

الفصل الثالث

الفنون الخبرية في وكالات الأنباء

يعد الخبر الصحفي العادي hard news أكثر الفنون الخبرية استخداما في وسائل الإعلام، مع اختلافات طفيفة في تطبيقه وفق الوسيلة الإعلامية (صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون).

وهذا الأمر ينطبق أيضا على وكالات الأنباء، فنحو ٨٠ في المئة من موادها الخبرية هي أخبار صحفية عادية، والنسبة المتبقية تضم سائر الفنون الخبرية الأخرى. وقد توسع المؤلف في تدوين ما يرتبط بالخبر الصحفي في الفصل الثاني من حيث المقدمة والأنواع والقوالب.

وسأعتمد في هذا الكتاب مصطلح الفنون الخبرية على ما يعرف بالتقرير الصحفي والتحقيق الصحفي.. إلخ، باعتباره - في رأي الكاتب - أوضح المصطلحات للدلالة على هذه الأشكال وتعريفها وتحديد أهم صفاتها ومميزاتها، ولأن كلا منها يستحق هذا المصطلح (فن) نظرا إلى السمات والمعايير التي يجب أن يتصف بها، والميزات التي يجب أن يتحلى بها. ويلاحظ حاليا وجود كتب عدة كل منها مخصص للحديث عن أحد الفنون الخبرية، ومعظمها وضع عنوان للكتاب (فن التحقيق الصحفي)، (فن التقرير الصحفي)... إلخ.

وثمة اختلافات بين الإعلاميين في تحديد ماهية كل فن من الفنون الخبرية، وتعريفه، وبيان مميزاته، وهذا ما يلاحظه الباحث في كتب الإعلام المنشورة باللغة العربية، ويلاحظ أحيانا في الكتب المنشورة بلغات أخرى. وهذه الاختلافات مردها أسباب عدة لا مجال لذكرها في هذا الكتاب.

وسعت في هذا الفصل إلى محاولة توفيقية لتوحيد الفنون الخبرية المتعارفة في وسائل الإعلام، ولا سيما في وكالات الأنباء، بهدف الوصول إلى تعريف مقبول لكل فن من الفنون الخبرية، وتوضيحه، وبيان سماته، وهي محاولة أولية متواضعة تحتاج إلى مزيد من النقد والتحليل والدراسة للوصول إلى توحيد عام لهذه الفنون بين الإعلاميين العرب.

وسيكون البحث في هذا الفصل منصبا على الفنون الخبرية المستخدمة في وكالات الأنباء فحسب، مع التمثيل لبعض الفنون بأمثلة تعزز فهمه، وترسخ معناه ومميزاته.

أولا - الخبر الصحافي

تطرق الفصل الثاني إلى كل ما يرتبط بالخبر الصحافي، ولا سيما كيفية كتابته وأشكاله وقوابله وطريقة التعامل معه، إضافة إلى كيفية التعامل مع المقدمات المختلفة التي تعبر عن فحواه ومضمونه.

وفي هذا الفصل سيتم الحديث عن كيفية تعامل وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية مع الخبر الصحافي الذي يعد العمود الفقري لأي نشرة تبثها وكالات الأنباء، وكيف تبث الأخبار العاجلة والمستعجلة وما يسمى

"الFLASH"، وما يستتبع ذلك من أمور مهنية تستوجب من المحرر معرفتها حق المعرفة، وإدراك الفوارق الرئيسية بينها، مع التطرق إلى عدد من الملاحظات المهمة بهذا الصدد.

والأصل في بث أي مادة خبرية (وسيكون الحديث في هذه الفقرة مخصصاً عن الخبر الصحافي فقط) أن تبث متكاملة الأركان من حيث الشكل والمضمون، وأن تفي الموضوع حقه، وإذا استجد على الحدث الذي تغطيه بعض الأمور تلجأ وكالات الأنباء إلى بث هذه المستجدات في صورة خبر إضافي يكون بمنزلة مقدمة للخبر الأصلي.

ولكن قد تقع أحداث مهمة جداً تستوجب بث ما يتعلق بها بأسرع مدة ممكنة وإعلام المشتركين بما يجري في ذلك الحدث، والتطورات التي قد تحدث بصدده، وما يرتبط به من تبعات وروود فعل.

وفي هذه الحال تلجأ وكالات الأنباء إلى بث هذه المادة الخبرية بصور شتى، فتستخدم مصطلحات خاصة منها "FLASH" و"عاجل" و"مسبق" و"عاجل جداً" .. إلخ.

وهذه المصطلحات تخضع للتعريفات التي تضعها كل وكالة أنباء للمحررين العاملين فيها، وتصبح مستخدمة في جميع الأحداث التي تتطلب ذلك، لكن هذه المصطلحات قد تختلف من وكالة إلى أخرى، فثمة وكالات تستخدم مصطلح "عاجل جداً" بدلا من مصطلح "FLASH" المستخدم في وكالات أخرى. وثمة وكالات تستخدم مصطلح "عاجل" بما يساوي مصطلح "مسبق" في وكالات أخرى.

وهكذا فإن الأمر يعود هنا إلى التعريفات التي تضعها كل وكالة للمصطلحات التي تستخدمها بهذا الصدد، وإن كانت في النهاية تؤدي إلى الهدف المراد وهو بث الأحداث المهمة جدا بالسرعة القصوى.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة المرتبطة ببث مثل هذه المواد الخبرية، والتنافس الشديد الحاصل بين وكالة وأخرى، فإن الأمر المهم جدا بهذا الصدد هو التأكد تماما من وقوع هذه الحدث، والتثبت من حصوله، وفق طرق المصادر والإسناد التي تتعامل معها كل وكالة، وألا تلجأ إلى بث مثل هذه المواد إلا في الحالات المؤكدة لديها من مصادر موثوق بها.

وهنا يدعو الإعلاميون المخضرمون وكالات الأنباء إلى الدمج بين الدقة والسرعة القصوى عند بث مثل هذه المواد، فالدقة هنا أمر ضروري جدا، والتضحية بهذه القيمة الإخبارية على حساب السرعة أمر في غاية الخطورة، وهو ما يفقد وكالة الأنباء المصدقية التي يجب أن تتمتع بها.

ويجب التمييز بوضوح بين الدقة والسرعة، فالسرعة أحد المعايير الزمنية للخبر الصحفي، في حين أن الدقة إحدى السمات المعروفة لهذا الخبر.

وتختلف السمات عن المعايير اختلافا جوهريا، ذلك أن الأخيرة يتطلب وجود أحدها في الخبر ليجعله صالحا للنشر، في حين أن السمات يجب أن تكون متضمنة في جميع الأخبار مهما تكن المعايير التي أدت إلى اختيارها، وهي من ثم شرط لازم الوجود في كل خبر، لكن وجودها جميعا لا يجعل الخبر صالحا للنشر ما لم يكن مقترنا بأحد المعايير.

وأهم المعايير المعروفة للخبر الجدة (الحالية) والتوقيت والتواصل

الزمني، وهذه كلها من المعايير الزمنية، في حين تعتبر الأهمية والضخامة والتوقع والتشويق والإثارة والشهرة والطرافة والصراع أهم المعايير المهنية. وثمة معايير ترتبط بالوسيلة الإعلامية ارتباطاً مباشراً، وأهمها سياسة هذه الوسيلة، وانتهاؤها، ونوعها، وزمن بثها أو صدورها.

أما أهم السمات المعروفة للخبر الصحافي فهي الدقة، والموضوعية، والصدق، وبعضهم يقسم الموضوعية إلى الحياد والإنصاف. ولأن الحديث هنا يقتصر على الدقة، فإنه يمكن تعريفها بأنها ذكر الحقيقة الكاملة للحدث دون أي تدخل يخل بمضمونها، أو حذف أو إضافة تشوئها وتفرغها من محتواها الحقيقي، أو تؤدي إلى عكس المعنى المراد منها.

وتفصل هيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي)^(١) في مسألة الدقة وكيفية التعامل معها فتقول إن الدقة في العمل الإعلامي هي تفادي الأخطاء بأنواعها المختلفة؛ المعلوماتية، والموضوعية، والطباعية، والنحوية، واللغوية، وغيرها. والدقة مرادف للسلامة والصحة، وهي لا تحتاج فقط إلى التزام الصحيح، والتثبت من صحة الآراء والمواقف والمعلومات ونسبها، لكنها تحتاج أيضاً إلى إدراك للسياق، وامتلاك للخلفية التي تحول دون ارتكاب الأخطاء. وفي عالم يزدحم بوسائل الحصول على المعلومات، لا يميز وسيلة عن أخرى أفضل من معيار الدقة.

وفي ظل التطور التقني والتنافس الحاد بين وسائل الإعلام، ليس هناك أسوأ من أن يقع صحافي في خطأ، أو أن تنشر وسيلة إعلام ما معلومات غير

(١) www.bbcdialogue.co.uk/handbook/ethics/values.shtml

صحيحة ورأس مال أي مصدر للمعلومات هو الدقة. كما أن قيمة الصحافي، أو المراسل الميداني بالتحديد، ترتفع كلما كانت أخباره دقيقة.

ونقطة البداية في تحقيق القيم الخبرية الأخرى؛ مثل الإنصاف أو الحياد، هي الدقة. فالدقة بمنزلة أم القيم الأخرى التي يجب أن يلتزمها العمل الصحافي. فإن كانت تفاصيل الخبر غير دقيقة، أو كان الخبر غير صحيح من الأساس، لن تكون هناك أي قيمة لتغطيته بإنصاف أو حياد.

وتساوى أهمية عنصر الدقة لدى معظم وسائل الإعلام الجادة. فحتى تلك التي تتخذ مواقف وتوجهات سياسية واضحة (أي إنها لا تدعي الموضوعية أو الحياد، وتعترف بالانحياز لموقف ضد آخر)؛ عليها أيضاً التزام الدقة. فكل قوانين العالم المنظمة للعمل الإعلامي تعاقب على الوقوع المتعمد في الأخطاء المعلوماتية، وتلزم من ارتكب مثل تلك الأخطاء بالتصحيح والاعتذار، وهو أمر لن يسعد المسؤولين عن أي وسيلة إعلام.

كما أن كثرة التصحيحات والاعتذارات تؤدي إلى فقدان وسيلة الإعلام لجمهورها، الذي لن يكون بمقدوره الثقة بمعلوماتها إذا تكررت حالات التصحيح والاعتذار.

ولقد وضعت "بي بي سي" لنفسها قاعدة ذهبية فيما يتعلق بالدقة وهي: "أن تتأخر عن منافسيك في إذاعة خبر صحيح خيرٌ من أن تسبقهم في إذاعة خبر غير صحيح"، أي إن خسارة السبق الصحافي مع الحفاظ على الدقة أولى من السبق بالخطأ.

تحري الدقة:

وتتحقق الدقة في العمل الإعلامي عبر آليات تحري الدقة، التي تشمل

مايلي:

- التركيز على الحقائق؛ فالعمل الإعلامي يعتمد على الحقائق فقط فيما يتعلق بالتغطية الخبرية خصوصاً، بما يستلزمه ذلك من اعتماد التقديم الواقعي، والبعد عن الأخبار والمعلومات المختلقة والمفبركة، والتي لم يتسن التأكد من صحتها.
- نسب الآراء والمواقف والمعلومات إلى مصادر واضحة مذكورة بطريقة صحيحة ومعرفة تعريفاً متكاملأً.
- ذكر أسماء العلم، والمعلومات، والأرقام، والحقائق على نحو صحيح.
- تحري الصحة في حالات الغموض واللبس بتكرار البحث والسؤال والتقصي.
- مراجعة المعلومات التي يتم الحصول عليها سواء من الزملاء أو المنافسين أو المصادر المختلفة، والثبت من صحتها قبل نشرها، كلما كان ذلك ممكناً.
- استخدام الحس الصحافي، وامتلاك الخلفية الثقافية، وإدراك السياق العام الذي يؤهل الصحافي لاختبار سلامة المعلومات التي يحصل عليها بصرف النظر عن مدى صدق المصدر الذي استقى منه الصحافي تلك المعلومات.
- تفادي أخطاء الطباعة، والنطق، والنحو، واللغة، والمعلومات، وغيرها.

الأخبار العاجلة والتعامل معها

ويرتبط بكل ما ذكر سابقا كيفية التعامل مع الأخبار العاجلة جدا أو العاجلة أو الفلاش، على اختلاف التسمية بين وكالات الأنباء. وهذا الصدد سنأتي على ذكر نموذجين عن كيفية تعامل وكالات الأنباء مع هذا النوع من المواد الخبرية.

أ- وكالة فرنس برس

تفصل وكالة فرنس برس^(١) في كيفية التعامل مع الأخبار العاجلة تفصيلا دقيقا، وتقسّم ذلك إلى عدة أنواع فتبدأه بالفلاش، ثم المسبق يليهما العاجل، وتعرف الوكالة كل نوع تعريفا خاصا وتذكر أمثلة على استخدامه، فتقول:

١- الفلاش:

هو إعلان واقعة فائقة الأهمية يبضع كلمات، ويجب ألا يتجاوز مطلقا السطر الواحد بما فيه المنشأ.

وهو أيضا الإعلان، يبضع كلمات، عن حدث مهم لدرجة يكون فيها وروده كعنوان رئيسي في الصفحات الأولى للصحف مؤكدا، أقله في منطقة جغرافية معينة أو (سوق معين كما هي حال الأخبار الرياضية)، ولا نذكر فيه التاريخ. غير أنه يجب تحديد منشأ البلد الذي صدر عنه إذا لم يكن المكان معروفا جدا.

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٤٨-٦٦ بتصرف.

مثلا:

دي موان (الولايات المتحدة) انفجار نووي في مركز (رسميا) - أ.ف.ب
ولا يقدم الفلاش بمفتاح (أي عنوان) ويجب أن يتضمن إشارة إلى
مصدره: (رسمي) "أعلنت تاس" ... إلا في حالات استثنائية كالمشاهدة
العيانية خاصة.

ويمكن صياغة الفلاش بأسلوب برقي إذا كانت احتمالات الخطأ
مستبعدة. ويجب ألا يتم مطلقا تحضير الفلاش بانتظار الحدث، فقد لا يكون
مناسبا، كما يمكن أن ينقل خطأ إلى المشتركين.

ويجب أن يبقى استعمال الفلاش استثنائيا. ويجب الحد من الإفراط في
استعماله.

ويضع الفلاش كل المشتركين في حالة تأهب، وهو يوازي طبعة خاصة من
الصحيفة بعنوان رئيسي على صفحتها الأولى يمتد على ثمانية أعمدة، ويوازي
توقف البث العادي في الراديو والتلفزيون لإذاعة ملحقات إخبارية خاصة.

وبناء عليه يجب ألا يبقى أي فلاش من دون توسيع فوري بواسطة:

- خبر أو عدة أخبار مسبقة تستعيد الفلاش، وتضيف إليه العناصر المتوفرة
(خاصة تحديدا أدق للمصدر).

- عاجل يستعيد عناصر الفلاش والمسبق مضافا إليها تكملة جد صغيرة
للخبر حتى يشكل بحجم مكثف برقية أولى كاملة أو خبرا موسعا، وإذا
لم يكن ذلك ممكنا فعلى الأقل يتم إكمال الفلاش والمسبق بملحق.

- يكتب أول خبر إجمالي بسرعة، ويستعيد هذا الخبر الموسع:
- مضمون الفلاش والمسبق.
- تكملة الخبر التي أضيفت إلى العاجل أو التي أعطيت على حدة بعدة ملاحق.
- كل المعلومات الإضافية التي وصلت أثناء ذلك، مع التحديدات الممكنة لإطار الخبر. يلي هذه البرقية الجامعة قدر ما يلزم من البرقيات التي تكمل الخبر على شكل أخبار موسعة متتابعة.
- برقيات توثيق أو ردود الفعل... إلخ.

٢- المسبق:

يقدم المسبق خبراً مهماً جداً في سطرين أو ثلاثة. ويستخدم إما كتوسيع فوري لفلاش، وإما كخبر أول للأحداث التي بالرغم من أنها لا تبرر إرسال فلاش فيجب أن تعلن بشكل ملح جداً. والمسبق هو خبر موجز، بصياغة مقتضبة ومكثفة لا يتعدى ٣٠ أو ٣٥ كلمة، ويجب أن يحتوي حكماً ذكراً للمصدر (عند الاقتضاء، كما قال شهود) حين لا تكون الوكالة هي نفسها مصدره.

ويبث المسبق بالصورة التالية:

- ١- المفتاح (العنوان) على سطر التعليقات.
- ٢- على السطر التالي كلمة (مسبق).
- ٣- فاصل بين سطرين.
- ٤- على السطر التالي، المنشأ والتاريخ ثم النص.

مثلا:

- مسبق أرسل أثر فلاش

فلاش...

دي موان (الولايات المتحدة) انفجار نووي في مركز (رسميا) - أ.ف.ب

في الثواني التالية يرسل المسبق

انفجار نووي (سطر التعليمات)

مسبق.. (البادئة التي تحدد مدى إلحاح الخبر)

دي موان (الولايات المتحدة) في ٦ / ١ / أ.ف.ب / أفادت الحكومة

الأميركية عن وقوع انفجار نووي الأربعاء في مركز ذري بالقرب من دي موان

(ايوا).

وترى فرنس برس أن المسبق يعلن خبرا شديد الأهمية ولكن لا يبرر

إرسال فلاش.

مثلا:

حادث - طائرة

مسبق...

باريس في ١٠ / ٦ / أ.ف.ب / أعلن برج المراقبة أن طائرة بوينغ ٧٤٧

أميركية تقل ما لا يقل عن ٢٠٠ راكب تحطمت قرب مطار إورلي - أ.ف.ب

وقد يتطلب حدث إرسال عدة أخبار مسبقة، في هذه الحالة نحتفظ

بالمفتاح نفسه.

مثلاً:

إعلان عن وقوع زلزال في تركيا باستخدام مسبق.

زلزال - تركيا

مسبق...

أنقرة في ١٠/٦/أ.ف.ب/ أدى زلزال عنيف الأربعاء لوقوع عدة آلاف

من الضحايا في شرق تركيا، كما أعلن رسمياً في أنقرة. - أ.ف.ب

بعد قليل تعطي السلطات حصيلة أولى تحدد فيها بشكل أدق عدد

الضحايا. وتبرر أهمية الحصيلة إرسال مسبق آخر، يقدم كما يلي:

على سطر التعليقات، مفتاح المسبق الأول نفسه:

زلزال - تركيا _____ (المفتاح)

مسبق.... حصيلة أولى.

أنقرة في ١٠/٦/أ.ف.ب/ قتل ما لا يقل عن ألفي شخص وجرح ستة

آلاف، وفق حصيلة رسمية أولى، بسبب الزلزال الذي وقع الأربعاء في منطقة

أرز روم - شرق تركيا. - أ.ف.ب

ملاحظة: يلي كلمة مسبق، في هذا المثال، عنوان وجيز، وذلك لتمييزه عن

المسبق الأول.

وتلجأ وكالة فرنس برس إلى استخدام عدة مسابقات متتالية عند تغطية

مؤتمر صحافي أو خطاب لرئيس دولة تضمن كل منهما ما يستدعي اللجوء إلى

هذه المسابقات.

ويتبع كل مسبق في مهلة وجيزة جدا لا تتعدى الدقائق، خبر عاجل قصير (١٠٠ إلى ١٥٠ كلمة) يشكل خبرا موسعا لكن مقتضب جدا. وتستعيد هذه البرقية حكما الخبر الذي ورد في المسبق، مضافا إليه بعض الوقائع المهمة.

٣ - العاجل

تنطبق تسمية عاجل على المعلومات التي يجب بثها بسرعة. وهو على ثلاثة أنواع:

- أ - العاجل الذي يلي المسبق بطريقة خبر موسع تام أو ملحق.
- ب - العاجل الذي يشكل نبأ أول ويقدم خبرا مهما لكنه لا يبرر إرسال مسبق. ويتفاوت حجم هذا الخبر العاجل ما بين خمسة و ١٥ سطرا، على ألا يتجاوز في أي حال ١٥٠ كلمة.
- ج - يمكن أن يرد ذكر "عاجل" الموجه للمشاركين في رأس مختلف أنواع الأخبار حتى الطويلة منها (خبر موسع أو محصلة).

٤ - الملحق

ورد سابقا ذكر الملحق المستخدم كمكمل عاجل للمسبق. كما يمكن للملحق أن يكمل الخبر الأول العاجل، شرط التذكر أن هذا الاستعمال يجب أن يبقى دائما استثنائيا.

ويجب قدر الإمكان تجنب نمط تغطية الحدث باستعمال الملحقات، إلا حين تكون الساعة الصفر (المتعلقة بأوقات البث لدى المشاركين) وشيكة، أو أن حدثا مهما يمر بتطورات متسارعة.

إن الملحق في حال ضرورته القصوى يجب أن يخضع للقواعد التالية:

- يجب أن يكون وجيزا.

يجب أن يذكر بمفتاح المسبق أو بالعاجل الذي تقدمه أيضا.

- يجب ألا يستعيد مضمون المسبق أو العاجل.

- يجب أن يليها في أقصر المهل (ربع ساعة على الأكثر).

- يجب أن يكون معدا ليرتبط فوراً بهما لتكوين كل صالح للنشر.

ب- وكالة الأنباء الكويتية (كونا):

تبث (كونا)^(١) نوعين من الأخبار العاجلة، هما:

١. الخبر العاجل جدا:

يستخدم الوكالة هذا النوع في أضيق الحدود، وفي حالات لا يختلف اثنان على أهميتها البالغة، لاسيما في الأخبار المحلية التي تتعلق بحدث سياسي بالغ الأهمية، أو تتعلق بالأمن الوطني، أو بأحداث دولية من المستوى ذاته، على ألا تكون وكالات أخرى قد بثته قبلها بمدة طويلة، وفي هذه الحال تبثه الوكالة بصفة (عاجل).

ويتضمن الخبر العاجل كلمات قليلة لا تزيد على ١٢ كلمة، مع ذكر المصدر، ويبث الخبر من دون عنوان أو عنوان مفصل أو موقع الحدث وتاريخه.

وتضرب الوكالة أمثلة لهذا النوع من الأخبار، ومنها:

- استقالة الحكومة الكويتية.

(١) وكالة الأنباء الكويتية، الدليل المهني، ص ٢٥-٢٧ بتصرف.

- حل مجلس الأمة (البرلمان).

- اغتيال أحد الرؤساء.

- انفجار ضخيم في موقع نفطي.

٢. - الخبر العاجل:

تستخدم الوكالة هذا النوع من الأخبار عند بث الأخبار المهمة جدا أو لمتابعة خبر بثته بصورة (عاجل جدا).

ويبث العاجل مع وضع عنوان وعنوان مفصل وموقع الحدث والتاريخ وذكر المصدر، وقد يتضمن فقرة أو فقرتين.

ومن أمثلة هذا النوع من الأخبار:

- مجلس الأمة يؤجل استجواب وزير.

- حريق في موقع نفطي.

وتضع الوكالة ملاحظات يجب أخذها في الاعتبار عند بث الأخبار العاجلة جدا أو العاجلة، منها:

- يلي الخبر العاجل جدا أو العاجل خبر عادي مفصل يتضمن مقدمات للخبر الأساسي تورد فيه تفاصيل إضافية.

- يطلب إلى المحرر أو المراسل بث الخبر مباشرة من مكان وقوع الحدث بأسرع طريقة ممكنة لبثه بصفة عاجل جدا أو عاجل، ثم يتابع تفاصيله في خبر موسع.

ثانيا - التقرير الصحفي:

ثمة تباين بين الإعلاميين في تعريف هذا الشكل وتحديدده، فمنهم من يعتبر كل مادة خبرية سوى الخبر العادي والتحليل الصحفي والمقال الصحفي تقريرا صحافيا، وهم بذلك يدمجون التقرير الصحفي والاستطلاع الصحفي والتقرير الصحفي والتدقيق الصحفي في مسمى واحد هو التقرير الصحفي، من دون أن يفرقوا بينه والفنون الخبرية الأخرى.

وثمة أسباب عدة لهذا الخلط لعل في مقدمها عدم تحري الدقة بين الإعلاميين عند إطلاق وصف التقرير على موادهم الخبرية المختلفة، وعامل ترجمة المصطلح عن اللغات الأجنبية الأساسية (الإنكليزية والفرنسية) وشيوع استخدامه بين الإعلاميين.

ويعرف أحد الباحثين التقرير الصحفي في وكالات الأنباء بأنه "شكل تحريري يقوم على الوصف الدقيق والموضوعي، والعرض المرتب المتدفق للأحداث أو الوقائع، بكل التفاصيل والخلفيات الدقيقة، مع الإشارة إلى الجو العام المحيط بها"^(١).

والتقرير الصحفي لا يتضمن عادة أي لقاء مع أي شخصية ذات صلة بموضوع التقرير، وكذلك لا يتضمن وصفا مسهبا لما يتحدث عنه مستخدما عبارات أدبية، و مترادفات مختلفة، وجملا تعبيرية إنشائية، لأن ذلك مكانه الاستطلاع، بل يركز المحرر على البيانات والمعلومات والإحصاءات والأرقام التي لديه من مصادر موثوق بها، وتتكون لديه فكرة إجمالية عن الموضوع، ثم

(١) ياسر عبد العزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٦٥.

يبدأ بترتيب مادته الصحافية دون أن يتقيد بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي.

والمصادر الموثوق بها هنا تتعدد لتشمل مراكز البحث والمعلومات المعتمدة والمجربة، سواء كانت رسمية أو خاصة، والأشخاص ذوي الصلة بموضوع التقرير الموثوق كلامهم والمعتمد على تجربة طويلة وخبرات متراكمة ودراسات محكمة ومعتمدة.

ونعني بعدم التقيد بالمقدمات الصارمة عدم حاجة المحرر إلى اللجوء إلى المقدمات التي تبدأ بالأفعال (التي ذكرت في الفصل الثاني) وإطلاق العنان لقلمه ليبدأ بمقدمة جميلة معبرة تناسب الموضوع المطروح، وتلخص أهم ما فيه بعبارات مركزة وبيانات مهمة.

ويمكن إجمال أهم مميزات التقرير الصحافي في النقاط الآتية:

- يتضمن التقرير بيانات وأرقاماً وإحصاءات ومعلومات مهمة من مصادر موثوق بها.
- يتعد قدر الإمكان عن استخدام الأسلوب الأدبي، ويركز على الجمل المعبرة والكلمات التي تؤدي المعنى المراد منها مباشرة.
- يتناول الموضوع من مختلف الزوايا المرتبطة به، ويسلط الضوء على الجوانب كافة.
- مصادر البيانات والمعلومات تشمل أشخاصاً ذوي صلة بالموضوع ودراسات وكتبا ووثائق موثوق بمحتوياتها.

- ترفق بالتقرير أحيانا صور لوثائق أو دراسات مرتبطة به لتأكيد مصداقيته وتعزيز بياناته.
- لا يبدي المحرر أي رأي في الموضوع المطروح سواء كان إيجابيا أو سلبيا بل يكتفي بإيراد البيانات والمعلومات بحيادية وموضوعية.
- لا يلتزم المحرر بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي بل يكون له مطلق الحرية في اختيار مقدمة مهنية معبرة.

ثالثا - التحقيق الصحفي:

يعتبر التحقيق الصحفي مادة لا غنى عنها للصحف اليومية والأسبوعية والمجلات الدورية، لكنه لا يعتبر أساسيا إطلاقا في النشرات التي تبثها وكالات الأنباء العالمية أو المحلية، فقد تخلو نشرة إحدى الوكالات من تحقيق صحفي يوما أو أياما عدة، وقد تبث في أحد الأيام تحقيقات صحافية عدة.

ويقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ومن المصادر التي يتعامل معها، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها ليصل إلى الحل الذي يطرحه المشاركون في التحقيق.

وربما يتضمن التحقيق شرحا وتفسيرا وبحثا عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها.

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته مهمة لأكبر شريحة ممكنة من

الأشخاص المستهدفين، وأن تتسم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة لموضوع طرح سابقا.

ولا ينبغي للصحافي أو المحرر الذي أعد التحقيق الصحافي أن يطرح وجهة نظره في الموضوع إطلاقا، بل عليه أن ينقل ويلخص ما طرحه الأشخاص المشاركون في التحقيق بحيادية وموضوعية، دون أن يرجح رأيا على آخر، أو يساند توجهها ويغض الطرف عن التوجه الآخر.

وعلى الصحافي أن يختار الأشخاص الذين يلتقيهم بعناية ودقة، بحيث يكونون من ذوي الصلة بموضوع التحقيق، ومن أصحاب رؤى وتوجهات مختلفة. ومن الضرورة بمكان أن يرفق الصحافي بتحقيقه الصحافي بصور الأشخاص الذين أجرى لقاءات معهم، وصور عن الموضوع الذي يتطرق إليه، ليعزز مصداقية عمله.

وظائف التحقيق الصحافي:

يؤدي التحقيق الصحافي وظائف عدة تتلاقى مع الوظائف التي يؤديها الإعلام بصورة عامة، ويمكن توضيحها بالتقاط الآتية:

١. وظيفة الإعلام: حيث ينشر التحقيق حقائق وبيانات مهمة ومعلومات جديدة بين القراء.

٢. تفسير الأخبار: يفسر التحقيق الصحافي الأخبار والأحداث ويشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والعلمية والرياضية والأمنية.. إلخ.

٣. التوجيه والإرشاد: يتصدى التحقيق لقضايا المجتمع ومشكلاته، ويسعى إلى البحث عن حلول يطرحها متخصصون وذوو خبرات وتجارب.
٤. التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في أحيان عدة على جوانب طريفة ومسلية في الحياة.
٥. الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين وإنجاز مهم، ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

لغة التحقيق

- إن لغة التحقيق هي عملية بناء متكامل، يشمل اللغة التي تحمل دلالات ورموزاً، يعلم القارئ من خلالها بالمشكلة أو الظاهرة، ويشمل أيضاً تسلسل تقديم وجهات النظر المختلفة، كما يحتوي على الترتيب المنطقي للحجج والأدلة. وتنقسم صياغة التحقيق الصحفي إلى خمسة أساليب أساسية^(١):
١. أسلوب العرض: ويتميز بالبساطة والجاذبية، ويستخدم عندما يكون التحقيق متضمناً لكمية هائلة من المعلومات والمواقف.
 ٢. الأسلوب القصصي: ويتميز بالإثارة والحيوية والرشاقة، وغالباً ما يستخدم في التحقيقات التي تدور حول قضايا تغطي فترة زمنية طويلة، أو تشمل مناطق عديدة، أو تتعلق بأطراف مختلفة.
 ٣. الأسلوب الوصفي: يتسم هذا الأسلوب بوجود قدر معين من الوصف

(١) نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف، قطر، ط١، ٢٠٠١، ص ١٠٠.

المباشر للمكان أو للأشخاص، ويستخدم عادة في التحقيقات التي تهدف في المقام الأول إلى التعريف بأمر ما، أو منطقة ما، أو فئة اجتماعية معينة.

٤. أسلوب الحديث: وهو يعتمد أساساً على آراء شخصية واحدة أو عدة شخصيات، بحيث تكون هذه الآراء هي الهيكل، والعمود الفقري للتحقيق، وأثناء عرض هذا الحديث، أو هذه الآراء يقوم الصحفي بتقديم معلومات ووقائع.

٥. الأسلوب المختلط: وهو أسلوب عام، لا يتقيد بنمط معين، بل يأخذ من الأساليب السالفة الذكر وفق ما يقتضيه الحال وطبيعة التحقيق ذاته، وهذا النوع من الأساليب يتطلب مهارة لخلق بنية متماسكة للتحقيق الصحفي.

إن التحقيق الصحفي، لا يحتمل العرض المبني على العموميات والأسلوب الإنشائي، واستعمال الشعارات، لأنه باختصار يرمي إلى الغوص بعيداً لمعرفة الأسباب، والتنقيب ليس فقط لتشخيص المشكلة، بل بغرض وضع الحلول العملية الملائمة لها.

رابعاً - التحليل الصحفي:

يعتبر التحليل الصحفي (الإخباري) علماً قائماً بذاته وله العديد من الطرق والمفاهيم التي تدعمه، كما يعتبر أرقى الفنون الخبيرة وأكثرها صعوبة وأهمية في الوقت نفسه، لأنه يحتاج إلى مهارات عدة من أهمها:

- إدراك شامل للموضوع الذي يتطرق إليه.
- خبرة متراكمة في التعامل مع الفنون الخبيرة الأخرى.

- تجربة طويلة في ممارسة العمل المهني.
- التخصص في ميدان معين والإلمام بجميع جوانبه.
- القدرة على عرض الحقائق والأحداث والوقائع والأدلة والاستنتاجات عرضاً متسلسلاً ومنطقياً والربط بينها بصورة محكمة.
- تمكّنك ناصية اللغة والقدرة على استخدام أساليب تعبيرية متعددة توضح المعاني المراد الوصول إليها بسهولة ويسر.

ومن شأن التحليل أن يجعل لبعض المواد الخبرية التي تبثها الوكالة معنى ومغزى، ويكسبها فهماً أوسع وأشمل، ويسلط الضوء على زوايا عدة، ويتوصل إلى استنتاجات وخلاصات مستندة إلى أدلة وحجج وبراهين، ويمزج بين الخبر والمعلومات الرامية إلى التفسير من جهة، وبين رأي الصحافي من جهة أخرى.

ويعد التحليل في وكالات الأنباء عادة "بطرح" حجة مركزية" في المقدمة، تعبر عن رأي أو توجه ما، ثم يدعم المحرر هذه الحجة بعدد من الاقتباسات وأقوال المصادر والمحللين والوقائع والبيانات والإحصاءات والأحداث السابقة. كما يعرض المحرر في سياق التحليل بعض الآراء الداحضة للحجة المركزية أحياناً، أو بعض الأحداث التي تقلل من جواهرتها. أما التحليل الإخباري فلا يختلف عن التحليل في الكثير، إلا أنه أحياناً يميل محررو التحليل الإخباري إلى زيادة الجرعة الإخبارية فيه. كما أن الاستعانة بأقوال وتصريحات وتقييمات المحللين غالباً ما تزيد في هذا الأخير^(١).

(١) ياسر عبدالعزيز: عولة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٦٩.

لغة التحليل

يدعو المحللون المرموقون كل من أراد الخوض في غمار كتابة أي تحليل صحافي إلى تجنب استعمال عدد كبير من التصريحات أو الخطب، أو استعمال الحجج، التي لا تفضي إلى توضيح القضية الأساسية بحيث يقتضي أن يوضع في الحسبان، بأنه في التعليق، ينبغي أن يركز الصحافي على مسألة أساسية واحدة، وأن يعبر عن وجه نظر أكيدة، أو عن حجة منطقية في شكل وجيز، وهذا يسمح للمعلق بأن يؤدي المهام التي تعتبر عملياً مستحيلة في ميادين أخرى كالأدب مثلاً.

ويجب أن يدرك المحلل أنه لا يمتلك إلا سطوراً قليلة، يقدم من خلالها تحليلاً واضحاً ومختصراً، وأن الإكثار من الكلمات الغريبة، أو التعابير الفنية الصعبة، تجعل التحليل نصاً غير سليم، وتجرده من رونقه وجدته، وأحياناً من البيان السليم. ومن الجلي أن التحليل الذي لا يقرأ هو تحليل عديم الجدوى، وأن اللغة التي تفتقر إلى الدقة أو السلاسة، وإلى الحجة الدامغة والمنطقية، التي قد تعوض -نتيجة سوء التحكم في الموضوع المعالج- بكلام يستمد من هنا وهناك عشوائياً، تجعل التحليل يجرد عن الهدف الذي أنجز من أجله، ويخلق لدى القارئ نوعاً من الاضطراب الفكري، وسوء الفهم، وبالتالي عدم تقدير الأحداث حق قدرها^(١).

(١) نور الدين بلبليل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٩١.

خامسا - اللقاء (الحوار) الصحافي:

فن يقوم على الحوار بين الصحافي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

وتتعامل وكالات الأنباء العالمية والمحلية مع اللقاءات الصحافية وفق

أسلوبين هما:

أ- الأسلوب التحريري:

وهو الأسلوب الشائع والمتعارف في التعامل مع اللقاءات الصحافية التي يجريها الصحفيون مع شخصيات مهمة، أو شخصيات أدت دورا مهما في أحداث جرت في المدة التي جرى فيها اللقاء.

وفي هذا الأسلوب يتعامل الصحافي مع المادة الخبرية بأسلوب تحريري صرف، فيبدأ المادة بمقدمة تتناول أهم النقاط والمعلومات التي ذكرها ضيف اللقاء، ثم يسرد الصحافي سائر المعلومات والنقاط بالصيغة المعهودة في الخبر العادي، ومن ذلك:

وقال الضيف إن....

وذكر.....

وعن الجانب.... أوضح أن..

ب- الأسلوب النصي:

وهو أسلوب نادر الاستخدام في وكالات الأنباء، لكن لانعدام وجوده

بين حين وآخر على نشرة إحدى الوكالات.

وغالبا ما تلجأ وكالات الأنباء إلى هذا الأسلوب عندما يكون اللقاء مع شخصية عالمية مهمة، كرئيس دولة، أو الأمين العام للجامعة العربية، أو الأمين العام لمنظمة الأمم المتحدة، وتكون الكلمات الصادرة عنه تحمل دلالات مهمة ومعاني ذات وقع شديد.

وفي هذا الأسلوب يعمد الصحفي إلى كتابة مقدمة من فقرة أو اثنتين أو ثلاث تتضمن أهم ما احتواه اللقاء من معلومات وقضايا، ثم يسرد اللقاء حرفيا بصيغة سؤال وجواب، مع الالتزام الحرفي بأجوبة الضيف دون تدخل من زيادة ولا نقصان.

وبعد وضع المقدمة المناسبة يذكر الصحفي العبارة المألوفة بهذا الصدد، وهي:

وهذا نص اللقاء:

.....

ويستعد الصحفي لإجراء اللقاء بالاطلاع على معلومات مهمة عن ضيفه، وقراءة تصريحاته وأفكاره، وتحضير الأسئلة بدقة وعناية، والاحتفاظ بالتسجيل الصوتي مدة زمنية معقولة بعد نشر اللقاء، والتقاط الصور المناسبة، مع التقيد بالموعد المحدد للقاء.

ويقول أحد الباحثين إن اللقاء (الحوار) الصحفي شهد تحولات عديدة في بنائه، فقد انتقل من مجرد خبر بسيط، ليصبح بمنزلة دراسة لطرق التفكير الإنساني، وكشف خفايا الأفراد وأفكارهم ومعتقداتهم، ومزاجهم، كما أضحت منهج بحث مهم من أجل استجلاء الحقيقة.

ومن المعلوم أن الكيفية الحية للانتقال من النقل البسيط للخبر إلى التطرق للجو العام، الذي يجري فيه الحديث، وإلى عناصره، وكذلك التركيز على خبايا حياة الإنسان، كل هذه المواصفات تظهر جلية لأصحاب الأحاديث المرموقين وأثبتت الأبحاث الإعلامية أن القارئ العادي يتأثر بحديث الشخصيات البارزة في مجتمعه، أو في العالم، أكثر مما يتأثر بكتابات أو أبحاث عن الموضوعات نفسها، كما أن القارئ يقترب من فهم القضايا المعقدة من خلال الحوار مع شخصية مهمة، أكثر من أي طريقة صحافية أخرى، وتبرز في الحديث الصحافي عبقرية، وفطنة، وثقافة الصحافي في الحصول على المعلومات التي يرى أنها تلبى رغبة القراء، وتحيب عن تساؤلاتهم.

ومن الواضح أن كيفية طرح الأسئلة، وأسلوب صياغتها يؤثران بشكل كبير في مضمون ولغة الحديث الصحافي، وهكذا فإن الصحافي الذي يطرح أسئلة سهلة تؤدي إلى الإجابة بنعم أو بلا، أو بنسبة، لا يمكنه أن يتوقع إلا أجوبة بسيطة، أي من نوع الأسئلة^(١).

سادسا - الاستطلاع الصحافي:

هو مادة خبرية تصف بصورة مشوقة جذابة أسرة معلما تاريخيا أو معاصرا، أو حدثا يتضمن ميزات عدة يحصل في منطقة ما، مرفقة بالصور الجميلة المعبرة والأشكال الموضحة.

وقد يكون هذا المعلم قصرا أو قلعة أو معبدا أو مدينة أو قرية أو بيتا..

(١) نور الدين بلبليل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ١٠٢.

إلخ يستحق أن تخصص له مادة خبرية بصورة استطلاع مصور لأنه يحمل دلالات تاريخية وأثرية، أو يتضمن معالم جمالية ومعمارية، أو يتفرد بمميزات قل مثلها، في حين يكون الحدث الذي ذكر آنفا معرضا مميزا في أحد المجالات الأدبية أو الفنية أو العلمية، أو أمرا غريبا ونادر حصل في إحدى الدول.

وئمة مميزات للاستطلاع الصحافي يمكن ذكرها في النقاط الآتية:

- يتضمن معلومات وبيانات عن المعلم من مصادر موثوق بها.
- يعتمد على تغطية للمعلم أو الحدث باشرها المحرر بنفسه وليست مأخوذة من صور معينة أو وسيلة إعلامية نشرت تغطية كاملة عنه.
- يتناول جوانب عدة من العمل أو الحدث ليقدم موضوعا يثري معلومات القارئ ويزيد معرفته.
- مصادر البيانات والمعلومات تشمل أشخاصا ذوي صلة بالمعلم أو الحدث ودراسات وكتبا ووثائق موثوق بمحتوياتها.
- ترفق بالاستطلاع صور معبرة عن المعلم أو الحدث تجعل القارئ كأنه يراه أمامه ويعيش مع تفاصيله ومحتوياته.
- لا يلتزم المحرر بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي بل يكون له مطلق الحرية في اختيار مقدمة مهنية جذابة ومعبرة.

لغة الاستطلاع^(١)

اقترن تاريخ ظهور الاستطلاع بنصوص الكتاب الذين وصفوا الطبيعة المحيطة بهم، والناس الذين كانوا يقاسمونهم الحياة. ومن أجل ذلك، هناك من يدمج الرحالين ضمن كتاب الاستطلاعات، لكونهم طافوا عبر عدد من البلاد والأمكنة، وعادوا بوصف لما رأوه، وما لبسوا من أثواب وذاقوا من الأطعمة.

إن دخول رجال الأدب في ميدان الاستطلاع، أثر بعد الحرب العالمية الأولى تأثيرًا كبيرًا على الطابع الفني للاستطلاع، حيث لم يعد هذا النوع الصحافي، مجرد وصف سطحي، بل تطور في شكل أدبي وحوار وقصة بكيفية تهم الإنسان.

والاستطلاع المعاصر، ليس مجرد تسجيل سطحي للواقع الحي ولكنه جواب لجملة من الاستفسارات المعقدة المتعلقة بحياتنا، وفي هذه الحال، فإن تجربة المحرر، ومؤهلاته المهنية، وزاده اللغوي، وإلمامه بالموضوعات المعالجة، تؤدي دورًا مهمًا في كتابة استطلاع متميز.

والمهمة الأساسية لكاتب الاستطلاع، هو مشاهدته لما يجري حوله من أحداث، وما يقال من كلام، ثم يسجل انطباعاته عن كل هذه الأشياء. وعمله الأصلي، يتمثل وقتئذ في: النظر - السمع - الفهم - التسجيل، القرار. وإذا خانت اللغة المحرر، أو إذا لم يشعر القارئ بالمكان، وبالأحداث، والناس، أي بالبعد الدرامي الإنساني، الذي يتضمنه كل حدث، يفقد الاستطلاع الصبغة الإنسانية، ويكون ميتًا يشتم من خلاله رائحة التقرير الإداري.

(١) نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٩٧.

إن نقل ما تمت مشاهدته والاستماع إليه والإحساس به، كلها عمليات تتطلب من المحرر أن يكون مزودًا بلغة ثرية بالمعاني الضرورية لرصد هذه الإحساسات الثلاثة، أما إذا عجزت لغة المحرر عن وصف ما رصده حاسة من الحواس، فإن نقله للواقع الحي المتعدد المشهد، سيكون مبتورًا ومختلاً، وغير ذي رونق وجاذبية. لذا فإن لغة الاستطلاع يجب أن تكون تنبض بالحياة والنشاط، أي تجعل الواقع من خلال القراءة، أو الاستماع، أو المشاهدة، يتحرك من جديد كأنه يعاد تمثيله.

سابعا - التوثيق الصحافي:

منذ القدم أحس الإنسان بحاجة ماسة إلى توثيق الأحداث التي مر بها، إثباتاً لدوره في صنع تلك الأحداث والمشاركة فيها وتأثيره عليها، ولولا عملية التوثيق التي قام بها الإنسان على مر العصور لما استطاعت البشرية أن تتعرف إلى الحضارات المختلفة السابقة ولما وصلت إليها أخبارهم.

وبداية عملية التوثيق المعروفة حالياً كانت مع الحضارات الأولى حيث استخدم الإنسان طرقاً وأساليب مختلفة باختلاف الأدوات والمقومات المتاحة في ذلك الوقت، والتي تعتمد على الظروف البيئية المحيطة بكل فترة زمنية. ويتجلى ذلك بوضوح في الآثار والعملات والمخطوطات القديمة التي عثر عليها والتي تضمنت معلومات تشير إلى الحقب الزمنية التي كان يعيش بها صانعو تلك الآثار والتي علمنا من خلالها تفاصيل حياتهم اليومية وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

وفي أواخر القرن التاسع عشر أصدر العالمان أو تلييت ولافونتين بيليوغرافيا بغرض تجميع الإنتاج الفكري المنشور، ويعد ذلك العمل أول عمل موثق، وأطلق على ذلك النشاط الذي قاما به مسمى توثيق، وتالت بعد ذلك الدراسات والأبحاث المهمة بعلم البيليوغرافيا وتطورت إلى إن وصلت إلى ما هي عليه حاليا إذ يُمكن الحصول على المعلومة بأسرع وقت وأقل كلفة وجهد^(١).

ويعرف قاموس وبستر التوثيق بأنه تجميع للمعرفة المسجلة وترميزها وبثها، على أن تعامل هذه المعرفة بطريقة شاملة وبإجراءات متكاملة، مع الاستعانة بعلم المعاني والوسائل الآلية بأساليب التصوير المختلفة حتى تنال المعلومة أكبر قدر من الإتاحة والاستخدام.

ومع أن التوثيق فن قائم بذاته يرتبط ارتباطا وثيقا بعلم المعلومات والمكتبات ومراكز البحث والتوثيق، فإن وسائل الإعلام تستخدمه بصور عدة، لتجعل منه أحد الفنون الصحافية.

وفي علم الإعلام هناك ما يعرف بعلم التوثيق الإعلامي الذي يفرق المتخصصون بينه وبين العمل المكتبي العام، والعمل المكتبي المتخصص، والعمل البيليوغرافي. وفي هذا العلم يطلع الباحث على مواضيع عدة منها الجمع والاقتناء، والتصنيف والفهرسة، والتكشيف، والاستخلاص، والتسجيل على وسائط تقليدية أو ورقية أو مصغرة أو وسائط إلكترونية، والتخزين ثم الاسترجاع اليدوي أو الآلي، والنشر والبث.

(١) www.alyaseer.net

ويختلف التعامل مع التوثيق من وكالة إلى أخرى، فثمة وكالات تدرج كل ما له علاقة بارتباط زمني تاريخي أو لمحة عن مدينة أو بلد أو شخصية ضمن هذا الفن، وهناك وكالات تفصل فن التوثيق فتنشر قسما منه تحت مسمى بطاقة شخصية وآخر تحت مسمى بروفييل، فيما تستخدم بعض الوكالات مسميات أخرى كالنبذة الشخصية، ورجل في الأخبار، وإطار، لكنها جميعا تندرج تحت راية هذا الفن الصحافي.

وتحتوي المادة التوثيقية عادة على نوعين هما:

أ - الشخصيات:

في هذه الحال تتضمن المادة التوثيقية تعريفا مختصرا أو مطولا بالشخص أو بالشخصيات الذين يتركز عليهم الحدث ويتفاعلون مع الأحداث الجارية، ويشكلون بؤرة اهتمام في منطقة معينة أو في العالم أجمع.

وتتضمن هذا المادة عادة معلومات أساسية عن الشخصية، ورؤية تحليلية لدورها وممارستها، ورؤية استشرافية لمستقبلها ونقدية لماضيها. مع بيان الشهادات التي نالها والمناصب التي شغلها والإنجازات التي حققها، والأسباب التي دعت إلى تسليط الضوء عليه، وماله وما عليه.

ب - المعالم:

تتضمن المادة التوثيقية في هذه الحال معلومات عن معلم ما كمدينة أو قرية أو منطقة جرى فيها حدث مهم، أو مبنى أو معبد ارتبط بقضية أثار اهتمام الإعلام، أو نبذة عن طريقة الحكم وأسلوب اختيار المرشحين

لانتخابات تشريعية أو رئاسية في بلد معين.. إلخ.

وفي كلتا الحالتين يسرد المحرر المعلومات والبيانات بطريقة سردية تتضمن أرقاماً وبيانات وإحصاءات، ويبدأها بمقدمة تمثل مدخلاً لهذه المادة التوثيقية. وتفصل وكالة فرنس برس^(١) في هذا الفن من حيث توثيق المعالم أو توثيق السير الذاتية للأشخاص، فتقول:

ثمة نوعان من السير الذاتية، هما:

أ- الهوية الموجزة:

لا تتعدى عادة الهوية الموجزة الصفحة الواحدة، ويجب في كل حال ألا تتجاوز الـ ٤٠٠ كلمة. وهي توزع مباشرة بعد إعلان الحدث (انتخاب شخصية، جائزة نوبل، وفاة.. إلخ).

ويجب حكماً أن تعدل الفقرة الأولى للهوية الموجزة أو أن تكمل (وتقوم بذلك أمانة التحرير في حال لم تقم به المكاتب المنتجة للخبر) كي تذكر بالحدث وتحدد عمر الشخصية فوراً.

ب- البطاقة الشخصية:

خبر طويل نسبياً يراوح بين ٤٠٠ و ٨٠٠ كلمة يجمع إلى جانب عناصر السيرة الذاتية حصراً (التواريخ، مراحل المهنة) ملامح الشخصية، موضوع الحدث، دورها، سلوكها... إلخ. ويجب أن تنطلق الملاحظات المتعلقة بالبطاقة الشخصية من الجوانب الإنسانية ويجب أن تضم شيئاً من النوادر والشهادات.

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٨٤.

ويكتفى بالهوية الموجزة بالنسبة للشخصيات الثانوية، أما بالنسبة للشخصيات الرئيسية فتعطي أولاً الهوية الموجزة، تتبعها البطاقة الشخصية، وذلك بناء لاهتمامات الزبائن في منطقة جغرافية معينة.

وفياً يختص بالشخصيات العالمية يضاف إلى الهوية الموجزة وإلى البطاقة الشخصية بطاقة شخصية موسعة تكتب بأسلوب المجلات قد تستوعب ٨٠٠ كلمة، وشهادات لشخصيات (رئيسية) على معرفة بالشخصية العالمية، على أن تكون بعض عناصر البطاقة الشخصية والشهادات قد ذكرت بإيجاز في البطاقة الشخصية. وعند الاقتضاء تنشر كذلك بطاقة عائلية تقدم بإيجاز أقرباء الشخصية المذكورة.

وفي بعض الحالات يمكن توزيع الهوية الموجزة والبطاقة الشخصية مسبقاً على الزبائن على أن يضاف إليها ملاحظات إلى أقسام التحرير تشير بوضوح إلى أن نشر هذه البرقيات لا يتم إلا بعد وقوع الحدث المنتظر.

وتسمى وكالة فرنس برس القسم الآخر من التوثيق المتعلق بالمعالم "البطاقة الفنية"، وتعرفها بأنها ملخص موجز جداً من نحو ٢٠٠ كلمة، يتضمن وصفاً لتجهيزات فنية أو لنوع من الأسلحة أو لحدث ما، وتكون هذه البطاقة الفنية مفيدة جداً، وتستعاد جيداً قبل الانتخابات مثلاً، أو قبل أي إجراء آخر فيه بعض التعقيد.