

## الفصل التاسع

### تداول الخبر

- ١ - الرسالة الاخبارية .
- ٢ - الاتباء المنشورة والمسموعة والمرئية .
- ٣ - من الخبر الى الموضوع الصحفى .

## تداول الخبر

- ١ -

### الرسالة الاخبارية

هناك ارتباط وثيق بين التقدم والاتصال ، فلو أن العالم أغلق على نفسه ، ما تقدمت الانسانية ، بل أغلقت على نفسها النوافذ والابواب . فالالاتصال يبسر تداول المعلومات والافكار ، وبالالاتصال تثري التجارب وتنمي المشاعر والاحاسيس ، وما الحضارة الا رحلة اتصال من أجل الحصول على مزيد من الاخبار والمعلومات ، والرحلة الاخبارية تبدأ دائما بمرسل وتنتهى دائما عند مستقبل ، وتحمل دائما رسالة أو حصيلة من الانباء . وما الرأى العام الا محصلة رسالة اخبارية انطلقت من مرسل واستقبلها مستقبل ، وكان من نتائجها تفاعلات ذات طابع سياسى أو اجتماعى أو اقتصادى أو ثقافى . فارتباط الرأى العام بالرسالة الاخبارية، ارتباط وثيق، ان لولا هذه الرسالة ما صدرت هذه التفاعلات ، وما تكون هذا الرأى ، وما كانت ردود الافعال . واذن انفتاح الحياة اليومية الحديثة للرسائل الاخبارية . يعنى أن التفاعلات مستمرة لا نهاية لها ، والرأى العام فى حركة دائبة لا حد لتكويناته ، ان كلما صدرت رسالة اخبارية استقبلها الرأى العام وتأثر بها . وتضفى الوسيلة الاعلامية طابعها على الرسالة ، حين نقوم بعمليات التحوير والتشكيل والصيغة ، لهذه المادة الاخبارية . وكلما زادت طاقات الوسيلة وامكانياتها ، كلما كانت الرسالة أكثر تأثيرا وأعمق تعبيرا . وتخضع عمليات استقبال الرأى العام للرسائل ، لمؤثرات أخرى سياسية وعقائدية ومذهبية ، وهى مؤثرات تمارس ضغوطها بعيدا عن حدود الوسيلة ودائرتها .

وحين تتحول أجهزة الاعلام الى أجهزة دعائية ، تتوقف الرسائل الاعلامية لتبدأ الرسائل الدعائية ، التى تمارس فيها عمليات ترويج الافكار والآراء والاخبار بطريقة غير علمية وغير موضوعية ، وبأساليب غير اخلاقية ، وهنا تفقد الرسائل الاخبارية طابعها الاصيل ، ولا تصبح تعبيرا أميناً عن الاحداث .

ومن الاهمية بمكان الدراسة الجادة للجمهور المستهدف ، قبل توجيه الرسائل الاخبارية ، حتى يمكن تحديد قنوات الاتصال الملائمة ، والرسائل الموجهة الراجعة فى اثاره الاهتمام .

وهناك قواعد عامة يمكن الاخذ بها عند اعداد الرسائل الاخبارية الناجحة ، وهى الايجاز المقبول ، وبراعة استخدام الالفاظ ، وتبسيط المضمون ، مع اثاره الاهتمام ، ولفت النظر ، والتقييم المستمر ، والمتابعة الدائمة لصدى هذه الرسائل وردود الافعال .

وينجح الصدق دائما فى جدوى هذه الرسائل وفعاليتها اذ لايكفى اثاره الانتباه واجتذاب الجماهير ، بل لايد أن تكون الرسائل الاخبارية بارعة فى كسب الثقة ، حتى تحقق التأثير المطلوب .

ونجاح الرسالة الاخبارية يقتضى اذن القيام ببحوث متصلة ، لتحديد ماهية الجماهير المستقبل للرسالة، أى معرفة مدى قابليتها للتأثير ، وقدرتها على الفهم ، مع دراسة الأنظمة السياسية والاجتماعية القائمة ، دراسة علمية جادة تكفل تحديد خصائص الرسائل الاخبارية ، ذات الفاعلية والأثر .

فالدراسة العلمية الجادة تيسر تقييم المضمون الاخبارى ، أو المادة الاخبارية ، حيث يتم من خلالها استفتاء قراء الاخبار ، أو استطلاع رأى المستمعين للنشرات الاخبارية ، أو المشاهدين للجراند السينمائية ، للخروج من هذا كله بمؤشرات كمية ونوعية ، تحدد مدى تأثر الجمهور بما يقرأ أو يسمع أو يشاهد من أُنباء .

ويمكن تحديد ردود فعل المستقبل لهذه الرسائل الاخبارية بدراسة الشائعات وتحليلها ، واسنادها الى أصولها ، والوقوف على مصادرهما وعواملها ومغزاها ، هذا مع تحليل الرسائل الاخبارية تحليلًا علميًا مرتكزًا على الاستفتاء .

ان الرسائل الاخبارية تدور فى سلسلة ذات حلقات متماسكة متكاملة، وتنهار عملية الاتصال اذا ما اعترى هذه السلسلة نقطة ضعف ، فى أى حلقة من حلقاتها ولعل هذا ما يزيد من أهمية الاختبارات التجريبية التى تيسر الحصول على استجابات حتمية ، فهى اختبارات تساعد على تحديد

الاسلوب الافضل لصياغة هذه الرسائل ، وهى اختبارات تيسر تصديق ماهية هذه الرسائل ، وحدود تأثيراتها . ومن الاهمية أن يراعى الجهد المبذول لتلقى هذه الرسائل الاخبارية عند صياغتها ، اذ آن من الملاحظ أن للبساطة والوضوح والجمل القصيرة تشكل أهمية بالغة فى الرسائل الاخبارية المذاعة . لتمكين الاذن من التقاط الانباء .

ومكانة وسيلة الاعلام لها أثر كبير فى تقبل هذه الرسائل الاخبارية ، اذ أن الثقة هى حجر الزاوية فى تصديق الاخبار ، والجريدة التى تحتل مكانة لدى القراء هى بمثابة القائد المسموع الكلمة البعيد التأثير . ومصير هذه الرسائل اذن رهن بصورة المرسل فى ذهن المستقبل ، أى مكانة الوسيلة لدى القراء .

على أن كفاءة الموجه لهذه الرسائل الاخبارية وقدرته على معرفة الهدف، وامكانياته لتحقيق النتائج المطلوبة ، أى اتقان الجريدة لصناعتها وامكانياتها الفنية لاداء رسالتها من أنجح الوسائل لتحقيق اتصال فعال ، أى توجيه وسائل اخبارية ذات فاعلية وأثر .

وتعتبر الدعاية السياسية من هذا المنطلق انحرافا بالرسائل الاخبارية عن غاياتها . فهى ترويج لأخبار ملونة ملائمة لغاياتها ، وهى من زاوية التأثير فن اخبارى موجه للعقل الجماعى ، ومن زاوية الاتصال ، عملية منظمة للتأثير على الرأى .

وللدعاية السياسية خطة فى الاقناع يعتمد فيها على الاعتبارات النفسية ، والبناء السيكولوجى للانسان . فهى تأخذ عن الاعلان بعض الاساليب الابتكارية ، فى اجتذاب الجماهير ، ولعل هذا ما يفقدها الموضوعية والصدق الاخبارى . ورغم أن الرسائل الدعائية تحتوى أخبارا مستقاه من عدة مصادر ، الا أنها تركز على الوهم ، وتعمل على تحريف الحقيقة وتشويهه الانباء . وحين تسرف الرسائل الاخبارية ، فى الدعاية ، تفقد الانباء هيبتها وثقة الجماهير بها ، ويشهد انتشار الاشاعات كمنشأ انبائى يخدم مصادر اخبارية مضادة .

واذن فتوجيه الرسائل الاخبارية يحتاج الى علم وفن ، علم لوضع الخطة الاخبارية الملائمة ، وفن لابلاغها ، أى استخدام وسائل التأثير والتعبير استخداما علميا مؤثرا ، وتوضع الخطة الاخبارية على مراحل .

تبدأ أولاً بتحديد الهدف ، ثم ترسم الخطة ويحدد أسلوب التنفيذ ، وتساعد المتابعة الخبرية على تقييم جوانب الخطة ، أى الوقوف على نقاط الضعف فيها ، لتعديلها تعديلاً أمثلاً ، يحقق نشاطاً اخبارياً متكاملًا . ولا تقف الدراسة على طاقات وسائل الاعلام وقدراتها وامكانياتها وملاءمتها للغرض المستهدف ، بل تتجه هذه الدراسة الى تقييم الاخبار والحقائق من حيث صلتها بالواقع والسلوك والاتجاهات والعادات الاتصالية والقوى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المسيطرة على المجتمع ، لتحديد قابلية الجمهور لتقبل المادة الاخبارية ، ومدى تأثير الرأى العام بهذه الرسائل وتأثير هذه المادة الاخبارية على المعلومات والخبار ، والمدى الذى يسمح به النظام الاجتماعى ، للتعبير عن الاستجابات .

ويراعى الى جانب ما تقدم ، مدى توفر نوعيات وسائل الاعلام ، ونسبة الامية الكتابية والثقافية ، ودور قيادات الرأى فى التأثير على مضمون الرسائل الاخبارية ، ونوعيات الاستجابات السلوكية المتوقعة ، والقيم والاتجاهات والحاجات التى تؤثر على العمليات الادراكية . فالنظر الى الرسائل الاخبارية على ضوء هذه المتغيرات يعنى الوقوف الدقيق على مستوى الادراك الجماهيرى للخبار .

ان الرسائل الاخبارية الناجحة لا يمكن أن تبنى على الحدس والتخمين أى ترسل جزافاً دون دراسة أو تمحيص ، فالدراسة توضح لنا : هل هذه القنوات الاخبارية مفتوحة أم مغلقة ، وهل هى مؤثرة أو عديمة التأثير ، فرسائل بدون قنوات للاتصال ملائمة ، معناها ضياع حصيلة جهد اخبارى مكثف .

ان الخبر رسالة ، والمخبر هو المرسل ، وقد يستعمل الكلمة أو الصورة للتعبير عن الفكرة أو الحقيقة أو المشكلة ، وسيظل المخبر ناجحاً ما دامت رسالته قد استقبلها القارئ أو المستمع أو المشاهد ، فنقلت اليه نفس الحقيقة أو الفكرة أو الحدث ، بنوع من الكمال والتمام .

## - ٢ -

### الانباء المنشورة والمسموعة والمرئية

الانسان فى حاجة الى وسيلة تزوده بالانباء ، وتحيطه علماً بما يدور حوله من اخبار ، هو يحتاج الى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به ، وتحيطه علماً بالمعلومات والحقائق والفرص المتاحة .

ووسائل الاعلام هذه أشبه بدائرة اخبارية مغلقة ، لا تبدأ حتى تنتهى ، ولا تنتهى حتى تبدأ ، فالأخبار تدور فى حلقة مفرغة لا نهاية لها بين المصدر والمستقبل ، أى بين مصادر الانباء والقراء المتعطشين اليها . وعلى طول خط الاتصال بين مصادر الاخبار والجمهور يعترض الانباء مراكز مراقبة ، يتقرر فيها ما يمضى وما يحجز ، وتنتهى رحلة الخبر بعد أن تجتاز الانباء هذه المواقع ، التى تتخذ فيها القرارات لما يسمح به وما يمنع .  
من أخبار .

واذن هناك عوامل تؤثر على اختيار الانباء للاذاعة والنشر ، وهناك ضغوط تمارس تأثيراتها على الاخبار ، قبل أن تصل الى المشاهدين والمستمعين والقراء ، وهى ضغوط تمثل تأثير الاقلية على ما يشاهده ويسمعه ويقرؤه الملايين . والسياسة الخبرية السلمية الرشيدة اذن كما نكرنا من قبل ، هى فى فتح النوافذ ومد القنوات ، كى تسرى الانباء سيرها الطبيعى من مصادرها الى مستقبلها .

فى القرن العشرين بعد ظهور وسائل الاعلام الالكترونية والكونية ، أصبحت وظيفة نقل الاخبار تتم بشكل أسرع وأفضل ، بعد أن عملت هذه المستحدثات على تحسين هذه الوسائل وتطوير هذه الوظائف وتوسيع نطاق الخدمات الاخبارية . على أن تداول الانباء خضع فى ظل هذا الواقع المتطور ، الى حقائق أساسية ، منها تركيز الثروة فى يد دول معينة ، الامر الذى مكنها من انشاء جهاز اخبارى كفاء ، تؤثر به على اتجاه سريان الانباء . فالانباء تسرى من الدول العالية النمو الى الدول الاقل نمواً ، وكلما علا قدر الدولة فى التنمية ، كلما علت قدرتها فى مد خدماتها الاخبارية بأسلوب يغلب عليه طابع الاحتكار .

وبانتشار الخبر المذاع والمرئى الى جانب الخبر المنشور استطاعت وسائل الاعلام أن تتخطى حواجز الامية والفواصل الاجتماعية ، واتجهت مستحدثاتها الى التأثير على قطاعات شاسعة من الرأى العام .

على أن الخصائص التى تمتنع بها كل وسيلة تؤثر على طبيعة الخبر وأسلوب تداوله وسرعة نقله وكفاءة اذاعته أو نشره .

فاذا كانت الصحيفة لا تستطيع أن تقدم الاخبار بالسرعة التى يقدمها الراديو ، ولا تستطيع أن تحتفظ بالروايات الاخبارية بالشكل الذى يقوم

به الكتاب ، ولا تستطيع أن تستطرد فى تحليل الاخبار وتفسيرها مثل  
المجلات ، ولا تقدمها بصورة أقرب من الواقع مثل التليفزيون ، الا أنها تسمح  
لقارئ الخبر بتكرار قراءته وتسمح لكاتبه بتطويره وصياغته وفحصه  
ودراسته وهى تسمح بعمق أكثر فى التفهم ، وحرية أكبر فى التفسير وعرض  
الانباء . واذا كانت الصحيفة تحتاج الى جهد ايجابى من جانب القراء ،  
فانها تتيح الفرصة لتدثير أكبر ، واقناع أعمق ، كما ان ما تتصف به من  
الملازمة ، تيسر للقارئ الاطلاع على الانباء فى الوقت الذى يريده ،  
وبالاسلوب الذى يريه ، وبالسرع التى تناسبه . ولعل هذا ما ييسر  
استيعابها للروايات الاخبارية المعقدة التى تحتاج الى درس وعناية .

وتسبغ الصحيفة على الخبر مكانة تقليدية ، فالقارئ لا يواجه متحدثنا  
مرثيا أو مسموعا ، بل ان أمامه فرصة واسعة لتفهم المادة الاخبارية  
واستيعاب تفسيراتها ، وقارئ الخبر المنشور اذن قادر على ان يشارك  
بجهد ايجابى عند تلقى الرسالة الاخبارية ، وهو يعمل بذلك على ادراك  
عناصر الاعلام الطباعى بما يحقق استجابات واعية .

وتملك الرسالة الاخبارية المذاعة طاقات اعلامية مستمدة من طبيعتها  
الاستماعى ، فهى تخترق حدود الزمان والمكان ، لتصل الى الانسان حيث  
يمارس حياته اليومية . والمستمع يلتقى بالخبر المذاع فى يسر وسهولة ،  
فتلاحقه الرسالة الاخبارية أينما كان ، وتلازمه لعدة فترات ، خلال نومه ،  
ويستوى فى ذلك المثقفون والاميون وأنصاف المتعلمين .

وتتفوق الرسالة الاخبارية المذاعة على الرسالة الاخبارية المطبوعة  
فى سرعة الانتشار ، وتتجلى طاقتها وأهميتها فى أوقات الحروب وخلال  
الازمات ، ان تحمل أحر الانباء وتتميز بالحالية عن الرسالة المنشورة .  
وتتجلى قوة هذه الرسالة المذاعة فى الرد على الشائعات ، حيث ان ترجمتها  
الى عدة لغات يجعل تأثيراتها تتجاوز حدود الرأى العام المحلى ، لتصل الى  
الرأى العام العالمى .

واذا كانت الرسالة المذاعة تنفرد بالسبق وأولوية النشر والاثر الاول  
للنبا والرأى ، فان الاحساس الجمعى الذى يحس به المستمع حال تلقى  
هذه الرسالة ، يضعف من قدرة التركيز والنقد الذاتى ، وييسر القابلية  
للاستهواء . فالمستمع يلقى الرسالة المذاعة كأمر عرضى ويستقبلها خلال  
ممارسته لاعمال أخرى ، أى ان الانصات يكون بأذن واحدة ، ولا تحظى

هذه الرسالة اذن بالتركيز الذي تحظى به الرسالة المطبوعة . وتعمال  
الوسيلة المذاعة على رسم الاطار النفسى للمستمعين ، وتبتعد الرسالة المذاعة  
بمؤثرات هذه الوسيلة الفنية والصوتية ، عن الموضوعية الخبرية  
المطلقة .

وذاستطيع على ضوء ما تقدم أن نحدد خصائص الرسالة المذاعة .  
فهى تتميز عن الرسالة المنشورة بالسهولة واليسر والجمال القصيرة  
والالفاظ السهلة ، فهذه خصائص تمكن المستمع من التقاط فحوى الرسالة  
الاخبارية فى سرعة ويسر . ولهذه الرسالة قدرة فائقة على التأثير الوجدانى ،  
من خلال الكلمة المسموعة والموسيقى والشعارات والايقاع النفسى ، الذى  
يتراوح بين التوتر والاسترخاء ، ولعل هذا ما يجعل الاخبار المسموعة سلاحا  
ماضيا فى الحرب النفسية والحرب الاذاعية حين تتحرك الاخبار فى سرعة  
لتغطى مساحات واسعة ، وحيث تتحول الانباء المحرفة الى شائعات ، وقد  
يشهد الايحاء والايقاع النفسى فتمتلئ الرسائل الاخبارية بالمبالغات  
والايحاءات والالفاظ الرنانة والعبارات القوية ، وقد تندسب الدعايات  
المسموعة من الاذاعات السرية التى توالى ارسال الاخبار المغرضة بأسلوب  
الدرس والافتراء ، ودون أن تعلن عن مصادرها .

ومن الملاحظ أن محطات الاذاعة تخضع للاشراف الحكومى فى أكثر  
البلاد ، ولهذا فان أهميتها تتجلى فى اذاعة البيانات الرسمية والقرارات  
الحكومية والاخبار المحلية والتعليقات السياسية ، ولعل هذا ما دفع بعض  
الوكالات الى اعداد مراكز للاستماع ، بقصد التقاط الانباء المذاعة من هذه  
المحطات ، كما تعمل الصحف على التقاط الاخبار الخارجية المذاعة لمتابعتها  
واقتياس ما تراه متمشيا مع اتجاهاتها .

والرسائل الاخبارية المرئية لها اثر وفاعلية ، اذ تحرك حاسة السمع  
والابصار ، وتستحوز على الاهتمام الكامل للمشاهدين ، حين تعمد الرؤية  
مع اللون والصوت والحركة ، الى النفاذ السيكولوجى ، وتتميز الرسائل  
المرئية - الى جانب الحالية - بالاثر المباشر ، حيث يدفع الاتصال المواجهة  
بالمشاهد الى الاحساس بالقرب والراقعية ، وترفع المؤثرات الفنية من مستوى  
الشعور بالمشاركة والواقعية الاخبارية .

وتتفوق الرسائل الاخبارية بالسينما عن الرسائل الاخبارية فى  
التليفزيون ، حيث ان بناء الوسيلة وامكانياتها ، يبسر عن طريق الحيل

الفنية ، جذب المشاهدين • فالجريدة الاخبارية فى السينما تحقق ما يمكن أن نطلق عليه تجاوزاً تدفقاً اخبارياً ، وهو تدفق يرجع الى عمق الاثر ، الذى ينساب من قوة الرسالة الاخبارية •

وهكذا نجد أن خصائص الوسيلة تؤثر على امكانيات الرسالة الاخبارية ووظائفها وتأثيراتها ، ومهما تنافست الرسائل المنشورة والمذاعة والمريية فان لكل منها صفات رئيسية يمكن على ضوءها ، تحديد الملامح الرئيسية للخبر المنشور والمذاع والمرئى على النحو التالى :

١ - التكرار فى الخبر المذاع مقبول ، ويعنى الوضوح ، ان لكى لا تفقد الاذن الخبر الاذاعى ، يمهد المحرر لما يقول ، ثم يقول ما يريد أن يقول ، ثم يؤكد ما قد قاله ، وهذه القاعدة لا يؤخذ بها فى الخبر المنشور ، ان ليس هناك حاجة الى التكرار ، ما دام القارئ قد استحوذ على الجريدة ، وفى مقدوره مراجعة الخبر وقتما يشاء بينما لا يستطيع الاستماع استكمال ما فاتته من عناصر النبأ •

٢ - هناك فروق جوهرية بين الكتابة للعين والكتابة للاذن ، فمعالجة الخبر الاذاعى تتطلب الاخذ باللغة السهلة المبسطة ، والاعتماد المباشر على اسلوب التخاطب والحوار •

٣ - يشكل عنصر الزمن عنصراً ضاعطاً على الخبر الاذاعى والمرئى ، فالنشرات الاخبارية فى الاذاعة والتلفزيون متعددة الفترات ، فى حين أن لمخبر الصحف وقتاً أوسع للبحث والتحرى • وتطغى العناصر الترفيحية والثقيفية على الوقت الاخبارى فى الراديو والتلفزيون ، مما يجعل الروايات الاخبارية ، أكثر قصراً واقل مادة •

٤ - تتصف مقدمات الخبر المرئى والمسموع بالتركيز المطلق ، ان تسلط فيها الاضواء حول شخص معين ، أو مكان معين ، أو أثر معين أو وقت معين •

٥ - الخبر المنشور له مقدمة وجسم ، والخبر المذاع لا يحتوى على جسم ، وفى الخبر المرئى تتعرض الصور لجسم الرواية ، ويتبع الترتيب الزمنى عند عرض التفاصيل •

٦ - الخبر المنشور كتب لينشر ، والخبر المذاع كتب لسمع ، ولهذا فان صياغة أخبار الراديو تتجه الى احداث الاثر السريع ، بالعرض المباشر ، والكلمات المؤثرة ، والجمل القصيرة المقتضبة ، والفقرات القصيرة ، والكلمات المختارة ، ويوضع الخبر الاذاعى والتلفزيونى اذن فى أقصر

صيفة ، ليؤدى المعنى ، فى أقل وقت ، فالمطلوب لهذا الخبر مباشرة أكثر ،  
وتركيزا أعمق ، وبساطة أوضح •

٧ - الخبر التليفزيونى أقصر من الخبر الإذاعى ، إذ أن الصورة  
تكمل الخبر وتروى شتى التفاصيل ، وهناك قاعدة عامة للخبر التليفزيونى  
هى أنه ما دامت الصورة تكمل الخبر ، فلا يجوز إذن أن يتعرض الخبر  
للتفاصيل ، حتى لا يوزع انتباه المشاهد بين الصوت والصورة ، ومن  
الاهمية ربط الرواية بالصورة ، لئى أن تسيير الكلمة المذاعة جنبا الى جنب  
مع الصور المرئية •

٨ - يراعى الترتيب الزمنى فى الخبر المرئى ، أما فى الخبر المنشور  
أو المذاع ، فيؤخذ بالبناء المنطقى •

٩ - يتدخل أسلوب اللقاء فى اضعاف عنصر القرب والمباشرة على  
الخبر الإذاعى والمرئى ، وهذا يتطلب اختيارا معينا للالفاظ والعبارات ،  
وترتيبيا معينا للجمل والفقرات ، لتأكيد عنصر الاقتراب ، ولإبراز شخصية  
قارئ الخبر •

١٠ - يبدو الخبر فى الاذاعة والتليفزيون أكثر جده وأكثر حيوية ،  
وتتميز الاذاعة على الصحف بالسبق ، وأولوية النشر ، والاثر الاول للخبر،  
بى قوة النفاذ •

١١ - تسلط الاضراء فى الخبر المذاع والمرئى على المصادر والاسماء  
والاماكن ، حيث انه ليس هناك فرصة للبحث عن هذه العناصر بالرجوع  
الى الخبر •

١٢ - العرض الإذاعى لا تناسبه المقدمات الرقمية التى تحتوى رقاما  
ونسبا وتواريخ ، لذلك يجب الاقلال منها ما أمكن ، فالخبر المذاع يتطلب  
وضوحا أكبر ، ودقة أكثر •

١٣ - هناك وحدة زمنية وموضوعية تربط بين الانباء المسموعة ،  
وتيسر استيعابها ، أما الانباء المنشورة فهى مزجعة يفصل بينها تقسيهاتها  
المكانية •

١٤ - مقدمات الخبر المنشور لا حصر لها ، أما مقدمة التلخيص أو  
الإبراز فهى أنسب المقدمات للخبر المرئى أو المذاع •

١٥ - من الاهمية فى الخبر المذاع الحفاظ على تتابع الافكار  
وسلاستها ، وتتابع الجمل والفقرات وترابطها •

١٦ - يراعى فى الخبر الإذاعى عدم زحمة المقدمة بعناصر النبأ ،  
فالعقل لا يستطيع أن يفهم إلا ما تلتقطه الأذن . فإذا عجزت الأذن عن  
التقاط عنصر من العناصر بتر النبأ •

١٧ - أفضل المقدمات للخبر المذاع هي مقدمات التنبيه ، فهي تهييء المستمع لاستقبال النبأ ، وتيسر الاستحواذ على انتباهه بالكامل .

١٨ - هناك أسئلة عدة يجب مراعاتها عند اعداد الخبر المذاع والمنشور والمرئى ، وهى تدور حول ما يهم المستمع أو القارئ أو المشاهد فى النبأ ، وماذا يثيره من عناصر ، وأى عنصر من العناصر يحوى عناصر الجذب .

١٩ - يعنى فى الخبر المذاع بالمناصب دون الاسماء ، ويقتصر حين ذكر الاسماء ، على أصحاب الصيت والشهرة .

٢٠ - يراعى فى الخبر المذاع عدم الخلط بين صبغة المتحدث وصبغة الخبر المنقول .

٢١ - يتعين عند تقديم الخبر المذاع تصدير الخبر بالمصدر .

٢٢ - عن الاهمية أن تكرر لغة الرسائل المذاعة حية ، فيتجنب التعابير الخاملة مثل صيغ المجهول وصيغ النفى .

٢٣ - يقابل المؤثرات البصرية ( التنسيق والالوان ) فى الخبر المنشور ، مؤثرات صوتية فى الخبر المذاع ، وتعمل هذه المؤثرات على لفت نظر القارئ والمستمع الى جوهر النبأ .

### - ٣ -

#### من الخبر الى الموضوع الصحفى

الخبر هو جوهر المواد الصحفية التى تنشرها الجريدة ، ان أن جميع الموضوعات الصحفية الناجمة تعتمد فى بياناتها على أخبار تذاع لأول مرة ، فالنسيج الخبرى هو البيانات والمعلومات التى تتجمع حول النواة ، أى النبأ ، وجميع الموضوعات التى تحتويها الصحف هى ذات نسيج خبرى ، أى أنها مشتقة فى أصولها من الاخبار .

ويختلف النسيج الذى وفق خطة الموضوع وأهدافه ، وهى خطة تختلف وتباين بتباين أهداف الموضوع ، أى التحقيق أو الحملة .

فالموضوع الصحفى يتجه غالبا الى الترويح والفائدة ، ويتصف نسيجه بالطابع الترفيهى الذى لا يأخذ بالمتابعة الخبرية الجادة . أو البحث والاستقصاء والتعمق وراء المعلومات . ويستعان فى كتابته بالالفاظ السهلة والتعبيرات البسيطة ، التى تلائم بساطة الموضوع وسطحته،فقارئ الموضوع غير مطالب بالتوقف للتفكير ، أو للعثور على وجهة نظر معينة ، كما أن عنصر المتابعة الخبرية يكاد يكون منعدما ، فى مثل هذا اللون من ألوان الكتابة الصفية ، لأن الموضوع الصحفى ما يبدأ بسرد البيانات الاخباريةحتى ينتهى ، ان هو اذن ليس جزءا من حملة أو حلقة فى سلسلة اخبارية . تستحق المتابعة . وغالبا يعتمد الموضوع الصحفى على مصدر اخبارى واحد ، لبساطته وقلة اثارته ، وعدم خطورة نتائجه ، وطابعه الترويحي المتميز .

وأحيانا يتطور الموضوع الصحفى تحت ضغط ما يتضمنه من بيانات ، الى تحقيق صحفى ، حين تتسع تفصيلاته ويمس باهتماماته الرأى العام ، أو حين يتعرض لبعض النواحي السياسية أو الاجتماعية ، أو يعالج مشكلة من المشكلات .

وحين يجعل الصحفى من نفسه مصلحا أو منبها أو منذرا بخلل أو خطأ أو تهاون ، لابد أن يملك عينا فاحصة ترى وتبين مواطن الضعف ، وأذنا مرهفة تسمع وتميز بين الحق والباطل ، وقلما قويا يستطيع أن يعبر به ويشير الى مواطن الخلل . ومن الاهمية أن يرتكز التحقيق والتنبيه الى الدراسات الجادة العميقة ، حتى يمكن تحديد ما ينفع الرأى العام وما يضره، وما يخدم الشعب وما يحدث عبثا بمصالحه . فالاعتبارات الشخصية هى أخطر ما يكون على قيمة هذه التحقيقات والحملات اذلا يجوز أن تسير الصحيفة على خطتها الهجومية ، اذا ما دفع المسئولون ما ألصق بهم ، وتبين للجريدة أن الموضوع هو عكس ما بدا عليه ، عند بدء التحقيق أو الحملة .

وإذا كان نجاح التحقيق يقاس بمدى اهتمام الرأى العام به ، فإن من الضرورى ألا يتعرض التحقيق أو الحملة الا للروايات التى تشغل أذهان الجماهير ، أى الذراحي السياسية والاجتماعية ذات السعة والوزن ، على أن تقدم المعالجة علاجا !! تناولته الحملة ، أى حلا للمشكلة . فالصحفى فى التحقيق أو الحملة ليس راويا لما حدث ، أو ساردا لما جرى ، بل هو يسأل ليناقد ، ويستفسر ويبحث ، ليخرج فى النهاية بحلول مجدية . واذن فالدراسات الجادة المسبقة لموضوعات البحث ، أى التحقيق ، ذات أهمية

بالغة ، فى توضيح خطة المعالجة وأساليبها ، وفى نجاح التحقيق الصحفى ،  
أى فى بلوغه غاياته ، وتحقيقه لأهدافه •

وأحيانا يرفع عنصر الوقت والمناسبة من قيمة التحقيق الصحفى ،  
فيتطلب الامر تقديم حلول بناءة ، هى ثمرة الدراسة والبحث المستفيض •

والتحقيق الصحفى اذن يفتح باب المناقشة على مصراعيه ، حين  
يجمع الخيوط الاخبارية حول موضوع عام ، ذى اهتمام عام • وأحيانا  
لا يكتفى بالمعالجة المفتوحة ، بل يتطلب الامر المزيد من الجهد الاخبارى ،  
باجراء سلسلة من المعالجات تسير سيرا طويلا مطردا ، وهذا ما يطلق  
عليه ( الحملات ) • ويتضخم عنصر المتابعة الاخبارية فى الحملات  
الصحفية ، لارتكازها على العناصر الاخبارية الجديدة ، التى تتضخم  
وتتزايد ، وتصل فى اتساعها حد الذروة ، وتتصل أهميتها بمحاور ثلاثة :  
هم المسئولون وفتات الشعب ومحاررو الحملة •

وقد تزيد السعه الاخبارية لموضوع الحملة ، حين تتصل بحدث واحد  
متعدد الجوانب والاركان • ومن الملاحظ أن معظم الاخبار عن الكوارث  
والحوادث والمحاكمات يعقبها تحقيقات ، تجرى خارج النطاق الرسمى  
للموضوع الصحفى ، وتتجه فى جملتها الى ابراز الروايات الاخبارية  
المدفونة والمتوارية وراء الاحداث •

ويشترط فى التحقيقات والحملات توافر عدد كبير من المصادر ، حتى  
يتضمن العرض الصحفى شتى التفسيرات ووجهات النظر • وعلى الصحفى  
حين يواجه الرأى العام بمثل هذه الروايات ، أن يمسك بالخيط الاخبارى  
من البداية حتى النهاية ، حتى يقدم للقراء موضوعات مستوفاة متكاملة  
الاركان •

وحين ينتهى المحقق الصحفى من تحديد أهدافه واختيار مصادره وجمع  
بياناته ، واستخلاص نتائجه ، يبدأ بعرض معالجته بأسلوب هرمى أى  
يبدأ بالقدمة أو المقدمة القوية الجذابة المتضمنة للنقاط الهامة التى تهتم  
القراء • ويتخير الصحفى من المقدمات ما يناسب طابع الرواية ، فيقوم اما  
بتلخيص عناصر الاتهام ، أو ابراز أهمها وأخطرها ، وتمضى فقرات التحقيق  
فى تتابع منطقى الى أن ينتهى الى خاتمة ، ينبغى ألا تقل فى قوتها ، عن  
المقدمة ، وهذا ما يميز التحقيق عن سائر الروايات • فالخاتمة فى التحقيق

تتضمن دائما عنصرا مثيرا لافتا للنظر . حيث لا يجوز الاكتفاء بالمداية القوية . ثم ترك القارئ معلقا فى الهواء .

ولا يقف الامر فى التحقيق والحملات عند براءة المعالجة ، بل ان الامر يقتضى براءة التعبير ، أى الاخذ بالاسلوب القوي الذى يعتمد على رشاقة اللفظ ، وحسن العبارة ، وقوة الحجة ومهارة الاستهلال ، ودقة التعمق ، والقدرة على استخدام أسانيد المنطق والاقناع .

وتحتل الصورة مكانا مرموقا فى التحقيقات والحملات ، وتلعب صبور الشخصيات دورا هاما فى الاحداث التى تعتمد على ظهور شخصيات هامة على المسرح ، وتبرز صور الاحداث فى الروايات التى يدور فيها البحث والتحرى ، حول أحداث، ذات عاقبة وآثر، أى لم يحدد فيها عناصر الاتهام .

وإذا كان التحقيقات والحملات نابعة من الخبر ، فان من الاهمية أن تحفظ بنسجها الاخبارى فى اعتمادها على الخبر ، وفى توخيها الصدق ، وفى حفاظها على جوهر الحقيقة ، وفى معالجتها لكل جوانب الموضوع أو المشكلة . فتبصير الشعب بالواقع ، يجب أن يكون الهدف الرئيسى من الحملة أو التحقيق ، وخروج التحقيق أو الحملة عن هذا الاطار الاعلامى ، هو خروج عن المهمة الاخبارية .

واذن فهذه الحملات السياسية التى تفتعلها الصف الحزبية وتشنها الصحف المذهبية، ليست الا لونا من ألوان الطمس الاخبارى لوظائف التحقيق والحملات . فهى معالجات ذاتية تخدم أهدافا حزبية ، وهى بعيدة كل البعد عن الحملات الهادفة ، التى تستهدف خدمة الرأى العام .

وإذا كانت الحملات الحزبية نسجها الافتراء ، فان الحملات الصحفية هى معالجات مرضوعية ترتكز على الانباء الصادقة والوثائق الملموسة ، وتعمل من أجل الصالح العام .