

المحاضرة: رقم 02 (الثانية)

الخبر الصحفي

تعريف الخبر الصحفي: يعد الخبر حجر الزاوية في الصحافة بشكل عام، فهو المادة الأولى لكل ما تتناوله الصحيفة، من تحقيقات وأحاديث وتعليقات، ونظرا لأهميته في العملية الإعلامية بشكل عام، فالاهتمام به ليس وليد العصر الحديث، ولكنه بعض ما ورث هذا العصر من عصور قديمة عبر وسائل اتصالية متعددة.

هو ذلك النوع الذي يقوم بنقل معلومات وحقائق جديدة آنية وواقعية برؤية موضوعية عن أحداث ووقائع تهم اكبر عدد ممكن من الجماهير لم نكن بها من قبل.

الأصل في الخبر: أن يحمل عنصر التشويق و الغرابة ولهذا لايقال «عض كلب إنسانا بل يقال عض الإنسان كلبا»

يتميز الخبر بالجدة / الأنية / الواقعية / الموضوعية.

تعريف قاموس Larousse: "الخبر معلومات جديدة حول موضوع ما لم نكن نعرفه من قبل".

عند علماء اللغة: "هو ما ينتقل أو يحدث به قولاً أو كتابة". خبرت بالأمر أي أعلمته والخبر جمعه أخبار وهو ما أشاع من نبأ عمن ستخبر ابن منظور لسان العرب.

تعريف محمود عزمي: "هو إعلان عن حدث جديد أو متميز.

تعريف حسين هيكل: "هو كل حقيقة حالية أو غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس.

تعريف فاروق أبو زيد: "هو تقرير موضوعي ينشر عن حدث ما".

تعريف الخبر الصحفي:

والحق أن الأخبار لم تعد حاجة من حاجات الصحف وحدها، وإنما أصبحت حاجة من حاجات الأمة كلها، ولذلك اتخذت الأخبار مكانها الممتاز في جميع وسائل النشر، ومنها الصحف والإذاعة والسينما والتلفزيون.

الخبر في لغة: " جاء في لسان العرب لابن منظور أن الخبر من الخبير من أسماء الله عز وجل العالم بما كان وما يكون، وخبرت بالأمر أي علمه، وخبرت الأمر أخبره إذا عرفت على حقيقته، والخبر ما أتاك من نبأ عن تستخبر .

إصطلاحاً: يعرف الخبر الصحفي أنه: " تقرير عن حادث ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي ، ويعرف الخبر الصحفي كذلك أنه: " هو كل شيء بدونه لا يتكون الرأي ولا تأخذ الأشكال الصحفية طريقها إلى النور ، ولا يمكن من دونه أن صدر مجلة أو جريدة الخوري، الجهات .
المفهوم العربي للخبر الصحفي: " هو الكلام الذي يحتمل الصدق والكذب " (والمتجدد من الوقائع وينقل الأحداث توضيح وتفسير .

أما المفهوم الاشتراكي للخبر: المفهوم الاشتراكي للخبر ليس سوى انعكاس للمفهوم الماركسي له، حيث يعرفون الخبر الصحفي أنه: " النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة، وهو الذي يقوم بنقل معلومات معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة أبو زيد، فن الخبر الصحفي، أما مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، فقد قدمه لنا (أدجار ديل) الذي عمل فترة طويلة مستشاراً وخبيراً في الصحافة بهيئة اليونيسكو، فهو يعرف الأخبار بمدى تأثيرها علينا، حيث هي أحياناً تلبي رغباتنا في العلم بالشيء، وتذكرنا في الماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة، وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين.

وهذه بعض التعاريف الخاصة بالباحثين العرب للخبر الصحفي:

يرى **فاروق أبو زيد أفضل** تعريف الخبر الصحفي في الدول النامية أنه: " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته، ويرجع هذا الاعتبارين أساسين حسب فاروق أبو زيد إلى أن: الأول هو أن اتصاف الخبر في الدول النامية بالصدق والدقة والموضوعية شرط ضروري لتكوين رأي عام حر ومستنير يمكن شعوب هذه المجتمعات من اتخاذ المواقف السليمة المبنية على المعلومات الصحيحة، والثاني هو أن التزام الخبر في المجتمعات النامية في المساهمة تنمية المجتمع وترقيته لا يرجع إلى أي نوع من الالتزام، وإنما هو التزام مهني يقوم على الإرادة الوطنية الحرة للصحفي ، أما **الدكتور إبراهيم إمام** فيعرفه: " أنه أحداث اليوم التي ستصبح تاريخاً للغد" .

2- أنواع الخبر الصحفي: ينقسم الخبر الصحفي إلى عدة أنواع نذكرها فيما يلي:

2-1- حسب الوسيلة

2-1-1- الخبر الكتابي (المقروء): وهو الذي ينشر ويتم استقباله عن طريق استخدام الرمز الكتابي (اللغة). بكلمة أخرى ينشر الكتابة ويتم استقباله قراءة ، فهو يتحمل الإسهاب في التفاصيل كما يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة، لهذا فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي. فقارئ الخبر الصحفي، قارئ هادئ بمعنى أنه يمتلك الوقت لقراءته متى أراد وفي أي مكان، كما يمكنه الرجوع إليه متى شاء لأنه مطبوع ومحفوظ على الورق.

2-1-2- الخبر المسموع (الإذاعي): وهو الخبر الذي يركز على الصوت في نشره، وعلى

حاسة السمع في استقباله ، فهو يمتاز عن الخبر الصحفي أنه خبر مسموع، أي أن السامع لا يمتلك إمكانية الرجوع إليه إلا في حالة تسجيله على آلة تسجيل، لهذا فهو، أي السامع مجبر على الإصغاء التام والانصراف إليه تماما ثم بالتالي التقيد بمواعيد بثه. وكتب الخبر الإذاعي ملزم بأن يكون الخبر الذي يكتبه سلس العبارة خاليا من أي لفظ معقد، فهو يمتاز بالجمال المقطعة، قصيرا لا يمله السامع.

2-1-3- الخبر المرئي التلفزيوني): وهو الخبر الذي يقوم على الصوت والصورة في نشره،

وعلى حاستي السمع والرؤية في استقباله؛ ويتابع هذا الفريق من الخبراء والأكاديميين تحليلهم وتبريرهم لهذا التصنيف انطلاقا من أن الطبيعة التكنولوجية المختلفة لبث الأخبار .

والخبر التلفزيوني هو المسجل أو المنقول حيا، في موقع الحدث، يتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه، ويخضع الخبر التلفزيوني إلى مقومات أساسية هي مقومات الخبر الصحفي عموما، ومن هذه المقومات، الأهمية، الإثارة، الطرافة، التشويق، والاهتمام الإنساني ويختلف أسلوب الكتابة الصحفية التلفزيونية عن الكتابات الصحفية الأخرى، لأنه موجه إلى العين والأذن معا. فالصور تخاطب العاطفة والقول يجذب العقل، ويخاطب المحرر الإخباري التلفزيوني كل الفئات المختلفة والمتباينة ، والتعامل مع الخبر التلفزيوني سكون تعاملنا خاصا، فهو يعتمد في الأساس على الصورة التي ترافقه حتى لو كانت صورة ساكنة (صورة فوتوغرافية) والخبر التلفزيوني متى ما فقد هذه الخاصية يكف عن أن يكون خبرا متميزا

2-2-2- حسب بنية الأخبار: ينقسم الخبر حسب هذا التقسيم إلى نوعين هما كما يلي:

2-2-2-1- الأخبار البسيطة: هي أخبار شبه كاملة ولا تحتاج إلى جهود كبيرة في معالجتها وكتابتها.

2-2-2-2- الأخبار المركبة: وهي أخبار تفرض الحاجة إلى تفسيرات وتعليقات للتوضيح.

2-3-2- الخبر حسب التقسيم الجغرافي:

2-3-2-1- الأخبار الداخلية: وهي الأخبار التي تقع داخل نطاق المجتمع أو البلد الذي تصدر فيه الصحيفة، حيث يميز العنوان الخبر المحلي عن الخارجي، وكثيرا ما نلاحظ صحفا وفضائيات وإذاعات ومواقع إخبارية تولى الخبر المحلي اهتمام كبيرا نظرا لشعبيته الواسعة بين القراء والمستمعين، كونه يلبي حاجاته.

2-3-2-2- الأخبار الخارجية: وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، وتعنى بالشؤون الخارجية الدولية.

2-4-2- حسب المضمون (المجال): قسم الخبر وفق هذا التصنيف إلى أخبار سياسية، أخبار اقتصادية، أخبار ثقافية، أخبار رياضية، وهذا التقسيم ذو أهمية قصوى في المؤسسة الإعلامية، نظرا إلى أهمية تخصص الصحفيين العاملين بمجالات محددة وتركيز معظم اهتمامهم عليها، مما يؤدي إلى تطوير آفاقهم المعرفية فيها وازدياد مخزونهم المعلوماتي حولها إلى درجة تمكنهم من أن يتحولوا تدريجيا إلى براء أو شبه خبراء في هذا المجال أو ذلك.

والمشكلة في هذا التصنيف لا يأخذ بعين الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد، فمثلا استقبال رئيس الوزراء لبعثة المنتخب الوطني لكرة القدم، فهذا ليس خبرا رياضيا فقط، فهو خبر سياسي أيضا لوجود رئيس الوزراء، وبالتالي لا يمكن وضعه في تصنيف واحد.

3- الفرق بين الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني

يكمن الفرق بين هذه الأنواع الثلاثة في أن لكل منهم خصائص تميزه عن الآخر فجميع المبادئ الخاصة بأخبار الراديو تكاد تنطبق على أخبار التلفزيون؛ فقد استمد التلفزيون كثير من قواعد عمل الراديو منذ البداية لأن العاملين في التلفزيون عند بدء انتشاره كانوا قد تلقوا تدريبهم في الراديو.

وهناك تشابه وثيق بين الراديو والجريدة بحيث أن كاتب التعليق الإذاعي يسمى في أدبيات الإذاعة والتلفزيون كاتب الافتتاحية على الأثير ويعرف التلفزيون أحيانا جريدة الهواء المصورة؛ فكاتب

الأخبار الإذاعية او التلفزيونية يستحسن أن يكون قد أتقن أصول كتابة وتحرير أخبار الجريدة الآن هذه الأصول تفرض حضورها في كل نشرة أخبار إذاعية وتلفزيونية، ورغم التشابه الكبير إلا أن هناك فروق أساسية بين الأسلوب الصحفي والأسلوب الإذاعي والتلفزيوني، ونذكر أهم هذه الفروق فيما يلي: هذه الأصول تفرض حضورها في كل نشرة أخبار إذاعية وتلفزيونية، ورغم التشابه الكبير إلا أن هناك فروق أساسية بين الأسلوب الصحفي والأسلوب الإذاعي والتلفزيوني، ونذكر أهم هذه الفروق فيما يلي:

- في أخبار الإذاعة والتلفزيون يتم تجنب البنية المعكوسة، وتكون الجملة قصيرة وبسيطة، أي علم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة
- في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لا بد أن تكون سهلة النطق.
- إن ما يكتب للجريدة يخاطب القارئ وليس المستمع وهذا ما لا ينسجم تمام الانسجام مع فن الكتابة الأذن.

- يتميز الخبر الإذاعي بالإيجاز الشديد عكس الخبر الصحفي يتميز بالتفصيل والإحاطة بزوايا الحدث .

- الصحف تملك فرصة نشر جميع أنواع الأخبار (داخلية وخارجية، بسيطة ومركبة، سياسية، اقتصادية، رياضية...، في حين أن الإذاعة والتلفزيون يذيعان أنواعا أقل من الأخبار، فهي لا تستطيع أن تجاري الصحف وخاصة الصحف اليومية في تقديم الأخبار بأنواعها المتعددة.
- تتميز الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بالفورية، إذ أنه في حالة ورود خبر مهم تستطيع الإذاعات ومحطات التلفزيون قطع برامجها وبث الخبر، بينما في الصحف تتحول الفورية إلى عنصر الجودة الذي قد يطول زمنيا، فالخبر الإذاعي والتلفزيوني خبر فوري، أما الخبر الصحفي فهو خبر جديد. وهناك فرق آخر بين هذه الأخبار كذلك من ناحية الجمهور، فالخبر الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب مستوى تعليمي عال للمستمع أو المشاهد حتى يستطيع فهمه، على عكس الخبر الصحفي.

وفي الأخير يمكن القول أنه إذا كان هناك أي اختلاف بين أخبار الإذاعة والتلفزيون والأخبار الصحفية، فإن هذا الاختلاف ليس اختلافا في مضمون الخبر، فالخبر هو حقيقة ما حدث، ولكن الاختلاف سيكون في أسلوب معالجة وتحرير الخبر، لأن هناك اختلافات جوهرية بين كتابة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، والأخبار المطبوعة، لأن الإنسان المستمع يختلف عن الإنسان القارئ.. وكتابة الأخبار الإذاعية، والتلفزيونية ليست عملية قراءة أخبار مطبوعة بصوت عال؛

فالمصحف تتطلب تركيزا تاما من القارئ التي يجب أن يطلق لخياله العنان، أما التلفزيون فإنه ينقل الأخبار إلى المشاهد الذي لا يعمل خياله إلا قليلا.. أخبار الإذاعة، وأخبار التلفزيون لا يمكن أن تقدم كمية كبيرة من الحقائق، كما تفعل الصحف، وعلى الكاتب للأخبار الإذاع يفي والتلفزيونية أن يدرك هذه الحقيقية، لأن المشاهد، أو المستمع لا يستطيع أن يستوعب جرعة كبيرة من التفاصيل ومن الحقائق.. إن محرر الأخبار في كل من الإذاعة والتلفزيون يهدف إلى إحداث تأثير لدى المشاهدين، والمستمعين، إنه يجعلهم ينفعلون لحادث من الأحداث.. أهم هدف يمكن أن تحققه أخبار الإذاعة، وأخبار التلفزيون، هو الانطباع .

4- عناصر الخبر الصحفي: يتكون الخبر الصحفي من عدة عناصر نذكرها فيما يلي:

4-1- الغرابة: الغرابة تعني الخروج عن المألوف، وأن يقدم الخبر عكس ما اعتاد عليه الناس، فالغرابة من أهم عناصر التشويق الإخباري، فالخبر الغريب المدهش الذي لا يمكن حدوثه ولكن يحدث، يستحوذ على اهتمام الجمهور بشكل يستثير دهشته أو حتى حيرته ، فكلما كان الخبر يحتوي على بعض الطرائف استحسنة الجمهور، كذلك فإن الخبر الغريب والممنوع مرغوب عند الجماهير .

4-2- القرب: فالخبر لا بد أن يكون قريبا من حيث المكان، فالجمهور يهتم بالأحداث التي تقع قريبا منه، فمن الطبيعي أن يهتم الجمهور بالأخبار التي تدور في بلده ومدينته بل حتى في حيهم، مما يستدعي من الصحافة الإخبارية أن تولي اهتمام لهذا العنصر القرب ، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تفضل عند الاختيار بين خبرين أن تنشر ما يتناسب مع الاهتمامات الجغرافية لجمهورها ، والقرب قد يكون نفسيا، فما يحدث لأبنائنا في الخارج كالجاليات مثلا يكون قريبا إلى نفوسنا، ولذا يؤكد النشر او البت مهما بعدت .

4-3- الشهرة: وتعني ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع، أو بالأماكن التي لها قيمة تاريخية، وتستند هذه القيمة على قاعدة صحفية مشهورة فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر زادت أهمية الخبر وازدادت فرصة بثه أو نشره، فالأسماء الكبيرة تصنع الأخبار فالجمهور بطبيعته يتشوق لمعرفة أخبار المشاهير سواء كانوا من السياسيين أو من الاقتصاديين أو الرياضيين، والأدباء والفنانين، والأشخاص الذين اكتسبوا الشهرة بأعمالهم الطيبة أو الذين يستقطبون الكثير من الاهتمام ؛ ويرى الدكتور سليمان صالح" في كتابه مقدمة في علم الصحافة أن هذه القيمة الإخبارية (الشهرة) لها أثارها الخطيرة؛ إذ أنه يتم النظر إلى الشعوب والمجتمعات

من خلال زعمائها وقادتها دون إعطاء أي أهمية للجماهير، ويتم اختزال المجتمع أو الدولة كلها في شخص واحد.

4-4- الأهمية: وتعني أن الخبر ينطوي على أهمية بالنسبة لجمهور الوسيلة، وهذه الأهمية قد تكون عامة بالنسبة للجمهور، أو خاصة بالنسبة لفئة معينة من المجتمع وعنصر الأهمية في الخبر هو ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى، فاتحاد عنصر الشهرة، مع عنصر من الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية، إذن فعنصر، لأهمية قد يختزل داخل أكثر من عنصر من عناصر الخبر.

ولكنه مع ذلك يملك قدرا كبيرا من التميز عن العناصر الأخرى؛ ولعل أبرز ما يميزه هو أنه يحمل في مضمونه معنى جادا، حيث أنه لا مجال لوصف أي حدث طريف أو غريب أنه هام .

4-5- التشويق: الخبر المشوق هو ذلك الخبر الذي يدفع القارئ لقراءة تفاصيله للوقوف على تطوره، فالتشويق من عناصر الخبر الجيد، فهو يبتعد عن الموضوعات الجافة المجردة، وتقديمها بأسلوب جيد وممتع يدفع الجمهور لمتابعته والوقوف على كل تفاصيله

وتطوراته، وهناك مستويان للخبر المشوق، الأول: أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقا يجذب

الجمهور إلى الاطلاع وقراءته حتى نهايته، أما المستوى الثاني: خبر مشوق في حد ذاته

يدفع الجمهور في نفس الوقت لمتابعته في الأيام التالية للوقوف على تطوره وأبعاده المختلفة.

4-6- الإثارة: ويقصد بعنصر الإثارة في الخبر الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث، وتكسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه الجمهور ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة، وهو ما يحدث في بعض الحوادث التي تتعلق بالجرائم أو الجنس أو الفضائح إلا أن المبالغة في هذا العنصر شيء يجب أن تحرص المؤسسات الإعلامية التقليل منه قدر الإمكان حتى لا تتحول إلى مجرد نشرات صفراء تخاطب الغرائز)

ويهدف التركيز على الأخبار ذات الطابع المثير والشاذ وغير المألوف إلى تحقيق أهداف تجارية

عن طرق زيادة التوزيع، وكذا تحقيق أهداف أيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجماهير عن مشاكلهم الحقيقية .

4-7- الاهتمام الإنساني: يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضيء على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها، فالعنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند الجمهور سواء بالحب أو بالعطف،

فالإنسان عاطفي بطبعه يميل إلى الأشياء التي تخاطب المناطق الإنسانية فيه، سواء بالحب أو بالعطف أو الشفقة أو الكراهية، أو الخوف، ولذلك نجد أن الأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني هي أكثر الأخبار تأثيراً على عواطف الجمهور، فالاهتمامات الإنسانية كقيمة إخبارية تتبع من حقيقة أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم، وإن كان في كثير من الأحيان تكون لوسائل الإعلام القدرة على تحويل أحداث معينة التأثير هذه العواطف الإنسانية، في حين أن هناك أحداث أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية .

2/ القيم الإخبارية:

عبارة عن معايير تحدد مدى صحة الخبر للنشر أم لا من مجموعة من الأخبار .

1- حسب الجودة والآنية: كلما كان الخبر جديد ووصل في وقته ينشر بسرعة.

2- حسب الواقعية: يجب أن يكون واقعي.

3- الموضوعية: ينتشر الخبر إذا كانت فيه لمسة ذاتية.

4- القرب: كلما قرب منا الخبر كبر اهتمامنا به والعكس (من حيث الأولوية).

5- الضخامة: خبر يمس أكبر عدد من الجماهير.

6- الأهمية: خبر يهم أكبر عدد من الجماهير.

7- الإثارة: كل ما يمس أخبار الجريمة والعنف والفضائح الصحافة الصفراء.

8- الصراع: كل ما يخص الإختلافات والنزاعات.

9- الشهرة: كل ما يخص النجوم والشخصيات المعروفة.

10- الطرافة و الغرابة: هي أخبار تحمل في طياتها عنصر المفارقات والتشويق والطفرة مثل: Les

fous d'hivers

11- سياسة الصحيفة: هو كل ما يتعارض مع الخط الإفتتاحي لوسيلة لا ينشر .

12- الرقابة الذاتية: الصحفي يضع لنفسه حدوداً فيراقب نفسه بنفسه.