليبرالية الغربية، مع الفارق في درجة الحظر.

وعلى سبيل المثال وبعد المحاولة العسكرية الفاشلة لإطلاق سراح الرهائن الأميركيين في طهران في عام ۱۹۷۹ رفض الرئيس كارتر الإجابة عن أية أسئلة للصحفيين تتعلق بتفاصيل المحاولة على أساس أن نشر هذه المعلومات يهدد سلامة أصدقاء أمريكا في طهران الذين تعاونوا معها في هذه المحاولة ويعقد المحاولات التالية. وقد استجواب الصحفيون لطلب الرئيس الأميركي وامتنعوا عن نشر أية تفاصيل حول هذه المحاولة.

في المقابل فان نشر الصحف للمعلومات الحساسة قد يكون أحياناً في صالح الدولة. وعلى سبيل المثال امتنعت صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية في عام ۱۹۶۱ عن نشر معلومات حصلت عليها تبني بفشل عملية خليج الخازير التي كانت القوات الأمريكية تعتمد القيام بها في كوبا وذلك خشية أن يؤدي النشر إلى فشل العملية. ولكن بعد فشل العملية فعلياً أعلن الرئيس كينيدي أنه لم يكن ليأمر بتنفيذها لو أن الصحيفة كانت قد نشرت هذه المعلومات. وبعدها قررت نيويورك تايمز عدم الامتناع عن نشر أية معلومات تحصل عليها مهما كانت درجة حساحتها.

والواقع أن المشكلة في فرض حظر النشر في موضوعات وأحداث معينة تكمن في عدم وجود خطوط فاصلة بين اعتبارات الأمن القومي التي تتعلق بها الحكومة وبين أمن الحكومة نفسها ورغبتها في ضمان بقائها في الحكم ومحاولتها عدم الكشف عن أخطائها. ففي فضيحة (إيران - الكوترا) حاولت الحكومة

الأمريكية منع النشر لضمان عدم المساس بمسؤولين حكوميين تورطوا في هذه الفضيحة بدعوى أنها تمثل الأمان القومي. وأثناء غزو القوات الأمريكية جرينادا في عام ١٩٨٣ فرض الجيش الأمريكي تعديماً كاملاً على الغزو ولم يصطحب أي صحفي أمريكي إلى موقع الإنزال واتبع خطة للرقابة تضمنت:

- إبعاد الصحفيين عن الجزيرة تماماً وإعلان أن الجيش سيطلق النار على أية قوارب تحاول إنزال صحفيين على الجزيرة.
- احتياز أربعة صحفيين كانوا على الجزيرة على إحدى السفن الحربية ومنهم من بث رسائلهم الصحفية إلى صحفهم.
- استخدام مصورين وصحفيين من المجندين بالجيش.
- نشر أخبار كاذبة ومضللة عن سير العمليات العسكرية.

ونتيجة للمحفل الذي ثار حول الرقابة التي فرضها الجيش على غزو جرينادا وافتقر وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) في عام ١٩٨٤ على إنشاء جنة أسمتها فريق وسائل الإعلام الوطنية National Media Pool تتولى تحت إشراف الجيش تغطية الأعمال العسكرية الصغيرة. ويكون الفريق من أحد عشر صحيفياً ومصورة يمثلون محطات التلفزيون الرئيسية والصحف الكبرى ووكالات الأنباء. ويسمح لأعضاء الفريق فقط دون غيرهم من الصحفيين بالذهاب إلى موقع القتال وإمداد وسائل الإعلام بالأخبار. وقد تم تكوين أول فريق من هذا النوع أثناء قيام البحرية الأمريكية بحماية ناقلات النفط في الخليج العربي إبان الحرب العراقية- الإيرانية. وقد فرض الجيش على هذه المجموعة عدداً من القيود منها:

- عدم نشر أية معلومات عن الأعمال العسكرية القادمة.
- تقليل نسخة من الأخبار والتقارير قبل إرسالها إلى وسائل الإعلام لراجعتها والتأكد من خلوها من المعلومات العسكرية الحساسة.

وقد تعددت شكاوى الصحفيين المصاحبين لقوات البحرية الأمريكية في هذه العملية بسبب عدم مكانتهم من جمع المعلومات وإرسالها في الوقت المناسب إلى صحفهم، وكان من بين هذه الشكاوى:

- أن البحرية الأمريكية وضعتهم على الشاطئ عندما اتجهت إلى ضرب رصيف إيراني للبترول في حين قام صحفيون من خارج الفريق بتغطية العملية وتصويرها باستخدام طائرة هيليكوبتر.
- أن الجيش لم يكن يقوم بإرسال الرسائل الصحفية التي يعودوها بالسرعة المناسبة ورفض تخصيص طائرة لنقل هذه الرسائل.

وقد أدت هذه الشكاوى وغيرها إلى إلغاء تجربة الفريق الإعلامي في عام ١٩٨٧ وإحلاله بصحفيين آخرين يعتمدهم الجيش لتغطية الأحداث العسكرية. وكان هذا الأسلوب مناسباً إلى حد كبير للصحفيين الذين لم يتلقوا الرقابة العسكرية خلال غزو بنما في نهاية عام ١٩٨٩.

### أوامر حظر النشر:

يحتفظ رؤساء الدول والحكومات في جميع دول العالم تقريباً بالحق في إصدار قرارات إدارية تتعلق بمحبب المعلومات وعدم السماح بنشرها أو إذاعتها إذا كانت تميز بالحساسية القومية - من وجهة نظرهم.

وقد كان الرئيس جورج واشنطن أول رئيس أمريكي يستخدم هذا الحق. ففي عام ١٧٩٢ عندما طلب خصومه في الكونغرس الإطلاع على الوثائق المتعلقة بالحملة العسكرية التي قادها الحكومة في الولايات الشمالية الغربية كان رده "إن المصلحة القومية تقتضي عدم السماح بالإطلاع على هذه الوثائق".

وقد حاول الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون أثناء فضيحة ووتر جيت استخدام هذا الامتياز لمنع الإطلاع على نصوص أشرطة الكاسيت التي تسجل الفضيحة على أساس أنها تحوى محادنات سرية مع مستشاريه ولكن المحكمة العليا حكمت بأن هذه الأشرطة لا تحوى معلومات تهدد الأمن القومي وبالتالي فلا معنى لقرار الرئيس منعها من التداول. وأكددت المحكمة أن امتياز حظر النشر الذي منحه الدستور للرئيس ليس مطلقاً وإن من حق الجماهير أن تطلع على جميع المعلومات المتاحة بما فيها تلك المعلومات التي يريد الرئيس حجبها.

وفي دول أخرى عديدة ومنها مصر يحدد الدستور والقانون نوعية المعلومات التي من حق رئيس الجمهورية أو من ينوبه حجبها، مثل ميزانية الجيش واتفاقيات التسليح. ومع هذا فإن الممارسة الفعلية تؤكد أن هذا الحق يتسع في كثير من الحالات ليشمل نوعيات مختلفة من المعلومات تتصل بالأداء الحكومي والثروات الشخصية لبعض الأفراد وما يضر بعلاقة مصر بعض الدول الصديقة وأحداث العنف الطائفي. وفي بعض الحالات ينقل رئيس الجمهورية هذا الحق إلى الهيئة القضائية مثلة في النيابة العامة أو نيابة أمن الدولة التي تتولى إصدار قرارات حظر النشر سواء في القضايا الحساسة أو القضايا المنظورة أمام القضاء.

### تصنيف المعلومات:

حتى تمنع الحكومات وسائل الإعلام من الاطلاع على نوعية معينة من المعلومات لا ترغب في نشرها وإذا عنها فقد حرمت على تصنيف الوثائق الحكومية على أساس درجة سريتها إلى ثلاثة درجات هي : سري للغاية وسرى جدا وسرى.

ويعود هذا التصنيف في الولايات المتحدة إلى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية عندما أصدر الرئيس ترومان ومن بعده الرئيس إيزفاور قرارات إدارية بتصنيف الوثائق الحكومية بما يتفق مع متطلبات الأمن القومي إلى سري للغاية وسرى جدا وسرى.. مع طبع العبارة على كل وثيقة. وبناء على ذلك تم تصنيف معظم الوثائق الحكومية وإخفائها عن وسائل الإعلام.

ويتصل بما سبق ما تقرره الدول من عدم الإفراج عن الوثائق الرسمية إلا بعد مرور فترة من الزمن تصل في بعض الدول إلى خمسين عاما من تاريخ صدور الوثيقة. وقد أشار بعض الباحثين إلى أن نسبة ٥٠٠٠ فقط من الوثائق إلى تم حجبها ومنعت الصحافة من الوصول إليها هي التي كانت تستحق الحجب بالفعل.

## قانون حرية المعلومات:

وقد أثار سوء استخدام الحكومات لحقها في تصنیف المعلومات حسب درجة سریتها واستغلاله لخدمة أهدافها وسیاستها والخد من حق وسائل الإعلام في الوصول إلى مصادر المعلومات.. أثار هذا الأمر جدلاً كبيراً في غالبية الدول. وفي الولايات المتحدة فقد أثیرت جهود وسائل الإعلام المستمرة في الحد من حق الحكومة في تصنیف المعلومات عن إقرار الكونجرس في عام ١٩٦٧ قانوناً عرف باسم قانون حرية المعلومات **The Freedom of Information Act**. وقد حدد القانون أربع حالات يسمح فيها بمحب المعلومات عن الصحافة وتصنیفها على إحدى درجات السرية. وتمثل هذه الحالات في:

- ١- إذا كان في ذلك التصنیف حماية للأمن القومي.
- ٢- إذا تعلقت المعلومات بأسرار تجارية ومالية.
- ٣- إذا تعلقت المعلومات بالتاريخ الطی للشخص.
- ٤- إذا كان في التصنیف حماية لجهود الشرطة ورجال القانون.

وقد سمح القانون للصحفيين بإقامة دعاوى قضائية للحصول على المعلومات المصنفة والوصول إليها . وقد أصدرت المحاكم الأمريكية نحو ٢٥٠ حکماً لصالح الصحفيين في هذا النوع من القضايا في بداية الثمانينيات.

وقد أثار قانون حرية المعلومات الذي أشرنا إليه جدلاً واسعاً بين مؤيدي القانون ومعارضيه. وقد ضم الفريق المعارض الاتحاد القومي للصناعات ووكالة المخابرات المركزية والباحث الفيدرالية ورجال المال والأعمال الذين شكوا من أن القانون يسمح بنشر معلومات كبيرة جداً تتعلق بأسرار الصناعة والتجارة الأمريكية يمكن استغلالها من جانب المنافسين داخل وخارج البلاد. وعبرت كل من المخابرات المركزية والباحث الفيدرالية عن قلقهما من أن يستخدم المجرمون هذا القانون للتعرف على عملاء الوکالتين والانتقام منهم أو إعاقة جهودهما في جمع المعلومات.

أما مؤيدو القانون من الإعلاميين فقد أكدوا أن القانون لم يحقق آمالهم في حرية الوصول الكامل إلى مصادر المعلومات. وقالوا إن القانون لا زال يقيد حقوقهم في الحصول على المعلومات ويرفع التكلفة المالية (إقامة الدعاوى القضائية) والبشرية لعملية جمع المعلومات بما يفرضه من رسوم على طلب الصحف ووسائل الإعلام الحصول على معلومات مصنفة.

وقد استجواب الكونغرس الأمريكي بعض هذه الاعتراضات ودخل تعديلات على قانون حرية المعلومات في عام ١٩٨٦، كان منها:

- ١- التشدد في الإفراج عن المعلومات التي تتعلق بأنشطة الجريمة المنظمة (المافيا).
- ٢- إعفاء الصحفيين من الرسوم المفروضة على طلبات الحصول على معلومات مصنفة.

وعملياً فقد ساهم القانون المشار إليه في كشف وسائل الإعلام بعض وقائع الفساد في الإدارات الحكومية المختلفة. وعلى سبيل المثال فقد كشفت الصحف من خلال القانون عن تجاوزات أخلاقية لرئيس الباحث الفيدرالية في عام ١٩٨٦ شملت فصل أحد المحامين العاملين بالباحث بسبب انتماء والدته إلى اتحاد نسائي معارض للحكومة بالإضافة إلى احتفاظ الباحث بملفات سياسية سرية للشخصيات البارزة الفنية والأدبية. كما كشفت المعلومات التي حصلت عليها وسائل الإعلام بموجب هذا القانون أن المصانع التووية القائمة في ولاية واشنطن تنتهك القوانين الصحية وشروط الأمان النووي، وأن إفلاس ثالثي البنوك في ولاية كانساس خلال الفترة من ١٩٨٤ إلى ١٩٨٧ يرجع إلى أنشطة إجرامية تورط فيها عاملون بهذه البنوك وليس بسبب سوء الإدارة كما كان شائعاً.

### منع الاتصال بالصحافة:

في إطار السعي إلى فرض سرية على أعمال الحكومة وعدم إتاحة الفرصة أمام الصحافة لنقد هذه الأعمال جات الحكومات من خلال وسائل قانونية وغير

قانونية إلى منع اتصال موظفيها بالصحافة منعاً باتاً في بعض الحالات اكتفاءً بوجود متحدث رسمي أو مسؤول علاقات عامة خاص بكل مؤسسة أو إدارة حكومية، أو منعاً جزئياً بالرغم الموظفين بالحصول على تصريح قبل التحدث إلى وسائل الإعلام.

والواقع أن غالبية قضايا الفساد الحكومي التي تكشف عنها الصحافة غالباً ما تأتي من هؤلاء الموظفين الذين يسررون المعلومات للصحف رغبة في الانتقام من رؤسائهم. وقد شجع على ذلك الضمانات التي تمنحها قوانين الصحافة في بعض البلدان لحماية مصادر المعلومات والتي تنص على حق الصحفي في عدم الكشف عن مصادر معلوماته.

وعلى سبيل المثال شهدت الصحافة المصرية في نهاية العشرينات ومطلع الثلاثينيات من القرن العشرين ما عرف بمحكم القبضة الحديدية (حكومة محمد محمود باشا) وحكم الديكتاتورية (حكومة إسماعيل صدقي) وخلالهما صدرت قوانين تحظر على موظفي الحكومة إمداد الصحفيين بالمعلومات. ورغم ذلك نجحت الصحافة من خلال المعلومات التي سرها بعض الموظفين إليها في إسقاط الحكومتين وتحقيق واحدة من ابرز الانتصارات الصحفية في مصر في مجال الكشف عن الفساد الحكومي والذي تجلّى في حملة "نراة الحكم" التي قادتها صحيفة "السياسة" وتبعتها فيها الصحف الأخرى غير الحكومية.

وفي نهاية الأربعينيات ومطلع الخمسينيات نجحت الصحافة المصرية أيضاً في الكشف عن تورط الملك وكتار معاونيه من رجال الحاشية في قضية أسلحة الجيش الفاسدة في حرب فلسطين (١٩٤٨) وذلك رغم كل القيود التي كانت مفروضة على الصحافة وعلى مصادر المعلومات الحكومية في تلك الفترة.

وأمام استمرار ظاهرة تسريب الموظفين المعلومات إلى الصحافة وعجز القوانين عن مواجهة هذه الظاهرة جلأت بعض الإدارات والأجهزة الحكومية إلى اشتراط توقيع موظفيها الجدد عند تعيينهم على تعهد بعدم اتصال بالصحافة أو

مد الصحفيين بالمعلومات. وعلى سبيل المثال فإن ضباط الجيش مهما كانت درجاتهم العسكرية في كل دول العالم تقريراً يمنعون من الحديث إلى وسائل الإعلام دون الحصول على إذن مسبق من المخابرات الحربية. كما يتم إلزام وسائل الإعلام بعدم نشر أو إذاعة أي أخبار تتعلق بالجيش قبل مراجعتها من جانب إدارة الإعلام بالقوات المسلحة وكثيراً ما تعرض صحفيون في مصر لمحاكمات عسكرية انتهت بسجنتهم لأنهم نشروا أخباراً عن الجيش دون الحصول على تصريح مسبق بالنشر. وما ينطبق على ضباط الجيش ينطبق في غالبية الدول على ضباط البوليس الذين لا يحق لهم الإدلاء بتصریحات للصحف ووسائل الإعلام دون مراجعة إدارة الإعلام المختصة بجهاز الشرطة. وفي عام ١٩٩٧ أصدرت وزارة الداخلية في مصر قراراً يحظر على ضباط الشرطة نشر أسمائهم أو صورهم في الصحف بعد أن كان هذا الأمر مسموماً به لفترة طويلة.

وبالإضافة إلى ما شبق فإن بعض الإدارات الحكومية تمعن العاملين بها من نشر مذكراتهم حتى بعد تركهم الخدمة بدعوى أن هذه المذكرات قد تشمل معلومات سرية عن أنشطة الإدارات الحكومية. ونسوق فيما يلي بعض النماذج للدلالة على ذلك:

- ١- في عام ١٩٩٥ أصدرت محكمة عسكرية في مصر حكماً بالسجن بحق الفريق سعد الدين الشاذلي رئيس أركان الجيش المصري إبان حرب أكتوبر ١٩٧٣ بتهمة نشر أسرار عسكرية في مذكراته التي نشرها في كتاب خارج مصر.
- ٢- في عام ١٩٨٠ أصدرت المحكمة العليا الأمريكية حكماً بحق فرانك سنيب الموظف السابق بالمخابرات المركزية ألمنته فيه برد مبلغ ١١٥ ألف دولاراً تمثل عائداته من نشر مذكراته لأنه نشرها دون الحصول على موافق المخابرات. واستندت المحكمة في حكمها على أن سنيب حالف التعهد الذي كان قد وقعته عند التحاقه بالعمل بأن لا يقوم بنشر مذكراته طول حياته إلا بموافقة صريحة من وكالة المخابرات المركزية.

- ٣- في عام ١٩٨٣ أصدر الرئيس رونالد ريجان أمراً عسكرياً يحظر فيه على

نحو مائة ألف موظف فيدرالي سابق وحالي إمداد وسائل الإعلام بأية معلومات تتعلق بعملهم في الحكومة دون الرجوع إلى السلطات الحكومية المختصة. وقد كان هذا القرار بمثابة رقابة مدى الحياة على المعلومات الحكومية لأنه وضع قيوداً على نقد الحكومة من جانب الموظفين الأكثر قدرة على النقد بحكم عملهم في الحكومة.

## الصحافة والمجتمعات العامة

رسخت الممارسات في غالبية دول العالم حق مندوبي الصحف ووسائل الإعلام في حضور الاجتماعات الحكومية وحضور جلسات البرلمان وجلسات المحاكم وتسجيل ما يدور فيها ونشره دون قيود.

وإذا كانت الدولة الحديثة تكون من سلطات ثلاثة هي: السلطة التشريعية (البرلمان) والسلطة التنفيذية (الحكومة) والسلطة القضائية، فإن ممارسة وسائل الإعلام لحقها في حضور الاجتماعات أوضاع ما تكون في اجتماعات السلطتين التشريعية والقضائية. فغالبية دول العالم تسمح للصحفيين بحضور جلسات البرلمان وجلسات المحاكم بينما يندر السماح لهم بحضور اجتماعات الحكومة أو مجلس الوزراء اكتفاءً بقيام متحدث رسمي باسم الحكومة باطلاع الصحفيين على ما يدور في هذه الاجتماعات.

ونتناول فيما يلي حق الصحافة في حضور جلسات البرلمان وحقها في حضور جلسات المحاكم وما يمكنه كل من الحفرين من صعوبات وما يتبعهما من مسؤوليات وواجبات على الصحافة.

## الصحافة وجلسات البرلمان:

كان حق حضور جلسات البرلمان ونشر ما يدور فيها من أوائل الحقوق التي اكتسبتها الصحافة في فترة مبكرة من ظهورها في العالم. وقد بين هذا الحق على فكرة أن المجلس النايلي المنتخب من جانب الشعب يجب نشر ما يدور فيه على

الشعب من خلال وسائل النشر المختلفة. ولا زالت معلومات الجمهور عن وقائع جلسات البرلمان تستمد في الأساس من الصحف بالإضافة إلى التليفزيون الذي سمح له بنقل حي أو مسجل للجلسات التي يعقدها البرلمان.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال يُسمح للصحفيين والأفراد العاديين منذ نشأة الدولة بحضور جلسات الكونغرس سواء على المستوى المحلي أو المستوى الفيدرالي. وفي الشعوبتين سمح الكونغرس (مجلس النواب ومجلس الشيوخ) لمحطات التليفزيون المختلفة بالنقل المباشر جلساته وجلسات غالبية جهات الفرعية ما عدا الجلسات المخصصة لمناقشة موضوعات تتصل بالدفاع والأمن القومي.

وتسمح غالبية البرلمانات العربية للصحف بحضور جلساتها ونشر ما يدور فيها من مناقشات مع تنظيم ذلك بإصدار تصاريح لمندوبي الصحف بحضور الجلسات من شرفة الصحافة، إلا أن هذا التنظيم يستخدم في بعض الأحيان (كما هو الحال في مصر) للتمييز بين الصحف الموالية للحكومة والصحف المعارضة فما حيث يتم حرمان الصحف المعارضة من حضور الجلسات. وقد عرف أول برلمان مصرى (مجلس النواب الوفدى ١٩٢٤) هذا التمييز حيث تم منع مندوبي الصحف المعارضة من حضور الجلسات بسبب انتقادهم لأداء البرلمان.

أما النقل الحي المباشر للجلسات عن طريق التليفزيون فلا تسمح به البرلمانات العربية على الإطلاق ويكتفى بإعداد تقرير مصور يتضمن مقتطفات مما دار في الجلسة يتم به كمادة إعباراتية. وتتخضع هذه المقتطفات لرقابة من جانب المجلس في بعض الأحيان أو من جانب المحطات التليفزيونية نفسها التابعة للدولة. ويستثنى من ذلك الجلسات الاحتفالية التي يلقى فيها رئيس الدولة خطاباً سياسياً أو الجلسات الافتتاحية للمجلس.

### الصحافة والمحاكم:

تعد أقسام الشرطة والمحاكم من أهم مصادر الأخبار بالنسبة لوسائل الإعلام. ومن المفترض أن يصب ما تنشره وسائل الإعلام من أخبار وتقارير عما يجري

داخل أقسام الشرطة وفي جلسات المحاكم في حق المتهم في محاكمة سريعة وعادلة أمام قاضيه الطبيعي.

وتعلّي دساتير غالبية الدول من شأن حق المتهم في محاكمة عادلة وتنص على ذلك صراحة كأحد حقوق الإنسان. ويفرد الدستور الأمريكي مادة خاصة بهذا الحق (المادة السادسة) التي تنص على ضمان حق الفرد في محاكمة سريعة أمام قاضي نزيه "A speed trial before an impartial jury".

ورغم إقرار حق وسائل الإعلام في الاطلاع على محاضر البوليس وسجلات المحاكم وحضور جلساتها إلا أن هذا الحق كثيراً ما يتعارض مع حق المتهم في محاكمة عادلة خاصة إذا سارت وسائل الإعلام إلى إصدار أحكام مسبقة على المتهم واستبانت حكم القضاة. وقد دفع هذا التعارض القضاة كثيراً إلى التدخل لمنع الصحفيين من حضور جلسات المحاكمة متهمين الصحف باتهام حق المتهم في محاكمة عادلة والإضرار بموقفه في القضية.

ويشير المؤيدون لحق القاضي في منع الصحفيين من حضور جلسات بعض القضايا إلى عدد من الواقع التي لعبت فيها وسائل الإعلام دوراً سلبياً وأضرت بالمتهم وبمحققه في محاكمة عادلة، ومن ابرز هذه الواقع:

- واقعة اغتيال الرئيس الأمريكي الأسبق جون كينيدي في عام ١٩٦٣. إذ سارت وسائل الإعلام فور وقوع الحادث في مدينة دالاس في إطار بحثها عن القاتل إلى إدانة المتهم استناداً إلى تقرير بنته وكالة الموناتيدبرس قالت فيه أن القاتل يدعى لي هارفي اوسمالد، ونشرت له صورة وهو يحمل المسدس الذي أطلق منه الرصاص على الرئيس وأوردت تصريحًا لضابط بوليس قال فيه أن القضية قد حسمت وأن اوسمالد هو القاتل. وعلى هذا الأساس فإن وسائل الإعلام قامت في التو واللحظة بمحاكمة المتهم وإصدار حكم عليه وبسبقت بذلك التحقيقات والمحاكم. ولو كان قد قدر للمتهم أن يعيش لما حصل على محاكمة عادلة في أي مكان داخل الولايات المتحدة بعد أن أصدرت وسائل الإعلام الحكم في القضية.

وقد دفعت هذه الواقعة أنصار حقوق الإنسان ورجال القضاء إلى المطالبة بمنع الصحافة من إصدار الأحكام المسقبة وتقليل وجود الصحفيين في الدوائر القضائية.

- في عام ١٩٦٦ ألغت المحكمة العليا الأمريكية حكماً كان قد أصدرته إحدى المحاكم بسجن طبيب عظام بولاية أوهايو يدعى سام شيرد لمدة ١٢ سنة بتهمة قتل زوجته. واستندت المحكمة العليا في حكمها إلى أن المتهم لم يحصل على محاكمة عادلة بسبب ما نشرته وسائل الإعلام قبل وأثناء المحاكمة من تقارير توكل أنه قاتل. وقد عابت المحكمة العليا على قاضي الولاية أنه لم يحكم سيطرته على قاعة المحكمة وسجع للصحفيين بالتواجد داخلها بكثرة وإظهار عناوين صحفهم المتعلقة بالقضية أمام المخالفين، كما أن القاضي لم يحتم الشهود في القضية من استجواب الصحفيين لهم قبل وبعد الإدلاء بشهادتهم ولم يسيطر على تدفق المعلومات من رجال البوليس والنيابة إلى الصحفيين، بالإضافة إلى أنه لم يعذر الصحفيين من كتابة موضوعات تدين المتهم قبل إصدار الحكم.

وقد أدت هذه الواقعة إلى توخي القضاة الخدر في السماح للصحفيين بحضور جلسات المحاكم واتخذ بعضهم خطوات حاسمة للسيطرة على التغطية الإعلامية لما يمرى داخل قاعة المحكمة. ويشير البعض إلى أن المحاكم الأمريكية أصدرت في الفترة من ١٩٦٦ إلى ١٩٧٦ نحو ١٧٥ أمرًا للحد من التغطية الإعلامية للإجراءات القضائية.

وقد دفع هذا التعارض بين حق المتهم في محاكمة عادلة وحق وسائل الإعلام في إمداد جمهورها بالمعلومات حول القضايا المنظورة، دفع هذا نقابة المحامين الأمريكية إلى تقديم أربعة مقتضيات للحد من قيام وسائل الإعلام باستباق أحكام القضاء وإصدار أحكاماً مسبقة على المتهمين خاصة في القضايا الجنائية، وهي:

١- يجب أن يقتصر ما تنشره وسائل الإعلام على المعلومات الأساسية عن المتهم وظروف القبض عليه.

- ٢- يجب عدم نشر أية تقارير تتضمن اعترافاً للتهم بالجريمة حتى وإن اعترف أمام المحققين أو في المحكمة. كما يجب عدم نشر أو إذاعة أية معلومات عن تاريخ التهم الإجرامي أو أي بيان يصفه بأنه مجرم.
- ٣- يجب أن يمنع البوليس أية مقابلات صحفية أو تليفزيونية أو إذاعية مع المتهم كما يجب عدم التقاط صور فوتوغرافية له من دون الحصول على موافقة كتابية صريحة منه.
- ٤- يجب محاكمة الصحفي إذا قام بنشر أية بيانات ليست واردة في سجلات المحاكمة أو مستمدة من جلسات سرية أو تستهدف التأثير على المحكمة. وبعاقب الصحفي في هذه الحالات بالسجن أو الغرامة بهمة ازدراء المحكمة.
- وقد حازت هذه المقترنات على قبول المحاكم وغالبية وسائل الإعلام باعتبارها مبادئ للعمل ولكن وسائل الإعلام اعتبرت على المقترن الرابع باعتباره يتعارض مع مبدأ حرية الصحافة.

### **الصحفيون والقضاة:**

لم تمنع المبادئ السابقة من استمرار الخلاف بين القضاة وبين رجال الإعلام. ففي عام ١٩٧٦ وفي إحدى القضايا التي أقامت فيها أحد الأشخاص بقتل ستة أشخاص من أسرة واحدة في نيراسكا أصدر القاضي أمراً بمنع نشر أية تقارير أو أخبار تتناول الشهادات والأدلة التي تعرض أمام المحكمة في جلسات الاستماع الأولى، وحذر وسائل الإعلام من نشر صور المتهم أو أية تفاصيل قد تدينه بارتكاب الجرائم المنسوبة إليه. واستند القاضي في قراره إلى أن ذلك قد يؤثر على المحققين لغير صالح التهم وتخربه من حقه في المحاكمة غير متخيزة. ورداً على ذلك سارعت نقابة الصحافة في نيراسكا بإقامة دعوى قضائية أمام المحكمة العليا للإلغاء هذه الإجراءات. وحكمت المحكمة العليا بإلغاء الإجراءات التي اتخذتها القاضي واعتبرتها من قبيل الرقابة المسبقة على الإعلام.

وقد كان من المتوقع أن يجد الحكم السابق من سلطة القضاة في منع التغطية الإعلامية لإجراءات المحاكمة، إلا انه وبعد أشهر قليلة فرضت محكمة أخرى قيوداً جديدة على متابعة وسائل الإعلام لقضية أخرى. ففي عام ١٩٧٩ عشر بوليس نيويورك على قارب صيد يمتلكه ضابط سابق بالبوليس وبه آثار طلقات نارية. وبدأ البوليس البحث عن جثمان الضابط السابق وعن رجلين شوهدا معه قبل اختفائه، وخلال أيام تم القبض على الرجلين ووجهت إليهما تهمة القتل. وفي جلسة إجراءات المحاكمة الأولى وافق القاضي على طلب تقدم به الدفاع عن المتهمين بجعل الجلسات سرية وعدم السماح لوسائل الإعلام بتغطية أحداثها. وقد استند الدفاع في طلبه إلى أن الصحافة سارعت بإدانة الرجلين فور القبض عليهما وإن نشر الصحف لاعترافات المتهمين قد يؤثر في قرار المخلفين الذين لم يكن قد تم اختيارهم بعد.

وقد تقدم الصحفيون بطلب إلى القاضي يؤكد حقوقهم في تغطية الجلسات ولكنه رفض الطلب مؤكداً أن حق المتهمين في محاكمة عادلة يفوق حق الصحافة وحرية الإعلام المقررة في الدستور. وقد أقرت المحكمة العليا قرار القاضي على أساس أن نشر الصحف للمداولات التي تتم في هذه الجلسات سيكون في غير صالح المتهمين وإن من حق القاضي أن يتبعه من الإجراءات ما يكفل صالح المتهمين. وقد أضافت المحكمة العليا تعليقاً أنثانية استثناء وسائل الإعلام وهو "أن إقرار الدستور حق الجماهير وبالتالي حق الصحافة في الاطلاع على ما يجري من أحداث داخل قاعات المحاكم يجب أن يكون الهدف منه صالح المتهم الذي له الحق أن يطلب جعل جلسات الإجراءات سرية أما المحاكمة نفسها فمن حق الصحافة حضورها ونشر ما يجري خلاها. وقد ردت الصحافة على ذلك بان منعها من حضور هذه الجلسات يعني حرمانها من حضور نحو ٩٠٪ من القضايا التي تنظرها المحاكم وذلك لأن غالبية القضايا يتم الانتهاء منها في جلسة الإجراءات سواء بإسقاطها أو التنازل عنها.

وفي عام ١٩٨٠ أعادت المحكمة العليا تأكيد موقفها إزاء حق الصحافة في

حضور جلسات المحاكم وألقت قراراً لأحد القضاة بجعل محكمة متهم في جريمة قتل سرية. وقالت أن المحكمة مكان عام ولا بد أن يكون مفتوحاً أمام الجماهير ووسائل الإعلام وليس من حق القاضي إغلاق جلسات المحاكمة الجنائية فيما عدا قضايا الاغتصاب التي يمكن جعل جلساتها مغلقة لحماية الصحافيين.

وخلص من العرض السابق إلى تأكيد حقيقةين هنا:

- ١- من حق القاضي إبعاد الجماهير ووسائل الإعلام من جلسات الاستماع الأولى لحماية حق المتهم في المحاكمة عادلة وعدم التأثير على المخالفين المتورطين.
- ٢- من حق الصحافة ووسائل الإعلام حضور جلسات المحاكمة الجنائية إلا إذا كانت القضية تتعلق بواقعة اغتصاب أو إذا كانت ظروف الجريمة غير عادية.

### **الصحافة العربية والمحاكم:**

أكدت قوانين المطبوعات والنشر والصحافة في غالبية الدول العربية حق الصحافة ووسائل الإعلام المختلفة في حضور جلسات المحاكم ونشر تفاصيل ما يدور فيها. وقد حرصت النصوص القانونية في الوقت نفسه على احترام وسائل الإعلام لقرارات القضاة والنوابية في حالة جعل التحقيق أو المحاكمة سرية.

وعلى سبيل المثال فإن قانون المطبوعات الإماراني قد تضمن ثلاثة مواد تتعلق بحق الصحافة في حضور جلسات المحاكم وتدرج هذه المواد الثلاثة ضمن الفصل السابع من القانون الخاص بالوسائل المحظورة نشرها. والملاحظ أن المواد الثلاثة هي مواد حظر وليس مواد إجازة وتبدأ كلها بعبارة "محظوظ ويمنع ولا يجوز" وهو ما يعني أن النشر يكون مباحاً في غير الحالات الثلاثة. وهذه المواد هي:

- المادة ٧٣، وتحظر على الصحافة ووسائل الإعلام نشر ما من شأنه التحرير على ارتكاب الجرائم أو إثارة البغض أو بث روح الشفاق بين أفراد المجتمع. وبالتالي فإن من حق وسائل الإعلام نشر وقائع جلسات المحاكمة التي ينتفي فيها ما سبق الإشارة إليه.

- المادة ٧٥، ومنع نشر تحرير لما يجرى في الجلسات أو المداولات أو في الجلسات العلنية للمحاكم أو الهيئات النظامية في الدولة. وبالتالي فإن النشر يكون مباحاً إذا خلا من التحرير.

- المادة ٧٨، ومنع نشر أخبار تتعلق بتحقيق جنائي قائم إذا كان قاضي التحقيق قد أمر بجعل التحقيق سرياً أو إذا كانت النيابة العامة قد حظرت نشر أي شيء عن القضية.

ويعاقب قانون المطبوعات الإمارتي من يخالف ما سبق بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر، وبالغرامة التي لا تقل عن ألف درهما (٣٠٠ دولاراً) ولا تزيد عن خمسة آلاف درهماً أو بإحدى هاتين العقوبتين.

### الأخلاقيات نشر الأخبار:

الأخلاقيات هي قواعد السلوك توجهاً إلى الطريقة الأفضل أو الأصح للتصرف في موقف معين. وتستمد الأخلاقيات من مصادر متعددة مثل الأديان السماوية وأقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد.

وقد حدد البعض أهم المبادئ الأخلاقية للتعامل مع المواقف المختلفة في:

١- **مبدأ الوسطية:** وتعني الاعتدال في اتخاذ المواقف. فالشيء الأخلاقي يقع في الغالب بين طرق التهديد. وعلى سبيل المثال فإن الأكل الكثير مضر مثله مثل الأكل القليل والتطرف ضر في الحالين. وعلى هذا فإن السلوك الأخلاقي يقع دائماً بين أن تفعل أكثر وبين أن تفعل أقل. فإذا تصورت نفسك مدير لتحرير صحيفة من الصحف وكتب أحد الصحفيين العاملين معك سلسلة تحقيقات انتقد فيها سوء نظافة أحد المطاعم الكبير والمخالفات الصحية التي يرتكبها وكان هذا المطعم يقدم إعلاناً ثابتاً في الصحيفة. وفور نشر التحقيق الأول اتصل بك صاحب المطعم وهدد بأنه سيوقف إمداد الصحيفة بالإعلان إذا استمر نقد المطعم على صفحات الصحيفة. في هذا الموقف يكون عليك إما أن توقف نشر التحقيقات

تماما حفاظا على الإعلان أو أن ترفض التهديد تماما وتستمر في النشر مضحيا بالإعلان. الموقف الوسط هنا يعني أن تجد حلا أخلاقيا وسطا كان تستمر في النشر على أن تعطي صاحب المطعم فرصة للرد على ما تنشره أو أن تضمن التحقيقات ما يشير إلى تحسن المطعم.

والواقع أن الصحفيين يواجهون مثل هذا الموقف كثيرا. ففي تقطيع الاضطرابات الشعبية والمظاهرات يكون على الصحفي أن يجد حلا وسطا يوازن بين واجبه في إعلام الناس بما يجري وبين الحاجة إلى عدم تحريف الجماهير وبث الرعب بين صفوفها.

**٤- مبدأ الصحة العامة:** فما هو صحيح بالنسبة للفرد يكون صحجا بالنسبة للكل (فلسفة كانت). ولكي نقيس صحة سلوكنا يجب أن نتصرف طبقا للقواعد التي نريد من غيرنا أن يتلزم بها. ويلعب الضمير الشخصي دورا كبيرا في تحديد الشيء الصحيح من الشيء الخاطئ، فالضمير يخبرنا بما هو صحيح لذلك نشعر بالذنب عندما نخالف ضمائركنا. وفي مجال الإعلام فإن على الصحفي أن يتجنب ما هو خطأ أخلاقي مهما كانت المبررات. فالغش على سبيل المثال سلوك غير أخلاقي لا يجب تبريره تحت أي مسمى.

**٥- مبدأ الفائدة:** أي تحقيق أكبر فائدة لأكبر عدد من الأشخاص (فلسفة جون ستيفورات ميل). فعندما نحكم على أمر من الأمور انه صحيح أو خاطئ يجب أن نضع في اعتبارنا صالح المجتمع الأكبر من الناس. ويتجه على الصحفي أن يقيس جميع النتائج السلبية والإيجابية المرتبطة على النشر ويختار ما يعظم الفائدة ويقلل الخسارة. وعلى سبيل المثال قد يختار الصحفي نشر حادثة قتل طفلة صغيرة بعد اغتصابها على أساس أن العائد على المجتمع من النشر أكبر من الضرر الذي قد يلحق بأسرة الطفلة من جراء النشر.

**٦- مبدأ المساواة:** فالعدل يتحقق عندما يعامل كل فرد دون تمييز على أساس عرقه أو جنسه أو مكان إقامته..الخ. ويتجه على الصحفي وفقا لهذا

المبدأ معاملة المشتركين في حدث واحد على قدم المساواة فلا يخفى أسماء المشاهير المتورطين في حادثة ما وينشر أسماء الآخرين. كما يتضمن هذا المبدأ عدم المحمالة في النشر وعدم تسريب معلومات مهمة لأشخاص معينين.

وقد وضع البعض قاعدة لاتخاذ القرار الأخلاقي في النشر على النحو التالي:  
تحديد الموقف + تحديد القيم المتضمنة فيه + تحديد المبادئ الأخلاقية التي يجب اتباعها - التصرف.

### أمثلة لاتخاذ موقف أخلاقي في بعض الأحداث:

- إذا كنت مديرًا لمحطة إذاعية واتصل بك مدير التسويق بإحدى الشركات الكبرى وعرض عليك رحلة مجانية إلى أوروبا شاملة تذكرة الطيران والإقامة على أن تعطى انطباعاً جيداً عن الشركة في البرامج التي تقدمها الإذاعة.. فهل تقبل ذلك؟

- إذا كنت صحفياً وذهبت لنقطة حادث سيارة كان بطلها لاعب كرة القدم وأثناء فحصك للسيارة المحطمة رأيت أنها بعض زجاجات الخمر وبملاط خلبيه... الخ. فهل ستتضمن هذه المعلومات تقريرك الصحفي؟

### التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة :

يتدخل المجتمع لتنظيم العمل الإعلامي من خلال القوانين المختلفة سواء المتعلقة مباشرة بالإعلام والصحافة مثل قوانين المطبوعات والصحافة، أو التي تتصل بالعمل الإعلامي مثل قوانين العقوبات والإجراءات الجنائية وغيرها. وكل هذه القوانين تنظم علاقة الإعلام بالمجتمع ومسؤولياته وحدود حريته. كما ينبع الإعلام لنوع ثان من ينبع من داخل مهنة الإعلام نفسها وهو ما نطلق عليه (التنظيم الذاتي) ويعنى به ما يضعه الإعلاميون من قواعد للعمل الإعلامي يلزمون أنفسهم بها وتتصب في النهاية في صالحهم كإعلاميين وفي صالح مهنة الإعلام وأخيراً في صالح المجتمع ككل.

والحقيقة الأولى التي يجب أن نعيها أن الإعلاميين بالمفهوم الواسع للكلمة (الصحفيون والإذاعيون والتليفزيونيون وغيرهم) لا يتمتعون مثل غيرهم من أصحاب المهن الأخرى كالأطباء والمهندسين والمحامين بالحرية في إدارة شؤون مهنتهم ويتبين هذا فيما يلي:

- يمكن لنقابة الأطباء أو نقابة المهندسين على سبيل المثال شطب الطبيب أو المهندس الذي يخالف أخلاقيات المهنة، وحرمانه من ممارستها، بينما لا تستطيع نقابات الإعلاميين أو الاتحادات المهنية فعل ذلك.

- يتم قصر العمل في المهن الأخرى على الوهليين أكاديمياً لها. فالطبيب على سبيل المثال لا بد أن يكون حاصلاً على درجة علمية في الطب ولا يسمح له بممارسة المهنة إلا بعد الحصول على ترخيص بذلك من النقابة المختصة، أما مهنة الإعلام فمفتوحة أمام كل الراغبين في اتخاذها مهنة لهم، فبموجب حق كل إنسان في التعبير عن نفسه لا يتشرط للعمل في مجال الإعلام أية شروط مهنية كالحصول على درجة أكاديمية في الإعلام أو الحصول على ترخيص بممارسة مهنة الإعلام. وبالتالي يصبح من الصعب عقاب الإعلاميين علىتجاوزهم أخلاقيات المهنة. إذ لا يمكن حرمان ناشر أو معلن من الاستمرار في عمله مهما أتى من أفعال تخالف أخلاقيات العمل الإعلامي. وعلى سبيل المثال فإن اتحاد العلاقات العامة الأمريكي PRSA رغم أنه يمنع ترخيص مزاولة مهنة العلاقات العامة إلا أنه لا يستطيع منع العضو المحالف من ممارسة المهنة حتى ولو قام بشطبها من الاتحاد.

وقد حاولت بعض الدول تنظيم ممارسة العمل الإعلامي وإلزام الصحفي بالحصول على ترخيص مزاولة المهنة من خلال مجالس الصحافة أو نقابات الصحفيين حتى تستطيع عقاب من يخرج على ميثاق شرف المهنة أو من لا ترضي عنه الحكومة. ورغم ذلك فما زالت هذه الدول تشكو من تسلل عدد كبير إلى المهنة. وفي دولة مثل مصر التي يلزم فيها القانون المؤسسات الصحفية بعدم تشغيل غير أعضاء نقابة الصحفيين فإن عدداً كبيراً من الصحفيين ليسوا أعضاء في النقابة.

إن أقصى ما يمكن أن تتعاقب به اتحادات الصحفيين والإذاعيين المخالفين لأخلاقيات المهنة هو نشر مخالفتهم على الجمهور باعتبار أن ذلك عقاب مناسب يضر بسمعة الصحفي والصحيفة أو الإذاعة. وحتى هذا العقاب لا زال مثار خلاف حيث ترى وسائل الإعلام أنه لا يجب نشر غسيل الإعلام القذر على الجمهور. وعلى سبيل المثال فإن اتحاد الإذاعيين القومي في الولايات المتحدة يعاقب الإذاعات ومحطات التليفزيون التي لا تلتزم بأخلاقيات الإذاعة بنشر هذه المخالفات على الجمهور.

وتقوم بعض اتحادات الإعلاميين المتخصصين بوضع موائق شرف مهنية لأعضائها، وتقوم هذه الاتحادات بمراجعة ما ينشره الأعضاء وتحديد مدى اتفاقها أو اختلافها مع بنود ميثاق الشرف. وعلى سبيل المثال فإن اتحاد مجلات الرسوم الفزيلية Comic Magazines الأمريكية تقوم بمراجعة كل كتاب الرسوم الفزيلية قبل نشرها ويمكّنها أن تطلب من المؤلف والناشر إجراء بعض التعديلات في الرسوم والنصوص حتى تسمع بالنشر. وفي الاتحاد لجنة خاصة للتحقيق في شكاوى الأعضاء في قرارات الاتحاد.

ومع تنوع وسائل الإعلام وزيادة تخصصها في جميع المجالات تعددت الاتحادات والمنظمات التي تراقب الأداء الأخلاقي للمهن الإعلامية. فهناك اتحادات قومية في الولايات المتحدة تراقب الإعلانات وهذا الحق في منع نشر أو إذاعة الإعلانات التي ترى أنها مضللة أو لا تتفق مع التقاليد والعادات أو الآداب العامة، أو التي تضر بالوفاق العرقي في البلاد. وهناك اتحاد لمراجعة الإعلانات الخاصة بالأطفال تم تشكيله في عام ١٩٧٤ يتولى مراجعة وتقسيم الإعلانات التي تخاطب الأطفال أقل من ١٢ سنة. ويحرص هذا الاتحاد على أن لا يتم استغلال الأطفال في بعض أنواع الإعلانات وأن لا يتم مخاطبة عيال الطفل في الإعلان وإن لا يتعرض الأطفال لإعلانات مضللة.

## مجالس الصحافة:

بالنسبة للصحافة المطبوعة فإن ابرز الهيئات التي أوكل إليها مراقبة الأداء المهني للصحف والصحفيين في غالبية دول العالم ما يسمى بـ مجالس الصحافة Press Council أو مجالس الأخبار News Council.

وقد وردت أول إشارة عن إنشاء مجلس صحافة أمريكي في عام ١٩٤٧ ، إذ أوصت لجنة حرية الصحافة التي تشكلت في أعقاب الحرب العالمية الثانية بإنشاء مجلس قومي للصحافة. وقد تحدد هدف المجلس في ( مراقبة أداء الصحافة وإلزام الصحف بنشر الرد والتصحيح لما تنشره ).

وفي عام ١٩٦٣ أنشأت صحيفة كورير جورنال أول مجلس للصحافة وكان مجلسا محليا في ولاية لويسiana ليكون وسيطا بين الصحف والمجتمع المحلي، ثم تالت بعد ذلك مجالس الصحافة، ومن أهمها مجالس الصحافة التجريبية التي أنشأها مؤسسة ملت حرية الصحافة، وبعد فترة تم تقييم التجربة وخلصت نتائج التقييم إلى:

- أ- إن تقارير المجالس أعطت الصحف ورؤسائها تحريرها رفع صدى مهم لما ينشروه وجعلتهم أكثر اهتماما بالأداء الصحفي المسؤول.
- ب- إنها نجحت في شرح سياسات الصحف للجمهور العام.
- ج- إنها حسنت صورة الصحافة في نظر الجماهير.

ومن أشهر وأهم مجالس الصحافة التي ظهرت في الولايات المتحدة المجلس القومي للأخبار (NNC) The National News Council الذي أنشئ في عام ١٩٧٣ بمنحة من مؤسسة القرن العشرين. فمنذ نشاته وحتى حله في عام ١٩٨٤ راجع المجلس وأصدر أحكاما في عدد كبير من شكاوى الأفراد ضد الصحف ونشر كثيرا من المقالات حول الأداء الصحفي من وجهة نظر الصحفيين والجماهير. كما أصدر المجلس تقارير دورية سميت بالكتب البيضاء White Papers حول الأداء المهني للصحف. ويرجع سبب حل المجلس إلى غضب بعض

الصحف منه لأنه من بين ٢٤٢ شكوى حقق فيها لم يحكم لصالح الصحف إلا في ٨٢ حالة منها. وردا على ذلك منعت الصحف التمويل الذي كانت تقدمه للمجلس. كما خشي المدافعون عن حرية الصحافة من أن تصبح أحكام المجلس بمثابة قوانين غير مكتوبة تحد من حرية الصحافة.

ورغم عدم وجود مجلس قومي للصحافة في الولايات المتحدة إلا أن هناك مجالس للصحافة في عدد من الولايات مثل دلاوير وهاوي ومنيسوتا، كما أن هناك عدد من المجالس المتخصصة في شؤون الصحافة والصحفيين تتولى مراقبة وتقدير الأداء الصحفي مثل واشنطن جورناليزم ريفيو Washington Journalism Review (WJR) التي تصدرها كلية الصحافة بجامعة ميريلاند.

### مواثيق الشرف:

تعد مواثيق الشرف المهنية Professional Codes من أهم عدّادات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام. ورغم أنها تطمح إلى معايير مثالية فإن مواثيق الشرف المكتوبة تحدد بعض السلوكيات الأخلاقية التي يجب الالتزام بها من جانب الإعلاميين في أدائهم المهني.

ويعود أول ميثاق شرف صحفي في أمريكا إلى عام ١٩٢٣ عندما وضع اتحاد محرري الصحف الأمريكية ما عرف باسم "ميثاق الصحافة" The Canons of Journalism. وقد حدد هذا الميثاق ما يلي:

- إن وظيفة الصحافة هي أن تحقق اتصال بالجنس البشري.
- يجب أن يتوافر في الصحفي أكبر قدر من الذكاء والمعرفة والخبرة بالإضافة إلى القدرة على الملاحظة الدقيقة والتحليل المنطقي.
- أي صحفي يستخدم وضعه كصحفي لتحقيق منافع شخصية ضيقة لا يجب الثقة فيه.

وهناك ميثاق شرف لمالكي الصحف الذي وضعه اتحاد ملاك الصحف في أمريكا.

وبعد الحرب العالمية الثانية أصدرت نقابة مديري الراديو والتليفزيون ميثاقاً أخلاقياً للعاملين بالإذاعة والتليفزيون دعت فيه المؤسسات الإذاعية إلى أن تكون رمزاً حياً للديمقراطية. وشمل الميثاق نصوصاً تتعلق بالتزام الإذاعيين بعدم إصدار أحكام مسبقة على المتهمين في قضايا جنائية، وطرق تغطية جلسات المحاكم، وعدم قبول إعلانات أو هدايا من المصادر، بالإضافة إلى وضع قيود على إذاعة الإعلانات الخاصة بالتنحيم والقمار والخمور والإعلانات والمضامين الخاصة بالأطفال.

## الفصل الحادي عشر

### التحرير للصحف الإلكترونية

- . الصحفية الإلكترونية. 
- . أنواع الصحف الإلكترونية. 
- . التحرير للمواقع الاخبارية. 
- . مستقبل النشر على الويب. 
- . الوسائل المتعددة. 
- . المحرر هو المنتج. 
- . الصحف بعد الإنترنت 



## الفصل الحادي عشر

### التحرير للصحف الإلكترونية

شهدت صناعة الصحافة في العقود الثلاثة الأخيرة تطوراً كبيراً على جميع المستويات المادية والفنية. ففي إطار المنافسة الشديدة التي تعرضت لها من وسائل الإعلام الإلكترونية (الراديو والتلفزيون) كان على الصحافة أن تبني طرقاً جديدة في الإنتاج والتوزيع حتى تحافظ على مكانتها كوسيلة الإعلام الأكبر جماهيرية والأكثر تأثيراً في الأفراد والمجتمعات.

وكان ظهور وتطور الحاسوب الآلي المخرج الملائم للصحافة فتوسعت في استخدامه لتطوير طرق إنتاجها وتوزيعها كما كان ظهور الاتصال الشبكي عبر أجهزة الكمبيوتر Computer - mediated Communication - الحل الأمثل للصحافة المطبوعة للاقتراب من الطبيعة الترامنية والصوتية والمصورة للراديو والتلفزيون.

فالسنوات عديدة ظل ناشرو الصحف والمجلات تراودهم فكرة نقل المعلومات إلى جمهورهم بطريقة إلكترونية. ففي مقابل الطباعة على الورق بدا للناشرين أن نقل المادة الإعلامية بواسطة الكمبيوتر يحقق مصالح الطرفين.. الصحف والجمهور. ولعل أهم الفوائد التي رأت الصحف أنها ستتحقق من خلال النشر الإلكتروني على شبكة الويب هي:

- خفض التكاليف المتزايدة لإنتاج الصحيفة الورقية. فعلى مدى سنوات أجريت هذه التكاليف الصحف والمجلات على زيادة أسعار بيعها للجمهور كما أجريت البعض الآخر على الخروج من صناعة النشر.

- نقل المعلومات والأخبار بطريقة أسرع من طباعتها على الورق. فالمعلومات التي تحويها الصحيفة الورقية تكون قد用ية ١٢ ساعة على الأقل والمقالات التي تنشر في مجلة شهرية غالباً ما تكتب قبل النشر ثلاثة أشهر أو أكثر.

## مفهوم الصحيفة الالكترونية:

لعل من ابرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة - مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الاتصال الشبكي - ظهور ما سمي بالصحيفة الالكترونية **Electronic Newspaper** في إشارة إلى "الصحيفة الالكترونية" التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم القارئ باستدعائهما وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها وطبع ما يرغب في طباعته".

وإذا كانت الصحيفة الالكترونية هي نتاج للتطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي فإن الفضل في ظهورها يعود إلى محاولات الباحثين والصحفيين المتعددة لإنتاج صحيفة لا ورقية تستطيع أن تقوم بوظائف الصحيفة المطبوعة وتضيف إليها من خلال استغلال الإمكانيات الاتصالية لشبكة الانترنت. ويتوقع الباحثون في هذا المجال أن تقود المحاولات المستمرة لتطوير الصحيفة الالكترونية إلى تقديمها على الصحيفة الورقية في المستقبل القريب على اعتبار أن السبيل لبقاء الصحافة - بصفة عامة - كوسيلة اتصال جماهيرية يمكن في تطورها من حيث الشكل إلى وسيلة إلكترونية.

ويرتبط مفهوم الصحيفة الالكترونية بمفهوم آخر أشمل وأعم هو مفهوم النشر الالكتروني **Electronic Publishing** الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات. وبالتالي فإن غالبية الصحف الورقية يمكن اعتبارها مطبوعات إلكترونية لأنها تنشأ وتحرر وتنتقى إلى المطابع وتوزع باستخدام أجهزة الكمبيوتر. كما يشير مفهوم النشر الالكتروني - على مستوى محدد - إلى استخدام أجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصال في توزيع المنتج النهائي على القراء.

## أنواع الصحف الالكترونية:

تنقسم الصحف على شبكة الانترنت إلى نوعين رئيسيين هما:

١- الصحف الإلكترونية الكاملة On-line newspaper وهي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بما يلي:

- تقدم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحاديث وصور... الخ.

- تقدم خدمات صحافية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتبينها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق **hypertext** مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالموقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والوصول إلى الأرشيف.

- تقدم خدمات الوسائط المتعددة **Multimedia** النصية والصوتية والمصورة.

٢- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية ومعنى ما موقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالموقع الأخرى.

### مميزات الصحيفة الإلكترونية:

إذا كان عالم الصحافة الإلكترونية قد أصبح على درجة كبيرة من الاتساع ويشهد على الدوام تحسينات جديدة ربما كل يوم، فقد اهتمت بعض البحوث في هذا المجال بالمقارنة بين الصحيفة الإلكترونية وبين الصحيفة الورقية. ورغم اتفاق الباحثين على أن الصحيفة الإلكترونية تحمل سمات الصحيفة الورقية وتؤدي وظائفها فقد مد البعض الآخر نطاق المقارنة ليؤكد أن الصحيفة الإلكترونية تحمل أيضاً سمات الخدمات الإذاعية والتلفزيونية بسبب قدرها على تقديم الأخبار في أي وقت والخدمات المسموعة والمصورة بطريقة الفيديو مستغلة في ذلك ما أتاحته

تكنولوجييا النص الفائق على شبكة الويب، وتتيح للمستخدم اختيار الوقت المناسب له للتعرض لها.

### وتحدد ميزات الصحيفة الإلكترونية فيما يلي:

- إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى الأربع والعشرين ساعة بينما يتضرر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية.
- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم. ولا يتتوفر هذا في الصحيفة الورقية نظراً لتكلفة العالية لإصدار طبعات إضافية من الصحيفة لمتابعة الجديد من الأحداث.
- إمكانية إتاحتها بناء على طلب القارئ/ المستخدم. فالصحيفة الإلكترونية على عكس الصحيفة الورقية والخدمات الإذاعية والتليفزيونية يمكن أن تنقل إلى القارئ الأخبار والموضوعات عند طلبها وفي الوقت الذي يحدده. وتعرف هذه الخدمة بخدمة "الأخبار تحت الطلب News On Demand" وتمكن المستخدمين من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها الصحيفة.
- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات القارئ/ المستخدم الفرد. فنظراً لكونها لا تحتاج إلى توزيع جاهيري تقليدي فإن الصحيفة الإلكترونية يمكن "شخصتها" أي تفصيلها وفقاً لرغبة كل شخص To be Personalized ، ولكن ضمن قط الأخبار والموضوعات محل اهتمام كل قارئ / مستخدم. وهذه الخدمة يمكن أن تكون مُضمنة في الصحيفة الإلكترونية أو أن ترك للقارئ ليقوم بها وفق احتياجاته. إذ يمكن لطبع الصحيفة الإلكترونية أن يجهز قائمة بالأخبار التي يمكنها القارئ مسبقاً لتكون جاهزة للعرض فور قيام المستخدم بالدخول إلى موقع الصحيفة، كما يمكن للمستخدم أن يطلب الأخبار والموضوعات التي يريدها

من قائمة العناوين الرئيسية أو بالبحث داخل الصحيفة باستخدام كلمة مفاتيحية.

### المنافسة بين الصحف الإلكترونية:

لقد وسع خروج الصحف الورقية إلى شبكة الإنترنت من مفهوم وأبعاد المنافسة بين الصحف. فبعد أن كانت المنافسة تقتصر بالنسبة للصحيفة الورقية على الصحف الأخرى التي تصدر من نفس المدينة أو من نفس الدولة وتنحصر في المنافسة على السبق الصحفي وعلى التوزيع وعائدات الإعلان، أصبحت الصحف الإلكترونية تواجه عدداً كبيراً من المنافسين. وتشمل قائمة المنافسين:

- الصحف الإلكترونية الأخرى المحلية والقومية العالمية.
- موقع الويب الأخرى التي تقدم خدمات إخبارية ضمن خدماتها الأخرى خاصة موقع الشركات العملاقة مثل نيتسكيب وميكروسوفت وياهو.
- موقع الإذاعات والتليفزيونيات المحلية والقومية العالمية التي توفر خدمات إخبارية مسموعة ومرئية على مدار اليوم بالإضافة إلى خدماتها الأخرى، ومن أبرزها موقع هيئة الإذاعة البريطانية BBC وموقع الشبكة الإخبارية الأمريكية الأولى في العالم CNN بالإضافة إلى موقع الشبكات التليفزيونية والإذاعية العملاقة مثل ABC، NBC.

لقد كانت المنافسة التقليدية بين الصحف الورقية وبين الإذاعة والتليفزيون محكومة بالطبيعة الخاصة لكل منها، وهي منافسة أتاحت للطرفين الاحتفاظ - إلى حد كبير - بجمهورهما. إذ أن مشاهد التليفزيون كان يتضرر صدور العدد الجديد من الصحيفة للحصول على تفاصيل أكثر حول ما شاهده على شاشات التليفزيون، أما في الفضاء الإلكتروني فإن متضيّع موقع محطة تليفزيونية ما قد لا ينتقل إلى موقع الصحيفة الإلكترونية لأن الموقع الأول يقدم له كل ما يريده من تفاصيل في صورة نصوص مقروءة وسموعة ومرئية. وبالتالي فإن المنافسة التي تلقاها الصحف الإلكترونية من الواقع الإذاعية والتليفزيونية أشد بكثير من المنافسة التي تلقاها الصحف الورقية من محطات الراديو والتليفزيون التقليدية.

وغيري عن القول أن م الواقع الصحف على شبكة الانترنت تواجه أيضاً منافسة من الصحف ووسائل الاعلام التقليدية التي لا زالت تحافظ - رغم تزايد انتشار الانترنت - بالنسبة الأكبر من جمهور وسائل الاتصال في كل دول العالم.

ولا شك أن شدة المنافسة التي تلقاها الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت تفرض على هذه الصحف تقديم خدمات إعلامية مميزة مستفيدة من الإمكانيات التي تتيحها الشبكة سواء فيما يتعلق بشكل وإخراج الموضع أو بالمضمون المميز وخدمات البحث وتعدد الوسائط والتفاعلية بين المحررين والمتصفحين. وتقاس قوة موقع الصحيفة بعدد متصفحيه من جانب وطول الوقت الذي يقضيه المستخدم فيه. ولذلك تحرص مواقع الصحف الالكترونية الكبيرة على توفير أكبر قدر من الخدمات حتى غير الإعلامية حتى تربط المستخدم بما وتحمله يقضى فيها أطول فترة ممكنة مثل خدمات البريد الالكتروني.

### **تحرير الصحف الالكترونية:**

تختلف الإمكانيات التحريرية للصحف الالكترونية اختلافاً كبيراً من صحيفة إلى أخرى وفقاً لحجم الصحيفة وتنوعها وحجم ما تقدمه من خدمات بالإضافة إلى مكانتها في عالم الصحافة. فالصحف الصغيرة تخصص لصحفها الالكترونية عدداً محدوداً من المحررين والفنين الذين يتولون أمر الصحيفة الالكترونية الخاصة بها، في المقابل فإن الصحف الكبيرة تنشئ هيئة تحرير مستقلة للصحيفة الالكترونية تضم عدداً أكبر من المحررين والفنين وربما تخصص لها - أي للصحيفة الالكترونية - رئيساً للتحرير أو بالأقل مدير التحرير.

### **التحرير للمواقع الاخبارية:**

أشارت دراسة لشبكة MSNBC الأمريكية في عام ١٩٩٨ أن أكثر من ٢٠ مليوناً من مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة يمثلون نصف مستخدمي الشبكة يدخلون بانتظام إلى مواقع الصحف والإذاعات لقراءة الأخبار. وبختبر بعض الواقع الشهيرة ما بين ١٠٠ إلى ٢٠٠ ألف مستخدم يومياً. وتأتي في مقدمة

الموقع الاخبارية الأكثر استخداما على الشبكة موقع صحيفة USA Today التي يدخل إلى موقعها يوميا نحو ٩٢٠ ألف مستخدم يمثلون أكثر من نصف توزيع الصحيفة الورقية. ويرجع هذا الاستخدام الواسع لموقع الصحف والإذاعات على الشبكة إلى كمية الأخبار العاجلة التي تنشر على الموقع قبل نشرها في الصحف والإذاعات مثل التقرير الذي نشره Matt Drudge عن مونيكا لوين斯基 والرئيس كلينتون.

والواقع أنه في مقابل الموقع التي تلزم بنشر مضامون نسختها الورقية على موقعها فإن هناك مواقع صحف أخرى تلزم بتقدم الأخبار العاجلة على موقعها قبل نشرها في النسخة الورقية. وعلى سبيل المثال فإن صحيفة The Chicago Tribune الإلكترونية لديها فريقها الصحفي الخاص وصحفها الذين يقدمون أخبارهم للنسخة الإلكترونية فقط ليتم بها قبل ساعات من نشرها في النسخة الورقية.

### مستقبل النشر على الويب:

لا يعرف أحد على وجه الدقة ما الذي يحمله المستقبل بالنسبة لشبكة الويب لكن من المؤكد أن الشبكة التي نعرفها اليوم لن تكون على ما هي عليه في المستقبل. ومع ذلك فإن بعض الباحثين يتحدثون عن بعض الاتجاهات الخاصة بمستقبل النشر على الويب وهي:

\* إن النشر على الويب سوف يتسع. فقد اظهر استطلاع أجراء كل من Donald Middleburg and Steven Ross في عام ١٩٩٦ أن ٧٧٪ من محرري الصحف اليومية والمحلات لديهم أو يخططون لإنشاء موقع لصحفهم على الشبكة. وفي مقابل موقع الصحف القليلة التي تم إغلاقها فإن مئات جديدة قد دخلت إلى الشبكة. ومع تزايد دخول المؤسسات الإعلامية والإعلانية إلى الشبكة وشركات العلاقات العامة والتليفزيونات والشركات التجارية فإنه من المتوقع أن توسع الشبكة توسيعا كبيرا في السنوات الخمس القادمة.

\* إن الويب سوف ينهار، إذ لا يوافق بعض الناس على فكرة أن الويب سوف يزدهر ويتسع وبدلاً من ذلك فافهم يتوقعون أن زيادة حركة المرور على الإنترنت سوف تقود إلى التداخل والتعقيد وينتهي الأمر إلى سقوطها. ويتوقع هؤلاء المتشائمون بخصوص مستقبل النشر على الويب باختفاء عدد كبير من الواقع الإخبارية المهمة والكثير على الشبكة ويدللون على ذلك بالشخص الذي أحرزته موقع مهمة في أعمالها على الشبكة مثل موقع شبكة ميكروسوفت Microsoft Network وخروج نحو مائة صحيفة من الشبكة في عام 1997.

### تكنولوجيا الدفع مقابل تكنولوجيا الجذب:

مع وجود أكثر من ١٥٠ مليون صفحة على شبكة الويب أصبح من الصعب للغاية بالنسبة للمستخدمين العثور على المعلومات التي يريدونها حتى في ظل المساعدة التي تقدمها هم محركات البحث القوية. وعلى هذا الأساس لم يعد مستغرباً أن يتحول منتجو الويب من استراتيجية الجذب pulling أي محاولة جذب الزوار إلى مواقعهم إلى استراتيجية الدفع pushing، أي دفع وإيصال المحتوى إلى الأشخاص المهتمين على الشبكة. وتقوم ببرامج متصفحات الويب مثل إنترنت إكسبلورر ونيتسكيب كومبيكتور بدمج تكنولوجيات الدفع مثل PointCast من أجل جسر الفجوة بين الجذب والدفع.

ووفقاً لهذا التطور فإن بعض الواقع تقوم بإيصال صفحاتها مباشرة إلى القراء عبر البريد الإلكتروني ومن بين هذه الواقع موقع صحيفة The New York USA وموقع صحيفة The Wall Street Journal وموقع صحيفة Today وتقوم باستخدام متصفح نيسكيب لدفع المحتوى إلى قرائها.

### الوسائط المتعددة:

لقد ظل استخدام موقع الويب للمقاطع السمعية ومقاطع الفيديو والحقيقة الافتراضية والألعاب حكماً بحدود السرعة التي يتم بها نقل المعلومات عبر خطوط

الهاتف. ومن حسن الحظ أن هذا الأمر قد تغير في السنوات الأخيرة. فحتى فترة قريبة كانت أكبر سرعة يمكن لخط الهاتف أن يتسلّم بها البيانات هي ٢٨,٨٠٠

بايت في الثانية وفي السنوات القادمة سيكون بالإمكان نقل البيانات بمعدل قد يصل في بعض الحالات إلى أكثر من مليون بايت في الثانية. وتقدم العديد من شركات الهاتف في مختلف دول العالم حاليا خطوط تسمى خطوط آي.إس.دي.إن ISDN lines التي يمكن أن تنقل المحادثات والبيانات بصورة لحظية آتية ويمكن أن تنقل البيانات بسرعة تصل إلى ١٢٨,٠٠٠ بايت في الثانية. كما يتم حاليا على نطاق واسع استخدام خطوط جديدة تسمى خطوط دি.إس.ال DSL التي يمكن بواسطتها ضغط البيانات ونقلها بمعدل يصل إلى ٧ ميجابايت في الثانية.

ومن المستجدات المهمة في هذا المضمار استخدام أطباق لاقطة صغيرة للأقمار الصناعية ووصلها بالكمبيوتر. وب بواسطتها يمكن لمستخدمي الإنترن트 استخدام خط الهاتف العادي لطلب ملفات معينة ثم تأتي الملفات لتظهر عبر الأقمار الصناعية بسرعة تصل إلى ٤٠٠,٠٠٠ بايت في الثانية. وبالإضافة إلى ذلك فإن استخدام الكابلات في الاتصال بالإنترن特 يحمل أملاكا عريضة لسرعة عالية للغاية في نقل البيانات عبر الشبكة.

### ما الذي يعنيه كل ذلك بالنسبة لمحرري الويب؟

في ظل تزايد الأدوات التي يمكن استخدامها والأعمال العريضة التي تحبط بزيادة سرعة نقل البيانات على الشبكة فإن خيال محرر الويب سيكون هو القيد الوحيد الذي يحد من إبداعه في تصميم مواقع الويب في السنوات القادمة.

### فرص العمل:

مع استمرار الصحف المطبوعة في مواجهة مشكلات البقاء في السوق الإعلامي ومع انخفاض قارئية الصحف في السنوات الأخيرة فإن أولئك الذين

يُرغبون في الحصول على فرص عمل في الصحافة المطبوعة أصبحت فرصهم تضليل شيئاً فشيئاً. ويبدو الأمر مختلفاً على الويب. إذ تقدم الصحف والمحلات الإلكترونية مجموعة كبيرة من الوظائف للباحثين عن عمل. وقد قدرت دورية Columbia Journalism Review في دراسة نشرتها في عام 1996 عدد الوظائف التي وفرتها الوسيلة الجديدة بحوالي 71 ألف وظيفة في مدينة نيويورك وحدها، و 120,000 ألف وظيفة في عام 1998 وبرواتب تتراوح بين 25 إلى 50 ألف دولار سنوياً وهي رواتب تفوق ما تدفعه الصحف المطبوعة والإذاعات التقليدية لموظفيها. ولذلك فإن الوسائل الجديدة تعد بيئة عمل جذابة بالنسبة للشباب.

ولعل أكثر المستفيدين من الوظائف الجديدة للصحافة الإلكترونية هم المحررون حيث أن المحررين هم أكثر الناس أهمية بالنسبة للطبعات الإلكترونية. وفي معظم الحالات يحتاج الموقعي إلى الذين على الأقل من المحررين الجدد أو من يعملون في الصحيفة المطبوعة للعمل في نسخة الويب. ويتميز عمل المحرر في الصحافة الإلكترونية بأنه لا يحتاج إلى سنوات طويلة من الخبرة كما هو الحال بالنسبة للعمل كمحرر في الصحيفة المطبوعة، بل أن موضع الويب تفضل تعين من هم في العشرينيات أو الثلاثينيات من عمرهم لكي يروا الأشياء بشكل جديد وتكون لديهم فرصة للإبداع والتميز.

ولا يحتاج المحرر للعمل في الصحافة الإلكترونية إلا أن يكون لديه المهارات الأساسية في التحرير وإعادة التحرير. ويقول أحد محرري الصحافة الإلكترونية يعمل في النسخة الإلكترونية لصحيفة شيكاغو تريبيون: إن الدور التقليدي للمحرر لم يتغير إذ تظل الأسئلة التي يواجهها المحرر كما هي: هل يريد القراء أن يروا ذلك الموضوع؟ هل تم تحرير الموضوع بطريقة جيدة؟ هل هذا تقرير سهل أم معقد؟. ومع ذلك فإن العمل في الصحافة الإلكترونية يضع متطلبات إضافية على المحرر إذ يكون عليه أن يعرف كيف يدخل المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو في الموضوع، كما أن عليه أن يكون قادرًا على التحرير بصورة أسرع كثيراً من

التحرير للصحيفة المطبوعة وذلك لمواجهة متطلبات الوقت المحرج. وكما عبر أحد عرب الوب فيإن على المحرر أن يتعامل مع الأشياء بعقل متعدد المهام والتصورات ليناسب تعدد الوسائل على الشبكة.. فعقل المحرر يجب أن يضاف إليه وحدات ذاكرة إضافية.

وبالإضافة إلى ما سبق فإن محرر الوب ينبغي أن يكون سريع القابلية للتعلم وتبني الجديد في هذا المجال ليواكب طبيعة الوب. فالويب يحتاج إلى أنس لا يخافون من التقاط الأشياء بسرعة كبيرة.

### المحرر هو المنتج:

بسبب طبيعة الوب المتعددة الوسائل فإن كثيراً من المحررين الذين يعيّنون في المطبوعات الإلكترونية يطلق عليهم اسم "متحدون" "producers". وتتنوع الأعمال التي يقوم بها المتحدون تنوعاً كبيراً وتختلف من عملية إلى أخرى استناداً إلى حجم عدد العاملين في الموقع. وبالإضافة إلى الكتابة التحريرية الأساسية فإن المتحدون يقومون بما يلي:

- انتقاء المحتوى المنقول من النسخة المطبوعة للصحيفة.
- إعادة تكيف المحتوى المنقول من النسخة المطبوعة.
- دعم المادة الصحفية بالمواد الصوتية والمصورة.
- إقامة الروابط الشعيبة للموضوع .hypertext links

وعلى سبيل المثال فإن موضوعاً ينشر في النسخة الورقية حول زيارة مدينة الأقصر المصرية يمكن أن يدعم في النسخة الإلكترونية للصحيفة بروابط تشعبية للفنادق والمطاعم ومرأكز التسوق والمتاحف والمعارض والملامح وأماكن الترفيه في المدينة... الخ.

### الصحف بعد الإنترنت:

كان ظهور الإنترنت في حد ذاته دافعاً لتكتنفات متزايدة حول مستقبل

الصحف الورقية ووسائل الإعلام التقليدية. وقد اكتسبت هذه التكهنات زحماً كبيراً مع تزايد انتشار استخدام الإنترنت في مختلف دول العالم وخروج أعداد كبيرة من الصحف والإذاعات والتليفزيونات إلى الشبكة وتزامن ذلك مع خروج إعداد من الصحف من سوق النشر.

ودون الدخول في تفاصيل الجدل الدائر حول مستقبل الصحافة الورقية على وجه التحديد في ظل انتشار الإنترنت والصحف الإلكترونية فإننا نود التأكيد على ما يلي:

- إن الصحافة الورقية ووسائل الإعلام التقليدية سوف تبقى في السوق الاتصالي لأسباب عديدة من بينها أن تاريخ وسائل الاتصال يؤكد أنه ما من وسيلة جديدة استطاعت القضاء على الوسائل السابقة عليها. ظهور الراديو في أوائل القرن العشرين لم يقض على الصحافة المطبوعة وظهور التليفزيون في منتصف القرن الماضي لم يقض على الراديو وبالتالي فإن ظهور وانتشار الإنترنت لن يقضي على الصحافة المطبوعة أو الراديو أو التليفزيون.

- إن الصحافة المطبوعة (الورقية) التي استطاعت الصمود في معركة البقاء مع وسائل الاتصال الإلكترونية (الراديو ثم التليفزيون) قادرة من خلال تبني وسائل جديدة في الإنتاج والتوزيع من الصمود ولدة طوبلة أمام منافسة الإنترنت، خاصة إذا علمنا أن المنافسة مع الراديو والتليفزيون كانت أشد ضراوة باعتبار سهولة استخدام الراديو والتلفزيون والصعوبات التي تحبط باستخدام الإنترنت.. فاستخدام الراديو والتليفزيون لا يتطلب في حده الأدنى مستوى تعليمياً معيناً لدى المستخدم كما لا يتطلب سداد رسوم معينة أو تعلم مهارات كثيرة أو وجود بنية اتصالية على مستوى معين في الدولة كما هو الحال في استخدام الإنترنت.

- إن الصحافة المطبوعة يمكن أن تعظم استفادتها من الإنترنت وتحصل من هذه الشبكة قناة للارتفاع بالعمل الصحفي وقناة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال إقامة موقع لها على الشبكة وهو ما تم بالفعل. إذ تشير

الدراسات في هذا المجال إلى حدوث زيادة ملحوظة في توزيع الصحف التي لها موقع على الشبكة، بالإضافة إلى تحقيق بعض الصحف أرباحاً من خلال تواجدها على الشبكة من خلال بيع المواد الأرشيفية والإعلانات الإلكترونية وتقدم الخدمات التسويقية وغيرها من الخدمات.

- لا زالت الدراسات في هذا المجال تؤكد أن استخدام الإنترنت لم يؤثر بدرجة ملحوظة على معدلات قراءة الصحف المطبوعة في مختلف أنحاء العالم. وعلى سبيل المثال فإن الصحف الإيطالية المطبوعة لازالت تلقى رواجاً كبيراً رغم تضاعف استخدام الإنترنت في إيطاليا بمعدل ٢٣ مرة في السنوات الخمسة الأخيرة ووصل عدد المستخدمين إلى نحو عشرة ملايين شخص من إجمالي عدد السكان البالغ ٥٧ مليوناً. وأكد بحث أجراه المركز الإيطالي للدراسات الاجتماعية أن عدد الإيطاليين الذين يقرؤون الصحف والمجلات والكتب لم يتغير في السنوات القليلة الماضية رغم تزايد استخدام الإنترنت.

- إن انتشار الإنترنت يلقى بالمسؤولية على الصحافة المطبوعة في تطوير محتواها وهو ما يصب في خدمة القارئ، وذلك بالتركيز على الدقة والمصداقية من ناحية والتركيز على الأخبار ذات الطابع المحلي والإعلانات المحببة، وهي مجالات يصعب على الإنترنت أو حتى وسائل الإعلام التقليدية الأخرى منافسة الصحافة المطبوعة فيها.

- كان لانتشار استخدام الإنترنت تأثيرات إيجابية على العمل في الصحف المطبوعة. فقد أتاحت الخدمات المعلوماتية وخدمات البحث التي توفرها الشبكة للصحفيين الحصول على كم هائل من المعلومات والبيانات التي تساعدهم في تجويد أعمالهم الصحفية وبالتالي تزايد ثقة القراء فيما يكتبهون. وتشير الدراسات التي أجريت في مجال استخدام الصحفيين للإنترنت في عملهم إلى أن غالبية الصحفيين يستخدمون البريد الإلكتروني، وإن غالبيتهم يؤكدون أن الإنترنت جعلت عملهم الصحفي أكثر سيراً وأكثر دقة. وعلى جانب آخر فقد أصبحت غرفة الأخبار داخل الصحف المطبوعة أكثر ديمقراطية بسبب الإنترنت. فمن خلال

البريد الإلكتروني وقوائم خدمات المعلومات سمحت الإنترنت للصحفيين أن يصبحوا أقل عزلة في عملهم وفي المقابل فإنما أجرت الصحفيين على قبول مسؤولياتهم عما يفعلونه.

لقد ولدت الإنترنت حالة من عدم الثقة بين الصحفيين التقليديين وبين الموجة الجديدة من الصحفيين الذين يطلق عليهم مايلك جلوين الصحفيين المواطنين *Citizen Journalists* فالصافي في القرن الثامن عشر لم يكن يتم تدريسه أو تأهيله علمياً ليصبح صافياً وكان أي شخص يمكن أن يكون صافياً ولكن الوضع تغير في القرن العشرين ولكن عاد إلى ما كان عليه بفضل الإنترنت التي مكنت الشخص العادي من إنتاج صحفه الخاصة.

كما مكن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة كل الناس أن يكونوا قارئين فإن تكنولوجيا الكمبيوتر قد جعلت بإمكان كل الناس أن يصبحوا مشاركيين فاعلين وإن يكونوا على الأقل لبعض الوقت مثل الصحفيين.

وإذا كانت الإنترنت تحوي معلومات غير صحيحة وغير دقيقة فإن كل صحيفة تكون غير دقيقة في بعض الأحيان. ومع ذلك فإن عدم دقة الصحف لا يمكن مقارتها بعدم دقة ما يعرض على الإنترنت. ولذلك فإن الناس يذهبون إلى موقع الصحف على الإنترنت للحصول على الأخبار وليس إلى موقع أخرى.

## **المراجع**

المراجع العربية. 

المراجع الأجنبية. 



## المراجع

### أولاً - المراجع العربية

- ١- إبراهيم إمام، تطور الصحافة الإنجليزية في القرنين السابع عشر والثامن، (القاهرة- مكتبة الأغلو، ١٩٥٦).
- ٢- إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الفهر للنشر والتوزيع، ١٩٩٨.
- ٣- سيمون سيرفاني محرر، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، ترجمة: محمد مصطفى غنيم، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، ١٩٩٥.
- ٤- صلاح قضايا، التحقيق الصحفي ، القاهرة مطبوعات أخبار اليوم، ٢٠٠١.
- ٥- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثانية، جدة: دار الشروق، ١٩٨٤
- ٦- كارول ريتشارد، كتابة الأنباء والتقارير الصحفي، ترجمة: عبد الستار جواد، العين. دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٢.

### ثانياً - المراجع الأجنبية:

- 1- "150m listeners for BBC service". *Gulf News*. April 17, 2002.
- 2- Ahuja B.N & Chhabra S.S. *Principles and Techniques of Journalism*. Delhi: Surjeet Publications, 1995.
- 3- Black, Jeremy. *The English Press in the Eighteen Century*. (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1987).
- 4- Epstein, Edward Jay. (1975) *Between Fact and Fiction*. New York: Vintage Books.

- 
- 5- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding what's News*. New York: Pantheon Books.
  - 6- Hall, David, "The World of Print and Collective Mentality," in John Higham and Paul K. Conkin (eds.) *New Directions in American Intellectual History*. (Baltimore: John Hopkins University Press, 1980).
  - 7- Hiebert, Ray, Ungurait, Donald F. and Bohn, Thomas W. (1991) *Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication*. New York & London: Longman.
  - 8- Hiebert, Ray, Ungurait, Donald and Bohn, Thomas, *Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman, 1991.
  - 9- Hough, George A. *News Writing*, 4<sup>th</sup> edition, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991
  - 10- James D. Harless, *Mass Communication: An Introductory Survey*. WMC. Brown Publishers (2<sup>nd</sup> ed.), 1990.
  - 11- John Vivian, *The Media of Mass Communication*. 5<sup>th</sup> edition. Boston: Allyn and Bacon. 1999.
  - 12- Joseph R. Dominick ( 1990)*The Dynamics of Mass Communication*, 3<sup>rd</sup> edition, New York: McGraw- Hill Publishing Company.
  - 13- Roscho, Bernard (1975). *Newsmaking*. Chicago: The University of Chicago Press.
  - 14- Smith, Jeffery A. "Printers and Press Freedom: The Ideology of Early American Journalism" (New York: Oxford University Press, 1988).
-



منتدى سورا الأزبكية

---

WWW.BOOKS4ALL.NET

# الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية  
Arab International Academy

---

## الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

---