المحاضـــرة الأولى :مدخل عام عن التحرير

1:التحرير، تعريفه وخصائصه وأهميته

1/1 نشأة التحرير الصحفي

نشأ التحرير الصحفي بمفاهيمه واساليبه في ظل الصحافة المكتوبة عبر تاريخ طويل من الممارسة الصحفية،و خلال مراحل تطورها ظهر الخبر ثم المقال و توالت الأنواع الصحفية كأساليب تحرير وصولا الى التحقيق الصحفي الذي ظهر نهاية القرن 19 وازدهر نهاية القرن 20 وانتهاء بالتقرير الصحفي الذي جاء متأخر عن الأنواع الصحفية وبذلك تم استخلاص أساليب التحرير الصحفي من ابداعات رواد الصحافة المكتوبة وعندما ظهرت الإذاعة استعارت أساليب التحرير من الصحافة تم جاء التليفزيون ليستعير هو بدوره أساليب التحرير من الصحافة والإذاعة معا.

2/1-تعريف التحرير اصطلاحا

التحرير الصحفي هو طريقة لكتابة النثرية التي تتيح للمحرر الصحفي واستناد الى فكر متميز ومن خلال قيامه بمسؤوليات وظيفية تحويل الاحداث المهمة ونقل الوقائع والتفصيلات والصور والمشاهد.

3/1-مفهوم التحرير بين العمومية والخصوصية

مفهوم التحرير ومفهوم الاخبار وانواعها وقيمها وأساليب التحرير وأهدافه ووظائفه وتنظيمه وسياسته هي نفسها المفردات والاجراءات المتداولة في مختلف وسائل الاعلام وان اختلفت جزئيا او شكليا تبعا لخصوصية كل وسيلة إعلامية من صحافة وإذاعة وتلفزيون

يشمل مصطلح الصحافة -وليس الصحافة المكتوبة -جميع وسائل الاعلام كما يشمل مصطلح فن التحرير ، التحرير في جميع وسائل الاعلام الجماهيري

4/1-التعريف الإعلامي العام

التحرير الإعلامي هو عملية تحويل المادة الإعلامية الخام إلى منتج إعلامي جاهز للنشر أو البث الإذاعي والتلفزيون وفقا للأنواع الصحفية المعروفة وهي الخبر والتقرير والحديث والعمود والبرنامج الحواري والتحليل الإخباري وغيرها ويتألف كل نوع من الأنواع الصحفية من عدد المكونات التي تسهم في تكوين النوع وتشكيله وإعطائه هويته ووحدته وتماسكه.

2 : خصائص التحرير

1/2 -الطابع الاجتماعي والتاريخي للتحرير : فهو نتاج لسياق اجتماعي معين فالمادة الإعلامية محكومة ببنى سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية سواء في مرحلة كتابتها وإرسالها أو مرحلة تلقيها.

2/2 -الطابع الفكري : هو طريقة في التفكير لفهم الموضوع الصحفي من خلال سياقة العام وكذلك السياق الخاص بالحدث وأن يمتلك الشخص المهارات الإعلامية من خلال التمكن من الأسس الفنية والعلمية للتحرير.

3/2 -الطابع الإبداعي : التحرير علم وفن ، علم يقوم على الأسس العلمية للتحرير وفن يقوم على التطبيق الإبداعي لهذه الأسس والقواعد والفن هنا وظيفي وليس مقصود في ذاته ولذلك يجب تحديد الموضوع والهدف وجمع المعلومات وتحديد النوع الصحفي وأسلوب المعالجة والإخراج.

4/2 -الطابع التفاعلي : هو عملية تفاعلية مع الواقع بشقيه الاجتماعي والطبيعي والطابع الفكري والإبداعي يؤكدان تفاعله لأنهما لا يتحققان إلا عبر التفاعل وتتضمن العملية التفاعلية ، الاطلاع والتشخيص والحوار والتحليل والتركيب واستخلاص النتائج واتخاذ المواقف والتعبير عن الرأي والمشاركة.

5/2 -مواكبة التغيير: مواكبة التغيير الحاصل في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ... إلخ

6/2 -الآنـــيـــــة : التحرير الإعلامي يدور حول ما هو أني وراهن في مختلف مجالات الحياة فلا يهتم كثيرا بالماضي والمستقبل فميدانه هو الحاضر لكن لا يعالجه بمعزل عن سياقه التاريخي.

7/2 -الســـرعة : ضرورة تقديم المادة الإعلامية في الموعد المحدد لها بموجب أنظمة العمل الصارمة في المؤسسات الإعلامية أي ضرورة معالجة المادة بسرعة وهي ميزة تميز الأنواع الصحفية خاصة المواد الإخبارية والتقارير في حـــين تنخفض السرعة بالنسبة للأنواع الصحفية الأخرى كالتحقيقات والمقالات.

8/2 -التراكمـــية : يمكن نشر العديد من الأخبار والتقارير عن موضوع واحد وعشرات التعليقات والتحقيقات والمقابلات.

9/2 -الدوريـــــة :هناك خطة لتسليم المواد حسب دورية الصدور يجب مراعتها من أجل النشر والإصدار بشكل منتظم يوميا أو أسبوعيا ... إلخ

10/2 -المتلقي المتوسط : التوجه إلى متلقي متوسط من حيث المستوى الثقافي ومستوى الفهم والذكاء هو متلقي افتراضي ويختلف ذلك من مجتمع إلى أخر فلا يتوجه التحرير إلى النخبة لأنها نسبة ضئيلة ولا إلى المستويات المتدنية بل يتوجه إلى المستوى المتوسط الذي يمثل غالبية المجتمع سواء بالنسبة للصحف أو باقي المؤسسات.

11/2 -المشخص والعياني : يتناول التحرير ما هو ملموس ومشخص وعياني من أحداث وظواهر وتطورات أي معالجة الواقع الملموس وليس ما هو مجرد أو مطلق أو نظري صرف أو ما هو رمزي إلى حد الغموض وما هو مشخص وعياني بالنسبة للمحرر وللمتلقي أيضا.

12/2الغائـــي والهادف : لا توجد مادة إعلامية محايدة بل تطمح كلها لتحقيق هدف كائنا ما كان هذا كتقديم معلومة أو فكرة أو انطباع أو تسلية أو إقناع أو إثارة أو تعليم ... إلخ وتحديد الهدف هو الخطوة الثانية بعد تحديد الموضوع في عملية الإبداع الإعلامي أي يجب على المحرر ان يحدد الهدف من

المادة الإعلامية التي يسعى إلى تحريرها فغائية التحرير تسهم بالإضافة إلى تحديد الهدف في تحديد الرؤية والمنهج والمنظور لمعالجة الموضوع ويجب أن لا تتناقض غائية التحرير وتحديد الهدف مع المعايير الاحترافية والضوابط الأخلاقية لتقديم معالجة متوازنة للحدث .

13/2 -المعالجة الإعلامية : إن ما يحدد طبيعة المعالجة ومستواها هو الخصائص التي تميز التحرير الإعلامي وخاصة السرعة والآنية والدورية والتراكمية والملتقى المتوسط المفترض فليس مطلوب منه تقديم معالجة شاملة وعميقة فذلك شأن الدراسات والبحوث العلمية أي تقديم معالجة تتناسب مع ظروف العمل ومع مستوى الجمهور.

14/2 -الأسلوب واللغة: كما أن التحرير هو طريقة في التفكير فهو أيضا طريقة في التعبير فاللغة والأسلوب ليس قيمتين مقصودتين في ذاتها بل مجرد أداة للتعبير فاللغة بالنسبة للأديب قيمة مقصودة في ذاتها أما بالنسبة للصحفي فهي مقدرتها الاتصالية.

3 -أهمية التحرير

1/3 - التحرير بين العلم والفن: التحرير هو علم وفن في نفس الوقت يضع القواعد لتوجيه المحرر الإعلامي ويبين المناهج العلمية ولأن الذين يفيدون من هذه القواعد إنما يريدون تطبيقها في وسائل الإعلام،التحرير الصحفي هو علم وفن في آن واحد فمن حيث هو علم فهو بناء نظري يقوم على مناهج وقواعد وأسس ومبادئ يسترشد بها الدارسون للتعرف على قوانينه واصوله ونظرياته والتحرير في هذه الحالة حقيقة موضوعية خارجة عن ذات الصحفي المحرر.

ومن حيث هو فن فهو المقدرة الإبداعية والذوق والموهبة التي تظهر في الأسلوب المميز الذي يتميز به الشخص او المحرر واتفقت المدارس الاسلوبية على تعريف الأسلوب بانه الصيغة المميزة للنص وهو تعريف يتوفر على ميزة للمقارنة بين مميزات نص باخر

2/3 - دور التحرير في العملية الإعلامية الاتصالية:

التحرير الصحفي يمثل **صلب** العملية الإعلامية الاتصالية كما أن الرسالة الإعلامية تمثل **جوهر** التحرير الصحفي. ويمكن تمييز جانبين في التحرير الصحفي هما العناصر التي تتكون منها الرسلة الإعلامية والبناء أو التركيب الخاص بوضع العناصر الشار إليها. معا لتنتج الرسالة المطلوب توصيلها إلى الجمهور.

4 -أبعاد وعلاقة التحرير بعناصر العملية الإعلامية الاتصالية:

1/4 -التحرير والإعلام والاتصال:التحرير جزء من الإعلام والإعلام جزء من الاتصال لأن الاتصال يشمل الإعلام والدعاية والتعليم والعلاقات العامة والاتصال المباشر.

2/4 -التحرير والاتصال بالجماهير: الجمهور يحدد نطاق التحرير باعتبار الجمهور هو غاية وهدف التحرير الإعلامي من خلال إحداث التجاوب مع القراء والمستمعين والمشاهدين فالمحرر يضع في ذهنه حاجات الجمهور واهتماماته عند انتقاء الأخبار واستعدادات الجمهور ذي المستويات المختلفة لاستيعاب الأخبار والمعلومات والأفكار فالمحرر يبتكر الجواب حول سؤال كيف نقول؟ فالجمهور إذن عنصر أساسي في عملية التحرير الإعلامي.

3/4 - التحرير ووسائل الإعلام:

1/3/4-نظرية التحرير العامة:تتفرع نظرية التحرير العامة إلى فروع تطبيقية في وسائل الإعلام على اختلافها تباع الاختلاف وسائل الإعلام لأن هذه الأخيرة جسر بين المحرر والجمهور.

2/3/4 - اللغـــة:هي التعبير المناسب والملائم للجمهور وللوسيلة الإعلامية، فالأسلوب الصحفي يختلف من وسيلة لأخرى اختلافا طفيفا ولكنه اختلاف ضروري تباعا لخصوصية تقنية كل وسيلة إعلامية على حدة واللغة في نظرية التحرير لا تنفصل عن القناة لأن الجمهور يستقبل رموز التحرير عبر القناة.

5 - أهداف التحرير والعوامل المؤثرة فيه

1/5 - أهداف التحرير

-جمل النص الصحفي منسجم مع سياسية الوسيلة الإعلامية

-تحري الأخطاء التي تكون في المعلومات والأرقام والأسماء .... إلخ

-جعل النص في مستوى المساحة المخصصة له

-جعل النص الصحفي يناسب مختلف المستويات ....

-اختصار وحذف ما ليس مهما أو مناسبا من الكلمات والجمل .

-استكمال النص عند الضرورة .

2/5 - العوامل المؤثرة على التحرير

-القوة الذاتية للحدث من حيث القيم والنوعية

-السياق العام الذي جرى فيه الحدث

-المستوى الثقافي والفكري للمحرر

-الخصوصية التكنولوجية للوسيلة الإعلامية.

-موقف سياسة الوسيلة الإعلامية وتوجيهاتها بالنسبة للحدث

- طبيعة النظام السياسي والاجتماعي السائد في المجتمع

-الأوضاع السياسية والاقتصادية في المجتمع

-الطابع المميز الوسيلة الإعلامية

-شخصية رئيس التحرير قيمه واهتماماته

- احتياجات الجمهور.

-المصادر المعتمدة

-تمويل المؤسسة

- الضغوط الاجتماعية

-القوانين المنظمة الاعلام