

الدكتور خليفة قعيد

الخطاب الإعلامي المكتوب

الدرس والتطبيق

الدكتور خليفة قعيد

الخطاب الإعلامي المكتوب

الدرس والتطبيق

عنوان الكتاب: الخطاب الإعلامي المكتوب - الدرس والتطبيق-

المؤلف: د. خليفة قعيد

التصنيف: صحافة وإعلام

الحجم: 16x24 Cm

عدد الصفحات: 138 صفحة

رقم الايداع القانوني: 978-9969-517-00-0

ردمك: نوفمبر 2024

تاريخ النشر: 2024

التنفيذ الطباعي:



يتميز الخطاب الإعلامي بكونه نشاطا اتصاليا تخاطبيا قائما على الخبر والرأي، ويكون نصا مكتوبا كما في الصحافة المطبوعة والإلكترونية، أو مسموعا مبنوفا كما في الإذاعة، أو سمعيا بصريا مثلها هو في التلفاز أو متعدد الوسائط كما هو في شبكات التواصل الاجتماعي وما يشبهها. وينتظم الخطاب الإعلامي أو الصحفي بالضرورة بين مرسل هو صاحب الخطاب ومستقبل هو المتلقي عبر أداة اتصال هي الوسيلة الإعلامية والتي بدونها يفقد الخطاب الإعلامي وجوده. كما يمثل الخطاب الإعلامي عقدا لازما يجمع بين طرفين، هما صاحب الخطاب والمتلقي، وعادة ما يكون المتلقي جمهورا عريضا، يسمح بتشكيل رأي عام حول القضية التي يطرحها الخطاب .

ويعدّ الخطاب الإعلامي أيضا خطابا سرديا بامتياز حيث يحمل من جهة شكله، مكوّنه اللغوي الخطابي وبرنامج السرد، وتعدد أصواته، وفواعله وبنائه النسقي، وسياقه الخارجي وأدواته الحجاجية في الإقناع والتأثير واستراتيجيته التداولية في الوصول إلى عقول وقلوب المتلقين. كما يحمل من جهة متنه، الخبر أو القصة الخبرية القائمة عناصرها على الحدث والشخصيات والزمان والمكان والظروف المحيطة.

إن الخطاب الإعلامي من أشدّ الخطابات حساسية وإثارة للجدل نظرا لخطورة تأثيره في الرأي العام لكونه لا يتوجه إلى متلقّ وحيد، بل إلى جمهور عريض من المتلقين قد يصل تعدادهم إلى الملايين لاسيما في الوسائل المكتوبة الإلكترونية والمسموعة والسمعية البصرية حيث يطرح الخطاب قضايا هامة للغاية بل وشديدة الخطورة أحيانا كالاضطرابات السياسية، واشتعال الحروب، وتفشي الأوبئة والفقر والمجاعة. كما يحمل الخطاب بلاغات عن هموم وانشغالات المواطنين بتعدد فئاتهم وطبقاتهم، وهوياتهم ومرجعياتهم الإيديولوجية وقيمهم الدينية والاجتماعية والثقافية وتوجهاتهم السياسية واستشرافهم

المستقبلية حيث يعرض صاحب الخطاب مادته الإعلامية على جمهور المتلقين وفق زاوية معالجة خاصة به أو بمؤسسته وفق إستراتيجية حجاجية وسياق سجالي باستعمال أساليب الإقناع والتأثير المختلفة والاعتماد على لغة يفهمها بالضرورة المتلقي المستهدف، كلُّ بحسب مستواه المعرفي، وحرية في قبول أو رفض ما يعرض عليه من أفكار ومعلومات.

ويعمل الخطاب الإعلامي المكتوب وفق اتجاه خطي يبدأ من صاحب الخطاب (الصحفي أو الإعلامي) عبر الوساطة؛ وهي الوسيلة الإعلامية، وينتهي بالمتلقي الذي يتلقى هذا الخطاب بالقراءة التحليلية أو التفسير والتأويل أو برفض محتواه بالرد عليه حجاجيا وفق سياقه والظروف المحيطة به.

جاء هذا الكتاب في ثلاثة فصول مدعما بعشرات المراجع المفيدة حيث تناولنا في الفصل الأول مفهوم الخطاب الإعلامي العربي القديم والحديث ووسائل الإعلام التقليدية والحديثة. وفي الفصل الثاني تطرقنا بالشرح المفصل إلى أصناف الخطاب الإعلامي المكتوب ومفهوم الخبر والقصة الخبرية لدى القدامى والمحدثين وأنظمة القوالب السردية الصحفية والعناوين وأنواعها. وفي الفصل الثالث، قدمنا تطبيقات عملية وتحليلية وبنوية وتفكيكية للخطاب الإعلامي المكتوب لكي يسهل استيعابه مستعينين ببعض الأمثلة من الأنواع الصحفية منها النبأ والتقرير والربورتاج، كما تطرقنا إلى أهمية سيميائية الصورة المرفقة بالتقرير الصحفي، فضلا عن تناولنا لمفهوم الصحافة السردية مع بعض التطبيقات العملية على نماذج منها.

والله ولي التوفيق

د. خليفة قعيد

الجزائر، الوادي في 01 أكتوبر 2024

الفصل الأول:

الخطاب الإعلامي

مفهوم الخطاب:

تعددت مفاهيم الخطاب الذي هو حاضر في شتى المعارف والعلوم الإنسانية الاجتماعية "إن كلمة خطاب لا يمكن حصرها في معنى واحد، لأن لها تاريخاً معقداً وحافلاً بالاستعمالات المختلفة"⁽¹⁾. ونظراً لصعوبة تحديد تعريفه "أصبح يُترك دون تعريف كأنه صار من المسلمات. وهو يرد بكثرة في تحليل النصوص الأدبية وغير الأدبية ويكثر تداوله في الإشارة إلى نوع من التعقيد النظري بصور عويصة ومبهمة أحياناً. وربما كان له النطاق الأوسع من الدلالات الممكنة بين مصطلحات النظرية الأدبية والثقافية"⁽²⁾.

وعند بعض العرب القدامى، مثل أبي القاسم محمد بن عبد الغفور الكلاعي "يقسم الخطاب إلى ثلاثة أقسام: منه ما رفل ثوب لفظه على جسد معناه، وهذا هو الإسهاب. ومنه ما ثوب لفظه كثوب المؤمن، وهذا هو الإيجاز. ومنه ما خيط ثوب لفظه على جسد معناه، وهذا هو المساواة. ولكل قسم من هذه الأقسام موطن يصلح فيه، ومقام يختص به. فالإيجاز ليس بمحمود في كل موطن، كما أن الإسهاب ليس بمذموم في كل موضع. وقد أطال الله سبحانه وتعالى في كتابه العزيز مرة للتوكيد، وحذف مرة للإيجاز، وكرر مرة للإفهام"⁽³⁾.

وقد كان مفهوم الخطاب مستعملاً في الفلسفة الكلاسيكية حيث تقابل المعرفة الخطائية عن طريق تسلسل الأسباب المعرفة الحدسية، وكانت قيمته إذ ذلك قريبة من اللوغوس (logos) اليوناني، وفي اللسانيات أشاعه ق. قيوم، وشهد انتشاراً فائق السرعة مع أفول

1 (2) فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، منشورات الاختلاف 149 شارع حسينية بن بوعلي- الجزائر ط1، 2010، ص158

(3) سارة ميلز، الخطاب، المرجع السابق، ص13

(1) أبو القاسم محمد بن عبد الغفور الكلاعي، إحكام صناعة الكلام، تحقيق محمد رضوان الداية. دار الثقافة بيروت لبنان 1966، ص89 و90

نجم البنيوية وصعود التيارات التداولية. ومن ناحية القيم الكلاسيكية في اللسانيات، نجد الخطاب ضمن سلسلة من المقابلات. فهو «خطاب مقابل جملة» حيث يمثل الخطاب وحدة لسانية متكونة من جمل متعاقبة، و«خطاب مقابل اللسان» باعتبار اللغة نسق قيم مقدرة تقابل الخطاب، واستعمال اللغة في مقام خاص استعمالا ينتقي القيم ويمكن أن يحدث قيما جديدة، و«خطاب مقابل نص» على أساس أن الخطاب هو إقام لنص في مقامه، و«خطاب مقابل ملفوظ» حيث ينظر إلى الوحدات المتجاوزة للجملة باعتبارها وحدة لسانية (ملفوظ) وباعتبارها فعل تواصل محدد اجتماعيا وتاريخيا. ويفترض الخطاب حصول تنظيم يتجاوز الجملة ويخضع لقواعد تنظيم جارية في مجموعة معينة. كما أن الخطاب مُوجه ويتطور في الزمان نحو جهة ما، ويمكنه أن يحدد عن هذه الجهة بسبب الاستطرادات ولكنه لا يلبث أن يعود إلى اتجاهه الأصلي⁽¹⁾.

كما وضح دومينيك مانغونو أن «مصطلح الخطاب»، من حيث معناه العام المتداول في تحليل الخطابات، يحيل على نوع من التناول للغة، أكثر مما يحيل على حقل بحثي محدد، فاللغة في الخطاب لا تعدّ بنية لغوية اعتباطية بل نشاطا لأفراد مندرجين في سياقات معينة، والخطاب بهذا المعنى لا يحتمل صيغة الجمع: يقال: (الخطاب) و(مجال الخطاب) الخ، وبما أنه يفترض تفصل اللغة مع معايير غير لغوية، فإن الخطاب لا يمكن أن يكون موضوع تناول لساني صرف [٠٠٠] غير أن مصطلح الخطاب يدخل في سلسلة من التقابلات حيث يكتسي قيما دلالية أكثر دقة خاصة: خطاب/جملة: الخطاب يتكون من وحدة لغوية قوامها سلسلة من الجمل [٠٠٠] خطاب/ ملفوظ: فضلا عن طبيعته وحدة لغوية (= ملفوظ) فإن الخطاب يشكل وحدة اتصال مرتبطة بظروف إنتاج معينة أي كل ما هو من قبيل نوع

(2) ينظر باتريك شاردو-دومينيك منغو، المرجع السابق، الصفحات: 180، 181 و182

خطابي معين: نقاش متلفز، مقالة صحفية، رواية الخ⁽¹⁾. أما الخطاب عند الفرنسي بنفينيست (Penvenist)، فهو "الملفوظ منظورا إليه من وجهة آليات وعمليات اشتغاله في التواصل [...] يفترض متكهما ومستمعا وعند الأول هدف تأثيري على الثاني بطريقة ما"⁽²⁾. كما يعدّ الخطاب عند سارة ميلز محادثة خاصة ذات طبيعة شكلية، تعبير شكلي ومنسق عن الأفكار بالكلام أو بالكتابة، يشمل تعبيرا عن الأفكار في شكل خطبة دينية أو رسالة بحث... الخ، قطعة أو وحدة من الكلام أو من الكتابة⁽³⁾.

وعند مقارنة الخطاب بالنص، نجد أن الخطاب عند «فاليري ليتش» و«مايكل شورت» هو "اتصال لغوي يعتبر صنفقة بين المتكلم والمستمع، ونشاطا متبادلا بينهما، وتوقف صيغته على غرضه الاجتماعي بينما يعتبر النص ببساطة اتصالا لغويا (محكما كان أو مكتوبا) تقنن وسيلته المسموعة أو المرئية"⁽⁴⁾. أما «روجر فاوولر» فيفهم الخطاب من خلال الأيديولوجيا "الخطاب" كلام أو كتابة ينظر إليها من زاوية الاعتقادات والقيم التي يجسدها، وتمثل هذه الاعتقادات وما إلى ذلك أسلوب نظر إلى العالم تمثيلا وتنظيما للتجربة أي «الأيديولوجيا» بالمعنى «الموضوعي»⁽⁵⁾. ويخلص فيصل الأحمر من تناول العديد من التعريفات التي تناولت الخطاب إلى الاستئناس بمفهوم الخطاب لدى ميشيل فوكو "الخطاب هو عملية تجميع وتنظيم للكلمات والمعاني المشتتة"⁽⁶⁾؛ وبمعنى آخر يتكون الخطاب

(2) دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة محمد يحيازي، منشورات الاختلاف، 14 شارع جلول مشدل الجزائر 2008 ص 38

(3) سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، الحمراء شارع جان دارك بيروت، لبنان ط 3، 1997 ص 19

(4) ينظر فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، المرجع سابق، ص 158

(5) المرجع نفسه، ص 160

(6) المرجع نفسه، ص 160

(7) المرجع نفسه، ص 161

عند فوكو من وحدات سماها بالمنطوقات، وهي منظومات منطوقية تسمى بالتشكيلات الخطابية والتي تكون دائماً في حقل خطابي معين، وتحكمها قوانين التكوين والتحويل. كما يمثل الخطاب عنده كلمة تطلق على مجموعة من التصريحات التي تنتمي إلى نفس التكوين الخطابي. فالخطاب محدد الزمن، ومن بدايته إلى نهايته شكل تاريخي؛ أي قطعة من التاريخ. وعرف فوكو تحليل الخطاب على أنه تحليل للأداء الشفوي، كما عده تعبيراً عن كل ما يمكن التفكير فيه أو كتابته أو قوله بشأن موضوع أو شيء معين. ويهدف الخطاب لدى فوكو إلى تنوير البنية غير الواعية التي تحدّ من طريقة تفكيرنا⁽¹⁾.

الخطاب لغة:

جاء في «لسان العرب» «الخطابُ والمخاطبةُ: مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً، وهما يتخاطبان»⁽²⁾، وهو التعريف ذاته في «تاج العروس» «الخطابُ والمخاطبة: مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً، وهما يتخاطبان، قال الله تعالى (ولا تخاطبني في الذين ظلموا) وفي حديث الحجاج « أمن أهل المحاشد والمخاطب» أراد بالمخاطب الخطب جمع على غير قياس كالمشابه والملاح، وقيل هو جمع محطبة، والمخطبة: الخطبة، والمخاطبة: مفاعلة من الخطاب والمشاورة، أراد: أنت من الذين يخطبون الناس ويحثونهم على الخروج والاجتماع للفتن»⁽³⁾ وجاء في المصباح المنير «خَطَب: خاطبه: (مُخاطبة) و(خطاباً) وهو الكلام بين متكلم وسامع»⁽⁴⁾.

(2) ينظر محمد شومان، الخطاب الإعلامي - أطر نظرية ونماذج تطبيقية-، الدار المصرية اللبنانية، 16 ش. عبد الخالق ثروت، القاهرة 2007، ص 49

(3) ابن منظور، المرجع السابق، ج 4، ص 135

(4) محمد مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، اعتنى به ووضع حواشيه د. عبد المنعم خليل إبراهيم ود. كريم سيد محمد محمود، دار الكتب العلمية بيروت لبنان، 2011، ج 1/ ص 375 و 376

(5) أحمد بن محمد علي المصري المقرئ الفيومي، المصباح المنير، مطبعة التقدم العلمية، درب الدليل، مصر، 1362هـ/1943م، ص 86

وجاء في معجم اللغة العربية المعاصرة " خطاب: مفرد، جمع خطابات (لغير المصدر):
1- مصدر خاطب. 2- رسالة " أرسل إلى صديقه خطابا مسجلا- خطاب مستعجل/ توصية/
ترحيب/ احتجاج " خطاب مفتوح: رسالة توجه إلى مسؤول علانية عن طريق الصحافة،
أو كلام يسمعه ويقرأه الناس كلهم. 3- كلام يوجه إلى الجماهير في مناسبة من المناسبات
"ألقي الرئيس خطابا سياسيا مهماً". خطاب العرش: خطبة الافتتاح لمجلس الأمة في الدول
الملكية - خطاب طنان: متسم بالتفخيم والمبالغة والتنميق مع استثارة الروح الوطنية.
4محاوره، جدال، كلام (فقال أكفنيها وعزني في الخطاب)⁽¹⁾. أما في اللغة الأجنبية؛
فالخطاب (Discourse) يعني حسب تطور دلالاته التاريخية، كما جاء في قاموس
أوكسفورد: المنطق (reasoning) في القرن 14: المحادثة، الكلام، معالجة موضوع. و
(course): سباق في القرن 16: من اللاتينية (discursus) الركض جيئة وذهابا.
ولاحقا صارت تعني: التحدّث مطوّلاً"⁽²⁾.

الخطاب اصطلاحاً:

بعد ذكر جملة المفاهيم والتعريفات السابقة للخطاب، يمكننا الاستئناس برأي جيرالد برنس،
فنقول بأن الخطاب اصطلاحاً يمثل "مستوى التعبير في السرد كنقيض لمستوى مضمونه أو
القصة، «كيف» في مقابل «ماذا»، العملية السردية في مقابل المسرود، السرد في مقابل
الراوي (وفقاً لمفهوم ريكاردو للمصطلح). الخطاب... يشكل وفقاً لبنفنست مع القصة
(histoire) واحداً من أجزاء النظام اللغوي المتكامل"⁽³⁾. ومن ثمة، فالخطاب يمثل القصة
وطريقة سردها "الخطاب: القصة: وتسمى أيضاً حكاية، وهي سلسلة (مجموعة) من الأحداث

(2) أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المرجع السابق، ص 660

(3) The Concise Oxford Dictionary of English Etymology, Oxford University Press, Great Clarendon Street, Oxford OX2 6DP, UK 1996, P127

(1) جيرالد برنس، المرجع السابق، ص 62 و 63

لها بداية ونهاية. يمكن لهذه القصة أن تنقل بوسائل وأشكال أخرى، بواسطة رواية أو شريط سينمائي أو حكي شفوي... تنتظم الأحداث في كل قصة في إطار متواليات سردية (وحدات). كل متوالية يشدّ أفعالها رباط زمني ومنطقي. الخطاب: الطريقة التي تحكى بها القصة، وكما سبقت الإشارة، القصة الواحدة يمكن أن تنقل بطرق متعددة. ما يهم في الخطاب ليست الأحداث، إنما الطريقة التي يروي بها السارد القصة. بعض الباحثين يستعملون مفهوم السرد narration بدل الخطاب discours⁽¹⁾

مفهوم الإعلام:

يعتبر الإعلام بخطابه المتعدد الأصوات والأبعاد ذا قوة تأثيرية رهيبية وفعالة على الرأي العام المتلقي لهذا الخطاب. فالإعلام سلاح فعال وفتاك في يد من يسيطر عليه سواء كان هذا المسيطر سلطة، أم وسيلة إعلامية. وقد بلغ تأثير الإعلام على الجماهير أن أسقط أنظمة وأتى بأخرى بديلة في أيام قليلة إن لم تكن ساعات فقط. يقول المفكر الفرنسي بيير بورديو (Pierre Bourdieu) (1930-2002) "من يملك المعلومات هو من يستطيع السيطرة والتوجيه؛ فمن يملك يسيطر ويتحكم... فمن يمتلك المعلومة ويستطيع بثها هو من بمقدرته صناعة رأي عام عالمي وفقا لتوجهاته الخاصة وقناعاته الذاتية، وهنا تكمن الخطورة"⁽²⁾

لذلك، سعى الحكام على الدوام -قديما وحديثا- إلى السيطرة على وسائل الإعلام وتوجيهها الوجهة التي يريدون، وإلى معاقبة الوسيلة الإعلامية التي ترفض الانصياع إليها من خلال توقيفها، أو حرمانها من مزايا الاستفادة من الإعلانات العمومية التي تحتكرها الدولة في عدة بلدان عربية على الخصوص، أو بوضع عراقيل بيروقراطية أمام عمليات الطبع والتوزيع

(2) محمد بوعزة، المرجع السابق، ص 71

(1) بيير بورديو، نقلا عن د. محمد فتحي عمارة، الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، مكتبة الشروق الدولية، 22 شارع الأندلس، خلف حديقة

ماري لاند، مصر الجديدة، 2012، ص 23

في المطابع وشركات التوزيع العمومية أو الخيلولة دون حصولها على قروض بنكية لتعطيل استثماراتها وزعزعة استقرار رواتب صحفييها وعملها وغيرها من المصاعب التي تستهدف من ورائها السلطة إخضاع وسائل الإعلام لسياستها.

كما أضحت بعض وسائل الإعلام الأخرى بمثابة إمبراطوريات إعلامية قائمة بذاتها، بالنظر إلى قوة تأثيرها على الرأي العام الدولي لا سيما في فترة الأزمات والحروب مثل القنوات التلفزيونية العالمية: س.ن.ن (CNN)، الأمريكية وب.ب.سي (BBC) البريطانية، وقناة الجزيرة القطرية وغيرها. ولن ينسى العالم دور صحيفة "واشنطن بوست" عندما فجرت أكبر فضيحة سياسية في تاريخ أمريكا اشتهرت بـ "فضيحة ووترغيت" (Watergate scandal) عندما قرر الرئيس ريتشارد نيكسون التجسس على مكاتب الحزب الديمقراطي المنافس في مبنى ووترغيت أثناء معركة التجديد للرئاسة حيث اضطر إلى تقديم استقالته في عام 1972.

الإعلام لغة:

يقال "أعلم - إعلاما. أعلمه الخبر أو به: أخبره به. أعلمه حقائق الأمور. أخبره، أعلمه علياً"⁽¹⁾. و"استعلمه الخبر فأعلمه إياه"⁽²⁾. وبهذا فالتعريف اللغوي للإعلام هو الإبلاغ عن خبر أو حقيقة أمر أي نقل معلومة أو قصة خبرية إليه عن واقعة أو حدث.

الإعلام اصطلاحاً:

يعرف الإعلام بأنه "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة، وأخبار صادقة، وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكار منطقية وآراء راجحة، للجماهير مع ذكر

(2) قاموس المعاني الإلكتروني.

/https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/أعلم/

(3) أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، مراجعة محمد محمد تامر، أنس محمد الشامي، زكريا جابر أحمد، دار الحديث 140 شارع جوهر القائد أمام جامعة الأزهر. القاهرة 2009، ص 808

مصادرها خدمة للصالح العام". كما جاء في تعريف قريب منه أن "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم".⁽¹⁾

مفهوم الصحافة:

الصحافة هي فعل ممارسة جمع وكتابة ونشر الأخبار والمعلومات بعد التحقق منها وتقديمها بطريقة مهنية للجمهور سواء كان ذلك في الصحف المطبوعة والإلكترونية أم التلفاز والإذاعة والإنترنت. والصحافة كما عرّفها معجم المعاني هي "مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة والنسبة إليها صحافي أو صحفي وهو من يزاول حرفة الصحافة. ومن الناحية القانونية، فالصحافة مهنة تحرير المطبوعات الصحفية أو إصدارها. والصحيفة هي ما يكتب فيه من ورقٍ ونحوه ويطلق على المكتوب فيها والجمع: صحف²

ومن ثم، فإن الصحافة تعتبر مهنة يجمع خلالها المشتغلون بالصحافة؛ أي الصحفيين، الأخبار ويحررونها، ثم ينقلوها إلى جمهور الناس والعامة عبر وسائل الإعلام كالتلفاز ومواقع الإنترنت والإذاعة والمجلات والصحف المكتوبة والإلكترونية. وعند مقارنة الصحافة بالإعلام، نجد الأخير يُعرّف بأنه الدور المنوط بالصحفيين والقائمين على إدارة العمل الصحفي. ويمثل هذا الدور في إخبار الجمهور حول ما يدور حولهم من مستجدات في مختلف الميادين. والعمل الصحفي والعمل الإعلامي متداخلان في المفهوم لكون الصحافة

(2) عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1978، ص75

2 ينظر معجم المعاني: مادة صحف،

والإعلام مصطلحان لصيقان ببعضهما بعضا إلى حد كبير، ويصّب كلاهما في ذات المجرى¹.

وللتفريق بين الصحفي والإعلامي، يمكن القول إن المشتغلين في قطاع الإعلام ووسائله مثل المنشط والمصور والتقني ومهندس الصوت ومدير الوسيلة الإعلامية بالإضافة إلى الصحفي، فهم إعلاميين. وعليه، فإن الصحفي إعلامي بالضرورة وليس كل إعلامي صحفيا. الإعلام وحقوق الاتصال المجاورة:

يعتبر الإعلام (Information) نوعا من أنواع التواصل أو الاتصال (communication). وتشبه علاقة الأول بالثاني علاقة الخاص بالعام أو علاقة الجزء بالكل باعتبار أن الاتصال أعم، لكونه يشمل أنواعا اتصالية أخرى مثل الإشهار، الدعاية، العلاقات العامة وغيرها " فإذا كان الإعلام يتمثل في نقل الإخبار والمعلومات المختلفة من المرسل إلى المرسل إليه، فإن الاتصال يتجاوز الوظيفة النقلية الإخبارية إلى الوظيفة التفاعلية بين المتخاطبين." (2) ويشير مصطلح "الإعلام (Information) إلى تلك العملية الإعلامية، التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية؛ أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها

1 ينظر فاطمة مشعلة، معلومات عن الإعلام والصحافة، موقع موضوع كوم، 04-09-2021 المعاينة: 18-09-2024
https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA_%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9_%D8%B9%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9

(3) بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، شارع فرنكلين روزفلت، الجزائر، العدد 23 السداسي الثاني 2009، ص 91

أو إرسالها عبر صحيفة، أو وكالة، أو إذاعة، أو محطة تلفزيونية إلى طرف معني بها ومهم بوثائقها.⁽¹⁾

ويختلف مصطلح «الإعلام» عن مصطلح «العلاقات العامة» التي هي نوع من أنواع الاتصال أيضا حيث تعتمد المؤسسات الخاصة أو العامة على «العلاقات العامة» لفائدة أفرادها وربط الثقة بينها وبين محيطها الخارجي. وتحتاج هذه المؤسسات إلى الإعلام في استخداماتها للعلاقات العامة في عملية الاتصال والتواصل حيث يكتسي الإعلام، هنا، وجهين: إعلام داخلي وإعلام خارجي "يقوم الإعلام الداخلي في مجال العلاقات العامة بدور فعال في تقديم الأخبار والمعلومات إلى العاملين بالمؤسسة (أو طلاب الجامعة أو المدرسة وأساتذتها أو أطباء المستشفى وموظفيها...الخ) ويستخدم في ذلك كافة وسائل الإعلام. وكذلك فإن الإعلام الخارجي في مجال العلاقات العامة يقوم بنشر الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة على جماهير المؤسسة (المستهلكين أو المساهمين أو الموردين أو الموزعين أو الجمهور المحلي أو الجمهور العام) عن طريق وسائل الإعلام المختلفة"⁽²⁾ ولهذا "عُثر في القاعدة: «اعمل جيدا وعرف بما تعمل» على الفكرة الرئيسية للعلاقات العامة."⁽³⁾

كما يتباين مفهوم «الإعلام» عن مفهوم «الإعلان Advertisement» أو (Publicity) مثلما يطلق عليه في البلدان الانجلوسكسونية، أو مصطلح «الإشهار Publicité» في البلدان الفرنكفونية وعدة بلدان أخرى. ويعني «الإعلان» "نشر المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات أو الأفكار في وسائل الإعلام المختلفة لخلق حالة من الرضا

(2) سامي ذبيان، المرجع السابق، ص 35

(3) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتاب، 38 شارع عبد الخالق ثروت، القاهرة، ط5، 1984 ص238

(4) جان شوميليو دنيه ويسمان، العلاقات العامة، ترجمة فريد أنطونيوس، مكتبة الفكر الجامعي، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1970 ص17

النفسي في الجمهور بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها أو الترويج لها نظير دفع مقابل⁽¹⁾. ومن أهم وسائل نشر الإعلانات، زيادة عن الشبكات العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي يمكن ذكر "الصحف والمجلات، الأفلام السينمائية والصور المتحركة، اللافتات واللوحات، البريد، لافتات المحلات، الراديو والملصقات بوسائل النقل، الكالوجات، الدليل، النشرات، نتائج الحائط، هذا بالإضافة إلى التلفزيون والذي أصبح من كبرى طرق نشر الإعلانات"⁽²⁾

كما يتميز «الإعلام» عن «الدعاية» التي تعني مجالا من النشاط الاتصالي يرغم الناس على اتباع أفكار أو سلوكيات معينة لغاية يريدتها مصدر الدعاية وتستغل الدعاية وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها، وعادة ما يتجلى النشاط الدعائي في فترات الانتخابات السياسية وأثناء الحروب. فالدعاية تمثل "المحاولة العامة لإقناع الناس، بكل الوسائل المتاحة، بأن يفكروا ويسلكوا بأسلوب يرغبه المصدر. إنها وسيلة لغاية"⁽³⁾. بالإضافة إلى كل ذلك، فإنه على مستوى الإعلام ذاته، هناك تمايز واضح بين أنواعه، فهناك الإعلام المكتوب. وينقسم إلى إعلام ورقي يستخدم الجريدة للوصول إلى القارئ وإعلام الكتروني يستعمل الشاشة الالكترونية كوسيلة للوصول إلى القارئ. وهناك أيضا الإعلام السمعي البصري الذي ينقسم بدوره إلى إعلام إذاعي يعتمد على بث الأخبار والمعلومات لجمهور المستمعين عن طريق الصوت عبر وسيلة البث وهي الإذاعة، وإعلام تلفزيوني يعتمد على الصورة والصوت معا في الوصول إلى جمهور المشاهدين عبر التلفزيون.

(2) حامد عبد السلام زهران، المرجع السابق، ص 338

(3) أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ص.ب 749، بيروت، 1981، ص 36

(1) فيليب تايلور، قصص العقول - الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي-، ترجمة سامي خشبة، سلسلة المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 256 أبريل سنة 2000 ص25

وبالعودة إلى الإعلام المكتوب، فإنه يلاحظ وجود تداخل في المصطلحات التي تشير إلى معنى واحد. فمصطلح «الإعلام المكتوب» ومصطلح «الصحافة المكتوبة» (الاسم التقليدي للصحافة المكتوبة باعتبارها ظهورها التاريخي قبل غيرها) يعنيان، في الواقع، شيئاً واحداً وهو بحث ونشر الأخبار عن طريق الكتابة في وسائل الإعلام المكتوبة وهي الصحف الورقية والإلكترونية. ويشير رولان كايrol في كتابه "الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية" إلى تعريف الصحافة المكتوبة بأنها «الأنباء المكتوبة» في مقابل «المذاعة والمتلفزة»؛ أي الصحافة السمعية البصرية.

وبرأي رولان كايrol، فإن لفظة "صحافة" تجد أصلها بالواقع من الآلة المستعملة لصناعة الجرائد والكتب: الصحافة المطبوعة. لذلك فهو يستأنس بوجهة نظر جاكلين بوليتي التي ترى أنه لا يوجد صحافة إلا مكتوبة "إن مفهوم «الكتابة الصحفية» لدى الباحثين في فن الكتابة الصحفية قصروه على المواد الإعلامية التي تنشرها الصحيفة سواء كانت ورقية أم إلكترونية، مثلما " أن الباحثين في الفن الإذاعي والفن التليفزيوني عندما أرادوا استخدام مصطلح يشير إلى الكتابة الإذاعية والكتابة التليفزيونية استخدموا اصطلاح «فن الكتابة الإذاعية» للإشارة إلى الكتابة الإذاعية.. واصطلاح «فن الكتابة التليفزيونية» للإشارة إلى الكتابة التليفزيونية"⁽¹⁾ وهما مختلفتان كتابةً وتحريراً عن «فن الكتابة الصحفية» المعتمدة على الصحيفة (الورقية أو الإلكترونية) كوسيلة إبلاغ وإعلام للقارئ بينما الكتابة الإذاعية والكتابة التليفزيونية تعتمدان على الصوت المسموع في البث الإذاعي، وعلى الصورة السمعية البصرية في البث التليفزيوني لإبلاغ وإعلام المستمعين والمشاهدين.

(1) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب 28 شارع عبد الخالق ثروت - القاهرة مصر ط4 / 1990، ص

مفهوم الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي فعل لغوي إنساني يتميز بكونه نشاطا تخاطبيا تواصليا ذا وظيفة حجاجية ومقصدية يتوجه به صاحب الخطاب (الصحفي) أو صوته، إلى جمهور عريض من المتلقين عبر وسيلة إعلامية بهدف الإعلام، والإقناع، والتأثير، وتشكيل المواقف. وقد تكون الوسيلة الإعلامية الناقلة للخطاب مكتوبة مثل الصحافة الورقية والإلكترونية، أو سمعية كالإذاعة والصوتيات الإخبارية الإلكترونية أو سمعية بصرية مثل التلفاز أو المرئيات الإلكترونية، أو صورة فوتوغرافية أو كاريكاتورية وما سواها من وسائل الإعلام التقليدية والمعاصرة. وقد تعددت مفاهيم الخطاب الإعلامي بحسب الدلالات والتوظيفات التي يستعملها الباحث. فهناك من ينظر إلى الخطاب الإعلامي على أنه "منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية-ثقافية (socio-culturelle) محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها"⁽¹⁾. وكون الخطاب الإعلامي منتوجا لغويا إخباريا وفق هذا التعريف، فإنما لأنه خطاب اتصالي يعتمد لغة تخاطبية من مرسل، هو صاحب الخطاب إلى جمهور المتلقين؛ فهو "يخاطب عقول الجماهير وعواطفهم السامية ويقوم على المناقشة والحوار والإقناع. وينزع نزعة ديمقراطية. وعلى هذا لا بد أن نسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية"⁽²⁾. و"العملية الإعلامية هي واقعة (حدث أو حادثة في مكان وزمان محددين) أي أن شيئا ماديا قد حدث، محددا بزمان ومكان، وبأشخاص معينين. وتشمل العملية الإعلامية كل وقائع نقل المعلومات، كل أشكال الاتصال، كل صيغ إبداء الرأي وتحديد

(2) بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، المرجع السابق، ص 94 و 95

(3) حامد عبد السلام زهران، المرجع السابق، ص 337

المواقف...الخ.⁽¹⁾ أما البنية الاجتماعية - الثقافية التي يجري في إطارها الخطاب الإعلامي، فالمقصود بها " البنية الاجتماعية والثقافية والنفسية التي تعدّ من مرتكزات المعرفة المشكلة لمضامين النصوص الإعلامية؛ ذلك أن الإعلام إنما يتحرك في سياق اجتماعي، وبدونه يبقى التواصل الإعلامي مجرد نظرية غير مفهومة بشكل متكامل"⁽²⁾

وهناك من يعتبر الخطاب الإعلامي عملية أداء وإيصال رسالة كلامية من متكلم إلى مستمع بهدف التأثير والإقناع كالباحث أمجد أبو العلا الذي يرى بأن الخطاب الإعلامي يمثل تركيباً من الجمل موجهاً عن قصد إلى المتلقي بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب عن طريق الشرح والتحليل والإثارة ويتضمن هذا الخطاب أفكاراً في مجالات شتى ويهدف الخطيب إلى تغيير النفوس والعقول والأفكار والواقع مما يجعله في حالة لها صفات وسمات وهيئات مختلفة.

أما الباحثة حميدة سميسم، فتعتبر الخطاب الإعلامي عملية تقنيع للواقع وتصوره وفق إدراك مسبق كما يجب أن يكون ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية بما يقوله ويتسم بطقوس معينة وله سماته وأبعاده. وبالرغم من تعدد مفاهيم الخطاب الإعلامي، فإنه في النتيجة عملية اتصالية يسعى لنقل الكلام من شخص إلى شخص آخر عبر الوسيلة الاتصالية بهدف الإقناع وباستخدام الحجّة والبرهان والتدليل على قوة الحجّة بشكل موضوعي. كما يكون

(2) سامي ذبيان، المرجع السابق، ص 100

(3) هشام صويلح، الخطاب الإعلامي: دراسة في تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة المجلد الثامن، العدد: 03، بتاريخ: 15.09.2015، ص 183

أكثر فاعلية إذا توجه لأكبر قدر ممكن من الجماهير كونه سوف يسعى إلى تشكيل العقول باستخدام وسائل الإقناع للاستحواذ على نفوس الجماهير⁽¹⁾.

كما يمثل الخطاب الإعلامي "مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية، وغيرها من الخطابات النوعية"⁽²⁾. ويخضع الخطاب الإعلامي باعتباره خطاباً سردياً بامتياز إلى قوانين السرد وبنياته وآلياته لكونه يتوفر على متن حكاوي متمثل في قصته الخبرية، كما يتوفر على مبنى حكاوي هو صيغته السردية التي تنتظمه سواء كان مكتوباً أم ملفوظاً "إن كل ملفوظ هو عمل (وعد، اقتراح، أكد، سأل...) يهدف إلى تغيير وضعية، وفي مستوى أعلى تندمج هذه الأعمال الأولية في أنشطة لغوية من جنس معين (منشور، وصفة طبية، نشرة أخبار تلفزيونية...) مرتبطة هي نفسها بأنشطة غير كلامية. إن هذا الفعل يمكن النظر فيه في إطارات نفسانية اجتماعية متنوعة"⁽³⁾. ويتميز الخطاب الإعلامي بكونه خطاباً سردياً من حيث نقله قصة خبرية هي متنة إلى المتلقي عن طريق السرد. فهو خطاب يشتمل على كافة مكونات العملية السردية، من مؤلف حقيقي هو الصحفي، وصاحب خطاب هو السارد وخطاب مسموع أو مرئي أو مكتوب هو المسرود، ومتلق حقيقي، قارئ، مستمع، مشاهد، أي مسرود له.

كما أن الخطاب الإعلامي أو الصحافي بتعبير بعض الباحثين، هو فضاء يتأسس على اللغة التي تضطلع بوظيفة تشكيل رؤية للعالم. وهو خطاب إخباري ناقل للحدث حسب تعدد

(2) ينظر قاسم حسين السعدي، الخطاب الإعلامي للشيخ الدكتور أحمد الوائلي، دراسة-مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية

صفي الدين الحلي، جامعة بابل، العراق، ج 1 العدد السادس 2011، ص 127

(3) أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، دار الثقافة، الدار البيضاء، المغرب، ط 1، 2002،

ص 110

1) (ينظر باتريك شاردو-دومينك منغو، المرجع السابق، ص 182 و 183)

أغراض النوع الإخباري. وبسبب ما يكتنفه من تعليقات وانتقادات وشروحات، فإن الرأي يكون غايته المحورية التي من أجلها وُضع الخبر الذي تخضع عملية نقله للزيادة والنقصان والتحوير وتعكس رؤية الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية للعالم والوجود حيث تسخر اللغة الصحفية لخدمة البعد المجاجي وحمل الجمهور على الاقتناع بطروحات الصحيفة والعمل بها. وتبنى الجريدة إستراتيجيات خطابية ترتبط بطريقة تنظيمها للمادة الصحفية من خلال شكلها وعنوان الجريدة وطريقة تقسيم الصفحات واستخدام الصور والرسوم والمظاهر التيبوغرافية والطبوغرافية وعنونة المقالات، كما ترتبط بالمتن اللغوي الذي تعكسه الأساليب التدوالية والمجاجة من مقاطع وروابط حجاجية وتوظيف ظاهرة تعدد الأصوات⁽¹⁾.

ولكون الخطاب الإعلامي يمثل أداة تعبير مجتمعية من خلال وسائل الإعلام، خاصة في الميدان السياسي بحكم الصراعات السياسية، والفتن والأزمات والحروب، فقد يقع بعض الباحثين في الاشتباه بين الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي إلى درجة اعتبار أحدهما يتحول إلى الآخر بحكم الارتباط الوثيق بين السياسة والإعلام. ولعل هذا هو السبب الذي جعل الباحث بشير أبرير يقع في الاشتباه بينهما في قوله "يرتبط الخطاب الإعلامي بالخطاب السياسي ارتباطا واضحا، فلا يخلو الخطاب الإعلامي من الشحن السياسي ولا يخلو الخطاب السياسي من الشحن الإعلامي؛ بل إنني أذهب إلى كون كل خطاب منهما يتحول إلى الآخر؛ فالخطاب الإعلامي قد يتحول إلى خطاب سياسي والخطاب السياسي قد يتحول إلى خطاب إعلامي، وهذا يدل على شدة الترابط بينهما، حتى أننا كثيرا ما نقراء، وكثيرا ما نقول: الإعلام والسياسة أو السياسة والإعلام، فكلاهما يقتضي الآخر"⁽²⁾.

(2) ينظر عمر بلخير، الخطاب الصحفي الجزائري المكتوب، دراسة تداولية، دار الحكمة للنشر، الجزائر 2009،

(1) بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، المرجع السابق، ص 98 و 99

لكننا في الحقيقة، يمكننا ملاحظة الفرق بين الخطابين. فالخطاب الإعلامي خطاب ناقل للخطاب السياسي وغيره من الخطابات الأخرى الاجتماعية والثقافية وما إليها عبر وسيلة إعلامية أو أكثر إلى جمهور المتلقين للخطاب الإعلامي سواء كان مكتوبا، أم مسموعا، أم مرثيا. كما أن صاحب الخطاب الإعلامي هو السارد الإعلامي؛ أي الصحفي أو الكاتب الإعلامي بينما صاحب الخطاب السياسي قد يكون شخصية سياسية، أو هيئة حزبية، أو مؤسسة رسمية... الخ. وينفرد الخطاب السياسي بخصوصيته بعيدا عن الخطاب الإعلامي عندما يلتقى مباشرة في قاعة أمام الجمهور، أو يُدَوّن في بيان سياسي يتم توزيعه إن كان مكتوبا، أو يُبثّ عبر وسائل الاعلام المكتوبة والسمعية البصرية - كما هو - دون زيادة أو نقصان، أو ينشر في الصحيفة في شكل إعلان سياسي مدفوع الثمن بصفته إشهارا. ومن ثم، يصبح الخطاب السياسي له متن أي محتوى، وله مبنى لغوي تعبري كأي خطاب آخر.

أما إذا نقلت وسائل الإعلام الخطاب السياسي، وأعاد الصحفي أو الكاتب الإعلامي معالجته وفقا لأنواع الصحفية المعروفة: نبأ، تقرير، افتتاحية، تعليق، عمود، مقال تحليلي... الخ، فإننا نصبح لا محالة أمام خطاب إعلامي بامتياز قد يحمل في متنه أو محتواه خبرا سياسيا، أو اجتماعيا، أو ثقافيا... الخ. ولكنه في كل الأحوال ليس خطابا سياسيا ولن يكونه. لذلك يؤدي هذا الاشتباه بينهما لدى بعض الدارسين إلى تحليل محتوى الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي ويهملون دراسة مبنى هذا الأخير، ويظنون أنهم يحللون خطابا سياسيا فيما هم يحللون مضمون الخطاب الإعلامي. أما إذا كانوا يدرسون وثيقة سياسة مكتوبة، مسموعة، أو مرئية، ففي هذه الحالة، نحن أمام خطاب سياسي. وإذا وقع الاشتغال على الخطاب السياسي انطلاقا من نص الخطاب الإعلامي المكتوب أو المبثوث في وسيلة إعلامية، وعالجه وحرره الصحفي حسب رؤيته، أو وفقا لنوع الخطاب الصحفي المناسب وال قالب السردى المختار من طرفه؛ فهو خطاب إعلامي لا خطاب سياسي.

وتتنوع أنواع الخطابات الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية الناقلة للرسالة الإعلامية. فإذا كانت الوسيلة سمعية بصرية كان الخطاب مرئياً ومسموعاً مبثوثاً على التلفاز سواء أكان خطاباً حياً مبثوثاً مباشرة أم مسجلاً ومنقولاً غير مباشرة. وفي كلتا الحالتين يستدعي الخطاب المتلفز حضور جمهور المتلقين الذي يطلق عليهم «المشاهدون». ويمكن في ذات المعنى، بث الخطاب ذاته بوسائط الميديا الإلكترونية في مثل اليوتيوب وغيره. كما يمكن بث الخطاب الإعلامي المسموع عن طريق الإذاعة ووسائل الصوتيات السمعية الإلكترونية مثل البودكاست (Podcast)، ويتطلب الأمر وجود متلقين للخطاب يطلق عليهم «المستمعون». ويمكن أيضاً نقل الخطاب الإعلامي مقروءاً عن طريق الصحيفة الورقية أو الإلكترونية؛ حيث يطلق على المتلقين للخطاب، في هذه الحالة: «القراء».

الخطاب الإعلامي العربي القديم:

عرف العرب قديماً -مثل غيرهم من الأمم- الخطاب الإعلامي عبر وسائل الاتصال القديمة التي نقلت إلى الجمهور خطاباتهم الإعلامية الحاملة لأخبارهم، وبطولاتهم ووقائعهم، وقضاياهم، وأفكارهم ومشاعرهم، وفنونهم، وخبراتهم الحياتية، وشخصياتهم البارزة، وسرودهم القصصية مع أن الكثير من هذه الخطابات الإعلامية كان يصب -وقتها- في خدمة السلطة الحاكمة ويعبر عن توجهاتها وأهدافها أكثر منه في خدمة الرعية وطموحاتها "اشتهر العرب قبل ظهور الإسلام وبعده بتعاطي النثر المسجوع والشعر بأنواعه والملاحم والسير الشعبية، ولعل أبرزها عنتر بن شداد وسيف بن ذي يزن والسير الهلالية وألف ليلة وليلة وغيرها. وقد كانت لذلك وظائف إعلامية وإخبارية في خدمة السلطة الحاكمة"⁽¹⁾. كما عرف العرب كغيرهم من الشعوب القديمة الخطاب الإعلامي الموجه إلى جمهور المتلقين، ومثاله الخطاب المكتوب في مخطوط صحيفة المقاطعة بين قريش والرسول صلى الله

(1) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، المرجع السابق، ص 67

عليه وسلم ومن معه من الصحابة؛ حيث أدت شهرته إلى تغييب أو إغفال إسناده "خبر صحيفة المقاطعة [...] تعدّ من الأخبار المشهورة في السيرة النبوية... ولعل شهرة الخبر، ورواية العدد الكبير له كونه معلوماً لأكثر الناس أغنى عن الاهتمام بإسناده، ومن شواهد هذا أن من روى الخبر بإسناد نجده يجمع الأسانيد، ثم يسوق لفظاً واحداً بعد أن يقول: دخل حديث بعضهم في بعض"⁽¹⁾. وجاء في هذا الخطاب الإعلامي المكتوب الموجه من قريش ضد الرسول صلى الله عليه وسلم وقومه من بني هاشم وبني المطلب ألا يناكحهم ولا ينكحوا إليهم، ولا يبايعونهم ولا يبتاعون منهم، فكتبوا صحيفة في ذلك، وكتب في الصحيفة عكرمة بن هاشم بن عبد مناف بن عبد الدار، وعلقوها بالكعبة⁽²⁾.

وقد اتسع مدلول «الخبر» في السرد العربي القديم إبان العصر العباسي، بوصفه قصة وخطاباً، فإذا به يعني الإبلاغ ونقل كافة أنواع الأحداث والوقائع، وها هو" الجاحظ يستعمله للدلالة على معارف مختلفة. وهو يذكر السبل الموفية على المعرفة من قبيل الحواس والتفكير والنظر، ويقول إن الناس «جعلوا مع ذلك سبيل المعرفة بصدق الأخبار كالعلم بالأمصار القائمة، والأيام الماضية كبدر وأحد والخنادق، وغير ذلك من الوقائع والأيام، وكالعلم بفرغانة والأندلس والصين والحبشة، وغير ذلك من القرى والأمصار -سبيلاً للاكتساب والاختيار». وهو هنا يجعل الخبر مندرجاً في سلك التلقين والسماع غير متصل بالتجربة الحسية أو النظر العقلي. والمتأمل في هذا القول يلاحظ أن الأخبار قد تطابقت وألوانا من المعارف التي بدأت تنزل في عصر الجاحظ منزلة مخصوصة. فالتاريخ (الوقائع) وأيام العرب (الأيام) والمغازي (بدر وأحد والخنادق) والجغرافيا (العلم بالأمصار القائمة) تدخل ضمن الأخبار لأن قوامها جملة من المعلومات متنوعة السياق الذي تندرج فيه والغاية

(2) ينظر علي صالح مصطفى، المرجع السابق، ص 144

(3) محمد بن إسحاق المطليبي، السير والمغازي، تحقيق سهيل زكار، دار الفكر، بيروت 1978، ص 156

التي تروم بلوغها جاءت في صورة أخبار⁽¹⁾. لذلك، "وجدنا حديثاً عن الأخباريين أو أصحاب الأخبار لا بوصفهم مجرد علماء محدّثين بما يعرفون. لا بل إننا أصبحنا نجد أخباريين ليس لهم بواقع الخبر صلة وإنما هم متحدثون عمدتهم البراعة في القص والإيهام"⁽²⁾؛ أي أنهم ليسوا محدّثين من صنّاع الخبر، وإنما هم مجرد ناقلين له كما يفعل الصّحفي اليوم. وسائل إعلام الخطاب الإعلامي العربي القديم:

تنوعت وسائل الإعلام بمفهومها القديم بين المنادي والناخ في البوق، والقصيدة الشعرية، والخطبة. وفيما يلي نوضح بإيجاز هذه الوسائل الإعلامية التي كان يستعملها العرب قديماً مثل غيرهم من شعوب المعمورة.

المنادي:

لعب المنادي في العصور القديمة دور الخبر الصحفي اليوم حيث كان يقدم خطابه الإعلامي في صورة شفاهية مسموعة أو صوتية مستعملاً النداء والبوق "بدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة حين عرف الإنسان عملية تبادل الأخبار عندما كان ينفخ في الأبواق معلناً حالة الحرب أو السلم أو احتفالاً بمناسبة دينية أو بزواج أو بوفاة حاكم أو بسقوطه أو بتنصيب حاكم جديد. كذلك عرفت العصور القديمة وجانب من العصور الوسطى «المنادين» الذين كانوا يجوبون الأسواق وأماكن التجمعات البشرية الأخرى ليبلغوا «الرعية» أو المواطنين أو أمر الحكومة وبياناتها"⁽³⁾. فقد كان «المنادي» وسيلة إعلامية تقليدية لنقل الخطاب الإعلامي المسموع معتمداً في ذلك على البوق والصوت لتوصيل الرسالة الإعلامية "كان النداء وسيلة لنشر الأخبار في العصور القديمة. وما زال لحد اليوم

(2) محمد القاضي، المرجع السابق، ص 82

(3) المرجع نفسه، ص 49

(1) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، المرجع السابق، ص 64

في البلاد العربية كسوريا وغيرها. وشهد الناس في تلك العصور القديمة (المنادي) وهو يتجول في المدينة عرضاً وطولاً. وكثيراً ما كان للمدينة الواحدة منادون كثيرون في وقت واحد. واستمرت هذه العادة في بعض البلاد العربية إلى منتصف القرن العشرين بالرغم من وجود الصحف والراديو وغيرها من وسائل الإعلام.

وقد كان يعهد إلى المنادي بإذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية. وكان على المنادي أن ينبئ عن وصول الحاكم الجديد إلى الإقليم أو الولاية. كان يعهد للمنادي كذلك إذاعة المواعيد التي حددتها الحكومة للأعياد الدينية ونحوها. كما كان على المنادي كذلك أن يذيع نبأ وفاة عظيم من عظماء الدولة. وكان عليه أن يخبر بوصول السفن الحربية ورحيلها عن الموانئ العربية.⁽¹⁾ ولعبت هذه هذه الأدوات والوسائل الصوتية المستعملة في الخطاب الإعلامي في العصور القديمة دور الصحافة كما نعرفها اليوم. وقد أدت كثيراً من وظائف الصحافة في الحضارات التي لم تعرف القراءة أو الكتابة، وقد كان نأخو الأبواق والمنادون هم المخبرين الصحفيين في العصور القديمة. وهم الآباء الأوائل للصحافة الحربية⁽²⁾.

القصيدة الشعرية:

تعتبر القصيدة الشعرية في العصور القديمة وسيلة إعلامية حاملة لخطاب إعلامي ثقافي واجتماعي وديني وسياسي وغيره، فوق كونها معبرة عن الذات الشاعرة لصاحبها "كانت القصيدة الشعرية أول ما عرفه العرب وغير العرب من وسائل الإعلام، وكانت الأداة الوحيدة للتعبير عن رأي القبيلة في العصر الجاهلي. فلما جاء الإسلام لعبت قصائد الشعر الإسلامي (حسان بن ثابت) دورها في مناصرة صاحب الدعوة. ثم في عصر بني أمية،

(2) عبد اللطيف، حمزة الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط2، 1978 ص84

(1) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، المرجع السابق، ص65

لعب ما يسمى بـ(الشعر السياسي) دوره الإعلامي في توصيل الخطاب الأموي، وعلى الشعراء السياسيين من أمثال جرير والفرزدق والأخطل والراعي وذو الرمة اعتمد خلفاء بني أمية في كثير من قضاياهم السياسية. وفي العصر العباسي تحمس الشعراء الشعوبيون للأمم والأجناس التي ينتمون إليها. كما ظهر الشعر المذهبي كوسيلة إعلامية للدفاع عن الفرق المذهبية في صراعها فيما بينها وتعصبها ضد بعضها بعضا مثل المعتزلة والشيعة والخوارج ومن هؤلاء الشعراء الكميث ودعبل الخزاعي وديك الجن والطرماح. وفي العصر الفاطمي والدولة الأيوبية وعهد المماليك، خاصة أثناء الحروب الصليبية، كان للشعر المكان الأول في ميدان الإعلام والدعاية. وبالشعر كما بالسيف نجح الفاطميون في مصر. وبقيت القصيدة العربية مكانتها ووظيفتها السياسية والاجتماعية والإعلامية والدعائية إلى يومنا هذا. ففي كل حادث هام أو موقف من المواقف السياسية والاجتماعية الخطيرة نسمع صوت الشاعر إلى جانب صوت الصحفي.⁽¹⁾

والحقيقة، أن القصيدة الشعرية بوصفها خطابا إعلاميا قديما تمثلت قسطا وافرا من الدعاية الإعلامية لسياسة السلطة في ذلك الوقت، كما لم تكن حكرا على العرب؛ حيث عرفت أمم أخرى نفس الدور للقصيدة الشعرية "حرص قدماء المصريين والإغريق والرومان على تجديد حكاهم وشعوبهم ونقل الأحداث التاريخية الكبيرة في آثارهم على غرار الملاحم الشعرية الإغريقية لهوميروس مثل "الإلياذة" و"الأوديسا" و"الانباذة" لفرجيل التي حكى قصة تأسيس مدينة روما، كما لعبت أشعار هوراس الروماني في المواعظ دور الصحافة الخبرية اليوم.⁽²⁾

(2) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ص 65

(1) ينظر المرجع نفسه، ص 65

الخطبة:

كانت الخطابة العربية القديمة فناً خطايا إعلاميا بامتياز وناقلا للأخبار المختلفة. فقد لعبت الخطبة دورها كاملا في مختلف المحافل الاجتماعية والسياسية والدينية وما إليها من فضاءات الخطابة التي تلي حاجات الإنسان. ومن أشهر الخطباء العرب في العصر الجاهلي "كعب بن لؤي الجد السابع لرسول الله صلى الله عليه وسلم. وقيس بن خازجة بن سنان خطيب داحس والغبراء. وخويلد بن عمرو. وقس بن ساعدة الإيادي خطيب عكاظ، وأكثم بن صيفي. والحارث بن عباد وقيس بن مسعود"،⁽¹⁾ وغيرهم. وعند ظهور الإسلام، اعتُبرت الخطبة الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التي اعتمد عليها صاحب الدعوة - صلوات الله وسلامه عليه- في نشر الدين الجديد وفي شرح المبادئ التي نادى بها في الجزيرة العربية. فقد كان الخلفاء الراشدون خطباء بلغاء ولاسيما الإمام علي كرم الله وجهه حيث وصلت بلاغة خطبه مكانة رفيعة لم يصلها خطيب إسلامي غيره. وفي عهد الدولة الأموية كان من أشهر الخطباء فيها زياد بن أبيه والحجاج بن يوسف الثقفي. وفي العهد العباسي، عادت القصيدة الشعرية لتلعب نفس الدور مع الخطبة في وظائف الإعلام والدعاية للدولة العباسية على أحسن وجه. وأثناء الحروب الصليبية، بلغت الخطب الدينية السياسية مبلغا غير مسبوق في إثارة المشاعر وتهيج الخواطر وفي التهيئة للحرب والدعوة إلى الجهاد في مختلف المساجد الكبرى من القاهرة ودمشق أو القدس إلى غاية انتصار صلاح الدين الأيوبي على الصليبيين، في يوم حطين المشهور في تاريخ الأدب العربي باسم «القدسيات» وتواصل الدور الإعلامي للخطبة إلى غاية عصر الثورات الشعبية في البلدان العربية ضد

(2) عبد الجليل عبده شليبي، الخطابة وإعداد الخطيب، دار الشروق، 16 شارع جواد حسني ط2، القاهرة، 1986،

الاستعمار فكان من أبرز الخطباء سعد زغلول زعيم الثورة الشعبية الكبرى لمصر سنة 1919 ضد الاستعمار البريطاني⁽¹⁾.

المسرح:

ومن الوسائل الإعلامية القديمة أيضا والتي تعود إلى العصر اليوناني، وما زالت تلعب دورها لحد اليوم، نجد المسرح. فهو يعتبر وسيلة إعلامية ثقافية وتربوية وترفيهية وسياسية حيث يجمع ممثلين على خشبة المسرح بجمهور المتلقين في القاعات المغلقة، أو في المسارح المفتوحة كما كان سائدا في العهد اليوناني وما زالت الطريقة ذاتها معمولا بها لحد اليوم فيما يطلق عليه مسرح الهواء الطلق. في العرض المسرح يتفاعل الجمهور المتلقي مع الخطاب المسرحي الحامل لرسائل متعددة تستهدف التأثير على المتلقين وإقناعهم بوجهات نظر معينة أو معالجة مشاكل وقضايا تشكل محور نقاش لدى الرأي العام. وتلعب أقوالهم الممثلين ووتيرة أصواتهم، والأزياء التي يرتدونها، ولغة الجسد المتمثلة في حركات أيديهم وأجسامهم وإيماءاتهم وتنقلاتهم على الركب، والموسيقى التصويرية في خلفية المشهد، دورا فاعلا في توصيل الرسالة الإعلامية المستهدفة من وراء عرض المسرحية، وقد تكون رسالة ثقافية، أو سياسية، أو اجتماعية، أو تربوية، أو دينية، وغيرها. وعادة ما يكون رجع صدى الجمهور الدال على تأثره بالعرض المسرحي، هو تفاعله بالتصفيقات والتهتافات والمطالبة بإعادة بعض المشاهد، ويعبر الممثلون عن هذا التفاعل بإيماءات الأيدي والانحناء المعبر عن التقدير والاحترام.

الخطاب الإعلامي العربي الحديث:

يمثل الخطاب الإعلامي العربي - كأى خطاب إعلامي في العالم- المرآة العاكسة بامتياز لتفكير الشعوب العربية، وتناقضاتها، وإيجابياتها وسلبياتها، وسلوكاته وأذواقها ونمط حياتها.

(1) ينظر عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 80، 81 و 82

بل ألفينا أن الخطاب الإعلامي القطري لكل بلد عربي يمثل تجلياً للعلاقات القائمة بين نظام الحكم والشعب في حالة السلم والأمن، وفي حالة القلاقل والفوضى.

كما يمثل الخطاب العربي أيضاً صورة مصغرة لأشكال الهيمنة عليه من طرف خطابات إعلامية للدول الكبرى التي سخرت وسائل الإعلام العالمية واستثمرت الثورة التكنولوجية والرقمية للهيمنة على الجماهير والتأثير على عقولها وتغيير قناعاتها لصالح سياساتها من خلال التحكم في الخطاب الإعلامي وتوجيهه لخدمة أهدافها الظاهرة والخفية، وإبقاء البلدان الضعيفة تدور في فلك التبعية السياسية وتحويلها إلى سوق لشراء منتجاتها العسكرية والاقتصادية والتكنولوجية وغيرها على حساب النهضة العلمية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية لهذه الشعوب والحكومات الفقيرة. لذلك، فإن الخطاب الإعلامي العربي الرسمي مازال لم يتخلص بعد من حيث المحتوى، من وطأة التبعية للدول الكبرى في الغرب والشرق نتيجة التمزق والتشرذم والنزاعات الإقليمية العربية.

أما الخطاب العربي الشعبي؛ أي غير الرسمي، فإنه ورغم حالة التردّي التي تعيشها الشعوب العربية التي حولها حكامها إلى المستهلك الأول للإعلام الموجه والدعائي لسياساتهم، فقد بدأت شرائح عريضة من نخبها وجماهيرها تخترق جدار سيطرة إعلام الحاكم العربي على شعبه والانفلات من قبضته بفعل التطورات التكنولوجية والرقمية التي شهدتها وسائل الإعلام ذاتها. فقد صار بمقدور أي مواطن عادي، في اللحظة المناسبة التي يريدّها، أن يخاطب على المباشر-صوتا وصورة وحركة- من الهاتف الذكي واللوح الإلكتروني، والكمبيوتر... الخ، ما لا يعد ولا يحصى من المواطنين في بلده وفي كامل المعمورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ولا ننسى في هذا المضمار الإشارة إلى أن الثورة الشعبية المصرية فيما عرف بالربيع العربي والتي أسقطت نظام حكم حسني مبارك، انطلقت من خطابات إعلامية قصيرة في الفضاء الافتراضي بين مجموعة من الأصدقاء عبر هواتفهم الذكية، استطاعوا من خلالها النزول إلى الشارع، ثم التجمهر وتنظيم مسيرة محدودة العدد

لم تلبث أن انضمت إليها الملايين من جماهير الشعب المصري المضطهدة تحت حكم نظام حسني مبارك، فأسقطت حكمه. والشيء نفسه، بالنسبة إلى نظام الرئيس التونسي زين الدين بن علي الذي أسقطت حكمه شرارة إضرام الشاب محمد البوعزيزي النار في جسمه والتي تناقلتها في الحين وسائل التواصل الاجتماعي، فيما صار يعرف لاحقاً بثورة الحرية والكرامة، وغير ذلك مما وقع في بلدان عربية أخرى.

ويتجلى الخطاب الإعلامي عند الممارسة اللغوية الخطابية في تغطية الأحداث المختلفة في شكل أنشطة أو أنواع خطابية متنوعة "الخطاب الإعلامي كما حدده أحمد العاقد، هو مجموعة الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية"⁽¹⁾. وتبعاً لهذه الأهمية، فقد تضاعفت مراكز البحث والرصد المختصة في دراسة الإعلام والاتصال ومحتويات النصوص الإعلامية، وصار هناك متخصصون في المحتوى والشكل، وسبر الآراء، والتفاعل ورجع الصدى، ودراسة عقلية وأذواق وتوجهات الجماهير المتلقية، ومراكز تحليل الخطابات الإعلامية والاتصالية، وطبيعة الوسيلة الإعلامية ومدى انتشارها في أوساط الرأي العام، وما إلى ذلك من المجالات الحديثة المرتبطة بحقل الإعلام والاتصال.

وينتظم الخطاب الإعلامي العربي الحديث - كأى خطاب إنساني- ضمن متن حكائي يمثل محتواه؛ أي القصة الخبرية والتي عناصرها الحدث، والشخصيات، والزمان والمكان، والظروف المحيطة، وكذلك من مبنى حكائي يمثل الشكل التعبيري لهذا المحتوى. غير أن الدراسات العربية لا تهتم غالباً بالمبنى التعبيري للخطاب الإعلامي. ولعل السبب يكمن في كونها قوالب جاهزة ثابتة لا تتغير، بينما محتوى الخطاب متغير بحكم التواتر السريع للأحداث وتغير الأفكار والمواقف والأيدولوجيات، والمعطيات المتجددة في كل لحظة، تبعاً للأوضاع السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية وغيرها من شؤون الحياة المستجدة والمتسارعة. لكن

(1) بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، المرجع السابق، ص 93

الدارس المدقق في الأمر يلاحظ بأنه - وإن كانت قوالب شكل الخطاب شبه ثابتة- فإنها في الواقع تختلف عن بعضها البعض من حيث البنية اللسانية، وزاوية الرؤية، وزمن السرد بالنسبة إلى زمن القصة الخبرية، واللغة والفضاء، والشخصيات الحكائية، أو الفاعلين في الحدث، وتوظيف التراث... الخ.

ومن الأشكال السردية للتحرير الصحفي التي تنتظم في قوالب سردية متعددة يمكننا ذكر "المقال، ومنه العمود، ثم الحديث، والتحقيق، والأخبار المسرودة، والأخبار التي على شكل قصص، والأخبار التي على شكل طرائف خفيفة يقصد بها إلى التسلية والإمتاع، ويسمى بالإنجليز والأمريكيون «features» وكثيرا ما تصل هذه الطرائف بموضوع من الموضوعات الإنسانية التي يميل إليها القراء، [...] أيضا الماكرات على اختلافها من برلمانية إلى قضائية إلى دولية وهكذا"⁽¹⁾.

وسائل إعلام الخطاب الإعلامي العربي الحديث:

تطورت وسائل الإعلام من صورتها القديمة إلى الحديثة على نحو غير مسبوق بفعل ما أحدثته الثورة الصناعية في أوروبا التي أنتجت المطبعة والورق، ومن ثمة ظهور الصحافة الورقية الناقلة لمختلف الأخبار والأفكار والرؤى. ثم أعقب الصحافة الورقية، ظهور الاكتشافات والابتكارات التكنولوجية واختراع المذياع ثم التلفاز والبرق عن طريق الأقمار الاصطناعية، كما تشهد المرحلة الحالية تطورا سريعا حيث ظهرت الصحافة الإلكترونية بعد ابتكار شبكة الانترنت والرقميات التكنولوجية وما تبعها من وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي ووسائل الميديا والتقنية التفاعلية بين صاحب الخطاب الإعلامي والمتلقي حيث أضحت الخطاب الإعلامي متنوعا شكلا ومضمونا ولا يتسع له فضاء واحد، بل تباينت فضاءاته ومعالجته وطرق بثه وكيفية تلقيه من طرف الجمهور. ونستعرض بإيجاز أهم وسائل الإعلام الحديثة الناقلة للخطاب الإعلامي.

(1) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط4، القاهرة، د.ت، ص7

السينما:

تعدّ السينما والمعارض من وسائل خطاب الإعلام التقليدية، وما زالت تلعب دورها الإعلامي والتربوي والاجتماعي والتثقيفي والتواصلي عموماً في بعض البلدان التي تقل فيها منافسة وسائل الإعلام الحديثة السمعية البصرية والرقمية التفاعلية التي أفرزها التطور التكنولوجي المعاصر. فالسينما صناعة سينماتوغرافية تقوم على إنتاج خطاب الفيلم بالصورة والصوت لشخصيات حكاية يسمون أبطال الفيلم يقوم بها ممثلون حقيقيون تقسم بينهم قصة الفيلم في شكل سيناريو موزع على كل ممثل حسب دوره. وقد لعب عرض الأفلام في قاعات السينما في عهد انتشار هذه الصناعة السينمائية دوراً كبيراً في التأثير على الرأي العام سلباً أو إيجاباً، وفي التثقيف والتسلية وتغيير الأذواق والأفكار سواء على الكبار أم الأطفال. يقول لاروين بانوفسكي: "إن السينما سواء رغبت أم كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء والأذواق والزي والسلوك، بل المظهر المدني للجمهور يضم أكثر من ستين في المائة من سكان الأرض"⁽¹⁾. وقد استعملها الغرب للترويج لمذهبه الرأسمالي ولشخصية الرجل الغربي وإظهاره بمظهر القوة والشجاعة وفعل الخير، وطمس الجوانب السلبية من ظلم واستغلال واستعلاء على الغير. ومن ذلك، أفلام الويسترن (Western) أو أفلام رجل البقر (Cowboy) التي تظهر السكان الأصليين في أمريكا-الهنود الحمر-في صورة متوحشين عراة يعتدون بأسلحتهم البدائية من سهام ورماح على الرجل الأبيض المتحضر الوافد إلى بلادهم بينما هو في الحقيقة الغازي المعتدي، وما هم سوى مدافعون عن أرضهم وعرضهم من هذا المستعمر الجديد.

ومن الأفلام الشهيرة أيضاً وذات القوة التأثيرية في الرأي العام، يمكن ذكر أفلام رامبو (Rambo) التي تظهر الرجل الأمريكي قويا ومحباً للسلام ومنقذاً من الظلم. ونرى ذلك -مثلاً- في أفلام حرب فيتنام التي تطمس غزو وظلم الرجل الأمريكي لشعب الفيتنام فيما

(1) لاروين بانوفسكي، نقلاً عن عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 66 و 67

تظهر جنود هذا البلد المدافعين عن أرضهم شرسين لا يمهلون سوى تعذيب وقتل الرجل الأبيض دون رحمة أو شفقة. وقد أثرت مثل هذه الأفلام وغيرها في تغيير الأفكار والسلوكيات للكثير من مشاهديها حيث أصبح العديد من الشباب -خصوصا- متأثرا حتى بزي رجل البقر لا سيما في ارتداء القبعة، كما صار يقلد شخصية رامبو حيث مسحت مثل هذه الأفلام الصورة السلبية ضد الرجل الغربي التي يحملها الكثير من أفراد الشعوب غير الغربية.

ولهذه الأهمية التي اكتسبتها السينما بوصفها وسيلة إعلامية - عندما كانت في أوج عهدها- فقد قام المعسكر الشرقي الذي كانت بلدانه تتبع المذهبين الشيوعي والاشتراكي بإنتاج أفلام سينمائية للترويج لهذين المذهبين والدفاع عن الطبقة العمالية الشغيلة (prolétariat) والمؤسسات الاشتراكية وإبراز الرجل الغربي في صورة الغازي للشعوب لاستنزاف ثرواتها الاقتصادية حيث كانت الأفلام ذات الفكر الاشتراكي بمثابة صمام الأمان للشعوب الاشتراكية من التأثير بالمذهب الغربي الرأسمالي، واستمر هذه الحال لعشرات السنين قبل أن يتفكك المعسكر الشيوعي والاشتراكي، وتنهار معها أيديولوجياته. ويلاحظ بأن " تأثير السينما أقوى ما يكون على السلوك والأذواق. وهما مظهران من مظاهر الرأي العام[...]. فهناك الأفلام التي يخرج منها المشاهدون في شبه ثورة عقلية على وضع معين، أو رأي معين. وهناك الأفلام التي تبعث في المشاهدين نوعا من الإصرار على وضعهم القديم أو رأيهم القديم بعد أن رأوا مساوئ الوضع الجديد الذي تعرضه الأفلام السينمائية"(1)

(1) لاروين بانوفسكي، نقلا عن عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص71

المعارض والمؤتمرات:

تمثل المعارض المختلفة التي تنظمها الدول أو الفئات المهنية والحرفية، بل وحتى الفنانين والكتاب وسائل إعلامية نافعة؛ حيث تسمح هذه الفضاءات للعارضين بالترويج لخطاباتهم عبر إنتاجهم الفني والفكري من لوحات فنية وكتب، ومنتجات اقتصادية وعسكرية وتكنولوجية وغيرها. ويمكن للجمهور المتعاملين بالتفاعل والتأثر بهذه الخطابات، ومن ثمة، الإقبال على شراء هذه المعروضات أو التعرف عليها والاطلاع على مستجداتها على الأقل. وعلى سبيل المثال، فقد أدى التأثير الإعلامي لخطاب فني للوحة رسم في معرض للفنون التشكيلية بأمريكا ضخمة كبيرة في الرأي العام بإسرائيل حيث "حدث في معرض نيويورك الدولي أن عرضت الأردن في الجناح الخاص بها لوحة كتبت عليها قصيدة مؤثرة تصور حالة اللاجئين المطرودين من فلسطين، وكان لهذه اللوحة تأثير نفسي وآخر إعلامي في نفوس الجماهير. فما كان من إسرائيل إلا أن أقامت الدنيا وأقعدتها. ولم يهدأ لها بال حتى تمكنت من إزاحة هذه اللوحة من المعرض"⁽¹⁾.

الصحيفة المطبوعة:

بعد مرحلة انتشار الخطاب الإعلامي المسموع عبر وسائل الإعلام التقليدية من نداءات المنادين وخطب الخطباء وقصائد الشعراء، حلت على إثرها مرحلة الخطاب الإعلامي المطبوع أو المكتوب على ورق الصحف " فالإعلام الصحفي يروي أحداث العالم بوسائل دورية أهمها الطباعة وتصدر الصحف يومية أو أسبوعية أو نصف شهرية."⁽²⁾ وقد ارتبط باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي على يد يوحنا جوتنبرج اشتهار الكاتب الفرنسي مونتين (1533-1592) بمقالاته الأدبية حول مختلف شؤون الحياة والتي بدأها سنة 1571 ثم جاء فرنسيس باكون الإنجليزي في سنة 1597؛ أي بعد وفاة مونتين

(2) لاروين بانوفسكي، نقلا عن عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 101

(1) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص 363

بثلاث سنوات ليصدر مقالاته التي كانت أقرب إلى الأمثال والحكم. وفي بداية القرن الثامن عشر، برز في كتابة المقالات كل من رتشارد ستيل وصديقه جوزيف أديسون. كما أصدر وراق يدعى جون دانتون نشرة إعلامية في سنة 1691 دعاها «الصحيفة الأثينية (The Athenian Gazette)، ثم سمّاها «عطارد أثينا Athenian Mercury» وتنشر بعض الأخبار والمعارف العامة موشاة بالطرائف والأحاديث المسلية. كما أصدر الكاتب الساخر دانيال ديفو «المجلة الأسبوعية الخاصة بشؤون فرنسا» والتي استمرت من سنة 1704 إلى سنة 1713 تناول شتى الموضوعات وكان يدلي بآرائه. وظهرت في سنة 1709 مجلة «المراقب (The Spectator)»، ثم صحيفة «الثرثار (The Tatler)» لصاحبهما رتشارد ستيل، وقسم الأخيرة إلى قسمين، الأول للأخبار والثاني للمقالات.

وقد انتظر العالم العربي حتى زمن الحملة الفرنسية على مصر (1798-1801) فاصطحب الفرنسيون معهم مطبعة وأصدروا في سنة 1798 صحيفة «كوربيه دو لييجيت (Le Courrier de L'Egypte) و«لاديكاد ايجيپسين (La Décade Egyptienne)» وكانت تنشر أخبار الجنود الفرنسيين في الحملة بالإضافة إلى أخبار الوطن الأم فرنسا⁽¹⁾. كما انتشرت في القرن التاسع عشرة المجلات والصحف والكتاب الذين يعنون بنشر الأخبار والمقالات الإعلامية المتنوعة في الرأي والسياسة والأدب والاجتماع والتربية وغيرها. ويلعب الإعلام الصحفي دورا بالغ الأهمية في التثقيف والتوعية وتنشيط العقل" فالصحافة توجه النشاط العقلي للأمة، وتاريخ الصحافة المصرية والعربية يشمل فترة من الزمن طويلة، تسمح بتبيين تأثير التطور الاجتماعي على عقلية الناس. والصحافة العربية-باعترااف «ماكلوهان»-ضرورية لإثارة الشعور القومي، هذا النموذج المصري الذي ينتزع الناس من النماذج المحلية والقبلية"⁽²⁾.

(2) ينظر عبد الجواد سعيد ربيع، المرجع السابق، ص 52 و 53

(1) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص 361

الإذاعة:

بعد أن اخترع ماركوني ثم أديسون لجهاز «الراديو»، تعرف العالم الخطاب الإعلامي المسموع عبر الإذاعة لأول مرة. فقد استمع الجمهور إلى أولى تجارب البث الإذاعي ابتداء من سنة 1914 حيث قام المهندس الفرنسي رايوند برايار والدكتور البلجيكي روبير فولدا سميث بإسماع جماعة من المستمعين في قاعة قللا كان بالقرب من البروكسال، أخبارا وغناء مرسل من بعض الكيلومترات عن القصر. وفي 31 أوت 1920، بدأت أول برامج يومية مذاعة من ديتروا نيوز في الولايات المتحدة الأمريكية. «الويتانغور» و«الراديو الشركة» تبعا بسرعة هذا التحرك. وفي بريطانيا، الدايلى مايلى نظم في 15 جوان 1920 برنامج مذاع من شيلندسفورد، وأربع سنوات من بعد نشأت (ب.ب.س). وفي فرنسا، حقق سنة 1921 الجنرال فيري أول برامج مذاعة من (لا توريفال). كما عرف الاتحاد السوفييتي «راديو موسكو» كأول محطة إذاعية في سنة 1920. ونظرا لنجاح دور الإذاعة في الإعلام فقد استطاعت الإذاعة الأمريكية أن تعلن نتيجة انتخاب السيد (وارن هاردنج) رئيسا للجمهورية. وكان ذلك أول انتصار للإذاعة على الصحافة. فقد قيل إن الإذاعة سبقت الصحافة في ليلة الانتخاب. وشجع هذا النجاح شركات كثيرة على إنشاء محطات إذاعية بلغ عددها أربع محطات إرسال سنة 1921، وتسعا وعشرين محطة عام 1922، وثلاثمائة واثنين وثمانين محطة سنة 1927 وبين الحربين العالميتين الأولى والثانية، دخلت تحسينات كثيرة على الإذاعة في كل من أوروبا وأميركا، وتنوعت البرامج في هذه المحطات تنوعا كبيرا. وكان من بينها البرامج التمثيلية. ومنذ ذلك الوقت أصبح للإذاعة خطرها البالغ في مجال الإعلام. وتختلف برامج وأنظمة الإذاعات باختلاف الحكومات والشعوب. ذلك أن الدول الأوربية الكبرى-وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية-اتجهت إلى الأخذ بنظام الإذاعة الرسمية؛ أي

أن الإذاعة اعتبرت جهازاً من أجهزة الحكومة. ولها -أي الحكومة- أن توجه هذه الإذاعة كما تشاء⁽¹⁾.

وقد اعتبر حدث ميلاد الإذاعة تطوراً غير مسبوق لم تبلغه البشرية من قبل. فقد كان ميلاد الإذاعة بمثابة "الحضارة السمعية من جديد حيث تعود الكلمات الإذاعية إلى أصلها كرموز صوتية تنتقل حول العالم. والإذاعة «الراديو» تعتبر أكثر سهولة، إن لم تكن أكثر من بين وسائل الاتصال. وقد أدت التنوعات العديدة في أنواع أجهزة الراديو، من ترانزستور يمكن نقله إلى أي مكان، إلى «راديو» صغير الحجم يحمل في الجيب أو اليد، إلى أن الاستماع إلى البرامج يمكن أن يتم في المنزل، وفي الأماكن العامة، خلال أوقات الفراغ وخلال أوقات العمل والسفر، ويمكن أن يتم انفرادياً أو جماعياً وغير ذلك من الأمور التي سهلت الاستماع كثيراً. ونجد أن «الراديو» في كثير من البلدان النامية هو المصدر الوحيد للمعلومات والإشادات للسواد الأعظم من سكان هذه البلاد وخاصة الذين لا يكتبون أو يقرأون منهم»⁽²⁾.

التلفاز:

ظل البحث عن وسيلة إعلامية سمعية بصرية تبث خطاباً إعلامياً بالصوت والصورة المتحركة في آن واحد، هاجساً دائماً لدى العلماء والحكومات، فما كان بالأمر ممكناً بالنسبة لابتكار الراديو الذي يقدم للمستمعين خطاباً صوتياً، لم يعد اليوم مستحيلاً أيضاً ابتكار وسيلة إعلامية تلي هذه الحاجة. فقد تم ابتكار التلفزيون الذي يبث البرامج بالصوت والصورة ذات اللونين الأبيض والأسود. ولكن "بسرعة أريد وضع أسلوب التلفزة الناقلة للصورة الملونة ابتداء من شهر جويلية سنة 1928، بيارد جرب أول عملية وكانت ناجحة في بريطانيا.

(2) عبد اللطيف حمزة الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 96

(3) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص 404 و 405

وكان يجب انتظار الحرب العالمية الثانية لنرى صدور أول انجازات صناعية والتي أصبحت بالواقع شركات أمريكية⁽¹⁾.

وهكذا "في عام 1936 كانت إنجلترا أولى الدول في تقديم برامج تلفزيونية بصورة منتظمة. وتبعها الولايات المتحدة الأمريكية حيث في سنة 1938 انتشر التلفزيون في أكثر المنازل في أمريكا. وفي سنة 1948 أصبح عدد محطات التلفزيون في أمريكا أربعاً وعشرين محطة تقوم بالإرسال من إحدى وخمسين مدينة من المدن الكبرى. ثم ارتفع عدد المحطات التلفزيونية بأمريكا في سنة 1958 إلى خمسمائة وتسع وعشرين محطة. وفي نهاية هذه السنة بلغ عدد محطات التلفزيون في الاتحاد السوفييتي ثلاثاً وستين. وكما تدخلت الحكومات في شأن الإذاعة وسيطرت عليها، فكذلك فعلت بمحطات الإرسال التلفزيوني. وفي ذلك ما يدل على خطورة هذا الجهاز والقيمة الكبيرة التي يحظى بها من الناحية الإعلامية الخالصة.⁽²⁾ وما ساهم في انتشار البث التلفزي وتسهيل انتشاره بين الدول وفي أغلب بيوت سكان المعمورة هو الإرسال بواسطة الأقمار الاصطناعية، وأيضاً بواسطة حبل الأسلاك، كما تطورت الصورة من العادية إلى الفائقة الجودة. وأصبحت البرامج التلفزية المختلفة تغزو البيوت وعقول أفراد المجتمع وتُمِرِر خطابات إعلامية مفيدة وأخرى ضارة بهذه المجتمعات أمام انعدام الرقابة على البث وعجز الحكومات عن حماية مجتمعاتها أمام هذا الغزو وسياسة العولمة الاتصالية التي جعلت العالم قرية صغيرة يعرف الجميع كل ما يدور فيها.

الرقميات والمليتيديا الإعلامية:

ساهمت الثورة التكنولوجية والرقمية وظهور الشبكة العنكبوتية (الانترنت Internet) في ظهور خطاب إعلامي رقمي وتفاعلي معاصر يستخدم وسائل اتصالية متطورة جداً، مثل

(2) رولان كايول، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ترجمة مرشلي محمد، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر 1984 ص 90

(1) عبد اللطيف حمزة الإعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 97

الصحافة الالكترونية في مقابل الصحافة الورقية التي أضحت صحافة كلاسيكية آيلة ربما للزوال، وكذلك وسائط الملتيميديا وشبكات التواصل القائمة على التفاعل بالصوت والصورة والفيديو والنص المكتوب والألوان والتحديث المستمر للمحتوى من خلال روابط تشعبية تفاعلية بين منتج النص والمتلقي.

ولعل الصحافة الالكترونية بما فيها صحافة الموبايل تمثل أبرز وسيلة إعلامية تستعمل شاشة الكمبيوتر واللوح الإلكتروني والموبايل وغيرها من الأدوات الوسيطة التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية والشبكة العنكبوتية ثم استفادت من إمكانيات الذكاء الاصطناعي. وظهرت الصحافة الإلكترونية في "بداية السبعينات عبر استخدام تقنية التكتست والفيديو تكتست، وكانت أول صحيفة إلكترونية ظهرت في العالم على شبكة الانترنت مطلع عام 1990 صحيفة «هيلز نبورج أجيلاد» السويدية"⁽¹⁾.

وقد أطلق على الصحافة الالكترونية في الدراسات العربية عدة تسميات مثل "الصحافة الفورية، الصحافة الرقمية، الصحافة التفاعلية، الصحف اللاورقية، الصحف الافتراضية. وقد اعتمدت على الإصدار بطريقة الكترونية متكاملة بمعدلات عالية السرعة والمرونة والكفاءة، في نقل الخبر والصور من وكالات الأنباء والمراسلين، وتحرير المواد الصحفية وتصحيحها، وتصحيح الرسوم والصور الفوتوغرافية والبحث عن المعلومات واستقائها من بنوك المعلومات وتصفحها أو حفظها وطباعتها"⁽²⁾ وتقوم الصحافة الإلكترونية على التفاعلية حيث يمكن إضافة وتصحيح أو حذف أو تعديل المعلومات الخبرية إلى الموضوع أو إضافة صور أو تغييرها بأخرى بحسب مستجدات الحدث أو القصة الإخبارية، كما يمكن للمتلقي (القارئ) التفاعل معها تعليقا وتعقيبا وغير ذلك.

(2) خالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية العربية - الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح - وكالة الصحافة العربية،

5 ش. عبد المنعم سالم - الوحدة العربية - مذكور - الهرم - الجيزة - مصر 2016، ص 18

(1) المرجع نفسه، ص 8

الخطاب الإعلامي ونصّه:

يعتبر الخطاب في الأصل الكلام المنطوق الذي يتوجه به الباحث إلى المرسل إليه عبر وسيلة ناقلة قد تكون اللغة، أو وسيلة إعلامية أو غيرها، في حين يقصد بنص الخطاب النص المكتوب عندما يتلبس بالخطاب المنطوق "النص في الأصل هو النص المكتوب، والخطاب في الأصل هو الكلام المنطوق، ولكنه يتلبس بصورة الآخر على التوسع؛ إذ يطلق النص على المنطوق، كما يطلق الخطاب على المكتوب؛ كالخطاب الروائي"⁽¹⁾.

ومن ثمة، يعدّ الخطاب الإعلامي المكتوب نصاً تخاطبياً يمثل عقداً تواصلية بين صاحب الخطاب والمتلقي؛ فمن ناحية المفهوم، يُنظر إلى النص من حيث هو بنية مترابطة تكون وحدة دلالية، وينظر إلى الخطاب من حيث هو موقف ينبغي للغة فيه أن تعمل على مطابقته. فالخطاب على هذا النحو أوسع من النص؛ لأن الأخير وإن كان بنية، فإنه يتسع لعرض ملابسات إنتاجها وتلقيها وتأويلها. ويدخل في تلك الملابسات ما ليس بلغة كالسلوكيات الحركية المصاحبة إيجابياً للاتصال⁽²⁾. وقد ذهب روجر فاولر Roger Fowler إلى حد اعتبار كل نص خطاباً لأنه فعل لغة من لدن مؤلف ضمني، له تصميم محدد لقارئ ضمني محدد الهوية. كما رأت جوليا كريستينا Julia Kristiva بأن النص الأدبي خطاب يخترق وجه العلم والأيدولوجيا والسياسة⁽³⁾. فالخطاب أكثر حركية لارتباطه بالتلقي، أما النص فمعزول عن شرط التلقي "بعض الدارسين يفرق بين الخطاب والنص من شرط التلقي؛ فالنص يمكن أن يظل نصاً حبيساً في الأدراج لا يطلع عليه أحد؛ أي معزولاً عن شرط التلقي؛ وهي تفرقة مقبولة بين الاثنين.. بعض الدارسين يوسع نطاق الخطاب ليشمل

(2) محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 82 شارع وادي النيل، المهندسين،

القاهرة، مصر 2014، ص 11

(3) المرجع نفسه، ص 10

(4) المرجع نفسه، ص 8

دلالات واستعمالات عدة أي أن التمييز بين الاثنين يأتي من الاستعمال، فنقول الخطاب الاستعماري أو الخطاب الكولونيالي ولا نقول النص الاستعماري أو النص الكولونيالي⁽¹⁾.

ومادام النص الإعلامي المكتوب خطاباً، فهو إذن يقوم على طرفين هما: صاحب الخطاب والمتلقي، يستعمل فيه الأول آليات الإقناع والتأثير في الثاني نظراً لما في الخطاب من طاقة تواصلية اختراقية. يقول فيركلاو "يؤثر الخطاب الإعلامي [...] على ممارسات الخطاب في المجالات الخاصة، حيث يقدم نماذج للتفاعل في المحادثات بين الأشخاص في الحياة الخاصة وفي الحياة اليومية، وقد يكون من الصعب حل التشابك بين العلاقات الخارجية بين أنظمة الخطاب من ناحية، وبين العلاقات الداخلية بين الخطابات والأنواع الأدبية داخل نظام الخطاب الإعلامي من ناحية أخرى".⁽²⁾ وتتضمن العلاقات الخارجية والداخلية -حسبه- علاقات اختيارية (relation choice) وعلاقات متسلسلة (chain relation)؛ فمن ناحية العلاقات الخارجية، فالعملية تتعلق بكيفية تأثير نظام الخطاب الإعلامي أو استيلائه على الإمكانيات المتاحة في أنظمة الخطاب المجاورة له. أما من ناحية العلاقات الداخلية، فالعملية تتعلق بوصف نماذج الممارسات الخطابية البديلة المتاحة داخل نظام الخطاب الإعلامي والشروط التي تحكم الاختيار من بينها. وتلتقي العلاقات الاختيارية والعلاقات المتسلسلة في تقرير نظام الخطاب⁽³⁾.

ويستخدم فيركلاو مصطلح «نمط الخطاب» (Discourse type) للإشارة إلى تكوينات الأنواع الأدبية والخطابات المستقرة نسبياً داخل الخطاب. إذ الأنواع الأدبية

(2) محمد رضا مبارك، من البنية إلى العلامة- النص والخطاب في التحليل السيميائي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، السنة: 2016 المجلد: 8، العدد 33-34 ص 26

(3) محمد شومان، المرجع السابق، ص 108 و109

(4) المرجع نفسه، ص 109

تحدث في صيغ توافقية معينة مع الخطابات الأخرى. فعلى سبيل المثال قد تجمع إذاعة الحزب السياسي بين الخطبة السياسية وإجراء حديث interview ومحاكاة لمحادثة منزلية⁽¹⁾. فالخطاب الإعلامي، إذن، لا يكتفي بسرد الوقائع والأقوال، بل إن دوره يتمثل أيضا في شرح لماذا وكيف وقعت وقيلت هذه الأقوال وذلك من أجل تنوير المواطن (المتلقي). وفيه يكمن النشاط الخطابي الذي يقترح المسألة والتي بدونها لا يمكن وجود شرح، أو إضاءة مختلف المواقف ومحاولة تقييمها. ومن أجل توفير مصداقية أكثر، فإن الصحافي - أحب الخطاب- سواء كان متخصصا أم كاتب عمود، ينبغي أن يشرح، ولا يتدخل ولا يكون طرفا أوله إرادة التأثير على القارئ⁽²⁾.

(2) المرجع نفسه، ص 111

(1) Patrick **Charaudeau**, Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives, SEMEN: Revue Sémio-Linguistique des Textes et Discours. N°22- Novembre 2006. Collection Annales Littéraires. Presses Universitaires Franche-Comté
<https://journals.openedition.org/semen/2793>

الفصل الثاني:

الخطاب الإعلامي المكتوب

يقصد بالخطاب الإعلامي المكتوب، الخطاب الصحفي السردى المطبوع في الصحيفة الورقية، أو المعروض على الشاشة الالكترونية الذكية سواء كانت شاشة الكمبيوتر، أم الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وما إليها. وإذا كان الخطاب الأدبي هو خطاب سردي ينقل الحدث من زمن القصة في الواقع المتخيل أو الواقعي إلى زمن السرد من منظور السارد، فإن الخطاب الصحفي أيضا هو خطاب سردي بامتياز حيث ينقل من الواقع الجغرافي الحدث الخبري بفواعله من شخصيات وزمن ومكان وعوامل محيطة إلى الواقع السردى المكتوب أو المرئي أو السمعي أو السمعي البصري.

وقد اعتبر بعض الباحثين في السرد -منهم عبد الله إبراهيم- أن الخطاب السردى الكتابي سردا خالدا مقارنة بالسرد الشفاهي؛ لأن في السرد الشفاهي هناك مسافة بين مكونات البنية السردية، فالراوي غالبا ما يكون متعينا، سواء بسماته أم بالمسافة التي تفصله زمانيا عما يروي، بحيث يروي أحداثا لا تعاصره، وقد لا ترتبط به إلا لكونه راويا لها فحسب، ويسمى «الراوي المفارق لمرويه»؛ لأنه يروي متونا لا تنتسب إليه، أما في السرد الكتابية، فتظهر بصورة أكثر تجليات «الراوي المتماهي بمرويه» حيث تغيب المسافة بين مكونات البنية السردية. ومن ثمة توصف السرد الشفوية بـ «العرضية»، وتوصف السرد الكتابية بـ «الدائمة»؛ لأن الأولى تتغير بتغير الرواة وعصورهم، فيما تظل الثانية خالدة، يمكن إعادة إنتاجها وتأويلها في أزمنة وأمكنة مختلفة فضلا عن كون السرد المكتوبة قادرة على الاندراج في سياق وقراءات وتأويلات جديدة، كلما تغير الزمن مع احتفاظها بالأصل الذي ظهرت فيه بينما لا تتصف المرويات الشفوية بسمة الثبات والبقاء ما يعرضها للتغيير والتزييف والفناء، بمرور الزمن⁽¹⁾.

(1) عبد الله إبراهيم، موسوعة السرد العربى، المرجع سابق، ج 1، ص 8

وقياسا على طرح عبد الله إبراهيم، فإن الكتابة الصحفية المطبوعة في الجريدة أو المقدمة على الشاشة الالكترونية تتوفر على صفة الخلود والديمومة في الزمن القرائي عبر العصور على اعتبار أن النص المكتوب وثيقة مثبتة لا تتعرض لعوامل تغير النص والتحريف والإضافة والنقصان والدس والتلاشي... الخ.

وإذا كنا نوافق عبد الله إبراهيم في كون السرد المكتوبة هي سرود خالدة؛ لأنها لا تتغير على الدوام في كل العصور بفعل التدوين الكتابي، فإننا لا نوافق في طرحه عندما اعتبر السرد الشفاهية تفتقد لمقوم الخلود؛ لكونها عرضة - كما قال - للتغير والتزييف مع مرور الزمن بسبب تغير وتعدد الرواة، اللهم إلا إذا كان يقصد بذلك السرد الشفاهي القديم. أما بالنسبة إلى السرد الشفاهي الحديث، فقد أصبح قابلا للخلود بفعل التطورات التكنولوجية والرقمية الحديثة التي جعلت بالإمكان المحافظة على السرد الشفاهية مهما كان نوعها بما في ذلك المرويات الإعلامية الشفاهية؛ وذلك من خلال تسجيلها في أشرطة صوتية أو بالفيديو بوسائل التسجيل الصوتي، أو السمعي البصري الحديثة. فقد صار اليوم من السهولة بمكان الاطلاع على أي مرويات شفاهية مسجلة صوتا أو بالفيديو، كما يمكننا الاشتغال عليها في مجالات البحث. وبالنتيجة، صار متلقي السرد المكتوب مساويا لمتلقي السرد المسموع أو المرئي من حيث تكافؤ فرص التلقي، أو الاشتغال الدراسي.

ولعل الفارق الوحيد الموجود بين السرد المكتوب والسرد الشفاهي في مجال الإعلام يكمن في المسافة الزمنية القبلية والبعدية. ففي خطاب السرد الإعلامي المكتوب، يستطيع المتلقي قراءة النص السردية مباشرة في الصحيفة الورقية حال توزيعها، أو في الصحيفة الالكترونية فور عرض منشورها، وبإمكانه التوقف عن القراءة متى يشاء ومنح نفسه فرصة التفكير والتأمل فيما يتلقى من معلومات وصور ومشاهد وأفكار وآراء وخواطر... الخ، ثم العودة لاستئناف قراءة النص الذي يكون حاضرا دائما أمام عينيه وبين

يديه؛ لأنه ببساطة يمكنه التحكم في وسيلته الإعلامية المكتوبة. أما في السرد الشفاهي الإذاعي أو المرئي، فإنه إذا فات المستمع أو المشاهد بث أول مقطع من خطاب السرد الإعلامي الشفاهي، فلن يستطيع تداركه في الحين، وقد لا يستطيع فهم ومتابعة ما تبقى من السرد الشفاهي إلا بالعودة إلى التسجيلات المحفوظة والتي لا تكون متوفرة دائماً عند المتلقي مقارنة بالسرد المكتوب إلا إذا حرص منذ البداية على تسجيل الخطاب الموثوث حتى لا يفوته، ومتابعته لاحقاً. ومع ذلك، يبقى تلقي الخطاب السردى الشفاهي المسجل تلقياً غير مباشر؛ لأنه سرد موثوث بعد تسجيله (recorded).

ولعل تأثير خطاب السرد الإعلامي المكتوب يكون أحياناً أخطر على نفوس الجماهير من بعض وسائل الإعلام المسموعة أو المرئية على غرار "تقرير نشر عام 2005 في مجلة نيوزويك بأن القوات الأمريكية في موقع الاعتقال بخليج غوانتانامو سحبت نسخة من القرآن في أسفل المرحاض، مما أدى إلى أعمال شغب وسقوط عدد من القتلى والجرحى في أفغانستان. مجلة نيوزويك تنصلت لاحقاً من هذه المقالة، ولكن الضرر وقع. هناك الكثير من الجدل حول مدى مسؤولية نيوزويك، (إذا كانت مسؤولة حقاً) عن أعمال الشغب والوفيات. ولكن الحدث يظهر كيفما يبدو وكأنه تفاصيل بسيطة في قصة إخبارية يمكن أن يكون له انعكاسات وتداعيات هائلة"⁽¹⁾.

وكما يلاحظ، لا يمكن لإدارة مجلة نيوزويك أن تحو المقالة المكتوبة من الصحيفة الورقية التي يتوفر جمهور القراء على آلاف النسخ المطبوعة منها، ولا شك أن تراجع إدارة الصحيفة الورقية عن منشورها، أو نشر إدارتها لتصحيح معلومات، أو توضيح مقصدية منشورها، أو نشر رد يصلها من المتلقي كأن تكون جهة متضررة من المقالة، أو حتى قارئ،

(1) آرثر آسيا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة صالح خليل أبو إصبع، العدد المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2012 ص 176

فإن إدارة الصحيفة لن تستطيع فعل ذلك إلا في العدد الموالي من الجريدة. أما في حالة خطاب السرد الإعلامي الشفاهي، المسموع والمرئي، والذي يحدث آثارا خطيرة مباشرة في المجتمع، فإنه إن لم يكن تم تسجيله مسبقا من طرف المتلقي، فليس من البساطة أن تعيد الوسيلة الإعلامية بثه كاملا من جديد للمتلقي تجنباً لتكرار الضرر نفسه. وفي حالات استثنائية، إذا لم يكن ثمة تسجيل مسبق لنص الخطاب الإعلامي، فيمكن أن تعطي الوسيلة الإعلامية -وفقا للقوانين الجاري بها العمل- تسجيلاً منه للجهات المختصة للرقابة أو أجهزة القضاء في حالة تظلم جهة ما، أو رفع دعوى قضائية ضدها؛ حيث تصبح المادة الإعلامية المسجلة، في هذه الحالة، الدليل المادي لتقدير وقوع الضرر من عدمه.

أصناف الخطاب الإعلامي المكتوب:

يتمظهر الخطاب الإعلامي المكتوب في عدة أشكال سردية خطابية تجمعها غالبا ثلاثة أصناف:

الأصناف الإخبارية:

تقوم الأصناف الإخبارية على أن ينقل السارد الصحافي القصة الخبرية إلى المتلقي عبر وسيلة إعلامية مكتوبة، ورقية أو إلكترونية، بكل موضوعية وتجرد عن الذاتية، وباستعمال لغة بسيطة ومفهومة، ومن أنواع الخطاب الإعلامي السردية المكتوب يمكن ذكر: النبأ، التقرير والتحقيق، والحديث الصحفي، والمؤتمر الصحفي.

الأصناف التعبيرية:

تتميز الأصناف التعبيرية باصطباج القصة الخبرية بمسحة ذاتية للصحفي ناتجة عن معاشاته وانطباعاته عن الحدث، مع استعمال لغة تعبيرية تقترب من اللغة الأدبية مثلما نجده على الخصوص في الخطاب الإعلامي من نوع الاستطلاع الصحافي (الربورتاج).

الأصناف الفكرية:

تعتمد الأصناف الفكرية على قصة خبرية ينطلق منها الكاتب الإعلامي لإبداء رأيه وأفكاره حول حدث أو قضية ما، ويسعى بطريقة حجاجية إلى إقناع المتلقي بما يطرحه من أفكار ورؤى على غرار ما نجده في نوع خطاب العمود الصحفي، أو خطاب الافتتاحية، أو خطاب التعليق، أو خطاب المقال النقدي الذي يتناول تناولا نقديا -مثلا- قضية أو ظاهرة من الظواهر الإنسانية أو الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية التي تهم الرأي العام، أو خطاب المقال التحليلي الذي يتطرق بالتحليل المعمق لقضية من القضايا التي تهم الرأي العام لاسيما القضايا ذات الطابع السياسي.

مفهوم الخبر في الخطاب الإعلامي العربي:

يشكل الخبر عماد الخطاب الإعلامي، فهو يمثل المتن أو محتوى الخطاب وما يحمله من معلومات عن الحدث وأبطاله وزمنه ومكانه وظروف وقوعه؛ وبعبارة أخرى، فإن الخبر هو القصة الخبرية ذاتها في مقابل الخطاب الذي يمثل صيغتها التعبيرية السردية التي نجدها في الأنواع الصحفية في شكل نبأ، تقرير إخباري، تحقيق صحفي، ربورتاج، عمود صحفي، افتتاحية، مقال نقدي أو تحليلي... الخ. ويرأي المدرسة الشكلائية الروسية، فإنه إذا كانت القصة الخبرية أو بالأحرى الخبر ذاته يمثل متن الخطاب الإعلامي، فإن شكله السردية يمثل المبنى التعبيري لهذا الخطاب.

قبل التطرق إلى مفهوم الخبر وموقعه في الخطاب الإعلامي، رأينا من الضروري مراجعة معناه في المعاجم اللغوية ومفهومه لدى القدامى والمحدثين.

الخبر في المعاجم اللغوية:

أورد ابن منظور في «لسان العرب» "خَبَرْتُ بالأمر أي علمته. وخَبَرْتُ الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته، وقوله تعالى (فاسأل به خبيرا)؛ أي اسأل عنه خبيرا يخبر. الخبر،

بالتحريك: واحد الأخبار. والخبر: ما أتاك من نبيٍّ عمن تستخبر. ابن سيده: الخبر النبأ، والجمع أخبار، وأخاير جمع الجمع. فأم أقوله تعالى: يومئذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا؛ فعناه يوم تزلزل تخبر بما عمل عليها. وخبره بكذا وأخبره: نبأه. واستخبره: سأله عن الخبر وطلب أن يخبره؛ ويقال: تخبرت الخبر واستخبرته⁽¹⁾. كما ذكر بن منظور بأن النبأ هو الخبر "النبأ: الخبر، والجمع أنباء، وأن لفلان نبأ أي خبرا. وقوله عز وجل «عم يتساءلون عن النبأ العظيم» قيل عن القرآن، وقيل عن البعث، وقيل عن أمر النبي صلى الله عليه وسلم. وقد أنبأه إياه وبه، وكذلك نبأه متعدية بحرف وغير حرف، أي أخبره⁽²⁾. وهكذا "يتضح أن (لسان العرب) لم يفرق بين «النبأ والخبر»؛ أي أنهما مترادفان فالنبأ هو الخبر والجمع أنباء. والخبر هو النبأ والجمع أخبار وجمع الجمع أخاير⁽³⁾».

وجاء في معجم «العين» للفراهيدي في شرح مادة خبر: خبر: أخبرته وخبرته، والخبر: النبأ، ويجمع على أخبار. والخبير: العالم بالأمر. والخبر: مخبرة الإنسان إذا خبر، أي يجرب فبدت أخباره، أي أخلاقه. والخبرة: الاختبار، تقول: أنت أبطن به خبرة، وأطول به عشرة، والخابر: المختبر المجرب، والخبر: علمك بالشيء، تقول: [ليس لي به خبر]⁽⁴⁾. أما معنى كلمة النبأ في معجم العين فهي "النبأ، مهموز: الخبر، وإن لفلان نبأ، أي خبرا. والفعل: نبأته وأنبأته واستنبأته، والجمع: الأنباء [...] والنبوة، لولا ما جاء في الحديث لهمز، والنبي، صلى الله عليه وسلم، ينبئ الأنباء عن الله عز وجل⁽⁵⁾».

(2) ابن منظور، المرجع السابق، ج 4/ص 13

(3) المرجع نفسه، ج 14/ص 8

(4) محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة،

جدة، المملكة العربية السعودية د.ت 19

(5) الخليل بن أحمد الفراهيدي، المرجع السابق، ج 1/ص 383

(6) المرجع نفسه، ج 4/ص 179

وجاء في الصحاح "الخبرُ بالتحريك: واحد الأخبار وأخبرته بكذا وخبرته، بمعنى. والاستخبارُ: السؤال عن الخبر وكذا التَّخَبُّرُ [...] ويقال من أين خبرت هذا الأمر؟ أي من أين علمت. والاسم الخبر بالضم، وهو العلم بالشيء. والخبير: العالم. [...] وقولهم: لأخبرنَّ خبرك، أي لأعلننَّ علمك"⁽¹⁾. كما ذكر الصحاح أن "النبا: الخبر، تقول نبأً ونبأً، أي: أخبر، ومنه أخذ النبي لأنه أنبا عن الله تعالى، وهو فعيل، بمعنى فاعل"⁽²⁾. كما أورد «تاج العروس من جواهر القاموس» أن "الخبر: مُحَرَّكة: النبا هكذا في المحكم. وفي التهذيب: الخبر: ما أتاك من نبيٍّ عمن تستخبر. قال شيخنا: ظاهره بل صريحه أنهما مترادفان وقد سبق الفرق بينهما وأن النبا خبر مُقَيَّدٌ بكونه عن الراغب وغيره من أئمة الاشتقاق والنظر في أصول العربية. ثم إنَّ أعلام اللغة والاصطلاح قالوا: الخبر عُرِفَ ولُغَةً: ما يُنْقَلُ عن الغير وزاد فيه أهل العربية: واحتَمَلَ الصِّدْقَ والكَذِبَ لِذَاتِهِ. والمُحَدِّثُونَ اسْتَعْمَلُوهُ بِمَعْنَى الْحَدِيثِ. أو الحديث: ما عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ والخبر: ما عَنِ غَيْرِهِ [...] وأخبره خبره بالضم أي أنبأه ما عنده [...] جمع أخبار وجمع أخاير [...] (واستخبره: سأله) عن (الخبر) وطلب أن يخبره، (كتخبره) يقال: تخبرت الخبر واستخبرته [...] وفي حديث الحديبية (أنه بعث عينا من خزاعة يتخبر له خبر قريش) أي يتعرّف ويتتبع. يقال: تخبر الخبر واستخبر، إذا سأل عن الأخبار ليعرفها. (وخبره تخيرا: أخبره). يقال: استخبرته فأخبرني وخبرني [...] قولهم (لأخبرنَّ خبرك) هكذا هو مضبوط عندنا محرّكة. وفي بعض الأصول الجيدة بضم فسكون، أي (لأعلننَّ علمك)، والخبر والخبر: العلم بالشيء."⁽³⁾

(2) أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري، المرجع السابق، ص 303

(3) المرجع نفسه، ص 1109

(1) محمد مرتضى الزبيدي، المرجع السابق، ج 11/ص 67 إلى ص 71

وجاء أيضا في تاج العروس في مادة نبأ" (النبأ محرّكة الخبر) وهما مترادفان، وفرق بينهما بعض، وقال الراغب: النبأ: خبر ذو فائدة عظيمة، يحصل به علم أو غلبة ظنّ، ولا يقال للخبر في الأصل نبأ حتى يتضمن هذه الأشياء الثلاثة ويكون صادقا، وحقّه أن يتعرّى عن الكذب، كالمتواتر وخبر الله وخبر الرسول صلى الله عليه وسلم، ولتضمّنه معنى الخبر يقال: أنبأته بكذا، ولتضمّنه معنى العلم يقال: أنبأته كذا [٠٠٠] (ج. أنباء) نخبر وأخبار، وقد (أنباه إياه) إذا تضمن معنى العلم، (و) أنبأ (به) إذا تضمن معنى الخبر، أي أخبره، (كنبأه) مشددا. (واستنبأ النبأ: بحث عنه ونابأه) ونابأته أنبوءة وأنبأته أي (أنبأ كلُّ منهما صاحبه)"(1)

كما حاولت بعض المعاجم والقواميس الحديثة التجاوب مع متطلبات الإعلام في إطار البحث عن مفهوم اصطلاحي للخبر الصحفي قصد تلبية حاجة العاملين في قطاع الإعلام. فقد أورد معجم اللغة العربية المعاصرة أن "خبر مصدر خبر. نبأ ما يعبر به عن واقعة ما. ما ينقل من معلومات ويُتحدّث بها قولاً أو كتابة وتعبر غالبا عن أحداث جديدة تكلّك المذكورة في الصحف والإذاعة والتلفزيون «تسرّبت الأخبار -نشر خبرا ٠٠٠» أخبار محلية: داخلية أو خاصة ببلد ما، عكسها أخبار أو شؤون عالمية [٠٠٠] صادق الخبر: صحيح النبأ، صدوق المقال -على هامش الأخبار: تعليق على الأخبار - مرّمات الأخبار: أكاذيبها-نشرة الأخبار: ما يقرأه المذيع في الراديو والتلفاز من أخبار محلية وخارجية ليطلع عليها الجمهور أو الرأي العام"(2). و"أخبر يخبر، إخبارا، فهو مُخْبِر والمفعول مُخْبَر. أخبره وقائع المؤتمر/ أخبره

(2) المرجع نفسه، ص 295

(3) أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المرجع السابق، ص 608

بوقائع المؤتمر/ أخبره عن وقائع المؤتمر: أعلمه وأنبأه بها «أخبر شخصا بالتفاصيل - أخبرني عن جلية الأمر: حقيقته»⁽¹⁾.

أما معنى "إخبار (مفرد): مصدر أخبر. (فن) قيام سلطة رسمية أو موظف، أو قيام من شاهد اعتداء على الأمن العام أو حياة الناس بإبلاغ المدعي العام التابع له محل وقوع الجريمة [٠٠٠] إخباري (مفرد) اسم منسوب إلى إخبار: إعلامي. مهم بنشر الأخبار «شريط إخباري قام الإخباريون بتغطية أحداث الحفل وبثه على الهواء مباشرة». إخبارية (مفرد) اسم مؤنث منسوب إلى إخبار «نشرة إخبارية». رسالة إخبارية: تقرير مطبوع بأخبار ومعلومات ذات أهمية لجماعة معينة. مصدر صناعي من إخبار: خبر منقول بطريقة سرية «وصلت إلى الشرطة إخبارية بوجود مهربين على الحدود»⁽²⁾. و"النبأ: الخبر، لأنه يأتي من مكان إلى مكان. والمنبي: المخبر. وأنبأته ونبأته»⁽³⁾. كما جاء في معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب" الخبر (Statement) في علم المعاني العربي، هو الذي يحتمل الصدق إن كان مطابقا للواقع - أو لاعتقاد المخبر عند البعض- والكذب إن كان غير مطابق للواقع -أو لاعتقاد المخبر في رأي [٠٠٠] والخبر في النحو العربي (predicate) ما تتم به مع المبتدأ فائدة. وهو إما مفرد (وهو في باب المبتدأ أو الخبر، ما ليس جملة ولا شبيها بالجملة)⁽⁴⁾.

مفهوم الخبر لدى القدامى:

إن مفهوم الخبر لدى القدامى لا يختلف عن التعريف المقترح من طرف الباقلاني الذي يرى أن الخبر هو كل كلام يصح فيه الصدق والكذب. وبهذا يفرق الخبر عما ليس بخبر في الكلام وفي الذوات الأخرى التي ليست خبرا. ويتحدث القاضي عبد الجبار من خلال

(2) المرجع نفسه، ص 606

(3) المرجع نفسه، ص 607

(4) أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، المرجع السابق، ج 5 ص 385

(1) مجدي وهبه وكامل المهندس، المرجع السابق، ص 156

تليذه أبي الحسين البصري عن الأخبار على النحو الآتي: الأخبار لا تخرج عن احتمال أن نعلم صدقها أو كذبها، أو لا نعلم ذلك. ويرى عبد القاهر الجرجاني البغدادي أنها لا توجد إلا حالة واحدة تحتمل الصدق والكذب معا. «إن رجلا لم يسبق أن كذب من قبل، عندما يتحدث عن نفسه. فإن ما يحكيه يعد كذبا بالتحديد. ولكونه صادقا، يصبح كذبه إذن حقيقة». وعلى هذا النحو يكون لدينا - كما يقول - خبر فريد من نوعه، يمثل الكذب والصدق معا. ويقدم الخطيب البغدادي في كتابه «الكفاية» بالضبط التعريف نفسه الذي نجده عند الباقلاني[٣٠٠] على الرغم من الاختلافات الهامة القائمة بين هؤلاء المؤلفين، في أن الخبر هو المعلومة التي يتم اعتبارها من حيث ملاءمتها للحقيقة أو عدم ملاءمتها لها^(١).

وفي أثر القدامى، نجد الجاحظ في رسالة «المعاد والمعاش» يتحدث عن دلالات الخبر وأنواعه والإشارة إلى بعض أجناسه بمفهوم الإعلام الحديث. يشير الجاحظ في المقطع التالي من هذه الرسالة إلى الإعلام، وهو هنا العلم بقصة الخبر الشفاهي، ونقله من مصادر مختلفة عدوة وصديقة، عن طريق التواتر، إلى المتلقي الذي يصدقها، وهو السامع، علما كان أم جاهلا حيث يقول: "فما غاب عنكم ما قد رآه غيركم ما يدرك بالعيان، فسبيل العلم به الأخبار المتواترة التي يحملها الولي والعدو والصالح والطالح المستفيضة في الناس، فتلك لا كلفة على سامعها من العلم بتصديقها. فهذا الوجه يستوفيه العالم والجاهل."^(٢)

وفي المقطع الذي يليه، يؤكد الجاحظ على حقيقة هامة في الخطاب الإعلامي المعاصر، تتمثل في وجوب التدقيق في صحة الخبر وصدقه عن طريق طرح الأسئلة المباشرة على أصحابه

(٢) الأخضر السوامي، المرجع السابق، ص 312 و 313

(٣) الجاحظ، رسائل الجاحظ، تحقيق محمد طه الحاجري، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ص. ب 749 بيروت،

لبنان 1983 ص 144

حتى لا يحتمل الكذب والتواطؤ خاصة إذا كان المتلقي محيطاً علماً بذلك من قبل. فيقول: "وقد يجيء خبر أخص من هذا، إلا أنه لا يُعرف إلا بالسؤال عنه والمفاجأة لأهله. كقوم نقلوا خبراً، ومثلك يحيط علمه أن مثلهم في تفاوت أحوالهم وتباعدهم عن التعارف لا يمكن في مثله التواطؤ، وإن جهل ذلك أكثر الناس. وفي مثل هذا الخبر يمتنع الكذب ولا يتهيأ الاتفاق فيه على الباطل." (1)

وعندما لا يكون المتلقي عالماً بالحدث أو ببعضه، وبغض النظر عن مصدر الخبر أكان كاذباً أم صادقاً، فإن المتلقي يتأكد من صدق الخبر بناء على العدالة التي يتصف بها المخبر؛ أي الصحفي بمفهوم الإعلام الحديث وبمدى الثقة التي يضعها المتلقي فيه رغم أن هذا الخبر لا يرقى إلى مستوى صدقية الخبرين السابقين؛ لأن المتلقي إما تواتر إليه الخبر وإما عالم به مسبقاً. يقول الجاحظ: "وقد يجيء خبر أخص من هذا يحمله الرجل والرجلان ممن يجوز أن يصدق ويجوز أن يكذب. فصدق هذا الخبر في قلبك إنما هو بحسن الظن بالمخبر والثقة بعدالته. ولن يقوم هذا الخبر من قلبك ولا قلب غيرك مقام الخبرين الأولين. ولو كان ذلك كذلك بطل التصنع بالدين واستوى الظاهر والباطن من العالمين." (2)

ويخلص الجاحظ إلى أن هذه الأخبار هي التي وقعت محل تحقيق العين والمشاهدة المباشرة، وقد أطلق عليها الأخبار التي تدركها الأبصار، وتعتبر يقينية إذا كانت متواترة أو علم بها المتلقي، ويعدّ الخبر الواحد ظنياً ويتم تصديقه بقدر الثقة والائتمان في مصدره. يقول: "ولما أن كان موجوداً في العقول أنه قد يفتش بعض الأمناء عن خيانة وبعض الصادقين عن كذب، وأن مثل الخبرين الأولين لم يتعقب الناس في مثلهما كذبا قط، علم

(2) المرجع نفسه، ص 145

(3) المرجع نفسه، ص 145

أن الخبر إذا جاء من مثلهما جاء مجيء اليقين، وإنما علم من خبر الواحد فإنما هو بحسن الظن والائتمان. هذه الأخبار عن الأمور التي تدركها الأبصار.⁽¹⁾

ثم يتحدث الجاحظ عما يسمى اليوم بنوع التحقيق الصحفي عندما يتطلب الأمر البحث والتأكد من وقوع حدث لم يره أحد ويستوجب تتبعه وتقصّيه من خلال آثاره التي يتركها حيث تبدأ عملية التحقق بالظن والشك المنهجي المؤدي إلى الدلائل ثم العلم بحقيقة الحدث. وللوصول إلى هذه الغاية، يذكر الجاحظ صراحة مبدأ الاتصال والتفاعل بين المرسل (الصحفي أو وسيلة الإعلام) والمرسل إليه (المتلقي) في الرسالة الإعلامية وتقصّي أسباب وقوع الحدث، فيقول: "فأما العلم بما غاب مما لا يدركه أحد بعيان، مثل سرائر القلوب وما أشبهها، فإنما يُدرَك علمها بآثار أفعيلها وبالغالب عن أمورها على غير إحاطة كإحاطة الله بها. وأول العلم بكل غائب الظنون. والظنون إنما تقع في القلوب بالدلائل، فكما زاد الدليل قَوِي الظن حتى ينتهي إلى غاية تزول معها الشكوك عن القلوب، وذلك لكثرة الدلائل وترادفها. فهذه غاية العباد بالأمور الغائبة. فمن عرف ما طُبِع عليه الخلق وجرب عاداتهم وعرف أسباب اتصّالهم واتصّاله بهم وتقصّى علل ذلك، كان خليقا - إن لم يحيط بعلم ما في قلوبهم - أن يقع من الإحاطة قريبا"⁽²⁾

وبهذا، يتبين بأن القدامى قد فهموا الخبر على أنه العلم بالشيء، كما لم يرهنوه عند حدّ كل ما يحتمل الصدق والكذب وحسب، كما يفعل بعض البلاغيين والنحاة، بل إنهم وضعوا شروطا لإخراجه من دائرة الكذب - كما رأينا عند الجاحظ - مثل التدقيق في صحة الخبر من خلال المعاينة البصرية المباشرة، أو بصدق الظن بالخبر (الصحفي)، أو بمصادقية الوسيلة الإعلامية التي تنقل الخبر.

(2) المرجع نفسه، ص 145

(1) الجاحظ، رسائل الجاحظ، ص 145 و 146

مفهوم الخبر لدى المحدثين:

رغم الطفرة المعرفية والعلمية في العصر الحديث في مجال اللغويات وعلوم الدلالة والإعلام والاتصال، فإن المحدثين لم يتوصلوا إلى تعريف جامع لمفهوم الخبر، ولا سيما في الإعلام والاتصال حيث ظلت تعريفاتهم تتباين، مرة حسب درجة فهم الباحث للخبر في زمنه، ومرة أخرى حسب درجة فهم الباحث لمعنى ودلالة الترجمة الأجنبية لمفهوم الخبر. فبعد العالي رزاقى يرى "أنه من السهولة كتابة خبر، ولكنه من الصعوبة تعريفه"⁽¹⁾. أما فاروق أبو زيد فيقول: "لا يوجد تعريف واحد للخبر، ذلك أن مفهوم الخبر شيء يختلف من عصر إلى عصر. فالمفهوم السائد في القرن التاسع عشر غير المفهوم السائد في القرن العشرين، بل إن المفهوم السائد في النصف الأول من القرن العشرين غير ذلك الذي يسود في النصف الثاني منه."⁽²⁾.

ويشير الباحث نفسه إلى محاولات بعض الدارسين تحديد مفهوم الخبر على غرار الدكتور محمد عزمي الذي يعرف الخبر بأنه «إعلام عن حدث جديد ومتميز» والدكتور عبد اللطيف حمزة الذي يعرف الخبر بأنه «مادة من أهم مواد الصحيفة وأنها تهتم القراء من جانب وتهتم الصحيفة من جانب آخر وإنها تعتبر موردا من موارد الثروة للصحف». والدكتور حسنين عبد القادر يعرفه بأنه «كل حقيقة حالية أو غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس» والدكتور خليل صابات يؤكد بأن الخبر «هو ما يحوي شيئا خارجا عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس... وأن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق...»⁽³⁾.

(2) عبد العالي رزاقى، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، المرجع السابق، ص 27

(3) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 2

(4) ينظر فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع السابق، الصفحات: 44، 45، 46، 49

ويصل فاروق أبو زيد بعد إيراد عدة تعريفات للباحثين إلى تعريف تبني مفهوم الخبر لدى الدول النامية "الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته"⁽¹⁾.

وعرفته الباحثة مي عبد الله بأنه "وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه، فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر تتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر. الخبر له صلة بحياة المتلقي ويمكن أن يؤثر عليه بشكل ما، وهو نقل صادق وصحيح عن حدث لم يعرف من قبل أو زاوية جديدة في حدث قديم"⁽²⁾.

أما محمود أدهم، فقد وضع في كتابه «فن الخبر» مئة تعريف للخبر⁽³⁾ نقلها عن باحثين عرب وأجانب، وكلها تعريفات متداخلة يتباين بعضها عن بعض ويتقارب بعضها الآخر من بعض؛ حيث لم يخرج من ورائها بتعريف حصري جامع مانع ما جعله يضع تعريفه الخاص للخبر الذي هو "وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لاف للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة الوقوع أو تأكد أنها ستقع، نتصل -جميعها- بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى كما تساهم في توعيتهم وثقيفهم وتسليتهم وتحقيق الربح المادي لها"⁽⁴⁾. وأعتقد أن هذا ليس بتعريف للخبر، وإنما هو ملخص مقتضب لكل التعريفات التي

(2) المرجع نفسه، ص 56

(3) مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 2014 ص 160

(4) ينظر محمود أدهم، فن الخبر، دار النشر هليوبوليس، القاهرة، 1987، من ص 13 إلى ص 26

(1) ينظر محمود أدهم، فن الخبر، ص 48

وضعها الباحث في كتابه؛ لأن كل كلمة أو جملة في هذا التعريف الملخص تحمل عدة مفاهيم ودلالات إعلامية جُمعت في سلة واحدة في حين أن التعريف وكما هو معروف يكون مركزا ومختصرا ويحمل أكبر قدر من الدلالات والمعاني عن الشيء المراد تعريفه في أقل عدد ممكن من الكلمات.

ولعل سبب تعدد واختلاف التعريفات التي أعطاها الدارسون العرب للخبر الصحفي يعود إلى كثرة الترجمات وتعدد مفاهيم الخبر لدى الدارسين الأجانب. فكارل وارن (Carl Warren) يعرف الخبر انطلاقا من المسؤولية الاجتماعية، ويرى أن الأخبار هي «بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهتم الرأي العام ويفيده ويضيف إلى معلوماته جديدا»، وهارولد إيفانز (Harold Evans) رئيس صحيفة (إيكو Echo) يرى «أن الأخبار هي الناس... يجب أن نثير اهتمامهم بقدر ما تقدم لهم من فائدة وتسلية، وبقدر ما تعبر عما يجري في حياتهم اليومية»، وأليك نيومان (Alec Newman) يقول: «أن الأخبار هي الأشياء التي يفعلها الناس والأشياء التي تحدث لهم»، وتيرنر كاتلج (Turner Catledge) فعنده أن الخبر هو «أي شيء يمكن أن تقع عليه اليوم ولم تكن تعرفه من قبل»، وجورج أ. هوك (George A. Hough) لا يشترط الإثارة في الأخبار وإنما هي «كل ما يهم عددا كبيرا من القراء، فأخبار الموتى والمواليد والزواج رغم تكرارها قد تحتوي على قصص تنشر ويقرأها الناس بشغف». أما رولاندز (D.C.H Rowlands) مدير مركز التدريب الصحفي في مجموعة تومسن الصحفية ورئيس تحرير صحيفة الويسترن ميل (Western Mail)، فيرى أن الخبر هو «إفشاء لأشياء أو أسرار لم تكن معروفة.. وهو ما يريد البعض كتمانها بينما الجميع في حاجة إلى الإعلان عنه» بينما يعرف إدجار ديل (Edger Dale) مستشار الصحافة بهيئة اليونسكو الأخبار بمدى تأثيرها على الناس «فهي تلبى رغبتنا في العلم بالشيء وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة

مضطربة وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين وتقتراح علينا ما نقوم به وتعطينا الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية وتمدنا بمعلومات عن ماضينا وتتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه»⁽¹⁾.

الخبر والنبأ في نظرية السرد:

فتحت المناهج السردية الحديثة أمامنا المجال واسعا لمراجعة النظرة التقليدية إلى المعاني اللغوية لكلمتي «الخبر» و«النبأ» في المعاجم القديمة ودلالاتي هذين اللفظين. والحقيقة، أن هناك إشارات في المعاجم اللغوية القديمة تحمل فروقات بين الكلمتين، ولكن غطى عليها تداول الكلمتين باعتبارهما مترادفين لشيء واحد. فقد جاء في تاج العروس: "ونابأته أنبوء وأنبأته أي (أنبأ كلُّ منهما صاحبه)"⁽²⁾؛ بمعنى سرد كل منهما على صاحبه علمه بالخبر؛ أي بالواقعة.

وأورد بن منظور في لسان العرب "القصة: الخبر وهو القصص. وقصّ عليّ خبره يقصّه قصّا وقصصا: أوردّه. والقصص: الخبر المقصوص، بالفتح، وضع موضعا لمصدر حتى صار أغلب عليه. والقصص، بكسر الكاف: جمع القصّة التي تُكتب [...] والقصة الأمر والحديث... وتقصّص الخبر: تتبّعهُ. والقصّة: الأمر والحديث. واقتصصت الحديث. رويته على وجهه، وقصّ عليه الخبر قصصاً. وفي حديث الرؤيا: لا تقصّها إلا على وادّ. يقال قصصت الرؤيا على فلان إذا أخبرته بها، أقصّها قصّا. والقصّ: البيان، والقصص، بالفتح: الاسم. والقاصّ: الذي يأتي بالقصّة على وجهها كأنه يتتبّع معانيها وألفاظها"⁽³⁾. كما أن "مدلول القصة في اللغة، يفيد أنها كشف عن آثار مضت، وتنقيب عن أحداث نسيها

(2) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، المرجع السابق، الصفحات: 37، 36، 35، 34 و 38

(3) محمد مرتضى الزبيدي، المرجع السابق، ج 1/ ص 443 و 444

(4) ابن منظور، المرجع السابق، ج 11/ ص 191

الناس، أو غفلوا عنها، وغاية ما يراد من ذلك هو إعادة عرضها من جديد لتذكر الناس بها، ولفتهم إليها لتكون للعبرة والعظة"⁽¹⁾

وكما هو واضح، يتفق بن منظور في كون الخبر هو قصة مع مفهوم الشكلايين الروس للسرد القصصي حيث يرون بأن القصة هي «المتن الحكائي» للخطاب؛ أي المحتوى الخبري. في الوقت ذاته، يتفق صاحب تاج العروس مع الشكلايين في أن النبأ هو اسم عملية الإنباء (نابأته أنبوءه وأنبأته أي (أنبأ كلُّ منهما صاحبه) بمعنى أن النبأ هو الصيغة السردية التعبيرية المعتمدة أثناء عملية التخاطب بينهما، وهو ما يمثل «المبنى الحكائي» للخطاب لدى الشكلايين الروس؛ أي الشكل التعبيري للخبر. يقول الشكلايني الروسي توماشفسكي "لنتوقف عند مفهوم المتن الحكائي (Fable) إننا نسمي متنا حكايا مجموع الأحداث المتصلة فيما بينها، والتي يقع إخبارنا بها خلال العمل. إن المتن الحكائي يمكن أن يُعرض بطريقة عملية (pragmatique)، حسب النظام الطبيعي، بمعنى: النظام الوقي والسببي للأحداث، وباستقلال عن الطريقة التي نظمها [تلك الأحداث] أو أدخلت في العمل. في مقابل المتن الحكائي، يوجد المبنى الحكائي الذي يتألف من نفس الأحداث، بيد أنه يراعي نظام ظهورها في العمل، كما يراعي ما يتبعها من معلومات تعيّننا لنا"⁽²⁾.

كما يشير سعيد يقطين إلى أن "الخبر أصغر وحدة حكاية، ونميزه عن الحكاية بكون مركز التوجيه فيه يتمحور حول الفعل «الحدث» [...] الحكاية أوسع من الخبر، ويمكنها أن تضم أكثر من وحدتين خبريتين. لكن مركز توجيهها لا ينصب على الحدث أو الفعل، ولكن على الفاعل، لأنه هو الذي تجتمع حوله، وتئاتر بصدد الوحدات الخبرية التي تضمها

(2) محمد القاضي، الخبر في الادب العربي، المرجع السابق، ص 40

(1) بوريس توماشفسكي، نظرية الأغراض، من كتاب نصوص الشكلايين الروس، ترجمة إبراهيم الخطيب مؤسسة الأبحاث العربية (شوران) بيروت، لبنان 1982 ص 182

الحكاية". ويبدو أن يقطين قد فهم الخبر على أنه نوع من السرد الذي يضم وحدة خبرية واحدة؛ أي حدثا واحدا، بينما الحكاية هي نوع من السرد أيضا ولكنها تضم أكثر من وحدتين خبريتين. لذلك، قرر أن السرد جنس، والخبر نوع "يمكننا توظيف مفهوم «السرد» للدلالة على مختلف الأنواع الخبرية، وذلك لتجنب الالتباس الذي يمكن أن يحدثه مفهوم «الخبر» الذي نجده نوعا من الأنواع لأن مفهوم السرد أوسع وأشمل، ولا يمكننا نعت أي نوع من أنواعه بهذه السمة. لذلك نعتبره جنسا و«الخبر» نوعا أوليا"⁽¹⁾.

أما محمد القاضي، فيرى بأن "الخبر وحدة سردية مستقلة. ويقتضي ذلك أن يكون في كل خبر ملفوظات حالة، وهي تصل بين الشخصيات والصفات، وملفوظات عمل، وقوامها الأحداث التي تغير من الحالات [...] نستخدم الخبر هنا بمعنى مخصوص وهو مجموع الأحداث والشخصيات التي تمثل ضربا من المادة الخام التي بها قوام السردية قبل أن تتجسد في نص"⁽²⁾. ويعتبر هذا الباحث أن للخبر دالتين: مادية ومعنوية، فكلمة «خبر» "انتقلت من الدلالة على المجال المادي إلى الدلالة على المجال المعنوي فأصبحت تدل على نقل أحداث وأقوال. على أن المعاجم أثبتت لهذه الكلمة معنيين أحدهما مجمع عليه وهو الأمر والشأن، أي موضوع القول، وهو يوافق ما أطلق عليه الانشائيون اسم الخبر (histoire) أي جملة الأحداث التي يحتمل أن تجري في واقع معلوم، متعلقة بشخصيات قريبة مما نراه في الواقع. والمعنى الآخر نجده في بعض المعاجم ولا نجده في غيرها، وهو على كل حال معنى ثانوي بالنسبة إلى سابقه، وهذا المعنى هو البيان أي رواية أحداث أو أقوال ونقلها إلى السامع أو القارئ. وهذا ما نجده في عبارة من قبيل «قص عليه الخبر». وهذا

(2) سعيد يقطين، السرد العربي، المرجع السابق، ص 153 و 154

(3) محمد القاضي، الخبر في الادب العربي، المرجع السابق، ص 353

المعنى قريب جدا مما سماه الانشائيون خطابا (discours)، وهو الكلام الذي يضطلع به راو ويقدم به إلى سامع أو قارئ وقائع أو أحوالا أو أقوالا⁽¹⁾.

وتشير عبارة «بيان» لدى محمد القاضي إلى «سرد الخبر» وليس إلى الخبر في ذاته والذي يبقى معناه «الحدث المعلوم»؛ أي الواقعة أو القصة أو الحكاية أو الرواية كما جرت زمانا ومكانا في الفضاء الجغرافي، أما النبأ، فهو اسم مسرود الخبر، وبعبارة أخرى، فإن النبأ هو الصيغة الخطائية أو الأسلوب أو الكيفية التي انتظمت الخبر؛ أي أن النبأ هو المحكي أو المروي أو المقصوص (من القص) أو المسرود، وهو ما يتطابق مع مفهوم المحكي في السرد حيث "يقوم المحكي عامة على دعامين أساسيتين: أولاهما: أن يحتوي على قصة ما، تضم أحداثا معينة. وثانيهما: أن يُعَيِّن الطريقة التي تحكى بها تلك القصة. وتسمى هذه الطريقة سردا، ذلك أن قصة واحدة يمكن أن تحكى بطرق متعددة، ولهذا السبب، فإن السرد هو الذي يُعتمد عليه في تمييز أنماط المحكي بشكل أساسي. إن السرد هو الكيفية التي تروى بها القصة ... وما تخضع له من مؤثرات، بعضها متعلق بالراوي والمروي له، والبعض الآخر متعلق بالقصة ذاتها"⁽²⁾.

وبمفهوم السرد، يصبح لدينا أن الخبر هو الحكاية أو الرواية أو القصة بعامة؛ بمعنى الحدث وعناصره، سواء أكانت هذه القصة طويلة أم قصيرة. أما النبأ فهو اسم مسرود الخبر أو مقصوصه، أو محكيه، أو مرويه الناتج عن عملية الإنباء والتي تعني-هنا-الخطاب السردى للخبر سواء كان بالمشاهدة أم الكتابة أم الصورة أم الرسم أم الصورة السمعية البصرية وما إليها من أشكال السرد مع ملاحظة وجود فرق وصفي بين الحكايات القصيرة والطويلة.

(2) المرجع نفسه، ص 71

(1) حميد الحمداني، المرجع السابق، ص 45

إن النبأ يشير في رأينا، إلى المروي أو المحكي أو المقصوص القصير المركز فيما تدلّ كلمة القَصَص على المرويات أو المحكيات أو المقصوصات الطويلة نسبيا أو المفصلة مع أن كليهما يتضمنان متن الرواية أو الحكاية أو القصة. وبالمفهوم الإعلامي، نرى أن ما تعارف عليه الإعلاميون كنوع صحفي؛ والذي هو «الخبر»، إنما يمثل في الحقيقة «متن» النبأ؛ أي أن الخبر هو قصة النبأ، سواء وقعت القصة بالفعل في الماضي، أم أنها ستقع في المستقبل أم أنها لن تقع أبدا ولكن وصلنا مروي عنها وحسب.

وهكذا، فالنبأ، هو اسم الشكل التعبيري السردى للخبر. وبعبارة أوضح، فإذا كان الخبر هو المتن القصصي للحدث وعناصره، فإن النبأ هو المبنى القصصي والشكل التعبيري السردى له، وكلاهما يشكلان خطابا إعلاميا سرديا. فالنبأ إذن، اسم منتج عملية "الإنباء والإعلام؛ أي إخراج المادة الأصلية من مجال الأحداث والأحوال إلى مجال القول أو الكتابة، وهو أقرب ما يكون إلى ما أطلق عليه الإنشائيون اسم الخطاب (Discours) وهو الكلام المستعمل لنقل الأحداث والأقوال إلى سامع أو قارئ، وهذا الكلام يقوم به راوٍ"⁽¹⁾.

وعند استنطاق النبأ باعتباره خطابا إعلاميا سرديا قصيرا من خلال طرح السؤال ماذا وقع؟ سنكتشف محتواه؛ أي متنه الذي هو الخبر أو القصة الخبرية. ثم إذا طرحنا السؤال: كيف وقع؟ سنكتشف الكيفية التي من خلالها وقع الحدث، وأيضا -وهذا مهم- الصيغة والكيفية التي تم بها نقل وسرد الخبر أو القصة الخبرية "القصة: مستوى المحتوى للسرد كنقيض للمستوى التعبيري أو الخطاب، (المماذا the what) للسرد كنقيض لـ(الكيف how) المسرود كنقيض للتسريد، الرواية كنقيض للسرد وفقا لريكاردو، الكائنات التي تقدم في السرد"⁽²⁾.

(2) محمد القاضي، الخبر في الادب العربي، بنية النص السردى، المرجع السابق، ص 49

(1) جيرالد برنس، المصطلح السردى، المرجع السابق، ص 219

ما يؤكد ما ذهبنا إليه، هو ما أشار إليه الباحث عبد العزيز شرف" تدور أبحاث علم التحرير الإعلامي حول هذه المسألة، ولذلك يعترضنا دائما هذان السؤالان اللذان يشككان موضوع هذا العلم: ماذا نقول؟ وكيف نقول؟ والإجابة عن السؤال الأول تتناول القواعد الخاصة بمادة الإعلام من حيث موضوعه وأفكاره وملايساته، كما أن الإجابة عن السؤال الثاني تقوم على طريقة التعبير عن هذه المادة وأدائها في رسالة إعلامية"⁽¹⁾. وهي المسألة التي نهت إليها المدرسة الشكلانية "نبه الشكلاونيون إلى ضرورة التمييز بين المادة الأساسية للقصة وطريقة تشكيلها. فسرد الأحداث لا يتابع بالضرورة تعاقبها الأصلي وإنما يعرضها بالكثير من التحريف. وقادهم هذا التمييز بين المتن والمبنى إلى الانتباه إلى المواقع الزمنية التي يتخذها الراوي إزاء مروية وصلته به ومقدار معرفته بتفاصيله وطرائق سرده ووصفه للأشياء والأمكنة والشخصيات ودرجة حضوره في الخطاب عبر السرد والتعليق"⁽²⁾.

في هذا، إشارة واضحة إلى المعالجة الإعلامية التي تتم وفق منظور إعلامي؛ أي السارد. فإن شاء، اتبع التسلسل والترتيب المنطقي الكرونولوجي لقصة الحدث كما وقعت فعلا في الواقع، وإن شاء غير ذلك، -وهذا ما يحدث غالبا- خرق التسلسل والترتيب الكرونولوجي للحدث واتبع آلية سرد قصة الحدث. وهذا يعني وجود فرق واضح بين نقل الخطاب الإعلامي بمتمنه ومبناه وفق زمن وقوع عناصر قصة الحدث بحسب التسلسل والترتيب الكرونولوجي له، مثلا: (عنصر 1 + عنصر 2 + عنصر 3 + عنصر 4) وبين نقله وفق زمن سرد قصة الحدث من خلال خرق هذا التسلسل والترتيب الزمني لعناصر الحدث؛ وهو الغالب خاصة في تحرير الأنباء والأخبار والتقارير الإخبارية إذ يبدأ سرد قصة الحدث بالعنصر الأكثر أهمية، ثم العنصر الأهم، فالعنصر المهم، يليه العنصر الأقل أهمية وهكذا..

(2) عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة 1978، ص 24

(1) مجموعة من المؤلفين، معجم السرديات، دار محمد علي للنشر، تونس، 2010، ص 273 و 274

فقد يكون ترتيب العناصر المذكورة لقصة الحدث بهذا الشكل: العنصر 3 + العنصر 4 + العنصر 2 + العنصر 1.

ولعل سائل يسأل: ماذا يعني الإخبار من فعل أخبر في مقابل الإنباء من فعل أنبأ؟ والجواب: أن الإخبار يعني ذكر معلومات القصة الخبرية وحسب؛ أي عناصر قصة الحدث، بإشارة دالة عليها. أما الإنباء فهو عملية سرد عناصر قصة الحدث والصيغة والكيفية التي يسرد بها. ويسمى نتاج هذه العملية الإنبائية «النبأ».

وبمفهوم السرد نقول، إن النبأ هو اسم المسرود أو المروي. لذلك، عندما نقرأ أو نسمع أو نشاهد في النشرات الإخبارية عناوين مثل: (أنباء عن إقالة رئيس الحكومة/ أنباء عن حادث اصطدام قطارين/ أنباء عن تفجير قنبلة وسط المدينة/ أنباء عن ...الخ) فإن «أنباء»، هنا، تعني مرويات أو مسرودات المصادر عن الخبر الواحد، والخبر -هنا- هو قصة الحدث. فإقالة رئيس الحكومة وحادث المرور وتفجير قنبلة -مثلا- هي خطابات تمثل كل منها خبرا واحدا أي رواية أو قصة واحدة ولكن مروياتها؛ أي أنبائها متعددة. ولا يصح أن نقول: أخبار عن إقالة رئيس الحكومة أو أخبار عن تفجير قنبلة أو أخبار عن حادث مروري؛ لأن كلا منها يتضمن خبرا واحدا، اللهم إلا إذا كنا نتحدث عن عدة قصص خبرية متعددة يجمع بينها موضوع واحد كأن نقول: أخبار عن حوادث مرور القطارات؛ أي أكثر من خبر واحد حيث يمثل كل حدث فيها خبرا واحدا في حد ذاته، وإذا قلنا أنباء عن حوادث مرور للقطارات، فنقصد بها تعدد المرويات عن أخبار الحوادث.

وعليه، فإنه من غير المنطقي، مفاهيميا، تسمية النوع الصحفي الشائع «الخبر» في مجال الإعلام باسم «الخبر» متنا ومبنى فيما الخبر موجود ولازم وأصيل في كافة الأنواع الصحفية الأخرى باعتباره المتن والمادة الإعلامية. فالخبر هو متن ومادة التعليق والتقرير، والتحقيق، والاستطلاع، والعمود، والتحليل، والافتتاحية، وغيرها "بدون الخبر لا يولد التحقيق

الصحافي ولا المقال أو الدراسة⁽¹⁾. ومن هنا، فإننا نرى أن «النبأ» هو الاسم الصحيح لنوع الخطاب الإعلامي القصير الذي يطلق عليه في العرف الإعلامي «الخبر» من باب الترادف والتداخل مع مفهوم النبأ بسبب صعوبة التفريق بينهما.

الخبر متن الخطاب الإعلامي:

بعد استعراض تعريفات ومفاهيم الخبر لدى القدامى والمحدثين، وبعض المدارس السردية الحديثة كالمدرسة الشكلانية الروسية، يتضح بأن موقع الخبر في الخطاب الإعلامي أساسي. فالخبر يمثل حجر الزاوية المركزي التي يتأسس عليه الخطاب، وبدونه لا يمكن تصور وجود خطاب إعلامي بالمرّة. والحقيقة، إن الخبر هو نفسه القصة الخبرية التي تمثل مادة الخطاب ومتمته "قصة خبرية story: مادة خبرية تقدّم معلومات متكاملة وتفصيلية حول حدث معين يهم القارئ"⁽²⁾، ونجدها في كافة خطابات الأنواع الصحفية مادام الخبر هو معلومة أو معلومات متكاملة العناصر عن واقعة يتم الإخبار بها، وترتبط بالإنسان أو متعلقاته سواء أكان ذلك بطريقة مباشرة أم غير مباشرة "خبر: معلومة تُنقل ويُحدّث بها. أصبح في خبر كان: زال من الوجود"⁽³⁾. كما أن الخبر سرّ، أي معلومة خافية أو مخفية "وكل سرّ في الأرض إنما هو خبر عن إنسان وطي عن إنسان"⁽⁴⁾.

فالخطاب الإعلامي إخباري من حيث وظيفته في إفادته المتلقي بمعلومات جديدة لم يكن يعلم بها من قبل، أو بمعلومات قديمة معالجة من زاوية جديدة" إذا كان الخطاب الخبري مجموعة من المعلومات المتجددة التي تضمن فاعلية التواصل فإنه يمكن أن نميز في

(2) سامي ذبيان، المرجع السابق، ص 26 و 27

(3) مجموعة من المؤلفين، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية، القاهرة 2008، ص 81

(4) أحمد مختار عمر، المكنز الكبير، شركة سطور، مؤسسة التراث، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص

(5) أبو عمر الجاحظ، رسائل الجاحظ، المرجع السابق، ص 213

هذا الخطاب بين مقولتين أساسيتين: المعلومات الجديدة التي يعتقدها الصحافي ولا يعرفها المتلقي، والمعلومات القديمة التي يعتقدها الصحافي ويعرفها المتلقي، إما لأنها محققة فيزيائيا في السياق المشترك أو أنها مشار إليها ضمن نص خبري محدد. وتتحدد المقولتان بالطبائع اللغوية. ونشير هنا إلى أن العلماء العرب القدامى قد فرقوا بين الإفادة والمعنى، فالإفادة تتعلق بأن يفيد المرسل المتلقي بما لا يعرفه من المعلومات، والمعنى إفادته بمعلومات يعرفها.⁽¹⁾ ودائما هناك رغبة ملحة مع القصدية في نقل الصحفي للخبر إلى المتلقي الذي يتوفر كذلك على رغبة مماثلة في معرفة الخبر المحمول في الخطاب حيث يجد كلاهما المتعة في هذا التواصل التخاطبي. وبتعبير الجاحظ "لولا حلاوة الإخبار والاستخبار عند الناس لما انتقلت الأخبار وحلت هذا المحل"⁽²⁾ من التتبع والاهتمام.

ورغم تأسس الخطاب الإعلامي على الخبر، فإن الكثير من الدراسين العرب مازالوا يقصرون مفهوم الخبر على جنس صحفي واحد يكون عادة قصير الحجم ومركّز وهو ما اصطُح على تسميته في العرف الإعلامي بـ«الخبر» في خلط مع «النبأ» بحكم ترادف اللفظين على ما يبدو؛ لأن "الحديث التطبيقي لا يلبث أن يتجه إلى الخبر بمفهومه الضيق الذي لا يكاد لا يتعدى قصة إخبارية صغيرة حسب طريقة الهرم المقلوب."⁽³⁾ مع أن الأجانب يطلقون مصطلح News (خبر) على كل الأشكال الصحفية الإخبارية "ففي حين استقر المصطلح الغربي News على مفهوم جامع للخبر يشتمل على كل أجناس المادة الصحفية ذات الطابع الموضوعي التقريري، بما في ذلك التقارير الإخبارية والحديث الصحفي والتحقيقات وغير ذلك... نجد معظم المؤلفين العرب يناقشون الخبر على أنه جنس واحد فحسب من

(2) بشير أبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية، مجلة بحوث سيميائية، المجلد الرابع، العدد: 5، تاريخ النشر: 2009.05.05، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ص 164

(3) أبو عمر الجاحظ، رسائل الجاحظ، المرجع السابق، ص 201

(4) نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 170

الأجناس الكتابية الصحفية مقارنة بأجناس أخرى من مثل التقرير والحديث والمقال وما إلى ذلك"⁽¹⁾.

ويعتبر الخبر المادة الأساسية في جميع أنواع الخطابات الصحفية "الأخبار هي حجر الأساس في بناء الصحافتين القديمة والحديثة، وعن هذه المادة تصدر جميع المواد الصحفية الأخرى على اختلافها؛ أي أن هذه المادة هي الأساس الأول الذي تقوم عليه الصحافة بجميع ألوانها المعروفة، كالمقال، والتعليق، والعمود، والتحقيق، والحديث، والمجريات الصحفية على اختلافها، ولولا الخبر ما عرفت هذه الفنون الصحفية التي نشير إليها بحالٍ ما"⁽²⁾.

ويستخدم الصحفي في "القصة الخبرية كأي نوع من أنواع الكتابة الصحفية الإبداعية غير التقليدية [...] مهاراته المختلفة، وحواسه المتعددة في عرض مادته ونقل القارئ إلى موقع الأحداث من خلال تقديم صورة حية عن الحدث نسم بالحوية والديناميكية، وإحياء الطابع الإنساني للقضايا المطروحة"⁽³⁾. وتسعى التوجهات الحديثة لمسارات الإعلام نحو القصص الإخبارية المطولة، بدلا من التوجه نحو القصص القصيرة وخاصة في الموضوعات الهامة، كما أن هناك اتجاها إلى تطوير القصص الهامة إلى تقارير معمقة عن هذه الموضوعات، حيث أثبتت الدراسات التسويقية رغبة القراء في متابعة القصص الهامة بشكل مطول وعميق بعد أن يكون القارئ قد اطلع على عالم متغير وسريع من الأحداث في التلفزيون والإذاعة، وبقراءته للصحيفة يكون قد خصص وقتا كافيا لمتابعة بعض الأحداث الهامة التي يكون قد علم عنها من مصادر أخرى. وقد أشار عدد من رؤساء تحرير صحف أمريكية

(2) نبيل حداد، المرجع نفسه، ص 169

(3) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص 50

(4) داليا جمال طاهر، القصة الخبرية، جريدة شمس نيوز المصرية الإلكترونية، تاريخ النشر: 19.05.2009 المعاينة:

<http://www.shomosnews.com/> 2018.12.15 القصة-الخبرية/

إلى أن أرقام التوزيع تزداد كلما كانت هناك قصص إخبارية تستحق القراءة وذات طابع إنساني، وتكون شيقة ومكتوبة بلغة جاذبة.⁽¹⁾

أما الخبر أو القصة الخبرية أو الحكاية الخبرية أو الحدث مع العناصر التي يتكون منها، فهي مسميات لشيء واحد؛ هو المتن الخبري للخطاب الإعلامي الذي يتوجه به السارد الإعلامي إلى المتلقي. ويتكوّن المتن الخبري للخطاب من مجموعة من العناصر هي: الشخصية والحدث والزمن والمكان والظروف المحيطة.

القصة الإعلامية والقصة الأدبية:

بمقارنة القصة الإعلامية بالقصة الأدبية، نجد الزمن بالنسبة إلى هذه الأخيرة، عنصراً بنيوياً فيها، ويصنف جيرار جينيت مستويات الزمن السردية تصنيفاً ثلاثياً بحسب العلاقة بين زمني الخطاب/ الحكاية هي النظام: وفيه تبرز تقنيتا الاسترجاع والاستباق. والمدة: وفيها تبرز أربع تقنيات سردية، هي التلخيص، الحذف، المشهد، الوصف، والتواتر. ثم المكان في القصة، وهو مرتبط بتقنية الوصف الزمنية، ويمكن أن يجيء المكان، عنصراً تابعاً للزمن الروائي حيث يستحيل تناول المكان بمعزل عن تضمين الزمان، ويسمى الفضاء الروائي. أما الشخصيات الفاعلة، فهي لدى الواقعيين التقليديين شخصية حقيقية (أو شخص) من لحم ودم (في نموذج القصة الخبرية الإعلامية)؛ لأنها شخصية تنطلق من إيمانهم العميق بضرورة محاكاة الواقع الإنساني المحيط بكل ما فيه، محاكاة تقوم على المطابقة التامة بين زمني ثنائية السرد/الحكاية. واللغة هي عنصر أساسي في القصة، وهي الدليل المحسوس على أن ثمة رواية

(2) إبراهيم شهاب أحمد، عناصر القصة القصيرة وتطبيقاتها في القصة الصحفية، -القصص الصحفية الفلسطينية أنموذجاً، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب، الجامعة العراقية، 2012 ص 40

ما يمكن قراءتها. وبدون اللغة لا توجد رواية أصلاً. أما الحدث فهو العنصر البارز الذي يمثل العمود الفقري لمجمل العناصر الفنية السابقة (الزمن، المكان، الشخصيات، اللغة).⁽¹⁾ إن الحدث في الرواية الأدبية برأي الباحثة آمنة يوسف ليس تماماً كالحدث الواقعي (في الحياة اليومية) لأن الروائي حين يكتب روايته يختار من الأحداث الحياتية ما يراه مناسباً لكتابة روايته، حيث ينتقي ويحذف ويضيف من مخزونه الثقافي ومن خياله الفني ما يجعل الحدث الروائي شيئاً آخر لا نجد له في واقعنا المعيش صورة طبق الأصل⁽²⁾، أما الحدث الإعلامي الواقعي - وإن كان ليس متخيلاً - فإنه أيضاً يخضع لمعالجة إعلامية تجعله ليس بعيداً عن التغيرات التقنية التي يعرفها الحدث في الرواية الأدبية. ففي العملية الإعلامية تخضع عناصر الخبر الإعلامي إلى المعالجة السردية بحسب زاوية نظر السارد؛ حيث يقوم الصحفي بعملية انتقاء أهم قيمة خبرية في الحدث حتى يسرد عناصر الخبر الإعلامي وفق زمن السرد من خلال إعادة ترتيب عناصر الحدث الإخباري. كما يقوم في عملية المعالجة السردية بحذف العناصر غير المهمة، واللجوء إلى تقنية تلخيص الحدث عبر اللغة حتى لكأن ما وقع طوال يوم كامل على أرض الواقع نجده ملخصاً في نبأ متكون من أسطر قليلة.

الأنظمة السردية للخطاب الإعلامي المكتوب:

ينتظم كل فن من الفنون أو علم من العلوم ضمن مبادئ وقواعد ملزمة حتى يبقى محافظاً على ماهيته وخصوصيته. والشيء نفسه يقال عن الخطاب الإعلامي، فهو - وإن كان متناً الحكائي خبراً أو قصة خبرية - فإنه من حيث المبنى؛ أي جانبه التعبيري، ينتظم ضمن قواعد وهياكل فنية هي عبارة عن أنظمة سردية (Narrative orders) يطلق عليها في العرف

(2) ينظر آمنة يوسف، تقنيات السرد في النظرية والتطبيق، دار الفارس للنشر والتوزيع، ص. ب عمان 11191، الأردن، ط 2، 2015 الصفحات 32، 33، 34 و 35

(1) ينظر آمنة يوسف، تقنيات السرد في النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 34

الإعلامي «القوالب السردية». فلكل نوع من الخطابات الإعلامية قالب سردي يناسبه. والقالب الذي ينتظم فيه النوع الصحفي هو مجرد استعارة تمثيلية للتعبير عن الشكل المنظم للنوع الصحفي.

ولماذا نطلق عليه قالبا سرديا؟ والجواب: أن عملية نقل الخبر أو الحدث أو القصة الخبرية، فإنما تتم من الواقع الجغرافي إلى واقع السرد الإعلامي المكتوب أو المسموع أو المرئي أو السمعي البصري من طرف الصحفي أو السارد الذي هو صاحب الخطاب. والصحفي السارد لا ينقل إلينا الحدث أو الخبر أو القصة الخبرية كما وقعت بالضبط في الواقع بمدتها الزمنية التي قد تدوم يوما كاملا أو أكثر وتفصيلاتها المكانية وفواعلها، ولكنه ينقلها من خلاله رؤيته الإعلامية بتخيّر أهم عناصرها ثم معالجة هذه العناصر وترتيبها حسب أهميتها في النوع الصحفي والقالب السردى المناسب له، حتى أننا نقرأ في دقيقة خبرا قصيرا كان قد استغرق حدثه يوما كاملا في الواقع الجغرافي. ويختلف الصحفيون في عملية النقل والمعالجة عن بعضهم بعضا من جهة، وباختلاف الخط التحريري لكل وسيلة إعلامية. فالأسلوب المستعمل والصيغة وكيفية النقل من الواقع الجغرافي للحدث هو نقل سردي للوقائع. لذلك، فإن الإعلام هو عملية إخبار وإبلاغ عن حدث أو قصة ما واقعية للجمهور عريض من المتلقين. فالإعلام سرد واقعي لا تخيلي، كما في سرد القصص التخيلية في الأدب.

لا بأس بأن نلقي نظرة سريعة على أنظمة القوالب السردية التقليدية والحديثة للخطاب الإعلامي المكتوب.

1- نظام قالب العناصر الستة (5Ws+H) (Principal Format):

تبنى هذا القالب بعض وكالات الأنباء خاصة وكالة سانا SANA السورية للأنباء. ويتم في هذا القالب سرد الأحداث تراتبيا كما يلي:

من؟ (who?) - ماذا؟ (what?) - متى؟ (when?) - أين؟ (where?) -
لماذا؟ (why?) - كيف؟ (How?)

مثال:

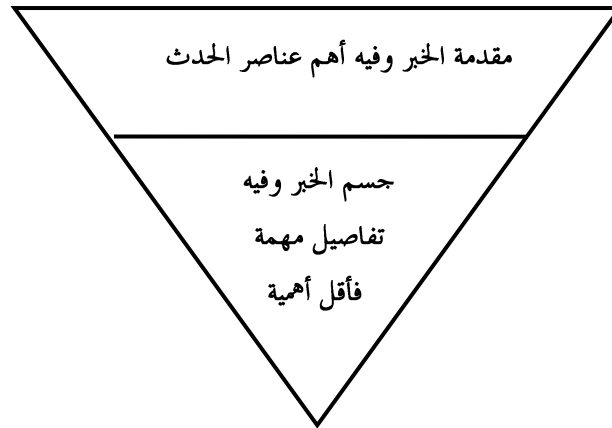
(من؟) شدد ممثل الجزائر بمجلس الأمن عمار بن جامع (ماذا؟) على ضرورة
تأييد مشروع القرار التاريخي الذي قدمته فلسطين (متى؟) اليوم (أين؟) أمام
الدول الأعضاء في الأمم المتحدة قائلاً أنه يجب أن نقف متحدين (لماذا؟)
من أجل السلام (كيف؟) وذلك بالدفاع معاً عن القانون الدولي.

2- نظام قالب الهرم المقلوب (Inverted pyramid Order):

يعتبر قالب الهرم المقلوب (أو المعكوس) قالب كتابة الأنباء بامتياز، وأكثر الأشكال
الصحفية شيوعاً خاصة في أنباء وكالات الأنباء وفي الأخبار العاجلة (Breaking
News). ويهتم هذا القالب على سرد عناصر الحدث الخبري وفق زمن السرد؛ حيث يبدأ
الاستهلال مباشرة بالعنصر الأكثر أهمية في الحدث، ولا يهتم بالترتيب الكرونولوجي لعناصر
الحدث كما وقعت في الزمن الواقعي للقصة الخبرية. ويؤكد هذا القالب السرد، الذي
ليس له خاتمة، على الاختصار وأهمية الجمل الإخبارية القليلة، فتوضع أهم معلومات الخبر
في البداية أو القاعدة العريضة للهرم بينما توضع بالترتيب التنازلي أقل المعلومات أهمية في
القاعدة السفلى للهرم. وغالباً ما يكتفي القارئ بقراءة العنوان أو الاستهلال على اعتبار أنهما
يفيان بالغرض.

وينتشر استعمال هذا القالب السرد في وسائل الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة
لسببين هما أولاً: أن القراء يكتبون في كثير من الأحيان بقراءة الجمل الأولى من المقال أو
الخبر قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة، لذلك، توضع أهم المعلومات

في البداية، والأقل أهمية في نهايات الموضوعات. وثانياً: أن يسهل في هذا قالب اختصار الموضوع بحذف فقرات سفلية تحمل معلومات أقل أهمية ما يسمح للصحيفة بإيجاد مساحة صغيرة لنشره؛ لأن المساحة المخصصة للخبر أو المقال تشكل دائماً مشكلة للصحيفة⁽¹⁾ خاصة عند ورود مقال إخباري يحمل حدثاً جديداً وهاماً، أو يرد لهيئة التحرير عند وقت غلق الصحيفة. وبمصطلح السرد، فإن خطاب السرد الإخباري لقالب الهرم المقلوب يكتب وفق زمن السرد الذي لا يتقيد بالترتيب المنطقي للأحداث مثلما هو الحال في زمن القصة الذي تخضع فيه الأحداث للترتيب المنطقي والكرونولوجي "كثيراً ما تأتي مكونات المقدمة في القصة الإخبارية مرتبة حسب أهميتها التنازلية؛ وهذا يعني تقديم ما حقه -زمنياً- التأخير، وتأخير ما حقه -زمنياً- التقديم، وهي لعبة قصصية في الأساس"⁽²⁾. وهذا شكل قالب الهرم المقلوب:



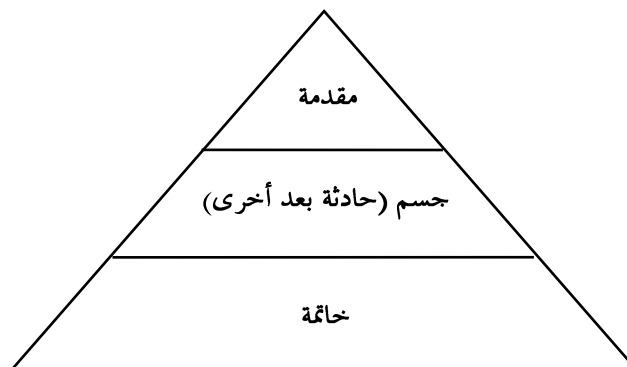
3- نظام قالب الهرم المعتدل (Normal Pyramid Order):

قالب الهرم المعتدل هو القالب الطبيعي المعاكس لقالب الهرم المقلوب. في قالب الهرم المعتدل تسرد معلومات القصة الخبرية كما وقعت كرونولوجياً في زمن الحدث أو القصة الخبرية، ويسمى أيضاً قالب التابع الزمني أو القالب الكرونولوجي. فحين يكتب تقرير أو

(2) ينظر د. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن ط2، 2001، ص146

(1) نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص62

خبر في هذا الشكل، فإن عناصر الخبر تظهر بنفس التسلسل الذي حدثت فيه، فالترتيب أو التابع (Chronology)؛ يعني هنا وضع الأشياء في مكانها منذ البداية حتى النهاية. ويتوزع هذا قالب السرد بين استهلال موجز هي مقدمته، وانتقال جيد إلى السرد أو الترتيب يمثل جسمه، ومعلومات إضافية هي خاتمته. ويذكر فريزر بوند (Fraser Bond)، بأن القصة ذات التابع الزمني تكتب في شكل هرم يبدأ في القمة ويكون ذلك عادة مع بطل الرواية وتستمر في السرد حادثة بعد أخرى حتى تبلغ ختامها في القاعدة⁽¹⁾؛ ويعني ذلك بمصطلح السرد الكتابة وفق زمن القصة "الزمان، أو متى في القصة الإخبارية يأتي ضمن بُعد طولي واحد أو ضمن تسلسل معراجي chronological بسيط. إنه زمن إخباري يتكون من خلال ترتيب الوقائع كما حدثت في الواقع الخارجي"⁽²⁾، كما في الشكل التالي:



4- نظام قالب الهرم المقلوب المتدرج (Inverted Step Order):

يعدّ نظام السرد في قالب الهرم المقلوب المتدرج النظام المناسب لسرد خطاب التصريحات والبلاغات والخطب والبيانات أو كل ما تعلق بفعل الكلام بنية الخبر

(2) ينظر عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، المرجع السابق، ص 139

(3) نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 62

الصحفي⁽¹⁾. ويأخذ هذا القالب السردى شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب⁽²⁾ كما في الشكل التالي:



5- نظام قالب التشويق (Suspended-Interest Order):

ينتظم خطاب السرد التشويقي ضمن قالب الهرم المعتدل؛ لأن عنصر التشويق لا يكون في البداية، بل يفرض على الكاتب أن يترك أهم معلومة في الخبر لتكتب في النهاية⁽³⁾.

6- نظام قالب السرد المباشر (Straight Narrative Order):

دخل نظام قالب السرد المباشر إلى الصحافة اليومية قادما من عالم المجلة وأسلوبها المميز. ويقوم قالب السرد المباشر على أن يسرد الصحفي الموضوع للقارئ من بدايته إلى نهايته المنطقية. ويهتم هذا القالب السردى أكثر بسرد المعلومات الخبرية، ويحسن استخدامه مع الموضوعات الصغيرة الجانبية (side bar) التي تتعلق بالموضوع الرئيسي⁽⁴⁾.

(2) عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص 116

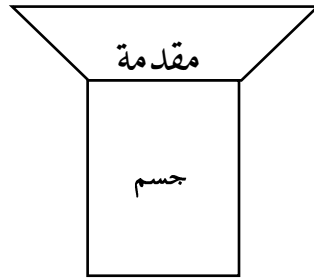
(3) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 90

(4) ينظر عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، المرجع السابق، ص 151

(5) ينظر المرجع نفسه، ص 157

7- نظام قالب التجميع (The Round up Story Order):

تكتب على منوال نظام قالب خطاب السرد التجميعي القصص الإخبارية التجميعية إذا كانت تنتهي بعدة تفصيلات ذات قيمة إخبارية متساوية تقريبا، ومثال ذلك معالجة عدد كبير من حوادث الطرق في موضوع واحد⁽¹⁾. فيبدأ استهلاله بطريقة قالب الهرم المعكوس إلا أن الجسم لا يضيق تنازليا حتى قاعدته بل يستمر في شكل مستطيل عمودي تعرض خلاله التفصيلات بقيم متساوية، وهذا شكله:



8- نظام قالب الدورق (The Carafe):

قالب الدورق (الدورق يعني الغرافة أو الإبريق)؛ وهو قالب سردي كلاسيكي متفرع عن قالب السرد في الهرم المقلوب حيث توضع المادة الإعلامية معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل دورق الشراب⁽²⁾. وتشمل فقرة المقدمة معلومات مهمة؛ حيث يبدأ الكاتب في السرد الطويل المفصل للحدث مروراً بالجسم ووصولاً إلى الخاتمة. وأفضل ما يستخدم به هذا القالب هو الحوادث غير الاعتيادية حيث هناك حاجة إلى تفصيلات عديدة⁽³⁾. ويحرص الكاتب في قالب الدورق على أن يظهر المشهد ثم تكشف الأحداث حيث يتم إيضاح المقدمة وفق مغزى النهاية. وبذلك تشكل المعلومات

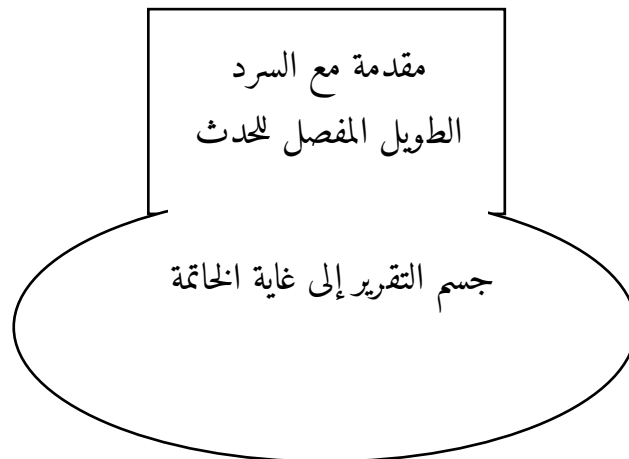
(2) ينظر المرجع نفسه، ص 160

(3) ينظر المرجع نفسه، ص 165

(1) ينظر مدونة: حقبة الصحفي الإلكترونية، الشهر الخامس 2010، المعاينة: 2019.03.15

المهمة في الموضوع مع خلفيات الأحداث والإيضاحات وحدة سردية ذات بداية جذابة ونهاية مشوقة، في حين أن عرض التفاصيل يمكن أن ينطلق من أي عنصر يراه الكاتب مناسباً لسرد القصة الخبرية.

وهذا شكل قالب الدورق:



9- نظام قالب بيضة الإوزة (الدائرة):

يبدأ نظام خطاب السرد ضمن قالب بيضة الإوزة (الدائرة) بوصف المشهد في المقدمة ثم يعرض سرد الأحداث مفصلة على أن يعود للمقدمة مرة أخرى وهكذا. إن بيضة الإوزة قالب قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تتكشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المعزى الذي نجده في النهاية. ويقتضي هذا الأسلوب السردى من الكاتب أن يضع في عملية القصّ معلومات مهمة وخلفيات للأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل الموضوع وحدة سردية حكاية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة بينما يمكن بدء عرض التفاصيل من أية نقطة يعتبرها الكاتب مناسبة لانطلاق سرده القصصي⁽¹⁾. فيبدأ من حيث يريد ويدور الخبر بالطريقة الفنية التي يراها لتقديم الخبر بشكله النهائي ولكن عليه أن يبدأ ببداية جذابة ونهاية

(2) ينظر د. عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 167

مشوقة. مثال (توجهت الأم بطفلها المريضة إلى المستشفى لإنقاذها فانشطرت السيارة إلى نصفين وماتت الطفلة)⁽¹⁾.

10- نظام قالب الماسي (Diamond Order):

يعود القالب الماسي إلى صحيفة وول ستريت جورنال (Wall Street Journal) الأمريكية التي طورته واشتهرت به بعد أن هجرت قالب الهرم المقلوب. يقوم نظام السرد في القالب الماسي على مقدمة سردية، وغالبا ما تأتي في شكل مُلحة أو نادرة (anecdote)، أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية (Nut graphic)، وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع، تليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها فقرة الأهمية (significance graph) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام⁽²⁾. انتشر هذا القالب في أوروبا في الصحف الأسبوعية بشكل أكبر لأن كتابها لديهم فسحة من الوقت للكتابة وقدرة على استخدام الطرائف والنوادر في نسيج الأخبار أكثر من كتاب الصحف اليومية. مثال (يضرب أمه ويطردها من الشقة ليتزوج فيها)، فالكاتب هنا مخير في اختيار انطلاقته (فقرته) الأولى بالطريقة التي يشاء ولكنه مطالب بذكر التفاصيل المهمة بشكل متناغم مع انسيابية الأسلوب⁽³⁾.

11- نظام قالب الأحداث المتوقعة (Coming Events Order):

يندرج نظام خطاب السرد في قالب سرد الأحداث المتوقعة، ضمن نمط السرد السابق لزمان وقوع الحدث الإخباري، أو "القصّ التنبئي (predictive Narrative): إذا كان السرد في العادة يروي ما وقع ويكون تاليا للوقائع، فإن القصّ التنبئي يقدم على أنه سابق

(2) ينظر مهند سليمان النعيمي، ألف باء تاء صحافة، المكتبات العامة، البحرين 2017 ص 96 و 97

(3) ينظر د. عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 168

(4) ينظر مهند سليمان النعيمي، المرجع السابق، ص 97

للقائع. فهو لا يذكر ما حدث وإنما يروي ما سيحدث بعد زمن قصير أو طويل من لحظة السرد"⁽¹⁾. ويعتبر هذا القلب السردى تطوراً لقلب الهرم المقلوب؛ حيث يبدأ السارد الإعلامى بمقدمة تلخيصية ثم يعرض التفاصيل بشكل منظم وتسلسلى لحدث إخبارى متوقع. ويذكر جورج هاو (Hough) بأن نوع الأخبار المصاغة فى هذا القلب السردى تؤكد على عنصرى الزمان والمكان أكثر من التأكيد على الموضوعات التى تعالج أحداثاً سابقة. فقبل وقوع الحدث لابد من إشعار القارئ عن اليوم والساعة ثم المكان ويجب أن يحدد الخبر هوية المتحدث، وطبيعة الجمهور ومن المدعوى، والمعلومات الأساسية فيه. ومثال ذلك: «المفكر الإسلامى د. محمد عمارة يتحدث عن الإسلام والفن فى ندوة يقيمها صالون إحسان عبد القدوس الليلة بمجلة روز اليوسف، ويديرها المذيع التلفزيونى طارق حبيب»⁽²⁾. ويصلح هذا القلب السردى للإعلانات ذات الطابع الإعلامى (وليس التجارى) كالإعلان عن المحاضرات، والمعارض، والحفلات العمومية، والمنافسات الرياضية... الخ.

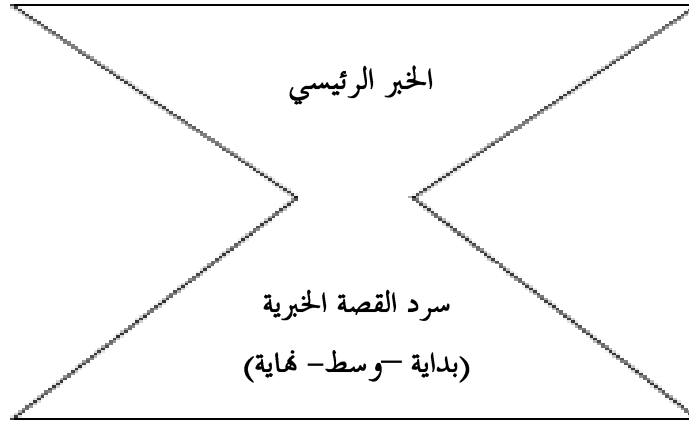
12- نظام قالب الساعة الرملية (Hour Glass Order):

تكون بداية السرد فى قالب الساعة الرملية شبيهة ببداية السرد فى قالب الهرم المقلوب حيث تضم أهم المعلومات فى أعلى الخبر، ثم يحتوى على سرد تتابعى لبقية الخبر. وفى هذا الشكل يوضح الاستهلال أهمية الموضوع وجوهره ثم تأتى بعد ذلك التفاصيل بأسلوب قصصى تقليدى من البداية حتى النهاية. ويحتاج هذا القلب إلى مهارة فى الكتابة الإبداعية أو المقدرة اللغوية بحيث يستطيع أن ينسج الصحفى تفاصيل القصة الخبرية باستثمار مقدرته اللغوية العالية وخياله وملكته الصحفية لجمع شتات القصة فى نسج سردى واحد. ويصلح

(2) مجموعة من المؤلفين، معجم السرديات، المرجع السابق، ص 325

(3) ينظر عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 171

استخدام هذا القالب في كتابة التحقيقات الصحفية وبخصوص الاستقصائية منها⁽¹⁾، وهذا شكله:



13- قالب صحيفة يوسا توداي (USA TODAY):

طورت هذا القالب صحيفة يوسا توداي (USA TODAY) الأمريكية ليستجيب للخبر الذي له تعددات كثيرة، ويقوم على تقنية تعدد القوائم ويأتي على الشكل التالي:

(2) ينظر نوري حمدان، (رئيس تحرير راديو نوا ورئيس ملتقى الإعلاميين العراقيين)، قوالب الفنون الصحفية، الصفحة الشخصية الفايسبوك، تاريخ النشر: 2015.04.19، المعاينة: 2019.03.12 <https://www.facebook.com/1517843181803844/photos/> قوالب-الفنون-الصحفية-فنون-العمل-الصحفي-ككل-الفنون-الآخري-لها-قوالب-عمل-يتم-اعتماد/1594200897501405 /



العنوان:

يُعرف العنوان في الصحيفة بأنه "السطر أو مجموعة الأسطر التي جُمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوعاً أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية"⁽¹⁾. كما تعكس طريقة توزيع العناوين في أركان الصحيفة، وأحجامها، وألوانها ونوع خط كتابة مواضيعها شخصية الصحيفة، حتى أننا نجد صحفاً تتميز بخط كتابة خاص بها دون غيرها. ويمكننا ملاحظة هذا التمايز بين شخصيات الصحف بمجرد النظر فقط إلى واجهة الصفحة الأولى من الجريدة -مثلاً- لنكتشف اختلاف أشكالها الفنية عن بعضها بعضاً. ويحرص مدير الصحيفة ورئيس تحريرها على المحافظة على هذه السمات التي تخلق علاقة تحابب نفسية واجتماعية بين الصحيفة وجمهور قرائها. ومن ثمة، يجتمع طاقم هيئة التحرير على أداء هذه المهمة "نائب رئيس التحرير ومعاونوه [....] يجتهدون في تحرير العنوان بحيث يجذب نظر القارئ بسرعة كبيرة، ونراهم يحاولون أن يكون العنوان متفقاً كل الاتفاق مع شخصية الصحيفة، إذ المعروف لدى الجميع أن لكل صحيفة من الصحف أسلوبها الخاص في عرض الخبر، ونائب

(2) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص 161 و 162

رئيس التحرير هو المسؤول الأول عن مطابقة العنوان لشخصية الصحيفة التي ينتمي إليها، ففي ذلك ما يعين على شهرتها من جانب، وعلى انتشار التوزيع عن طريق البيع في «الأكشاك» والأماكن العامة من جانب آخر⁽¹⁾.

ويشكل العنوان عنصرا أساسيا في المقالة الإعلامية سواء أكانت مقالة خبرية، كالنبأ، والتقرير، والتحقيق، والاستطلاع... إلخ، أم مقالة رأي كالعمود، والتعليق، والافتتاحية، والمقال النقدي، والمقال التحليلي، وغير ذلك. والعنوان هو أول ما تقع عليه عين القارئ، وأول ما يثيره ويجعله يقبل على قراءة الموضوع أو يرفض متابعته "يجب أن يجلب الاهتمام والنظر للوهلة الأولى، فهو أول شيء يُقرأ، من الأحسن أن تكون كلماته جذابة تحمل معاني الجدة والآنية، مما سيدفع القارئ إلى الاستمرار في القراءة فهذه طريقة لإثارة الفضول والتطلع للتشجيع على قراءة بقية النص"⁽²⁾. وهناك من يكتفي بقراءة العنوان نظرا لكثرة وجود الأخبار في الصحيفة وعدم توفر الوقت الكافي لمطالعة كل الأخبار. وقد يكتب العنوان قبل تحرير الموضوع لا سيما لدى الصحفيين المحترفين الذين يستطيعون وضع هيكلته مسبقا في أذهانهم. كما يمكن كتابة العنوان عند الانتهاء من كتابة الموضوع خاصة لدى الصحفيين المبتدئين؛ حيث يختارون أهم معلومة خبرية في الموضوع لكي يجعلوها عنوانا لافتا للقراء بينما يتعذر عليهم ذلك قبل تحرير الموضوع.

وظائف العنوان:

يقوم العنوان بعدة وظائف في المقالات الإعلامية يمكننا أن نذكر منها¹ - جذب اهتمام القارئ. 2- يلخص أو يحلل الموضوع. 3- يصور أو يجسد الانطباع العام للموضوع.

(2) المرجع نفسه، ص 160 و 161

(3) رضوان بلخيري، سيمولوجيا الخطاب المرئي - من النظري إلى التطبيقي -، جسر للنشر والتوزيع، حي المندرين قطعة

69 محل رقم 04 المحمدية، الجزائر، 2016، ص 117

4-يكرّس أسلوب الصحيفة. 5-يوفر مادة أساسية لتصميم الصفحة (طوبوغرافيا). 6-يجسّد شخصية الصحيفة. 7-يرتفع بالإيجاز إلى أعلى مستوياته الفنية. 8-يساعد في بيع الجريدة، أو شدّ جمهور المستمعين أو المشاهدين إلى الموضوع. 9-يلبي حاجة قراء العناوين فقط. 10-يخلق في ذهن القارئ صورة أولية عن الموضوع⁽¹⁾.

شروط العنوان:

يجب أن تتوفر في العنوان جملة من الشروط والقواعد حتى يكون مثيرا ولافتا للقارئ، منها"1-أن يتضمن العنوان أهم حقيقة في الخبر. 2-أن يعبر عن أكثر الأحداث إثارة. 3-أن يكون مفيدا يدل على معنى الخبر في أقل عدد من الكلمات. 4-أن يجيب عن أحد الأسئلة الستة المعروفة أو بعضها"⁽²⁾. وتوجد عدة قواعد في كتابة العنوان من بينها البدء بجملة اسمية على عكس كتابة الموضوع الذي يبدأ غالبا بجملة فعلية، والكتابة بصيغة الزمن المضارع لإعطاء الانطباع بديمومة الحدث في الزمن الحاضر رغم وقوعه في الماضي لكون الصحيفة تصدر في اليوم الموالي للحدث، أو حتى وقوع الحدث قبل لحظات من كتابته كما في المواقع الإخبارية، كأن نقول: «أساتذة ولاية الوادي يتظاهرون للمطالبة برفع الأجور» في حين تبدأ كتابة استهلال الموضوع بصيغة الماضي، هكذا: «تظاهر أمس أساتذة قطاع التعليم المتوسط أمام مقر مديرية التربية بولاية الوادي للمطالبة برفع الأجور...الخ».

أنواع العناوين:

تقسم عناوين المقالات الإعلامية أو (العنوانات) كما يسميها بعض الباحثين منهم عبد العالي رزاق⁽³⁾ من حيث الصنف إلى صنفين:

(2) عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 245 و 246

(3) ينظر إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص 50

(4) ينظر عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، المرجع السابق، ص 69

العنوان الإخباري: يأتي العنوان الإخباري في صيغة جملة اسمية خبرها جملة فعلية. ويتصدر العنوان مقدمة الخبر، ويبرز العنوان المعلومات التي تمثل العنصر أو العناصر الجوهرية في الخبر. ويصاغ العنوان وفق أشكال وقوالب مختلفة، تلعب دوراً أساسياً في البناء الفني للصحيفة، أو في توجيه المستمع أو المشاهد، وتجسد شخصية المؤسسة الإعلامية⁽¹⁾.

عنوان الموضوعات: وهو عنوان يختلف عن العنوان الإخباري، وقد يكون العنوان مفردة أو مسند ومسند إليه، وقد يكون جملة أو مثلاً أو حكمة، أو اقتباساً، ولكنه يبقى مرهوناً بوظيفة النوع الصحفي الذي ينسب إليه⁽²⁾. ومن حيث النوع، فتقسم عناوين المقالات الإعلامية المكتوبة إلى عنوان تمهيدي، وعنوان رئيسي، وعنوان ثانوي، وعنوان فرعي، وعنوان ثابت. أما من حيث الشكل، فتقسم إلى عنوان مفرد، عنوان هرمي، عنوان معلق، عنوان متدرج، وعنوان موحد البداية أو النهاية، كما هو مبين فيما يلي⁽³⁾:

العنوان التمهيدي: يعتبر العنوان التمهيدي بمثابة مقدمة تمهيدية تسبق العنوان الرئيسي؛ حيث يقوم العنوان التمهيدي بتهيئة ذهن القارئ أو المشاهد للموضوع الذي سوف يقرأه في العنوان الرئيسي. ويكون العنوان التمهيدي أصغر حجماً من العنوان الرئيسي.

العنوان الرئيسي: يمثل العنوان الرئيسي الفكرة أو المعلومة التي يدور حولها الحدث، وهو يعبر عن فكرة الموضوع الرئيسي ويشمل أهم ما فيه، كما في أنموذج نسخة الصحيفة التالي:

العنوان الثانوي: وهو عبارة عن ملحق للعنوان الرئيسي وإضافة مزيد من التفاصيل على أن يكون أصغر في الحجم عن الرئيسي، كما في أنموذج نسخة الصحيفة التالي:

(2) ينظر المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) ينظر المرجع نفسه، ص 70

(1) ينظر موقع بيانات الإلكتروني: العناوين والمُتن، المعاينة: 2018.03.12

العنوان الفرعي: وهو عنوان مستخرج من بين فقرات النص ويوضع داخل النص. كما يمكن أن يتوفر النص الواحد على أكثر من عنوان فرعي. ويأتي هذا العنوان من مختلف فقرات النص الصحفي وكأن العنوان الفرعي يُهدّ الذهن للفقرة التالية بالإضافة الى تفرّغ الذهن مما سبق والاستعداد للفقرة التالية.

العنوان الثابت: ويتم تخصيصه للأعمدة والأبواب الثابتة.

أما من حيث الشكل، فإن العناوين تُقسّم إلى:

عنوان مُفرد: وهو سطر واحد يمتد على عمود أو أكثر.

عنوان هرمي: يكون العنوان أكثر من سطر ويكون الثاني أضيق من الأول وهكذا.

عنوان مُعلّق: وهو سطر أو ثلاثة أو أربعة أسطر أطولها الأول والأسطر الباقية متساوية في الطول والمجم.

عنوان متدرّج: ويُسبّه درجات السلم.

عنوان مُوحّد البداية أو النهاية: سواء من اليمين مع اختلاف أطول النهايات لكل سطر أو مُتفقة النهايات مُختلفة البدايات والأولى أفضل للقارئ العربي.

الفصل الثالث:

تطبيقات

على الخطاب الإعلامي المكتوب

اخترنا جملة من نماذج الأنواع الصحفية لدراسة الخطاب الإعلامي المكتوب. يتعلق الأول بالنبأ الصحفي، والثاني بالتقرير الصحفي والثالث بالربورتاج الصحفي. ويعتبر النبأ والتقرير الصحفيين النوعين الأكثر استعمالاً في الصحافة اليومية الإخبارية المكتوبة لما للأخبار من وقع وتأثير سريعين على جمهور المتلقين حتى أن غالبية الصحف المكتوبة تكاد لهذا السبب تلغي الأنواع الصحفية الأخرى مع بعض الاستثناءات نظراً لطول هذه الخطابات السردية من ناحية، ووجوب توفر الاحترافية والمهارة لدى الصحفيين والكتاب الإعلاميين في إنتاج مثل هذه الخطابات من ناحية أخرى. لذلك نجد كتابات هؤلاء غالباً ما تكون في الصحافة المتخصصة مثل الدوريات الشهرية والأسبوعية فيما يعرف بالمجلات والأسبوعيات ونصف الشهرية؛ حيث تفرد في طياتها مساحات واسعة للربورتاج، والتحقيق، ومقالات النقد وتحليل الرأي.

أغموذج خطاب إعلامي لنبا إعلامي مكتوب:

اعتماداً على بعض المستخرجات من تعاريف القدامى والمحدثين العرب التي اعتبرت الخبر هو العلم بالواقعة، والنبأ ما يعبر به عن هذه الواقعة، وكذلك، استثناساً بتعريف الشكلايين الروس الذي يعتبرون القصة هي المتن الحكائي للخطاب، والمبنى هو الشكل التعبيري له، فإننا نعتبر «الخبر» هو القصة الخبرية التي تمثل متن خطاب «النبأ»، وبالأستنتاج، فإن جميع الأخبار هي قصص خبرية تمثل متون أنواع الخطابات الإعلامية بينما تمثل أنظمة القوالب السردية المباني التعبيرية الناقلة لهذه الخطابات للجمهور المتلقي على غرار التقرير، والتحقيق، والحديث الصحفي، والاستطلاع (الاستطلاع)، والبورترية، والعمود، والتعليق، والافتتاحية، والمقال... الخ.

ويختلف سرد القصة الخبرية من نوع صحفي إلى آخر بحسب طبيعة كل نوع ومواصفاته الفنية "تعرف القصة الخبرية (News Story) بأنها تقرير دقيق وموضوعي عن واقعة أو حدث أو معلومة مهمة، تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه، وتهم أكبر قطاع ممكن من القراء"⁽¹⁾. والقصة الخبرية، نسبة إلى الخبر "ينصرف معناها الإخباري إلى الحكاية القصيرة"⁽²⁾، والتي تشابك خيوطها حول واقعة أو حدث يهم جمهوراً عريضاً. وهذه الواقعة أو الحدث هو في حد ذاته الخبر والذي يشير باسمه الاصطلاحي هذا، إلى جنسه الصحفي الذي يسميه به أغلب الدارسين والممارسين لقطاع الإعلام.

ولا يمكن للحدث أن يصبح نبأ إعلامياً مهما كانت المعلومة أو المعلومات الواردة فيه إلا إذا توافرت فيه عناصر القصة الخبرية التي يتم التعرف عليها من خلال الإجابة عن أسئلة ستة وهي ماذا؟ أي حدث القصة، ومن؟ شخصية حدث القصة، وأين؟ مكان حدث القصة، ومتى؟ زمن حدث القصة، ولماذا؟ سبب وقوع حدث القصة، وكيف؟ وصف وقوع الحدث ونهايته. ويلاحظ بأنه على مستوى السؤالين لماذا؟ وكيف؟ تتجلى عقدة القصة الخبرية؛ حيث بالإجابة عليهما تنفرج العقدة ونعرف نهاية القصة "وإذا قارنا هذه الأسئلة بما يقابلها من اصطلاحات فنية في القصة القصيرة الفنية، فمن السهل الافتراض أن (من) الإخبارية هي الشخصية في القصة الفنية، و(ماذا) يعادلها الحدث، أما (كيف ولماذا؟) فتكونان في القصة الفنية الحبكة، والأداتان الباقيتان أين ومتى يقاربان المكان والزمان"⁽³⁾.

(2) سهام الشجيري، القصة الخبرية في وكالات الأنباء المعاصرة، 25 آيار سنة 2016 موقع مؤسسة النبأ المعلوماتية،
المعينة: 20120.07.12
<https://annabaa.org/arabic/studies/6479>

(3) نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 169

(1) إبراهيم شهاب أحمد، المرجع السابق، ص 67

نص خطاب نبأ إعلامي مكتوب:

نعرض للدراسة -على سبيل المثال- نص خطاب نبأ إعلامي، مأخوذ من موقع جريدة «الخبر» الجزائرية، ويتعلق بحادث مرور تسبب في إحداث عدد من الضحايا البشرية.

"هلاك ثلاثة أشخاص من عائلة واحدة في حادث مرور بالبليدة"

خلف حادث مرور وقع اليوم الاثنين عند مدخل مدينة البليدة وفاة ثلاثة أشخاص تتراوح أعمارهم ما بين 20 و29 سنة وإصابة آخر بجروح جد خطيرة حسبما كشفت عنه مصالح الحماية المدنية. وأوضحت ذات المصادر أن هذا الحادث الذي وقع على مستوى الطريق الوطني رقم 01 الرابط بين مدينتي بني مراد والبليدة أسفر عن وفاة شخصين في عين المكان فيما لفظت الضحية الثالثة أنفاسها الأخيرة بمستشفى فرانس فانون مع العلم أن الضحية الرابعة لا تزال تخضع للعناية المركزة نظرا لحالتها الخطيرة. وتعود حيثيات هذا الحادث الذي وقع على الساعة الرابعة والربع صباحا إلى انحراف سيارة سياحية كانت تقل أربعة أشخاص مما أدى إلى انقلابها واصطدامها بآلة حفر. وعلى إثر تدخل أعوان الحماية المدنية تم نقل الضحايا إلى مصلحة حفظ الجثث بمستشفى فرانس فانون فيما تم نقل المصابين إلى نفس المؤسسة الاستشفائية حسب نفس المصدر⁽¹⁾.

مواصفات متن خطاب النبأ الإعلامي:

نقصد بالمتن المحتوى السردى لخطاب النبأ الإعلامي من حيث كون القصة الخبرية التي تمثل المتن يجب أن تتوفر على عدة مواصفات أو معايير قيمية تجعل منها قابلة للسرد من طرف الصحفي، ومرخصة للنشر من قبل الصحيفة. والحقيقة، أن هذه المواصفات لا تتعلق فقط بالنبأ الإعلامي، بل أيضا بجميع الموضوعات الإخبارية لأنواع الخطاب الإعلامي

(1) الخبر أونلاين، 3 قتلى في حادث مرور بالبليدة، 2017.08.14، المعاينة: 2020.01.12

التي تتوفر على قصص خبرية مثل التقرير، والتحقيق، والريپورتاج، والتعليق، والحديث الصحفي... الخ ومن هذه المواصفات: ضرورة توفر متن القصة الخبرية للنباً على الأقل على إحدى القيم الخبرية (Values) والمتمثلة في: الجدة (Newness)، أو الآنية أو الحالية (Freshness)؛ أي أن يكون جديداً، الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة (Personnel or public benefit) بمعنى أنه يهتم مصلحة القارئ والمصلحة العامة، والتوقيت (Timeliness)؛ وهو موافقة توقيت وقوع الحدث للظروف العامة، الضخامة، أو العدد، أو الحجم (Hugeness)، وهو ارتباط الحدث بكثرة عدد الناس فيه، والصراع (Conflict) بين الناس أو الدول، والمنافسة (Competition) مثل المباريات الرياضية والامتحانات، ثم التوقع أو النتائج (Consequence)؛ أي أهمية ما يثيره لدى القارئ من توقعات ونتائج، والغربة والطرافة (Novelly, Humor) في الحدث، والشهرة (Premminence) كل ما كانت الأسماء والشخصيات المرتبطة بالحدث كبيرة كلما كان مهماً، والاهتمام الإنساني (Human interest)، فكلما كان يمس النواحي الإنسانية، تزداد قيمته. والإثارة (Excitement) فكلما كان مثيراً خاصة عندما يتعلق الأمر بالغرائز والفضائح والجرائم، يكون مهماً⁽¹⁾. وكذلك قرب المكان (Proximity)؛ أي أنه كلما كان الحدث قريباً من بلد أو مدينة أو الحي أو شارع الجمهور المتلقي تضاعفت الأهمية التي يستحقها⁽²⁾. كما توجد مواصفات أخرى تتعلق بمتن النبا الإعلامي وهو ضرورة توفر القصة على جملة من العناصر منها: الدقة وتمثل في نقل الحدث بأمانة دون حذف ولا نقصان ولا مبالغة. وأيضاً الصحة؛ وتعني أن يكون الحدث وقع فعلاً وليس خيالاً، أو دخل فيه شيء

(2) ينظر إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، الصفحات: 14، 15، 16، 17 و 18

(1) ينظر عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 47

من التخيل على اعتبار أن الخطاب الإعلامي هو نقل لواقعة حقيقية وسرد كيفية وقوعها. ثم عنصر الموضوعية؛ وهي أن يكون سرد الحدث خاليا من الذاتية والانطباعات الشخصية. عناصر متن قصة النبأ الإعلامي:

يمكننا تحديد العناصر المكوّنة لمحتوى أو متن خطاب النبأ الإعلامي الذي بين أيدينا؛ أي عناصر القصة الخبرية، من خلال الإجابة عن بعض الأسئلة الضرورية، وهي: من الطرف أو أطراف الحدث؟ والإجابة: أربعة أشخاص على متن سيارة في رحلة. ثم ماذا وقع؟ والإجابة: حادث مرور دام ووفاة ثلاثة أشخاص وجرح الرابع. ومتى وقع الحدث؟ والإجابة: اليوم الاثنين، وهو زمن الحدث، ثم أين وقع الحدث؟ والإجابة: مدخل مدينة البلدة، وهو مكان الحدث، ثم كيف وقع الحدث؟ والإجابة: انقلاب السيارة. ثم لماذا وقع الحدث؟ فقد السائق السيطرة على القيادة. غير أنه أحيانا تغيب الإجابة عن السؤال لماذا؟ في حالة وقوع جريمة -مثلا؛ لأن الصحفي يجهل أسبابها وملابساتها إلى غاية أن يكشف التحقيق الجنائي لاحقا عن سبب وقوعها، ومن ثمة، نحصل على الإجابة عن السؤال: لماذا وقع الحادث؟

ومن خلال تبين عناصر المتن القصصي تتجلى القيمة أو القيم الخبرية التي تجعل من القصة الخبرية قابلة للسرد والتداول وهي: الجِدَّة (Newness)، أو ما يسمى بالحالية (Freshness)؛ أي أن الخبر جديد وليس قديما (اليوم الإثنين)، والضخامة (Hugeness) (3 قتلى وجريح)، وقرب مكان الحدث (Proximity)، (مدخل مدينة البلدة) فكلما كان مكان الحدث قريبا من مدينة وبلد المتلقين كان أكثر أهمية وإثارة وتداولاً وترويحاً لديهم.

مواصفات مبنى خطاب النبأ الإعلامي:

نقصد بمبنى خطاب النبأ الإعلامي، الشكل السردى التعبيري لمحتوى أو متن القصة الخبرية الإعلامية. ويتصف مبنى خطاب النبأ الإعلامي بعدة مواصفات نذكر منها:

صيغة العنوان:

يتوقف على عنوان النبأ الإعلامي إقبال المتلقي على قراءة موضوع القصة الخبرية، أو عدم متابعتها. ويلاحظ في هذا النبأ الإعلامي بأن جملة العنوان الخبرية هي جملة اسمية، لتوهم القارئ وكأن الحدث يجري في الزمن الحاضر الديمومي رغم عدم وجود أي فعل ظاهر في العنوان «هلاك ثلاثة أشخاص من عائلة واحدة في حادث مرور بالبليدة» مع أن نص النبأ يتضمن أفعالا لغوية مصرفة في الزمن الماضي لا سيما الجملة الفعلية الخبرية الاستهلالية التي تعتبر مفتاحية ومركزية في النبأ «خلف حادث مرور...».

وتطبع الجملة الاسمية للعنوان القصة الخبرية للنبأ بقيمة «الجدّة» (الحالية أو الآنية)؛ لأن هذه الجدّة لو تعمقنا فيها لوجدناها في الصيغة السردية للنبأ مرتبطة أكثر بوصف مكان الحدث مادام زمن وقوعه حصل في الزمن الماضي، وقد انقضى في الحقيقة أثناء قراءة المتلقي للنبأ، غير أن تلقيه يتم في الزمن الحاضر الديمومي الذي يوحى بمكان الحدث أكثر من زمنه، وهو ما يعبر عنه في السرد بـ «الآن-هنا» حسب يقطين "يرتبط السرد بالفعل الذي جرى «أمس» لكن الوصف يهتم بالمكان الموجود «الآن». وبين الأمس والحال مسافة زمنية ومكانية في آن معاً. فأمس زمنياً تنقل «الهنا» إلى «هناك» و«الآن» تنقل «هناك» إلى «هنا». ومن هنا يبدأ التعارض بين الزمان والمكان، والوصف والسرد. إن ماضى السرد (أمس) يدفعنا بواسطة «التخييل». أما الآن المقدم من خلال الوصف، فإنه وإن تم في زمان مضى، فيضعنا أمام «صورة» المكان المائل أمام العين: «التجسيد»⁽¹⁾.

(1) سعيد يقطين، السرد العربي، المرجع السابق، ص 172

شكل السرد:

يلاحظ بأن شكل خطاب النبأ الإعلامي بصيغة السرد اللاحق (Narration ultérieure) "السرد اللاحق هو الذي يكون زمنه تاليا لزمن الحكاية. وهذا هو الموقع المؤلف للسرد إذ من الطبيعي أن تكون الحكاية سابقة للفعل السردى. ويكفي مثلها يقول جينيت (Genette) "استخدام الزمن الماضي لجعل السرد لاحقا بالحكاية وذلك بغض النظر عن تحديد المسافة الزمنية الفاصلة بينهما أو عدم تحديدها"⁽¹⁾. كما بدأ السارد عملية السرد من العقدة أو ذروة الحدث والمتمثل في الحصلة الدرامية لحدث المرور «خلف حادث مرور وقع اليوم الاثنين عند مدخل مدينة البليدة وفاة ثلاثة أشخاص تتراوح أعمارهم ما بين 20 و29 سنة وإصابة آخر بجروح جد خطيرة». ثم بعدها تدرج في ذكر الأسباب وكيفية وقوع الحدث؛ لأن نظام القلب السردى في كتابة النبأ الإعلامي يفرض ذلك.

السرد وفق نظام قلب الهرم المقلوب:

قام السارد بسرد خطاب النبأ الإعلامي وفق نظام القلب السردى للهرم المقلوب (المعكوس) "توضع في المقدمة أهم الحقائق والأحداث. ثم توضع في جسم الخبر المعلومات أو الأحداث أو الحقائق الأقل أهمية"⁽²⁾. كما "يؤكد هذا القلب على أهمية الجمل الأولى القليلة حيث توضع أهم العناصر في البداية أو القاعدة العريضة للهرم. أما المعلومات الأقل أهمية فتوضع في القاعدة السفلية من الهرم، فالملاحظ أن المعلومات توزع حسب تسلسل أو تدرج الأهمية ابتداء من الأهم فالأقل أهمية"⁽³⁾.

(2) مجموعة من المؤلفين، معجم السرديات، المرجع السابق، ص 232

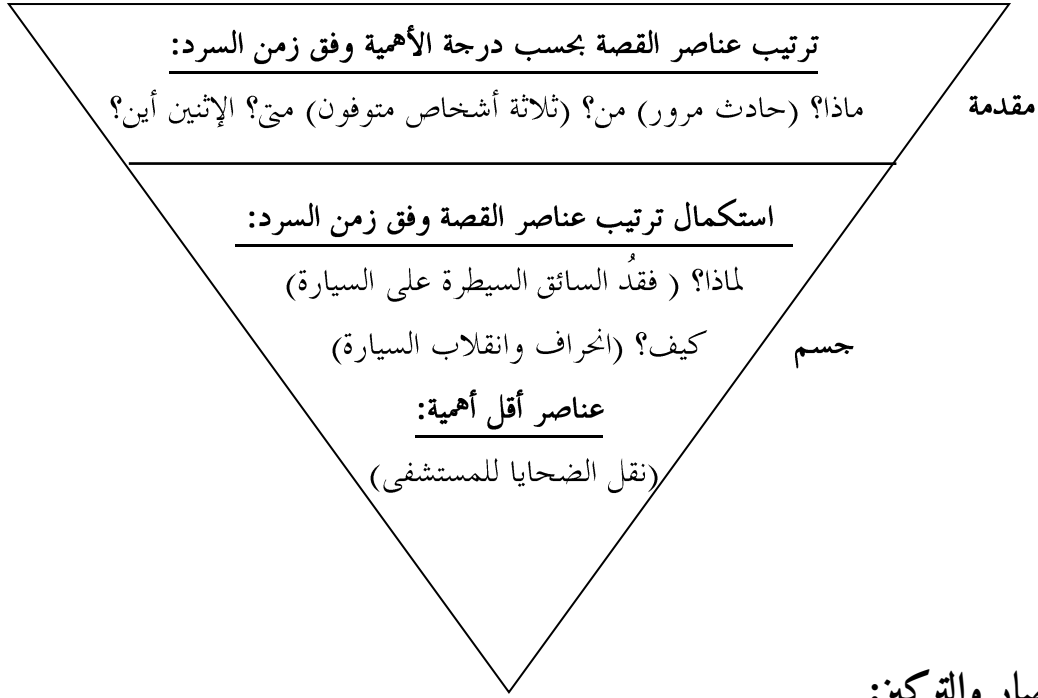
(3) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 139

(4) عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 145

في نظام القلب السردى للههم المقلوب: "لا يعيد الصحفى إنتاج الواقعة أو الحدث كما وقع فعلا، وإنما يتدخل فنيا فى كيفية صياغته وذلك بالاعتماد على ترتيب قائم على الأهمية. فالعناصر المهمة تمثل مقدمته ثم يكمل تنازليا من الأهم إلى المهم فى جسم الخبر، وهذا الشكل الفنى من الأشكال المنتشرة بقوة حاليا انعكاس لرغبة القراء فى معرفة الحدث بأسرع طريقة"⁽¹⁾؛ بمعنى أنه "لابد للمحرر أن يراعى الأهم بالنسبة إلى جمهور جريدته وأن يستهل مقدمة قصته الإخبارية بجواب الأداة الأهم، أو أن يجعل من هذه الأداة بأساليب أخرى فى الكتابة الصحفية، ذروة لقصته، حتى لو لم ترد هذه الذروة فى مستهل القصة. نستطيع ضمن قالب الهرم المقلوب أن ننجز أكثر من 90 بالمئة من القصص الإخبارية العادية"⁽²⁾. ومن الناحية المنهجية، لا يحمل النبأ المصاغ وفق نظام القلب السردى للههم المقلوب أى خاتمة حتى يسمح بنقل أهم المعلومات فى الاستهلال ما يمكن المتلقى من التقاطها والاكتفاء بها إن أراد دون التوجه إلى التفاصيل فى جسم النبأ. كما أن وضع المعلومات الأقل أهمية فى جسم النبأ من شأنه تمكين رئيس تحرير الصحفية عند ضرورة ضيق مساحة النشر لا سيما فى الساعة الأخيرة للغلق التى تسبق بقليل وقت الطباعة، أن يحذف مقاطع المعلومات الأقل أهمية فى نص النبأ دون أن يحدث ذلك اختلالا فيه. وقد جاء توزيع سرد عناصر القصة الخبرية للنبأ الإعلامى فى زمن القصة وفق نظام القلب السردى للههم المقلوب كما يلي:

(2) عبد الخالق محمد على، المرجع السابق، ص 115

(1) نبيل حداد، فى الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 182



الاختصار والتركيز:

يجب اعتماد طريقة الاختصار والتركيز واستعمال الجملة القصيرة في كتابة النبا الإعلامي الذي يُسرد في جمل وفقرات شرط ألا تتجاوز 75 كلمة أو أربع جمل، كل جملة تتكون من 16 إلى 18 كلمة. كما يُستعمل فيه الفعل والفاعل أو الفعل والمفعول به. وقد درست وكالة اليونايته برس الأمريكية القصة الخبرية المقروءة في أمريكا، ووجدت أن كثرة الإقبال عليها يرجع إلى جملها القصيرة ما جعلها توزع على صحفييها جدولاً يتعلق بطول الكلمات في الجمل حيث تعتبر الجملة التي تأتي في 8 كلمات أو أقل جملة سهلة القراءة جداً، وجملة من 11 كلمة تعدّ جملة سهلة القراءة، وجملة من 14 كلمة هي جملة سهلة القراءة إلى حدّ ما، وجملة متكونة من 17 كلمة تعتبر جملة عادية (متوسطة معيارية)، وجملة من 21 كلمة تعدّ جملة صعبة القراءة، في حين تعتبر الجملة المتكونة من 29 كلمة جملة صعبة القراءة جداً⁽¹⁾.

وقد جاء النبا الإعلامي الذي بين أيدينا في 133 كلمة دون احتساب العنوان، والنص يتجاوز نسبياً المعدل المذكور، غير أنه يعدّ مقبولا في الصحافة العربية التي يضحى

(1) ينظر عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، المرجع السابق، ص 47 و 48

الكثير منها بالجانب السردي الاحترافي للمبنى السردى لصالح المحتوى القصصى وتفصيله الزائدة. كما جاء نص النبأ في أربع جمل طويلة جدا لم تحترم فيها قواعد الاختصار ونظام الجملة الفعلية، بل نجد داخل الجملة الواحدة استطرادات تتضمن معلومات عن القصة الخبرية حولت الجملة إلى فقرة كاملة مثل جملة جسم النبأ التالية: «وأوضحت ذات المصادر أن هذا الحادث الذي وقع على مستوى الطريق الوطنى رقم 01 الرابط بين مدينتى بني مراد والبليدة أسفر عن وفاة شخصين في عين المكان فيما لفظت الضحية الثالثة أنفاسها الأخيرة بمستشفى فرانس فانون مع العلم أن الضحية الرابعة لا تزال تخضع للعناية المركزة نظرا لحالتها الخطيرة».

كان يمكن للصحفي السارد تجاوز عقبة الجمل الطويلة جدا من خلال تقطيع النص إلى جمل أقصر وإعادة تنظيمها بعد حذف كلمة (هذا) و(الذي) و(مع العلم أن) كالتالي: «وأوضحت ذات المصادر أن (هذا) الحادث (الذي) وقع على مستوى الطريق الوطنى رقم 01 الرابط بين مدينتى بني مراد والبليدة. وقد أسفر عن وفاة شخصين في عين المكان فيما لفظت الضحية الثالثة أنفاسها الأخيرة بمستشفى فرانس فانون. (مع العلم أن) أما الضحية الرابعة لا تزال تخضع للعناية المركزة نظرا لحالتها الخطيرة». ورغم احترام النص السردى لقواعد الاختصار والتركيز عموما إلا أنه قد تخللته استطرادات تسببت في ظهور الجمل الطويلة المتعارضة مع مبدأ اعتماد الجمل القصيرة في النبأ الإعلامي.

الاستهلال:

يعرّف الاستهلال (prologue) في السرد بأنه "جزء استهلاكي في بعض السرد، يسبق، وإن كان لا يشمل، العرض (expositon) أو (جزء منه)"⁽¹⁾. وينبغي أن يكون

(1) جيرالد برنس، المصطلح السردى، المرجع السابق، ص 159

الاستهلال السردى فى النبأ الاعلامى المكتوب باللغة العربية مصاغاً بجملة فعلية، ومثيراً وملفتاً لانتباه المتلقى.

يرى هودغسون (Hodgson) بأن الخبر المكتوب جيداً له مقدمة (Intro) تسمى الاستهلال (Lead) تمسك باهتمام القراء وتتضمن أكثر النقاط أهمية فى الموضوع ومنها يستلّ المحرر عنوان الخبر⁽¹⁾. ويبدأ الاستهلال فى النبأ الإعلامى العربى - غالباً - بجملة فعلية يشتق فعلها الاستهلالى من لفظ الحدث القصصى السردى ذاته. فإذا كان الحدث يتعلق بنجاح متسابق - مثلاً -، نبدأ مباشرة الجملة الفعلية السردية بفعل الحدث «نجح المتسابق فلان فى... الخ»، وإذا تعلق الأمر بحدث احتجاج عمال عن الأجور، «احتج عمال مؤسسة... الخ» "إن نسق الجملة العربى كما نعلم، يميل - فى الأغلب الأعم - إلى الاستهلال بالفعل"⁽²⁾، ولكنه ليس أى فعل وحسب، بل بالفعل الذى يدلّ مباشرة على الحدث الرئيسى. يعطى عبد العالى رزاقى مثلاً عن أهمية استهلال سرد الخبر بفعل الحدث "يفضل أن لا نقول: قام الرئيس بتدشين كلية العلوم السياسية والإعلام، وإنما نقول: دشّن كلية العلوم السياسية والإعلام. وتجمع أغلب الدراسات على ضرورة أن يكون فى الخبر جملة فعلية، ليست مبنية للمجهول، وبعيدة عن أدوات الصلة، والتأكيد، والجلل الاعتراضية أو المفردات التى تحمل أكثر من معنى، أو ذات حكم مسبق مثل عبارة (نجاح باهر)⁽³⁾. ويلاحظ هنا، أن جملة «تدشين الرئيس للكلية» - مثلاً - هى فى الأصل الخبر أو متن القصة الخبرية، وغالباً ما نجده فى جملة العنوان، أما النبأ فهو المبنى التعبيرى لهذا القصة الخبرية.

(2) عبد الستار جواد، المرجع السابق، ص 81

(3) نبيل حداد، فى الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 49 و 50

(1) ينظر عبد العالى رزاقى، الخبر فى الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، المرجع السابق، ص 47

غير أن هناك بعض التقارير الإخبارية في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية يمكن أن تبدأ بالجملة الاسمية باعتبار أن الاسماء واصفة ومكملة لحدث الصورة المرئية أو الحدث المسموع. لذلك، نجد عادة أنباء يتم تقديمها في النشرات التلفزيونية والإذاعية شبيهة بصيغة العناوين مثل: «وزير التربية يدشن مدرسة...» عوض «دشن وزير التربية مدرسة...»، لكن الصيغة الأخيرة في النبأ الإعلامي توحى بأن الحدث وقع في الماضي لأن فعل دشن مصرف في الزمن الماضي. ولكن حل هذه المشكلة يستدرك في عنوان النبأ والذي يجب ألا يبدأ بجملة فعلية بل بجملة اسمية غالبا ما يكون الفعل فيها بصيغة المضارع ليوحى بآنية الحدث رغم وقوعه في الماضي، فنبدأ العنوان -مثلا- بجملة اسمية هكذا: «وزير التربية يدشن مدرسة...».

وفي النبأ الإعلامي محل الدراسة، نلاحظ بأن الجملة الاستهلاكية جاءت جملة فعلية يشير فعلها مباشرة إلى الحصيلة الثقيلة للحدث «خلف حادث مرور وقع اليوم الاثنين عند مدخل مدينة البليدة وفاة ثلاثة أشخاص...»

إعادة ترتيب القصة الخبرية وفق زمن القصة:

مع أن نظام السرد في كتابة النبأ الإعلامي يكتب بنظام قالب الهرم المقلوب، فإننا في حالة ما إذا أردنا التعرف على عناصر القصة الخبرية، كما حدثت منطقيا وكونولوجيا في الواقع، فإننا نقوم بإعادة ترتيب عناصرها وفق زمن القصة بطريقة نظام السرد في قالب الهرم المعتدل القائم على استهلال وجسم وخاتمة "إن زمن القصة يخضع بالضرورة للتتابع المنطقي للأحداث بينما لا يتقيد زمن السرد بهذا التتابع المنطقي"⁽¹⁾؛ أي أن سرد القصة يتم وفق "طريقة فنية قائمة على خاصية السرد معتمدة التسلسل الزمني في كتابة الحدث

(2) حميد الحمداني، المرجع السابق، ص 73

وكأنك تقرأ قصة"⁽¹⁾. وفي حالة إعادة ترتيب عناصر القصة الخبرية منطقيا وكرونولوجيا حسب وقوعها في زمن القصة، فيمكننا صياغتها كما يلي:

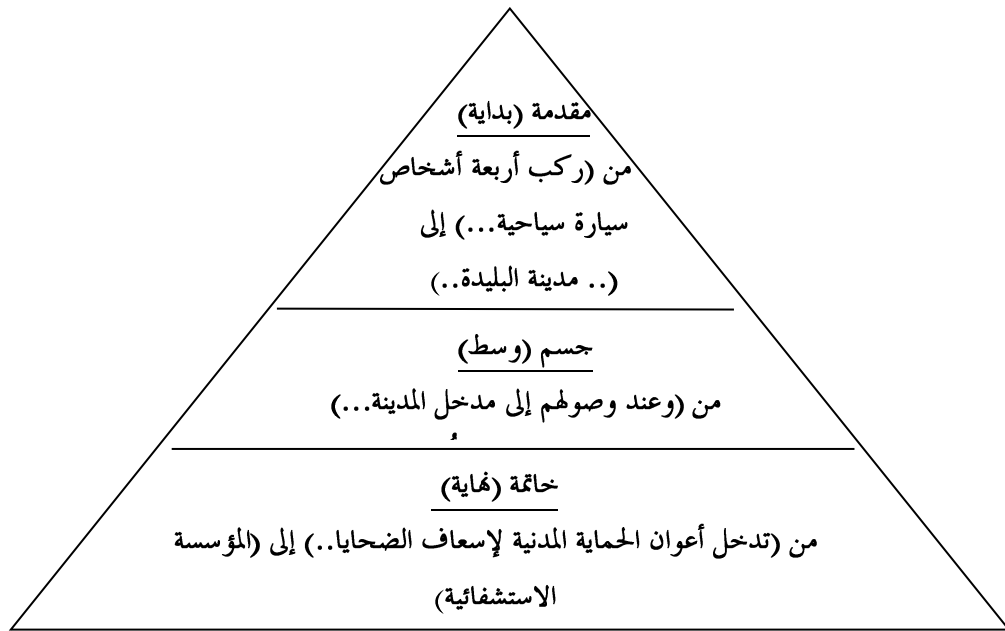
«ذكر أعوان الحماية المدنية بأنه في يوم الاثنين ركب أربعة أشخاص سيارة سياحية وانطلقوا في طريقهم باتجاه مدينة البليدة. وعند وصولهم إلى مدخل المدينة، واجه السائق صعوبة في السيطرة على المركبة، فأنحرفت بهم ثم انقلبت لتصطدم بآلة حفر، فتوفى ثلاثة منهم وجرح رابعهم. وقد تدخل أعوان الحماية المدنية لإسعاف الضحايا، ونقلوا المتوفين إلى مصلحة حفظ الجثث بمستشفى فرانس فانون، كما نقلوا المصابين إلى نفس المؤسسة الاستشفائية».

ترتيب عناصر الحدث في زمن القصة وزمن السرد:

الترتيب في زمن القصة: 1-أربعة أشخاص كانوا في رحلة بسيارتهم. 2-حادث مرور خطير. 3-يخلف مقتل ثلاثة أشخاص وجرح الرابع. 4-تدخل الحماية المدنية لنقلهم إلى المستشفى. فيكون الترتيب كرونولوجيا وفق زمن القصة هكذا: (1+2+3+4).

وبإعادة ترتيب عناصر الحدث كرونولوجيا، تكون القصة الخبرية للحدث على هذا النحو: «ذكر أعوان الحماية المدنية بأنه في يوم الاثنين ركب أربعة أشخاص سيارة سياحية وانطلقوا في طريقهم باتجاه مدينة البليدة. وعند وصولهم إلى مدخل المدينة، تعرضوا إلى حادث مرور خطير. وقد واجه السائق صعوبة في السيطرة على المركبة، فأنحرفت بهم ثم انقلبت لتصطدم بآلة حفر، فقتل ثلاثة منهم وجرح رابعهم. وقد تدخل أعوان الحماية المدنية لإسعاف الضحايا، ونقلوا المتوفين إلى مصلحة حفظ الجثث بمستشفى فرانس فانون، كما نقلوا الجرحى إلى نفس المؤسسة الاستشفائية». ويتم ترتيب عناصر السرد القصصي وفق زمن القصة حسب نظام قالب الهرم المعتدل كما يلي:

(1) عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص 115



الترتيب في زمن السرد: 3- يخلف مقتل ثلاثة أشخاص وجرح الرابع. 2- حادث مرور خطير. 4- تدخل الحماية المدنية. 1- أربعة أشخاص كانوا في رحلة بسيارتهم. ويكون الترتيب على هذا النحو (1+4+2+3)

ويتم ترتيب عناصر القصة الخبرية للنبا الإعلامي في زمن القصة، وفي زمن السرد كما في الجدول التالي:

زمن السرد (ترتيب غير كرونولوجي) وفق قالب الهرم المقلوب	زمن القصة (ترتيب كرونولوجي) وفق قالب الهرم المعتدل
3- مقتل ثلاثة أشخاص وجرح الرابع	1- أربعة أشخاص كانوا في بسيارتهم
2- حادث مرور خطير	2- حادث مرور خطير
4- تدخل الحماية المدنية	3- مقتل ثلاثة أشخاص وجرح الرابع
1- أربعة أشخاص كانوا في بسيارتهم	4- تدخل الحماية المدنية

يلاحظ في الأخير، بأن سرد القصة الخبرية في خطاب النبا الإعلامي في المثال الذي بين أيدينا، لم يأت وفقا لزمن القصة بترتيب تسلسلي كرونولوجي بنظام السرد في قالب الهرم المعتدل، بل أتى وفقا لزمن السرد بنظام قالب الهرم المقلوب؛ حيث بدأ فعل السرد انطلاقا من عنصر الحدث رقم 3، تلاه العنصر رقم 2، فالعنصر رقم 4، ثم العنصر رقم 1؛ وهو الأمر المطلوب فنيا في سرد خطاب هذا النوع الإعلامي الإخباري.

أ نموذج سرد خطاب تقرير إعلامي مكتوب:

يعتبر التقرير الإعلامي المكتوب أحد أنواع الخطابات السردية الإعلامية. وعند مراجعة معناه اللغوي، نجد "قرر، يقرر- تقريراً الشيء في المكان: أقرّه. الشيء في محله: تركه. قاراً- المسألة وضّحها-الرأي: حققه - فلان بالذنب: حمّله على الاعتراف به، أقرّ فلان على حق: جعله معترفاً به مدّعنا له. وجاء في معجم المعاني الجامع" ⁽¹⁾ تقرير: (اسم) الجمع: تقارير وتقارير. مصدر قرّر. بيان تُشرح فيه مسألة أو قضية أو تفاصيل حادث أو نتائج دراسة" ⁽²⁾. أما اصطلاحاً، فإن "تقرير: إخبار بالواقع عن دعوى أو حادثة" ⁽³⁾، والتقرير الإعلامي أو الصحفي يعني عرض وسرد حدث "التقرير الصحفي عرض لحدث... هو مادة صحفية تسرد، بدون تعليق، معلومات أساسية خاصة بحدث عام. هو نوع إخباري بحت، يتمثل هدفه في تقرير المعلومات الأساسية عن حدث يهم القارئ أو السامع أو المشاهد. التقرير الصحفي هو الرواية الموضوعية للحدث... التقرير الصحفي عبارة عن نقل أو تقديم حدث أو واقعة من خلال منظور ذاتي، أي أن يكون الصحفي شاهد عيان للحدث، شرط أساسي ضروري..." ⁽⁴⁾ والتقرير الصحفي " فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي [...] الخبر يركز على نقل الحدث فقط... أما التقرير يتوسع في نقل التفاصيل وذلك من خلال ملاحظات المحرر" ⁽⁵⁾.

(2) عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص 129

(3) ينظر معجم المعاني الجامع الإلكتروني (مادة: تقرير،)

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/?/c/التقيرة>

(4) جبّور عبد النور، المعجم الأدبي، دار اعلم للهايين، ص.ب 1085 بيروت، 1979، ص75

(5) عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص 131 و 132

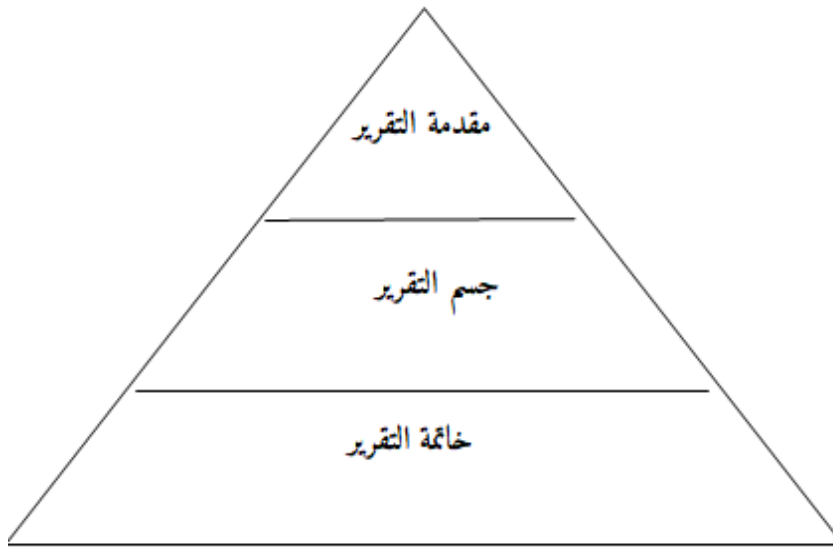
(1) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص 135 و 136

مواصفات سرد خطاب التقرير الإعلامي:

يتميز سرد خطاب التقرير الإعلامي المكتوب بعدة مواصفات، لا تختلف كثيرا من حيث الأسلوب واللغة الواضحة البسيطة عن سرد خطاب النبا الإعلامي سوى أن التقرير الإعلامي أكثر توسعا وتفصيلا في سرد القصة الخبرية، وبإمكانه أن يجمع بين طياته أكثر من خبر تربط بينها مناسبة الحدث الأصلي الذي ينطلق منه سرد خطاب التقرير. وفقا لطبيعة الحدث، فقد يكتب التقرير سواء بطريقة نظام السرد في قالب الهرم المقلوب، أم بطريقة نظام السرد في قالب الهرم المعتدل الذي يتبع فيه السارد الترتيب الكرونولوجي لزمان وقوع القصة الخبرية "يستند التقرير الصحفي إلى طريقة الحكي أو السرد، فالحكي الجيد يجب أن يكون منظما ومرتباً. وللوصول إلى ذلك يجب: أ- تحديد جيد للأشخاص والسياق الذي جرى فيه الحدث (الزمان والمكان). ب- نقل الأجواء بفضل الملاحظات الدقيقة. ج- ترتيب مختلف العناصر ومراحل السرد. د- تبني أسلوب يتناسب مع وسيلة الإعلام والصحيفة، إذاعة، تلفزيون، أنترنت... وطبيعة المتلقي"⁽¹⁾.

(2) عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص 133

ويكتب التقرير من الناحية السردية بطريقة قالب الهرم المعتدل في شكل "مقدمة تمهد للموضوع وتبيئ القارئ وتحتوي على واقعة ملهوسة أو موقف معين أو صورة منطقية أو زاوية جديدة لموضوع غير جديد. ثم جسم التقرير، وهو الجزء المهم في التقرير ويضم المعلومات والبيانات الجوهرية والأدلة والشواهد أو الحجج المنطقية الداعمة لموضوع التقرير. وأخيرا خاتمة يقيم فيها المحرر الموضوع وعرض النتائج التي توصل إليها"⁽¹⁾. ومن مقدمة التقرير تنطلق بداية سرد الحدث، ثم في جسمه تسرد تفاصيل تطور الحدث، وصولا إلى الخاتمة التي تمثل نهاية سرد الحدث في زمن القصة، حيث تمثل "الخاتمة (épilogue) الفصل الأخير في بعض أشكال السرد ويجيء بعد حل العقدة، ولكن لا يجب الخلط بينه وبينها، والخاتمة تساعد على تحقيق الهدف من العمل"⁽²⁾، كما في الشكل التالي:



(2) فاروق ابو زيد، فن الكتابة الصحفية، المرجع سابق، الصفحات: 139، 140 و141

(3) جيرالد برنس، المصطلح السردى، المرجع السابق، ص76

نص سردي لخطاب تقرير إعلامي مكتوب⁽¹⁾:

<p>قاد حملات ضد مروجي الخمر والمخدرات والخمر</p> <p>عصابة تنتقم من إمام مسجد بحرق سيارته بالوادي</p> <p>خليفة قعيد</p>		
أقدمت عصابة مجهولة	وذكر بعض سكان القرية في	من المنطقة مشيرا الى قيامه
مختصة في ترويج المخدرات	تصريحات لـ«الخبر» بأن	رفقة كبار سكان القرية
والخمر فجر أول أمس على	الإمام الذي تخرج على يديه	بوقفات سلمية وحملات
الانتقام من إمام مسجد	عشرات حفلة القرآن لم يفتأ	تحمسية كما تشجعوا بتنظيم
عمر بن عبد العزيز، الكائن	يشن في الأشهر الأخيرة دروسا	زيارات لأوكار هذه
بقية الجديدة ببلدية الديلة،	وعطية وحملات منوية في	العصابات ونصحوا أفرادها
شمال الوادي حادثة بتخريب	خطب الجمعة ومسيرات سلمية	بالابتعاد عن هذه الألفات
سيارته حرقا بالبتين في رد	مع المواطنين يدعو فيها إلى	وعدم ممارستها في القرية غير
فعل على حالته الوعظية	النهى على المنكر والأمر	أهم لم يتدعوا، واختاروا
والتحسيسية ضد مروجي	بالعرف محذرا فيها هذه	الاستمرار في نشاطاتهم
الخمر والمخدرات.	العصابات من عقاب القانون	الإجرامية. وقد رفع الصحية
وحسب مصادر مطلعة،	في الدنيا وعذاب الله في الآخرة	دعوى قضائية ضد المجرمين
فقد تسلمت العصابة فجرا	بسبب ترويجها الخمر	فيما فتحت مصالح الدرك
إلى بيت الإمام مروي بن	والمخدرات في أوساط المراهقين	تحقيقا في القضية.
بله عندما كان في	في القرية بشكل خطير جدا.	وللإشارة فإن معظم بلديات
المسجد عند صلاة الفجر.	من جهته، أكد الإمام	الوادي تعرف إغراقا متواصلا
ويعد أن فشلت في اقتحام	الصحية في تصريح لـ«الخبر» أن	وبشكل يومي لألفه ترويج
بيته، حوّل اتجاهها إلى	جرع العصابة بحرق سيارته يعتر	الخمر خصوصا وسط
الرأب، فكسرت أقفاله، ثم	هنية الأمر بالعرف والنهى	الأحياء بما فيها مدينة
أقدمت على إصرام النار في	عن المنكر، وطالب بتكثيف	عاصمة الولاية رغم حملات
سيارته من نوع «داسيا	الأمن، ومكافحة هذه	المكافحة من طرف عناصر
لوقان».	العصابات واجتاث شأفتهم	الأمن حيث ذكرت مصالح

(1) خليفة قعيد، عصابة تنتقم من إمام مسجد بحرق سيارته في الوادي، يومية الخبر الجزائرية، 32 شارع الفتح بن خلقان، ليتورال سابقا حيدرة-الجزائر. بتاريخ 29 ديسمبر 2018م. السنة التاسعة والعشرون. العدد: 9093 ص22 (ينظر لاحقا أيضا النسخة المصورة عن المقال عند الدراسة السيميائية لألوان صور الموضوع ص170)

عنوان خطاب التقرير الإعلامي:

-العنوان الرئيسي: يحمل أهم ثلاث قيمة خبرية، وهي قيمة الصراع (Conflict) بين الإمام ومروّجي الخمر والمخدرات [عصاة تنتقم من إمام مسجد بحرق سيارته بالوادي] وقيمة الجدة (Newness)؛ فالحدث جديد ما يجعله سريع الانتشار، وقيمة الإثارة (Excitement)؛ حيث لا شيء أكثر إثارة للناس من الاطلاع وتبّيع أطوار نزاع خطير بين المقدس الذي يمثله إمام المسجد، والمدنس الذي يمثله المنحرفون خاصة وأن العنوان الرئيسي لخطاب التقرير يشير مباشرة إلى رد فعل العصاة ضد الإمام بحرق سيارته؛ بمعنى أن المدنس يهاجم المقدس ما يدفع الناس إلى التحرك والدفاع عن الإمام؛ لأن حقيقة المعتقد الديني الراسخة لدى الناس تقضي برّد المدنس إرضاءً للمقدس كمعادل موضوعي لترجي الغفران من الله حتى لو كان الكثير من هؤلاء يمارسون المدنس في حقيقة الأمر.

-العنوان الفرعي: يشير العنوان الفرعي أو ما يسمى بالعنوان المعلق إلى سبب وقوع الحدث [قاد حملات ضد مروّجي الخمر والمخدرات والخمر]. كما يعطي صورة مقتضبة عن أفكار وأفعال وسلوكات البطل؛ وهي الشخصية الحكائية الرئيسية المتمثلة في إمام المسجد في مقابل أفكار وأفعال وسلوكات الشخصية الحكائية المضادة للبطل وهي العصاة المنتقمة الوارد ذكرها في العنوان الرئيسي.

متن خطاب التقرير الإعلامي:

نتوصل إلى عناصر متن خطاب التقرير الإعلامي عن طريق الإجابة عن الاستفهامات الستة المعروفة في حقل الإعلام، كالتالي: من هي الشخصية الحكائية الرئيسية؛ أي من البطل؟ (إنه مبروك بن بلة إمام مسجد عمر بن عبد العزيز). ومن هم مساعدو الإمام؟ (المصلون وحفظة القرآن، وسكان القرية). ومن هي الشخصيات الحكائية المضادة للبطل؟ (المنحرفون من مروّجي الخمر والمخدرات). ومن هم مساعدو البطل المضاد؟ (منحرفون

آخرون ساعدوا البطل المضاد بتدير المكيدة ومنح البنزين لحرق السيارة والعون بوسائل اقتحام البيت ومأرب السيارة). وأين تجري أطوار الحدث؟ (في قرية الجديدة في بلدية الديلة شمال الوادي)، ومتى انفجرت شرارة الحدث؟ (فجر أول أمس)، ولماذا وقع الانتقام؟ (بسبب مهاجمة الإمام مروجي الخمر والمخدرات في منابر المسجد)، وكيف وقع حادث الانتقام؟ (عن طريق اقتحام بيت الإمام ومأرب السيارة وحرقتها).

وبناء عليه، تتجمع لدينا عناصر متن القصة الخبرية حسب وقوعها في زمن القصة كالتالي: بداية: (مبروك بن بلة إمام مسجد عمر بن عبد العزيز بقرية الجديدة في بلدية الديلة). عرض: (الإمام يهاجم في خطبه ودروسه مروجي الخمر والمخدرات. -يدبر المنحرفون مكيدة للإمام ويحرقون سيارته فجر أول أمس. نهاية: (ينظم السكان مسيرة سلمية تضامناً مع الإمام وتنديداً بالاعتداء، مع إشارة السارد إلى تفاقم ظاهرة المنحرفين وتفشي ترويح الخمر والمخدرات عبر بلديات الولاية).

مبنى خطاب التقرير الإعلامي:

يتشكل مبنى خطاب التقرير الإعلامي من وحدات متنه القصصي المرتبة كرونولوجيا وفق نظام قالب الهرم المعتدل؛ حيث يأتي السرد تابعا أو لاحقا بزمن القصة" السرد اللاحق narration ultérieure أي السرد الذي يقوم فيه الراوي بذكر أحداث حصلت قبل زمن السرد بأن يروي أحداثا ماضية بعد وقوعها. وهذا هو النمط التقليدي للسرد بصيغة الماضي وهو إطلاقا النوع الأكثر انتشارا"⁽¹⁾. ونلاحظ في خطاب التقرير الذي بين أيدينا بأنه بعد المقدمة الاستهلالية التي نلخصت أهم المعلومات الرئيسية للحدث، شرع السارد الإعلامي في سرد القصة الخبرية وفق زمن القصة بحسب ترتيبها الكرونولوجي «وحسب مصادر مطلعة، فقد تسلمت العصابة فجرا إلى بيت الإمام مبروك بن بلة عندما كان في المسجد عند صلاة

(1) سمير المرزوقي وجميل شاكر، مدخل إلى نظرية القصة، المرجع السابق، ص 101

الفجر. وبعد أن فشلت في اقتحام بيته، حوّلت اتجاهها إلى المرائب، فكسرت أقفاله، ثم أقدمت على إحضار النار في سيارته من نوع «داسيا لوقان» ثم توالى سرد وحدات القصة الخبرية حتى نهاية الحدث.

ترتيب المقاطع السردية لعناصر القصة الخبرية حسب السرد اللاحق بزمان القصة:

- المقدمة (الاستهلال): ملخص سردي لأهم ما جاء في قصة التقرير، وفيه تمت الإجابة عن السؤال: متى؟ وهو زمن الحادثة (فجر أول أمس)، والإجابة عن السؤال: أين؟ وهو مكان الحادثة (قرية الجديدة ببلدية الديلة)، والإجابة عن السؤال من؟ وهو شخصية البطل الحكائي: (إمام مسجد عمر بن عبد العزيز)، والشخصيات الشريرة: (عصابة مجهولة مختصة في ترويع المخدرات والخمور).

- السرد القصصي لخطاب التقرير وفق الترتيب الكرونولوجي للقصة الخبرية:

مقطع 1:

- الإسناد: (حسب مصادر مطلعة)، تحفظ السارد عن الإفصاح عن هوية الطرف أو الأطراف التي أمدته بالمعلومات خوفا على حياتها من انتقام العصابة.

- بدء السرد اللاحق بزمان القصة وفيه الإجابة عن السؤال كيف وقعت حادثة الانتقام؟: «تسللت العصابة فجرا إلى بيت الإمام مبروك بن بلة عندما كان في المسجد عند صلاة الفجر. وبعد أن فشلت في اقتحام بيته، حوّلت اتجاهها إلى المرائب، فكسرت أقفاله، ثم أقدمت على إحضار النار في سيارته من نوع داسيا لوقان».

مقطع 2:

- الإسناد: (وذكر بعض سكان القرية في تصريحات لـ«الخبر»)

- مواصلة سرد القصة وفيه الإجابة عن السؤال لماذا وقعت حادثة الانتقام؟: (بأن الإمام الذي تخرج على يديه عشرات حفظة القرآن لم يفتأ يشن في الأشهر الأخيرة دروسا

وعظية وحملات منبرية في خطب الجمعة ومسيرات سلمية مع المواطنين يدعو فيها إلى النهي على المنكر والأمر بالمعروف محذرا فيها هذه العصابات من عقاب القانون في الدنيا وعذاب الله في الآخرة بسبب ترويجها الخمر والمخدرات في أوساط المراهقين في القرية بشكل خطير جدا).

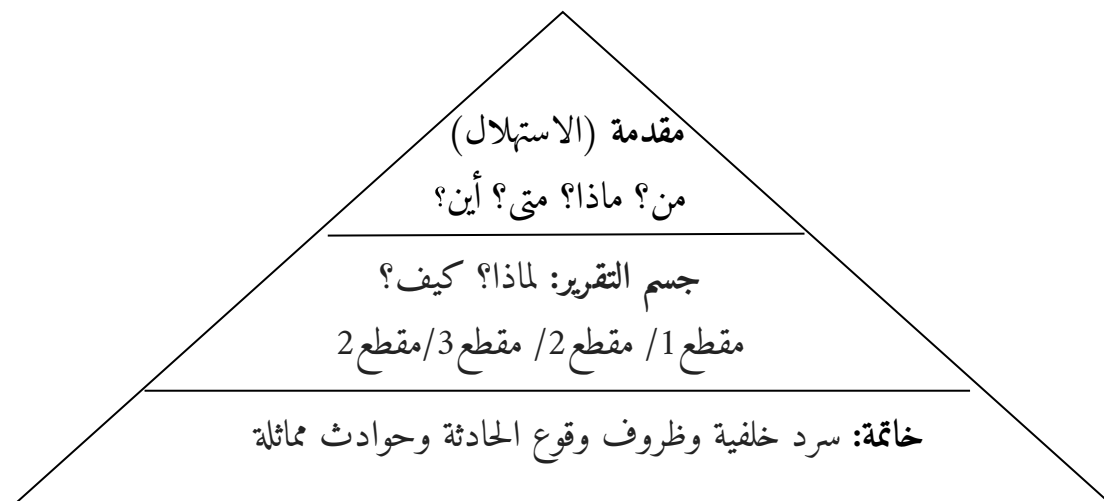
مقطع 3:

- الإسناد: (من جهته، أكد الإمام الضحية في تصريح لـ «الخبر»)
- سرد تلخيصي لردود فعل الإمام وسكان القرية: (أن جرم العصابة بحرق سيارته يعتبر ضريبة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وطالب بتكثيف الأمن، ومكافحة هذه العصابات واجتثاث شأفتهم من المنطقة مشيرا الى قيامه رفقة كبار سكان القرية بوقفات سلمية وحملات تحسيسية كما تشجعوا بتنظيم زيارات لأوكار هذه العصابات ونصحوا أفرادها بالابتعاد عن هذه الآفات وعدم ممارستها في القرية غير أنهم لم يرتدعوا، واختاروا الاستمرار في نشاطاتهم الإجرامية. وقد رفع الضحية دعوى قضائية ضد المجرمين فيما فتحت مصالح الدرك تحقيقا في القضية).

مقطع 4:

- الإسناد: (مصالح الشرطة)
- سرد خلفية وظروف وقوع الحادثة وحوادث مماثلة: (وللاشارة فإن معظم بلديات الوادي تعرف إغراقا متواصلا وبشكل يومي لآفة ترويج الخمر خصوصا وسط الأحياء بما فيها مدينة عاصمة الولاية رغم حملات المكافحة من طرف عناصر الأمن حيث ذكرت مصالح الشرطة أنها حجزت منذ يومين فقط في مدينة الوادي 13000 وحدة خمر خلال عمليات مداهمة متفرقة شملت معظم النقاط السوداء والأماكن المشبوهة خاصة منها التي تعد وكراً لبائعي المشروبات الكحولية وسط الشباب والتي كانت سببا مباشرا في

الكثير من الجرائم وحوادث المرور). وفيما يلي شكل توزيع عناصر وحدات القصة الخبرية وفق نظام السرد لقالب الهرم المعتدل:



الصورة والألوان في نص خطاب التقرير المكتوب:

تعدّ الصورة في الصحيفة مكّمة للنص السردى في الخطاب الإعلامى المكتوب وموضحة لبعض المعاني والدلالات الواردة فيه، بل إن وضع صورة كاتب المقال مع توقيعه بالاسم، لا شك، أشد إغراء وتأثيراً ولفناً للانتباه المتلقي من حيث كونه يضاعف مصداقية الموضوع. وهناك بعض القراء يتأثرون بشخصية الكاتب أو الكاتبة من خلال تأثير الصورة وجماليتها أكثر من المقال نفسه، كما يحدث لهم بعض الاضطراب في المزاج والذوق والنظرة إلى المقال بعامة في حالة تغيير الصورة. لذلك تحرص الصحيفة على أهمية الصورة الإخبارية باعتبارها مكّمة وموضحة لموضوع الخطاب الإعلامى المكتوب "الصورة التي تُعنى بها الصحف عادة هي التي تعبر عن حركة أو موقف أو موضوع، ولذلك تستخدم الصورة عادة في الأحوال التي يحتاج فيها إلى عامل الحركة أو عامل الإيضاح، بل يمكن استخدام مجموعة من الصور لبيان حركة معينة أو عدة حركات ونحو ذلك"⁽¹⁾.

(1) عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص 509

كما تعتبر الصورة في نظر الكثير أبلغ من الكلمات إن لم تكن أفضلها في ظروف ومناسبات معينة "تعدّ الصور [...] أفضل من الكلمات في عمليات الدعاية والحروب النفسية، فالصورة لم تعد بألف كلمة، كما كان المثل الصيني القديم يقول، بل ربما أصبحت بملايين الكلمات، وعلينا أن نتذكر أحداثاً قريبة مثل صور هجوم الطائرات على برجى مركز التجارة العالمي في نيويورك في 11 سبتمبر 2001، وصور سقوط تمثال صدام حسين في قلب بغداد، وصور القبض عليه وتقديمه للمحاكمة، وصور تعذيب العراقيين في سجن أبي غريب، وصورة قتل الجنود الإسرائيليين للطفل الفلسطيني البريء محمد الدرة وهو بين ذراعي والده، وصور لوحات «الموناليزا» لدافنشي، و«الجيرنيكا» لبيكاسو، و«الصرخة» لمونش، وغيرها من الصور التي فاق تأثيرها في الوعي البشري ملايين الكلمات"⁽¹⁾. إن الكلمات والجمال هي الأداة التأثيرية للغة المكتوبة في السرد والوصف، أما الصورة فأداتها السردية في التأثير على المتلقي هي الفعل البصري "إذا كانت اللغة تصف وتسرد بواسطة الكلمات والجمال حسب ما يقتضيه النسق اللغوي، فإن الصورة تسرد بفضائها البصري وما يؤثته من مكونات، وبذلك تكون لها دلالات متجذرة في المجتمع والثقافة التي تنتمي إليهما أو تتحدث عنهما"⁽²⁾.

ولا بأس أن نقوم بقراءة دلالية وسميائية ولو سريعة في فضاء الصورة وألوانها، والتي تمثل عنصراً أساسياً مكماً لسرد خطاب التقرير الإعلامي المكتوب محل الدراسة، كما توضحه فيما يلي نسخة المقال الأصلية:

(2) عبد الحميد شاكر، عصر الصورة، السلبات والإيجابيات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005،

(1) بشير إبرر، الصورة في الخطاب الإعلامي، المرجع السابق، ص 154

قاد حملات ضد مروجي المخدرات والخمور



عصابة تنتقم من إمام مسجد بحرق سيارته في الوادي !

أقدمت عصابة مجهولة مختصة في ترويج المخدرات والخمور، فجر أول أمس، على الانتقام من إمام مسجد عمر بن عبد العزيز، الكائن بقرية الجديدة ببلدية الدبيلة، شمال الوادي بحرق سيارته بالبنزين في رد فعل على حملاته الوعظية والتحسيسية ضد مروجي الخمور والمخدرات.



الإمام قاد حملات وعظية وتحسيسية ضد مروجي الخمور والمخدرات

خليفة قعيد

● حسب مصادر مطلعة، تسلمت العصابة فجرا إلى بيت الإمام، ميروك بن بلة، عندما كان في المسجد عند صلاة الفجر. وبعد أن فشلت في اقتحام بيته، حوّلوا اتجاهها إلى المأرب، فكسرت أقفالها، ثم أقدمت على إشراق النار في سيارته.

وتذكر بعض سكان القرية في تصريحات لـ "الخبر"، أن الإمام الذي تخرج على يديه عشرات حفيظة القرآن لم يفتأ يثبّن في الأشهر الأخيرة دروسا وعظية وحملات توعوية في خطب الجمعة ومسيرات سلمية مع المواطنين، يدعو فيها إلى النهي على المنكر والأمر بالمعروف، محذرا فيها هذه العصابات من عقاب القانون في الدنيا وعذاب الله في الآخرة بسبب ترويجها للخمور والمخدرات في أوساط المراهقين في القرية بشكل خطير جدا.

من جهته، أكد الإمام الضحية في تصريح لـ "الخبر" أن جرم العصابة بحرق سيارته يعتبر

عناصر الأمن، حيث ذكرت مصالح الشرطة أنها حجزت منذ يومين قنطرة في مدينة الوادي وحده خمر خلال عمليات مداهمة متفرقة شملت معظم النشطاء السوداء والأماكن المشبوهة، خاصة منها التي تعد وكرا لابتاع المشروبات الكحولية وسط الشباب، والتي كانت سببا مباشرا في الكثير من الجرائم وحوادث المرور.

يرتدعوا واختاروا الاستمرار في نشاطاتهم الإجرامية، ورفع الضحية دعوى قضائية ضد المجرمين، فيما فتحت مصالح الدرك تحقيقات في القضية. للإشارة، فإن معظم بلديات الوادي تعرف إغراقا متواصلا ويشكل يومي لأفة ترويج الخمور خصوصا وسط الأحياء بما فيها مدينة عاصمة الولاية رغم حملات المكافحة من طرف

شريعة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وطالب بتكثيف الأمن ومكافحة هذه العصابات واجتثاث شأفتهم من المنطقة. مشيرا إلى قيامه رفقة كبار سكان القرية بوقفات سلمية وحملات تحسيسية، كما تشجعو بتنظيم زيارات لأفراد هذه العصابات ونصحوا أفرادها بالابتعاد عن هذه الأفعال وعدم ممارستها في القرية، غير أنهم لم

يلاحظ بأن الصورتين الفوتوغرافيتين المدرجتين مع موضوع التقرير جاءتا معبرتين عن قصة الحدث؛ حيث تبرز الصورة الكبيرة تجمع المواطنين المحتجين، بينهم شخصية الإمام تحتل حيزا أكبر من غيره من المواطنين في الخلفية لكون شخصية الإمام هي صلب الحدث القصصي. ويظهر الإمام مع المواطنين بأزيائهم التقليدية الدينية (القمصان الطويلة)، وبعض الشباب حاملين لافتات كتبوا عليها عبارات التنديد بالجريمة.

وتعكس الصورة الصغيرة (في الأعلى إلى اليسار) جانبا من جريمة حرق مرأب سيارة الإمام. كما جاء العنوان الفرعي (في الأعلى) بحجم صغير وباللون الأسود مثل لون خط نص الخطاب؛ لأن جملة السردية تشير إلى حملة ضد مروجي المخدرات والخمور، وهي ظاهرة ليست جديدة ومستهلكة إعلاميا، لذلك، لم يتم إبرازها في حين ظهر العنوان الرئيسي بخط ذي حجم كبير لإبرازه للفت انتباه المتلقي؛ لأن حادثة الانتقام من الإمام جديدة وحدث لأول مرة في مجتمع الإمام. وقد كُتب العنوان الرئيسي باللون الأصفر والذي

يرمز إلى المؤامرة والخديعة؛ حيث وُضع العنوان مباشرة جنب صورة المرأب المحترق ليلا في رمزية إلى ما دبرته العصابة بليل إذ يستعمل البعض اللون الأصفر كرمز للخداع والغش⁽¹⁾.

أما الخلفية الإطارية للعنوان الرئيسي التي جاءت باللون الأحمر الذي فيه رمزية ودلالة على عنصر الدراما والصراع في الحدث مادام الأمر يتعلق بجريمة اعتداء وحرق أملاك الغير مع سبق الإصرار والترصد، واحتمال لجوء الإمام والمواطنين إلى رد فعل عنيف ضد المعتدين؛ لأن اللون الأحمر لون حار، وعدواني، ويذكر بالنار والحركة والانفعال والدم، ويرمز إلى الشجاعة والرجولة والغضب والخطر⁽²⁾. كما جاء نص مقدمة التقرير باللون الأبيض؛ لأنه يحمل إشارة صريحة إلى المقدس في رسالة الإمام في الوعظ الديني ضد الآفات الاجتماعية؛ ذلك أن اللون الأبيض يرمز إلى البراءة والطهارة والعفة والتواضع والسلام والهدوء، ولون لباس الاحترام والطواف حول الكعبة الشريفة⁽³⁾. وعند النظر إلى الصورتين والألوان وأشكال وألوان خط الكتابة والأعمدة وكيفية توزع كل ذلك بصريا في الإطار العام لخطاب التقرير الإعلامي، يمكن اعتبار جميع هذه الكائنات نظاما علامائيا متكاملًا بالمفهوم السيميائي.

الصحافة السردية:

تواجه الصحافة المكتوبة، المطبوعة والإلكترونية تحديا كبيرا في مجال نشر المادة الخبرية بسبب المنافسة الشديدة من طرف وسائل الإعلام التقليدية؛ أولا: السمعية- البصرية، وثانيا: وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة التي أنتجت التكنولوجيا الحديثة في عالم الاتصال

(2) ينظر بشير إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، ص 154

(3) ينظر رضوان بلخيري، سيميولوجيا الخطاب المرئي، المرجع السابق، ص 87

(1) ينظر رضوان بلخيري، سيميولوجيا الخطاب المرئي، ص 87

والرقنة. فقد طرح عصر العولمة أهمية قيمة السرعة في نشر الأخبار التي أصبحت في حد ذاتها قيمة خبرية تقوم عليها أركان العملية الإعلامية في وسائل الإعلام السمعية البصرية والمكتوبة وفي شبكات التواصل الاجتماعي بسبب التلهف عليها من قبل الجمهور المتلقي. لذلك، تواجه الصحافة المكتوبة بمفهومها التقليدي مصاعب كبيرة أمام خاصة وأنها لم تطور كثيرا من في شكل ومحتوى ونظام الأنواع الصحفية التقليدية التي بقيت على حالها القديم وربما أضحت لا تستجيب لمتطلبات قارئ اليوم الذي تغيرت مستويات التلقي لديه ذوقا ومعرفةً وتعاطياً. وقد باتت بعض الأنواع الصحفية الطويلة خصوصا على المحك - كالرورتاج الصحفي الذي تضاعف وجوده في الصحافة العربية، إن لم يكن قد اختفى بالفعل من عديد الصحف المطبوعة والإلكترونية لصالح الأخبار السريعة والتقارير القصيرة التي تنشر في حينها.

والحقيقة، أنه إذا كانت هذه الظاهرة تشكل أزمة حقيقة بالنسبة للصحافة العربية، فإن الأمر يختلف بالنسبة لغيرنا في الدول الغربية ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية وأروبا. فقد بحث باحثون في حقل الإعلام إلى الوجود ما يسمى بـ«الصحافة السردية» كحل بديل للرورتاج التقليدي. وتقوم الصحافة السردية على «الرورتاج السردية» بشكله الجديد الذي وجد له في المشهد الإعلامي للصحافة المكتوبة مكانة متميزة نظرا لإقبال جمهور القراء على متابعته والتمتع بمادته الإعلامية شكلا ومحتوى رغم طوله حيث وجدوا فيه تلبية لحاجاتهم الذوقية والقصصية الخبرية واللغوية والأسلوبية التي لم يجدوها في غيرها من أنواع الصحافة التقليدية.

أضحى الرورتاج السردية الجديد بديلا عن الرورتاج التقليدي في الشكل والمحتوى. في البداية نشير إلى أن الرورتاج (Reportage) التقليدي هو نوع صحفي يقدم مادة إعلامية ينجزها صحفي ينقل من خلالها ما رأى وسمع. وهو أنواع: الرورتاج المصور، الرورتاج

المكتوب، الربورتاج الإذاعي، الربورتاج التلفزيوني، الربورتاج الإشهاري. والربورتاج هو نشاط أو مهنة صحفي متخصص في الربورتاج يسمى (Reporter). أما الربورتاج الصحفي السردى الجديد؛ فهو نوع صحفي هجين يستخدم أدوات التعبير الأدبي للقصة عند نقل الحقائق والمشاهدات الميدانية؛ حتى أن سارتر قال "يبدو أن الربورتاج ينتمي إلى الأنواع الأدبية ويمكنه أن يصبح من بين أهمها جميعاً"⁽¹⁾.

تعريف الصحافة السردية:

يمكن تعريف الصحافة السردية بأنها استخدام تقنيات الأدب القصصي لعرض المادة الصحفية المطولة، مع الالتزام بالعمق والدقة. وذلك استناداً لتعريف مؤسسة نيمان الداعمة للصحافة السردية⁽²⁾، فهذا التعريف يعتبر الربورتاج فناً سردياً تعبيرياً يغلف قصة خبرية حقيقية من الواقع، وبالتالي، فهو لا تخيلي بحت كما في الإبداع الأدبي التخيلي الذي نجده في القصص والروايات، وإنما هو واقعي ينقل من خلاله صحفي الربورتاج إلى جمهور المتلقين الوقائع والحقائق من الميدان بأسلوب أدبي على نحو ما يراه ويسمعه ويعيشه.

ولكن كيف تستعين الصحافة السردية بأدوات الأدب؟ تجيب ماري فانوست الباحثة بالجامعة الكاثوليكية في لوفان ببلجيكا بأن الصحافة السردية تستعين بأدوات محسوبة على الأدب والإبداع، مثل استخدام الحبكة، والتشويق، والوصف، والصراعات، والشخصيات الدرامية، والحل⁽³⁾. ففي الصحافة السردية، يقوم صحفي الربورتاج بأسلوب أدبي بشرح

(2) Voir Reportage, Le Petit Robert de la Langue Française, Dictionnaire français. Edition Electronique. 2014.

<https://www.lerobert.com>

(3) ينظر عبد الرحمن مصطفى، الصحافة السردية.. المرجع السابق.

(4) ينظر عبد الرحمن مصطفى الصحافة السردية.. روح المحقق وقلم الروائي، المدونة الإلكترونية، 25 ماي 2016
http://abderrahmann.blogspot.com/2016/05/blog-post_25.html

واكتشاف ووصف وسرد الأفعال والأحداث والشخصيات الحقيقية وما شاهده وما سمعه في فضاء الحدث الواقعي. يقول لي غيتينغ Lee Gutking مؤسس مجلة الإبداع اللاتخييلي "الهدف الأول للكاتب اللاتخييلي هو نقل الخبر كما يفعل الصحفي ولكنه يُقرأ وكأنه روائي خيالي"¹.

ويتم التركيز في الاستطلاع السردى الطويل على نوعية القصة الخبرية واللغة والأسلوب ونجد فيه الحوار القصصي والوصف؛ أي توقيف السرد وزمن القص لفسح المجال للوصف. كما يمكن أن يكون الاستطلاع طويلا جدا في شكل مجلات ورقية أو الكترونية من عدة صفحات كبيرة ويسمى (Grand Reportage)، ويمكن إصداره أيضا مستقلا في شكل مجلة-كتاب تسمى: Mook؛ وهي كلمة مركبة من اختصار كلمتين هما (Magazine) و (Book). ومن هذا النوع مثلا مجلة Revue XXI الفرنسية. كما كتب هانتر س. تومسن (Hunter S. Thompson) ربورتاجا سرديا مطولا من 250 صفحة حول عصابات الدراجات النارية الخارجة عن القانون. وفي الجزائر أصدرت مؤسسة الخبر الإعلامية ربورتاجا سرديا مطولا أيضا من 290 صفحة بعنوان "إمبراطورية السراب.. قصة احتيال القرن"، وتتناول أطوار وفصول محاكمة عبد المومن خليفة أعده سبعة صحفيين وهم محمود بلحيمر، مصطفى صالحى، مراد محامد، زبير فاضل، حفيظ صواليلي، فاروق غدير وسليمان حميش⁽²⁾.

(2) Laurent Di Filippo , Le Journalisme Narratif à l'ère du web : une autre manière de raconter le monde?
04/01/2017

<https://mf.hypotheses.org/298>

(1) ينظر مجموعة من الصحفيين، "إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن" منشورات مؤسسة (الخبر)، دار الحكمة، الجزائر 2007

نماذج تطبيقية على الصحافة السردية:

مقطع من ربورتاج «إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن»

نورد مقطعا من ربورتاج «إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن» الذي أنجزه بالاشتراك صحفيو يومية "الخبر" الجزائرية. فقد جاء الربورتاج في شكل رواية ذات فصول بعناوينها مثل "الرجل اللغز" و"التوسع الأخطبوطي" و"عالم علي بابا" حيث جاءت هذه العناوين مستخدمة أداة الاستعارة في الأدب، ف «اللغز» نوع سردي من جنس المقولة الوجيزة في الأدب، وهو هنا لإثارة الغموض والغربة ودعوة المتلقي لتفكيك شفرته ومعرفة من يكون. و«الأخطبوط» استعارة من حيوان الإخطبوط للدلالة على تشعب طرق السرقة والاختلاسات و«علي بابا» استعارة لبطل حكاية علي بابا في التراث العربي جيء باسمه التراثي في العنوان لوصف عبد المومن خليفة باستعمال أساليب ذكية لسرقة المال العام. ونلاحظ أن شخصية الحدث كما تسمى في الصحافة والتي يجيب عليها السؤال من؟ تتحول إلى مسمى بطل الرواية في الأدب التخيلي، ووجود العديد من الاستعارات والصور مثل (تسويق الحلم، التقرب من هذا الحلم، المشاهير المحلية، قص الأجنحة، الشاب الذهبي) في نموذج المقطع التالي من نص الربورتاج السردية:

"نجح عبد المومن خليفة في "تسويق الحلم" الزائف لملايين الجزائريين، خاصة منهم الشباب، فكان مجرد الحديث عن تنظيم قريب لحفل في أحد الفنادق الفخمة، يعطي إشارة انطلاق سباق محموم للحصول على دعوات الحضور، للتقرب من هذا الحلم وحفلاته التي تنتهي غالبا في ساعة متأخرة من الليل. ولأن "المشاهير المحلية" تفتقر لأسماء من العيار الثقيل، فإن أهم معركة خاضها "الخليفة" كانت بالخارج وبدرجة أولى بفرنسا، بوضع أسماء فعلا من العيار الثقيل في أجندته"¹. ونقرأ في فصل "بداية قص الأجنحة" في هذه الأجواء الاحتفالية

(2) ينظر إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن، ص 39

والاستعراضية للشاب الذهبي [...] كانت الجهات الوصية بفرنسا تتابع عن قرب هذا التوسع
الرهيب لمجمع صاحبه لم يتجاوز الـ 35 سنة⁽¹⁾.

وفي مقطع آخر يتوقف السرد ليفسح المجال للحوار وهو خاصية من خصائص النص القصصي
السردى في الرواية الفنية "في اليوم التاسع تستدعي هيئة المحكمة "خليفة3"، وهو المدير العام
للأمن والحماية لمجمع الخليفة، المتهم شعشوع عبد الحفيظ لاستجوابه [...] تسأل القاضية:

- أين عملت قبل التحاقك بمجمع الخليفة؟

- كنت موظفا في جهاز الشرطة.

- متى التحقت بالخليفة؟

- في نهاية سنة 2000 بعد حصولي على الموافقة على استقالي من أمن سطاوالي.

- ما هو مستواك الدراسي؟

- الثالثة ثانوي.

- من وظفت في مديرية الأمن؟

- شرعت في توظيف متقاعدي الأمن الوطني.

- مثل من؟

- رئيس أمن ولاية تيبازة السابق⁽²⁾.

وفي نهاية الـ بورتاج السردى توضع نهاية قصة الحدث الرئيسي وهي أطوار محاكمة بطلها عبد
المومن خليفة ومن معه.

(2) المرجع نفسه، ص 51

(1) المرجع نفسه ص 120

نموذج ربورتاج " هنا.. رائحة الحرب وأصوات "الرونجارس":

في ربورتاج آخر لصاحب الكتاب منشور في يومية الخبر الجزائرية بعنوان " هنا.. رائحة الحرب وأصوات "الرونجارس" يتناول الصحفي الوضع الأمني على الحدود الجزائرية الليبية عقب الضربات الأمريكية لمعقل الجماعات الإرهابية في ليبيا. يبدأ المقطع بالسرد ثم يلخص سرديا حوارا ثم يتوقف السرد ويعرض حوارا مباشرا لتقديم معلومات من لدن أصحابه ثم يستأنف السرد وجهة خطابه السردية. هكذا: " في الحافلة المتوجهة من وادي سوف إلى إيزي كان معنا نحو 20 إفريقيا بينهم 4 نساء من جنسيات مختلفة، صعدوا الحافلة من مدينة توقرت باتجاه المعبر الحدودي الدبداب (بدء فعل السرد)، وطبعا بهدف "الحركة" عبر ليبيا إلى إيطاليا، بعد أن جمعوا بعض المال الكافي خلال تسولهم في المدن الداخلية، لاسيما الجنوبية، كما قال لي المهاجر موسى وهو من جنسية مالية (تلخيص حوار). لكن أعوان الدرك قاموا بإنزالهم جميعا وصرخوا في وجه السائق "ألا تعرف أنه ممنوع نقل هؤلاء؟.. هل تجهل الأوضاع في الحدود؟.. أنت تقوم بتسهيل الهجرة غير الشرعية". (حوار مباشر لأهمية المعلومات). ثم أعاد أعوان الدرك نقل الأفارقة من عين المكان وأمروهم بالرجوع من حيث جاؤوا في أول حافلة عائدة من الدبداب نحو وادي سوف" (استئناف فعل السرد).

وفي مقطع آخر من نفس الربورتاج يلجأ الصحفي إلى الحوار المباشر أثناء فعل السرد نظرا لأهمية المعلومات التي لا يكفي أن يسردها الصحفي على لسان صاحبها بل ينبغي أن تكشف عنها شخصية الحدث ذاتها من خلال الحوار. وأيضا استعمال ضمير المخاطب (أنت)؛ أي المسرود له (المتلقي) بدل ضمير المتكلم (أنا)؛ أي السارد وهي تقنية سردية تستعمل الزمن الحاضر وفعل المضارع وتستهدف دعوة المتلقي لتقمص دور السارد الصحفي ليعيش ويتصور الأحداث كما يعيشها الصحفي؛ وهو ما يطلق عليه الباحث بريان ريتشاردسون (Brian

(Richardson) «الشكل المعياري» . وحسبه، فإن ضمير المخاطب السردى يمكن تعريفه بأنه أي سرد يحدد بطله (السارد الصحفي) الذي ينوب عنه المخاطب عن طريق الضمير «أنت»، ويستعمل في سرد القصة عادة الزمن الحاضر ويمكن أيضا استعمال زمن المستقبل وتدور القصة حول بطل وحيد باستخدام ضمير المخاطب. إن «أنت» تشير إلى كل من السارد والمسروود له⁽¹⁾.

يقول النص:

"ومن الصعوبة أن يجيبك هؤلاء الأفارقة عن تساؤلاتك خاصة إذا أحسوا أنك غريب الشكل واللغة، ولكنهم مع ذلك، يستأنسون إذا رافقت مواطن من الدبداب ألفوه سابقا (ضمير المخاطب السردى - المسروود له) كما حدث معي (العودة إلى ضمير المتكلم السردى - السارد).

الانتقال إلى ضمير الغائب السردى - هو- وهو ما يسمى الرؤية من الخلف حيث يعلم السارد عن الأحداث أكثر من معرفة المتلقي (المسروود له) قال إبراهيم وهو من بوركينافاسو (ضمير الغائب السردى) "منا من يعمل في الدبداب ومنا من يأتي من مناطق أخرى ولكن الوجهة النهائية هي الهجرة إلى أوروبا نحو ليبيا من أجل ضمان لقمة عيش دائمة، رغم أن أغلبنا لا يتوفر على وثائق رسمية". وسألته: "وهل تخرجون عبر البوابة الحدودية؟". أجاب: "أبدا، هي مغلقة ولكننا نخرج عبر مسالك أخرى بعيدا عن البوابة حتى لا نصيدنا عناصر الأمن". وأردفت: "وهل تلتقون أثناء مروركم في المسالك بقوات الأمن فتسمح لكم بالمرور؟" (حوار مباشر). فقطب حاجبيه ورفض الإجابة وغادرني لكونه شعر وكأني أحقق معه، ولكنني فهمت أنه يستطيع اجتياز الحدود عن طريق شبكات التهريب (استئناف السرد).

(2) Brian Richardson, The Poetics and Politics of Second Person Narrative, Genre Journal, Volume24, Issue3; University Oklahoma, 01/09/1991, P311

نموذج من ريبورتاج "همشتم البحبوحة وداسهم التقشف.."

في نموذج هذا الريبورتاج السردى المتكون من صفحتين والموسوم بـ "همشتم البحبوحة وداسهم التقشف.. بدو رحل يعيشون على "النخالة" ورضع يموتون من البرد في الوادي⁽¹⁾، يلاحظ توقف السرد لفسح المجال للسارد الصحفي حتى يصف الفضاء القصصي الواقعي الذي تجري فيه الأحداث "في منطقة البرج الواقعة نحو 80 كلم إلى الجنوب من بلدية دوار الماء الحدودية ، توغلنا في المسالك الوعرة المحاطة بالكثبان الرملية الشاهقة للعرق الشرقى الكبير. كانت صورة الجفاف رهيبة للغاية على الأرض. أول ما استقبلنا، كانت بعض النباتات مثل أشجار الأزال والعلندى القصيرة، المتخشبة والعارية من أي أوراق خضراء بسبب موسم الشتاء، وما على البدو الرحل سوى الانتظار إلى موسم الربيع حتى تخضر وتورق هذه الأشجار فتحصل منها المواشي وخاصة الإبل على بعض الكلاء، أما الأعشاب على بساط الأرض فهي منعدمة تماما ولا يوجد فيها إلا الرمل، ومع ذلك ، فإن بعض الماشية وخاصة الماعز لا تكاد ترفع رؤوسها عن الأرض لعلها تعثر على ما تقتات به، وأحيانا " تربش" بأظلافها التربة الجافة، كما يفعل عادة الدجاج ، لتييط التراب عن نبتة شبه مدفونة تسرق من جذورها بعض الحياة. (وصف). ثم نتدخل شخصية حكائية في قصة الحدث لكي توضح من خلال تقنية الاستدكار السردى (الفلاش باك) وتقنية تلخيص الحوار لتوضيح بعض الأمور التي جرت في الماضي " يقول الموال عمي فرح إنها موجة جفاف صعبة للغاية تضرب الجهة منذ سنوات عديدة وأجبرت الكثير من العائلات البدوية الفقيرة على الهجرة نحو شمال الولاية في المناطق المتاخمة لولايتي تبسة وخنشلة بحثا عن المراعي، ومنهم من باع ماشيته وجاور قرية من القرى البعيدة هروبا بنفسه وبعائلته وأولاده من الموت جوعا وفقرا"⁽²⁾ (استدكار وتلخيص سردي للحوار).

(2) ينظر الخبر 20 ديسمبر 2016

(8) يومية الخبر، المرجع السابق

قائمة المصادر والمراجع

أ- الكتب:

- 1- أبو القاسم محمد عبد الغفور الكلاعي، إحكام صناعة الكلام، تحقيق محمد رضوان الداية، دار الثقافة بيروت لبنان 1966
- 2- أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، دار الثقافة، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2002
- 3- أحمد بن محمد علي المصري المقري الفيومي، المصباح المنير، مطبعة التقدم العلمية، درب الدليل، مصر، 1943
- 4- أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981
- 5- أحمد مختار عمر، المكنز الكبير، شركة سطور، مؤسسة التراث، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000،
- 6- آرثر آسيا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة صالح خليل أبو إصبع، العدد المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2012
- 7- إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 1998.
- 8- آمنة يوسف، تقنيات السرد في النظرية والتطبيق، دار الفارس للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2015
- 9- بوريس توماشفسكي، نظرية الأغراض، من كتاب نصوص الشكلايين الروس، تر: إبراهيم الخطيب مؤسسة الأبحاث العربية (شوران) بيروت، لبنان 1982
- 10- الجاحظ، رسائل الجاحظ، تحقيق محمد طه الحاجري، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان 1983

- 11- جان شوميليو دنيه ويسمان، العلاقات العامة، ترجمة فريد أنطونيوس، مكتبة الفكر الجامعي، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1970
- 12- حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتاب، القاهرة، ط5، 1984
- 13- حميد الحمداني، بنية النص السردي، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1991
- 14- خالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية العربية - الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح - وكالة الصحافة العربية، الجزيرة، مصر 2016
- 15- رضوان بلخيري، سيميولوجيا الخطاب المرئي - من النظري إلى التطبيقي - جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2016
- 16- رولان كايرو، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، تز: مرشلي محمد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984
- 17- سارة ميلز، الخطاب، ترجمة عبد الوهاب علوب - المركز القومي للترجمة شارع الجبلية بالأوبرا-الجزيرة- القاهرة، 2016
- 18- سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة، بيروت، لبنان، 1987
- 19- سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة، بيروت، لبنان، 1987
- 20- سعيد يقطين، السرد العربي، منشورات الاختلاف، 149 شارع حسيبة بن بوعلي الجزائر 2012
- 21- سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان ط3،

- 22- سمير المرزوقي وجميل شاكر - مدخل إلى نظرية القصة-الدار التونسية للنشر، تونس 1985
- 23- عبد الجليل عبده شلبي، الخطابة وإعداد الخطيب، دار الشروق، 16 شارع جواد حسني ط2، القاهرة، 1986
- 24- عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005
- 25- عبد الحميد شاكر، عصر الصورة، السلبيات والإيجابيات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005
- 26- عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن ط2، 2001
- 27- عبد العالي رزاق، المقال والمقالي في الصحافة والتلفزيون والانترنت، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، 34 حي لا برويار -بوزريعة- الجزائر 2006م.
- 28- عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة 1978
- 29- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1978
- 30- عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط4، القاهرة، د.ت
- 31- عبد الله إبراهيم، موسوعة السرد العربي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ج1/بيروت، 2008
- 32- عمر بلخير، الخطاب الصحفي الجزائري المكتوب، دراسة تداولية، دار الحكمة للنشر، الجزائر 2009

- 33- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، المملكة العربية السعودية، ط2، 1984
- 34- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة مصر ط4/ 1990
- 35- فيليب تايلور، قصف العقول -الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي- ، ترجمة سامي خشبة، سلسلة المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 256 أبريل سنة 2000
- 36- مجموعة من الصحفيين، إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن، منشورات مؤسسة (الخبر)، دار الحكمة، الجزائر 2007
- 37- مجموعة من المؤلفين، معجم السرديات، دار محمد علي للنشر، تونس، 2010
- 38- محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مصر 2014
- 39- محمد القاضي، الخبر في الادب العربي، -دراسة في السردية العربية-، دار الغرب الإسلامي، بيروت، لبنان 1998
- 40- محمد بن إسحاق المطلي، السير والمغازي، ت: سهيل زكار، دار الفكر. بيروت 1978
- 41- محمد بوعزة، تحليل النص السردى -تقنيات ومفاهيم- منشورات الاختلاف، الجزائر 2010
- 42- محمد شومان، الخطاب الإعلامي -أطر نظرية ونماذج تطبيقية- الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2007
- 43- محمد فتحي عمارة، الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، مكتبة الشروق الدولية، مصر الجديدة، 2012

- 44- محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، المملكة العربية السعودية د.ت
- 45- محمود أدهم، فن الخبر، دار النشر هليوبوليس، القاهرة، 1987
- 46- مهند سليمان النعيمي، ألف باء تاء صحافة، المكتبات العامة، البحرين، 2017
- 47- مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 2014
- 48- نبيل حداد، في الكتابة الصحفية - السمات-المهارات-الأشكال-القضايا، دار الكندي، عمان، الأردن، 2002

ب- المعاجم:

- 1- ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر والتوزيع شارع دكاش، بيروت، لبنان، ط، 3 1999
- 2- أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، مراجعة محمد محمد تامر وآخرون، دار الحديث، القاهرة 2009
- 3- أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، مراجعة محمد محمد تامر، أنس محمد الشامي، زكريا جابر أحمد، القاهرة 2009
- 4- أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب 16 شارع جواد حسني - القاهرة مصر، 2008
- 5- باتريك شارودو- دومينيك منغنو، معجم تحليل الخطاب، تر: عبد القادر المهيري-حمادي صمود، المركز الوطني للترجمة تونس 2008
- 6- جبور عبد النور، المعجم الأدبي، دار اعلم للملايين، ص.ب 1085 بيروت، 1979،

- 7- جيرالد برنس، المصطلح السردى، ترجمة عابد خزندار، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة 2003
- 8- الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تح: عبد الحميد هنداوي، منشورات دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2002
- 9- دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، الجزائر 2008
- 10- الرازي أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني، معجم مقاييس اللغة، ت: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 1979
- 11- فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، منشورات الاختلاف 149 شارع حسبية بن بوعلـي- الجزائر ط1، 2010
- 12- قاموس المعاني الإلكتروني.
- /https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/أعلم/
- 13- مجدي وهبه وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، ط2، بيروت 1984
- 14- مجموعة من المؤلفين، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية، القاهرة 2008
- 15- محمد مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، اعتنى به ووضع حواشيه د. عبد المنعم خليل إبراهيم ود. كريم سيد محمد محمود، دار الكتب العلمية، ج1/ بيروت لبنان، 2011

دراسات ومجلات:

- 1- إبراهيم شهاب أحمد، عناصر القصة القصيرة وتطبيقاتها في القصة الصحفية، - القصص الصحفية الفلسطينية أنموذجا، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب، الجامعة العراقية، 2012
- 2- الأخضر السوامي، مقدمة لنظرية الخبر عند الجاحظ، مجلة جذور، النادي الأدبي الثقافي، جدة، المملكة العربية السعودية، العدد: 27، يناير 2009
- 3- بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، العدد 23 السداسي الثاني 2009
- 4- بشير أبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية، مجلة بحوث سيميائية، المجلد الرابع، العدد: 5، تاريخ النشر: 2009.05.05، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر
- 5- علي صالح مصطفى، خبر صحيفة مقاطعة قريش بني هاشم - تحليل ونقد، مجلة جامعة حران التركية، كلية اللاهوت، السنة: 17، العدد 28، يوليو، ديسمبر 2012
- 6- قاسم حسين السعدي، الخطاب الإعلامي للشيخ الدكتور أحمد الوائلي، دراسة- مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية صفي الدين الحلي، جامعة بابل، العراق، ج 1 العدد السادس 2011
- 7- محمد رضا مبارك، من البنية إلى العلامة- النص والخطاب في التحليل السيميائي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، السنة: 2016 المجلد: 8، العدد 33-34

8- هشام صويلح، الخطاب الإعلامي: دراسة في تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، الجزائر، مج8/ العدد:03، بتاريخ: 2015.09.15

صحف ومواقع إلكترونية:

1- خليفة قعيد، عصابة تنتقم من إمام مسجد بحرق سيارته في الوادي، يومية الخبر الجزائرية، 32 شارع الفتح بن خلقان، ليتورال سابقا حيدرة-الجزائر. بتاريخ 29 ديسمبر 2018م. السنة التاسعة والعشرون. العدد: 9093

2- داليا جمال طاهر، القصة الخبرية، جريدة شمس نيوز المصرية الإلكترونية، 19.05.2009 <http://www.shomosnews.com/> القصة-الخبرية/

3- مدونة: حقيقة الصحفي الإلكتروني، الشهر الخامس 2010، المعاينة: 2019.03.15

http://enbag.blogspot.com/2010/05/blog-post_9693.html

4- مدونة نوري حمدان، (رئيس تحرير راديو نوا ورئيس ملتقى الإعلاميين العراقيين)، قوالب الفنون الصحفية، 2015.04.19

<https://www.facebook.com/1517843181803844/photos/>-قوالب-الفنون-

[الصحفية فنون-العمل-الصحفي-ككل-الفنون-الآخري-لها-قوالب-عمل-يتم-اعتماد/1594200897501405](#)

5- موقع بيانات الإلكتروني: العناوين والمُتن

<https://www.baianat.com/ar/books/typography-and-design/titels>

6- سهام الشجيري، القصة الخبرية في وكالات الأنباء المعاصرة، 25 آيار سنة 2016
موقع مؤسسة النبأ المعلوماتية

<https://annabaa.org/arabic/studies/6479>

-7 الخبر أونلاين، 3 قتلى في حادث مرور بالبليدة، 2017.08.14

<https://www.elkhabar.com/press/article/125049/>

-8 عبد الرحمن مصطفى الصحافة السردية.. روح المحقق وقلم الروائي، المدونة

الإلكترونية، 25 ماي 2016

http://abderrahmann.blogspot.com/2016/05/blog-post_25.html

-9 ينظر فاطمة مشعلة، معلومات عن الإعلام والصحافة، موقع موضوع كوم، 2021-09-04 المعاينة:18-

2024-09

https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA_%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9_%D8%B9%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9

A9

مراجع أجنبية:

- 1- Brian Richardson, The Poetics and Politics of Second Person Narrative, Genre Journal, Volume24, Issue3; University Oklahoma, 01/09/1991
- 2- Laurent Di Filippo , Le Journalisme Narratif à l'ère du web : une autre manière de raconter le monde? 04/01/2017
- 3- Patrick Charaudeau, Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives, SEMEN: Revue Sémio-Linguistique des Textes et Discours. N°22-

Novembre 2006. Collection Annales Littéraires. Presses
Universitaires

Franche-Comté

<https://journals.openedition.org/semen/2793>

<https://mf.hypotheses.org/298>

- 4- Le Petit Robert de la Langue Française, Dictionnaire français.
Edition Electronique.2014.

<https://www.lerobert.com>

- 5- The Concise Oxford Dictionary of English Etymology, Oxford
University Press, Great Clarendon Street, Oxford OX2 6DP,
UK 1996

فهرس الكتاب

الصفحة	الموضوع
03	مقدمة
الفصل الأول: الخطاب الإعلامي	
06	مفهوم الخطاب
11	مفهوم الإعلام
13	مفهوم الصحافة
14	الإعلام وحقوق الاتصال المجاورة
18	مفهوم الخطاب الإعلامي
23	الخطاب الإعلامي العربي القديم
25	وسائل إعلام الخطاب الإعلامي العربي القديم
25	المنادي
26	القصيدة الشعرية
28	الخطبة
29	المسرح
29	الخطاب الإعلامي العربي الحديث
32	وسائل إعلام الخطاب الإعلامي العربي الحديث
33	السينما
35	المعارض والمؤتمرات
35	الصحيفة المطبوعة
37	الإذاعة
38	التلفاز
39	الرقميات والمليميديا الإعلامية
41	الخطاب الإعلامي ونصّه
الفصل الثاني: الخطاب الإعلامي المكتوب	
46	تمهيد

49	أصناف الخطاب الإعلامي المكتوب
49	الأصناف الإخبارية
49	الأصناف التعبيرية
50	الأصناف الفكرية
50	مفهوم الخبر في الخطاب الإعلامي العربي
50	الخبر في المعاجم اللغوية
54	مفهوم الخبر لدى القدامى
58	مفهوم الخبر لدى المحدثين
61	الخبر والنبأ في نظرية السرد
68	الخبر متن الخطاب الإعلامي
71	القصة الإعلامية والقصة الأدبية
72	الأنظمة السردية للخطاب الإعلامي المكتوب
73	- نظام قالب العناصر الستة (Ws+H)
74	- نظام قالب الهرم المقلوب
75	- نظام قالب الهرم المعتدل
76	- نظام قالب الهرم المقلوب المتدرج
77	- نظام قالب التشويق
77	- نظام قالب السرد المباشر
78	- نظام قالب التجميع
78	- نظام قالب الدورق
79	- نظام قالب بيضة الأوزة
80	- نظام القالب الماسي
80	- نظام قالب الأحداث المتوقعة
81	- نظام قالب سرد الساعة الرملية
82	- نظام قالب صحيفة (USA TODAY)
83	العنوان
84	وظائف العنوان

85	شروط العنوان
85	أنواع العناوين
86	العنوان الإخباري
86	عنوان الموضوعات
86	العنوان التمهيدي
86	العنوان الرئيسي
87	العنوان الفرعي
87	العنوان الثابت
87	عنوان مُفرد
87	عنوان هرمي
87	عنوان مُعلّق
87	عنوان متدرّج
87	عنوان مُوحّد البداية أو النهاية
الفصل الثالث: تطبيقات على الخطاب الإعلامي المكتوب	
90	أنموذج خطاب إعلامي لنباً إعلامي مكتوب
92	نص خطاب نباً إعلامي مكتوب
92	مواصفات متن خطاب النباّ الإعلامي
94	عناصر متن قصة النباّ الإعلامي
95	مواصفات مبنى خطاب النباّ الإعلامي
95	صيغة العنوان
96	شكل السرد
96	السرد وفق نظام قالب الهرم المقلوب
98	الاختصار والتركيز
99	الاستهلال
101	إعادة ترتيب القصة الخبرية وفق زمن القصة
102	ترتيب عناصر الحدث في زمن القصة وزمن السرد
104	أنموذج سرد خطاب تقرير إعلامي مكتوب

105	مواصفات سرد خطاب التقرير الإعلامي
107	نص سردي لخطاب تقرير إعلامي مكتوب
108	عنوان خطاب التقرير الإعلامي
108	متن خطاب التقرير الإعلامي
109	مبنى خطاب التقرير الإعلامي
112	الصورة والألوان في نص خطاب التقرير المكتوب
115	الصحافة السردية
119	نماذج تطبيقية على الصحافة السردية
119	مقطع ريبورتاج «إمبراطورية السراب قصة احتيال القرن»
121	مقطع ريبورتاج " هنا رائحة الحرب وأصوات "الروننجارس"
123	مقطع ريبورتاج "همشتم البجوحة وداسهم التقشف"
125	قائمة المصادر والمراجع
135	فهرس المحتويات

هذا الكتاب

هذا الكتاب يطمح لأن يكون إسهاما معرفيا وفنيا من شأنه إثراء ما كتب حتى الآن حول الخطاب الإعلامي المكتوب في شقه النظري وشقه التطبيقي الذي مس عمليا عدة أجناس صحفية خاصة تلك المتداولة اليوم في الساحة الإعلامية. فالكتاب جاء ليسد حاجة معرفية وفنية لدى المهتمين بالخطاب الإعلامي المكتوب سواء كانوا باحثين وطلبة أم صحفيين يريدون توسيع معارفهم في هذا المجال لا سيما في الجوانب التطبيقية التي اعتمدت على وسائل الإيضاح من مخططات وترسيمات. كما لم يغفل الكتاب إعطاء نظرة تاريخية عن الاعلام وخطابه ووسائله التقليدية والمعاصرة لتبيان الرحلة التاريخية التي قطعها بعض الأجناس الصحفية وصولا إلى ما أصبحت عليه اليوم.

المؤلف :

- الدكتور خليفة قعيد كاتب وإعلامي.
- أستاذ السرد العربي ومهارات الإعلام والاتصال ومسؤول دائرة الإعلام المكتوب والنشر والصحافة بجامعة الوادي، الجزائر.
- اشتغل لنحو 30 سنة بوصفه صحفيا ورئيس مكتب جهوي لعدة صحف وطنية منها الشعب -السلام- النصر- الخبر- Liberté -El-Watan -Le Soir d'Algérie
- رئيس خلية الإعلام والاتصال -ديوان والي ولاية الوادي 1994-1996.
- أستاذ مكون في فنيات التحرير الصحفي بمركز التدريب الصحفي الوادي 2007 .
- أستاذ التحرير الصحفي بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة الوادي.
- أشرف على عدة دورات تكوينية حول التحرير الصحفي .
- كتب عدة مقالات إعلامية وطنية ودولية

مؤلفاته:



- الخطاب الإعلامي (الدرس والتطبيق)
- وخز الإبر وكلام في الصحافة
- المطالعة العصرية
- تفعيل الثقافة الشعبية في التنمية المستدامة
- فجر الغيطان (رواية)
- طلاق عاطفي (رواية)

للطباعة
والنشر
والتوزيع

سَامِي