بسم الله الرحمن الرحيم

وكالات الأنباء ومصادر الأخبار

د. سيف الدين حسن العوض

بسم الله الرحمن الرحيم

وكالات الأنباء ومصادر الأخبار

المقدمة:

لطالما راودتنا الكثير من الأسئلة عند قراءة الأخبار اليومية عن منشأها وصحتها ومصداقيتها وكيفية وصولها إلينا، وموثوقية مصادرها ومدى موضوعية ناقلها. كما وأصبح مألوفاً لنا رؤية أسماء لوكالات أخبار تسبق الخبر كنوع من المصداقية ودقة الحدث، فمن منا لم يلاحظ سواء على شريط الأخبار أو في مختلف وسائل الإعلام كلمة "سونا" أو "كونا" أو " تشخوا" أو " الاناضول" أو "رويترز" أو "أف ب" وغيرها. إذاً كيف تصل الأخبار ومن المسؤول عن نشرها وهل يوجد شركات خاصة لإنتاج الأخبار؟!

يحصل العالم على أكثر من ٨٠% من الأخبار العالمية والمحلية والإقليمية من لندن وباريس ونيويورك وهي مراكز كبرى وكالات الأنباء في العالم، وهي مؤسسات تقدم خدمات إخبارية عبر تجميع الأخبار وتغطية مجريات الأحداث بالصورة والكلمة والصوت عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف البلدان والمناطق الساخنة من العالم، وتوفر خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية والإذاعات وقنوات البث والصحف والإنترنت وإلى المؤسسات الخاصة ومراكز الدراسات.

لقد جاء تطور وسائل الاتصال مع التطور التكنولوجي الذي حدث وما زال يحدث في العالم، حيث يدور محور المعرفة في هذا المجال لتوفير الخبر بما فيه من معلومات عن الأحداث التي تحدث في العالم، بل ظل الصراع من أجل إيصال الخبر إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف هو الذي يؤرق الباحثين والعاملين في مجال الاتصال.

وأصبح بعد ذلك الوصول إلى موقع الحدث أينما كان الهم الأكبر، إلى جانب نقل جميع التفاصيل في أسرع وقت ممكن لأن المعلومات في مجال الاتصال تعد سلعاً سريعة التلف والبوار، إذا قامت ببثها وسيلة واحدة سجلت السبق متفوقة على رصيفاتها الأخريات من وسائل الاتصال.

ومن هنا برزت الصحيفة في العصر الحديث، ومن الصحيفة ولدت وكالة الأنباء التي تقدم المعلومات والتفاصيل عن الأحداث، ثم أطل الراديو ومن بعده التليفزيون، داعمين لدور وكالات الأنباء، حتى أصبحت مصدراً للأنباء لا غنى لوسائل الاتصال عنه.

وتمثل وكالات الأنباء مصنع الأخبار الأكبر والأهم في العالم، والمصدر الرئيس الذي تعتمد عليه مختلف وسائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات، ويؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة، فضلاً عن قدرتها في الوصول إلى مواقع الأحداث المختلفة، والتنوع والتطور التكنولوجي أو إمكانياتها المرنة المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية. وعند الحديث عن حقيقة وكالات الأنباء يجب التطرق لجوانب هامة سياسية، واقتصادية، وثقافية. ذلك أن أي جهاز إعلامي سواء كان عالمياً أو محلياً له مجال أنشطة خفية ومعلنة تشغل بال رجال الإعلام والسياسة والاقتصاد لأنها ترتبط به إلى حد كبير.

ووكالات الأنباء عبارة تتردد على الألسنة في جميع بلاد العام، وتنشرها الصحف في بداية أخبارها كل يوم، وتذيعها محطات الإذاعة والتلفزيون، من خلال نشراتها الإخبارية التي تقدمها على فترات متقاربة للغاية، كما أن اغلب مواد الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية تنقل عن وكالات الأنباء العالمية والمحلية، وكذلك الوكالات المتخصصة في نشر المقالات والأعمدة والتحقيقات والصور وغيرها. وتحمل وكالات الأنباء عددا من المسميات باللغة الإنجليزية ولكنها ذات معنى واحد، ولا يوجد فرق عند ترجمة هذه المصطلحات إلى اللغة العربية كالمصطلحات التالية:

Press Agency, Press Association News Agency, and Wire Service, فكل هذه المصطلحات تحمل في اللغة العربية معنى واحدا هو وكالة أنباء.

استطاعت وكالات الأنباء بشتى تصنيفاتها من خلال نشاطها وحضورها في مواقع الأحداث وسرعة نقلها وبثها لها، أن تبني المواقف وتشكل الرأي العام حول القضايا التي تهم الجمهور، والتي تصل إليه بكافة أشكالها التحريرية، وكان لها السبق في تغطية الحوادث والقضايا العالمية منها القضية الفلسطينية، وحرب الخليج الثانية، وتفجيرات مبنى التجارة بنيويورك في ١١/ سبتمبر /٢٠٠١م والصراع الذي يدور حول تخصيب اليورانيوم في إيران.

مرت وكالات الأنباء عبر مسيراتها بتطور متسارع في أساليب استقاء وبث الأخبار للوصول إلى الجمهور عبر وسائل الاتصال، وقد ساعدت التكنولوجيا في إحداث هذا التطور، والذي لم يكن وليد اللحظة أو الصدفة، ونتجت عنه الآثار والسمات التي ظهرت بجلاء في هذا الزمان، مما سهل عملية المقارنة بين أسلوب نقل الأخبار في الماضي والحاضر ونتج عن ذلك تنافس حاد بين وكالات الأنباء بشتى تصنيفاتها.

يتناول هذا الكتاب تعريف وكالات الأنباء، ونشأتها، ودورها ومكانتها وسط وسائل الإعلام الاخرى، كمصدر للأخبار والتقارير والتحقيقيات والحوارات والفيتشر وغيرها من الاشكال التحريرية الإعلامية كالصورة والمقال والكاريكاتير، وكيف أثرت وتأثرت وكالات الأنباء بوسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، وأنشطتها الفاعلة وسط عالم ساخن بالأحداث وتطور تكنولوجي كبير في تقنية الإعلام، والدور الذي تلعبه الوكالات المحلية في الدول النامية في خضم هذه التحولات، بالاضافة للتعرف على العملية غير المتوازنة في بث الأخبار بين الوكالات العالمية الكبرى في البلدان المتقدمة والوكالات الأخرى في البلدان النامية وكيفية إعادة التوازن والتداول الحر للأخبار ضمن نظام إعلامي دولي جديد.

كما يوضح الكتاب بالتفصيل أنواع وكالات الأنباء في العالم وكيفية هيمنة وكالات الأنباء العالمية وسيطرتها على عملية تدفق الأنباء والمعلومات ومظاهر هذه السيطرة ومدى خطورتها وخاصة على دول العالم الثالث، ويتطرق الكتاب لنبذ مختصرة عن وكالات الأنباء في العالمين العربي والاسلامي.

بجانب ذلك سيفرد الكتاب فصلاً كاملاً عن اشكال وفنون التحرير الإعلامي في وكالات الأنباء، والاطر الحاكمة والقيم الاخبارية التي تتعامل وكالات الأنباء معها في آليات عملها التحريري للاخبار والتقارير الاخبارية والفيتشر، بجانب تناول صفات الأخبار كالدقة والسرعة والوضوح والموضوعية والنزاهة والاتزان والتقديم الواقعي للاحداث وكيف أن الوكالات ينبغي لها أن تتمسك بها في عملها اليومي.

اما المعالجة الصحفية للأخبار الواردة في وكالات الأنباء والصور والبرقيات، فسيتناولها الكتاب تعريفاً بها وبانواعها وبعوامل تطورها ومعايير أختيارها، وكيفية معالجتها، لاسيما المعالجة الصحفية للاخبار الواردة من وكالات، والتعليق على اخبار الوكالات وتفسيرها، ثم آليات عمل المندوب والمراسل في وكالات الأنباء، واخيراً وليس آخر التطرق لوكالات الأنباء المرئية ودور شبكات التبادل الاخباري في العالم وكذلك دور شبكت التواصل الاجتماعي في عمل وكالات الأنباء، مع توضيح الفروق الجوهرية بين تحرير الأخبار في وكالات الأنباء والصحف والراديو والتلفزيون، مع عرض لأهم القواعد العامة لتحرير الأخبار والبرقيات.

كما سيتطرق الكتاب للتعريف بمصادر الأخبار من خلال تناول جانبي العمل الإعلامي أو الاتصالي، في وكالات الانباء والعمل الإتصالي في وكالات الانباء يحتوي جانبين متعاونيين يساوي كل منهما الآخر في القوة والأهمية ولا يمكن لجانب أن يتقدم دون الآخر، أو أن يحيا جانب دون الآخر، والممارسون لجانب واحد لا يمكنهم أن يتأهلوا بما فيه الكفاية إلا إذا تداخلت مهاراتهم وإهتماماتهم مع الجانب الآخر، هذان الجانبان هما: التغطية الصحفية والتحرير الصحفي.

كما سيتطرق الكتاب في الباب الاخير منه باختصار غير مخل لاخلاقيات مهنة العمل في وكالات الأنباء والمتمثل في مسؤوليات كل من المخبر أوالمندوب والمراسل والمحرر والمترجم، لبرقيات وأخبار وكالات الأنباء ومسؤولية الوكالة أو الوسيلة الإعلامية عموماً تجاه قرائها وسياستها التحريرية ضمن السياسة العامة للدولة التي توجد فيها الوسيلة الإعلامية أو وكالة الأنباء.

الباب الأول
وكالات الأنباء
التعريف والنشأة والتطور

الباب الأول
وكالات الأنباء: التعريف والنشأة والتطور

ماهي وكالات الانباء

وكالات الأنباء تُعرف باللغة الإنجليزيّة بمصطلح (News agencies) ، وتعرف أيضاً باسم وكالات الأخبار، وهي منظّمةٌ، أو مؤسّسةٌ تهتمّ بجمع الأخبار المحليّة، والدوليّة ضمن العديد من المجالات الإخباريّة كالسياسة، والاقتصاد، وغيرها، وُتعرف وكالات الأنباء بأنّها مجموعةٌ من الوسائل البحثيّة التي تعتمد على تقصّي الأخبار، وتوثيقها من أجل العمل على نقلها عن طريق الكتابة، أو شاشة التلفاز، أو شبكة الإنترنت، وتعمل وكالات الأنباء بشكل مستمرٍّ، وطيلة أيام الأسبوع دون توقف.

وتعرف وكالات الأنباء بانها المؤسسة التي تمتلك امكانيات واسعة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار في عدد كبير من دول العالم، كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيس يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت أم محلية وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعة وإلى وكالات الأنباء المتعاقد معها والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة.[١]

وتعد وكالة الأنباء وسيلة من وسائل الإعلام غير المباشرة تصل الى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة والصحافة المسموعة والصحافة المسموعة المرئية، وهي المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات والممون الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الاخبارية على اختلاف انواعها واشكالها.[٢]

وتعرف وكالات الأنباء بأنها منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم، والوكالة الصحفية الإخبارية هي المطبوعة التي تصدر بصورة مستمرة وباسم معين وتكون معدة لتزود مؤسسات النشر الأخرى بالأخبار والمقالات والصور والرسوم، وتشكل وكالات الأنباء واحدة من أهم مصادر المعلومات التي تتكفل بنشر الأخبار داخل بلد من البلاد أو فيما بينها ولا تقتصر خدماتها على الصحف فقط بل تتعداها إلى محطات الإذاعة والتلفزيون، وغيرها من المنظمات.

وتقوم وكالات الأنباء بدور عالمي هام في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات ويؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف انحاء العالم، فضلاً عن قدراتها المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل انسان

[١] عبد العزيز الغنام، مدخل في عالم الصحافة، دار النجاح، بيروت ١٩٧٢م، ص٧٧.
[٢] تيسير ابو عرجه، الاعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ١٩٩٦م، ص١٧.

على سطح الكرة الأرضية، كما أن وكالات الأنباء هي مصنع الأخبار في العالم تستخدمها الدول كافة، فهي مؤسسات كاملة واحتكارات دولية لايستهان بها تستخدمها الدول في تنفيذ سياستها نشراً وهجوماً ودفاعاً فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر، لهذا فإن الصحيفة والإذاعة قادرتان على تغطية مناطق جغرافية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق البث إلا إذا استخدمت وسائل تقوية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق جغرافية متعددة وهي عملية قد تكون صعبة في كثير من الحالات.

إن وكالات الأنباء لديها القدرة على أن تصل إلى بقع جغرافية متعددة ويمكن لوكالة أنباء واحدة أن تغطي كل العالم بمجرد استخدام مرسلات ذات طاقة محددة وبتوجيه البث نحو منطقة جغرافية محددة، فهذه الامكانية في الاجهزة المستخدمة والخاصة بوكالات الأنباء تعطيها ميزة أقوى وأكثر في التأثير من باقي وسائل الإعلام لأن الطاقة والمرسلة التي تحتاجها الكلمة المطبوعة للبث هي أقل بكثير من الطاقة التي تحتاجها الكلمة الصحفية أو التي يحتاجها الصوت أو الصورة في النقل إلى أماكن بعيدة ولذلك فمن السهل جدا استخدام مرسلات بطاقة محددة من أجل ايصال الكلمة المطبوعة إلى إي مكان في العالم.

هذا سبب يجعل وكالات الأنباء أكثر قابلية وقدرة على التأثير وسبب آخر هو أن لوكالات الأنباء بموجب طبيعة عملها وتعاملها مع الأحداث اليومية السريعة فهي أوسع انتشاراً من بقية وسائل الإعلام الأخرى، أي الصحف التي يكون لها مراسل في بلد أو عدة بلدان أو أكثر- أما وكالات الأنباء فلها مراسلون في مناطق متعددة من العالم فسعة الانتشار هذه أيضاً توفر لها معلومات اضافية ومواد تجعل الأقبال عليها أكثر وبذلك يزداد تأثيرها في الوسطين الداخلي والخارجي على اعتبار أنها يمكن أن تزود القاريء أو المستمع أو مشاهد التلفزيون بتفاصيل أكثر من أي مؤسسه أخرى وبذلك تستطيع الوكالة أن تؤثر بشكل فاعل في ذهنية المواطن في الداخل والخارج لأنها توفر له كامل الاهتمامات التي يمكن أن توفرها له وسائل الإعلام الأخرى.

وبهذا تساهم وكالات الأنباء أولاً في تنوير المواطن وتعريفه بسياسة بلده الداخلية والخارجية وتجعله مواكباً للتطور الذي يحصل في بلده في النواحي التنموية أو السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية وكذلك فيما يحصل من تطور في البلدان الأخرى وليس بالضرورة أن تكون المادة مباشرة من وكالة الأنباء وإنما هي معكوسة من خلال الصحيفة أو الراديو أو التلفزيون.

كما تعرف وكالات الأنباء بانها هي مؤسسات خاصة أو حكومية أو تعاونية تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر، وهي وكيل عن المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في جمع الأخبار والمعلومات والتقارير والصور التي تحتاجها وسائل الإعلام الجماهيرية بما يقع من أحداث وإمدادها بالمعلومات التي تبنى على أساسها قراراتها، وهي إحدى الصناعات المغذية لصناعة الصحافة والإعلام بالتالي فان وكالة الأنباء ليست وسيلة إعلام في حد ذاتها لأنها لا تتوجه إلى جمهور، فهي وسيط تجاري بين الصحفيين الذين يعملون في جمع الأخبار والمعلومات وبين المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية التي تحتاج إلى هذه الأخبار والمعلومات.

ويمكن تلخيص تعريفات وكالات الأنباء، فيما يلي :

- هي مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية، تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات، وتقوم بإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر.

- وكالة الأنباء: news agency، كان يطلق عليها في الماضي Wire service، أو Press Agency , أو Press Association: هي مؤسسة مهمتها أن تزود بتغطية إخبارية للمشتركين من الصحف وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال، والإفراد والمؤسسات الحكومية والخاصة، كما أنها لا تقوم بنشر الأخبار بنفسها بل تزود بها المشتركين لينشروها من خلال وسائل الاتصال المختلفة، ويشتركون بها لأنهم لا يستطيعون بمفردهم تحمل نفقات جمع المعلومات التي يحصلون عليها من هذه الوكالات.

- وكالة الانباء هي وكيل عن المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في جمع الأخبار والمعلومات والتقارير والصور التي تحتاجها وسائل الإعلام الجماهيرية للقيام بوظيفتها في إعلام الجمهور بما يقع من أحداث وإمداده بالمعلومات التي يبني على أساسها قراراته.
- وكالة الانباء هي إحدى الصناعات المغذية لصناعة الصحافة والإعلام وبالتالي فان وكالة الأنباء ليست وسيلة إعلام في حد ذاتها لأنها لا تتوجه إلى الجمهور العام.
- وكالة الانباء هي وسيط تجاري بين الصحفيين الذين يعملون في جمع الأخبار والمعلومات، وبين المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية التي تحتاج إلى هذه الأخبار والمعلومات.
- وكالات الانباء هي مؤسسات وشركات دولية وإقليمية وقومية تعمل في مجال إمداد الصحف ووسائل الإعلام والهيئات المعنية العامة والخاصة بما تحتاجه من أخبار وتفسيرات ومعلومات وصور مقابل أجر بهدف تحقيق الربح، أو بالمجان لتحقيق أهداف سياسية ودعائية لمالكيها سواء كانوا أفرادا أو دولاً.

كما تعتبر وكالات الأنباء مصدراً للمعلومات وحارس للبوابة تؤدي دوراً رئيساً في حياة الإعلاميين والناس عموما، وتتنافس الوكالات لتشكل رؤى المتلقين. ويتميز بعضها بصفتها العالمية عن طريق استخدام عدد كبير من المراسلين الذين ينتشرون في مختلف البلدان، فيبعثون بالأخبار إلى مراكز هذه الوكالات حيث تعمل هذه المراكز على تجميع المعلومات وإعادة بثها إلى المشتركين عبر أجهزة الإرسال المباشرة.

ورغم تعدد وسائل الإعلام، وتنوع طرق تبليغها للناس، إلا أن الوسيلة الإعلامية الأساسية ظلت بدون منازع هي "وكالة الأنباء" التي تغذي بقية الأجهزة الإعلامية من صحف وراديو وتلفزيون وغيرها، بأخبار العالم آناء الليل وأطراف النهار، وتطلعها لحظة بلحظة على ما يجد من الأحداث وتطوراتها، وبذلك يكون القارئ للصحيفة، أو المستمع للراديو، أو المشاهد للتلفزيون، قارئاً ومستمعاً ومشاهداً للوكالة أو الوكالات التي نقلت الخبر.

ومن هنا يبرز تأثير وكالة الأنباء على تفكير الناس، وطريقة تصورها للأشياء، ونظرتها إلى مختلف الأمور والقضايا، ورغم ذلك لم تنل وكالات الأنباء، على مر السنين، حقها في التعريف والتناول والبحث والتحليل، إذ بقيت مجهدة الواقع ومتجاهلة من قبل الباحثين الإعلاميين الذين ركزوا أبحاثهم وعلمهم على وسائل الاتصال الجماهيري ومروا على موضوع الوكالات مروراً خاطفاً يشير إلى عدم اكتراثهم لهذه الوسيلة الإعلامية المتوارية التي تتكئ عليها وسائل الإعلام جميعها، ليكون أهم مهمات وكالة الأنباء تمثيل الصحف ووسائل الإعلام، أو العمل بالنيابة عنها في أكبر عدد ممكن من المدن والعواصم لمراقبة الأحداث وجمع الأخبار من معظم أنحاء العالم ونقلها إلى الصحف المشتركة في نشراتها.

وقد أخذت وكالة الأنباء اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف، ووسائل الإعلام وأن نقل الأحداث حسب وستلي ومالكين في المجتمع المتحضر وظيفة رئيسة مستقلة، فحاجة المجتمع الى نقل الرسائل الإعلامية ومعرفتها دائمة حتى يكيف نفسه مع الظروف المحيطة، من اجل ضمان الوصول إلى حلول للمشكلات التي يتعرض لها ويحقق إشباع الاحتياجات التي يواجهها. فالصحفي يعمل كوكيل أو ممثل للجمهور لاختيار المعلومات التي تحتم هذا الجمهور بنقلها إليه.

ومع أن وكالات الأنباء هي المصدر الرئيس للصحافة والينبوع الأول للنشرات الإخبارية والموضوعات التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزيون فأنها هي التي تدير من وراء الكواليس العملية الإعلامية عبر حواس يقظة وذهن ناشط داخل المجتمع الواحد وفي المحيط الخارجي، بتنوعه واتساعه، وعمقه، وتعقده في عصر فرضت فيه التكنولوجيا نفسها مقياساً لحضارة جديدة.

وعرفت اليونسكو وكالة الأنباء في إحدى مطبوعاتها التي صدرت عنها، بأنها التي تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأنباء في عدد كبير من البلاد، وتستخدم موظفين في مراكزها الرئيسة لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمية بالإضافة إلى الأخبار المحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى:

أ- مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الجرائد، ومحطات الإذاعة.
ب- الوكالة المحلية المتعاقدة عليها.
ج- الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية وغيرها بالخارج والمشتركين فيها مباشرة.

كما عرفها الباحث الدكتور عيسى الحسن بأنها مؤسسة خدمية تعمل على تجميع ومعالجة عناصر المعرفة وتصنيعها وتعيد بثها عبر وسائل الاتصال للجماهير أي أن وكالة الأنباء هي مؤسسة إعلامية خدمية، تتصف وتتميز بطابع خاص، إذ أن مهمتها تتجلى في تجميع ومعالجة عناصر المعرفة المتنوعة تمهيداً لبثها، عبر تقنيات معينة، إلى وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعمل بدورها إلى نشرها، على نطاق جماهيري.

كما يمكن القول أن وكالة الأنباء هي عصب العملية الإعلامية ومحورها إذ لا يمكن تصور الإعلام بدون وكالات أنباء، لأن الوكالة هي المحرك الذي يشغل الآلة الإعلامية ويتحكم بسرعة دورانها وحجم منتجاتها وكيفية صناعتها للمادة الإعلامية.

ووكالة الأنباء هي الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادرها الأساسية في مناطق متفرقة من العالم وتوزيعها على الصحف والإذاعات المرئية والمسموعة بأجهزتها الخاصة جداً. وهي أيضا " منظمة" تمد الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون وبعض الجهات الأخرى بالتقارير الصحفية، وهي لا تنشر الأخبار بنفسها وإنما تمد مشتركيها بالأخبار.

وتجمع هذه التعريفات على أن وكالة الأنباء هي الجهاز الذي يقوم باستقاء الأخبار من مصادرها الأساسية من مناطق متفرقة، وتوزيعها على الصحف والإذاعات المرئية والمسموعة بأجهزتها المختلفة.

محددات مفهوم وكالات الأنباء:

مما سبق نستطيع أن نستخلص محددات مفهوم وكالة الأنباء، وهي:

- علاقتها بوسائل الإعلام: صناعة مغذية لوسائل الإعلام أو وكيل عنها أو ممثل لها.
- وظيفتها: جمع الأخبار والمعلومات والصور وغيرها من المواد الإعلامية - وتوزيعها على وسائل الإعلام.
- هويتها: مؤسسات اقتصادية تسعى إلى تحقيق الربح (الوكالات الخاصة) أو خدمة مجموعة من الصحف ووسائل الإعلام (الوكالات التعاونية والاتحادية)، أو تحقيق أهداف سياسية أو أيدلوجية ودعائية (الوكالات الحكومية).

المفهوم الشامل لوكالات الأنباء: أنها إحدى الصناعات المغذية لوسائل الإعلام تقوم بجمع المعلومات والأخبار والمواد الإعلامية وتوزيعها على الصحف المشتركة فيها وتسعى إما إلى تحقيق الربح أو تحقيق أهداف سياسية وايدلوجية.

الفرق بين وكالات الأنباء والخدمات الصحفية:

- وكالات الأنباء وظيفتها تجميع الأخبار والمعلومات وإمداد وسائل الإعلام بها.
- أما الخدمات الصحفية هي خدمات إخبارية وغير إخبارية تقدمها بعض الصحف الكبرى.
- الخدمات الصحفية مشابهه لوكالات الأنباء لكنها لم تستقبل عن الصحف التي أنشأتها.
- الخدمات الصحفية تقدم خدماتها للصحف التي أنشأتها والتي تشترك معها.
- وكالات الأنباء غير مقصورة على وسائل إعلامية محددة بل إلى جميع الوسائل التي تشترك معها.

الفرق بين وكالة الأنباء ووكالة الإعلان:

- وكالة الأنباء وظيفتها جمع الأخبار والمعلومات وتغذية وسائل الإعلام بها.
- وكالة الإعلان مصدر من مصادر إيرادات وسائل الإعلام.
- وظائف وكالة الإعلان هي تخطيط الحملات الإعلانية لعملائها، وجمع الإعلانات من المعلنين وتوزيعها على الصحف ووسائل الإعلام الأخرى.
- وكالات الأنباء مؤسسة إعلامية مجالها المادة التحريرية في وسائل الإعلام أما وكالة الإعلان فهي مؤسسة إعلانيه مجالها الأساسي هو الإعلان.

- أشكال وكالات الأنباء تمثلت منذ القرن التاسع عشر في الرسائل الإخبارية المنسوخة التي كان يعدها تجار الأخبار بمقابل مادي للأمراء والملوك والتجار والأثرياء، بالاضافة إلى المكاتب الإخبارية المركزية والفرعية (التي ظهرت في أوروبا في القرن الرابع عشر وعملها كان قريب من وكالات الأنباء الحديثة).

نشأة وتطور وكالات الأنباء:

وكالة الأنباء تعني بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت، وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية. جذورها ليست حديثة بل تعود إلى الفينيقيين فقد كانوا يستخدمونها في التجارة ويبيعون المعلومات إلى التجار الصغار، واستمر الطابع التجاري حتى بعد اختراع الطباعة في ١٤٥١م.

ويعود تاريخ وكالات الأنباء إلى القرن التاسع عشر للميلاد، عندما بدأت الصحف اليوميّة تهتمّ بوجود مكاتب إقليميّة لها، ثمّ تطوّرت هذه المكاتب لتصبح فروعاً دوليّةً في أكثر من دولة من العالم، من هنا بدأت فكرة إنشاء وكالات الأنباء حول العالم، وتُعتبر فرنسا من أوائل الدول التي اهتمّت بوجودِ وكالة أنباء خاصّة بها، وفي عام ١٨٣٥م تأسّست في فرنسا وكالة (هافاس) للأنباء، التي كانت تهتمّ بترجمة ونقل الأخبار العالميّة إلى اللغة الفرنسيّة، وفي عام ١٨٤٠م تطورت وكالة (هافاس)، ليصبح اسمها وكالة (فرانس برس)، والتي ما زالت موجودةً حتى يومنا هذا. في عام ١٨٥٣م انتشرت فكرة وكالات الأنباء في الدول كإنجلترا، وألمانيا، والولايات المتّحدة الأمريكيّة، فحرصت إنجلترا على تطوير فكرة التلغراف في إرسال واستقبال الأخبار الصحفيّة، أمّا أمريكا فأسّست في عام ١٩٠٧م جمعيّةً تهتمّ بدمج عمل الصحفِ معاً؛ من أجل تسهيل عمل وكالة الأنباء في الحصول على الأخبار من أكثر من مصدرٍ، وتمكّنت في عام ١٩٢٧م من تطوير عمل وكالة الأنباء الأمريكيّة، خصوصاً في الفترة الزمنيّة بين الحربين العالميّتين الأولى، والثانية.

وكانت الأخبار تتناقل بشكل عفوي في الازمان الفائتة، مثلاً على شكل شعر عند العرب.

وتأسست أول وكالة أنباء في العالم بشكل رسمي في باريس سنة ١٨٣٥م، واطلق عليها اسم "هافاس" نسبة إلى مؤسسها "شارل لويس هافاس" والتي أصبحت فيما بعد تعرف باسم فرانس برس أي وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) والتي تعد حاليا واحدة من أهم الوكالات العالمية بالاضافة لرويترز البريطانية (R) واسوشيتدبرس الامريكية (AP) ويونايتد برس انترناشوال الامريكية (UPI) والأخيرة هذه تأسست في ١٩٠٧ في الولايات المتحدة الأمريكية على يد "ادوارد سكريبس" وكانت في بداية عهدها مخصصة لتغطية المنطقة الغربية من الولايات المتحدة الأمريكية كذلك نجد وكالة "وولف" الألمانية والذي كان موظف لدى "هافاس"، انشئت في ١٨٤٩م، وكانت من بين الوكالات الرائدة في العالم بسبب نفوذ ألمانيا ، وفي ١٩٣٤م تمت اعادة هيكلتها ولم يعد لها تأثير وتحول اسمها إلى وكالة الأنباء الألمانية في ١٩٤٩م، ومن بين الوكالات "تاس" السوفيتية تأسست سنة ١٩٢٥م، وتراجعت مع انهيار الاتحاد السوفياتي.[١]

وفي الواقع فإن قضية تحكّم مراكز قليلة قوية في تدفق الأخبار والمعلومات ظاهرة قديمة عرفت منذ الفترة التي زاد فيها نفوذ المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا عالمياً. فقد كانت المعلومات تتدفق من تلك الدول الثلاث إلى بقية دول العالم بما في ذلك الولايات المتحدة وكان العالم مقسماً إلى مناطق نفوذ موزعة بين وكالات الأنباء الثلاث (رويتر)، (هافاس)، و(ولف)، وقد عرف هذا باسم(الكارتل الإخباري) ولقد كان من حق هافاس لوحدها بيع الأخبار لدول أمريكا اللاتينية ومن حق رويتر وحدها بيع الأخبار للشرق الأقصى ومن حق وولف وحدها بيع الأخبار لأوربا ثم تبنى العالم بعد أن دخلت الولايات المتحدة مجال الإعلام مفهوم التدفق الحر للمعلومات ورفع

[١] https://ar.wikipedia.org/wiki

القيود على انتقال الأنباء والمضمون الإعلامي بين مختلف الدول، وقد أصبح هذا المبدأ ملزماً للدول الأعضاء في الأمم المتحدة وأساساً من أسس منظمة اليونسكو.

إن هذا المبدأ الآن محل شك خاصة وأن الدول النامية بدأت تشعر أن الدول المتقدمة وبشكل خاص الولايات المتحدة تسيطر على كل أنواع المضمون الإعلامي الذي يغرق العالم ويسيطر على إمكانات نقل المعلومات عبر الحدود الوطنية من خلال الأقمار الصناعية وهو الأمر الذي وضع في أيدي الدول الكبرى سلطات ضخمة تتحكم من خلالها عبر المعلومات التي تدخل الدول النامية أو تخرج منها وبالتالي أصبحت تكنولوجيا الاتصال الجديدة والمضمون الإعلامي تسير من المراكز إلى الهوامش ولذلك أصبحت المطالبة بإعادة النظر في نظام توزيع المعلومات في العالم مبدأً ثابتاً وقد ظهر اصطلاح النظام الإعلامي العالمي الجديد للمرة الأولى في الندوة التي نظمتها دول عدم الانحياز في تونس آذار ١٩٧٦م، حول السياسات الإعلامية. وتقوم الوكالة بالتعاقد مع المؤسسات سنويا مقابل مبلغ مالي يتفق عليه. وتتعهد الوكالة بتوصيل الأخبار عبر مختلف الوسائل، وضمن قنوات خاصة تمر عبر الشبكة العنكبوتية.

فكرة إنشاء وكالات الانباء: تعود فكرة إنشاء وكالات الانباء إلى: هافاس وهو فرنسي يهودي وهو يعتبر من أوائل تجار الأخبار الذين قاموا بانشاء مكتب خاص لجمع الأخبار وتوزيعها.

وتعود في مرحلة تالية إلى تجار الأخبار: حيث أن بعضهم فكر في إنشاء وكالات لجمع الأخبار من خلال التجوال بين المناطق المختلفة في الدولة وخارجها عن طريق مخبرين ينقلون الأخبار ومن ثم توزيعها على من يريد من الصحف والمجلات.

وتعود في مرحلة ثالثة إلى الاتحادات الصحفية وهي اتحادات أنشأتها مجموعة من الصحف بغرض جمع الأخبار وتوزيعها فيما بينها بالتساوي ومصدر تمويلها يكون عن طريق الوسائل التي اشتركت في إنشائها وغرضها جمع الأخبار وتوزيعها بين هذه المؤسسات مثل اتحاد الأسوشيدبرس.

وتعود فكرة انشاء وكالات الانباء ايضاً إلى السلاسل الصحفية، التي يقصد بها مجموعة من الصحف ترجع ملكيتها إلى جهة واحدة حيث قاموا بإنشاء وكالات أنباء تمدهم بالأخبار حيث تقوم بعمل مكتب لها توفي جميع سلاسلها الصحفية بالأخبار والمعلومات.

عوامل نشأة وتطور وكالات الأنباء:

من عوامل نشأة وتطور وكالات الأنباء ما يأتي:

١- **العوامل التكنولوجية:** وتشمل التكنولوجيات التي أتاحتها الثورة الصناعية في أوروبا في القرن التاسع عشر مثل ظهور الخدمات البريدية والتطور في الطباعة ويمكن تحديدها في ما يلي: (١) إنشاء نظم البريد وتطورها (٢) تقدم وسائل النقل البرية والبحرية (٣) اختراع التلغراف في عام ١٨٣٥م اختراع التلفون والراديو التي استخدمت في نقل الأخبار والمعلومات.

٢- **عوامل اجتماعية واقتصادية:** وتشمل (١) وجود قاعدة اقتصادية توفر التمويل اللازم للمشروعات الجديدة (٢) توافر قاعدة علمية مثقفه قادرة على إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها (٣) زيادة الكثافة السكانية

٣- عو**امل إعلامية:** تتصل بازدهار وتقدم الصحافة المطبوعة: وتشمل : ١- انتشار المطابع ٢- التطور الكبير في الطباعة بظهور آلة الطباعة الضخمة روتاتيف واختراع آلة الطباعة السطرية اللينوتيب ٣- رواج النشرات الإخبارية المطبوعة ٤- ظهور المطابع الميكانيكية ٥- ظهور الصحافة رخيصة الثمن ٦- ظهور مفهوم السبق الصحفي واشتعال المنافسة بين الصحف ٧- ازدهار حرية الصحافة ٨- زيادة عدد قراء الصحف.

دوافع قيام وكالات الأنباء:

من الأسباب التي تؤدي إلى لجوء وسائل الإعلام المختلفة إلى وكالات الأنباء ما يلي:

١- بطئ نظم جمع الأخبار.

٢- بطئ نظم نقل الأخبار.

٣- التكلفة المالية الباهظة للحصول على الخبر بالنسبة للصحيفة الواحدة.
٤- تنوع مصادر الأخبار.

أنواع وكالات الأنباء:

حاول بعض الباحثين تصنيف وكالات الأنباء حسب الدور الذي تلعبه بالاضافة إلى حجم التبادل الأخباري، وحجم المعلومات ونقلها، خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين، والتي لا تزال تقوم بدور رئيس في عملية تجميع وتوزيع الأخبار والمعلومات، والخدمات المصورة عالميا ومحليا، وبما يصاحب هذا الانتشار والوجود من تأثير سياسي واقتصادي. واعتمدوا في تصنيف وكالات الأنباء وتقسيماتها حسب ما تساهمه هذه الوكالات في عملية انتقاء الأخبار وإنتاجها خلال عملها كموزع رئيس للمعلومات والأخبار حول العالم، وسعيها في توفير خدمة إخبارية متوازنة وموضوعية قدر الامكان لإرضاء مشتركيها الذين تختلف اتجاهاتهم وعقائدهم لانتمائهم إلى عدد كبير من بلدان العالم.

ولا بد من الإشارة إلى أن علاقة الثقة في وكالات الانباء عموما والعالمية على وجه الخصوص أدت إلى تأكيد المقولة التي تتردد بين أوساط الصحفيين والتي مؤداها "أن الخبر لا يصبح خبراً إلا بعد أن تتناقله وكالات الأنباء العالمية"

التقسيمات الأساسية لوكالات الأنباء:

يمكن تقسيم وكالات الأنباء إلى عدة أنواع طبقا لمعايير تتصل بعضها بالتغطية الجغرافية، ووفقا للملكية ووفقا لمجال العمل كما قسم الباحثون الوكالات حسب طبيعة عملها وأهمية نشاطها وإبعادها وامتدادها العالمي، على النحو التالي:

أولاً: وكالات الأنباء حسب التغطية الجغرافية:

تقسم وكالات الأنباء حسب التغطية الجغرافية لنشاطها في جمع وتوزيع الأخبار إلى وكالات الانباء الدولية أو العالمية ووكالات الانباء شبه الدولية أو الاقليمية أو المتعددة الجنسيات، ووكالات الانباء الوطنية أو المحلية، ثم الوكالات متوسطة الحجم وتفصيل ذلك ما يلي:

(١) **وكالات الأنباء الدولية أو العالمية:** The International News Agencies

وهي التي تعمل على جمع وانتقاء وبث معلومات لأكبر عدد ممكن من الدول ويقصد بها وكالات الأنباء العالمية منها: وكالة الأنباء الفرنسية (أ.ف.ب) ، Agency France Press ، ووكالة الأنباء المتحدة العالمية United Press International، ووكالة اسوشيتد برس (أ.ب) Associated Press، ووكالة رويتر البريطانية (ر) Reuters، ووكالة تاس السوفيتية Tass.

(٢) وكالات أنباء شبه الدولية: Semi-International News Agencies

وهي الوكالات التي لم تصل إلى الصفة الدولية ولكنها تغطي قطاعات واسعة من العالم، وتمثلها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية Middle East News Agencies ، ووكالة الانباء الافريقية بانا، ووكالة الانباء الاسلامية، وعدد من الوكالات الأوروبية الغربية التي يحد عامل اللغة من خروجها إلى العالمية مثل وكالة الأنباء الألمانية دبا DPA أو " The Deutsche press Agenture" ووكالة الأنباء الإيطالية ANSA أو " The Italian Agenzia Nazionale Associata ووكالة الأنباء الأسبانية The Spanish Agencia EFE

وتعرف وكالات الانباء شبه الدولية ايضاً باسم الوكالات الإقليمية أو الوكالات متعددة الجنسيات: Regional News Agencies وهي وكالات تضم مناطق جغرافية متقاربة أو أنظمة سياسية متشابهة أو أوضاعا اقتصادية متماثلة، وتنجم عن اتفاقيات أو تحالفان كالاتحاد الأوروبي، واتفاقات التنسيق بين المنظومة الاشتراكية سابقاً.

(٣) الوكالات الوطنية (المحلية) National News Agencies

وتقسم إلى نوعين:

أ.**الوكالات الوطنية التي يمتد نشاطها، إضافة إلى البلد التي تنتمي إليه إلى بعض الدول الأجنبية.** كوكالات لا تتسم بالطابع العالمي رغم أن نشاطها يتجاوز حدود بلدانها ليشمل بعض المناطق، ويمكننا القول أنها وكالات وطنية ذات امتداد إقليمي.

ب.**الوكالات الوطنية أو المحلية التي يقتصر نشاطها على تجميع ونشر المعلومات في إطار البلد الذي تنتمي إليه،** وتعرف اليونسكو وكالات الأنباء المحلية، بأنها الوكالات التي تقوم بجمع

الأخبار المحلية (أو الأهلية) وتقوم بتوزيعها في بلادها، ويتم توزيع الأخبار مباشرة عن طريق مكاتب هذه الوكالات في الخارج أو عن طريق الوكالات المحلية المتعاقدة معها. وهناك دول عديدة، في مناطق مختلفة في العالم، تمتلك وكالات أنباء محلية تزداد أهمية بعضها، وتحتفظ بمكاتب خاصة بها، أو مشتركة مع وكالات أخرى ومراسلين في الخارج لاستقصاء الأنباء وتوزيعها.

٤. الوكالات متوسطة الحجم:

هناك عدد آخر من الوكالات يمثلون نوعاً آخر وتسمى بالوكالات الأوروبية البديلة، وهي تلك الوكالات التي تملك مكاتب وتوزيع خارجي كبير، ولم يأت تصنيفها ضمن الوكالات العالمية، مثل وكالة الأنباء الصينية، التي كانت تسمى وكالة أنباء الصين الحمراء، ثم أصبحت تسمى (وكالة أنباء الصين الجديدة) صينهوا أو تشنخوا منذ أوائل سبتمبر ١٩٣٧م. ومنها وكالة KYODO اليابانية Tsushim KYODO عام ١٩٤٥ومقرها طوكيو، ووكالة (DPA) الألمانية Agente Presse Deulesehe ومقرها هامبورج، ووكالة TUNJUG اليوغسلافية ١٩٤٣م، Novinska Agecia Tanjug وغيرها من الوكالات متوسطة الحجم والتي لم ترق إلى مصاف الوكالات العالمية، ولكنها في الوقت نفسه أكبر من الوكالات المحلية، كما يتسع مجال نشاطها ليشمل مناطق جغرافية أوسع.

ويتركز نشاط هذه الوكالات على إرضاء المتطلبات الخدمية الإخبارية الأساسية لأسواقها المحلية، لذلك نجد أن عدد المشتركين الخارجيين في تلك الوكالات اقل بكثير من المشتركين في الوكالات العالمية. وتقوم هذه الوكالات _ متوسطة الحجم _ بالاشتراك في الوكالات العالمية .

ثانياً: أنواع وكالات الأنباء حسب نشاطها الإعلامي :

(١) التقسيم التنظيمي: تقسم وكالات الأنباء حسب نشاطها في مجال الإعلام والأخبار إلى نوعين أساسيين هما :

أ. وكالات أنباء عامة: تغطي جميع أنواع الأحداث دون تخصيص، ومن أمثلتها الوكالات العالمية الأربعة الكبرى الفرنسية ورويترز والاسوشيدبرس واليونايتدبرس انترناشونال. إذ تشمل خدماتها الإعلامية جميع الأنشطة الإنسانية السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية والرياضية .. الخ

ب. وكالات أنباء متخصصة: تغطي نوعاً محدداً من الأحداث، مثلاً الأحداث الرياضية أو الفنية. وهي تركز على بعض النشاطات دون غيرها وهي وكالات عديدة من اجل بث مقالات وتعليقات وثائقية اقتصادية ومالية وعلمية ورياضية، ويوجد حوالي مائة وكالة أنباء متخصصة. وتنشا مثل هذا النوع من الوكالات عندما تبلغ الصحافة مستوى رفيعاً من التقدم والنضج، لذا تكون متخصصة في النصوص التحريرية والوسائل الإيضاحية كالصور والخرائط والرسوم البيانية وغيرها من الفنون.

وتغطي الوكالات المتخصصة قطاعاً كبيراً من الأعمال التي يصعب حصرها، والتي تبدأ من المواد الإعلامية بالمعنى الدقيق من جهة، كما تشتمل أيضا على مجال آخر من الأعمال مثل الآداب والفنون والقصص، وتتضمن أيضاً أعمال العلاقات العامة وإن كان من الصعب إدراك ذلك في بعض الأحيان، لأنه يتم بطريقة غاية في اللباقة.

وبجانب هذين النوعين من الوكالات ظهر نوع ثالث هو **وكالات الأنباء الفيلمية**: إذ عملت وكالات الأنباء حالياً على تنويع أنشطتها كوسيلة لزيادة الدخل وتغطية العجز الذي يسببه التكلفة العالية لجمع الأنباء. وتتمثل إحدى هذه المجالات في تزويد محطات التليفزيون بالأفلام الإخبارية. وقد أستفادت رويتر من هذا المجال بشكل خاص، كما دخلت الاسوشيتدبرس في هذا المجال منذ وقت مبكر وتحديداً منذ الأربعينات وكذلك الانترناشونال نيوز سرفيس في توزيع الأفلام الإخبارية سنة ١٩٥٠ وكذلك اليونيتدبرس. وبما أن هذه الوكالات تجارية في المقام الأول وتمثل وجهات نظر معينة لذا وجب إعادة صياغة الأخبار التي ترسلها وعمل المونتاج اللازم لها لكي تتواءم مع وجهات النظر الرسمية للدول التي تتعامل معها.

وهي تعد مصدرا أساسيا من مصادر أخبار التلفزيون التي ينفرد بها دون غيره من وسائل الاتصال الجماهير ولذلك تقوم بتغطية شاملة ومتدفقة للإحداث العالمية المهمة خاصة إذا كانت تمد شبكة اليورفيزيون (شبكة تلفزيون أوروبا الغربية) بما يزيد من نصف المواد الإخبارية التي تقوم هذه الشبكة بتوزيعها على دول القارات الخمس. كما تقوم هذه الوكالات ببث موادها الإخبارية المصورة عن طريق: الأقمار الصناعية، والكابل المحوري، وشبكات الميكروويف، والشحن الجوي بالطائرات .

وتعتمد دول العالم الثالث وخاصة الدول العربية على هذه الوكالات في تزويدها بالأخبار العالمية والعربية على حد سواء وتعتبر كل من وكالة الفيزنيوزالانجليزية و W.T.N الانجلو الأمريكية ووكالة C.B.S الأمريكية من أكبر الوكالات العالمية المصورة على مستوى العالم.

ثالثاً: التقسيم الإداري لوكالات الأنباء:

تقسم وكالات الأنباء وفقا لنمط ملكيتها وطبيعة إدارتها إلى نوعين رئيسين هما:

١- وكالات أنباء تعاونية (مملوكة لمجموعة من المؤسسات الإعلامية والصحفية).

٢- وكالات أنباء خاصة (مملوكة لأشخاص).

(١) وكالات أنباء تعاونية: وهي المملوكة من قبل مجموعة من الصحف، وقد تم تصنيفها اعتمادا على طبيعة عملها وأهمية نشاطها ومن حيث طبيعتها العقائدية والسياسية ومن حيث التشريعات والأنظمة التي تؤثر وتحدد عملها على الشكل التالي:

أ. **الوكالات غير الرسمية وهي نوعين هما:**

١- وكالات الأنباء التي تنشأ وتعمل كمؤسسات تجارية عادية: وهي تتميز كأية شركة تجارية رأسمالية خاصة، ويكون هدفها الربح، وعلاقاتها مع الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزة وكل من تؤمن له خدماتها، هي علاقات تجارية تقليدية بين التاجر وعملائه، وتدخل في هذا الإطار هذه الفئة من الوكالات: وكالة يونايتدبرس الأمريكية، كما يدخل ضمن هذه الفئة الوكالات المملوكة لشركات أو كانت مملوكة لأشخاص وكالة رويترز قبل بيع أسهمها وتحويلها إلى ملكية اتحاد صحف العاصمة ووكالة هافاس قبل الحرب العالمية الثانية .

ومميزات هذه الوكالات أنها تستهدف الربح المادي بشكل أساسي، وليس للصحف المشتركة فيها الحق في تعديل أو تغيير سياساتها، وتوزع خدماتها على كل من يقوم بسداد قيمة الاشتراك.

٢- وكالات الأنباء التي تنشأ وتعمل على أساس تعاوني خاص: أي الوكالات التعاونية الخاصة وهي تتميز بان ملكية وإدارة مؤسساتها تعودان بكلتيهما أو بمعظمها لأجهزة الصحافة والإعلام التي تستخدم بشكل رئيس تلك الوكالات.

وتشكل هذه الوكالات أما كمؤسسات تعاونية بحتة، وأما على شكل مؤسسات تجارية تمتلك أجهزة إعلامية مختلفة جميع أو معظم أسهمها، وبهذه الطريقة أنشئت وكالة اسوشيتدبرس الأمريكية. وقد أنشئت معظم وكالات الأنباء في الغرب على أساس هذا النوع التعاوني الخاص الذي يتميز في بعض الأحيان بخصوصية معينة كأن يميل إلى تمثيل متساو لجميع المؤسسات الإعلامية المشتركة بما فيها المؤسسات الأقل أهمية واتساعا. فالوكالة الهولندية مثلا تقوم على أساس التمثيل المتساوي. أو أن يتواجد بين ممثلي المؤسسات الإعلامية، أعضاء آخرين كصحفيين أو شخصيات عامة مرموقة، كما هو الحال بالنسبة للوكالة البلجيكية، وتكون ملكية مثل هذه الوكالات لمجموعة من المؤسسات الصحفية والإعلامية مثل وكالة الاسوشيدبرس الأمريكية ووكالة رويترز البريطانية.

وتتميز هذه الوكالات دون غيرها بمجموعة من الخصائص لعل من ابرزها: أنه قد يشترك في ملكية هذا النوع من الوكالات صحف من داخل الدولة فقط كما هو الحال في الاسوشيدبرس، أو صحف ومؤسسات إعلامية من داخل وخارج الدولة كما هو الحال في رويترز، كما أنها لا تهدف إلى تحقيق الربح المادي في المقام الأول، ويكون من حق الصحف المشتركة فيها إعادة أو تحويل أو تعديل سياسة الوكالة، واخيراً وليس آخراً ليس لها رسوم اشتراك تدفعها الصحف للحصول على خدماتها وإنما مساهمات في الميزانية.

ب. الوكالات الرسمية:

وهي عبارة عن مؤسسات إعلامية تملكها الدولة وتشرف عليها عبر أجهزتها المختصة. فوكالة تاس السوفييتية السابقة مثلا كانت تتبع مباشرة لمجلس الوزراء السوفيتي ومديرها يرقى إلى رتبة وزير. ووكالة نوفوستي السوفيتية السابقة أيضا قام بتأسيسها اتحاد الصحفيين والكتاب السوفييت وكانت خاضعة مباشرة لقيادة الحزب الشيوعي السوفيتي. ويحتكر هذا النوع من الوكالات توزيع الأنباء على المؤسسات الإعلامية في الداخل.

فوكالة تاس كانت تحتكر التوزيع في الاتحاد السوفيتي ووكالة (اجر يرس) الرومانية، ووكالة (س.ج.ك)، في تشكوسلوفاكيا ووكالة (ب. ت آ) في بلغاريا، ووكالة (ا.د.ن) في ألمانيا الديمقراطية كل هذه الوكالات انتهت أو أعيد هيكلتها بعد انهيار الأنظمة السياسية في هذه الدول ووكالة سين هوا في الصين الشعبية ووكالة برينسالاتينا في كوبا مازالتا تعملان بنفس الأسلوب.

ومن خصائص الوكالات الرسمية أنها لا تستهدف تحقيق الربح المادي، وتوزع خدماتها إما مجانا أو في إطار اتفاقيات تبادل مع الوكالات الأخرى، وتعمل كأداة من أدوات الدعاية للحكومة في الداخل و الخارج.

وتنتسب معظم وكالات الأنباء العربية، إلى هذا النوع من الوكالات باعتبارها ذراع من اذرع الدول العربية، وتعكس صورة الإعلام الرسمي بكل تجلياتها في التعبير عن سياسة الدولة، كما يخضع الصحفيين المنتسبين إليها إلى أنظمة وتشريعات نظام الخدمة المدنية الحكومي، وينطبق عليهم ما ينطبق على العاملين في القطاع الرسمي وتلتزم التزاما دقيقا بالتعبير عن فلسفة وسياسة الدولة والسياسات العامة للحكومة، ولا تتعارض معها، ويتم تعيين مديرها العام بقرار من مجلس الوزراء او الحكومة الرسمية.

٢- وكالات الانباء الخاصة:

أي الوكالات الخاصة وهي تتميز بان ملكية وإدارة مؤسساتها تعودان بكلتيهما أو بمعظمها لأجهزة الصحافة والإعلام التي تستخدم بشكل رئيس تلك الوكالات. وتشكل هذه الوكالات على شكل مؤسسات تجارية تمتلك أجهزة إعلامية مختلفة جميع أو معظم أسهمها، وبهذه الطريقة أنشئت وكالة اسوشيتدبرس الأمريكية. وقد أنشئت معظم وكالات الأنباء في الغرب على أساس هذا النوع الخاص. والجدول ادناه يوضح الفرق بين النوعين من انواع وكالات الانباء:

وكالات أنباء تعاونية	وكالات أنباء خاصة
١- لا تهدف إلى الربح المادي . ٢- من حق الصحف أو وسائل الإعلام المشتركة فيها من تعديل سياستها . ٣- ليس لها رسوم اشتراك إنما مساهمات من أعضائها في الميزانية .	١- تهدف إلى الربح المادي . ٢- ليس للمشتركين فيها الحق من تعديل او تغيير سياستها . ٣- توزع خدماتها لكل من تقوم بسداد قيمة الاشتراك .

انواع اخرى لوكالات الانباء:

(١)وكالات الأنباء التكميلية

تعرف وكالات الأنباء التكميلية ضمن نطاق العاملين في وسائل الإعلام، وقد نمت في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين، عندما تحول عدد كبير من الصحف الأسبوعية إلى صحف يومية، وازدادت الصحف الصادرة في الأقاليم.

وتقدم هذه الوكالات خدمة صحافية يومية متميزة مقابل مبالغ قليلة، وتبث نشرات أنباء يومية تحتوي على عدد من الكلمات لا يتجاوز بضع عشرات من الآلاف، وتوزع بين ٢٠ و٥٠ قصة خبرية في اليوم.

(٢)الوكالات المتخصصة: منها الرياضية والعلمية ... الخ.

الباب الثاني
وكالات الأنباء الدولية

تعريف وكالات الانباء الدولية:

هي تجمع وتعالج وتخزن وترسل الأخبار من العالم كله والى العالم وساعد ظهورها على تطور الصحافة مما جعل ظاهرة الاتصال تأخذ بعدا جديداً فمن ناحية المكان صار العالم اكثر قربا ومن ناحية الزمان اصبحت المعلومات اكثر حداثه من ذي قبل. وتقدم هذه الوكالات خدمات معقدة ومتنوعة فمنها الخدمات العامة التي تغطي كامل الاحداث الكبيرة والشؤون المتعددة الى الخدمات المتخصصة المختلفة مالية- رياضية- علمية- طبية، كذلك فهي تعد اهم المنابع الخيرية من حيث

جمع الأخبار ونشرها فور ورودها. ووكالات الأنباء العالميّة تعرف باللغة الإنجليزيّة بمصطلح (International News Agencies)، هي وكالات الأنباء التي تهتمّ بجمع أكبر عددٍ ممكنٍ من الأخبار المرتبطة بالعديد من الدول في العالم، فتحتوي على أقسامٍ إخباريّة متخصّصة في الشؤون المحليّة لكلّ دولةٍ من دول العالم، ويعمل في كل قسمٍ فريقٌ متخصّصٌ من الصحفيين، والمراسلين الإخباريّين الذين يهتمون بمتابعة أخبار الدول بشكل دائم.

لطالما فضّل زعماء العالم الإدلاء بتصريحات وإجراء مقابلات مع وكالات الأنباء الكبرى، حتى وإن كان الأمر يتعلق بشأن داخلي. ويحصل العالم على أكثر من ٨٠% من أخباره من لندن وباريس ونيويورك وموسكو، وهي مقرات الوكالات الخمس الكبرى: رويترز البريطانية، وكالة الصحافة الفرنسية، وكالة أسيوشيتد برس الأمريكية، وكالة يونايتد برس انترناشيونال الأمركية، ووكالة تاس الروسية. وقد حذرت تقارير الأمم المتحدة من هيمنة تلك الوكالات الكبرى وخطورة الفجوة الإعلامية التي تزيد الهوة بين بلاد الشمال الغني والجنوب الفقير، ما يولد آثارا اقتصادية واجتماعية وسياسية ضارة، ووكالات الأنباء العالمية هي كما يلي:

(١) وكالة أسوشيتد برس الامريكية (AP) The Associated press

ترجع أصولها إلى عام ١٨٤٨، حيث قدمت نفسها لأوروبا كمؤسسة غير عادية باسم الجمعية التعاونية لأصحاب الصحف، واكتسبت بالتدريج صفتها العمومية لكل البلاد والتي احتكرت فيما بعد العمل الإعلامي والإخباري في كل الولايات المتحدة الأمريكية. ومنذ ١٩٣١، فتحت هذه الوكالة فروعا لها في لندن وباريس وبرلين ثم تغلغلت في السوق الأوروبية للأخبار. وتقوم حاليا بتقديم خدماتها الى اكثر من (١٥) الف جريدة والى محطات الاذاعة والتلفزيون في اكثر من (١١٥) بلد او لديها اكثر من (١١٠٠) مكتب داخل الولايات المتحدة و(٧٠) مكتب خارج الولايات المتحدة وعدد موظفيها يزيد على (٥) الاف موظف ومعدل حجم الأخبار المغطاة اربع وعشرين ساعة يعادل (٢٠) مليون كلمة.[١]

وهي وكالة أنباء تعاونية إخبارية مستقلة مقرها الولايات المتحدة الأمريكية مدينة نيويورك، ويهدف فريقها المتواجد في أكثر من ١٠٠ بلد و٢٦٣ موقعاً و١٥٠٠٠ منفذ أخباري حول العالم لنقل الأخبار العاجلة والاستقصائية. تأسست عام ١٨٤٦ من قبل خمس صحف يومية لمشاركة تكلفة نقل أخبار الحرب المكسيكية الأمريكية، وأصبحت نيويورك تايمز عضواً فيها بعد وقت قصير من تأسيسها عام ١٨٥١. عُرفت بالبداية باسم نيويورك أسوشيتد برس ثم تم دمجها مع وكالة اسوشيتد برس الغربية في ولاية ايلينوي وسميت بوكالة أسوشيتد برس. ثم توسعت الوكالة بعد الحرب العالمية الثانية لتشمل مكاتب في أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط دخلت وكالة أسوشتيد برس البث عام ١٩٤١م، عندما بدأت توزيع الأخبار على المحطات الإذاعية، ثم أنشئت شبكتها الإذاعية الخاصة بها عام ١٩٧٤م.

وفي عام ١٩٩٤ أنشئت وكالة APTV وهي وكالة عالمية لجمع الأخبار عبر الفيديو، لتوفر بعد ذلك الفيديو والبث المباشر لمذيعيها حول العالم والمواقع الإلكترونية. ليصبح لديها عام ٢٠٠٩، أكثر من ٢٤٠ مكتباً في جميع أنحاء العالم، كما وساعدت التكنولوجيا الرقمية في جعل توزيع التقارير الإخبارية بشكل تفاعلي أكثر بين AP وعملائها ١٤٠٠عضو من صحف ومذيعين ومشتركين دوليين وعملاء عبر الانترنت. لتحقق بحلول عام٢٠٠٧م، ٣٠% من عائداتها من صحف الولايات المتحدة ٣٧% من عملاء البث العالمي و ١٥% من مشاريعها عبر الإنترنت و ١٨% من الصحف الدولية والتصوير الفوتوغرافي . هذا وتعتمد الكثير من محركات البحث على وكالة أسوشتيد برس كمصدر أول للتغطية الإخبارية والأخبار العاجلة مثل YAHOOو MSN، كما أعلنت جوجل أنها كانت تدفع مقابل عرض محتوى AP في أخبارها.

[١] نشرة تعدها اليونسكو تتضمن معلومات عن الوكالات العربية والعالمية ٢٠١٨م.

حصلت وكالة AP على ٥٢ جائزة بوليتزر، بما في ذلك ٣١ جائزة للتصوير الفوتوغرافي منذ تأسست الجائزة عام ١٩١٧، وتعتبر أسوشيتد برس وكالة الأخبار الرئيسة في الولايات المتحدة بعد تخلي يونايتد برس انترناشونال الأمريكية عن المنافسة عام ١٩٩٣م.

(٢) **وكالة يونايتد برس انترناشيونال الامريكية (UPI) United Press International**

تعد واحدة من أكبر وكالات الأنباء المملوكة للقطاع الخاص في العالم. وجدت هذه الوكالة في عام ١٩٥٨ نتيجة دمج وكالة اليونايتد برس UP مع وكالة الأنباء الدوليةNS ، ولها ١٨٠ مكتبا داخل الولايات المتحدة و٥٢٨ مكتبا في دول العالم الأخرى. ومعدل البث اليومي لها (١٤) مليون كلمة وتبث اخبارها بخمسين لغة وتعمل لمدة (٢٤) ساعة يوميا.

وكالة أنباء عالمية تزود ملايين القراء حول العالم بالأخبار والصور والمعلومات. وهي وكالة أنباء أمريكية، مقرها واشنطن وبوكا راتون بولاية فلوريدا، وإحدى أكبر الخدمات السلكية في العالم، تم إنشاؤها في عام ١٩٥٨، عندما تم دمج مطبعة يونايتد UPمع خدمة الأخبار الدولية .INSبهدف خلق منافس قوي لوكالة أسوشيتد برس وكيان اقتصادي أقوى من كيان UPأو INS، مما جعل منها وكالة رائدة في مجالات التغطية الإخبارية، بما في ذلك الإرسال السلكي للصور الإخبارية وقامت دار النشر E.W.Scripps بجمع ثلاث خدمات إخبارية إقليمية تحت سيطرتها لبيع الأخبار إلى جميع الصحف وليس فقط من يملكون امتيازات، سرعان ما انشأت الوكالة مكاتب في العواصم الأوروبية الرئيسية. وبدأت بتقديم الأخبار لأمريكا اللاتينية خلال الحرب العالمية.

بحلول أواخر القرن العشرين، كانت الوكالة المدمجة تخدم عملاء الصحف والاتصالات في الولايات المتحدة ومختلف البلدان الأخرى، حيث كانت تنقل العديد من اللغات عبر الإذاعة ومنشآت الأسلاك المؤجرة.

تحت ضغط من بعض ورثة .E.W Sripps خسرت UPIلمدة لا تقل عن عقدين، وفي محاولة لنقل السيطرة في أوائل الثمانينات، حاولت جلب شركاء آخرين في صناعة الصحف ولكنهم عندما فشلوا في ذلك دخلوا في مفاوضات جادة مع وكالة رويترز البريطانية المنافسة والتي كانت تريد زيادة وجودها في الولايات المتحدة، وقامت بالعناية الواجبة، وأعربت عن اهتمامها بأجزاء من خدمة UPI لكنها لم ترغب في الاحتفاظ الكامل بها.

تم شراء يونايتد برس انترناشونال من قبل NEWS World Communication، وهي شركة إعلامية دولية تأسست في عام ١٩٧٦، ولديها موقع أخباري على الإنترنت وخدمة الصور وقطاع للنشر الإلكتروني، مع مجوعة متنوعة من النصوص والصور والفيديو.

لدى الوكالة ٢٣٠ مكتباً خارج الولايات المتحدة متوزعة على أكثر من ١٠٠ دولة، أضافة إلى ١٨٠ مكتباً داخل الولايات المتحدة. ويتكون الإنتاج اليومي لـ UPIمن خدمة تلخيص إخباري تسمى .News Trackوتضم تقارير عامة، وتقارير رياضية وعلمية وصحية وترفيهية.[١]

(٣) **رويترز البريطانية**: (R) **Reuters**

تعد وكالة رويترز من أكبر الوكالات العالمية في مجال الأخبار والمعلومات، أسسها يوليوس رويتر في عام ١٨٥١ في لندن، وتشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي جمعيتا مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الأسترالية ووكالة الصحافة النيوزيلاندية ووكالة برس آسوشيشن. وتزود وكالة رويترز بالمواد الصحفية اكثر من (١٢٠) بلدا وتشنر اخبارها بشكل منتظم ولديها (٤١٠٠) مشترك وعدد مكاتبها (١٦٣) مكتب موزعه في العديد من دول العالم فيما يبلغ بثها اليومي (٥) ملايين كلمة.

اسست وكالة رويترز في لندن عام ١٨٥١م على يد الالماني اليهودي اسرائيل بيل الذي غير اسمه الى بول جوليوس رويترز واعتنق المسيحية وهذه الوكالة تعتبر أكثر موضوعية عن بقية وكالات الأنباء ، وهي وكالة أنباء عالمية يقع مقرّها الرئيس في ميدان التايمز بنيويورك وفي

[١] https://horrya.net/archives/62791

لندن بإنجلترا، وهي متخصّصة في جمع المعلومات المتعلّقة في مجال الإعلام، والأسواق العالمية والمال. وفي بداية تأسيسها اقتصرت على الأخبار المالية، ثمّ توسّعت لتشمل ما ذكرناه. ومن مهام الوكالة جمع الأخبار وتغطية الأحداث بالصوت والصورة والكلمة، وتوفير الخدمات الإخبارية للإذاعة، والتلفاز، والصحف والإنترنت. وكانت البداية الأهم لرويترز تغطيتها للحرب الأهلية الواقعة في أواسط القرن الثامن عشر في الولايات المتحدّة الأمريكية. الوضع الاقتصاديّ لوكالة رويترز يبلغ مجموع عائداتها السنوية إلى اثني عشر مليار دولار وفقاً لما أوردته إحصائيات عام ٢٠١١م، ويصل عدد العاملين فيها إلى ٥٥ ألف عامل موزّعين على ما يُقارب مئة دولة حول العالم. ثقة وكالة رويترز إنّ المعلومات التي تعرضها الوكالة هي معلومات تحوز على ثقة كبيرة بالنسبة لغالبية متابيعنها، ويُبنى على معلوماتها العديد من القرارات حول العالم؛ ولعلّ هذه الثقة تحصّلت جراء العديد من الأسباب أهمها أنّ الصحفيين العاملين في الوكالة يعملون في مناطق حسّاسة وتنطوي على خطورة، حيث إنّ بعضهم كانت حياته مقابلاً للخبر الذي نقله؛ فقد قُتل المراسل الأمريكيّ كورت شورك في مايو من العام ٢٠٠٠م في كمين أثناء قيامه بعمله في دولة سيراليون. شهرة وكالة رويترز هي من أكثر الوكالات التي يسمع الناس اسمها بشكلٍ متكرر، سواء في وسائل الإعلام أو مواقع الإنترنت، واعتُبرت الوكالة الأولى التي تقدّم الأخبار من الخارج، ومن أسباب شهرتها عدم اقتصار خدماتها على الخدمات الإخبارية، فهي تستخدم أكثر التقنيات حداثةً أيضاً لإخراج معلومات موثوقة، فهي بهذا تُضيف قوّة التقنية لقوّة المعلومات؛ مما يجعل منها شركةً تقنيةً أيضاً. بالإضافة إلى اشتمالها على حلول بالتقنيات، مثل: نظام إدارة المخاطر والأنظمة الوسيطة. تاريخ وكالات الأنباء إنّ وكالة هافاس هي أول وكالة أنباء أُنشئت في العالم وبشكلٍ رسميّ، وسمّيت بهافاس نسبةً إلى شارل لويس هافاس، وتبعتها وكالة الأنباء الفرنسية والتي تعدّ من أهم الوكالات عالمياً إلى جانب رويترز البريطانية وأسوشيتد برس الأمريكية. كما تأسست وكالة يونايتد برس في الولايات المتحدّة لتغطّي أخبار المنطقة الغربية منها، وهناك وكالة وولف الألمانية والتي كانت رائدة عالمياً بسبب نفوذ ألمانيا، إلّا أنّها ولاحقاً لم يعد لها تأثير، وأعادوا هيكلتها ليُصبح اسمها وكالة الأنباء الألمانية. ووجدت وكالة تاس السوفيتية، والتي تراجعت عند انهيار الاتحاد السوفيتي.[١]

عمل روتير في شركة لنشر الكتب في برلين، وشارك في توزيع كتيبات مع بداية الثورات عام١٨٤٨. ولاقت هذه الكتيبات اهتمام روتير بشكل ملحوظ، الأمر الذي دفعه الى تطوير ذلك وإنشاء خدمة إخبارية نموذجية في آخن "مدينة المانية" استخدم فيها الحمام الزاجل والتلغراف الالكتروني من أجل نقل الرسائل بين بروكسل وآخن. وعند انتقاله إلى إنكلترا، أسس شركة Reuter's Telegramعام ١٨٥١ ومقرها لندن، كانت تهدف في البداية إلى تغطية الأخبار التجارية وخدمة البنوك وشركات الأعمال. ومع توقيع الكثير من العملاء والصحف واكتسابها السمعة الحسنة في أوروبا وبقية الدول كأول من يقدم الأخبار خارج البلاد، توسعت رويترز إلى الشرق الأقصى عام ١٨٧٢، تلتها أمريكا الجنوبية عن طريق البرقيات براً والكابلات بحراً، لتبدأ عام ١٨٨٣ في بث رسائلها كهربائيا الى صحف لندن.

وفي عام ١٩٢٣، استخدمت رويترز الراديو لنقل الأخبار دولياً، وخلال الحروب العالمية تعرضت رويترز لضغوط الحكومة البريطانية لخدمة المصالح الوطنية في بث ماتراه مناسباً، إلا أن رويترز نجحت في تلافي تلك الضغوط عن طريق هيكلة نفسها كشركة خاصة وتوسيع الملكية المشتركة إلى جمعيات الصحف اليومية والتي مثلت كل من نيوزيلندا وأستراليا، وتم وضع مبادئ رويترز للحفاظ عل استقلالية الشركة. حينها أصبحت وكالة رويترز وكالة أنباء رئيسية في العالم، تزود الصحف ووكالات الأنباء الأخرى، ومذيعي البث الإذاعي والتلفزيوني بالنصوص والصور، وقدمت خدمات لمعظم البلدان وصولاً إلى جميع الصحف الرائدة في العالم.

[١] https://mawdoo3.com

في العام ١٩٧٣، صنعت رويترز شاشات حاسوب لعرض أسعار صرف العملات الأجنبية المتاحة لعملائها، ثم ما لبثت أن قامت بإجراء معاملات إلكترونية وتطوير عدد من خدمات التجارة الإلكترونية، وقدمت المعلومات المالية للعملاء مع الحفاظ أيضاً على أعمال وكالات الأخبار الرئيسية والعاجلة.

اشتركت جميع وكالات الأنباء الرئيسية في العالم في وكالة رويترز اعتباراً من عام ٢٠١٤، وتعمل رويترز في أكثر من ٢٠٠ مدينة في ٩٤ دولة ٢٥٠٠ صحفي و٦٠٠ مصور حول العالم. ويستخدم صحفيو رويترز كتيب رويترز الصحفي كدليل للحفاظ على النزاهة والحرية التي تعتمد عليها من حيث الموثوقية والدقة والسرعة والحصرية.

تنقل رويترز الأخبار باللغة الانكليزية والعربية والفرنسية والألمانية والإيطالية والإسبانية والبرتغالية والروسية والصينية والأوردية واليابانية والكورية، كما وتوفر رويترز تغطية لأهم مواضيع اليوم بما في ذلك: التجارة، والمالية، والسياسة، والرياضة، والترفيه، والتكنولوجيا، والصحة والبيئة وغيرها.

عرفت رويترز بالتحيز ضد إسرائيل في تغطيتها للصراع بين إسرائيل ولبنان عام ٢٠٠٦، وفي عام ٢٠١٠ انتقدت صحيفة "هارتس" رويترز مرة أخرى بسبب التحيز المعادي لإسرائيل أثناء غارة إسرائيلية على أسطول الحرية.

من التطورات التي مرت بها وكالة رويترز :

١- تحولها الى شركة مساهمة في عام ١٨٦٥م .
٢- انتقال ادارتها الى رويترز الابن عام ١٨٧١م هربرت رويترز عين رئيسا لتحرير الوكالة له سلطات كاملة .
٣- تحولها الى شركة تضامن بعد وفاة هلربرت رويترز ١٩١٦م (بيع جميع اسهمها الى وكالة صحافة اقاليم بريطانيا برس اسوسيشن) .

(٤) وكالة الصحافة الفرنسية Agency France Press (AFP)

تعد هذه الوكالة امتداد لوكالة هافاس التي تأسست عام ١٨٣٥ واستمرت حتى الحرب العالمية الثانية.. وقد عاودت نشاطها بعد ان تحررت فرنسا من سيطرة المانيا عام ١٩٤٤ وكانت مدعومة من قبل الحكومة الفرنسية الا انها استقلت كليا عام ١٩٥٧ واخذ يشرف على ادارتها مجلس يمثل الصحف والاذاعة والشعب اضافة الى ممثل عن الوكالة نفسها.. وتقدم هذه الوكالة خدماتها بخمس لغات هي الفرنسية والالمانية والعربية والاسبانية والانكليزية ولها ١٢,٥٠٠ الف مشترك و١٨٧ مكتب منتشرة في العديد من دول العالم ويبلغ معدل بثها اليومي (٢) مليوني كلمة.

وكالة الأنباء الفرنسية هي ثالث أكبر وكالة أنباء في العالم بعد وكالة أسوشيتد برس ورويترز. وهي أقدم وكالة أنباء بالعالم، وتعد امتداداً لوكالة هافاس التي تأسست عام ١٨٣٥، وعندما قامت القوات الألمانية باحتلال فرنسا خلال الحرب العالمية الثانية، تم الاستيلاء على هافاس من قبل السلطات وسميت "المكتب الإعلامي الفرنسي."

وحين استولى الصحفيون في المقاومة الفرنسية على المكاتب، أصدروا أول تقرير إخباري من المدن المحررة تحت اسم وكالة فرانس برس.

كرست فرانس برس سنوات ما بعد الحرب لتطوير شبكة مراسليها الدوليين، كانت مهمة فرانس برس هي كتابة تقارير خالية من جميع المؤثرات أو الاعتبارات التي قد تؤثر على دقة أخبارها تحت أي ظرف من الظروف.

كما وأقامت عام ١٩٩١ مشروعاً مشتركاً مع Extel لإنشاء خدمة أخبار مالية تم بيعها لشركة طومسون.

تعمل وكالة فرانس برس بموجب قانو ١٩٥٧، وتعتبر رسمياً وتجارياً مستقلة عن الحكومة الفرنسية إلا أنها تعد وكالة أنباء حكومية.

ولدى وكالة الصحافة الفرنسية مكاتب إقليمية في نيقوسيا ومونتيفيديو وهونغ كونغ وواشنطن ومكاتب في ١٥٠ دولة، هذا وتنقل أخبارها باللغات الفرنسية والإنكليزية والعربية والبرتغالية والإسبانية والألمانية.

يضم مجلس AFPخمسة عشر عضواً، ثمانية ممثلين عن الصحافة الفرنسية، وممثلين من قسم موظفي الوكالة، ممثلين عن الإذاعة والتلفزيون الحكومية وثلاثة ممثلين عن الحكومة، رئيس الوزراء ووزير مالية ووزير الشؤون الخارجية. ويقوم المجلس بانتخاب الرئيس التنفيذي للوكالة لمدة ٣ سنوات قابلة للتجديد، ولدى الوكالة مجلس من كبار الصحفيين تعمل على استقلال الوكالة المطلق والحيادي والموضوعي وتحقيق مبادئها الأساسية.

هذا وتعد الحكومة الفرنسية العميل الأساسي للوكالة والتي تقوم بشراء مختلف خدماتها. ولديها ٤٨٢٧ مشترك في العالم، ٧٤% من المشتركين من وسائل الإعلام و ٢٦% من خارج وسائل الإعلام، كما توظف وكالة فرانس الأنباء ٢٢٩٦ موظفاً و١٥١٣ صحافياً من ٨٠ جنسية مختلفة موزعين على ١٥١ بلد و٢٠١ مكتب لنقل الأخبار وتغطيتها على مدار الساعة في جميع أنحاء العالم، هذا وتقدم وكالة فرانس برس ٥٠٠٠ خبر و٣٠٠٠ صورة و٢٥٠ فيديو و٧٥ بيان رسمي يومياً و ١٥٠ فيديو غرافيك في السنة.

ووكالة الصحافة الفرنسية (أ ف ب) هي التي ورثت وكالة (هافاس: أول وكالة أنشئت في العالم سنة ١٨٣٥م وهي وكالة خاصة أنشها فرد) حيث أنشأت في عام ١٨٤٥م وهي وكالة حكومية أنشأتها حكومة فرنسا وهي تهتم بدعم السياسة الفرنسية وتم فضل الإعلان من مضمونها لكي تهتم بالنواحي الخبرية وهي تم بدمج مركزين انباء انشاها الفرنسيين خارج فرنسا في الجزائر ولندن ويدير الوكالة مجلسين هما المجلس الاعلى والمجلس التنفيذي .

أسباب ظهور وكالتا الأنباء في فرنسا أولا بخلاف غيرها من الدول:

١- ازدهار الصحافة الشعبية المطبوعة في فرنسا
٢- استقلال الصحافة عن الحكومة وعن الأحزاب (حيث أتاحت الحكومة الفرنسية مبدأ حرية الصحافة) .
٣- تحول الصحافة الفرنسية من صحافة رأي إلى صحافة خبر (حيث أصبحت الصحافة تعمل على نشر الأخبار والأحاديث والمقالات والتفسيرات لأحداث المجتمع ويمكن التفريق بين صحافة الرأي والخبر عن طريق المساحة التي تشغلها الأخبار ومساحات الرأي) .

العوامل التي ساعدت على نجاح وكالة أنباء هافاس:

١- طبيعة الفترة التي كان فيه .
٢- شخصية هافاس القوية وخبرته في مجال تجارة الأخبار .
٣- نجاحه في اقامة شبكة اتصال واسعه في مجال جمع الاخبار.
٤- نجاحه في اكتشاف وضم اناس خبيرين مميزين في مجال جمع الأخبار وتحريها وتبويبها.
٥- اختياره موقعا استراتيجيا لانشاء وكالتها وهي في قلب فرسنا باريس .
٦- اعتماده على مبدأ الإعلام من أجل الإعلام وهو مبدأ عدم التحز لحزب وسياسة معينة .

القضايا التي أثارتها وكالة انباء هافاس :

١- قضية خلط الاعلان بالإعلام : حيث تم ادخال المضامين الاعلانية الى المضامين الإعلامية وتحرير هذه المضامين الى خدمة الشركات الاعلانية ومصالحها .
٢- قضية الاحتكار الإعلامي : تعني سيطرة وكالة انباء مثل هافاس على الأخبار وجمعها وتوزيها في وايضا سيرطتها على المطابع بشكل عام في فرنسا .

خطورة خلط خدمات الاعلان بخدمات الإعلام :

١- سيطرة المادة الاعلانية على المادة الإعلامية (يتيح الاخلال بحق القارئ في الحصول على خدمة اعلامية متكالمة) .

٢- سيطرة الشركات الاعلانية الكبرى على الصحف ووسائل الإعلام (مما يتيح توجيهها الى خدمة مصالح المعلنين).
٣- التأثير الخفي لشركات الاعلان على الر أي العام (حيث توجه هذه الشركات الصحف الى نشر الأخبار الايجابية وغض النظر عن الأخبار السلبية) .

من الجهود التي بذلتها الحكومة الفرنسية لمنع احتكار وكالة هافاس للاخبار أو من الاجراءات التي أدي الى هز نفوذ وكالة هافاس وكسر الثقه عنها :

١- فصل الاعلان عن الإعلام .
٢- استغلال الازمة الاقتصادية (اجبار الوكالة على عدم العمل في مجال الاعلان) .
٣- تسخير الوكالة لخدمة سياسة الحكومة (حيث منعت الحكومة وكالة هافاس من نشر ما تخالف امور الحكومة وهذا ادى الى كسر الثقه بين الوكالة وعملائها من الصحف) .

من التاثيرات التي اثرت على وكالة هافاس بدخول القوات الالمانية باريس وانشاء حكومة موالية لالمانيا :

١- تحولت الوكالة الى فرع من الوكالة الفرنسية واطلقت عليها المركز الفرنسي الالماني للانباء .
٢- تحولت الوكالة الى اداة من ادوات الدعاية للألمان .
٣- تعرضت الوكالة لصعوبة مالية دفع المانيا الى دفع نفقاتها .

(٥) وكالة تاس الروسية

احتفلت مؤخرا بالعيد ١١٠ على تأسيسها، وأعلنت عودتها إلى استخدام تسميتها التاريخية "تاس"، واعتمادها العلامة التجارية الجديدة في الإنترنت والطباعة ومواد الدعاية، وتمتلك أكبر شبكة إعلامية بين وكالات الأنباء الروسية ولديها ٧٠ مركزا ومكتبا في المناطق الروسية و٦٨ مكتبا تمثيليا في ٦٣ بلداً.[١]

بدأت بعد الثورة الروسية عام ١٩١٧م وهي خبرية وظيفتها انها تبشر بسقوط الراسمالية وانها تطالب كل العالم على اتباعها وانا تقول ان الإعلام تابع للسلطة الحاكمة وان الاشتراكية تمثل العمال والمزارعين وغيرهم.

التطور التاريخي لوكالة تاس :

١- قبل ثورة اكتور عام ١٩١٧م حيث كانت هناك وكالة انباء بطرسبرج التلغرافية لكنها لم تحقق نجاحاً كبيراً ثم انشاء وكالة روستا التي انشاتها البلاشفة .
٢- في سنة ١٩١٨م حيث اصدرت وكالة روستا نشرة للدعاية عن الحزب الشيوعي هي اجيت روسيا .
٣- بعد كثرة المسئوليات على وكالة روستا ومهماتها تحولت الى وكالة أكبر سميت بوكالة أنباء الاتحاد السوفييتي وهي تعني اختصارها تاس (أي وكالة انباء تاس) .

مميزات وكالة تاس حتى انهيار الاتحاد السوفييتي عام ١٩٩١م :

١- في اطار الطبيعة الخاصة للإعلام الشيوعي السابق تعد مرفقا من مرافق الاتحاد السوفييتي مثلها مثل الجيش والشرطة.
٢- انها لا تستهدف الى الربح مثل الوكالات الغربية (حيث تدار ماليا وتحريريا منجانب موظفين في الدولة وتعتدم على تمويلها على ما تخصصه الدوله لها).
٣- هدفها هو تبيين نشر وتفسير سياسة الدولة الشيوعية.
٤- انها تقدم وظيفة الدعاية للحزب الشيوعي والاتحاد السوفييتي.
٥- كانت لها قيمتها الإعلامية (حيث كانت تؤرخ الخبر او تسرعها وقامت تتلاعب في تحرير بعض الأخبار).
٦- لم تكن موضوعية وكانت تتجاهل مبدأ الإعلام من اجل الإعلام.

[١] https://arabic.rt.com/news/821016

(٦) وكالة نوفيستي:

- هي وكالة للدعاية والاعلان تأسست عام ١٩٦١م اثناء الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الامريكية والمعسكر الغربي وهي خبرية تهتم بالفنون والموسيقى وانجازات الممثلين وغيرها وهدفها التثقيف والتربية وايضا ذراع دعائي للاتحاد السوفيتي حيث انها تقدم انجازات الاتحاد.
- ويرجع انشائها الى شعور الاتحاد السوفيتي الى الحاجة لوجود وكالة إعلام دولية تخص الحزب الشيوعي تقوم بنقل الفكر والثقافة الشيوعية إلى العالم وانشغال وكالة تاس بالمضامين السياسية والخبرية وعدم قدرتها على الدعاية للحزب .
- شملت خدمات نوفوستي انتاج مقالات وتعليقات واحاديث وتحقيقات ومواد مصورة عن السياسة الداخلية والخارجية للاتحاد السوفييتي وتقدم انتاجها إلى الصحف والمجلات والتلفزيونات والراديو وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري والإعلام وتقوم بالترويج والدعاية للحزب الشيوعي بشكل عام والاتحاد السوفييتي .

أسباب تطور وكالات الانباء الدولية:

تعد وكالات الأنباء الاربع وهي الاسيوشيتد برس واليونايتد برس –الامريكتان- ورويترز- البريطانية- ووكالة الصحافة الفرنسية مصدرا رئيسيا للانباء للكثير من وسائل الإعلام في دول العالم وخاصة العالم الثالث بحيث اصبحت هذه الوكالات تحتكر معظم الأنباء الدولية وتهيمن على النشاط الإعلامي لكثير من الدول وهو ما يدلل على ان الحاجة تزداد الى هذه الوكالات العالمية بسبب سعه امكانياتها وقدراتها وانتشارها وهي المصدر الاساسي وصاحبة الفضل في الحصول على الخبر من مصادره الاصلية او تقوم بنقل الأخبار عن طريق الوسائل الإعلامية وعلى جهود الوكالات المحلية وصحافتها في كثير من البلدان.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال التي أصبحت احد سمات العصر، فان الوكالات العالمية للانباء لم تتاثر اطلاقا كما يعتقد بعض المعنيين بان اتساع مجالات الإعلام والاتصال المختلفة قد اضعفت اهمية وكالات الأنباء بل على العكس من ذلك تعد اليوم من اكثر المؤسسات الإعلامية استفادة من هذا العصر اذ لم يقتصر بثها على الكلمات فحسب بل ان هناك مئات الصور والرسوم والبيانات وكل ما يساعد على الاحاطة بكل ما يجري في العالم وبجميع الاهتمامات، توزعها على الوسائل الإعلامية المشتركة في خدماتها.

وإذا ما أخذنا بالحسبان فان فكرة تاسيس وكالات الأنباء العالمية قد وضعت على اساس تزويد المشتركين فيها من افراد وشركات ورجال الاعمال بانباء التجارة والمال واسعار البضائع وحالة السوق، الى ان تطورت لتشمل فيما بعد الأخبار بانواعها والتي كانت في بدايتها مشروعات تجارية فحسب، فقد اصبحت الأخبار الاقتصادية والمالية ارضية للمنافسة الدائمة بين الوكالات الاربع.

ولكن تنوع الخدمات الإعلامية لهذه الوكالات الاربع الكبرى والانتقال من سوق المعلومات العامة الى سوق المعلومات المتخصصة الذي يحقق ربحا وايرادا اكثر من السوق الأول يتطلب امتلاك هذه الوكالات التقنيات الخاصة بنشر هذه المعلومات ومستلزماتها والاستفادة من المتخصصين بالمجالات التقنية فضلا عن القائمين بالاتصال الذين اصبحوا متخصصين بمجالات تقديم المحتوى.. لذا فان توظيف مثل هذه الطاقات الانتاجية التكنولوجية والبشرية اصبح يتطلب استثمارا ضخما باتجاهات الانتاج او البث ودراسة الجدوى في اطار البناء المؤسسي ومن ثم فان المعلومات التي تبث اصبحت تعمل وفقا لبناء ضخم بآلياته.

ومن اجل تلافي المنافسة بين هذه الوكالات العالمية والمخاطر المالية والحفاظ على مستوياتها تجاه المنافسة فقد اتبعت خطوات يمكن تلخصيها في الاتي:

(١) احتكار التقنيات الخاصة بنشر المعلومات.

(٢) تحقيق النزعة الربحية من خلال توظيف هذه التقنيات لخدمة السوق العالمية في تقديم المعلومات المتخصصة والعامة التي تنتج وتوزع على كل قارات العالم.

ومن هذين المنطلقين تستعر شدة المنافسة بين الوكالات الاربع فيقول (فيليب كيفر) في سنة ١٩٨٥ ويفضل ترخيص خاص اتسم بخرقه لكل مظاهر المودة غدت AFP وكالة الصحافة الفرنسية اول وكالة تتمكن من استخدام البرق البصري ولم تتمكن منافساتها من الحصول على ترخيص باستخدامه الا بعد خمس سنوات لاحقاً.

وكالات الأنباء الدولية بين المنافسة والاحتكار:

منذ إنشاء وكالات الأنباء الدولية لا توجد منطقة إلا وتنشط فيها أجهزة الوكالات العالمية التي تقوم بجمع الأخبار وتوزيعها من وعلى معظم دول العالم، كما أن لكل وكالة من الوكالات منطقة نفوذ واحتكار تسيطر عليها من الوجهة الإخبارية والتجارية والسياسية، وتمتلك هذه الوكالات من المعدات والقدرة التكنولوجية، ما تستطيع أن تستعين به في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في أنحاء العالم المختلفة .

كما أنها استطاعت أن تتطور في أشكالها و أسلوبها تبعا تكنولوجيا الاتصال التي غزت كل ميادين الحياة، وتعتمد في عملها على قمة التكنولوجيات المرنة من حيث الاستقبال والإرسال دون توقف لحظة واحدة، ويغطي نشاط هذه الوكالات جميع أنحاء العالم وتسيطر مجتمعة على نحو أكثر من ٨٠ بالمئة من تدفق الأخبار في العالم.

وقبل انهيار الاتحاد السوفيتي في عام ١٩٩١ كانت وكالة تاس السوفيتية تندرج ضمن الوكالات العالمية. وحسب بعض الباحثين يمكن بقليل من التجاوز اعتبار وكالة الأنباء الصينية شينغهوا ضمن الوكالات الدولية باعتبار ان خدماتها توزع على صحف ووسائل إعلام تخاطب أكثر من مليار نسمة. ويعتبرها البعض وكالة شبه دولية ويخرجها من إطار الوكالات العالمية لكون اللغة الصينية غير منتشرة خارج حدود الصين ودول قليلة محيطة بها، وقد أصبح لهذه الوكالات ليس فقط النفوذ السياسي والاقتصادي بل النفوذ اللغوي كذلك.

وكالات الأنباء الدولية ونظام الكارتل:

شهدت وكالات الأنباء العالمية الغربية حالة من التنافس الحاد بعد أن انفضت فيما بينها اتفاقية احتكار جمع الأنباء وتوزيعها والتي استمرت من عام ١٨٧٠م، حتى بداية الحرب العالمية الأولى ١٩١٤م، وأطلق إبراهيم إمام، ومحمد عزت على هذا التحالف نظام الكارتل (Cartel)، وهو نظام قديم من الممكن إدراجه ضمنيا تحت مظلة ما يسمى " وكالات الأنباء متعددة الجنسيات"، لأنه انشىء ليؤدي وظيفة تكاد تقترب إلى حد ما من وظيفة وكالة الأنباء متعددة الجنسيات القائمة بذاتها.

وتعود بدايته حين اتفقت وكالات الأوروبية الثلاث (هافاس، وولف، ورويتر) على تنسيق أعمالها منذ عام ١٨٥٦م، فيما عرف" بالكارتل "(Cartel)، لتجنب المنافسة، وتحقيق معدلات عالية من الربح وسرعان ما تحولت المنافسة إلى احتكار، وأجمعت هذه الوكالات على انه من الخير لها تقسيم العالم إلى مناطق نفوذ، كما يفعل رجال السياسة، من اجل حسم الصراع بينها، لذا وقعت الوكالات الأوروبية عام ١٨٧٠م اتفاقية تم عن طريقها تقسيم العالم فيما بينها إلى ثلاث مناطق وفقا لمناطق النفوذ السائدة وقتذاك سياسياً واقتصادياً، يكون بموجبه لكل وكالة الحق في جمع وتوزيع الأخبار فيها.

ويفضل الباحث فريد أيار إطلاق اسم "الدولية" بدل "العالمية "، على وكالات الأنباء العالمية، لعدة أسباب لعل ابرزها: أنها وكالات عملاقة، تعمل بطاقات هائلة، ولها انتشار واسع، كذلك لعدد العاملين فيها، وكثرة مكاتبها الخارجية، ووفرة مراسليها، وتنوع اللغات التي للوكالة خدمات فيها، وموضوعيتها، وضخامة حجمها، كل هذه مجتمعة، لابد لأي وكالة حتى تصنف بأنها وكالة دولية. أما الذي يتمم جوهر عملها، فهو "حياديتها "، وموضوعيتها.

ويصنف بعض الباحثين وكالات الأنباء الدولية إلى أربع فقط (رويترز، الاسوشيتد برس، الفرنسية، واليونايتيد بريس انترناشونال، ثم أصبحت ثلاثة بعد إفلاس الأخيرة، وكذلك خروج تاس بعد انهيار الاتحاد السوفييتي).

وهذا ما أكده ممثلو هذه الوكالات الذين يحصرون صفة الدولية فقط في هذه الوكالات، والذين كانوا يقولون لقد اجتهد الآباء القدماء بإعطاء صفة الدولية لوكالاتهم ثم أغلق باب الاجتهاد. ومن المتوقع أن تنحصر هذه التسمية على الوكالات الثلاث في الوقت الحاضر وستبقى هكذا فترة طويلة رغم وجود وكالات أنباء في أوروبا وغيرها لها امكانات وقدرات توازي تلك المجموعة.

نظم الإعلام ووكالات الانباء الدولية:

النظم الاعلامية أو نظريات الاعلام المعياريةى أو الفلسفات الإعلامية، هي مجموعة من المؤسسات الإعلامية الرسمية والغير رسمية الموجودة في بلد معين او اقليم معين واتت تسميتها بالنظام من نظرية الأنظمة وهو عبارة عن شكل او هيئة يتكون من مجموعة من الأشياء الجزئية أو الصغيرة التي تقوم تالعلاقة بينها على اساس الاعتماد المتبادل والتي تصنع في نهاية الامر مخرجات هذا النظام حيث ان النظام الإعلامي لكل دولة هو جزء من اجزاء مكونات هذه الدولة الاقتصادية السياسية الدينية الاجتماعية الثقافية وهو ايضا تعبير عن مخرجات الاجزاء المكونة الكلية لنظام هذه الدولة وهو تعبير عن فكر وثقافة وحضارة وايديولوجيا التي تسير فيه الدولة.
ومن نظم الإعلام المعروفة عالميا:

١- النظام الرأسمالي أو الليبرالي أو الحرية.
٢- النظام الشيوعي أو السوفيتي أو الاشتراكي.
٣- النظام النامي (الخاصة بالدول النامية).
٤- نظام المسؤولية الاجتماعية.
٥- النظام السلطوي او التسلطية او السلطوية.
٦- النظام الاسلامي.
٧- نظام المشاركة الديمقراطية.
٨- النظام الملكي او الاميري.

وسنتناول في هذا الباب فقط الحديث عن الأنظمة الثلاثة الاولى وهي:

أولا النظام الرأسمالي:

هو تعبير عن تفاعل النظام الإعلامي الراسمالي مع مكونات كثيرة من الناظم الراسمالي الاقتصادي كانت او السياسي والديني والاجتماعي والتعبير عن {أي النظام لهذا المجالات وان هذا النظام يعتمد على حرية الفكر والملكية الحرة حيث يتيح للافراد حق امتلاك وسائل الإعلام .

خصائص النظام الإعلامي الرأسمالي:

١- شكل الملكية لكل نظام: هذا النظام مملوكة للأفراد حيث أن الأفراد بيدهم ملكية الصحف الوسائل الإعلامية الومختلفة والدولة لا تتدخل في شئون الأفراد أو الشعب.
٢- التطور والتقدم التكنولوجي لكل نظام: حيث تم تبيينها في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وتطورت في الدول الغربية والدول المؤيدة لها .
٣- حرية التعبير فيها: تتيح حرية التعبير والتفكير بكل اشكالها للفرد حيث ان للفرد الحق في التعبير عن افكاره وآرائه .
٤- اساليب التحكم القانوني وغير القانوني: تكون من خلال السوق الحر للافكار ومن خلال المحاكم حيث ان الماكم لديها الحق في اتخاذ قرارات في شأن هذا النظام .
٥- المضمون الإعلامي: تهتم في تحقيق وظائف الإعلام والترفيه والترويج الاقتصادي بهدف مساعدة الجماهير على اكتشاف الخقيقة والرقابة على الحكومة .

ثانيا النظام الشيوعي السوفيتي:

هو تعبير عن تفاعل النظام الإعلامي الشيوعي مع كثير من مكونات النظام الشيوعي السوفييتي اقتصادية وسياسية واجتماعية تكنولوجية وغيرها وفيها يكون للحكومة الحق في امتلاك الوسائلا لاعلامية ولا يتيح للافراد حق الحرية المطلقة وهي تعمل على بث قيم النظام الشيوعي والترويج له.

خصائص النظام الإعلامي الشيوعي السوفيتي:

١- شكل الملكية لكل نظام : فيها يكون الملكية عامة بحيث ان الدولة والحزب الشيوعي الحاكم هو المهيمن والمالك لوسائل الإعلام المختلفة حيث ان الحكومة في يدها ملكية الوسائل الإعلامية المختلفة وتسيطر عليها وليس للفرد الحق في امتلاك وسيلة اعلامية .

٢- التطور والتقدم التكنولوجي لكل نظام : ظهرت في الاتحاد تالسوفييتي عام ١٩١٧م وانتشرت في شرق اوروبا وتالدول الشيوعة وانحصرت بعد انهيار الاتحاد السوفييتي في دول قليلة مثل كوريا الشمالية وكوبا والصين .
٣- حرية التعبير فيها : حرية التعبير فيها يكون مسلطوة من قبل الحكومة او السلطة الحاكمة حيث ان الافراد فيها لا يملكون حرية الفكر والتعبير .
٤- اساليب التحكم القانوني والغير قانوني : يتم التحكم عن طريق الحكومة والموالون من احزب الفكر الشيوعي حيث انهم يتحكوم فيها من ناحية المضامين التي تنشرها وغيرها.
٥- المضمون الإعلامي : تقوم بالترويج للحزب الشيوعي وبث قيمها إلى الدول الرأسمالية لانها ضد النظام الرأسمالي ومضمونها تختلف من حيث الترفيه والتسلية .

النظام النامي أو الدول النامية :

- هو تعبير عن تفاعل النظام الإعلامي التنموي مع كثير من مكونات النظام التنموي الاقتصادية السياسية الاجتمايعه الثقافية التكنولوجية حيث تعبر عن عدم وجود حرية مطلقة وهي ظهرت في القرن العشرين في الدول النامية وفيها يكون لحكومةالحق في السيطرة اوملكية وسائل الإعلام من اجل تسخيرها لصالح الشعب وملكية خاصة ايضا .

خصائص النظام الإعلامي التنموي او الدول الثالث:

١- شكل الملكية لكل نظام: الملكية تكون اساسا للحكومة حيث انها تمتلك اكثر الوسائل الإعلامية ولكن هناك حق للافراد في التمليك أي ملكيات خاصة.
٢- التطور والتقدم التكنولوجي لكل نظام : ظهرت في القرن العشرين في الدول النامية الثالث الغير الشيوعية.
٣- حرية التعبير فيها: للافراد حرية مطلقة في التفكير والتعبير حيث لا يجوز لهم ان يتخطو الحدود التي تضعها الدولة في التفكير والتعبير ومحاولة نشر أفكار مخالفة للحكومة وضدها.
٤- اساليب التحكم القانوني والغير قانوني: يتم من خلال الحكومة او حزب الحكومة بالاضافة الى القيود القانونية.
٥- المضمون الإعلامي: مضامينها مختلفة نمن حيث استخدام وسائل الإعلام في التنمية وادخل المضامين الترفيهية والتعليمية وايضا يزيد فيها ادخال المضمين الاعلانية في وسائل الإعلام فيها.

جدول مقارنة بين النظم الثلاث

وجه المقارنة	النظام الرأسمالي	النظام الشيوعي	النظام التنموي
متى ظهرت واين تطورت	تم تبنيها في انجلترى في عام ١٨٦٦م والولايات المتحدة الامريكية وتطورت في الدول الغربية والدول المؤيدة لها	في الاتحاد السوفييتي بعد عام ١٩١٧م وانتشرت في اوروبا الشرقية والدول الشيوعية انحصرت بعد انهيار الاتحاد السوفييتي في دول قليلة مثل كوريا الشمالية	في القرن العشرين في الدول الغير صناعية وفي دول العالم الثالث الغير الشيوعي

		وكوبا والصين	
فلسفتها الاساسية	كتابات ميلتون ولوك ميل وفلسفة العقلانية والحقوق الطبيعية	الفكر الماركسي مختلطا بفكرة استخدام وسائل الإعلام في التنمية وكتابات شرام وليرنر	الفكر الماركسي – اللينيني – الستاليني مختلطا بفلسفة هيجل وفكر القرن التاسع عشر في روسيا
الهدف الرئيسي	تحقيق وظائف الإعلام والترفيه والترويج الاقتصادي بهدف مساعدة الجماهير على اكتشاف الحقيقة والرقابة على الحكومة	تشجيع الوحدة الوطنية ودعم التنمية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية	المساهمة في نجاح واستمرار النظام الاجتماعي الشيوعي وخاصة ديكتاتورية الحزب الشيوعي
من يملك حق استخدام وسائل الإعلام	أي شخص لديه الامكانيات الاقتصادية لذلك	الحكومة لها الحق في امتلاك او السيطرة على وسائل الإعلام لاستخدامها لصالح الشعب	الموالون من اعضاء الحزب الشيوعي
كيف يتم التحكم في وسائل الإعلام	من خلال السوق الحر للافكار ومن خلال المحاكم	من خلال الحكومة او حزب الحكومة بالاضافة الى القيود القانونية	السيطرة الاقتصادية والسياسية من جانب الحكومة
الممنوعات	القذف والتشويه لسمعة الافراد دون ادلة والاباحية وقلة الاحتشام والتحرض على الفتنة والعصيان في وقت الحرب	تحدي السلطات ونشر اخبار ومعلومات تهدم جهود التنمية	نقد الحزب الشيوعي وسياسته الاستراتيجية والزعماء الشيوعيين
الملكية	ملكية خاصة	ملكية خاصة وملكية الدولة وغالبا تكون مليكية الدولة	ملكية الدولة وملكية الحزب
الاختلافات الاساسية	الإعلام اداة للرقابة على الحكومة وتحقيق حاجات المجتمع وافراده الإعلاميين	الإعلام ثروة قومية يجب ان تستخدم في التنمية والمصالح العامة للمجتمع تتقدم على المصلحة الخاصة للافراد	مملوكة للحكومة او الحزب ولذلك يتم التعامل معها كاداة من ادوات الحكم الشيوعي وذراع من اذرعة السلطة

الباب الثالث
وكالات الأنباء الأقليمية

تعريف وكالات الانباء الاقليمية:

هي وكالات وطنية تحولت الى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة او بين دول متجاورة. وتعرف ايضاً بانها وكالات الأنباء شبه الدوليّة، وتُعرف باللغة الإنجليزية بمصطلح (Semi International News Agencies) ، وتعرف أيضاً باسم وكالات الأنباء

الإقليميّة، وهي وكالة أنباء لا تغطّي كافّة الأخبار الدوليّة، بل تتخصّص بتغطيةِ مجموعةٍ محدّدةٍ من الدول في العالم، كتغطية أخبار دول الشرق الأوسط، أو دول أوروبا، وتسعى وَكالات الأنباء هذه إلى التطور لتصبح وكالات أنباءٍ عالميّة.

وتؤدي وكالات الأنباء الإقليمية من خلال نشاطها وإسهاماتها دوراً فعالاً في مسيرة المؤسسات الدولية والتي تشكل في بعض الأحيان مصدراً هاماً لبعض الأنباء التي تنقلها وكالات الأنباء الدولية كما تفعل وكالة الأنباء الأفريقية PANA ووكالة الأنباء الإسلامية، ووكالة أنباء دول عدم الانحياز أو مجمع وكالات دول عدم الانحياز المعروفة اختصارا ب NANAP وغيرها.

كما تؤدي بعض الوكالات الإقليمية دوراً في تزويد الوكالات الكبرى ببعض الأخبار خاصة تلك التي تحمل تفاصيل الأحداث في داخل القطر الذي يملك الوكالة. ويلاحظ أن هناك ميلاً متزايداً لدى الدول النامية إلى توحيد جهودها وتنسيق نشاطاتها في مجال وكالات الأنباء لتتمكن من الصمود أمام طغيان وهيمنة وكالات الأنباء العالمية.

كما عمدت هذه الدول إلى عقد اتفاقيات وإقامة تحالفات تكتيكية بين وكالات أنبائها الوطنية خلال العقدين الماضيين. نذكر منها على سبيل المثال وكالة أنباء الكاريبي في أمريكيا اللاتينية واتحاد وكالات الأنباء الأفريقية وتجمع وكالات أنباء عدم الانحياز في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية... الخ.

ويفضل بعض الباحثين على إطلاق على هذه الوكالات اسم وكالات أنباء متعددة الجنسيات والتي تقع وسط ما بين الوكالات العالمية والوكالات متوسطة الحجم. ومن هذه الوكالات من ليس لها انتماءات قومية محددة، لأنها تسعى إلى إرضاء الاحتياجات الإخبارية لمناطق جغرافية معينة تضم عدد من الدول التي تختلف أنظمتها السياسية، أو فئة من البلدان التي يجمعها انتماء سياسي معين .

ومن الامثلة على هذه الوكالات مجمع وكالات الدول غير المنحازة (NANAP)، ووكالة الكاريبي (CANA)١٩٧٦ Carribbean ومقرها بريدج تاون- بربادوس ، وجمع تبادل الأنباء بين دول أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي (ASIN). وقد ظهرت هذه الوكالات نتيجة الانتقادات الموجهة لأساليب عمل الوكالات العالمية من حيث أنها تعمل على نقل الصور السلبية لجهود دول العالم الثالث.

وقد تبينت منظمة اليونسكو وجهة النظر هذه وعملت على دعم الجهود في إنشاء بدائل مناسبة لدول العالم الثالث لئلا تعتمد تلك الدول اعتماداً كلياً على الوكالات العالمية. وتعمل بعض هذه الوكالات على أساس إيديولوجي أو ديني أو عرقي أو جغرافي، وتعمل على أساس عرقي مثل اتحاد وكالات الأنباء الإسلامية واتحاد وكالات الدول الأوروبية واتحاد وكالات دول عدم الانحياز، واتحاد الوكالات الأفريقية .... الخ . فيما يلي **أمثلة لوكالات الأنباء شبة الدولية أو الاقليمية:**

١- وكالة انباء عموم افريقيا (بانا برس):

تأسست وكالة أنباء عموم إفريقيا (بانا برس) بموجب إرادة قوية وواضحة لرجال أعمال من القطاع الخاص في افريقيا بهدف تمكين القارة من التوفر على جهاز إخباري رائد و اكتسبت الوكالة ثقة واسعة النطاق على المستوى الدولي لما تتميز به من استقلالية في التحرير وفي الإمكانيات المادية و قد خطت بانا برس منذ الإصلاحات التي تم تحقيقها في السنوات الأخيرة خطوات حثيثة في إطار تحديث و عصرنه وسائل عملها الأساسية في الميدان التكنولوجي. وهكذا تتوفر لديها اليوم شبكة معلوماتية داخلية (انترانيت) و أخرى خارجية (اكسترانيت) بالإضافة إلي موقع خاص في الشبكة العالمية لتبادل المعلومات (انترنيت) www.panapress.com حيث يزورها شهريا زهاء خمسة ملايين مستعمل للانترنيت لتلقي خدماتها . موقع بانا للصحافة في شبكة الانترنيت.

لقد تم إعداد و بلورة موقع بانابرس بكيفية يكون معها بوابة أكثر شمولية لنشر خدمات إخبارية حول إفريقيا حيث يشكل حاليا واجهة أو مرآة بين القارة الإفريقية و أبنائها في المهجر. و يعتبر مصدرا إخباريا و إعلاميا في خدمة جميع صانعي القرار في إفريقيا. هذا، ويسعى الموقع للدفاع عن صورة إفريقيا يحالفها دائما النصر. الفريق الإعلامي و الصحافي يتكون من قسم التحرير المركزي الذي يتخذ من دكار مقرا له ويقوم بتنسيق مبادرات فريق عمل يتكون من نخبة من أكثر من ٥٠ محررا ومراسلا متخصصين ومتواجدين في جميع أنحاء القارة الإفريقية. هذا، و يدير الوكالة طاقم مؤهل مهنيا مما يجعل الوكالة تجسد وحدة وتضامن الأفارقة و هو فريق قادر على مواجهة كل التحديات في سبيل تقديم خدمة إعلامية نوعية داخل و خارج القارة. تصدر الوكالة حاليا عدة نشرات إخبارية يومية شاملة ترضي الطلب الإفريقي في ميدان الخدمات الإعلامية اقتصاديا و تكنولوجيا و سياسيا و صحيا و رياضيا و بيئيا و ثقافيا...بالإضافة إلي "معرض" الصحافة الأسبوعية. تصدر الوكالة هذه النشرات الإخبارية باللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية و سوف تبدأ بإصدار نشرة باللغة البرتغالية قبل نهاية السنة الجارية.[١]

٢- وكالة الأنباء الإسلامية (إينا):

كان مقرها في جدة في المملكة العربية السعودية وأنشئت إيمانًا من الدول الإسلامية بأهمية وجود وكالة أنباء تعنى بمصالح الأمة الإسلامية، وترصد جوانب التنمية فيها، وتنقل أخبارها وأخبار الدول الأخرى على أسس من القيم والمبادئ الإسلامية الصحيحة، بعيدة عن التشويه والتحريف.

وكان مؤتمر العالم الإسلامي الذي عقد في كراتشي عام ١٩٥٠ قد اقترح فكرة إنشاء «وكالة الأنباء الإسلامية»، وتمت الموافقة على هذا الاقتراح في مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي عقد في كراتشي أيضًا عام ١٩٧٠م، ثم أقر دستور الوكالة في اجتماع عقده ممثلون عن وكالات الأنباء الوطنية التابعة للدول الإسلامية عام ١٩٧٢م، وبدأت الوكالة عملها الفعلي عام ١٩٧٩ من مقرها في مدينة جدة السعودية.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للوكالة والدور المنوط بها والمكانة التي يجب أن تتبوأها، فإن هناك عقبات جمة تحول دون تطورها وتقدمها لتحقيق خدمات إخبارية متميزة، ومن أهم هذه العقبات مشكلة التمويل ونقص الكوادر الفنية البشرية المؤهلة واقتصار التغطية الإعلامية على البلدان الإسلامية فقط، وعدم امتلاكها شبكة كبيرة من المراسلين المتفرغين أو المتعاونين.

٣- اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي(UNA)

أقرت الجمعية العامة لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية بتاريخ ١٥ أكتوبر ٢٠١٧، تحويل مسمى الوكالة إلى اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي (UNA)، واعتمدت الجمعية في دورتها الخامسة التي عقدت بمقر الأمانة العامة للمنظمة، برئاسة معالي وزير الثقافة والإعلام السعودي رئيس المجلس التنفيذي للوكالة، الدكتور عواد بن صالح العواد، بحضور معالي الأمين العام لمنظمة التعاون الإسلامي الدكتور يوسف بن أحمد العثيمين، ومعالي رئيس وكالة الأنباء السعودية رئيس الجمعية العامة الأستاذ عبدالله بن فهد الحسين، ومدير عام الاتحاد الاستاذ عيسى خيره روبله، تحويل الوكالة إلى اتحاد يتكون من وكالات الأنباء الوطنية الرسمية للدول الأعضاء في المنظمة.

كما اعتمدت الجمعية العامة النظام الأساسي الجديد للاتحاد، وأبقت على هيئات (المجلس التنفيذي، والجمعية العامة، واللجنة المالية، والإدارة) ، إلى جانب أنظمتها المالية والإدارية المعتمدة من المؤتمر الإسلامي التاسع لوزراء الإعلام.

وكانت وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (إينا) قد تأسست بموجب قرار صادر عن مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي الثالث لمنظمة التعاون الإسلامي الذي عقد بمدينة جدة في محرم ١٣٩٢هـ -

[١] حسنين شفيق، مدخل الى صحافة وكالات الانباء، (القاهرة، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م) ط١، ص ٤٥

فبراير / مارس ١٩٧٢م) تنفيذاً لقرار مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي الثاني بكراتشي الباكستانية.

ويعمل اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي (UNA) في إطار منظمة التعاون الإسلامي ويكون بمثابة مظلة لوكالات الأنباء ومركز تدريب، يستحضر أهداف ومبادئ ميثاق المنظمة، وللاتحاد شخصية اعتبارية وموازنة مستقلة (جهاز دولي متخصص)، ومقره الرئيس مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية.

ويتكون الاتحاد من أعضاء هم: وكالات الأنباء الوطنية الرسمية للدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. ويعمل الاتحاد على تحقيق الأهداف التالية[١]:

١- تعزيز العلاقات والصلات المهنية والتدريبية وتنمية التعاون وتعزيز أواصر الأخوة والتضامن وبذل الجهود لتحقيق أقصى درجات التعاون بين الوكالات الأعضاء.
٢- تعزيز وتسهيل تبادل الخبرات والتقارير والمعلومات والمضامين السمعية والبصرية بين الوكالات الأعضاء.
٣- إنتاج تقارير ومضامين سمعية وبصرية وتوزيعها على الوكالات الأعضاء، وتشجيع إصدار الأبحاث والدراسات الإعلامية.
٤- ضمان المشاركة الفاعلة للوكالات الأعضاء على المستوى العالم، وتعزيز موقف إعلامي موحد من القضايا ذات الاهتمام المشترك والدفاع عنها في المنتديات الدولية.
٥- التنسيق مع الوكالات الأعضاء والاتحادات الإقليمية وأجهزة منظمة التعاون الإسلامي ومراكز التدريب العالمية لتنفيذ برامج تدريبية لفائدة الإعلاميين، وإعداد برامج وأنشطة تدريبية لتنمية قدراتهم.
٦- التعريف بقضايا العالم الإسلامي والدفاع عنها وفي مقدمتها قضية فلسطين والقدس الشريف.
٧- مكافحة خطاب العنصرية والكراهية والتطرف والتمييز العنصري والإسلاموفوبيا بجميع أشكاله.
٨- نشر وتعزيز وصون التعاليم والقيم الإسلامية القائمة على الوسطية والتسامح، وتعزيز الثقافة الإسلامية، والحفاظ على التراث الإسلامي وحماية صورة الإسلام الحقيقية والدفاع عنها والتصدي لتشويه صورة الإسلام.
٩- تعريف شعوب دول منظمة التعاون الإسلامي ببعضها البعض وتعميق روح الإخاء فيما بينها.
١٠- التعريف بالأسس الدينية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والعلمية والثقافية والتراثية التي ترتكز عليها دعوة التضامن الإسلامي.
١١- التعريف بنشاطات منظمة التعاون الإسلامي والأجهزة والمنظمات المنبثقة عنها.

ويتم تنفيذ كل هذه الاهداف من خلال الوسائل التالية:

(١) إعداد وجمع ونشر وتسهيل تبادل التقارير والمضامين السمعية والبصرية عن الدول الأعضاء، وقضاياها العادلة، وعن التنمية والتطور فيها، وذلك بالتعاون مع الوكالات الأعضاء.
(٢) إنشاء موقع على الإنترنت لبث وتبادل التقارير والمضامين السمعية والبصرية بالتعاون مع الوكالات الأعضاء.
(٣) فتح مكاتب إقليمية في الدول الأعضاء الراغبة في ذلك، و انتداب صحفيين في مهمات محددة.

[١] http://www.islamicnews.org.sa/page/public/page.aspx?page_ID=1

(٤)جمع الوثائق والبيانات والإحصاءات والمعلومات، وتوثيقها وإعداد البحوث والدراسات، وإصدار النشرات والمطبوعات باللغات الرسمية للاتحاد.
(٥)تملك واستئجار العقارات والأجهزة اللازمة لأداء أعمالها.

ويتكون الاتحاد من الهيئات التالية:

١) الجمعية العامة.
٢) المجلس التنفيذي.
٣) اللجنة المالية.
٤) الإدارة العامة.

٤- وكالة الاناضول التركية والمنافسة الدولية:

منذ عام ١٩٢٠م، تسير وكالة الأناضول للأنباء بخطى واثقة نحو العالمية، لتصبح إحدى أهم وكالات الأنباء العالمية، والتي ينتشر مراسلوها في بقاع المعمورة، لينقلوا الأحداث والقضايا الساخنة أولًا بأول، لتصل إلى القارئ والمشاهد بسرعة فائقة، ودقة عالية.

وقد تزامن تاريخ تأسيس وكالة الأناضول للأنباء مع تأسيس الجمهورية التركية، إذ تأسست الوكالة في السادس من نيسان/ أبريل عام ١٩٢٠، أي قبل ١٧ يومًا من افتتاح مجلس الأمة التركي الكبير (البرلمان)، وبعد افتتاح البرلمان تولت الوكالة مهمة نشر القوانين التي كان يقرها البرلمان في ذلك الوقت.

كيفية تأسيس وكالة الاناضول:

وقد أتت فكرة تأسيس وكالة الأناضول بمحض الصدفة، حينما تقابلت الصحفية والأديبة خالدة أديب مع يونس نادي (آبالي أوغلو) في إحدى محطات القطارات، وهما في طريقهما إلى مدينة أنقرة للحاق بأتاتورك ورفاقه هناك، إذ اتفقا معًا على ضرورة أن يكون أول شيء يقومون به هو تأسيس "وكالة أنباء" تركية.

وفي ذلك الوقت، طُرِحَت عدة أسماء لإطلاقها على الوكالة المزمع إنشاؤها، ومن تلك الأسماء المقترحة "الوكالة التركية" و"وكالة أنقرة" و"وكالة الأناضول"، وقد تم الاتفاق بعد مشاورات عدة على اسم "وكالة الأناضول" الذي ما زال مستخدمًا إلى وقتنا الحالي.

وطرح الصحفيون موضوع تأسيس الوكالة على أتاتورك في مقر إقامته في أنقرة، وأدرج في جدول أعماله، وبالفعل تم تأسيس الوكالة في ٦ نيسان عام ١٩٢٠ بعد اتخاذ القرار النهائي في الشأن، ليكون الفضل لطاقم الوكالة، في توثيق كافة مراحل حرب الاستقلال التركية، بل ومتابعة كافة الأحداث التي أعقبت تأسيس الجمهورية.

أهم الأحداث **التي نقلتها وكالة الاناضول:**

ونقلت وكالة الأناضول على مدار العقود الماضي أحداثًا كبيرة، كان لها الأثر البالغ على الحياة التركية، إذ نقلت أحداث حرب الاستقلال التركية وقامت الوكالة بأداء مهام بالغة الصعوبة، إذ كان عليها إبلاغ أخبار تركيا والعالم للجنود الأتراك في الجبهة الذين باتوا مقطوعين عن العالم الخارجي.

وبالإضافة إلى ذلك، قامت الوكالة بإسماع صوت مناضلي الحركة الوطنية التركية بالخارج لتعريف الرأي العام العالمي بحقوق تركيا المشروعة في كفاحها للاحتلال الأجنبي، وإحباط الدسائس التي كانت تحيكها بعض الجهات المعارضة لمشروع الاستقلال.

وبذلك تكون الوكالة ساهمت في مكافحة مواقف الانقياد والخنوع التي كانت تتبناها بعض الصحف العالمية وبعض صحف إسطنبول بضغط من سلطات الاحتلال في ذاك الوقت، والمساعدة في إعلان أول تشريع من البرلمان التركي وإحياء جميع مراحل النضال الوطني، وحرب التحرير والإصلاحات المختلفة التي عاشتها الجمهورية.

الأناضول حديثًا

وتنشر الوكالة الآن الأخبار باللغة التركية إلى جانب الإنكليزية والعربية والفرنسية والبوسنية (البوسنية والكرواتية والصربية) والروسية والكردية، وتواصل العمل دون توقف، في إطار

رؤيتها المئوية، بهدف الحلول بين أقوى خمس وكالات أنباء عالمية، من خلال نشر الأخبار بـ ١١ لغة، فضلًا عن هدفها بأن تكون "وكالة قوية لتركيا قوية."
وينتشر للوكالة مكاتب إخبارية إقليمية ودولية، في معظم دول العالم، خاصة الدول التي تعيش أحداثاً ساخنة، لتقرب الحدث للجمهور المهتم، عدا عن تعدد الاهتمام بالأخبار الرياضية والاقتصادية وغيرها من المجالات.
وتعتبر الوكالة نفسها بمنأى عن نشر كافة الأخبار والمواقف التي تؤدي إلى خلق مشاعر الكراهية بين الناس ونشر الخوف والفوضى والعداوة والقلق والفزع والإحباط.
وتراعي الوكالة ألا تكون أخبارها في صيغ وأساليب تحرض على العنف أو تبث الرعب أو تؤدي للصدمة أو تنتهك مبادئ المساواة أو العدالة أو تحط من كرامة الإنسان أو تحث على التمييز.
وتنشر الوكالة الأخبار المتعلقة بالحرب والاشتباكات والهجمات الإرهابية وأحداث العنف دون تهويل، وبناء على معلومات موضوعية، مع إسنادها إلى مصدر مسؤول كلما كان ذلك ممكنا.
وتلتزم بحظر النشر، الذي تفرضه الجهات المسؤولة.

الباب الرابع

وكالات الأنباء الوطنية

تعريف وكالات الانباء الوطنية:

تقوم هذه الوكالات بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجها وترسالها الى الخارج.. اما الأخبار التي تصلها من الخارج فتنشرها فقط في بلدها وبصرف النظر عن كونها تمتلك مكاتب للمراسلين في دول اخرى فهي بجوهرها وكالات وطنية. وتعرف ايضاً باسم وكالات الأنباء المحليّة، وتُعرف باللغة الإنجليزية بمصطلح (Local News Agencies) ، هي وكالات تهتمّ بالشؤون، والأخبار المحليّة للدولة التي توجد فيها، وعادةً لا تهتم بالأخبار الدوليّة إلا في حال كانت مهمّةً جداً، وذات تأثيرٍ عالميّ، أو كانت مرتبطةً بالدولة التي توجد بها، وتحرص وكالات الأنباء المحليّة على جمع الأخبار حول كافّة المجالات داخل الدولة، ونشرها باستخدام وسائل النشر الصحفيّة: كالصحف اليوميّة، والنشرات الإخباريّة على المحطات التلفزيونيّة، وإذاعات الراديو المحليّة.[١]

[١] https://mawdoo3.com

أسباب تأسيس الوكالات المحلية:

جاء إنشاء الوكالات المحلية نتيجة الإحساس العام بالخطر الذي يشكله سيطرة وكالات الأنباء الكبرى على الأخبار، فكان لا بد من التشجيع على ظهور وكالات أنباء محلية، والتي ظهرت في جميع أنحاء العالم. وتتسم في معظمها بقدراتها المحدودة على جمع وبث الأنباء نتيجة لقدراتها البشرية والمالية والتكنولوجيا البسيطة، بحكم كونها وكالات حكومية وشبه حكومية، بالإضافة إلى الإجراءات البيروقراطية التي تعرقل حركات بعضها وقدراتها على الاضطلاع بمتطلبات العمل الإعلامي

وهذه الوكالات أنشأتها الدول، خاصة في دول شرق أوروبا ودول العالم الثالث بعد الحصول على الاستقلال، للتحكم في تدفق الأنباء الخارجية من والى الدولة، وذلك بهدف ضمان سيطرة الحكومات على تداول المعلومات في المجتمع.

وتقريبا فان لدى كل دولة في العالم وكالة أنباء خاصة بها وتعد هذه الوكالات مصدراً مهماً للإخبار الخاصة بالدول التي تعمل بها، وكثيراً ما تعتمد عليها وكالات الأنباء العالمية في جمع أخبار دولها من خلال اتفاقيات تبال وتوزيع الأخبار.

إذ تقوم الوكالة الوطنية بتوريد أخبار الدولة إلى الوكالة العالمية في مقابل منحها امتياز توزيع خدمات الوكالة العالمية داخل الدولة على المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، وباعتبار أنها وكالات نشأت داخل الدول وفي حدود نطاقها الجغرافي (أنشأتها حكومات الدول) فأنها تقوم بدورين هما:

(١) تغطية أحداث الدولة لصالح الصحف المحلية ووسائل الإعلام وتبادل الأخبار من خلال اتفاقيات مع الوكالات الأخرى. وهي وكالات حكومية ليس هدفها الربح ولا يهمها الخسارة وهي غير فعالة في التدفق الدولي للإخبار والمعلومات.

(٢) نشر أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية داخل الدولة وتتولى تصفية وتنقية الأخبار وتقوم الوكالة الوطنية بدور حارس البوابة وذلك بهدف السيطرة على تدفق الأخبار الآتية من الخارج والخارجة من الدولة وبالتالي فان عملها هو عمل وساطة وليس عمل فعلي.

ومن العوامل التي ساعدت على ظهور وكالات الانباء الوطنية او المحلية: استقرار الأوضاع التي تلت تقسيم العالم في نهاية الحرب العالمية الأولى، وزيادة عدد الدول المستقلة بعد الحرب العالمية الثانية ساعد على ظهور عدد كبير من وكالات الأنباء المحلية والتي أصبحت تساوي العلم والنشيد القومي والتمثيل الخارجي ورمزا للهيبة والاحترام. وكانت الموجه الأولى لإنشاء أو إعادة تنظيم وكالات الأنباء قد أتت مع خلق حكومات جديدة في مختلف بلدان أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية.

فهناك حوالي ٢٤ وكالة بدأت عملياتها بين عامي ١٩٤٥م و ١٩٤٩م، وفي نفس الوقت كان هناك عدد من الوكالات التي افتتحت أعمالها أو أعادت تنظيم نشاطها في عدد من دول آسيا خلال سنة ١٩٥٠م، عندما أنشئت وكالات جديدة في آسيا وشمال وجنوب أمريكيا وأوروبا، وكذلك في شمال أفريقيا وفي أفريقيا جنوب الصحراء.

وكانت الموجة الواسعة الثانية لانتشار وكالات الأنباء المحلية في الستينات عندما أنشئت ٢٣ وكالة في الدول الأفريقية حديثة الاستقلال، وكذلك في آسيا وأمريكيا الجنوبية. وترتبط الوكالات المحلية ارتباطاً وثيقاً بالسلطات العامة، وتعمل على تغطية الأنباء المحلية بصفة خاصة في البلد التي توجد بها الوكالة بصورة شبه كاملة. ولا شك أنها تستطيع أن تفعل ذلك بطريقة أكثر تفصيلا مما تقوم به الوكالات العالمية وتعمل وكالات الأنباء المحلية على جمع الأخبار وتوزيعها على الوكالة العالمية التي ترتبط بها.

ولا شك أن هذا الأسلوب يخفف عن الوكالات العالمية جانباً من أعبائها، ولكنه يحرمها في مقابل ذلك عدد لا يستهان به من العملاء، ويرتبط عدد كبير من هذه الوكالات المحلية ارتباطاً وثيقاً بالوكالات العالمية التي تنشر خدماتها، إلا أن بعضها الآخر لا يربطها بها سوى عقود ليست

على جانب كبير من الأهمية ويمكن إلغاؤها أو العدول عنها في أي وقت. وتحرص الوكالات المحلية على نشر الأخبار المحلية والرسمية، والمتعلقة بإنجازات التنمية التي دأبت الوكالات الكبرى على تجاهلها.
ومن نقاط ضعفها على وجه العموم أنها تنقل وجهة النظر الرسمية ولا تهتم بتغطية وجهات النظر المنافسة، مما لا يحقق توازناً موضوعياً لإطلاع الشعب على حقائق أحداث الحياة في المحيط الاجتماعي.
ويمكن إجمال أهم المشكلات التي تعاني منها الوكالات المحلية بما يلي :

(١) قلة الخبرة الفنية.
(٢) ضعف الامكانات المادية.
(٣) اقتصار تغطيتها الإخبارية على العواصم والمدن الرئيسة في بلدانها، وبعض العواصم الأوروبية.
(٤) قلة عدد المراسلين في الداخل والخارج.
(٥) تأثرها الذي قد يصل في بعض الأحيان - حد التبعية بوكالات الأنباء العالمية.

ووكالات الأنباء في الدول العربية هي وكالات محلية، باستثناء وكالة أنباء الشرق الأوسط التي باتت تصنف من الوكالات شبه الدولية، وعندما تأسست هذه الوكالات في أعقاب حصول الدول العربية على استقلالها لتحقيق هدفين أساسيين هما:
أ. السيطرة على حركة الأخبار الخارجة من البلاد تحت مسمى نقل ما يدور من أحداث وما يتم من إنجازات داخل الدولة في العالم العربي.
ب . السيطرة على الأخبار الداخلة إلى الدولة تحت مسمى توفير المادة الإخبارية والمعلومات عما يقع خارج الدولة لوسائل الإعلام الوطنية.

تطور وكالات الأنباء المحلية أو القومية:

إن الاقطار العربية حتى منتصف الخمسينات من القرن الماضي كانت تفتقر الى وكالات انباء محلية لذا كانت وسائل الإعلام تعتمد في الحصول على الأخبار العربية والعالمية على وكالات الأنباء العالمية والاذاعات العربية والاجنبية وبعد ذلك التاريخ اقدمت بعض المؤسسات الخاصة في بعض الاقطار العربية على تاسيس وكالات للانباء وكان ذلك في مصر والمغرب، فقد اقامت الصحف المصرية عام ١٩٥٦ وكالة انباء الشرق الاوسط كشركة خاصة عام ١٩٥٩ غير ان هذه التجربة لم تتجاوز هذين القطرين اذ عمدت بقية الاقطار العربية الى اقامة وكالات أنباء رسمية خاصة بها.
وقد تحولت وكالة انباء الشرق الاوسط الى القطاع العام عام ١٩٦١ كما تحولت الوكالة المغربية الى مؤسسة رسمية تعبر عن رأي وفكر السلطة السياسية وتعرف باختياراتها المركزية وتساندها مساندة مطلقة لذلك فان الحكومات العربية هي التي تمول ميزانيات وكالات الأنباء.
وتشكل الوكالات المصدر الاساسي للاخبار المتدفقة وطنيا والتي تستغلها بنسبة كبيرة باقي وسائل الإعلام كالصحافة والاذاعة والتلفزيون وهذا ما يجعل وسائل الإعلام في البلد الواحد متشابهة تماما ومعتمدة اساسا على ما تبثه وكالات الأنباء الرسمية وخصوصا فيما يتعلق بمختلف نشاطات السلطة والهيئات الرسمية التابعة لها، وعموما فان حجم الميزانيات المخصصة لوكالات الأنباء ضعيف الى حد ما ولا يسمح في اغلب الاحيان بتطوير شبكه الوكالات على الاقل وطنياً.
فالمكاتب المحلية لهذه الوكالات هزيلة العدد وفي بعض الحالات غير موجودة اطلاقا كما ان العنصر البشري لا يسمح عادة بتطوير شبكة المكاتب المحلية لهذه الوكالات.. وقد ادى هذا الوضع الى سيطرة وكالات الأنباء العالمية على سير تدفق الأخبار محليا ودوليا ذلك لان ضعف وكالات الأنباء العربية يجعلها تعتمد على الوكالات العالمية ولوكالات الأنباء العربية وظيفتان رئيسيتان هما:

١- جمع وتوزيع الأنباء المحلية.

٢- ضبط توزيع واستخدام الأخبار المتدفقة من المصادر المختلفة سواء محلية او عربية او عالمية بحيث تراعي وجهه النظر الرسمية وتتفاوت الامكانات البشرية والمادية والفنية بين وكالات الأنباء العربية فبعضها كبير والاخر صغير بل ان بعض هذه الوكالات لا تمتلك اجهزة البث الاخباري التليبرنتر فتعمد الى توزيع نشرات مطبوعة مثل وكالة الأنباء في اليمن وموريتانيا.

وتعاني معظم الوكالات العربية من عدم توفر المرسلات الكافية لايصال نشراتها الى مناطق اخرى خارج حدودها.. ولما كانت هذه الوكالات تركز على اوربا في توزيع اخبارها فعمدت الى افتتاح مكاتب لها في الدول الاوربية في وقت تغطي وكالات الأنباء العربية ٩٥% من استقبال وبث الأخبار داخل الحدود العربية.

وقد ظهرت دعوات على مستوى المؤسسات العربية والافراد الى ضرورة اقامة وكالة انباء عربية قوميه ودولية لانهاء السيطرة الدولية للوكالات الكبرى الا ان هذه الدعوات لم تلق استجابة من الدول العربية لانشاء هذه الوكالة لاسباب تتعلق بالمشاكل الكثيرة التي تواجهها الوكالات العربية في عملها منها:

(١)مشاكل داخلية ومن هذه المشاكل السعي الى تحقيق الربح عن طريق تفضيل الكمية على النوعية، وتقديم اخبار ناقصة بهدف كسب اكبر عدد من المشتركين، والسرعة على حساب الدقة، وقيام الوكالات بسرقة الأخبار المبثوثة من الوكالات الاخرى واعطاء مصدر الوكالة السارقة، بجانب عدم تفهم بعض المسؤولين وتصورهم بان الإعلام اداة لخدمة الاشخاص، فضلاً عن نقص الكادر الفني المتخصص في عمل الوكالات.

(٢)اما المشاكل الخارجية فهي: الفهم الخاطئ لكثير من الدول والمسؤولين حول تبعيه الوكالت، بجانب الخدمات العربية تؤثر على عمل الوكالات والمراسلين، وتوفر فرص لمراسلي الوكالات المعتمدين.

ومن المفيد ذكر اسماء عدد من الوكالات العربية ورموزها المستخدمة في البث:

(١)وكالة انباء الشرق الاوسط (أ. ش. أ).
(٢)وكالة الأنباء العراقية (واع) توقف بثها بعد حل وزارة الإعلام.
(٣)وكالة الأنباء السورية (سانا).
(٤)وكالة الأنباء الجزائرية (داج).
(٥)وكالة الأنباء اليمينة (سبأ).
(٦)وكالة الأنباء الاردنية (بترا).
(٧)وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا).
(٨)وكالة انباء المغرب العربي (حاب).
(٩)وكالة تونس افريقيا (وات).
(١٠) وكالة انباء السودانية (سونا).
(١١) وكالة انباء الامارات (وام).
(١٢) وكالة الأنباء القطرية (قنا).
(١٣) وكالة الأنباء الكويتية (كونا).
(١٤) وكالة الأنباء الليبية (واقع).
(١٥) وكالة الأنباء السعودية (واس).
(١٦) وكالة الأنباء الصومالية (صونا).
(١٧) وكالة انباء عمان (العمانية).
(١٨) وكالة انباء الخليج (و. أ. خ).
(١٩) وكالة الأنباء الموريتانية (وحص).
(٢٠) اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا).

وفيما يلي نبذة مختصرة عن وكالات الأنباء العربية:

(١) المملكة الاردنية الهاشمية:

وكالة الأنباء الأردنية (بترا): (Petra) Jordan News Agency

انشأت في 16 تموز (يوليو) 1969 كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الاعلام، وبدأت في مطلع 1976 بثها بواسطة اللاسلكي. في عام 1994 بدأ بثها عن طريق الاقمار الصناعية. موقعها على الانترنت www.petra.gov.jo[11] انشأت عام 1997 لغرض توزيع نشرتها العربية والانكليزية، وفي عام 2000 الغت الوكالة نشرتها المقيدة والخارجية وابقت على نشرة عامة باللغتين للبث للخارج والداخل ومن ثم بدأت بنقل نشرتها آليا الى موقع الانترنت. لها في الموقع العديد من الروابط.

(٢) دولة الإمارات العربية المتحدة:

وكالة أنباء الإمارات (وام): (WAM) Emirates News Agency

موقعها على الإنترنت www.wam.org.ae ويعود تاريخ بث اول خبر على موقعها على الانترنت الى 1999/11/28. توفر معلوماتها باللغتين العربية والإنكليزية. في الصفحة العديد من الروابط التي تخدم الباحثين.

(٣) مملكة البحرين:

وكالة أنباء البحرين (بنا): (BNA) Bahrain News Agency

موقعها على الإنترنت www.bna.bh ويعود تاريخ بث اول خبر على موقعها على شبكة الانترنت الى 2003/1/7. توفر الوكالة معلوماتها باللغتين العربية والانكليزية. يضم الموقع روابط متعددة فضلا عن التلفزيون المباشر.

(٤) الجمهورية التونسية

أخبار تونس (وكالة الأنباء التونسية): Tunisia News

موقعها على الإنترنت www.Akhbar.tn ويعود تاريخ أول خبر بث لها على الانترنت الى 2003/1/1. توفر معلوماتها باللغات العربية والانكليزية والفرنسية، لها نقل مباشر للراديو والتلفزيون مع آخر الأخبار الإذاعية والتلفزيونية. في صفحة الموقع الرئيسة تتوافر العديد من الروابط.

(٥) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وكالة الأنباء الجزائرية (واج): (APS) Algeria Presse Service

موقعها على الإنترنت www.aps.dz بدأت في 18 شباط (فبراير) 1998 بافتتاح موقعها على الشبكة، وفي نوفمبر من ذات العام بدأت البث عبر الاقمار الصناعية. انشأت وكالة الانباء الجزائرية في الاول من كانون الاول (ديسمبر) عام 1961 في غمار الثورة الجزائرية. في الاول من كانون الثاني (يناير) من1994 بدأت في وضع نظام للتحرير يعمل بالاعلام الالي وفي 25 ابريل من عام 1995 بدأت توزيع اخبارها آليا. تقدم الوكالة اخبارها باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية، وفي الصفحة الرئيسة تقدم الوكالة روابط متعددة.

(٦) جمهورية جيبوتي

وكالة الاخبار الجيبوتية (ADI) Agence Djiboutienne d'Information

موقعها على الانترنت www.adi.dj تأسست الوكالة في 19اذار (مارس) 1978كوكالة رسمية ذات استقلال مادي تنشر الاخبار المهمة المحلية، الا انها توقفت في بعض السنوات لعدم توفر الميزانية. اعيد احياؤها مرة ثانية عام 1999وبدأ بثها الاخباري على شبكة الانترنت في ايلول (سبتمبر) 2001. تذكر الوكالة في موقعها انها تبث بثلاث لغات الفرنسية والانكليزية والعربية، الا ان الواجهة الفرنسية هي المتاحة فقط.

(٧) المملكة العربية السعودية

وكالة الأنباء السعودية (واس): (SPA) Saudi Press Agency

موقعها على الإنترنت www.spa.gov.sa ويعود تاريخ بث اول خبر على شبكة الانترنت الى 24 يوليو (تموز) 2002. توفر الموقع باللغتين العربية والإنكليزية وهناك محاولة لانشاء

واجهة اخرى باللغة الفرنسية الا انها لاتزال قيد الانشاء. تأسست وكالة الانباء السعودية عام 1971 كوكالة وطنية تكون جهازا مركزيا لجمع وتوزيع الاخبار. في كانون الاول (ديسمبر) من عام 1997 بدأت تستخدم الحاسوب في اعمالها كافة من ارسال واستقبال الاخبار وفي تصنيف وحفظ المعلومات. في الصفحة الرئيسة روابط عديدة.

(٨) جمهورية السودان

وكالة السودان للأنباء (سونا): (SUNA) Sudan News Agency

موقعها على الإنترنت هي www.suna-sd.net ويعود تاريخ بث اخبارها على شبكة الانترنت لعام 2003، وتحديدا يوم 2003/9/18 حيث وجد اقدم خبر في البحث. تعطي الأخبار باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية، توفر الصفحة الرئيسية للوكالة العديد من الروابط.

(٩) الجمهورية العربية السورية

الوكالة العربية للأنباء السورية (سانا): (SANA) Syrian Arab News Agency

موقعها على الإنترنت www.sana.org لم تتمكن الباحثة من تحديد تاريخ انشاء الموقع سواء من خلال الوثائق او من خلال تاريخ بث الاخبار عبر الموقع اذ ان الدخول للارشيف يتطلب اشتراك. انشئت الوكالة في 24 يونيو (حزيران) 1965 كمؤسسة ذات استقلالية ماليه وادارية. بدات عملية آلية وظائفها منذ عام 1970. يعرض الموقع ثلاث واجهات باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية. في الصفحة الرئيسة للموقع هناك عدد من الروابط.

(١٠) جمهورية الصومال الديمقراطية

شبكة الاخبار الصومالية (سنا): (SNN) Somali News Network

موقعها على الإنترنت www.snnnews.net أما تاريخ إنشاءها أو بدء بثها على الانترنت فانه لم يتوافر للباحثة اية معلومات توثيقية او من خلال الشبكة للوقوف على ذلك. توفر الوكالة معلوماتها على الانترنت باللغة الإنكليزية والمحلية. في الصفحة الرئيسة العديد من الروابط ومنها راديو البي بي سي وراديو الصومال (سنا) وراديو السويد.

(١١) جمهورية العراق

وكالة الأنباء العراقية (واع): (INA) Iraqi News Agency

موقعها على الإنترنت www.uruklink.net/iraqnews(سابقا) يعود تاريخ بثها على الانترنت لعام 1999. تعد وكالة الانباء العراقية من وكالات الانباء الاوائل في الوطن العربي اذا يعود تاريخ انشاؤها لعام 1959 تعطي الأخبار باللغتين العربية والإنكليزية ولها روابط محتلفة على صفحتها الرئيسة والتقارير المنوعة. متوقفة حاليا بسبب الغاء وزارة الاعلام العراقية.

(١٢) سلطنة عمان

وكالة الأنباء العمانية (العمانية): (ONA) Oman News Agency

موقعها على الإنترنت www.omannews.com لم تتمكن الباحثة من الحصول على تاريخ بدء البث على الانترنت، الا ان انشاء وكالة الانباء العمانية كان في29 ايار (مايو) 1986. وفي 1997 اصبحت الوكالة احدى وحدات مؤسسة عمان للصحافة والانباء والنشر والاعلان، حيث تعد القناة الرسمية لانباء السلطنة وتوفر واجهة باللغتين العربية والانكليزية. في الصفحة الرئيسة الوكالة العديد من الروابط.

(١٣) دولة فلسطين

وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا): (WAFA) Palestine News Agency

موقعها على الإنترنت www.wafa.pna.net ويعود تاريخ بث اخبارها على الموقع الى بداية عام 2004. توفر الوكالة معلوماتها على الانترنت باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية والعبرية. في صفحتها الرئيسة توفر الوكالة العديد من الروابط.

(١٤) دولة قطر

وكالة الانباء القطرية (قنا) : (QNA) Qatar News Agency)

موقعها على الإنترنت www.qnaol.com بدأ البث على الانترنت في 31 كانون الاول (ديسمبر) 2002. توفر الوكالة معلوماتها على الانترنت باللغين العربية والإنكليزية. في صفحتها الرئيسة توفر الوكالة العديد من الروابط. في 27 من حزيران (يونيو) 1995 تم الغاء وزارة الاعلام حيث تم تأسيس هيئات اعلامية مستقلة:

(١٥) دولة الكويت

وكالة الأنباء الكويتية (كونا): (KUNA) Kuwait News Agency

موقعها على الإنترنت www.kuna.net.kw انشأت الوكالة في 6 أكتوبر 1976 كمؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية. يعد تاريخ 1998/5/1 اقدم خبر موجود على موقع الوكالة على الانترنت. وتعطي اخبارها باللغتين العربية والانكليزية. في الصفحة الرئيسة لها العديد من الروابط كما توفر الوكالة الخدمة الصوتية للاخبار.

(١٦) الجمهورية اللبنانية

وكالة الأنباء اللبنانية (الوكالة الوطنية للإعلام): (NNA) National News Agency

موقعها على الإنترنت هو www.nna-leb.gov.lb بدأ البث عبر الموقع في 2003/8/20 باللغة العربية على الرغم من ان تصميم الموقع بالكامل باللغة الانكليزية. في الصفحة الرئيسة توفر الوكالة عددا من الروابط.

(١٧) الجماهيرية العربية الليبية

وكالة الجماهيرية للانباء (أوج): (JANA) Jamahiriya News Agency

موقعها على الإنترنت www.jamahiriyanews.com تأسست عام 1964. اما بثها عبر الاقمار الصناعية فقد بدأ منذ عام 1997. توفر الوكالة معلوماتها على الانترنت باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية. لها في صفحتها الرئيسة عدد قليل من الروابط.

(١٨) جمهورية مصر العربية

وكالة أنباء الشرق الأوسط (أش أ): (MENA) Middle East News Agency

موقعها على الإنترنت www.mena.org.eg تأسست في 15 ديسمبر عام 1955 . تعد من اقوى واكبر وكالة انباء عربية واقليمية وافريقية، اذ يأتي ترتيبها الحادي عشر في قائمة وكالات الانباء العالمية (وفق تقرير منظمة اليونسكو). تبث اخبارها باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية. توفر الوكالة العديد من الروابط الا ان هذه الروابط والنشرات متاحة للمشتركين فقط.

(١٩) المملكة المغربية

وكالة المغرب العربي للأنباء (و م ع): (MAP) Maghreb Arabe Presse

موقعها على الإنترنت www.map.ma تم تدشين الموقع في اذار (مارس) 1997 وتقدم نشرتها الإخبارية باللغات العربية والفرنسية والإنكليزية والاسبانية. انشأت وكالة المغرب العربي للانباء في 18 تشرين الثاني (نوفمبر) 1959 ببث اول برقية باللغة الفرنسية. في الصفحة الرئيسة هناك العديد من الروابط.

(٢٠) الجمهورية الإسلامية الموريتانية

الوكالة الموريتانية للأنباء (و م ا): (AMI) Agence mauritanienne d'information

موقعها على الإنترنت هو www.ami.mr انشأت في 9 كانون الثاني (يناير) 1991 كمؤسسة عمومية ذات طابع اداري وشخصية اعتبارية واستقلالية مادية. تبث اخبارها باللغتين العربية والفرنسية. اما بثها على شبكة الانترنت فيعود الى بداية عام 2001. لها العديد من الروابط في صفحتها الرئيسة.

(٢١) الجمهورية العربية اليمنية

وكالة الأنباء اليمنية (سبأ): (SABA) Yemen News Agency

موقعها على الإنترنتwww.sabanews.net عرفت بهذا الاسم عقب قيام الجمهورية اليمنية في الثاني والعشرين من مايو 1990م، بعد دمج وكالة سبأ للأنباء (يوليو 1970) ووكالة أنباء

عدن (فبراير 1970). يعد حزيران (يونيو) 2003 هو اقدم تاريخ يحمل اخبارا في الموقع. تعرض موقعها باللغتين العربية والانكليزية. في الصفحة الرئيسية عدد من الروابط.

ونتناول في هذه الجزئية بالتفصيل عينة من بعض الوكالات العربية:

أولاً: وكالة انباء الشرق الاوسط:

تأسست في ١٥ ديسمبر عام ١٩٥٥ كشركة مساهمة تملكها دور الصحف المصرية برأسمال لم يتجاوز في ذلك الوقت ٢٠ ألف جنيه ، ثم شاركت الحكومة المصرية بالنصف بعد عدة أشهر إلى أن صدر قرار مجلس الوزراء المصري فى ٨ فبراير ١٩٥٦ بإنشاء الوكالة ، وفي الثامن والعشرين من فبراير بدأت توزيع أولى نشراتها باستخدام جهاز "الرونيو " .

* في ١٦ أبريل عام ١٩٥٦ بدأت الوكالة بث نشراتها على أجهزة "التيكرز " كأول وكالة إقليمية في الشرق الأوسط .

* في عام ١٩٦٠ صدر قرار بتأميم الوكالة مع باقي المؤسسات الصحفية وأصبحت تتبع وزارة الإعلام حتى إستقر وضعها عام ١٩٧٨ بوصفها "مؤسسة صحفية قومية" تتبع مجلس الشورى مثلها في ذلك مثل باقي المؤسسات الصحفية القومية في مصر.

* في عام ١٩٩٦ بدأت الوكالة في بث خدماتها عبر ثلاثة أقمار إصطناعية تغطي قارات أفريقيا وآسيا وأوروبا والأمريكتين .. حيث استخدمت "أ ش أ " الكمبيوتر في جميع عمليات تحرير وبث الأخبار عبر الأقمار الإصطناعية بدلا من أجهزة "التيكرز"

* تبث الوكالة أخبارها بثلاث لغات هى العربية والانجليزية والفرنسية ، حيث وصل عدد اخبارها ما يزيد عن ألف خبر يومياً.

وقد تغير مفهوم عمل الوكالة من كونها وكالة أنباء خدمية فقط "service " والتحول – لاسيما في ظل المتغيرات الجيوسياسية التي خلقتها ثورة ٢٥ يناير المجيدة – إلى مفهوم العمل المهنى " monetizing the service " ، والإتجاه إلى تعظيم الموارد الذاتية للوكالة خاصة البشرية منها إسوة بكبريات وكالات الأنباء على مستوى العالم.

فقد قامت الوكالة مؤخرا بتطوير الخدمات الإخبارية الحالية وإستحداث خدمات إخبارية جديدة كخدمة الصحافة التليفزيونية Video Bulletin Service ووحدة التواصل الإجتماعى Social Media unite ووحدة Department graph Info .

ووحدة الرسائل النصية القصيرة " sms" عبرشبكات المحمول الثلاث العاملة فى مصر، وذلك بالتزامن مع إنتقال بث الوكالة لأخبارها إلى المشتركين عن طريق البورتال الرسمى الخاص بها ..

* تبث الوكالة إعتبارا من عام ١٩٩٦ وحتى الآن نشراتها عبر موقع الوكالة الإخبارى www.mena.org.eg على شبكة الإنترنت والذى تم تحديثه عام ٢٠٠٥.

ومع مطلع عام ٢٠١٣ تم دمج الموقع الإخبارى بجميع إمكانياته ضمن البوابة الإلكترونية الشاملة لوكالة أ.ش.أ عبر الموقع www.portal.mena.org.eg

إضافة الى إستمرار بث إرسال الوكالة عبر الأقمار الصناعية الذى بدء عبر القمر الأوروبى Hot Bird وإنتقل ليكون عبر القمر الصناعى المصرى النايلسات منذ إنطلاقه وحتى الآن .

* ويأتى الإتجاه إلى تدشين البورتال الجماهيرى والخدمات الإخبارية الأخرى تأكيدا لدعم المفهوم الجديد لصحافة المواطن وعدم قصر عمل الوكالة فقط على التعامل مع وسائل الإعلام وحرصا على مواكبة الجديد فى مجال صحافة الويب او الإعلام الرقمي اسوة بكبريات وكالات الأنباء العالمية .

وبذلك يكون للوكالة موقعان على الشبكة العنكبوتية "الانترنت" أحدهما خاص بالمشتركين ، والثاني جماهيرى لبث نشرات وخدمات إخبارية متطورة ، ولتصبح أ ش أ بذلك الاولى من نوعها بين وكالات الأنباء بمنطقة الشرق الاوسط والثانية من نوعها على مستوى العالم التى لها موقع جماهيرى للتعامل مع الزائرين إلى جانب المشتركين.

<u>أهداف وقيم (أ ش أ):</u>

تركزت أهداف وقيم الوكالة منذ نشأتها على ما يلي:
* الحصول على الأنباء من مصادرها المختلفة في الداخل والخارج ومتابعة الاحداث والتطورات المحلية والاقليمية والدولية لحظة بلحظة بكل دقة وحرفية ومصداقية وحيادية وبثها وتسويقها ، باعتبارها وكالة أنباء إقليمية تقدم - من هذا المنظور - رؤية واعية للأحداث والتطورات التي تهم المنطقة سواء ما جرى منها في المنطقة ذاتها أو ما يتصل بها في عواصم العالم المختلفة.
* إعداد مختلف المواد الصحفية من تحقيقات وصور وأبحاث ودراسات وتقارير وتسويقها في الداخل والخارج.
* إصدار النشرات النوعية المتخصصة باللغات الثلاث العربية والانجليزية والفرنسية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والعلمية والثقافية والبيئية .
* تقديم الخدمات الإخبارية الخاصة لوكالات الأنباء العالمية ولمراسلي وسائل الإعلام المقيمين بالقاهرة أو بالمنطقة.
* تقديم خبراتها الصحفية الفنية للعاملين في مجال الصحافة والإعلام ووكالات الأنباء الوطنية في العالم العربي وأفريقيا ودول العالم الثالث ، وذلك من خلال "مركز تدريب الشرق الأوسط " التابع للوكالة الذي يتيح دورات تدريبية في مجالات العمل الصحفى للمهتمين في مصر وخارجها.

التعاون الدولي:

* ترتبط وكالة أنباء الشرق الأوسط بعقود تعاون وتبادل إخباري مع (٣٠) وكالة أنباء عربية وإقليمية ودولية، كما أنها عضو مؤسس في وكالة الأنباء الإسلامية ووكالة الأنباء الأفريقية ومجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز واتحاد وكالات الأنباء العربية ورابطة وكالات أنباء البحر المتوسط
* ترتبط الوكالة أيضا باتفاقيات وبروتوكولات تعاون وأنشطة مع عدد من المنظمات الدولية المعنية بشئون الصحافة والتدريب والتحديث والتطوير على رأسها مؤسسة فريدريش نومان الألمانية Friedrich Numann . التى كان لها الدور الكبير فى توفير أنشطة تدريبية عالية المستوى لصحفيى الوكالة والشبكة العربية لدعم الإعلام " الصوت الحر " الهولنديةِ Arab Network for Media Support وأكاديمية الدويتش فيلا الألمانية D-W academy وغيرها..

التنظيم الإداري للوكالة :

هذا الجهد اليومي الذي يجعل الوكالة كخلية نحل .. يحقق أهدافه من خلال تنظيم إداري .. يوفر إنضباط العمل ويلبي احتياجاته بمرونة وسلاسة .. ويؤدي إلى سرعة وسلامة الاتصال الإيجابي بين مختلف أجهزة وقطاعات المؤسسة ويقف على قمة هذا التنظيم رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير الذي يرأس بحكم منصبه مجلس إدارة الوكالة من خلال القطاعات الادارية والفنية المعاونة.

رئيس مجلس الادارة ورئيس التحرير:

يدير رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير بالوكالة العمل اليومي من خلال عشرة قطاعات يتضمنها التنظيم الإداري للوكالة.

مجلس الادارة:

ويتكون مجلس الإدارة من اثني عشر عضوا بجانب الرئيس ، يعين مجلس الشورى نصفهم بناء على ترشيح رئيس مجلس الإدارة ، والنصف الآخر يتم إختيارهم بالإنتخابات المباشرة من قبل العاملين بالوكالة ويختص مجلس الإدارة بوضع السياسات وخطط العمل والموازنات السنوية ومشروعات تطوير وتحديث العمل بالوكالة ، ويجتمع المجلس مرة كل شهر على الأقل ويتولى رئيس مجلس الإدارة إختصاصات المجلس أثناء عدم إنعقاده ويتولى بحكم القانون إدارة وتوجيه العمل اليومي للوكالة.

الجمعية العمومية:

تتكون الجمعية العمومية من ٣٠ عضوا يتم إختيار نصفهم بالإنتخاب المباشر من العاملين بالوكالة .. والباقون يتم تعيينهم بقرار من مجلس الشورى على أن يكون عدد منهم من الشخصيات العامة ، وتختص بمتابعة أداء مجلس الإدارة وإعتماد خطط وبرامج العمل والموازنات السنوية والموازنات التخطيطيه للوكالة.

مجلس التحرير:

يختص بالاشراف على أنشطة الوكالة التحريرية ويعقد اجتماعاته يوميا برئاسة رئيس التحرير او أكبر نوابه سنا في حالة عدم حضوره، وذلك لمناقشة وبحث المستجدات على الساحة الى جانب متابعة عمل المراسلين في الداخل والخارج ، كما يختص باختيار المراسلين للمكاتب الخارجية وكافة الامور المتعلقة بالعمل الصحفي .. ويشارك في عضويته نواب رئيس التحرير والمشرفون على الاقسام المختلفة بالوكالة.[١]

ثانياً: وكالة السودان للأنباء (سونا):

تعد وكالة السودان للأنباء – سونا- نموذجاً من نماذج وكالات الأنباء الوطنية التي أنشئت على المحيط العربي والإفريقي، بعد أن نالت الدول استقلالها لتدعم الأداء الإخباري، وتحقق في هذا المجال.

جاء قرار إنشاء وكالة السودان للأنباء في ١٩٧٠/١/١م ضمن خطاب الرئيس الأسبق جعفر نميري الذي ألقاه في مدينة الأبيض بمناسبة أعياد الاستقلال و تم افتتاح (سونا) رسمياً في العيد الثاني لثورة مايو في العام ١٩٧١م، وفي ٢١ سبتمبر ١٩٧٠م أصدرت الوكالة أول نشرة إخبارية باللغتين العربية والإنجليزية.

وصدر أول قانون لوكالة السودان للأنباء في ١٩٧٣/١١/١٩م، وصدر بعد ذلك عدد من القوانين، وعندما صدر قانون الهيئات العامة لسنه ٢٠٠٣م كان لابد للوكالة من توفيق أوضاعها بإلغاء قانون عام ١٩٩٨م، وإصدار أمر تأسيس يتسق وأحكام قانون الهيئات الجديد، فأجاز مجلس الوزراء في ٢٠٠٧/٢/١١م أمر تأسيس الهيئة العامة وكالة السودان للأنباء وتمت إضافة عدد من الخدمات الجديدة كخدمة الفيديو.

أغراض واختصاصات وكالة سونا:

تتلخص أغراض واختصاصات الوكالة في جمع الأخبار والمعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية من داخل السودان وخارجه ونشرها بعد معالجتها بكل الوسائل التقنية الحديثة وتوظيفها في خدمة مصالح السودان داخليا وخارجياً.

وفيما يتعلق بالتقنية والتكنولوجيا فقد شهدت (سونا) منذ نشأتها تطورا تقنيا كبيرا، وتمكنت من توسيع دائرة نشاطها في جمع وتوزيع الأخبار والمعلومات، ليشمل أقاليم السودان المختلفة من خلال شبكة لاسلكية، ثم شبكة حاسوبية. وفي العام ٢٠١٠م أدخلت الوكالة المينوس لتوسيع دائرة تبادل الأخبار داخل وخارج السودان وإدخال خدمات جديدة كخدمة الفيديو.

سونا اليوم:

تتكون الوكالة حاليا من ثلاث قطاعات متكاملة في مقدمتها قطاع التحرير، ثم قطاعين مساعدين، هما قطاع الشئون الفنية والهندسية وقطاع الشئون المالية والإدارية.

سونا المصورة:

في إطار الانتقال إلي خدمات الوسائط المتعددة (النص، الفيديو والصوت)، قامت (سونا) بإنشاء أستوديو وصالة للمونتاج والإخراج، لتسجيل المواد والأفلام الوثائقية والبرامج الحوارية. وفي إطار هذه الخطوة تم إنشاء صالة للأخبار بمواصفات تقنية عالية تحتوي علي (٥٢) جهاز حاسوب مرتبط بشبكة داخلية مزودة بشبكة الانترنت.

المراسلون:

[١] https://www.mena.org.eg/ar/section/aboutusar

تغطى (سونا) بخدماتها الولايات الشمالية البالغ عددها ١٥ ولاية، بعد انفصال جنوب السودان في العام ٢٠١١م، حيث تقوم بالتغطية الخبرية لكافه الأنشطة والأحداث على مدار الساعة عبر مراسليها المنتشرين فى رئاسات الولايات ومناديبها في كافه المحليات والتي تربطها برئاسة (سونا) بالخرطوم عبر شبكة المينوس (MENOS (يبلغ عدد مراسلي (سونا) في الخارج (٢٣) مراسلاً يغطون أوربا واسيا والدول العربية وأفريقيا.

التبادل الاخباري:

ساهمت (سونا) في إنشاء ودعم عدد من وكالات الأنباء العربية والأفريقية، كوكالة الأنباء الأفريقية (بانا)، كما عقدت عدداً كبيراً من الاتفاقيات الثنائية مع عدد من وكالات الأنباء الإقليمية والدولية فاقت الـ (٥٠) اتفاقية في مجال تبادل الأخبار والمعلومات إضافة الى المجال الفني والتدريب.

أما اللغات التي تنشر بها محتواها الإخباري هي اللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، وتستقبل وترسل بها المواد الإخبارية ذات اللغات سالفة الذكر، كذلك أطلقت سونا خدماتها الإخبارية عبر الرسائل القصيرة للهاتف الجوال باللغتين العربية والإنجليزية.[١]

ثالثاً: وكالة الأنباء الموريتانية:

أنشئت الوكالة الموريتانية للأنباء في فاتح يوليو ١٩٧٥ باسم "الوكالة الموريتانية للصحافة" وبثت أول برقية على شريطها الإخباري في نفس اليوم و بالتزامن مع صدور أول عدد من جريدة الشعب بطبعتيها العربية والفرنسية.

وفي الرابع من أبريل سنة ١٩٩٠ أعيدت هيكلة المؤسسة باسمها الحالي (الوكالة الموريتانية للأنباء) بعد إدماجها مع الشركة الوطنية للصحافة وإلحاق يوميتي الشعب وأوريزون بها، لتصبح مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالاستقلال المالي وتخضع لوصاية الوزارة المكلفة بالاتصال.

وقد أسندت إلى المؤسسة عدة مهام، تتمثل أساسا في جمع وتوزيع الأخبار الوطنية، والمساهمة في نشر الثقافة الوطنية والتعريف بتاريخ البلد، ونشر أخباره من خلال البرقيات والتقارير الإخبارية وإعداد الملفات الصحفية.

وتقوم الوكالة اليوم بالمهام التقليدية لوكالات الأنباء من خلال: شريط إخباري يرصد كل الأحداث الوطنية، السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ويعتبر المصدر الأول والموثوق لأخبار موريتانيا. موقع على الانترنت يحوي أرشيفا ومعطيات عامة عن موريتانيا(تاريخ، جغرافيا، مؤسسات دستورية، مقدرات اقتصادية، فرص استثمار..) الأخبار السريعة من خلال خدمة الرسائل القصيرة(SMS) .

وتعتمد الوكالة في إنجازها لهذه المهام على تحريرها المركزي ومحرريها المنتشرين في الوزارات والهيئات والمؤسسات العمومية، إضافة إلى مكاتبها الجهوية المتواجدة في عواصم الولايات ومراسليها في المدن الداخلية. وإضافة إلى هذه المهام تصدر الوكالة الموريتانية للأنباء صحيفتي:"الشعب" و "أوريزون" أقدم وأهم صحيفتين يوميتين في البلاد. وتتمتع الوكالة الموريتانية للأنباء بعلاقات تعاون وشراكة مع كبريات وكالات الأنباء العالمية، حيث تستقبل بث معظمها، وتعتبر المسؤول عن توزيع خدماتها داخل موريتانيا.

كما أن الوكالة عضو نشط في التجمعات المهنية الإقليمية والقارية، فهي عضو مؤسس في مجمع وكالات أنباء المغرب العربي، وعضو في اتحاد وكالات الأنباء العربية، وتجمع وكالات البحر الأبيض المتوسط. وبحكم مهنية طاقمها وخبرتها المتراكمة، فإن الوكالة الموريتانية للأنباء تحتل موقعا متميزا في المشهد الإعلامي الوطني، وتمثل المرجعية لدارسي تاريخ الصحافة الموريتانية، كما أنها تبقى القاطرة لأي تطور للإعلام الموريتاني. وتتوفر الوكالة الموريتانية

[١] http://suna-sd.net/ar/about

للأنباء على أرشيف ثري وغني بالوثائق والصور وأفلام (الميكروويف) يوثق لأهم الأحداث والمحطات البارزة في تاريخ موريتانيا منذ ما قبل الاستقلال.[١]

أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر المعلومات والاخبار:

تمثل وكالات الأنباء مصدرا مهما رئيسيا للأخبار ضمن مسار العملية الإعلامية لقد تبوأت هذه المؤسسات مركز الصدارة في التعامل مع الأحداث ومتابعتها وتغطية مجرياتها للجمهور عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف البلدان والمناطق الساخنة من العالم. وقد استحوذت هذه الوكالات وخاصة الكبيرة منها ذات الصفة العالمية حيزا واسعا ومؤثر في هذا الميدان، وبالتالي هيمنتها على مجرى تدفق الأخبار. يحاول هذا البحث متابعة هذا الموضوع والوقوف على مفاصله المهمة في ضوء التجربة الميدانية للعمل في إحدى الوكالات المحلية.

وتعتبر وكالات الأنباء من ابرز وسائل الإعلام تأثيراً على الصعيدين الداخلي والخارجي.. وهذا التاثير ناتج عن سببين اساسيين هو ان وكالة الأنباء لا يقتصر عملها على المحيط الداخلي وانما يشمل نطاق عملها المحيط الخارجي فهي قادرة على الوصول الى مناطق وبقع جغرافية تعجز وسائل الإعلام الاخرى عن الوصول اليها بسبب الاجهزة المستخدمة في نقل الخبر وبثه.[٢]

وتعد وكالات الأنباء مصدراً للمعلومات تصل إلى الجمهور من خلال جميع وسائل الاتصال الجماهيرية مثل الصحافة المكتوبة والصحافة المسموعة والصحافة المسموعة المرئية والإعلام الجديد الذي ظهر مؤخراً.

ويمكن اعتبار وكالات الأنباء المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه وسائل الاتصال الجماهيرية وتقتبس منه الأخبار والمعلومات والممون الرئيس لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها. وتقوم بدور عالمي مهم في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات ويؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية والبشرية المؤهلة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة إلى مختلف أنحاء العالم، فضلاً عن إمكاناتها المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم وتشكيل الصور الذهنية عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل شخص يعيش على سطح الكرة الأرضية.

وتعتبر وكالات الأنباء مصنع الأخبار في العالم تستخدمها كافة الدول، فهي مؤسسات عملاقة واحتكارات دولية ذات ثقل عالمي، تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها عبر نشر وتبادل المواد التحريرية لهذا فإن الصحيفة والراديو قادرتان على تغطية مناطق جغرافية في الغالب تكون قريبة إلى نقاط البث إلا إذا استخدمت وسائل تقوية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق جغرافية متعددة وهي عملية قد تكون صعبة في كثير من الحالات.

إن معظم وكالات الانباء العربية تأسست بين الخمسينيات والسبعينيات من القرن العشرين، وهي بلا شك تعد المصدر والمنبع الاساسي للاخبار، اذا ما علمنا ان غالبيتها رسمية وتعبر عن رأي السلطة السياسي والفكري. فعلى مدى سنين طويلة عكست هذه الأخبار اتجاهات الدولة السياسية وخاصة مركز صنع القرار فيها، وعليها تعتمد باقي وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة في نقل الاخبار وتحليلها والتعليق عليها.

إن توفر مواقع على شبكة الانترنت لوكالات الأنباء تعد نقطة تحول مهمة للإعلام العربي بخاصة إذا ما توافر لديها كل التقنيات الحديثة التي تستطيع من خلالها اتاحة الأخبار لزائريها ومشتركيها، فضلا عن ارشيفها. إلا أن هناك بعض الأمور التي يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار في مواقع هذه الوكالات:

---

[١] http://www.ami.mr/AMI-Presentation

[٢] طه البصري- وكالات الانباء والنظام الاعلامي الجديد بغداد ١٩٨٢ ص٣

١- وجود بعض الصعوبات في تحميل بعض المواقع بسبب كثرة الصورة والمتحركات والروابط التي يوفرها الموقع، وقد يعزى السبب احيانا الى الصعوبات التقنية او الى ضعف الاتصال.
٢- وجد ان بعض المواقع لها روابط متكررة في ذات الصفحة الرئيسة لها مما يؤدي الى ارباك المستخدم وبالتالي ضياع اماكن يمكن الاستفادة منها في روابط اخرى.
٣- توفر بعض المواقع امكانية البحث لسنوات سابقة حسب ما يراه الباحث عليها الا انه في الحقيقة ان فترة البحث تبدأ متأخرة جدا وهذا ما عانته الباحثة للوصول الى تحديد المدة الزمنية لعينة البحث.
٤- بعض التواريخ المتوافرة في ارشيفات الوكالات غير فعاله، وفي حالة امكانية النقر عليها فانها لاتسترجع اي معلومة.
٥- يفضل ان تقوم الوكالات التي لها ارشيفا بوضع لائحة بكيفية البحث واسترجاع المعلومات من الموقع.
٦- الاهتمام بالصور بأسلوب افضل لان الكثير من المؤسسات الاعلامية على الانترنت تعتمد على الصور التي توفرها وكالات الانباء، فمن الضروري ان تحمل الصورة معلومات كاملة عنها تحسبا من ضياعها.
٧- عند عملية البحث في بعض المواقع فانه لا يسترجع عدد القيود مما يجعل الباحث يقوم مضطرا لان يعد الاخبار للوصول الى العدد النهائي

الباب الخامس
وكالات الأنباء: قضايا معاصرة

وكالات الأنباء وظاهرة تدفق المعلومات باتجاه واحد:

إن ظاهرة تدفق الأخبار في اتجاه واحد تمثل ابرز الظواهر في الحياة الدولية الراهنة حيث نجد ان هذا التدفق يوجَّه معظمه من الدول الكبرى الى الدول الصغرى من الدول التي لديها القوة

ووسائل التكنولوجيا تجاه الدول الاقل تقدما مما خلق مشكلات كبيرة في عدم توازن التدفق الإعلامي وأوجد هيمنة واضحة للأنباء على حساب وكالات الأنباء المحلية.
وكان الجدل حول هذا الاختلال قد ازدادت حدته بشأن مسالة التدفق الدولي للانباء وسيطرة وكالات الأنباء الكبرى على جمع الأنباء ونشرها وذلك لان عملياتها الواسعة على نطاق العالم شبيها بالاحتكار في مجال نشر الأنباء على الصعيد الدولي اذ تهيمن هذه الوكالات على نشر ما يقارب ٨٠% من انباء العالم ويذهب بعض الكتاب الى ان هذه الوكالات هي السبب الاساسي في الاختلال القائم في تدفق المعلومات على النطاق الدولي.[١]

ويأتي هذا الاتهام لامتلاك تلك الوكالات شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في شتى انحاء العالم اضافة الى استخدامها لاحدث تقنيات الاتصال الى جانب خبرتها الطويلة في جمع الأنباء ومعالجتها وتوزيعها بلغات عديدة في انحاء العالم ولكل وكالة اكثر من مائة مكتب منتشرة في دول العالم وتستخدم الاف الموظفين والمراسلين للقيام بجمع مئات الالاف من الكلمات كل يوم وتوزيع ملايين الكلمات على النطاقين المحلي والعالمي.. وكل منها يصدر انباءه على مدار ٢٤ ساعة في اليوم الى الالاف من الوكالات الوطنية والصحف المشتركة ومحطات الاذاعة والتلفزيون في اكثر من مائة دولة وجميعها يقوم بخدمة منظمة بالانكليزية والفرنسية والالمانية والاسبانية والروسية والبرتغالية والعربية وبلغات اخرى اقل اهمية.[٢]

في حين ان اماكن كثيرة من العالم النامي لا تملك وكالات انبائها الوطنية والصحف والاذاعة مراسلون خاصون اضافة الى ان هناك ثلاثين بلدا ليس فيها وكالات للانباء، ويفتقر ثلثا وكالات الأنباء الموجودة الى المعدات اللازمة لارسال المعلومات الى البلدان الاخرى لذلك فهي تعتمد اعتمادا كاملا على وكالات الأنباء العالمية للحصول على الأنباء الخارجية.. وعلى الرغم من كثرة عدد وكالات الأنباء في الدول النامية فان عدد غير قليل من هذه الوكالات دون المستوى المطلوب لكونها مجرد مكاتب لجمع وتوزيع الأخبار وهذا يعني ان انشائها جاء رغبة من الحكومة لفرض سيطرتها وتحكمها في الأخبار والمعلومات التي ستروج في الداخل.

وبما ان الجميع بحاجة الى المعلومات السياسية والاقتصادية وغيرها من المعلومات لذا لم يكن هناك وسيلة اخرى لتبادل المعلومات والأخبار ورغبة من الجميع في معرفة ما يجري في العالم مما ادى الى هيمنة وكالات الأنباء العالمية الكبرى على تدفق الأخبار والمعلومات ومهما تكن نوايا هذه الوكالات فانها لا بد ان تخضع خلال مسيرتها لعدد من الضغوط المالية والايديولوجية والتقنية.[٣]

وهناك ظاهرة اخرى تتعلق بنوع التغطية الاخبارية للاحداث الدولية حيث اوضحت الدراسات العديدة في هذا المجال ان الاحداث التي تقع في الدول الغربية المتقدمة هي المستهدف الاول في التغطية الاخبارية في صحف الدول النامية وذلك عكس مايحدث في الإعلام العربي اذ ان التغطية الإعلامية كما يدور في العالم النامي تتركز على الانقلابات والازمات والطرائف وكل ما يعطي صورة مشوهه للحقائق فضلا عن ضآلتها من الناحية الكمية. وتجاهلها لعمليات التنمية وسائر المشروعات الايجابية في معظم دول العالم الثالث وهذا ما اكدته لجنة ماكيرايد للاعلام بمنظمة اليونسكو اذ ان هذه الحقيقة ادت الى مزيد من السيطرة من جانب الإعلام الغربي ومزيد من التبعية من جانب الإعلام النامي.

إن وكالات الأنباء العالمية تنقل للدول النامية اخبار الدول النامية الاخرى واخبار الدول الشمالية.. ولاتبث الأخبار الجديرة بالتقديم.. وبهذا تفرض على الدول النامية رؤيتها هي للعالم وليس كما تراه شعوب دول عالم الجنوب فهذه الوكالات لا تكرس لابناء البلاد النامية الا نسبة٢٠% او ٣٠% من تغطيتها الإعلامية على الرغم من ان البلاد النامية تشكل ما يقرب من ثلاثة ارباع البشرية، واكدت دراسة اجريت في عام ١٩٧٩ وتناولت (١٤) صحيفة من كبريات

---

[١] تيسير ابو عرجه- الاعلام العربي- مصدر سابق ٢ ص١٧١.
[٢] ماكبرايد واخرون- مصدر سابق- ص١٣٧.
[٣] التقرير النهائي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال اليونسكو باريس ١٩٨٩م.

صحف امريكا اللاتينية ان ٩٠,٧% من اخبارها العالمية مصدرها وكالات الأنباء العالمية وهذا ما ينطبق بالضرورة على دول العالم الثالث ومنها الدول العربية. [١] لذا فان الصحف في هذه البلدان تغدو وكأنها مجرد سوق لتوزيع اخبار هذه الوكالات مما يؤثر في قوة وشخصية تلك الصحف.[٢]

وذكرت اليونسكو في وثيقة دولية ان ثمة مشكلات وعوامل تعرقل العمل الإعلامي الى الدول النامية ومنها:[٣]

(١) ندرة الموارد المالية التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة ومرافقها الاتصالية بصفة خاصة.
(٢) نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجال الاتصال والإعلام العديدة.
(٣) المنافسة الشديدة بين موردي المعدات الفنية ووسائل الاتصال الحديثة.
(٤) انخفاض القدرة الانتاجية للدول النامية في مجال انتاج معدات واجهزة اتصال.
(٥) نقص المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها والمناسبة للمستهلكين والمتمركزة في الدول المتقدمة.
(٦) استعداد غير كاف من قبل الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بناها الاساسية في مجال الاتصال حيث لم يحظ هذا المجال بالاولوية المناسبة في مجال التعاون الدولي.

ويفسر هستر عملية التغطية الاخبارية في الدولة النامية فيلاحظ ان تدفق مثل هذه الأنباء ودراسات حارس البوابة، تصبح ذات اهمية قصوى عندما تتناول تدفق الأنباء الى الدول النامية ومنها (حارس البوابة هو المسؤول عن الأخبار الذي يقرر ما هي الأخبار التي تبثها الوكالة وما هي تلك التي لا تبث)[٤] ويقول ان حجم الرسائل الاخبارية التي تنقل الى الدول النامية ومنها يقل كثيرا عن الأخبار المتداولة بين القوى الصناعية والغربية الكبرى وهكذا فان عملية الاختبار التي تحدد ما يتدفق من خلال البوابات قد تحجب التدفق الاخباري تماما اذا كان حجم الرسائل الاخبارية قليل، ويضيف د. هستر ان العاملين في وسائل الإعلام بالدول النامية سواء كان منهم من يعمل في مؤسسات حكومية او من ينتمي منهم للقطاعات المستنيرة من المواطنين يعلمون ان الأنباء التي تخرج من بلادهم والتي تمر من البوابات العالمية للانباء لا تتجاوز القطرات عندما تصل الى بقية دول العالم. [٥] وقد فرضت وكالات الأنباء الدولية نفسها على اعلام الدول النامية مستفيدة من تطور التقنيات والامكانات الفنية العالمية ومن منهج وطريقة ادائها التي تمثل في شمولية التغطية للاحداث في العالم وكتابة النص بصيغة توحي بالموضوعية والتجرد وسرعة توصيل الخبر وتأمين التسهيلات التقنية لتلقي الخبر.[٦]

وتشير الدراسات الى ان وكالات الأنباء العالمية تضع الاجندة لدول العالم الثالث بل وللعالم كله تقريبا فما تعتبره تلك الوكالات هاما يصبح هاما للدول الاخرى. وبما ان هذه الوكالات مرتبطة اساسا بالدول الصناعية المتقدمة فانها لا تستطيع الخروج عن الخط المرسوم لها، لذلك

---

[١] أنظر: احمد عبد الملك- قضايا اعلامية- عمان- دار مجدلاوي للنشر ١٩٩٩ ص١٠٣، مصطفى المصمودي- النظام الاعلامي الجديد- مصدر سابق ص٤، صابر فلحوط ومحمد البخاري- التبادل الاعلامي دمشق العدد ٤، محمد السماك- اشكمالية الاعلام في لبنان واثرها في عملية السلام- مجلة دراسات عربية- بيروت- دار الطلبة العدد ١٩٩٩ ص١٦.

[٢] ابراهيم امام- مصدر سابق ص٥٣.

[٣] وثيقة منظمة اليونسكو رقم ١١ ص١١-١٠.

[٤] جبهان احمد رشتي- الاسس العلمية لنظريات الاعلام- القاهرة، راجع نظرية حارس البواعه الاعلامية، ص ٢٧٨

[٥] البرت ل. هستر وآخر، دليل الصحفى فى العالم الثالث، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع،١٩٨٨م، ط١، ص ٣٨.

[٦] انظر: مجد الهاشمي- الاعلام الدولي والصحافة عبر الاقمار الصناعية- عمان- دار المناهج للنشر والتوزيع ٢٠٠١ ص٩٤، وخير ميلاد ابو بكر- التدفق الاعلامي من جانب واحد: ملامح الصورة والمخاطر السياسية والاجنبية على الوطن العربي- مجلة البحثو الاعلامية طرابلس- مركز البحوث والتوثيق الاعلامي والثقافي التعبوي العدد ١٧ ١٩٩٩ ص٣٥.

فان عملية تشويهها للاخبار المنقولة عن بلدان العالم الثالث تتعدى حدود نشر معلومات كاذبة لياخذ اشكالا اخرى منها:[1]

أ. المغالاة في التاكيد على احداث ليس لها اهمية.
ب. وضع الحقائق التي لا ترتبط ببعضها في قالب واحد وعرضها بشكل يوحي بانها متصلة وتكون حالة واحدة.
ج. عرض الحقائق بطريقة ضمنية تعكس حالة رضا مما يقدمه النظام المهيمن.
د. التشويه القائم على خلق حاله مزاجية وعقلية مسبقة نحو الاحداث وذلك عن طريق تقديم الاحداث ذات الابعاد المعروفة باسلوب خلق حاله خوف او شك لا اساس لها من الصحة.
هـ. التشويه من خلال التعتيم او عدم نشر اي معلومات متصلة بالحدث او الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي لا تنتمي اليها وكالات الأنباء العالمية.

كما ان الأخبار والمعلومات التي تروجها هذه الوكالات لا تتلائم في واقع الحال مع بلدان العالم الثالث وحاجاته لانها جمعت ونشرت عن طريق مصادر واجهزة الوكالات الغربية اضافة الى ان المحتكر هو الذي يحدد اي المواضيع تقدم وأيها يمنع وهم يعلمون انهم يتحكمون بذلك التدفق اذ يحصلون على المعلومات التي يريدونها وبالشكل الذي يرونه مناسبا وفي الوقت الذي يرغبون فيه ايضاً، فضلا عن ذلك تعمل على خدمة مصالح الدول التي تنتمي اليها فهي في تغطيتها الاخبارية لمختلف احداث المعالم لا تغفل هذا الامر وانما هو في صميم عملها في هذا الاتجاه على رغم ما تدعيه من موضوعية او حياد في نقل الأخبار (فهذه الوكالات تلجأ الى تلوين الأخبار طبقا لمصالحها ومصالح النظم السياسية والاقتصادية التي تتبعها، والامر نفسه بالنسبة للعالم العربي الذي يشكل جزء من دول الجنوب اذ يوجد ما يزيد عن ٢٢ وكالة انباء عربية الا ان بعض هذه الوكالات اقرب الى مكاتب اعلامية تابعة لوزارات الإعلام مباشرة وانتاجها ضعيف قياسا الى السيل الكثيف الذي تنتجه وكالات الأنباء العالمية الكبرى مما يدفع وكالات الأنباء العربية الى اللجوء الى الوكالات الدولية خصوصا فيما يتعلق بانباء العالم الخارجي وحتى فيما يتعلق بالأنباء المحلية ذاتها فليس من الغريب مثلا ان تنقل بعض الوكالات العربية عن الوكالات الاجنبية احداثا تجري في محيطها الجغرافي والثقافي والوطني، ويفسر هذا الوضع ضعف هياكل وكالات الأنباء التابعة لها يضاف الى ذلك ان وجود مكاتب خارجية تابعة لبعض هذه الوكالات لا يعني في حد ذاته ضمان تدفق مرضٍ للأنباء إذ أن هذه المكاتب غالبا ما تكون مصالح حكومية ملحقة بالسفارات والهيئات الدبلوماسية العربية في الخارج.[2]

وعلى الرغم من التطور الذي حصل في عمل وكالات الأنباء العربية وسعي وسائل الإعلام العربية لتنويع مصادر انبائها الخارجية فان وكالات الأنباء الغربية ما زالت هي المصدر الرئيسي للاخبار الخارجية وهي اي الوكالات الغربية هي التي تحدد حجم ونوعية اهتمامات وسائل الإعلام العربية وللأسباب التالية:

١. طغيان النموذج الغربي لمضمون الأخبار الخارجية على وسائل الإعلام العربية من حيث التركيز على انباء الصراع والعلاقات الدولية والتطورات الداخلية في الدول الاخرى بخاصة تلك الأخبار المثيرة او غير المألوفة مع قلة الاهتمام او تجاهل الأنباء التي تمس التطورات الايجابية في الدول النامية وخاصة الأخبار المتعلقة بالتنمية بالاضافة الى العاصفة الاخبارية التي وضعت عالم الجنوب بما فيه الوطن العربي على كرسي الاتهام بعد احداث ١١ ايلول ٢٠٠١.

[1] ياس خضير البياتي- الاستراتيجية الامريكية للغزو الاعلامي مجلة شؤون سياسية العدد ٢ ١٩٩٤ ص٥٤.
[2] أنظر: راكيل سالیناس باسكير- وكالات الانباء والنظام الاعلامي الجديد بيورت، اتحاد وكالات الانباء العربية ١٩٨٩ ص١٢٨، محمد نجيب الصرايره مصدر سابق ص١٣٩، مصطفى المصمودي- النظام الاعلامي الجديد- مصدر سابق ص٢٢٦.

٢. التركيز على انباء العالم الاول وبخاصة الولايات المتحدة وغربي اوربا وتقديمه في كم الأخبار ومضمونها على انه محور الاحداث الصالحة للبث عبر العالم ومركز ادارة النظام الدولي كله وخاصة في العلاقات الدولية وادارة الصراع الدولي.
٣. التعتيم الاخباري المتعمد وتحريف اخبار العالم الثالث ويأتي ذلك من خلال نشر كم من الأخبار لا تتناسب اطلاقا مع وزنه في المجتمع الدولي اما تحريف الأنباء بالمعنى الدقيق للعبارة يحدث عندما تحل الاخطاء او الاكاذيب محل الحقائق الثابتة او عندما يضاف تفسير محرف الى الخبر عن طريق استخدام صفات التحقير او القوالب الجامدة مثلا فهناك طرقا متعددة يتم بها تحريف الصورة الكاملة للاحداث والمواقف وهذا يحدث عندما تعطي احداث لا تنطوي على اهمية حقيقية موضعا بارزا وعندما تخرج امور سطحية او لاصله لها بالموضوع مع حقائق ذات اهمية فعلية او صنع الأخبار من حقائق عشوائية وتقديمها كحقيقة متكاملة او عندما تجمع الحقائق الجزئية لكي تعطي انطباعا بانها الحقيقة الكاملة او عرض الحقائق بطريقة تثير شكوكا ومخاوف لا اساس لها من الصحة او مبالغا فيها يهدف التحكم في رد الفعل من جانب الافراد او حتى جماعة باكملها او حكومات او التزام الصمت ازاء حقائق واحداث يفترض انها تهم الجمهور.

ومن خلال ما تقدم يتضح لنا ان حركة الأخبار تمثل قلة في الانسياب من الجنوب الى الشمال اي من الدول النامية الى الدول التي تعتبر متقدمة (كما ونوعا) ولهذا فقد خطت الدول النامية خطوات منها تأسيس مجمع لوكالات انباء عدم الانحياز وبدأ نشاطه في كانون الثاني ١٩٧٥ في بلغراد بيوغسلافيا.. كما تم في نيسان عام ١٩٧٤ في بغداد عقد مؤتمر لوكالات الأنباء العربية تم فيه تعديل نظام اتحاد وكالات الأنباء العربية بما يضمن التنسيق بينها لايجاد السبل لزيادة تدفق المعلومات العربية الى اوربا وافريقيا وامريكا اللاتينية بذلك عمل هذا الاتحاد على عقد ندوات بين وكالات الأنباء العربية من جهة ووكالات انباء افريقيا واوربا وامريكا اللاتينية من جهة اخرى.

وان كانت هذه الخطوات قد مثلت البداية في العمل على اعادة التوازن في انسياب المعلومات والأخبار بين دول العالم فان الضرورة تقضي بتوفير شروط كثيرة امام وكالات الأنباء التي تعمل في الدول التي تسير نحو النمو لتقترب من الوكالات الكبرى تكنولوجيا وفنيا واعلاميا وهذه الشروط هي:[١]

(١) توفير قدر كامل من اجهزة الاتصالات واجهزة نقل المعلومات الصورية.
(٢) توفير قدر كامل من المشتركين في اوربا وامريكا والدول الاخرى تستلم المعلومات من خلال عقد اتفاقيات تعاون معها.
(٣) مساهمة اليونسكو مع المنظمات الاقليمية القائمة للمساهمة في تدريب العاملين وتطوير قدراتهم سواء من الناحية الفنية او الإعلامية.
(٤) اعداد كادر متخصص قادر على تميز المعلومات التي تثير اهتمام شعوب اوربا وامريكا والدول الاخرى.

وعلى الرغم من تأكيد وكالات الأنباء العالمية أنها تقف على الحياد من الأخبار التي تزود المشتركين بها، وأنها تبثها بموضوعية تامة ولا توجهها حسب أفكار ورؤى سياسية معينة، فإن لها تأثيرًا كبيرًا على حركة التدفق الدولي للأخبار يأخذ اتجاهًا واحدًا هو من الغرب إلى الشرق، بمعنى أن حجم الأنباء التي تحملها هذه الوكالات يفوق عدة مرات كمية الأنباء التي تنقلها عن دول العالم الثالث، فيما يطلق عليه بالاختلال الكمي، وفي الوقت نفسه، فإن نوعية الأنباء تحمل تحيزًا واضحًا في مصلحة الغرب وتحاملًا أكثر وضوحًا على دول العالم الثالث، فيما يعرف بالاختلال الكيفي.

مدى اعتماد وكالات الأنباء العالمية على الصحافة المحلية:

[١] ابراهيم أمام، وكالات الانباء،

تصر وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الكبرى على الاعتماد على مراسليها لتغطية الأحداث الطارئة أو الاستثنائية المفاجئة، ورغم تجاهلها لأهمية الصحافيين المحليين إلا أنها مضطرة للاستعانة بهم، لما يملكونه من خلفية ومعلومات ومصادر أكثر من المراسل الذي وصل زمن الحدث وليست له الدراية الكاملة بطبيعة المكان وخصوصياته.

وتشكل الأحداث الطارئة وأعمال الشغب والكوارث البيئية فرصة ثمينة لوكالات الأنباء العالمية لتكون الأولى والسباقة لنقل الحدث من مصدره في أسرع وقت ممكن، إلا أن سرعة وصول مراسليها إلى عين المكان لا تعد كافية دون الاستناد إلى مصادر محلية أكثر معرفة ودقة بطبيعة المنطقة وظروفها.

ومنذ عامين تقريبا اندلعت أعمال شغب في فيرغيسون داخل ولاية ميزوري الأميركية إثر مقتل مايكل براون في حادثة إطلاق نار.

ومباشرة حجزت وكالات الأنباء رحلات لفرق عملها لتغطية التوتر العنصري والتظاهرات التي تلته قرب سانت لويس، واستعدت لطلب عودتهم فور انتهائهم من إعداد قصصهم.

لكن هذه الطريقة في تغطية وكالات الأنباء للأحداث أثارت انتقاد الصحافيين المحليين، الذين يعتبرون أن أولئك المراسلين الذين يأتون فجأة يفتقرون للدقة الكافية ويميلون أكثر إلى الإثارة، فيما يرى آخرون أن القادمين من الخارج يستطيعون تقديم تغطية نوعية إذا تم إعطاؤهم الوقت الكافي للبحث، بحسب ما ذكرت الصحافية آنا كاثرين بريجيدا في تقرير لشبكة الصحافيين الدوليين.

وقالت بريجيدا إن "هذه الطريقة كانت متبعة لتغطية الأخبار المحلية والدولية ويطلق عليها غالبا 'صحافة المنطاد'، حيث لا يكاد الصحافي يحط في مكان الحادث حتى يعود أدراجه. إنه نوع من المراسلة المثيرة للجدل."

ويوافق الصحافيون من كلا الاتجاهين على أن المعرفة المحلية هي مفتاح لتقديم تقرير قوي. فمن يملك المعرفة الأكبر حول ما يجري في مجتمعاتهم هم الصحافيون المحليون.

وحظيت الأخبار العاجلة الوطنية في الكثير من الحالات بتغطية من وسائل الإعلام قبل وصول وكالات الأنباء الكبرى. بما أن الصحافيين المحليين لديهم خلفية ومعلومات ومصادر أكبر، وتقاريرهم عادة ما تكون متوازنة وواقعية ودقيقة.

وغالبا لا تولي وكالات الأنباء ثقة كبيرة في الصحافة المحلية، إلا أن الأمر يعتبر نسبيا ويعتمد على طبيعة الأنظمة الموجودة في هذه المناطق التي تشهد أحداثا مفاجئة.

وتقول آل كروس، مديرة معهد الصحافة الريفية وقضايا المجتمع، إن صحافة المجتمع في طريقها لكي تبقى الجزء الأقوى من الصحافة التقليدية.

وأضافت "هذه الصحافة حصلت على ولاء جيد من المتابعين كما على ثقة الجمهور بشكل أكبر من باقي أنواع الصحافة."

ويتفق يب ريدير، أستاذ الصحافة في جامعة أوهايو الذي يدرس صحافة المجتمع، مع هذا الرأي ويقول: "عندما يحط الصحافيون الآخرون، فقد يؤذون أكثر مما يفيدون".

ويرى ريدير أن هذا النوع من المراسلة يضع ضغطا على المصادر ويقطع انسياب المعلومات بين المسؤولين والصحافيين المحليين والمجتمع.

ويوضح أستاذ الصحافة "يمكن أن تسير الأمور على نحو مختلف، كتغطية الأحداث الضخمة مثل فيرغسون أو الأولمبياد من خلال الشراكة مع صحافيين محليين أو التشارك مع منشورات محلية، وبهذا تتطور التغطية بشكل كبير مع خفض المصاريف على وكالات الأنباء". وأكد أن "المفتاح هو العمل مع الصحافة المحلية من دون استغلالها."

وتتمثل رؤية ريدير في أن وكالات الأنباء يمكنها الاستثمار في شخص موجود على الأرض بدلا من صحافة المنطاد، وحتى وإن لم يكن أصلا من أبناء المنطقة فقد سكن وقتا كافيا هناك، أي أنه أكثر من سائح.

وتبنت العديد من وسائل الإعلام ووكالات الأنباء هذا الأسلوب مثل ''هافينغتون بوست'' في تغطية فيرغيسون، إذ وظفت المراسلة المحلية ماريا ستيوارت باعتبارها صحافية في فيرغيسون لتغطية وحشية الشرطة واللامساواة الاجتماعية في المنطقة، حيث كانت قد غطتها على مدى العامين الماضيين.

فيما اختارت وكالات أنباء أخرى الشراكة مع وكالات محلية. ففي أولمبياد ٢٠١٦ عملت الغارديان البريطانية مع مراسلين من أحياء ريو ديجنيرو الفقيرة لتكون أول من ينشر الانطباع حول كيف تؤثر الألعاب على هذه المجتمعات. إلا أن هذه الخطوات تعتبر قليلة بالنسبة إلى منهج وكالات الأنباء عامة، فرغم الخطوات المتقدمة في هذا النوع من المشاريع فإن وكالات الأنباء تتمسك بالطرق القديمة.

ويعم الشعور بالفوقية وكالات الأنباء الكبرى، مما يجعلها لا تثق في الصحافيين المحليين للقيام بعملها وعندما يحدث هذا تقع المعاناة.

ويقول ريدير ''إن صحافة المجتمع في مختلف أنحاء العالم هي مصدر مُستغل في الأخبار والمعلومات حول العالم الذي نعيشه''، مضيفا ''إن وسائل الإعلام تتجاهلها لمصلحتها الخاصة''.

ويرى متخصصون في الإعلام أن وكالات الأنباء العالمية ووسائل الإعلام الكبرى تصر على الاعتماد على مراسليها مع تزايد تضخم شبح الأنباء الكاذبة والمعلومات المضللة التي أصبحت مشكلة كبيرة حتى لوسائل الإعلام العريقة، وتزعزع مصداقيتها لدى الجمهور.

ويرى هؤلاء أنه لا يمكن تجاهل الميول والاتجاه نحو الصحافيين المحليين في حالة الأحداث السياسية أو أعمال الشغب، لهذا تبدو وكالات الأنباء حريصة على عدم تبني رواياتهم، فهي بحاجة إلى المزيد من التقصي والبحث للتأكد من مصداقية المعلومات التي يقدمونها، وهو ما يكبدها مصاريف إضافية ووقتا أكبر في حين أنها بحاجة إلى السرعة في نقل الحدث.[١]

وكالات الأنباء في عصر مجانية المعلومات:

بات من الضروري بالنسبة إلى وكالات الأنباء مواكبة تغيّرات عصر شبكات التواصل الاجتماعي، ليس فقط على مستوى التكنولوجيا ولكن أيضا على مستوى الفلسفة والعقلية، لضمان استمراريتها في عالم تتوفر فيها المعلومات عبر منصات لا حصر لها على الإنترنت. فقد أصبحت الصحافة التقليدية، ومن ضمنها وكالات الأنباء، مضطرة للتكيّف السريع وإعادة الابتكار في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، مع الحفاظ على معايير الجودة والموثوقية والمصداقية. وبالتأكيد، لم تعد وكالات الأنباء هي الأسرع، ولم تعد تتوفر على الطابع الحصري للخبر والتعبير. ولكن مهنة وكالات الأنباء لم تختف، فهناك حاجة مستمرة للبحث عن الخبر والتحقق منه ووضعه في سياقه. وهي مهمة حصرية يقوم بها الصحافيون المهنيون في وكالات الأنباء.

إن الفرصة مواتية للتأقلم على وجه السرعة مع الثورة التكنولوجية، والتنوع والمرونة، وأنه بات من الضروري إحداث تغيير ليس فقط على مستوى التكنولوجيا ولكن أيضا على مستويي الفلسفة والعقلية، ذلك أن الخبر الذي يتمتع بالجودة مكلف. ويتعيّن إرساء سلسلة قيمة من أجل تأمين هذا الملك غير المادي لوكالات الأنباء.

وتوفر وكالات الأنباء حاليا عرضا للمواقع الإخبارية الإلكترونية، على مستوى المنتجات الجديدة كالرسوم البيانية وتسجيلات الفيديو على سبيل المثال، فضلاً عن اطلاق الكثير منها لمشروع طموح منذ اعوام للتأقلم مع ثورة شبكات التواصل الاجتماعي.

وأنه بات من الضروري ضمان نموذج اقتصادي عملي قابل للاستمرار بالنسبة إلى وكالة الأنباء في مواجهة مجانية المعلومة على الإنترنت والتشريع من أجل تقنين هذا العالم في مواجهة المخاطر لا سيما ما يتعلق بالأخبار الزائفة، وهي مهمة انكبت عليها حاليا العديد من البلدان بمساعدة كبريات المنصات على الإنترنت.

---

[١] حسنين شفيق، صحافة وكالات الانباء.. رحلة الخبر من المراسل الى القارئ، (القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م) ط١، ص ٨٧

إن السرعة والتفاعل اللذين يطبعان الإنتاج والنشر حاليا يطرحان إشكالية حقوق التأليف والنشر، وخاصة بالنسبة إلى وكالات الأنباء، لاسيما التحديات والمخاطر وكذلك الفرص التي تتيحها ثورة الإنترنت في مجال حماية المضمون، وأن هذا النقاش يطرح بقوة مسألة التقنين أو التقنين الذاتي، وهو أمر جوهري من أجل ضمان بقاء وكالات الأنباء، لاسيما بعد ان بات استهلاك المعلومة سريعا على نحو متزايد، وذا طابع فردي ويتلاءم مع الحاجيات، وأن تعدّد الوسائل التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى زحزحة مستقبل وسائل الإعلام التقليدية بشكل جدّي، وأنه بدلا من النظر إليها كعدو، فإن وكالات الأنباء لديها الاختيار للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي كتويتر وفيسبوك ويوتيوب وإنستغرام وباقي التطبيقات الأخرى من أجل تلقي الأخبار ومقارنتها وتقاسمها مع فئة عريضة مع الحرص على طبعها بطابع المصداقية والدقة اللصيق بمهنة الصحافي، مع تكييفها من حيث الشكل والتحرير، مع حاجيات وانتظارات القراء الجدد.

ويمكن بدل اعتماد علاقة صراع، ينبغي إدماج هيئات الإنترنت العملاقة وشبكات التواصل الاجتماعي وإثارة اهتمامها من خلال مضمون يمكنها من الاستفادة من خبرة وتجربة وكالات الأنباء، مع الاستفادة أيضا من الفرص التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي سواء على المستوى المهني أو تأمين الإيرادات، وأن التكيّف والبقاء وإعادة الهيكلة تشكل تحديا بالنسبة إلى وكالات الأنباء فينبغي لكل وكالات الأنباء التجدّد وإعادة الهيكلة، ذلك أن بحوثاً قد اجريت فأبرزت نتائجها تأثير التحوّلات المتتالية على تقدّم الهواتف الذكية، وأنه بعد عشر سنوات من تعميم شبكة الإنترنت كدعامة جديدة للمعلومة، باتت وسائل الإعلام، ومن ضمنها وكالات الأنباء، تواجه بشكل متزايد قطيعة جديدة في مواجهة الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي.

وكالات الأنباء العالمية والمصدر الاساس للانباء:

إن المغردين على «تويتر» يمثلون وكالة أنباء بحد ذاتها، كما أن الإذاعة سعت أن يكون لها السبق في بث الأخبار العاجلة عبر مراسليها على منصات الشبكات الاجتماعية كافة. ومعظم وسائل الإعلام التقليدية اليوم صارت تأخذ شبكات التواصل الاجتماعية بمنحى جدي، فأسست غرف أخبار إلكترونية بمسمى (outside source) في محاولة لجذب الجماهير باهتمامها بالأخبار التي يجلبها الناس العاديون، ورغبة وسائل الإعلام التقليدية في جعلهم ضمن طاقم التحرير في هذه الشبكات ومواقعها الالكترونية. وصارت الكثير من الأخبار العاجلة، يبثها مراسلوا وسائل الإعلام التقليدية اليوم عبر حساباتهم على (تويتر)، وبدات معظمها في صنع محتوى ملائم للطرح على مواقعهم الإلكترونية ومنصات شبكات التواصل الاجتماعية كافة، بل ان معظم مراسلي وسائل الإعلام التقليدية عندما ينتهون من مقابلة مع وزير اي دولة او مسؤول، ينشرون بعض التغريدات حول المقابلة لتشويق متابعيهم لقراءة الحوار كاملا على مواقع الوسيلة الإعلامية التي ينتمون اليها، بالرغم من أن البعض قد لا يعجبهم الوضع الحالي، لكن بالتأكيد الفضاء مفتوح للفرص ذات القيمة على شبكة الإنترنت لوكالات الأنباء كافة، فالناس متعطشون لأي أخبار أو معلومات جديدة من أي مكان وفي أي وقت.

إن أهمية البحث عن المصداقية والشفافية في الأخبار المعلنة، مع الحرص على الحيادية وتجنب الميول الشخصية عند صياغتها مهم للغاية، صحيح أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت منافسة لوكالات الأنباء العالمية اليوم، حيث إن ٨٠ في المائة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية أصبحوا مراسلين ومحررين للأخبار، وبالرغم من ذلك فإن وكالات الأنباء ما زالت تعد الرافد الأول للقنوات التلفزيونية ووسائل البث الإعلامية كافة، في الحليف القوي لحرصها لسلامة الأخبار الواردة، بل ان دور الوكالات سيصبح أكبر مستقبلا، ولن يتقلص كما هو سائد عنها، سواء وكالات الأنباء العالمية أو الإقليمية. ورغم ان الأدوات الإعلامية تطورت اليوم، وبلا شك ما زالت وكالات الأنباء هي المورد الأساسي لغرف الأخبار رغم الكم الهائل من المراسلين والأخبار التي ترد من شبكات التواصل الاجتماعية.

إن تطور وسائل البث الإعلامي لم يغير من شكل المحتوى، فالفكرة العامة التي يتمحور حولها الخبر هي نفسها، فقط ينبغي على وكالات الأنباء تحري المصداقية والسرعة والانتشار

إقليميا وعالميا، ويجب على معظم العاملين بغرف الأخبار ان يفضلوا خبر الوكالة عن خبر المراسل إن كانا متناقضين، رغم ان ما يصل من وكالات الأنباء هو مواد خام تحتاج إلى غربلة وإعادة نظر.[1]

الأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء:

إن لوكالات الأنباء دوراً مهماً على صعيد نشر الأخبار الموثوقة، وتوعية المواطن والتصدي للمعلومات المضللة والمحرفة، إذا ما التزمت بالموضوعية والمهنية، وواكبت سرعة انتشار الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، التي قد تبث أخبارا غير صحيحة.

إن الأخلاقية سمة أساسية لعمل وكالات الأنباء وعنصر محوري للكفاءة والنجاحن ذلك أن وكالات الأنباء تقدم عبر أدائها نماذج عملية للأخلاقية والكفاءة، حيث يتم الاعتماد في نقل الأخبار عن مصادر مسؤولة وموثوق بها لضمان عناصر المصداقية والدقة والموضوعية. وأن التجربة المهنية والواقع العملي لوكالات الأنباء جعل هناك ترابطاً لا ينفصم بين الأخلاقية والكفاءة في عمل الوكالات التي تبقى أبرز المصادر الرئيسة للأخبار، وأن هذا الأمر ينطبق على مختلف المجالات الحياتية فالأخلاق قيمة جوهرية أينما سادت تحسنت حياة المجتمعات وتطورت إلى الأفضل الكفاءة الحياتية للبشر.

إن الصحافة رسالة قبل أن تكون مهنة فهي أداة مهمة في بناء المجتمع ومقياس لحضارة الأمم ومرآة صادقة لنشاطها في شتى الميادين، ولمهنة الصحافة خصوصية تختلف عن بقية المهن الأخرى كونها تخاطب العقول بمختلف مستوياتها وهي تؤدي خدمة اجتماعية كبيرة لأنها تقوم من أجل إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي.

إن مصطلح "الأخلاقية" يعني بحد ذاته "القواعد المتناقلة ثقافياً للسلوك الصحيح والخاطئ في الحياة الاجتماعية، هذه القواعد بطبيعة الحال مهمة للاستقرار الاجتماعي وللحفاظ على آداب السلوك الإنساني. وأن فكرة عدم التحيز فن غير كامل ويحتاج إلى رصد متواصل وتصحيحات متواصلة للمسار، لان العالم يستحق وكالات أنباء تضع فكرة عدم التحيز كهدف لها، وتتبع أهمية الأخبار التي تبثها وكالات الأنباء من كونها مؤثرة وينتشر الخبر الذي يصدر منها على نطاق واسع وغير محدود، وأنه بالرغم من تبعية وكالات الأنباء في الدول العربية لوزارة الإعلام، لكن ذلك لا يعني أنها وكالة للرسميين، ورغم أن لديها مراسلين في كل المقار الرئاسية والوزارات، لكن لديها في المقابل مكاتب في كل قضاء لمتابعة شؤون الناس وشجونهم وتغطية نشاطاتهم ولإلقاء الضوء على مشاكلهم، مع ضرورة العمل والتنسيق كجسم إعلامي رسمي موحد بين الوكالات، وذلك من أجل صون الحرية بكل معانيها، وممارسة هذه الحرية بمسؤولية تامة، والتمسك بقوة بأخلاقيات المهنة وآدابها، انطلاقا من المبادئ العامة لشرعة ميثاق الشرف الإعلامي.

إن هناك حاجة ضرورية تفرضها الثورة المعلوماتية وحجم المنافسة الذي تتعرض له وسائل الإعلام العربية عموما ووكالات الأنباء بشكل خاص لتبني نهج جديد في العمل الصحافي العربي بحيث ينحو أكثر للصحافة المتخصصة

إن المختصين والأكاديميين اجتهدوا في تعريف أخلاقيات العمل الصحفي، وهي في الإجمال تعبر في مضمونها عن العلاقات بين ممارسي المهنة من ناحية والعلاقات بينهم وبين الجمهور من ناحية أخرى وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة، وأن من أهم المبادئ والقيم الأساسية المعمول بها في هذا الشأن هي الصدق والدقة والحيادية والموضوعية إلى جانب عناصر الأمانة وعدم تشويه الحقائق أو السعي إلى منفعة خاصة مع احترام خصوصيات الآخرين وثقافات الشعوب الأخرى والإنصاف والمساواة في تبادل المعلومات وتحمل المسؤولية الاجتماعية لتعزيز قيمها الإيجابية، بالإضافة إلى صيانة أعراض الناس وعدم الإساءة إلى الشعوب والدول والأفراد وتحاشي جميع أشكال الإثارة أو التضخيم.

[1] نقلاً عن جريدة الشرق الاوسط بتاريخ ١٦ ديسمبر ٢٠١٣م.

وكالات الأنباء ووسائل التواصل الاجتماعي... تنافس أم تكامل؟

صنع وجود شبكات التواصل الاجتماعي تحولاً كبيراً في صناعة المحتوى الإعلامي في حين فتح الفضاء الأزرق باباً واسعاً ومجالاً أكثر لانتشار الأخبار ومساحة تأثيرها والتفاعل معها جماهيرياً. وفي ظل هيمنة «السوشيال ميديا» على صناعة الأخبار وبثها واستقطابها للجماهير، انسحب البساط تدرجياً من وكالات الأنباء العالمية في سرعة نقل الخبر وإتاحة تداوله عالمياً لحظة وقوعه؛ ما تسبب في «خلخلة» أسلوب عمل هذه الوكالات التي كانت قبل عقود هي المصدر الرئيسي للأخبار.

شبكات التواصل الاجتماعي ووكالات الأنباء:

ظهر مفهوم الإعلام الجديد حديثًا كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وأدت التكنولوجيا دورًا مهمًّا في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، فأصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه.

وعلى سبيل المثال فإن الصحف الإلكترونية التي تعد إحدى أدوات الإعلام الجديد، تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار حول الموضوع الواحد.

ومن أهم أدوات الإعلام الجديد مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ومنها، الفيس بوك (Facebook) وتويتر (Twitter) وماي سبيس (myspace) التي استطاعت أن تخلق إعلامًا مختلفًا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة وتنقل الحدث أولًا فأولًا، ومن مكان حدوثه، ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال، وتحت أي ظرف من الظروف.

ولقد سعت وكالات الأنباء إلى استخدام هذه الوسائل الحديثة لتعزيز حضورها وترسيخ مكانتها، وسارعت هذه الوكالات بداية إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت مزودة بجميع الخدمات الإعلامية، كما دشنت مواقع في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، وقبل ذلك قدمت خدمات الرسائل النصية القصيرة (إس إم إس) مع توفير الصور الثابتة والمتحركة مع هذه الرسائل النصية، وهذا التحرك السريع من وكالات الأنباء مكنها من أن تبقى صاحبة السلطة الأقوى في النفوذ الإعلامي، والمتفوقة على وسائل الإعلام الأخرى في تغطية أكبر مساحة ممكنة من العالم، ومن ثَمَّ أبقاها في منطقة القوة المهيمنة، وساهم في فرض موادها الخبرية وصورها المتنوعة على شتى وسائل الإعلام.

إن الأمل كبير في أن تواكب وسائل الإعلام في الدول الإسلامية التطور الحاصل في هذه الأدوات الحديثة، وتسخرها لخدمة مصالح الأمة، وتستفيد منها للنهوض بشعوبها وتحقيق التنمية والازدهار والرخاء فيها. وتظل وكالات الأنباء هي صاحبة السلطة الأقوى في النفوذ الإعلامي.[١]

وأشارت دراسة موسعة لمركز أبحاث «بيو» الأميركي بعنوان «كيف تعيد وسائل التواصل الاجتماعي تشكيل الأخبار»، إلى أن أكثر من نصف مستخدمي «السوشيال ميديا» يشاركون في نشر أخبار ومحتوى إعلامي يتضمن نصوصاً وصوراً ومقاطع فيديو. بينما أظهرت نتائج استطلاع رأي حديث أجرته مؤسسة «آي إن جي» مع عدد من الصحافيين الدوليين، أن ٥٠ في المائة من الصحافيين يعتبرون «السوشيال ميديا» مصدراً حياً للأخبار رغم عدم مصداقيتها في كثير من الأحيان، في حين أن ٧٣ في المائة منهم أكدوا أنهم يستعينون بالمواد

---

[١] **نقلاً عن:** http://alwaei.gov.kw/volumes/550/editionFile/Pages/wakalat.aspx

والمحتوى الأكثر قيمة ومصداقية بالنسبة لهم مثل مقاطع الفيديو والتغريدات، ولا سيما التي تخص الزعماء والرؤساء وقادة الدول. بل ويعتقد أكثر من ٦٠ في المائة من الصحافيين، أنه لا يمكن لأي وسيلة إعلامية أو وكالة أنباء الاستمرارية من دون شبكات التواصل الاجتماعي.

يرى مصطفى آيت ميهوب، نائب مدير الإعلام بوكالة الأنباء الجزائرية، أنه من الصعب تحديد العلاقة بين «السوشيال ميديا» ووكالات الأنباء باعتبارها سلبية أو إيجابية، قائلاً لـ«الشرق الأوسط»، «فتحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال للمواطن العادي للتعبير عن وجهة نظره، ونشر الأحداث الكبرى في نفس لحظة وقوعها، ورغم أن الغالبية العظمى ممن يطلق عليهم (الصحافي المواطن) غير مهنيين ومصادر غير موثقة؛ إلا أن (السوشيال ميديا) خلقت تنافسية مع كبرى وكالات الأنباء العالمية».

ويفسر ميهوب جانباً من سطوة «السوشيال ميديا» في أن «شبكات التواصل الاجتماعي هي الأقرب للجمهور، وأصبحت أداة لتشكيل الرأي العام، وهي أقل احترافية وغير مقيدة بأخلاقيات الصحافة، ولا تخضع للكثير من الضوابط قبل بث خبر ما». ويعتبرها بمثابة «إنذار» بوجود قصة خبرية يعمل عليها الصحافي بمزيد من الاحترافية ويغذيها بالتفاصيل. وذكر مثالاً: حينما نشرت مواقع «السوشيال ميديا» مقاطع فيديو لفيضانات «قسنطينة» بالجزائر، كان المواطن هو الأقرب للحدث، وتحرك الصحافيون لتغطية الحدث بالأرقام والإحصائيات وتمت الاستعانة بهذه المقاطع.

ميهوب أكد أن وكالات الأنباء في «مفترق الطرق» فيما يتعلق بصناعة الرأي العام والمحتوى الإعلامي، وعليها التأقلم مع تلك المواقع والشبكات؛ لأن «السوشيال ميديا» لا يمكن تجاوزها. مضيفاً، أن وكالات الأنباء تستخدم «السوشيال ميديا» لنقل الأخبار التي تصنعها لتصل للجمهور. وحول الضغوط التي يمثلها «الزخم الإخباري» على «السوشيال ميديا» بالنسبة للصحافيين وأسلوب عملهم، أكد ميهوب، أن الصحافي لا بد أن يكون متابعاً جيداً للأحداث من حوله والأحداث الدولية، ووجود هذه المواقع شكل ضغطاً كبيراً، وبالطبع فإن بث خبر ما عبر «السوشيال ميديا» لا يمكن محاسبة الصحافي عليه؛ لكن تجاهل الصحافي وتأخره في تغطية هذا الحدث، هو ما يعتبر تقصيراً في تغطية الحدث.

شبكات التواصل الاجتماعي هل هي مصادر غير موثوقة:

أكد سامح صلاح، الصحافي بوكالة «رويترز»، أن «السوشيال ميديا» لا تعتبر مصادر موثوقة للأخبار، لكنها بمثابة «مفتاح» لمصادر وخيوط لقصص خبرية، وبخاصة في حالة الكوارث الطبيعة والأحداث الإرهابية، وتوفر للصحافي عيناً أخرى لعمل تغطيات حية لأحداث خارج نطاقه الجغرافي، وتجعله في قلب الحدث، ويمكنه بعدها التواصل مع المصادر وأخذ تصريحات عبر طرق عدة، ومثال على ذلك تغطيات جوائز دولية مثل «البوكر» و«نوبل» وغيرهما، حيث يتم بث هذه الفعاليات مباشرة في حين يقوم الصحافيون عبر العالم بتغطيتها عن بعد.

ويعتبر صلاح، أن طبيعة العلاقة بين «السوشيال ميديا» ووكالات الأنباء ذات بعد تكاملي؛ لكنها تضع على الصحافي الذي يعمل في وكالة أنباء دولية مهمة التحري بدقة، وتدعيم قصته الخبرية بمزيد من المصادر وتغطية كافة الزوايا المتعلقة بها، وأيضاً تمد الصحافي بالمواعيد والفعاليات القريبة منه، أو التي تقع في دائرة اهتماماته. مشيراً إلى أنها «تمد الصحافي بالحدث ورد الفعل حوله من دون الحاجة إلى فريق عمل كبير وتحركات واتصالات؛ مما يساعد الصحافي على تغطية الحدث بسرعة ومواكبته، وهو ما يحدث مثلاً عند تغطية أحداث متعلقة باختيار فيلم ما للترشح للأوسكار أو إطلاق عمل فني أو أدبي، وهكذا».

وحول طبيعة العمل الصحافي لوكالات الأنباء في ظل هيمنة «السوشيال ميديا»، يقول الصحافي عماد الأزرق، بوكالة الأنباء الصينية «شينخوا» لـ«الشرق الأوسط»، «بالتأكيد وجودها خلق قدراً كبيراً ومتزايداً من المنافسة والضغوط على الصحافي؛ إذ لم تعد المنافسة ما بين وكالات أنباء عدة فقط، وإنما دخل فيها ملايين المتنافسين، ومع ذلك يبقى صحافي الوكالة مقيداً بالتوثق من المعلومة من مصادرها، وحريصاً على ألا ينجر في سباق السرعة على حساب

الدقة، وبخاصة في الوكالات الرسمية الناطقة باسم دول لما يمكن أن يسببه ذلك من مشكلات للدولة وليس للوكالة فقط.

ويشير الأزرق إلى أن «هناك الكثير من القصص الخبرية التي تكون مواقع التواصل الاجتماعي هي مفتاحها، وبخاصة فيما يتعلق القصص الخبرية للتجارب الشخصية أو العمل الأهلي البعيد عن الأضواء»، مؤكداً «لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت بشكل كبير على الإعلام بشكل عام، وعلى عمل صحافيي وكالات الأنباء والمؤسسات الإخبارية الدولية بشكل خاص، ومن هذه التأثيرات ما هو إيجابي، وإن كان أكثرها سلبياً من وجهة نظري».

التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة عمل الوكالات:

يفند الأزرق التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة عمل الوكالات، قائلاً «سهلت من التواصل مع الكثير من المصادر، والحصول على بعض المعلومات موثقة من مصادرها»... أما عن التأثيرات السلبية لها، فيقول «لم تعد وكالات الأنباء العالمية هي مصدر المعلومة كما كان من قبل، ولم يعد صحافيو وكالات الأنباء دائماً الأسبق في الحصول على المعلومة؛ بل أصبح كل مستخدم لوسائل الاتصال الحديثة من (جوال وحاسب آلي) بمختلف أنواعها ومسمياتها، أسبق في الحصول على المعلومة ونشرها كل في مكانه. ونظراً لتحول المواطنين العاديين لمصادر للمعلومات كلٌ في موقعه ومكانه، فقد صارت وسائل التواصل الاجتماعي التي يبلغ مستخدميها بالملايين أكثر انتشاراً وقدرة في الحصول على المعلومة قبل غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، ومنها وكالات الأنباء».

ويؤكد الأزرق، أن «لجوء كل الأجهزة الرسمية وغير الرسمية والأشخاص البارزين إلى إنشاء صفحات لهم على وسائل التواصل الاجتماعي، جعل من الصعب انفراد وكالات الأنباء بالمعلومات، وأصبحت مساحة السبق الصحافي للوكالة محدوداً، وفي مجالات محدودة». وصارعت كل وكالات الأنباء تقريباً إلى إيجاد مكان لها على وسائل التواصل الاجتماعي وإنشاء صفحات لها عليها، ووكالة أنباء «شينخوا» الصينية من بين تلك الوكالات التي أنشأت صفحات لها على «فيسبوك» و«تويتر» وغيرهما من مواقع التواصل الاجتماعي وبمختلف اللغات.

مخاوف من سحب البساط من وكالات الانباء:

من الناحية الأكاديمية، أكد الدكتور محمد سعد إبراهيم، عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق، لـ«الشرق الأوسط»، أن أغلب الدراسات واستطلاعات الرأي لكبرى المراكز البحثية في مجال الإعلام، تؤكد أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت دون منازع المصدر الأول للخبر، في حين كانت وكالات الأنباء هي المصدر الرئيسي قبل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، التي خلق وجودها زعزعة لهذه الوكالات من الناحية المهنية في ظل تراجع الصحافة المطبوعة والوسائل التقليدية للإعلام التي كانت تستند على الأخبار التي تبثها الوكالات في حين أصبحت «السوشيال ميديا» مصادر للأخبار.

ويشير إبراهيم إلى أن وكالات الأنباء العالمية الكبرى لا تزال أداة دعائية ومهمة لدى الدول الكبرى؛ لكن هذا لا ينفي الحالة التكاملية وتلاشي الحواجز بين شبكات التواصل ووكالات الأنباء واستخدامهما معاً في تشكيل الرأي العام الدولي.

كما يعتبر الدكتور باديس لونيس، الأستاذ بقسم الإعلام والاتصال بجامعة باتنة بالجزائر، أن العلاقة بين وسائل الإعلام المختلفة هي علاقة تكاملية، ورغم أن الطرح الذي يقول بالتنافس بينها، يستند إلى حقائق تاريخية أيضاً «منها: تناقص جمهور وسيلة معينة بظهور أخرى»، فإن الحقيقة التاريخية البارزة التي لا تناقش هي أن لا وسيلة جديدة استطاعت أن تلغي تماماً الوسيلة التي سبقتها. بل ربما تكون دافعاً لها للتجدد «لا التبدد». هذه العلاقة صارت أكثر مدعاة للطرح مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وصعود ما سُمي بصحافة المواطن التي حظيت بحفاوة بالغة، إلى الحد الذي وضع الإعلام أمام مساءلات جدية وحاسمة جعلت القائمين عليه يعيدون حساباتهم للتعامل والتأقلم مع الوضع غير المسبوق والاستفادة بقدر الإمكان من المزايا التي تقدمها صحافة لا تحتاج إلى كثير من التعقيدات المادية والتنظيمية.

ويلفت إلى أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على عمل صحافيي وكالات الأنباء والمؤسسات الإخبارية الدولية ومختلف الوسائل الإعلامية الأخرى هو استمرارية لفكرة التكامل الأولى. فهذه الشبكات قدمت خدمة كبيرة للصحافيين في إيجاد موضوعات وقضايا وأحداث لتغطيتها ومتابعتها حتى أن كثيراً من الفضائيات الدولية لم تكتف بتخصيص أركان ضمن برامج حول هذه الموضوعات، بل إنها خصصت برامج بأكملها: مهمتها فقط متابعة جديد تلك الشبكات.

ويؤكد أستاذ الإعلام بجامعة باتنة الجزائرية، أنها «حالة من تبادل للأدوار بشكل تلقائي، لكنه يساهم في تحقيق إشباعات معينة لدى جميع الإطراف»، أما فيما يخص الضغوط التي تقع على عاتق الصحافي وهو يتابع جديد تلك الشبكات، فلا يخفى على أحد أن جل إن لم نقل جميع وسائل الإعلام ووكالات الأنباء صارت تشكل متخصصين وفرقاً من الصحافيين، مهمتهم الجلوس أمام حواسيبهم وهواتفهم النقالة فقط لمتابعة كل كلمة أو «هاشتاغ» أو صورة أو فيديو مثير للانتباه (الاشتباه). وصار من اليسير متابعة ما يشغل الرأي العام العالمي أو المحلي أكثر من ذي قبل من خلال هذه الشبكات وصار تردد الوسومات والتراندينغ مفتاحاً موجهاً للصحافي، الذي عليه أيضاً، أن يتحلى بالذكاء والفطنة لـ«شم» وتوقع تطورات معينة لاقتناصها والحصول على السبق الذي يبحث عنه.[1]

نصائح تساعدك على ايجاد عمل في وكالة أنباء عالمية:

يطمح الكثير من الصحفيين في الحصول على وظيفة بوكالة أنباء عالمية، ليس فقط للمميزات التي يتمتع بها المراسلون، لكن لأن الصحفي يعتبر نفسه أنه قد بدأ، فكيف يمكن أن يجد الصحفي المحلي وظيفة في وكالة أنباء عالمية.

إن هناك العديد من المميزات التي يضمنها العمل في وكالة أنباء مثل رويترز، أهمها التدقيق في المعلومات "التدقيق اسلوب حياة في رويترز"، وأيضاً الحرص على وجود الصوت الثاني (الرؤية الأخرى) في أي قصة صحفية، بالاضافة الى التعامل اليومي مع مراسلين وصحفيين مهنيين، والاحتكاك المستمر بالناس العاديين، فهم في رويترز حريصين على نشر قصص تعتمد بشكل مباشر على أصوات الناس.

أن العمل في وكالة انباء عالمية قد يكسبك ثقة واحترام بين المصادر، ويساعدك كثيراً في إنجاز قصصه وسط الذين يعرفون الجدية التي تمتاز بها وكالة الأنباء العالمية والعاملين فيها، بالإضافة الى حرصهم على السلامة المهنية لمراسليهم وألا يتعرضوا للخطر.

ربما يكون التقدير المادي واحد من المميزات التي يتمتع بها مراسلو الوكالات العالمية، ومع التعسر الذي يصيب المؤسسات الصحفية المحلية فتعجز أحياناً عن دفع مستحقات ومرتبات العاملين شهراً بعد شهر، يصبح التزام الوكالات في دفع مرتبات مراسليها بانتظام وفي الموعد المحدد ميزة إضافية.

إن العمل في وكالات الأنباء العالمية مثل رويترز يدفع الصحفيين إلى الإحتكاك بكل الموضوعات، بمعنى لا يوجد صحفي متخصص في موضوع بعينه أو مصادر مغلقة على صحفي، لكن هذا لا يمنع أنه يمكن للصحفي أن يملك علاقات أقوى بمصادر متعلّقة بملف معين، فيوسف مثلاً لديه اهتمام أكبر بـ"الملف الديني" لكنه في الوقت نفسه قادر على تغطية كل الموضوعات. والآن حان وقت النصائح.

يقترح عليك بعض الناصحين مجموعة من النصائح لكي تنجح في أن تجد لك مكاناً في وكالة أنباء مثل رويترز، لكن قبل ذلك ضع في اعتبارك أمراً مهماً: "إن فرص العمل في وكالات الأنباء ليس بكثيرة ولكن في الوقت نفسه لا يمكن الإستغناء عن الصحفي المحلي الذي يمتلك المصادر ويجيد التعامل بلغة أهل البلد الأصلية". بمعنى آخر، لا تُعلن كل يوم الوكالات

[1] نقلاً عن الشرق الاوسط، الاثنين - ٢١ محرم ١٤٤٠ هـ - ٠١ أكتوبر ٢٠١٨ مـ رقم العدد [١٤٥٥٢)، https://aawsat.com/home/article/1412376/

عن حاجتها لمراسلين، لكن في كل مرة ترغب في بث دماء جديدة في مكاتبها تبحث عن من يمتلك صفات ومهارات معينة، ويمكن لهذه النصائح أن تشكّل عوناً لك في مسيرتك.

١. تبحث وكالات الأنباء عن صحفي نشيط يمتاز بالجدية ولديه مصادر قوية
٢. يجب ان يكون الصحفي دقيق في عمله، منضبط يتعامل مع الصحافة باحترام وليس كوسيلة "لجلب المال"
٣. بذل الجهد واستثمار المال والوقت من أجل تعلم لغة أجنبية واحدة على الأقل، اذا كنت لا تجيد أي لغة ثانية حتى الآن
٤. حرص الصحفي على توخي الموضوعية في عمله، مع الأخذ بعين الإعتبار عدم تأثير "ايدلوجية" الصحفي على عمله
٥. لديه إصرار على وضع كل الأصوات في القصة، وعدم إغفال اي منها
٦. تبحث وكالات الأنباء عن صحفي لديه علاقات جيدة بكل الناس وليس لديه انحيازات معروفة
٧. حريص على عدم التعبير عن انحيازاته في حساباته الخاصة على شبكات التواصل الأجتماعية

هذا كله بالاضافة الى ضرورة الحفاظ على الشغف بالتعلم، فيقول عبد الرحمن يوسف انه رغم مشاركته كمدرب في تدريبات صحفية في جمعية الجيزويت، إلاّ أنّه دائم البحث عن دورات تدريبية في كل ما يتعلق بالصحافة.

إذن، يظل أن تعمل بجدية، تستفيد من الفرصة المناسبة لتعرض عملك على مكاتب الوكالات الأجنبية في بلدك، لكن لا تنسى أن "تؤرشف" عملك، سواءً من خلال مدونة خاصة أو ملف يحوي قصاصات الصحف ونسخ مطبوعة من موضوعاتك المنشورة الكترونياً، وبالطبع إحتفظ بنسخ من كتاباتك على جهازك الخاص مع وجود "صورة ملتقطة "سكرين شوت" للقصة الصحفية المنشورة[١]

[١] https://ijnet.org/ar/story شبكة الصحفيين الدوليين

الباب السادس
تغطية وتحرير الأخبار في وكالات الأنباء

جانبا العمل في وكالات الانباء:

إن العمل الإتصالي في وكالات الانباء يحتوي جانبيين متعاونيين يساوي كل منهما الآخر في القوة والأهمية ولا يمكن لجانب أن يتقدم دون الآخر، أو أن يحيا جانب دون الآخر، والممارسون لجانب واحد لا يمكنهم أن يتأهلوا بما فيه الكفاية إلا إذا تداخلت مهاراتهم وإهتماماتهم مع الجانب الآخر، هذان الجانبان هما التغطية الصحفية والتحرير الصحفي [1].

إن الأساس في جمع الأخبار وتحريرها هو عملية التغطية وللتغطية الإخبارية جانبان ايضاً، وجانبي التغطية الإخبارية هما: عملية جمع الأخبار وثم عملية كتابة هذه الأخبار في احد قوالب الكتابة الاخبارية او غيرها من الاشكال الإعلامية، وبدون التقنيات الحديثة لجمع الأخبار وفحصها فإن البراعة في الكتابة الاخبارية سوف تكون ليست ذات نفع وجدوى إذ كيف يصلح العطار ما أفسده الدهر كما يقول المثل العربي، كما أنه قد لا يتأتي للمحرر أن يصنع من الفسيخ شربات، من جانب آخر فإن البراعة في جمع الأخبار لوحدها ستكون أيضاً غير مجدية إذا لم يستطع المحبر أن يكتب بلغة سهلة مفهومة لكل قارئ عادي. ولما كانت التغطية الإخبارية (Reporting) نشاط مزدوج – كما عرفها بريندان هنسي Bernndan Hemessy- تتضمن جمع الأخبار وكتابتها فإن هذا الباب سيتناول جانبي التغطية وهما جمع الأخبار (News Gathering) وكتابة الأخبار (News Writing) بشيء من التفصيل.

وفي هذا الباب من هذا الكتاب نتناول التغطية الصحفية بجانبيها جمع الأخبار وكتابتها وانواعها ومصادرها، بجانب علاقة كل ذلك بدراسة وكالات الأنباء.

اولاً: التغطية الإخبارية:

قد يرى البعض أن الصحيفة ديناصور في عصر المعلومات أو آخر ما تبقى من تكنولوجيا ولي زمانها، إلا أن مثل هذه الافتراضات على قدر كبير من الخطأ. ذلك لأن الصحيفة هي أهم قوة منظمة للأخبار والمعلومات في العالم حالياً، وهي كذلك أكثر من أية وسيلة أخرى تقدم مخزون المعلومات – أو لنقل قائمة الطعام – الذي يضم مجموعة كبيرة من الأخبار الجادة والخفيفة، الخاصة بالمجتمع المحلي والأمة والعالم وهي متعددة الأوجه فيما تحويه، حيث تتراوح بين أخطر تقويم للشؤون العامة، كالسياسة والإقتصاد، وأكثر التحقيقات هزلاً عن شخص من عامة الناس يقوم بشيء غير عادي. وتمسح الصحيفة الأرض وتختار لقرائها وتقدم لهم بضاعة ترضيهم.

وثمة معلومات عن أحداث متعددة ومتنوعة. عدد الذين شاهدوها وأطلعوا عليها قليل جداً، ولكن سيكون بإمكان كل شخص أن يقرأ عنها من الصحيفة هذا المساء أو صباح اليوم التالي، وذلك لأن المخبر الصحفي يغطي أو ينقل ويحرر الأحداث وهي تتم وتتطور، المخبر الصحفي هو وسيط بين الحدث والقارئ.

وحتى حين يراقب الناس الأحداث، كما هو الحال في المباريات الرياضية فإن الملاحظة المباشرة لا تكون كافية ويريد الناس أن يستمتعوا بالتجربة مرة ثانية وأن يقرأوا ثانية التفاصيل، التي لم يشاهدوها سابقاً، كذلك الشروح والتفسيرات والتوضيحات والآراء.

المخبر الصحفي يريد أن يعرف ما يحدث. يريد أن يكون حاضراً في المكان ليحصل على معلومات وانطباعات مباشرة يريد أن يعرف ما حدث أمس وما يحدث اليوم ويحاول أن يعرف – من خلال مصادره – ماذا يعتقدون أنه سيحدث غداً ويريد أن يعرف لماذا حدث ذلك وكيف حدث؟

[1] Dary1l.frazell& George Tuck, News writing and Editing, p17

وبهذا يغطي المخبر الصحفي الأحداث المهمة بالحصول على الوقائع أولاً وقد ينقب أحياناً تنقيباً بسيطاً أو معقداً، ومن ثم يحررها، ولما كانت التغطية الإخبارية (Reporting) نشاط مزدوج – كما عرفها بريندان هنسي Bernndan Hemessy- تتضمن جمع الأخبار وتحريرها فإن هذه الدراسة ستتناول جانبي التغطية وهما جمع الأخبار (News Gathering) وكتابة الأخبار أو تحريرها (News Writing) بشيء من التفصيل.

إن الأساس في جمع الأخبار وتحريرها هو عملية التغطية وتأكيد لما ساقه الباحث من قبل بأن التغطية الإخبارية بجانبيها لم تجد العناية والاهتمام من الباحثين في هذا المجال خاصة الباحثين في الدول العربية، وجانبي التغطية الإخبارية – جمع الأخبار وتحريرها متساوٍ في الأهمية، لأنه بدون التقنيات الحديثة لجمع الأخبار وبراهنها وفحصها فإن البراعة في الكتابة والتحرير سوف تكون ليست ذات نقع وجدوى إذ كيف يصلح العطار ما أفسده الدهر كما يقول المثل العربي، كما أنه قد لا يتأتي للمحرر أن يصنع من الفسيخ شربات، كما يقول المثل، من جانب آخر فإن البراعة في جمع الأخبار لوحدها ستكون أيضاً غير مجدية إذا لم يستطع المحرر أن يكتب ويحرر بلغة سهلة مفهومة لكل قارئ عادي.

ما هو خبر وما هو غير ذلك: إن الكثير من الغربيين يرفضون الآن ذلك التعريف التقليدي للخبر الذي قدمه جون بوجارت – محرر صحيفة (نيويورك صن) وهي إحدى صحف الإثارة الشعبية الرائدة في تاريخ الصحافة الأمريكية وذلك في عام ١٨٨٠م حينما قال (إذا عض كلب رجلاً فليس هذا خبراً لأنه يحدث عادة وإنما الخبر يكون إذا عض رجل كلباً).

المبدأ الذي يتضمنه هذا التعريف للخبر هو أن الأمر الواقع – أي ما هو روتيني ومتوقع – ليس جديراً في الغالب بأن يكون خبراً. فالقراء لا يريدون قصصاً طويلة لا تخبرهم أن شيئاً ما قد تغير في اليوم السابق أو نحو ذلك، وهم يدفعون ثمناً للصحيفة ويتوقعون أن يكتشفون ما هو جديد. ولتلبية هذه الحاجة يفكر الصحفيون في المقام الأول فيما يسمي بالأخبار المدوية – وهي التغير عما هو معتاد ويحدث في الوقت الراهن. وربما يكون مثيراً أن بعض رجل كلباً منذ عشر سنوات، ولكنه ليس جديراً بأن يكون خبراً الآن.

تعريف الخبر:

إن محاولة تعريف الخبر بالنسبة لكثير من الصحفيين يبدو عملاً أكاديمياً يلائم الجامعيين المتخصصين. وقد يعيد بعض الصحفيين عند تعريفهم للخبر صياغة عبارة جير ترود شتاين: "الخبر هو الخبر" بكلمات أخرى مع الحفاظ على المعنى. وربما لا يكون بمقدور صحفيون أن يضعوا تعريفاً له، إلا أنهم يعرفونه عندما يشعرون به.

ليس من السهل تعريف الخبر، ومؤكد أن الخبر ليس له تعريف علمي، فالشيء الواحد قد يكون خبر في يوم وقد يتم تجاهله من الناحية العلمية في اليوم التالي فالخبر يعتمد على الوقت والمكان والمحرر والجمهور، والخبر لا يطلق عليه صفة خبر إلا إذا توافرت له العناصر التالية على وجه التخصيص:

١- أن تكون مرهونة بوقتها: بمعنى أن الأخبار هي أي شيء تناهى أمره إلى جمهور الصحيفة حالاً.

٢- أن تكون مهمة: بمعنى أن يدور الخبر حول السلطة والرجال والنساء والمؤسسات التي تسيطر على ناحية السلطة أو القوة.

٣- أن تكون إنسانية: أي الموضوعات التي تضم زوايا إنسانية ونتناول كل ما يدخل في باب العواطف والمشاعر والرغبات.

ويؤكد توماس اليوت بيري ما ذكره ادوراد واكين "فمن المستحيل تقديم تعريف جامع مانع للخبر، لأن الخبر شيء نسبي بتباين ويتنوع بشكل حاد بين صحيفة وأخرى ومن وقت لآخر ومن موضوع إلى موضوع آخر".

ويذكر كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس: " إنه أهون على المرء أن يشير إلى الخبر بإبهامه من أن يضع له تعريفاً.

الإتجاه التجريدي والواقعي للخبر:

لقد حدد كل من الدكتور حمدي حسن في كتابه (الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام) والدكتور إبراهيم عبد الله المسلمي في كتابه (مدخل إلى الصحافة) والدكتور عبد النبي عبد الفتاح في كتابه (سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الخبر) حددوا إتجاهين أساسيين للمحاولات التي إستهدفت صياغة تعريفات لماهية الخبر وهما الإتجاه التجريدي أو الوظيفي لتعريف الخبر، والإتجاه الواقعي أو المهني.

أولاً: الإتجاه التجريدي أو الوظيفي:

يحاول هذا الإتجاه تمييز الخبر عن غيره من الأشكال الأخرى المشابهة له (مثل الحقيقة والمعرفة والتاريخ) باعتباره سلوكاً معرفياً متميزاً عن غيره وتغلب على هذا الاتجاه المنحـى الوظيفي أي تحديد وظائف الخبر تمييزاً له عن الوظائف التي تؤديها الأشكال المشابهة.

وقد قدم هنري ديفيد تورو تعريفاً سافراً للخبر حينما قال: "إن كل الأخبار بالنسبة لفيلسوف هي مجرد نميمة وإن الذين يقرءونها ويحررونها هم أشبه بنسوة طاعنات في السن يحتسين الشاي " ورغم أن تورو يري أن الخبر شكل من أشكال النميمة إلا أن الصحفيين يقولون أنهم يبحثون عن الحقيقة لا النميمة، إلا أن البحث عن الحقيقة مهمة تتجاوز واقع وإمكانات عملية جمع الأخبار.

وقد أشار الصحفي الأمريكي المعروف والتر ليبمان لذلك بقوله: "إن وظيفة الخبر هي الإبلاغ عن الحدث وتنبيه القارئ إلى أكثر نواحيه وضوحاً وجلاءاً وليس إلى تعقيداته، بإعتبار أن الأخبار تعني ما الذي طرأ على الأحداث خلال الساعات الأربع والعشرين الأخيرة.

أما وظيفة الحقيقة فهي كشف الحقائق الخفية وربطها ببعضها البعض، وأن تضع صورة للواقع يمكن للإنسان أن يعمل على أساسها. ويذكر ريموند مونجو أن السعي من أجل الحقيقة مهمة تستغرق الحياة بأسرها، وهي مهمة تتحملها الأجيال، أما الأخبار فهي رؤية للواقع يتم جمعها بسرعة وفي ظل ظروف صعبة.

كذلك فإن الخبر شكل من اشكال المعرفة بإعتبار أن للمعرفة شكلين هما: الإطلاع على شيء والمعرفة بالشيء والخبر والإطلاع الآني على شيء وهو معرفة فورية بمعلومات تتعلق بالخبرة الإنسانية مما يحقق الغرض وهو المشاركة في المعاني التي يستهدفها القائم بالإتصال.

ويؤكد كل من جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريمكسي أن ما يشغل الصحافة اليومية غالباً هو نقل أخبار ما حدث اليوم، وأن الصحفيين يحبون أن يشعروا بأنهم يقدمون العون للمجتمع، غير أنه عون من خلال النقل المتوازن للأخبار وليس عن طريق تقديم المساعدة لمصلحة بعينها والصحفيون، كما يقول المدير العام الأسبق لوكالة الاسوشتيديرس الأمريكية رئيس جالاجر: (ينقلون الأخبار ولا يصنعوها).

ويشير د. إبراهيم عبد الله المسلمي أن الاتجاه التجريدي أو الوظيفي هو الذي لا يهتم أساساً بالخبر من منظور مدى ما يحقق من رواج للصيغة أو النجاح في العمل المهني، وإنما من منظور الوظيفة الإجتماعية للخبر وصالح الجمهور، والمسئولين في العمل الإعلامي عامة ويسود وهذا الاتجاه – من وجهة نظر كل من د. إبراهيم عبد الله السلمي ود. عبد الفتاح عبد النبي – في المجتمعات الاشتراكية التي تنظر إلى الصحافة باعتبارها جهاز آيدلوجي يلتزم بمبادئ الحزب من دفاع عن مصالحه، وقد يأخذ بهذا الاتجاه أيضاً بعض الباحثين في دول العالم الثالث تأكيداً منهم على الوظيفة التنموية للإعلام.

ثانياً: الإتجاه الواقعي أو المهني:-

يرتكز هذا الإتجاه على الممارسة الفعلية، يستخلص من الخبرات العملية تعريفات تميز الخبر عن غيره من محتويات وسائل الإعلام. وهو تعني الربط المحكم بين الخبرات الناتجة عن الممارسة العملية وبين وضع هذه الخبرات في تعريف لفظي محدد وهو يعني اختلاف التعريفات باختلاف الممارسة العملية مكاناً وزماناً.

وهذا الإتجاه مهني بحت بمعني أنه يتعامل مع الخبر من منظور الممارسة المهنية للعمل الصحفي، ومدى النجاح في ربط القراء بالصحيفة أو دفع القراء إلى قراءة الخبر، وتحقيق السبق الصحفي إلى غيرها من الاعتبارات المهنية الفاعلة في سوق الاستهلاك الصحفي، والغاية التي تحكمهم في ذلك هي زيادة التوزيع وإبراز المهارة المهنية وتحقيق الرضى الذاتي عن النفس والنجاح في العمل.

ويري كل من إبراهيم عبد الله المسلمي وعبد الفتاح عبد النبي إن هذا الاتجاه يسود أساساً في المجتمعات الليبرالية التي تؤكد على حرية الصحافة والعمل الصحفي والعمل في المؤسسات الصحفية بوصفها مشروع تجاري يسعى إلى الربح وغالبية انصاره من الممارسين الفعليين للعمل الصحفي.

وفي إطار هذا الاتجاه يري ستانلي جونسون وجوليان هاريس إن الخبر هو (إيراد لحادث تنشره الجريدة اعتقاداً منها بأن ذلك يعود عليها بربح).

وفي نفس الاتجاه يري (توماس بيري) أن الخبر هو (أي موضوع قابل للنشر وخليق في رأي رئيس التحرير بأنه يهم قراء جريدته.

كما يقدم جلال الدين الحمامصي، تعريفاً للخبر لا يخرج كثيراً عن التعريفيين السابقين فهو يري: "إن الخبر الصحفي هو كل خبر يري رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في جريدة ما أنه جدير بأن يجمع ويطبع وينشر على الناس لحكمة أساسية هي أن الخبر في مضمونه يهم أكبر جمع من الناس ويرون في مادته أما فائدة ذاتية أو توجيهاً هاماً لأداء عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين، إلى آخر ما يراه الناس واجباً يحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام أن تؤديه نحوهم، ومن هنا نستطيع أن نفرق بين الأخبار التي تتداولها بعض الألسنة، وبين الأخبار الصحفية التي تتداولها كل الألسنة.

كما يركز أنصار هذا الاتجاه في تعريفاتهم للخبر على عدد من العناصر والقيم الإخبارية ذات الطابع الترويجي أو التشويقي من ذلك تعريف كانلدج (أن الخبر هو أي شيء لم تعرفه بالأمس مشيراً إلى عنصره الجدة في الخبر.

ويشير تعريف جوزيف بوليترز في نفس الإتجاه حيث تجده يؤكد على نفس المعاني والقيم الإخبارية فهو يري (أن الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة، شريطة أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تثير بين الأفراد فضولهم وأقاويلهم.

النقد الموجه للإتجاهين التجريدي والواقعي للخبر:-

انتقد الدكتور عبد الفتاح عبد النبي الإتجاهين السابقين واصفاً أياهما بأنهما يسعيان للترويج للخبر بأي وسيلة وأسلوب مع اختلاف بسيط يكمن في أن الاتجاه الواقعي يركز على الشطارة الفنية والاستثارة في المعالجة الإخبارية بينما الاتجاه التجريدي يعزف على وتيرة الإهتمامات والإحتياجات والمصالح والمنافع في ترويج الخبر لدى الإفراد دون عناية كافية بنوع ومستوى المضامين الخبرية ذاتها، ومدى مطابقتها للواقع الحضاري للبيئة ومتطلباتها التنموية.

وقد طرح د. عبد الفتاح عبد النبي محاولة لتحديد ماهية الخبر الصحفي في إطار العمل الراهن فهو يري أن هناك بعض الاعتبارات التي ينبغي أن تحكم أي محاولة لتقديم مفهوم محدد للخبر الصحفي وهي:

١) أن يكون المفهوم محدداً ومختصراً ويسهل فهمه والالتزام به.
٢) أن يتجنب المفهوم استخدام ألفاظ عامة وغامضة.
٣) ألا يقتصر المفهوم على المعني الحرفي للفظ الخبر وإنما يراعي آليات العمل الصحفي ومتطلبات الإنتاج الجماهيري
٤) أن يكون المفهوم قابلاً للقياس الميداني بمعني أن ييسر عملية قياس الأخبار بطريقة منظمة.

وعلى ضوء هذه الاعتبارات قدم تعريفه للخبر بأنه (العملية التي يتم من خلالها تزويد الأفراد بالمعرفة الحقيقية حول جوهر ما يجري من أحداث في المناحي المختلفة بالمجتمع في فترة زمنية معينة).

التداخل بين الإتجاهين التجريدي والواقعي للخبر

إن الإتجاهين التجريدي والواقعي ليسلا مفصولين عن بعضهما فصلاً تاماً فهما في كثير من الأحيان متداخلين، وأن أي تعريف للخبر لا يتضمن الاتجاهين معاً فهو تعريف ناقص، ويلاحظ ذلك في التعريفات التي ذكرت حديثاً ذلك أن القرارات الخاصة بما هو جدير بأن يكون خبراً أكثر تعقيداً مما كانت عليه قبل عقدين أو ثلاثة، عندما كانت نادراً ما تمتد منطقة المخبر الصحفي إلى ما وراء قسم الشرطة والمحاكم والمجلس البلدي، أما الآن فيصل الصحفيون إلى أماكن مثل مجالس إدارات الشركات وقاعات الجامعات، وفي بعض الأحيان إلى ما وراء ذلك إلى غرفة نوم أحد الساسة، وما المسلسل المصري (خيانة) الذي عرض في القناة الفضائية السودانية في الفترة من (مارس – أبريل ٢٠٠٢) إلا مثالاً لذلك التطور.. كما أن فيلم (فضيحة وتر جيت: كل رجال الرئيس) قد جعل الناس يرغبون في أن يكونوا صحفيين.

ويرجع الفضل إلى حد كبير إلى التكنولوجيا في وجود عامل آخر يعقد عملية اتخاذ القرار بشأن الأخبار، وهو تزاحم المعلومات عبر بث الأقمار الصناعية والمودوم وقواعد البيانات الكمبيوترية عبر الإنترنت مما أدى إلى زيادة سيل المعلومات الواردة إلى صالة الأخبار مرات ومرات. وبوجود الإعلام الجديد أو الإعلام الإجتماعي عبر شبكات التواصل الإجتماعي لابد من إيجاد تعريف جديد للخبر فما عاد الخبر هو ذلك الخبر الذي لا تعرفه بالأمس، وإنما هو الخبر الذي لم تعرفه قبل لحظات.

للتغطية الإخبارية جانبان: يجدر بنا الآن أن نتعرف إلى جانبي التغطية الإخبارية وهما جمع الأخبار أو جمع الوقائع ثم كتابة أو تحرير الأخبار.

أولاً: جمع الأخبار أو جمع الوقائع:

جمع الأخبار يعني أن يحصل المخبر على كل المعلومات التي يمكن الحصول عليها حول الحدث من مصادرها الأساسية تم القيام بمتابعة تطورات الحدث، وما يمكن أن ينتج عنه من أحداث أخرى

(١) خطوات جمع الأخبار:

أولاً: يتخذ المحرر المسؤول عن الأخبار في الصحيفة، والذي يوجه جميع المخبرين المحليين في الجريدة (المندوبين) قراراً بأن يوفد مخبراً صحفياً ليتحرى حادثاً من الحوادث قرأ شيئاً عنه في البريد أو سمع عنه من الراديو أو قرأه في صحيفة أخرى أو ما سمع عنه من مسؤول العلاقات العامة بمؤسسة ما أو من محرر آخر أو مخبر آخر أو من شخص أبلغه غرفة الأخبار بالصحيفة، أو قرأ عنه في صفحته بمواقع التواصل الإجتماعي، وجرت العادة على أن يقرر المخبرون ذلك بأنفسهم متى كان للمخبر مجال معين يتقصي أخباره كل يوم كأن يكون مسؤولاً عن تغطية أخبار الشرطة أو أخبار البلدية أو الجامعات أو أخبار دور الأعمال.[١]

ثانياً: محاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الست، إذ أن تغطية صحيفة ناجحة لحدث ما، هي التي تبدأ بمحاولة الإجابة على الأسئلة التالية:-[٢]

- ماذا حدث ؟
- من هو الشخص أو الأشخاص الذين اشتركوا في هذا الحدث ؟
- أين وقع هذا الحدث ؟
- متى وقع هذا الحدث؟

---

[١] أدوارد واكين، مقدمة إلى وسائل الاتصال، مرجع ذكره، ص ٥٠

[٢] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٢٦

- لماذا وقع هذا الحدث؟
- كيف وقع هذا الحدث؟

إن الإهمال في الحصول على إجابة أحد هذه الأسئلة أو بعضها قد يجعل الخبر ناقصاً، كما يجب الإنتباه أنه ليس من الضروري أن يحصل الصحفي على إجابة على الأسئلة الست مجتمعة في كل حدث، فقد تظل الإجابة عن أحد هذه الأسئلة أو بعضها خافياً لا يظهر إلا بعد فترة قد تطول وقد تقصر.

ومما يجدر الإشارة إليه هنا هو أن لا يحاول المخبر الإجابة على الأسئلة الست بطريقة آلية بحتة ليس بها شيء من الذوق وحسن التداول بل ينبغي أن تكون على قدر من الموازنة الدقيقة التي تعطي الأهمية النسبية لكل سؤال من أن تحتل مكان الصدار في مقدمة الخبر فأحياناً يكون اسم الشخص هو المهم فتأتي الإجابة على (من) متقدمة على ما عداها من العناصر الأخرى وأحياناً يكون المكان له ذكر الأولوية وأحياناً يعطي السبب أهمية على ما عداه وهكذا.

وتشكل الإجابة على هذه الأسئلة الست تغطية متكاملة للحدث، تكفي لإشباع حاجة القارئ من المعلومات حول الحدث ويطلق عليها الإستفهامات الست الأولية للحدث وهي (The Five w's & H)

ثالثاً: جمع الوقائع المتعلقة بالحادث وذلك عن طريق الأحاديث والتحريات الصحفية وتسجيل هذه الوقائع تسجيلاً سريعاً، مع ملاحظة أن الغالبية العظمى من الأخبار الصحفية يتم الحصول عليها عن طريق إجراء المقابلات مع مصادر الأخبار،[1] كما أن المخبر الصحفي إذ يكون في مسرح الحادث يتخذ باستمرار قرارات حول الأمكنة التي يجب أن يتوجه إليها والأشخاص الذين ينبغي أن يتحدث إليهم والأسئلة التي يجب أن يوجهها والمعلومات التي يستقيها، وكلما ابتعد المخبر عن الملاحظة المباشرة كلما ابتعدت تغطيته الإخبارية عن الدقة والوضوح والأحكام.[2]

وعندما يبني المخبر تغطيته الإخبارية على أساس الملاحظة المباشرة يمكن عندئذ القول أن القصة عبارة عن تقرير أو رواية مباشرة أي يتم الحصول عليها من المصدر الأول مباشرة، ولكن عندما لا يكون المخبر حاضراً في موقع الحدث وحصل على المعلومات من أولئك الأشخاص الذين كانوا حاضرين هناك، فإن تغطية المخبرة عبارة عن تقرير أو رواية غير مباشرة تمت عملية تصفيتها وتنقيتها أول مرة من خلال رواية المصدر، ثم مرة ثانية من خلال المخبر الذي قام بانتقاء واختيار وإبراز مادة معينة وأهمل التفاصيل الأخرى.[3]

رابعاً: لا يقتنع المخبر بالمادة السطحية التي حصل عليها، بالرغم من الكثير من الحواجز والعقبات التي قد تعترض سبيله، فيبدأ بالتنقيب عن الحادث فيذهب إلى أرشيف الصحف في الإنترنت أولاً ليري ما إذا كانت هناك معلومات متوفرة عن الحادثة، ثم يرجع إلى الكتب والمراجع والقواميس ودوائر المعارف المتوافرة حالياً عبر الإنترنت، ثم يتصل هاتفياً ببعض مصادره الخاصة ليتأكد من صحة بعض النقاط وليسأل ما هو السبب المباشر لوقوع هذا الحادث. ثم عليه أن يعرف بعد ذلك رد فعل الحادث وموقف السلطات الرسمية منه وآراء بعض المشاركين فيه. يقول ديفيد اس برودر (فلنتعمق أكثر، إننا لا نفعل ذلك عن الأغلب ولكن هناك أمثلة كثيرة من حولنا تظهر أن هذا ليس بالأمر المستحيل).[4]

خامساً: الحرص على وصف الجو أي المناخ العام الذي أحاط بوقوع الحدث بالإضافة إلى وصف الحدث نفسه بتفاصيله كما وقع، وخاصة إذا ما كان الأمر يتعلق بحادث من حوادث الجريمة أو باحتفال رسمي أو شعبي كبير أو بمناسبة دينية أو وطنية هامة.[5]

---

[1] ستانلي جونسون وآخر، استقاء الأنباء فن، مجرع سبق ذكره، ص ٣٠

[2] ميلفن مينتشر، تحرير في الصافة والإذاعة والتلفزيون، مجرع سبق ذكره، ص ١٦

[3] ميلفن مينتشر، المرجع السابق، ص ١٦

[4] ديفيد ا س . برودر، وراء الصفحة الأولى، مرجع سبق ذكره، ص ٥٤

[5] د . إحسان عسكر، الخبر ومصادره، القاهرة، عالم الكتب، ب ت، ص ١٥

سادساً: الربط بين الأحداث بعضها ببعض: فالتغطية الخبرية الناجحة لأي حدث لا تتم بعيداً عن ذلك لاكتشاف علاقات الارتباط بينها، فإن الربط بين خبرين قد ينتج عنه الحصول على خبر هام يفوق في أهميته الخبرين اللذين تم الربط بينهما.[١]

سابعاً: متابعة الخبر الصحفي، بمعنى أن يخبرنا المندوب الصحفي ماذا حدث بعد ذلك، فالمتابعة تعني الاهتمام بالتطور الذي وقع للخبر وإشباع فضول القارئ في متابعة الخبر. إن أخطر شيء هو أن تخطئ صحيفة ما في عدم متابعة حدث معين فيضطر القارئ إلى البحث عن تطورات وقائع هذا الخبر في صحيفة أخرى غير صحيفته التي تعود على قراءتها.[٢]

ومتابعة الخبر قد تعني أيضاً متابعة الخبر حتى ساعة نشره، لتقدم للقارئ آخر الأنباء، أي الأخبار متضمنة آخر التطورات.[٣]

ثامناً: التأكد من صحة الخبر قبل نشره، ولعل من أفضل سبل التأكيد هو محاولة الحصول عليه من أكثر من مصدر رئيس، فإذا ما حصل المندوب على تفاصيل مختلفة عن خبر واحد من مصادر متعددة فمن حقه أن ينسب كل جزء من المعلومات إلى المصدر الذي استقى منه هذا الجزء من الخبر.

وبالرغم من أن المخبر يعمل ضمن قيود المساحة والمواقف الدقيقة الصارمة فإنه لا يسمح إطلاقاً لضغط الوقت والسرعة أن يكتب مادة غير مثبتة أو غير صحيحة، يجب على المخبر أن يتأكد من صحة وسلامة أية معلومات تتضمنها قصته الإخبارية وذلك من خلال التأكيد والتحقق من صدقها ومن خلال الوثائق، والملاحظة والمراقبة هي الطريقة التي يستخدمها المخبر للتأكد من حصة وسلامة المعلومات والافتراضات التي تبدو كالحقيقة.[٤]

تاسعاً: كتابة الخبر الصحفي، إذ يجب أن يكتب المخبر الصحفي تفاصيل الخبر، والأغلب أن يعود إلى مكتبه في الجريدة لهذا الغرض، غير أنه تضطر في الحالات الملحة إلى كتابة الأخبار في مكان وقوع الحدث وإرسالها إلى صحيفته باليد أو بالتلفون أو حالياً عبر الإنترنت.[٥]

(٢) دليل المخبر في جمع الأخبار:- إذا ما حاولنا الوصول إلى تعميم عن مجمل مشاهداتنا عن عمل المخبرين الصحفيين في جمع الأخبار والوقائع فقد نصل إلى الاستنتاج الذي وضعه ميلفن مينتشر وهو يحاول المخبر أن ينقل حقيقة وواقع ما حدث معتمداً على:

أ- الملاحظة المباشرة.

ب- البحث عن مصادر بشرية مسؤولة ومطلعة، يمكن الاعتماد عليها، وعن مصادر مادية مناسبة يمكن الاعتماد عليها وقادرة على تقديم معلومات عن الحدث وعن أسبابه ونتائجه.

وتعتبر مسألة النسبة والتحقق من صحة الوقائع والتوازن في نقلها والعدالة والموضوعية والإيجاز والوضوح والاهتمام الإنساني بمثابة الموجه والدليل للمخبر في عملية نقل وكتابة القصة الإخبارية.

(٣) عناصر الخبر أو القيم الإخبارية:

ما هي الأمور التي توجه المخبر وترشده إلى الأحداث التي تستحق النقل ؟ يذكر ميلفن مينتشر عدداً من العناصر بإعتبارها المحدد لأهمية وصلاحية الأخبار عن غيرها وهي:-[٦]

(١) التأثير أو الزخم: Impact

---

[١] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٠

[٢] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، المرجع السابق، ص ١٤٠

[٣] د . إحسان عسكر، الخبر ومصادره، مرجع سبق ذكره، ص ٥٣

[٤] ميلفن مينتشر، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص ١٥

[٥] ستانلي جونسون، وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٣١

[٦] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ص ٤٣ – ٤٧

أي الأحداث التي من المحتمل أن تؤثر على عد كبير من الناس. هنا يتحدث الصحفيون عن الأهمية والخطورة وأنواع المعلومات التي تهم الناس، أو المعلومات التي يقرر الصحفيون أن الناس يريدون أن يعلموا بها، ويعرفوا أشياء عنها.

(٢) الجدة والحداثة والآنية Timeliness

الأحداث التي تتميز بالسرعة والمباشرة والجدة والحداثة الفورية والآنية، والصحافة كما عرفها الروائي الفرنسي اندرية جيد هي "كل شئ سوف يصبح غداً أقل أهمية، وأثارة من اليوم" وبالنسبة للصحف في ظل وجود منافسين خطرين هما الراديو والتلفزيون، وحالياً الإعلام الجديد عبر الإنترنت، فإن المحافظة على استمرار تقديم أجد وأحدث الأخبار ليس كافياً إذ لابد من تقديم تحليلات وتفاسير وشروحاً للأخبار ولابد أن تفعل الصحافة ذلك تقريباً بالسرعة ذاتها التي تنشر بها الأحداث في أعمدة الأخبار.

(٣) البروز والشهرة Prominence:-

الأحداث هي التي يشترك فيها أو تدور حول شخصيات أو مؤسسات مشهورة والأسماء تصنع الأخبار كما يقولون وذلك حتى عندما يكون للحدث تأثيرات قليلة ونتائج محددة.

(٤) القرب (التقارب في المكان والزمان) Proximity:-

الأحداث هي التي جرت ضمن منطقة توزيع الصحيفة، فالناس يتأثرون أكثر بالنشاطات الغربية معهم وتعرف هذه العملية باسم "إعطاء الطابع المحلي".

(٥) الصراح Conflict:-

لابد للأحداث أن تعكس وتغطي الصراعات والنزاعات بين الأشخاص أو بين المؤسسات.

(٦) الغريب والشاذ The Bizarre:-

الأحداث هي التي تنحرف وتبتعد عما هو متوقع وعن تجربة مجرى الحياة اليومية.

(٧) التداول والانتشار Currency:-

الأحداث هي المواقف التي يتحدث عنها الناس، وفي بعض الأحيان يبرز وضع موجود وقائم منذ فترة طويلة ويقول المؤرخون إنها فكرة أتى الوقت المناسب لها.

القيم الإخبارية في العوالم الثلاثة:-

لقد حلل جاك لول في كتاب دليل الصحف في العالم الثالث القيم الإخبارية في العالم الأول والثاني والثالث وقارن بينها وخلص إلى أن الإختلاف الكبير الحالي في القيم الإخبارية لم يحث في الآونة الأخيرة ولكن كان نتيجة التطورات السياسية والإقتصادية والفلسفية في القرون الثلاثة الماضية.[١]

وتعتبر القيم الإخبارية التي ذكرها ميلفن مينتشر السابق ذكرها هي بمثابة قائمة للقيم الإخبارية في العالم الأول وهي نفس القائمة التي وضعها من قبل كل من جالتانج وروج وروبين وهيستر وأبير هارد وذلك بإضافة عنصر جديد هو التداول والانتشار وأن كان يعرف عندهم بالاهتمام الإنساني وهو أن الخبر هو ما يتعلق بالناس العاديين، وأوجه الاختلاف والتشابه بينهم وطبيعتهم الهائلة وجوانب الدناءة والخسة فيهم بمعنى أن كل مصدر فخر أو خزى للنفس الإنسانية يمكن أن يكون خبراً في العالم الأول.

أما القيم الإخبارية في العالم الثاني: فهو يعني بها الأخبار النابعة من داخل الكتلة الشرقية، رغم أن الكتلة الشرقية قد أنفصلت وتشتت مؤخراً بفضل تطبيق سياسة الانفتاح أو المصارحة (الجلاسنوست) إلا أن القيم الإخبارية الاشتراكية ما زالت موجودة في بعض الدول الاشتراكية مثل الصين وبعض الدول في العالم الثالث. وأجمل جاك لول القيم الإخبارية في العالم الثاني فيما يأتي:-

[١] البرت ل. هستر وأخرون، دليل الصحفي في العالم الثالث، مرجع سبق ذكره، ص٣٨

١- المغزى الأيدلوجي: إذ الخبر في العالم الثاني هو الإيدلوجية السليمة وهذا بالتأكيد هو العامل المهيمن في تحديد الخبر وكل قرار بشأن العلمية الإخبارية يتم اتخاذه على أساس اعتبارات أيدلوجية.
٢- اهتمامات الحزب: والحزب الشيوعي هو الخبر.. بمعنى أن ما يقوله الحزب وما يفعله، وما يفكر فيه الحزب وما لا يفكر فيه، هو ما يشكل الخبر في العالم الثاني.
٣- المسؤولية الإجتماعية: الخبر مسؤول تجاه المجتمع في العالم الثاني كما أن الخبر بناء إيجابي وفعال.
والخبر هنا يقصد منه ببساطة مجرد الإعلام والترفيه.. ولكنه الخبر يمكن يقدم الإعلام والترفيه فقط في إطار عملية التثقيف.
٤- التثقيف: الخبر في العالم الثاني هو التثقيف. والخبر بعلم ولفظ الخبر هنا لا يقصد منه ببساطة مجرد الإعلام والترفيه.. ولكن الخبر يمكن أن يقدم الإعلام والترفيه فقط في إطار عملية التثقيف.
٥- الاهتمام الإنساني: وهنا نجد أن الخبر لا يكون عن الناس بالضبط كما هو الحال في العالم الأول.. ولكن يكون عن الشعب.
٦- لا تغيب عناصر الفورية وقرب المكان وبروز الشخصية عن أخبار العالم الثاني ولكنها تأتي دائماً في مرتبة تالية للمفاهيم الأيدلوجية الأساسية.

أما القيم الإخبارية في العالم الثالث كما يوضحها جاك لول هي:-
١- التنمية: الخبر هو النمو والتنمية والخبر أيضاً هو السدود والمباني الجديدة والطرق الجديدة والدول الجديدة.
٢- المسؤولية الإجتماعية: الخبر مسؤولية. وعلى الرغم من أن هذه القيمة الإخبارية لها ثقلها في جميع أنحاء العوالم الثلاثة إلا أن الخبر المسؤول داخل العالم الثالث بعد أمراً ضرورياً لا غنى عنه.
٣- التكامل الوطني: أن الخبر قد يكون دافعاً للشعور بالعزة القومية والوحدة وذلك عن طريق التركيز على الإنجازات الإيجابية للأمة.
٤- التثقيف: الخبر يعلم ويثقف وإن الخبر يمكن أن يستخدم لتوصيل معلومة عن الرعاية الصحية أو معلومة تساعد في العمل الزراعي أو لنشر الأعمال الثقافية.
٥- وحداثة الخبر وقرب المكان والاهتمام الشخصي هي (صفات جوهرية للخبر في العالم الثالث.

أهمية القيم الإخبارية:

يشير د. عبد الفتاح عبد النبي إلى أن أهمية القيم الإخبارية لا تتوقف على توجيه عملية جلب وتلقي الأخبار ولكن أيضاً قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر. والقيم الإخبارية لا تقرر في حد ذاتها أهمية الأخبار وإنما تقرر طبيعة الأخبار وتوجيهاتها العامة، ولقد تشعبت المداخل التي تناولت القيم الإخبارية إلى عدد من المداخل نذكر منها:- [١]

١) **المدخل النفسي**: وهو الذي حاول الكشف عن القيم الإخبارية من خلال البحث عن كل ما من شأنه استواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ.
٢) **المدخل التنموي**: وهو الذي ينطلق في بحثه عن القيم الإخبارية من منظور الوظيفة الإجتماعية والتنموية للخبر.
٣) **المدخل الآيدلوجي:** وهو الذي يسعى إلى تحديد القيم الإخبارية من منظور مدى الإلتزام بسياسة الصحيفة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك تلك الصحيفة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية للواقعة.

العوامل والإعتبارات التي تتحكم في إنتقاء الأخبار:

[١]. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٤٠

القيم الإخبارية أو عناصر الخبر ليست وحدها هي التي تحكم عملية إنتقاء الأخبار بل هناك عوامل أخرى خارجة عن طبيعة الخبر نفسه تعرف بصفات الخبر تتحكم هي الأخرى في عملية نقل الأخبار وانتقاءها. ويشير د. كرم شلبي إلى نوعين من العوامل والإعتبارات التي تتحكم في انتقاء الأخبار وهي [٣]:-

النوع الأول: العوامل والإعتبارات المتعلقة بطبيعة الخبر نفسه والمقصود بها العناصر التي يحتوي عليها الخبر أو الخصائص التي تميزه مثل الجدة أو الحالية أو عنصر الزمان والتواصل الزمني للخبر والأهمية والمحلية أو المكان والتوقيع أو الاحتمالات المنتظرة والتوقيت والفخامة والشهرة والغرابة والتشويق والطرافة والإثارة والاهتمام الإنساني والصراع والمنافسة والإقناع وغيرها.

الثاني: عوامل وإعتبارات أخرى لا علاقة لها بطبيعة الخبر، بل تتعلق بالظروف والأوضاع السياسية أو المهنية التي تعمل الصحيفة في ظلها وهي سياسة الصحيفة التحريرية والرقابة والموازنة ونوعية الأخبار والاستيعاب وتوقيت أو موعد الإصدار.

ويختلف د. فارق أبو زيد مع الرأي القائل بأن الدقة والصحة أو الصدق والموضوعية وسياسية الصحيفة هي عناصر أخرى من عناصر الخبر ويعتبر هذه الكلمات أربع صفات للخبر وليست من عناصر، وتفريقه بين الصفة والعنصر يرجع إلى كون العناصر هي الأجزاء المكونة للخبر وبدونها لا يصير الخبر خبراً، في حين أن الصفات قد توجد في الخبر أو لا توجد فيه، وإن كان في عدم وجودها إخلال من قيمة الخبر وتشويه لسمعة الصحيفة التي تتجاهل الإلتزام بهذه الصفات عند نشرها للخبر. وهو لذلك لا يقلل من أهمية الصفات وإنما يطالب بادخالها في تعريف الخبر حتى يلزم الصحف بمراعاة الصفات عند النشر تماماً كمراعاتها لعناصر الخبر.[١]

ويعتبر د. عبد الوهاب كحيل أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة أسيوط أن الصدق والموضوعية والذمة والآنية والمرونة والشمولية المكانية والزمانية من الأسس الفنية للخبر في الإعلام الإسلامي التي يجب أن يلتزم بها الإعلام الإسلامي ليكون إعلاماً إسلامياً كما يجب وينبغي عليه، فالإسلام علم وعمل وليس فقط مسميات.[٢]

القيم الاخبارية والمجتمعات:

يصعب كثيراً من الناحية الفعلية وضع تصنيف محدد لمجموعة من القيم الإخبارية تصلح للإستخدام والإحتكام إليها في جمع الأخبار لكل المجتمعات، إذ لكل مجتمع توجهاته وفلسفته وحاجاته التي تتلاءم مع مستواه الحضاري وطبيعة الظروف التي يمر بها. ومن هنا نجد أن لكل مجتمع وثقافة معينة قيماً أخبارية تختلف وتتباين مع القيم الإخبارية في المجتمعات الأخرى وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه اللجنة الدولية لبحث مشكلات الإتصال من أن الأنباء التي تنشر تعكس واقع وقيم المجتمع الذي ننشر فيه وليس واقع وقيم المجتمع الذي صدرت عنه.

(٤) مصادر الأخبار:-

يعتمد المخبرون كثيراً على المصادر إلى الحد الذي أصبحت فيه القاعدة الأساسية والبديهية التي يؤمن بها المخبرون الصحفيون هي: أن المخبر لا يمكن أن يكون أفضل من مصادره. والنوعان الأساسيان في المصادر هما المصادر البشرية والمصادر المادية ودرجة الإعتماد عليهما أوضحهما بشكل جيد سير كينيث كلارك، الكاتب والناقد البريطاني حين قال: (إذا ما كان علي أحدد من يقول الحقيقة عن المجتمع خطاب يلقيه وزير الإسكان، أم أبنيه فعلية شيدت في عهده، فإنني سوف أصدق الأبنية).[٣]

---

٢. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطة الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٤

[١] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٧٢

[٢] د . عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقات للإعلام الإسلامي (عالم الكتب ١٩٨٥م) ط١، ص ١١٨

[٣] ميلفن مينتشر، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكر ن هـ، ص ١٤٤

ولقد قسم د. كرم شلبي مصادر الأخبار لأية وسيلة إعلام جماهيرية إلى نوعين من المصادر هما:-[1]

١/ مصادر خاصة أو ذاتية:-

وهي المصادر الخاصة والمخصصة لصحيفة معينة أو لمحطة إذاعية بعينها والتي يقتصر عملها وخدماتها على هذه الوسيلة دون سواها، وهؤلاء هم " المندوبون والمراسلون " من هيئة التحرير العاملين في صحيفة بعينها ولا يحق لهم العمل أو التعامل مع أية وسيلة إعلامية أخرى، وهؤلاء وإن كانوا هم المصدر الخاص للصحف التي يعملون بها، إلا إن لهم مصادرهم التي يحصلون منها على الأخبار.

٢/ مصادر عامة أو خارجية:

وهي المصادر التي لا تخص بخدماتها الإخبارية وسيلة إعلامية بعينها، أو تقتصر خدماتها عليها وحدها دون الوسائل الأخرى، بل هي مصادر عامة لكل من يأخذ منها، أما مقابل أجر يدفع عن هذه الخدمة أو مجاناً بدون مقابل في أحيان أخرى وهذه المصادر متعددة ومتنوعة وكثيرة ومن بينها:

- وكالات الأنباء العالمية والمحلية والخاصة.
- الإذاعات المسموعة والمرئية – المحلية والأجنبية.
- الصحف المحلية والأجنبية.
- النشرات والكتب التي تصل إلى الصحيفة من الجهات المختلفة.
- أصحاب المصلحة الخاصة في نشر أخبارهم.
- الهواة والمتطوعون.
- المصاحفون.
- بريد القراء إلى الصحف أو رسائل القراء.
- الإنترنت أو الشبكة الدولية للمعلومات.
- مكاتب العلاقات العامة بالمؤسسات الخاصة والعامة.

إن هذا التعدد والتنوع في المصادر والأدوات التي تستقى منها الصحيفة أخبارها، يمثل في حقيقة الأمر تعدداً وتنوعاً في الأخبار التي تنشرها الصحيفة، ذلك أنه كلما زادت مصادر الأخبار لصحيفة ما، زادت فرصتها في الحصول على مادة أخبارية مهمة وجيدة تقدمها لقرائها، ولهذا فقد أصبح نجاح الخدمة الإخبارية للصحيفة يقاس بمدى ما تملكه من مصادر أخبارية، خاصة وإن وسائل الإتصال الحديثة من تلفونات وإنترنت وفاكس.. وغيرها قد ساعدت في نقل وتبادل الأخبار بشكل لم يكن متاحاً من قبل.

مصادر المندوب الصحفي:-

يحصر د. كرم شلبي مصادر المندوب الصحفي في أربعة أنواع رئيسة هي:-[2]

أ) الأشخاص من المسؤولين والعاملين في القطاع أو النشاط الذي يغطيه مندوب الأخبار مثل رؤساء الأحزاب السياسية وأعضاء المجالس النيابية والشعبية والمحلية والوزراء ونوابهم والوكلاء ورؤساء الدوائر وما إلى ذلك.

ب) الأنشطة العامة للهيئات والقطاعات: ويقصد بها كل ما يصدر عن القطاع الذي يعمل فيه المندوب من أنشطة وفعاليات سياسية أو ثقافية أو فكرية.. الخ وتتمثل هذه الفعاليات والأنشطة فيما تنفذه هذه القطاعات أو الهيئات من مؤتمرات سياسية أو صحفية وما إلى ذلك مما هو نشاط علني أو نشاط خاص غير معلن.

ج) النشرات والبيانات: ويقصد بها ما يصدر عن القطاعات والهيئات التي يغطيها المندوب او المراسل، من مطبوعات متنوعة وبيانات إحصائية سواء كانت موسمية أو دائمة أو

[1] د . كرم شلبي . الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ص ٦٨، ٦٩

[2] د . كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ٧٦

في المناسبات العامة أو الخاصة تبين فيها أوجه نشاطها وعملها وما حققته من إنجازات وأعمال أو لتوضح فيها رأيها وموقفها في الموضوعات والقضايا المطروحة.

د) نشرات الإحصاءات الرسمية: وهي التي تصدر عن جهات حكومية أو رسمية متضمنة بيانات وأرقاماً ومعلومات عن موضوعات لها الطابع العام (الوطني أو القومي) مثل المعلومات والإحصاءات عن عدد السكان والمواليد والمهاجرين والحرف المختلفة..الخ.

والمصدرين الآخرين ينبغي على المندوب أن يتعامل معهما بقدر كبير من الحذر حتى لا ينزلق إلى دعاية مقصودة من قبل الجهات والهيئات التي تصدرها والتي تكون خلافاً للحقيقة.

مصادر المراسل الصحفي:

يعتمد المراسل على كل المصادر التي ذكرها د. كرم شلبي سابقاً، والخاصة بالمندوب الصحفي او المخبر الصحفي، وهذا أمر طبيعي لأن المراسل ليس إلا مندوباً للصحيفة في بلد غير البلد الذي تصدر فيه، او في المدينة غير المدينة التي تصدر فيها الصحيفة، ومن ثم فإن مصادره تتمثل في الأشخاص من كبار الشخصيات والمسؤولين وشهود العيان والجهات والأجهزة الرسمية وإدارات العلاقات العامة والكتب والنشرات والمطبوعات التي تصدرها الهيئات، فضلاً عن ملاحظاته الشخصية، ومتابعته لما يجري في المؤتمرات والندوات وما إلى ذلك وهي نفس المصادر التي يستخدمها المندوب.

إلا أنه يضاف إلى هذه المصادر للمراسل الخارجي مصدر على قدر كبير من الأهمية يتمثل في وسائل الإعلام في البلد الذي يعمل فيه فالصحف ومحطات الراديو والتلفزيون في البلد الذي يعمل فيه المراسل تمثل مصدراً هاماً للأخبار والموضوعات والقضايا التي يمكن أن يمد بها صحيفته، بينما المندوب والمراسل الداخلي لا يمكنه الإفادة من نفس المصادر هذه، لأنها في الداخل تعتبر من المصادر العامة للصحيفة وليست للمندوب أو المراسل الداخلي، لأنها مصادر عامة تأخذ منها كل الصحف.

المصادر البشرية والمصادر المادية:-

نجد أن ميلفن مينتشر قد قسم مصادر المندوب والمراسل الصحفي إلى نوعين من المصادر فقط وهي يتفق في ذلك مع ما أورده د. كرم شلبي والنوعين هما:-[1]

- المصادر البشرية
- المصادر المادية

أولاً المصادر البشرية:-

المصدر البشري عند ميلفن مينتشر هو الشخص الذي لديه معلومات يحتاجها المخبر من أجل قصة أخبارية أو من أجل خلفية لقصة أخبارية وتشمل المصادر البشرية المرأة التي رأت الطائرة ترتطم بالأرض على بعد مسافة قصيرة جداً من المهبط، والمخبر الذي تعاون مع مخبري الواشنطن بوست في تحقيقات ووتر غيت، وسمسار السندات وصديق المخبر الذي يغطي الشؤون المالية والذي يشرح له المسائل المالية المعقدة رغم أن اسمه قد لا يذكر إطلاقاً في القصة.

وعرف ارتر ل. غافشون المخبر الدبلوماسي للاسوشيتدبرس المصدر البشري بقوله: (أي شخص يوجد في داخل أي موقف أخباري معين ومعه جزءاً أو كمية من المعلومات المناسبة).

ليس من الضروري أن تكون المصادر البشرية مديري شركات أو حكام ولايات أو أعضاء مجلس شيوخ، وما زال الحديث لميلفن مينتشر، ولكن المصادر الممتازة يمكن العثور عليها فيما يسمى بالمراكز المجهولة (ANONYMOUS POSTS) وذلك مثل السكرتيرات والإذنة والمساعدين (الكتبة والمختزلون) الذين يسجلون محاضر المحاكمات والحراس الأمنيون وعمال المقاسم وحتى العاملين في مكاتب دفن الموتى.

---

[1] ميلفن مينتشر، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكر ن هـ، ص ١٤٤

صحافة دفتر الشيكات: يرعي ويشجع بعض المخبرين مصادرهم من خلال عملية جمع الوقائع، وربما يدفع لهم ليحصل المخبر على الأخبار أو المعلومات التي يريدها.
ويتساءل كل من جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريسميلي لماذا لا يدفع الصحفيون الجيدون للأخبار ؟ ويجيبان بقولهما (إن من الممارسات التي تفصل بين الصحافة العامة (الجديرة بالاحترام) عما يسمى بالصحافة الشعبية (التابلويد) هو أن الأولى لا تدفع ثمناً مقابل الأخبار وأن الثانية معتادة على الدفع.[١]

ويقول البعض أنه ما دامت وسائل الإعلام الإخبارية تستفيد من الأخبار فينبغي أن تستفيد المصادر كذلك، وأن كان هذا ما يزال رأياً مستغرباً بين صحفي الصحفي، إلا أنه يلقي قبولاً كبير لدى غيرهم.

كيف يستخدم المخبرون الصحفيون المصادر:

يمكن القول بصورة عامة أن الكيفية التي يستخدم بها المخبرون المصادر هي:-[٢]

١- استخدام الملاحظات والمشاهدات المباشرة حيث يكون ذلك ممكناً بمعنى أن يجعل المخبر نفسه المصدر.
٢- حين يكون من الضروري أن يعتمد المخبر على تقارير غير مباشرة (درجة ثانية) فيجب عليه استخدام مصادر مطبوعة من نوعية ممتازة واستخدام السجلات والوثائق والمصادر البشرية المسؤولة والمطلعة المتاحة أو المتوفرة.
٣- على المخبر أن يبقى مع الشخصيات المركزية أو مع المصادر المركزية في الموقف الذي يغطيه.
٤- أن يسجل المخبر أو يحفظ في ذهنه المصادر البشرية التي تستطيع أن تقدم معلومات رسمية ومسؤولة، وأن يبقى قريباً جداً من هذه المصادر ولكن عليه أن يتذكر: أن الرواية الرسمية ليست دائماً هي الرواية الصحيحة.
٥- أن يستخدم المصادر المطلعة السرية، واستخدم معلوماتها كوسيلة للتحقق من صحة المعلومات الرسمية.
٦- أن يعرف جيداً حدود المصادر البشرية والمادية.
٧- أن يستخدم القصاصات الصحفية في أرشيف الصحيفة لتدعيم تغطيته ما أمكن ذلك.
٨- أن يستخدم الهاتف لتغطية حدث ما، واستخدام الهاتف يمكن أن يكون فناً، إنه هبة للتغطيه، ولكن المخبرين الصحفيين الجيدين يعرفون حدوده خاصة حينما لا يستطيع الانتقال إلى مكان الحدث وذلك حينما يواجه مشكلة قرب آخر موعد لتسليم المادة قبل الطبعة الأخيرة.
٩- أن يستخدم رواية شاهد عيان، ومن المؤكد أن رواية شاهد العيان هي دائماً مصدر أفضل من الرواية المنقولة.
١٠-أن يجمع بين المصادر البشرية والمادية في تغطية أي حدث ما أمكن فالواحد منها يكمل الآخر.

حيل الحصول على الأخبار:

للصحفيين حيلهم التي يجعلون بها المصادر تتحدث ويورد كل من جون ماكسويل هاملتون وزميله بعض حيل حرفة جمع الأخبار الشائعة وهي:-[٣]

١) تحطيم الجليد في أية مقابلة عن طريق البدء بدردشة عن كلب الأسرة أو مباراة كرة القدم التي أقيمت في اليوم السابق وذلك بغرض جعل المصدر يشعر بالإرتياح ويسترسل في كلامه وهو سعيد ومبتهج.

---

[١] جون ماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٧

[٢] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٥٣ - ١٦٠

[٣] جون ماكسويل هاملتون واخر، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٣٢ – ١٣٤

٢) مباغتة المصدر بسؤال محدد بعد سلسلة من الأسئلة السابقة ويأمل المخبر الصحفي بذلك أن يخرج المصدر المعلومات بدون قصد منه أو يصرح بها بدون تفكير حين يفاجئه الصحفي بالسؤال.
٣) خداع المصادر بجعلها تعتقد أن المخبر يعرف أكثر مما تعرفه المصادر في حقيقة الأمر، واستعمال هذه الخدعة شائع في حالة تخمين المخبر أن شيئاً ما صحيح دون أن يمكنه إثبات ذلك.
٤) تشكيل الإجابات: في بعض الأحيان يمكن للمخبر تشكيل إجابة ما بسؤال إرشادي مثل: ألا تعتقد أن خصمك كان غير نزيه في طريقة تقديمه للتسجيل أو ماذا ستفعل بشأن البيانات المتسمة بالقرف التي أدلى بها خصمك... إلخ.
٥) عدم توجيه أي سؤال بالمرة: وهنا يستطيع الصحفي الحصول على معلومات من المقابلة تزيد عن ما يمكن التطوع بقوله عادة.

ويضيف ميلفن مينشر عدداً من الوقائع العملية للمخبرين للحصول على الأخبار وهي:-[١]

١- ثمة قصة أخبارية وراء كل حدث تقريباً، تذكر أن خبراً عن حادث إقتحام بناية في واشنطن، هو الذي بدأ فضيحة ووتر جيت التي أدت إلى استقالة الرئيس نيكسون في عام ١٩٧٤م.
٢- تأكد دائماً من أين تأتي الأموال وإلى أين تذهب ومن الذي يقدمها ومن الذي يتلقاها، ما إذا كانت أموال ضرائب أو تبرعات لحملات انتخابية أو منح، اتبع الدولار وراقبه جيداً.

ويضيف كل من البرت ل. همستر وواي لان ج. تو بعض النصائح للراغبين في معرفة كيفية الحصول على الأخبار وهي:-[٢]

١. كن محباً للاستطلاع: لأنه إذا لم يكن لديك حب استطلاع فلن تكون صحفياً ناجحاً أبداً. وإذا لم تسأل دائماً عن السبب وراء كل شئ فليس هناك أي أمل فيك. بل إن أسلوب الكتابة الممتازة يأتي في المرتبة الثانية بعد الرغبة في معرفة ماهية الأشياء.
٢. أخرج من مكتبك، فالأخبار لا تختبئ خلف مبرد المياه بالحجرة ولن تحصل إلا على أقل القليل من الأخبار إذا قبعت في مكتبك لتقرأ صحيفة أو لتحل الكلمات المتقاطعة.
٣. لا تسأل مصادرك أبداً (ماهو الجديد) لأنه ليس هناك (جديد) بالنسبة لمعظمهم لأن أعمالهم روتينية وهم لن يعرفوا القصة الإخبارية الجيدة حتى إذا سقطت فوق رؤوسهم.
٤. تحدث مع مجموعة كبيرة متنوعة من الناس، واستمع جيداً لما يتردد في المقاهي والمنتديات.
٥. أقرأ دوريات متخصصة في مجال التغطية الإخبارية التي تقوم بها، في حالة توافرها. واشترك في واحدة أو اثنين من هذه الدوريات إذا كان لديك القدرة المالية التي تمكنك من ذلك.
٦. داوم على حضور الحفلات الدبلوماسية والاستقبالات فهناك يمكنك أن تعرف الكثير.
٧. أقرأ الجريدة التي تعمل بها، فهناك الكثيرين من الصحفيين الذين لا يميلون إلى قراءة أي شيء يكتبه غيرهم. ولا تكن كسلان، وكن على علم ودائم بالأحداث التي تمت تغطيتها في جريدتك.
٨. لا تردد في (سرقة) الأفكار من الصحف التي تصدر في بلاد أخرى أو الصحف الأخرى التي تصدر في بلادك. وذلك لأنه ليس هناك حقوق نشر بالنسبة للأفكار.
٩. أقرأ البينات الرسمية مهما كانت مملة أو مثيرة للضجر، فإنها تحتوي على أفكار للقصص الخبرية.

---

[١] ميلفن مينشر، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٣

[٢] البرت . همستر، واخر، دليل الصحفي في العالم الثالث، مرجع سبق ذكره، ص ص ٢٤٥ – ٢٤٨

١٠. داوم على مشاهدة التلفزيون والاستماع للإذاعة لأنه قد تقدم قصة أخبارية جيدة يمكنك أن تجري عليها بعض التعديلات.
١١. استمع إلى نشرات الأخبار والبرامج الأجنبية على الموجة القصيرة وموجات اف ام وذلك لأنها ستزيد من ثقافتك وتوسع مداركك.
١٢. احتفظ بملف للمستقبل فهو سينشط ذاكرتك وسيحفزك على التفكير في الأخبار التي تحتاج إلى تغطية
١٣. داوم على الإتصال بمصادرك الإخبارية لزيادة الثقة فيك أكثر.
١٤. داوم على زيارة مكاتب السفارات الأجنبية خاصة المسؤولين عن الإعلام والصحافة فيها.
١٥. لا تتجاهل رجال الأعمال لأن طبيعة عملهم تلزمهم بأن يكونوا على علم بما يجري ويدور إذا كان لهم أن يستمروا في أعمالهم.
١٦. ليكن لك مصدر في الموانئ والمطارات ولتكن علاقتك بشركات الطيران والملاحة علاقة ود وصداقة.
١٧. أقض بعض الوقت في الأسواق لتستشعر حقيقة المواقف المختلفة.
١٨. تعلم العديد من اللغات إذا كان المواطنون في بلادك يتحدثون بأكثر من لغة لتحصل عن المعلومات بطريقة مباشرة.
١٩. تحدث مع زملائك من الصحفيين لتتمكن من الحصول على فكرة تصلح لأن تكون قصة أخبارية.
٢٠. تعرف على بعض أساتذة الجامعات ورجال الإدارة فيها وتردد عليهم لتعرف ما يحدث وما يدور.
٢١. أعلم إنك لن تحصل على قصة أخبارية في كل مرة تلتقي فيها بمصادر أخبارك. ومن الحكمة أن تستثمر بعض وقتك في اكتشاف اهتماماتهم والأشياء التي تحفزهم على الحديث للحصول على أخبار منهم في وقت لاحق.
٢٢. تبادل الثرثرة والقيل والقال مع السياسيين والمسؤولين لأنهم حتماً سيعطونك وجبة شهية من المعلومات.
٢٣. خصص بعض الوقت للتجول في مدينتك أو المنطقة التي تعيش فيها وأنظر بعين جيدة إلى ما يحدث.
٢٤. حاول أن تقضي بعض الوقت في خلوة في مكان ما لتفكر.
٢٥. تذكر أن رؤساء التحرير يحبون الصحفي الذي يبدأ التحرك من تلقاء نفسه والذي يحمل في جعبته أفكاراً.

حيل وتكتيكات الأخبار المرفوضة:

وكما أن للصحفيين حيلهم وتكتيكاتهم المقبولة التي يجعلون بها المصادر تتحدث، فهناك أيضاً حيلاً وتكتيكات يكاد يكون هناك إجماع على إدانتها داخل مهنة جمع الأخبار إلا في حالات نادرة أوردها كل من جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريمسكي في كتابهما القيم صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية وهي:-[١]

١- تقديم نفسك بصفة غير صفتك:

من المفترض أن يعرف الصحفيون أنفسهم بهذه الصفة في أثناء العمل، فالتقاط بعض النميمة في أثناء الجلوس في أحد الفنادق في أثناء أوقات الراحة شيء، والبدء في سؤال الناس دون أن تخبرهم أن الأمر قد ينتهي به المطاف في صحيفة الغد شيء آخر، وأسوأ اعتداء في هذا النوع هو توجيه الأسئلة كشخص آخر، أي كرجل الشرطة مثلاً. والمخبرون الصحفيون الذين

[١] جون ماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٣٥ – ١٣٧

يرغبون في العمل مستترين لابد لهم من الحصول على موافقة كبار المحررين، الذين يجب عليهم تقدير الفوائد مقابل التكلفة.

٢- التهديد والابتزاز:

وهذه هي مدرسة (قل لي وإلا...) الخاصة بإجراء المقابلات.

٣- المحاولة غير الصادقة لأن تكون نزيهاً:

إذا لم يكن المخبر الصحفي راغباً حقاً في إعطاء شخص ما الفرصة كي يعرض رأيه في الصحيفة فإن القصة قد تذكر أن المتحدث الرسمي "لم يمكن الوصول إليه ليعلق على الموضوع قبل الموعد النهائي للطبع" في حين أن الحقيقة هي أن المخبر الصحفي ترك التلفون يرن مرتين فقط.

وهذه عشرة أشياء قد يقول معظم الصحفيين أنه من غير المفترض أن يفعلوها:-

١) الكذب بالكلمة المكتوبة أو على الهواء، وهو ما يعني كذلك استقلال التكنولوجيا الجديدة في تغيير الصورة.
٢) الكذب على المصدر أو تهديده
٣) نقل الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة.
٤) فرض رأي أو حذف رأي لا يوافق عليه المرء.
٥) إبداء المحسوبية أو التحيز الشخصي فيما ينقله المرء أو يكتبه.
٦) تقديم المرء لنفسه بصفة غير صفته أو اللجوء إلى الخداع للحصول على قصة ما (دون أن تكون هناك أسباب قوية جداً تدعوه لذلك).
٧) سرقة الكلمات أو الأفكار (حيث يمكن للصحفيين استخدام الكلمات مع نسبتها لأصحابها).
٨) التصنت على المكالمات التلفونية أو تسجليها دون إذن.
٩) استخدام المرء لمنصبه لتحقيق مكاسب شخصية (كأن يقبل هدايا من المصادر).
١٠) القيام بأي شيء يمكن تفسيره على أنه (صراع مصالح) مثال ذلك كتابة الخطب السياسية لمرشح تغطي أخباره في الانتخابات.

ثانياً: كتابة وتحرير الخبر News Writing

إن أي مؤلف او كاتب حاول أن يكتب عن فن كتابة وتحرير الخبر يدرك جيداً أن من أولى المبادئ للكتابة هي أن الفكرة أولاً وبعد ذلك تأتي الكلمات وأن التخطيط يسبق الكلمات وهناك خطأ شائع قد يقع فيه الصحفي المبتدئ وهو أن يبدأ كتابة الخبر دون أن تكون لديه فكرة واضحة ومحددة عما يريد أن يكتبه، وكيف سيعرض وسيقدم ما يريد أن يقوله. السؤال الأول الذي يجب أن يوجهه الصحفي لنفسه هو: ماذا أريد أن أقول؟ ثم أين يجب أن أضع ما أريد قوله بمعنى كيف سأوزع عناصر القصة.

والقاعدة الأساسية التي تدرس لطلاب الصحافة في أمريكا منذ القرن الماضي هي: (أعرف جيداً ماذا تريد أن تقول. قل ما تريد مباشرة، ولا تبدأ إطلاقاً بذكر شيئاً آخر تعتقد أنه يؤدي إلى ما تريد قوله) وهناك قاعدة أخرى تعرف بـ(عناصر الأسلوب) وهي: اختر تصميماً مناسباً وحافظ عليه وتمسك به.. وذلك لأنه من المؤكد أن المخطط الأساسي الهيكلي يشكل الأساس الذي يقوم عليه أي نوع من أنواع الكتابة ولذلك لا يجوز لأي مخبر أن يبدأ كتابة أي خبر أويحرر أي قصة أخبارية بدون خطة. أحياناً قد تتغير الخطة. أثناء الكتابة، سوف تظهر للمخبر أفكاراً جديدة، قد تؤدي إلى التخلي عن الخطة الأصلية، ولكن حتى في هذه الحالة يجب وضع خطة لتحل محل الخطة الأولى.[١]

والخطأ الشائع الذي قد يقع فيه الصحفي هو أن يكتب بدون تفكير مسبق. وكنتيجة لذلك فإن التغطية الإخبارية تظهر فيها أكثر الأخطاء الشائعة خطراً في الكتابة الصحفية وهي التفكك

[١] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ٥٣

وعدم التنظيم أو الافتقار إلى التركيز وكما أكد أحد أساتذة الصحافة لطلابه (لا تستطيعون أن تكتبوا إذا لم تكونوا قادرين على أن تفكروا).[1]

ويقصد بتحرير الخبر وكتابته أي صياغته في شكل أو قالب صحفي مناسب للصحيفة وإعداده للنشر عبر الصحيفة أو المجلة وأسلوب صياغة الخبر هو أحد أشكال الأسلوب الصحفي الذي يقف في مرحلة وسطى بين الأسلوب الأدبي والأسلوب العلمي فيأخذ من الأدب البساطة والسهولة ومن العلم الدقة والوضوح والتحديد.

قواعد كتابة وتحرير الأخبار:

يؤكد كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس أنه ليست هناك قواعد معينة ينبغي اتباعها للوصول إلى درجة التفوق والإمتياز في أسلوب الخبر، غير أنهم ذكروا أن هناك مبادئ عامة لأسلوب كتابة الأخبار ساقاها فيما يلي:-[2]

أولاً: الاستغناء عن الكلمات الزائدة:

أ- أداة التعريف التي لا لزوم لها مثل شبت النار في القرية والأفضل كتابة شبت نار في القرية. غير أنه ينبغي مراعاة ألا يستغني إلا عن أدوات التعريف التي لا لزوم لها. أما أدوات التعريف اللازمة فتبقى.

ب- الأفعال التي لا قيمة لها مثل: قام بإعداد بحث ويكتب بدلاً عنها أعدّ بحثاً فهو أسلوب أقوى.

ج- الصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة مثل: دمرت السيارتان تدميراً والأفضل: دمرت السيارتان وعمارة عاليه من ثمانية عشر طابقاً والأفضل: عمارة من ثمانية عشر طابقاً، وكان من بين الذين غادروا القطار والأفضل أن يكتب: كان من الذين غادروا القطار ويجتمع النادي في يوم غذ والأفضل يجتمع النادي غداً فهو أسلوب أقوى

د- أحرف ربط الكلمات مثل: وقد قال في حديثه والأفضل: وقال في حديثه.

ه- الأسماء المعروفة مثل: جاء من أمدرمان العاصمة الوطنية والأفضل أن يكتب: جاء من أمدرمان

و- والجمل الطويلة مثل: استغرقت المناقشة مدة تقرب من ساعتين والأفضل أن تكتب: استغرقت المناقشة نحو ساعتين

ز- التكرار: مثل: ثم جاء بعد ذلك إلى المحكمة والأفضل: ثم جاء إلى المحكمة.

ثانياً: استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة:

أ- تفضيل الكلمات القصيرة المألوفة على كل ما عداها من كلمات مثل حريق بدلاً عن أتون وتوفي بدلاً عن عصمت المنون بحياة... الخ

ب- تفضيل المفرد عند التحدث عن ملمة أصابت قوماً وعدم المغالاة في الوصف باستخدام أفعل التفضيل مثل أجمل امرأة في العالم والأفضل أن تكتب امرأة جميلة أو مباراة مثيرة بدلاً عن أكثر المباريات إثارة.

ت- ينبغي مراعاة العناية في استخدام الفعل المضارع ولا سيما في العناوين. فكثيراً ما تقرأ في الصحف عنوان مثل: الوزير اجتمع بمساعديه أمس والصواب أن يقال: الوزير يجتمع بمساعديه أو أن يقال: إجتماع الوزير بمساعديه أمس.

ث- تجنب استخدام الألفاظ والعبارات التي تحتمل معنيين أو التي تنطوي على تنافر لفظي مثل: وصف الأعور بالقول: لست عينية سواء وصف التقدم الإقتصادي

---

[1] ميلفن مينتشر، المرجع السابق، ص ٥٤

[2] ستانلي جونسون وآخر، استقاء الأنباء فن، مرجع سبق ذكره، ص ص ٦٢ – ٧٤

بـالقول: التقدم الإقتصـادي المتـأخر أو وصـف رجـل بأنـه (دعـي) فلهـذه اللفظـة معنيـان أحـدهما قريـب إلـى الإفهـام وهـو معنـى إدعـاء الشـخص بمـا لـيس فيـه، والآخـر بعيد عـن الفهـم المباشـر وهـو معنـى نسـبة الرجـل إلـى غيـر أبيـه. ومـن المستهجن كذلك استخدام الأوصاف التي تدخل في نطاق البديهيات مثل: الذهب الأصفر فالذهب لا يكون إلا أصفر، ومن الممكن القول: الذهب الأسود أو الذهب الأبيض لأن المعنى سينصرف من معدن الذهب إلى البترول أو القطن ومن هذا القبيل أيضاً: شرب ماء غير ذي لون أو وكان يمشي على قدميه فبديهي أن المـاء غير ذي لون وأن المشي لا يكون إلا على القدمين.

ج- المبنـي للمعلـوم يفضـل كثيـراً علـى المبنـي للمجهـول مثـل: شـهد كثيـر مـن النـاس الحادث بأعينهم بدلاً عن شوهد الحادث بـأعين كثيـرين مـن النـاس. والأفضـل أن تكتب شـهد الحـادث أحد عشر شخصـاً، ولكـن إذا أريـد استعمال البنـاء للمجهـول على وضعه الصحيح قيل: انتخب السيد الصادق رئيساً للجنة الانتخابات بدلاً من انتخبت لجنة الانتخابات السيد الصادق رئيساً لها.

ح- تجنب استخدام الجمع المركب فالهرم يجمع علـى إهرام لا إهرامـات والطريـق يجمع على طرق لا طرقات والرجل يجمع على رجال لا رجالات لأن إهرامـات وطرقات ورجالات جمع لجمع وهو غير شائع... وهلمجرا.

خ- مراعاة عدم جمع اسماء الجنس لأن مفردها يؤدي معنى الجمع مثل: المطر بـدلاً عن الأمطـار ومـاء النيل بـدلاً عـن ميـاه النيـل وحديقـة الحيـوان بـدلاً عـن حديقـة الحيوانـات وصـياد سـمك بـدلاً عـن أسـماك مـا دام المفـرد يـؤدي معنـى الجمـع، فيحسن استخدامه في كتابة الأخبار.

د- مراعاة استعمال التنبيه في مواضعها الصحيحة فمن الخطـأ الفاضـح القـول: ذات العيون الخضر أو سار على أقدامه والأفضل أن تكتب ذات العينين الخضـراوين وسار على قدميه.

ثالثاً: ينبغي على المخبر أن يكون راوية لا معلقاً أي أن يسوق الأخبار خاليـة من كل رأي ومن كل ما يلبس الخبر ثوب الرأي:

فالمخبر ليس قاضياً حتى يحكم على أحد حسب تقديره كما أن المخبـر لـيس كاتبـاً لمقـالات الـرأي فـي الجريـدة حتـى يخلـط بـين الخبـر والـرأي، فـالخبر ينبغـي أن يكتـب مـن زاويـة موضـوعية وأن يتحري كاتبه الدقة في استخدام العبارات والألفاظ. ولهذا فإن الأخبار المنشورة في الصحف تخلو من عبـارات (أنـا) و(نحن) ومـا إليهـا والمخبـر الحـاذق هـو الـذي يقـول: إنـه مـن خريجـي جامعـة أمدرمان الإسلامية وله خبرة تزيد على عشرة سنوات بدلاً من أن يقول: إنه مؤهل تـأهيلاً ممتـازاً لشغل المنصب. كما ينبغي عليه أن يقول: وصرح النائب العام بـأن الحكم جانـب العدالـة بـدلاً مـن أن يقول: إن الحكم جانب العدالة وهو الذي يقول: وقال المتعلم أن الخرطـوم حسـنة التصـميم بـدلاً من أن يقول وقال المتعلم أن مدينتنا حسنة التصميم وهكذا.

رابعاً: اقتضاب الجمل والفقرات:

ويراعي في كتابة الأخبار عادة ألا يزيد عدد كلمـات الفقـرة الواحـدة علـى ٧٥ كلمـة، وألا تتألف الفقرة من أكثر من أربع جمل، وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة فـي الفقرة. والجمـل القصيرة البسيطة تفضل عادة على الجمل الطويلـة المركبـة. فمثلاً وجهت الغرفـة التجاريـة اليـوم دعـوة إلـى الصـناعات الجديـدة لتـزاول عملهـا فـي مدينـة الخرطـوم بحـري، وذلـك فـي الإجتمـاع السنوي للغرفة الذي عقد في قاعة الصداقة في الخرطـوم، خيـر منـه الأسـلوب التـالي وهـو بسـيط: للصناعات الجديدة أن تزاول عملها في مدينـة الخرطـوم بحـري بنـاءً علـى دعـوة وجهتهـا الغرفـة التجارية اليوم. جاء ذلك في الإجتماع السنوي الذي عقدته الغرفة صباح اليوم بقاعة الصداقة.

خامساً: ينبغي لكل خبر أن يتضـمن بيانـاً سـافراً أو مضـمراً للمصـدر الـذي اسـتقى منـه، فـالمخبر عادة يتقصى أخبـاره مـن أشـخاص آخـرين، اللهـم إلا إذا رأي الحـادث بعينـي رأسـه. ولملافـاة هـذا

النقص يتعين على المخبر أن يبين مصدر كل حقيقة من الحقائق المدرجة في الخبر، ما لم يكن هذا المصدر مضمراً في صلب الخبر يفهمه القارئ من تلقاء نفسه. فالمخبر مخير بين أمور أربعة:-

١- فإما أن يذكر مصدر المعلومات صراحة فيقول: يؤخذ من تصريح للوالي.....
٢- وإما أن يدع المصدر مضمراً في الخبر مثل: هرب عشرة من المسجونين.
٣- وإما أن يتعمد إخفاء المصدر لحجب مصدره، فيقول: علم من مصدر يعول عليه الليلة....
٤- غير أن على الصحفي أن يذكر مصدر جميع الأخبار المنطوقة على رأي مثل أعلن السيد على عثمان محمد طه... أو كل بيان قد يكون فيه ما يحط من قدر الغير حتى يتجنب نشر بيانات فيها خطأ أو تحامل.. وعلى المخبر أن يستشهد بأقوال عدد من الناس، وأن ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو أن ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى إيراده بين قوسين وأن يتنوع في أساليب نسبة الخبر لمصدر واحد بأن يقول و(صرح) وأعلن أو (أذاع) أو (وأصر) أو (وأشار) أو (وألمع) وما شابه ذلك من الألفاظ المماثلة حتى لا تنطبع فقرات الخبر بطابع التكرار الممل

سابعاً: ينبغي ترتيب الخبر نفسه ترتيباً طيباً: فقد تكون الأحداث التي تألف منها الخبر عامرة بأسباب الفوضى والاضطراب غير أن الخبر المكتوب ينبغي أن يحلل هذه الأحداث ويربط أجزاءها المختلفة، ويؤلف من تفاصيلها قصة أخبارية مترابطة تدور حول محور رئيس. ويضيف ستانلي جونسون وجوليان هاريس عدداً من التعليمات الخاصة بالأسلوب الإخباري ومنها:-[١]

١. أن يدرس المخبر الصحفي بتدقيق الكتاب الخاص بالأسلوب الذي تضمنه جريدته تعليماتها بشأن الكتابة. فالعرف المتبع في الولايات المتحدة الأمريكية أن تضع كل جريدة كتاباً خاصاً لمحرريها يتضمن التعليمات التي ينبغي مراعاتها في كتابه الأخبار والمقالات حرصاً منها على مراعاة التناسق التام بين جميع أبوابها وفصولها، بحيث يحس القارئ بأنه قد قرأ أسلوباً واحداً لا عشرات من الأساليب لعشرات المحررين. والمقصود بالتعليمات الخاصة بالأسلوب توضيح بعض الأمور المختلف عليها أو العسيرة وشرح بعض الاستعمالات المعينة في الكتابة والهجاء وما إليها فقد ترى جريدة ما أن تكتب (الثلثاء) بدون الألف الوسطى بينما ترى جريدة أخرى ؟أن تكتبها (الثلاثاء) وكذلك بالنسبة لمئة ومائة وهكذا.

٢. الاستخدام الصحيح والدقيق لعلامات الترقيم مثل النقطة والفاصلة وعلامة الوقف الاستدراكي والشولة المنقوطة (؛) والشرطه وأقواس الاقتباس.

٣. استخدام الكلمات المختصرة والألفاظ المستخدمة شائعة الاستعمال أفضل من الترجمة الحرفية أو استخدام بعض الألفاظ المهجورة مثل اليونسكو وحلف الناتو وهلمجرا.

٤. الحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص الذي يدور حوله الخبر في أول الخبر، ولا مانع بعد ذلك من الإكتفاء بشق من اسمه عند سرد بقية الخبر، كما يجب الحرص على الألقاب العلمية أو المدنية أو غيرها إذا كان الشخص الذي يدور حوله الخبر متمتعاً بشيء منها.

٥. تسهيلاً للقراءة بحسن كتابة الأرقام الصغيرة أي من واحد إلى تسعة بأحرف الهجاء لا بالأرقام أما إذا زادت الأرقام عن عشرة فيحسن كتابتها بالأرقام، مع مراعاة الاستثناء في بعض الأحوال مثل عند بداية الجملة وأرقام والمباريات وما إلى ذلك فلها حالات خاصة عند الكتابة. ويلخص ميلفن مينتشر قواعد الأخبار فيما يلي:-[٢]

١- لا تكتب قبل أن تفهم الحدث.

---

[١] ستانلي جونسون وآخر، المرجع السابق، ص ص ٧٣

[٢] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ١١٥

٢- لا تكتب قبل أن تعرف جيداً ما تريد أن تقوله.
٣- أظهر، أعرض، ولا تقص أو تروي.
٤- أبرز الإقتباسات والاستشهادات في القصة الإخبارية.
٥- أبرز الصور والأحداث والقصص الجيدة في القصة الإخبارية.
٦- استخدام أسماء محددة وملموسة وأفعالاً حيوية وحركية.
٧- تجنب الإكثار من استخدام الأوصاف، وقاوم إغراء دعم الأفعال بالظروف.
٨- تجنب الأحكام والاستنتاجات، دع الوقائع تتحدث.
٩- لا تطرح أسئلة لا تستطيع تقديم أجوبة عنها في قصتك
١٠- أكتب ببساطة، وسهولة، وبإيجاز، وبصدق، وبسرعة.

٢/ طرق وقوالب صياغة الخبر:

المقصود بقوالب صياغة الخبر (الأشكال) أو النماذج أو الطرق التي تحتذى عند كتابة الأخبار أو هي الأشكال والقوالب التي توضع فيها المعلومات التي يتضمنها الخبر. وهذه المعلومات أو الوقائع التي يتكون منها الخبر تقدم عادة باحدى ثلاثة طرق وهي:-[١]

(أ) طريقة السرد: وهي ذكر الوقائع والمعلومات بطريقة من يقص للآخرين شيئاً رآه أو عرفه ويحكي لهم عنه أو ينقله إليهم. وتعد هذه الطريقة أيسر الطرق الفنية لصياغة الخبر سواء كان خبراً بسيطاً، أي يعتمد على واقعة واحدة، أم خبراً (مركباً) يعتمد على عدد من الوقائع وإن كان يجمعها في إطار واحد في النهاية.

(ب) طريقة الحديثة الحديث المنقول: وتستخدم هذه الطريقة في نشر الأخبار التي يكون فيها المندوب قد حصل على تصريحات للمسؤولين أو بيانات رسمية للمتحدث الرسمي أو الخطب والرسائل والوثائق وما إلى ذلك.

(ج) طريقة السرد والحديث المنقول:

وهي الطريقة التي تجمع بين الطريقتين السابقتين فتستخدم السرد كما تنتقل عن المتحدثين أو الخطب والبيانات والتصريحات وما إلى ذلك. وعندما تتعدد مصادر الأخبار تستخدم هذه الطريقة لفرط تعقيدها ويقتصر استخدامها على الأخبار المركبة وفي حالات معينة فقط.

ويقسم الدكتور فاروق أبو زيد الأخبار من الناحية التحريرية إلى نوعين رئيسيين هما:-[٢]

النوع الأول: الخبر البسيط: وهو الخبر الذي يقوم على وصف واقعة واحدة وهو الخبر القصير السريع (Spot news) عند د. محمود علم الدين ود.ليلي عبد المجيد وهو تقرير سريع حالي عن حدث يجيب على العناصر الرئيسة للحدث بشكل مركز ومختصر دون مقدمة، وهو الشكل الغالب استخدامه في الصفحات الأولي من الجرائد اليومية.

النوع الثاني: الخبر المركب وهو الخبر الذي يقوم على وصف عدد من الوقائع والربط بينها. ويعرفه كل من د. محمود علم الدين ود. ليلي عبد المجيد بالقصة الإخبارية (New story) وهو تقرير آني عن أحداث مهمة يحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه ويجيب على التساؤلات الرئيسة وذلك في أكثر من فقرتين.[٣]

ويوضح د. فاروق أبو زيد أن تحليل البناء الفني لكل من الخبر البسيط والخبر المركب يكشف أن كلا منهما ينقسم بدوره إلى ثلاثة أشكال فنية وهي:-[٤]

(أ) الخبر القائم على سرد الأحداث:

وهو الخبر الذي يقوم على سرد وقائع الحدث وتتبع تفاصيله بحيث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل.

---

[١] د . كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص ١٧٣

[٢] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٤٩

[٣] د . محمود علم الدين ود . ليلي عبد الحميد، فن الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٦٧

[٤] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٠

وهو نفسه التقرير الإخباري عند د. محمود علم الدين ود. ليل عبد المجيد وهو خبر يقوم على عرض وقائع الحدث وتفاصيله مع خلفياته وهو يناسب التغطية التفسيرية ويشيع استخدامه في المجلات الإخبارية العالمية مثل تائم ونيويورك وغيرها ويحقق التقرير الإخباري الوظائف التالية:-

١- تقديم معلومات وبيانات جديدة عن حدث أو واقعة لا يستطيع الخبر الصغير أو القصة الإخبارية تقديمها بشكل مناسب.
٢- إبراز زوايا أو جوانب معينة عن حدث أو واقعة.
٣- تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير.
٤- التقويم الموضوعي للبيانات أو المعلومات الواردة في التقرير الإخباري عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتصريحات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد محرر التقرير الإخباري بها كما يحتوي التقرير الإخباري على:

أ- معلومات تفصيلية كاملة عن الحدث
ب- تحليل لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها في إطارها العام.
ت- خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.
ث- توقعات أو تنبوءات بما سيكون عليه المستقبل أو بعض المؤشرات.

ويعتمد نجاح التقرير الإخباري – في جانب كبير منه – على مدى استفادة محرره من قسم المعلومات في الصحيفة، حيث يحتاج إلى خلفية بحثية وتعمق في التفاصيل والأسباب والدوافع والخلفيات التاريخية وكذلك يستفيد من الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية.[١]

(ب) الخبر القائم على سرد تصريحات:

وهو الخبر الذي يقوم على أساس سرد تصريحات حصل عليها المندوب الصحفي من مصدر مسؤول أو من الشخصية التي يدور حولها الخبر.. بحيث تشكل أقوال هذا المصدر مادة الخبر ومصدر أهميته وهو الأمر الذي يحدث في حالة المؤتمرات الصحفية أو الحديث الخبري أو الاحتفالات العامة أو الخطب السياسية أو البيانات أو الرسائل وغير ذلك من الأخبار التي تقوم على سرد التصريحات.

ويختلف هذا الخبر عن القصة الإخبارية الشاملة (Round up News story) التي يوردها كل من د. محمود علم الدين ود. ليلي عبد المجيد بأنها الشكل الإخباري الذي يستخدم في حالة القيام بتغطية أخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة ليتم عرضها داخل قصة أخبارية واحدة، أو مجموعة أحداث تقع ويربط بينها خيط أو مضمون واحد أو حدث تدور وقائعه في أماكن مختلفة وتشترك فيه أطراف عديدة.[٢]

(ج) الخبر القائم على سرد المعلومات:-

وهو الخبر الذي يقوم على سرد البيانات والمعلومات والحقائق التي تدور حول موضوع معين فمحرر هذا الخبر لا يركز على الأحداث والوقائع أو التصريحات وإنما يهتم فقط بالمعلومات والبيانات.

ونعتقد أن الخبر القائم على سرد المعلومات عند فاروق أبو زيد هو نفسه القصة الإخبارية الجانبية عند كل من د. محمود علم الدين ود. ليلي عبد المجيد وهو التقرير الإخباري المختصر والمكثف والذي يتصل إتصالاً مباشراً بقصة أخبارية مهمة أو تقرير أخباري منشور في الصفحة نفسها أو في العدد نفسه من الصحيفة وتبرز هذه القصة لمادة الجوانب الإنسانية أو ردود فعل تجاه حدث ما إضافة إلى عدة أغراض أخرى هي:-

---

[١] د . محمود علم الدين ود . ليلي عبد المجيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٦٨

[٢] د . محمود علم الدين ود . ليلي عبد المجيد، المرجع السابق، ص ٦٩

١- إبراز تأثير الأخبار المتصلة بها ومغزاها.
٢- إضافة بعد إنساني لهذه الأخبار.
٣- إضافة معلومات وخلفيات وردود فعل قد يكون من الصعب وضعها بالصورة المناسبة داخل القصة الإخبارية أو التقرير الإخباري.

وللقصة الإخبارية الجانبية أنماط عديدة حصرها د . محمود علم الدين ود . ليلي عبد المجيد في ستة أنماط هي:-

أ- القصة الإخبارية الجانبية الشخصية Personality

وتقوم برسم صورة شخصية مستخدمة التعبير بالكلمة لبعض الشخصيات البارزة داخل الحدث.

ب- القصة الإخبارية الجانبية الإنسانية التي تدعو للتعاطف Empathg

وهدفها خلق التعاطف لتقديم نموذج إنساني من خلال قصة أخبارية جادة.

ج- القصة الإخبارية الجانبية التي تقدم ردود فعل Reaction

وتتضمن التعليقات التي تبديها بعض الشخصيات أو الجهات على حدث ما أو تصريح معين.

د- القصة الإخبارية الجانبية النفسية Mood

ويسعى المحررون من خلالها إلى الغوص في أعماق النفس البشرية ليعكسوا حالتها المزاجية والعاطفية في مواجهة موقف ما مؤثر عليها، ويراعي المحرر هنا التركيز على وصف الجو النفسي وإبراز الجوانب التي تجعل القارئ يشعر بالتوحد النفسي مع الأشخاص الذين تم ذكرهم داخل هذه القصة الإخبارية.

هـ- القصة الإخبارية الجانبية المشرقة أو الباسمة (Bright)

وهي قصص أخبارية قصيرة يقلب على سلوكها الفكاهة والسخرية وهدفها بعث الأمل والتفاؤل والإشراق لدى جمهور القراء الذي يطالع عشرات القصص الإخبارية الجادة المليئة بالأحداث غير السارة أحياناً.

و- القصص الإخبارية الجانبية الخلفية Back grounders

وهي قصص أخبارية توضع في قلب القصص الإخبارية أو التقارير الإخبارية وتحتوي على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية أو الدوافع الإنسانية وراء حدث معين أو الأحداث المشابهة السابقة ويكثر استخدام هذا الشكل في الصحف الأسبوعية والمجلات الإخبارية أكثر من الصحف اليومية.[١]

ويؤكد كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس أن الأخبار نوعين أساسيين هما:-[٢]

١- **الأخبار البسيطة:** أي الأخبار التي تتعلق بحادثة واحدة لا غير مثل قتل رجل في حادث سيارة ولم يصب غيره بأذى، وفي هذه الحالة ما على المخبر إلا أن يتخير عنصراً من العناصر الإخبارية الستة المتعلقة بحادثة الوفاة ويبرزه في مقدمة الخبر، أما الوقائع الأخرى التي لم يكتبها في المقدمة تكتب في جسم الخبر وهي التفاصيل الأقل أهمية.
٢- **الأخبار المركبة:** وهي الأخبار التي تتعدد فيها الحوادث المهمة أو الزوايا التي تتساوى في أهميتها الظاهرة مثل: عاصفة محلية هبت فأسفرت عن قتل شخص بفعل صاعقة وتدفق ماء السيل على المحال الواطئة واتلاف سلع قيمتها مليار جنيه واندلاع ألسنة النار وتفاقم خطرها بسبب سرعة الريح مما دمر مدرسة ثانوية قيمتها اثنين مليار جنيه في الطريق الغربي من المدينة وفي هذه الحالة هناك منهجان أساسيان يتبعان في كتابه مقدمة الخبر المركب هما:-

١- تلخيص جميع العناصر بترتيب أهميتها في الجملة الأولى والفقرة الأولى وهي المقدمة.

---

[١] محمود علم الدين ود . ليلي عبد المجيد، المرجع السابق، ص ٧٠

[٢] ستانلي جونسون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٢

٢- إبراز عنصر هام أو خطير في الجملة الأولى أو الفقرة الأولى على أن تجمل جميع العناصر الأخرى بترتيبها المنطقي في الفقرات التالية.

ويمكن القول بوجه عام أن الروايات الإخبارية التي تقوم على حادثة فردية هي روايات بسيطة مثل حوادث السيارات أو الوفيات أو المرض أو تشييع الجنائز أو الجرائم والأخبار الشخصية مثل الرحلات والمواليد والضيوف وأخبار المستشفيات والأخبار الموجزة. وهذه الأخبار يسند تحريرها عادة إلى المخبر المبتدئ لانها لاتحتاج إلا للقليل من التحليل ومن المعلومات الأساسية. والواقع أن أي رواية مفردة قد تكون بسيطة أو مركبة بغض النظر عن نوعها.

أما الروايات التي تقوم على حادثة فردية أو مجموعة حوادث ولكنها تحتاج إلى مزيد من المعالجة التفسيرية مثل الخطب والأحاديث والإجتماعات والمناسبات والمؤتمرات والمناسبات الخاصة والقانون والمحاكم والمحاكمات والقضايا ودنيا المال والأعمال والحكومة والسياسة فإنها تعتبر روايات مركبة.

كما أن هناك ألواناً من الكتابة أدعى إلى التخصص مثل صفحة الرياضة والإجتماعات والمقالات الافتتاحية وعرض الكتب والمجال الفني تعتبر من الروايات الإخبارية ذات الطابع الخاص ولها مشكلات خاصة بكل منها.[١]

٣/ القوالب أو الأشكال الفنية للخبر:

يقصد بالقوالب أو البناء الفني للخبر الشكل الذي يتشكل به الخبر ويظهر به على صفحات الصحف، وأياً كانت الطريقة التي تعرض بها المعلومات والوقائع التي يتضمنها الخبر فإن القالب الذي توضع فيه هذه المعلومات ينحصر في واحد من الشكلين التاليين:-

١- قالب الهرم المقلوب

٢- قالب الهرم المعتدل

أما قالب الهرم المقلوب المتدرج فهو مجرد تطور لقالب الهرم المقلوب ليناسب الأخبار المركبة الطويلة التي تحتوي على وقائع متعددة والكثير من التصريحات التي أدلى بها مصدر واحد أو عدد من المصادر.

أولاً: قالب الهرم المقلوب:Inverted – Pyramid Style

القاعدة التي يسمعها طلاب الصحافة أكثر ما يسمعون تسمى (الهرم المقلوب) وطوال أجيال حكم هذا البناء القصة الإخبارية القياسية ولكي نفهم ما هو الهرم المقلوب، أرسم مثلثاً يقف على إحدى زواياه بدلاً من القاعدة، والمخبر الصحفي يضع أهم التفاصيل في قمة القصة الخبرية والمعلومات الأقل أهمية أسفل منها وحينئذ يمكن تقصير القصة بسهولة، لو اقتضى الأمر ذلك، وذلك يقطع القاعدة على عجل.[٢]

وعندما تتصور الخبر الصحفي على هذا النحو، فالمقصود بذلك أن يبدأ الخبر بالفكرة الرئيسة أولاً، ثم تأتي بالتفاصيل بعد ذلك وهنا ينقسم الخبر إلى قسمين هما قمة الهرم وجسم الهرم وتأتي أهم حقيقة أو أهم معلومة في الخبر في المقدمة (lead) ثم تأتي التفاصيل بعد ذلك لتشكل جسم الهرم (Body) متدرجة من الأهم إلى المهم فالأقل أهمية.[٣]

والهرم المقلوب عبارة عن حجر أثري واحد غير متوازن وعن قمة ضخمة تقف على أساس دقيق جداً، أنها صورة أسطورية بالنسبة للصحفيين وذلك لأن قمة القصة يجب أن تعالج بحذق ودقة ومهارة. وإذا ما استطاع الصحفي أن ينسي ويستبعد هذه الصورة عن الكتلة المقلوبة والمعكوسة وأن يتذكر أن كل ما تعنيه هذه الصورة هو أن المادة الأكثر أهمية توضع غالباً في بداية القصة، والمادة الأقل أهمية توضع فيما بعد، في النهاية فإنه يكون فعل حسناً. ولقد عاشت

---

[١] ستانلي جونسون وآخر، المرجع الاسبق، ص ١٩٢، ص ٢٤٠

[٢] جون مماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٣

[٣] د . كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ١٧٨

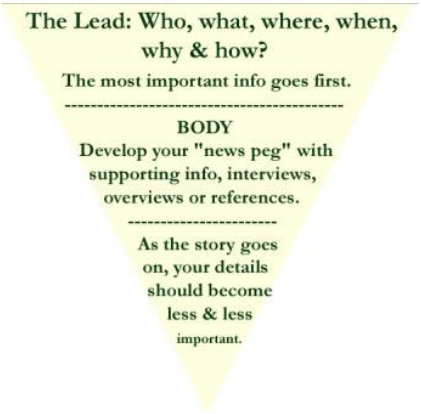
واستمرت هذه الصيغة أو هذا الشكل وذلك لأنه يستجيب لحاجات مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيرية إذ غالباً ما يريد متلقو الأخبار أن يعرفوا ماذا حدث منذ بداية الخبر وإذا ما كان هذا مثيراً، فإنه سوف يشد اهتمامهم وإلا فإنهم سينتقلون إلى خبر آخر، فالناس مشغولون جداً ولا يستطيعون الانتظار طويلاً بدون الحصول على جائزة أو مكافأة.[١]

قصة قالب الهرم المقلوب:-

مع اختراع (التلغراف) لم يكن بوسع المخبرين الصحفيين إرسال الأخبار لمسافات طويلة بسرعة، وكانت المشكلة هي التكاليف المرتفعة لإرسال البرقيات واحتمال حدوث انقطاع في الخدمة، ولكي يستفيد المحررون من التكنولوجيا الجديدة ويقللون من المخاطر، دعوا إلى هجر الكتابة المطولة المنمقة التي لا تتجه إلى الهدف مباشرة، وبتحاشى السرد ذي البداية والوسط والنهاية الواضحة، سهل المحررون الأمر على أنفسهم كذلك، فقد صار بإمكانهم وضع قصة ما في مكان محدد دون بذل جهد كبير، يضاف إلى ذلك أن إيراد النقاط الرئيسة للحدث الإخباري في بداية القصة يعطى إحساساً بأنها عاجلة مما يفيد الصحيفة، وخاصة الصحيفة التي تنافس لكي تحظى باهتمام القراء المشغولين. وعلى خلاف القصيدة أو القصة القصيرة، ليس القارئ مضطراً للاستمرار في القراءة حتى النهاية كي يدرك المدلول.[٢]

ويؤكد ذلك أيضاً ديفيد ا س. برودر بقوله (بوصول التلغراف تراجعت تلك الرسائل الإخبارية المطولة ذات الطابع الشخصي وأفسحت المجال للأسلوب الموجز المحكم الذي ينقل المعلومات الأساسية فقط وبأقل عدد من الكلمات بحيث تنخفض التكاليف إلى الحد الأدنى.[٣]

ويمكن توضيح قالب الهرم المقلوب بالشكل التالي:





مميزات قالب الهرم المقلوب:- قالب الهرم المقلوب هو أصح القوالب الفنية في كتابة الأخبار البسيطة أو المركبة وذلك للميزات التالية:-[٤]

١- أنه يساعد على اختصار أية أجزاء من تفاصيل الخبر بسهولة وخاصة الأجزاء الأخيرة في الخبر باعتبار أنها أقل أهمية. وهذا الاختصار يمكن الصحيفة، وخاصة في حالة إصدار طبعات أخرى، من إيجاد مساحات لبعض الأخبار الهامة التي ترد إلى الصحيفة قبل الموعد النهائي للطبع أو بعد الطبعة الأولى.

٢- سهولة اختيار عناوين الخبر من المقدمة. باعتبار أنها تلخص أهم ما في الخبر.

٣- تساعد القارئ المشغول على الاكتفاء بقراءة مقدمة الخبر فيحصل على خلاصته. كذلك فهي تساعد على قراءة أية فقرات إضافية من الخبر – وخاصة تلك الفقرات التي تهمه دون أن يضطر

---

[١] جون ماكسويل هاملتون، وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٣

[٢] جون ماكسويل هاملتون، وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٤

[٣] ديفيد ا س . برودر، وراء الصفحة الأولى، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٣

[٤] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٢

إلى قراءة تفاصيل الخبر كله... كما يمكن لمثل هذا القارئ أن يستغني عن قراءة الأجزاء الأخيرة من الخبر باعتبارها أقل أهمية ويمكنه الاستغناء عنها.

٤- نظراً لأن الخبر في هذه الحالة يتكون من عدة فقرات قصيرة (عادة) فإن ذلك يريح يصر القارئ ويعاونه على استكمال قراءة الخبر.[١]

٥- إيراد النقاط الرئيسة للحدث الإخباري في بداية القصة يعطي إحساساً بأنها عاجلة فيحظى باهتمام القراء المشغولين.[٢]

سلبيات قالب الهرم المقلوب:

بناء على ملاحظات علمية نجد أن الاعتماد على قالب الهرم المقلوب بصورة مكثفة له نتائج سلبية منها:-[٣]

١- إنه يؤدي إلى تكريس عادات سيئة عند القراء هي الاكتفاء بقراءة العناوين والمقدمة أو جزء قليل من المتن، وهذا يعني أن ما يحصل عليه القارئ هو جزء قليل من الحقائق عن الحدث، أي أنها معرفة ناقصة.

٢- أن هذه العملية تؤدي إلى أن يقع ظلم على بعض أطراف الصراع والقضية محور الخبر، ذلك أن القارئ قد يتعرف على وجهة نظر طرف معين جاءت في مقدمة الخبر، وفي بداية متن الخبر، ولا يتعرف على وجهة نظر أطراف أخرى اعتبرها الصحفي أقل أهمية فجاءت في آخر النص الخبري وهذا يسهم في اختلال تدفق الأنباء.

٣- أن هذا القالب يؤدي إلى عملية تنميط التغطية الإخبارية لمعظم الأحداث العالمية، ويحدد كم ونوعية المعرفة التي يتلقاها القراء إذ انها نتاج لسيادة الفلسفة الإعلامية الغربية.

الشروط والاعتبارات الخاصة بقالب الهرم المقلوب:

لابد من مراعاة الشروط والاعتبارات التالية عند استخدام قالب الهرم المقلوب:-[٤]

١- أن تكون فقرات الخبر قصيرة سواء في المقدمة أو الجسم ويفضل أن يكون حجم الفقرة الواحد ثمانية أسطر أوأقل.

٢- ضرورة تنظيم وترتيب الوقائع والمعلومات والبينات والتصريحات حسب أهميتها في الخبر أي أن يبدأ بالأهم فالمهم والأقل أهمية وهكذا.. ولا يحتم على المندوب أن يتبع في ترتيب بيانات الخبر نفس ترتيب النقاط التي احتوتها المقدمة.

٣- لابد أن يكون لكل فقرة موضوع محدد أو واقعة محدد.

٤- الحرص على ربط الخبر بعضه ببعض بحيث يصبح للخبر سياق واحد.

٥- أن تتسلسل أفكار الخبر بحيث تؤدي كل فقرة من فقرات الخبر إلى الفقرة التي تليها.

تنظيم قالب الهرم المقلوب: موجهات لاتباعها:

تختلف كل قصة إخبارية عن الأخرى ولكن هناك بعض الموجهات الأساسية يجب أن تتبع بصورة عامة في تنظيم قالب الهرم المقلوب وهي:-[٥]

١- **أكتب مقدمة موجزة ومحكمة: Write a terse lead** بمعنى أن تكتب مقدمة مختصرة وموجزة في فقرة لا تتجاوز ٣٥ كلمة حول الفكرة الأساسية في القصة (The Major news) أكتب الفقرة الثانية مجهزة بالنقاط الأساسية للحدث الإخباري والتي يجب أن لا تتطابق مع الفقرة الإفتتاحية.

٢- **قدم خلفية: Provide background** استخدم الفقرة الثالثة أو أي فقرة أخرى بعد الفقرتين أوفقرات إذ كان ضرورياً لتزود القارئ بخلفية عن الحدث، والتي توضح أشياء

---

[١] د . كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ١٨١

[٢] جون ماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٣

[٣] د . سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٥

[٤] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٥٢ – ١٥٣

[٥] Bruce D . Itule of Douglas A. Anderson

للقراء، والخلفية يجب أن تأتي من المصدر الذي يوضح شيئاً مفيداً أو من المخبر ليجعل القصة واضحة وحتى القصص العاجلة تحتاج إلى فقرات خلفية لتوضيح ماذا حدث من قبل.

إذا كانت هناك أكثر من سمة رئيسة واحدة في القصة الخبرية، استخدم فقرة الخلفية أكثر في القصة لتغطيتها كلها، وبعد ذلك فإن كل سمة يمكنك تطويرها لاحقاً.

٣- **أعرض الخبر في تسلسل تنازلي حسب الأهمية:** استمر في تغطية القصة الخبرية مستخدماً فقرات مرتبة ترتيب تنازلي حسب الأهمية، وقالب الهرم المقلوب نادراً ما يتركب كرونولوجي (Chronologically) إذا أراد المخبرون أن يكتبوا بطريقة كرونولوجية فهم دائماً يستخدمون شكل آخر، أي حسب ترتيب وقوعها الزمني

٤- **استخدام الاقتباسات مبكراً وفي كل مكان:** الوقت المناسب لتقديم الاقتباسات المباشرة هو بعد أن تعطي الجمهور الفكرة الأساسية والمعلومات الحقيقية أفضل الاقتباسات المباشرة بواسطة استخدام أخبار ملحقة وفقرات. أنثر الاقتباسات في كل مكان في القصة بدلاً من جمعها مع بعضها. نذكر أن الاقتباسات قصيرة لأنها تجعل الناس في الأخبار يتصلون مباشرة مع الجمهور.

٥- **استخدام فقرات انتقالية:** Transition paragraphs) والفقرات الخلفية، الفقرة مع أخبار إضافية أو حتى الاقتباس المباشر يمكن أن تستخدم كانتقال يحرك القراء بسلاسة من فقرة إلى أخرى. الانتقال يرشد المتلقي أن هناك تغيير أو تبديل سيحدث. والانتقالات يمكن تطويرها في عدة طرق:-

١. للعدد Numericallyأولاً ثانياً ثالثاً.. الخ
٢. للزمن By timeفي ٣ بعد الظهر، في المساء بعد ثلاثة ساعات.. الخ
٣. للجغرافيا Geograbhically، خارج المنزل، مباشرة ٣ ناخبين الخ
٤. مع الكلمات أيضاً، لكن، onceمرة، meadwhileفي غضون ذلك، Therfore، in other action، however، above ، etc

٦- **لا تستفتح: بمعنى عمل افتتاحية Do not editorialize**: يعتبر المخبرون شاهدون بعيونهم للأخبار وعملهم هو أن يخبروا المتلقي ما شاهدوه، وماذا قال الناس الآخرون. يجب أن لا يضمنوا آرائهم الشخصية. إذا كانوا يعتقدون أن هناك شيئاً فاسداً عليهم أن يدعوا الاقتباسات التي تؤخذ من الناس تتضمن في تدعيم القصة تم يردوا بالبينة والحجة آرائهم الخاصة.

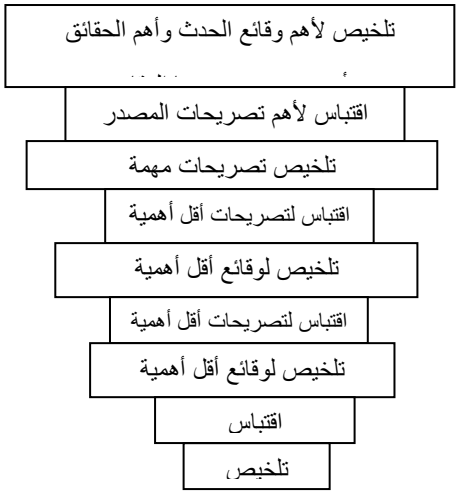
٧- **تجنب النهاية:** avoid the end:استمر في تغطية الخبر حتى النهاية. وهذا يساعد القراء في معرفة حتى لو أن الكتابة قد توقفت فإن القصة لم تنته. والطريقة الفعالة لختم قصة أخبارية هي بإيراد اقتباس مباشر.

٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج:

وكما ذكرنا من قبل فإن هذا القالب مجرد تطوير لقالب الهرم المقلوب ليناسب الأخبار المركبة الطويلة التي تحتوي على وقائع متعددة والكثير من التصريحات التي أدلى بها مصدر واحد أو عدد من المصادر، ويقوم هذا القالب الفني أساساً على تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج وهو بذلك يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر في وهو يقوم على أساس المزاوجة بين المستطيلات الكبيرة التي تخص وتشرح جانباً من جوانب الحدث وبين المستطيلات الصغيرة التي تتضمن أقوال مقتبسة من المصدر.[١]

[١] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٤

وهذا القالب هو الأنسب للأخبار التي تقوم على سرد التصريحات والخطب والبيانات، حيث يكون ملائماً أن يتضمن الخبر نصوصاً من هذه التصريحات أو البيانات أو الوثائق، لاستكمال المعنى وتأكيد المعلومات وإلقاء مزيد من الايضاحات على الخبر. والقاعدة الهامة التي ينبغي اتباعها هنا هي أن يتم ترتيب الفقرات حسب أهمية كل منها بحيث تبدأ بالتصريح الأهم ثم المهم فالأقل أهمية إلى أن ينتهي الخبر وذلك على النحو التالي الذي يمثله الشكل التالي:



قالب الهرم المقلوب المتدرج

وبما إن قالب الهرم المقلوب المتدرج هو تطوير لقالب الهرم المقلوب فتنطبق عليه نفس الايجابيات الخاصة بقالب الهرم المقلوب ونفس السلبيات كذلك وقد سبق أن ذكرناها عند الحديث عن قالب الهرم المقلوب.

ثالثاً: قالب الهرم المعتدل:

ويمكن تصور قالب الهرم المعتدل في الشكل التالي:-[1]

١- مدخل عمل الموضوع الخبر
٢- معلومات أقل أهمية



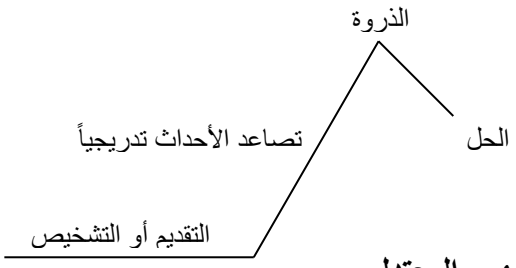
[1] د . سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٦

وهو يعرف بالقالب الروائي أو قالب القصة الإنسانية كذلك ويقوم هذا الشكل على أساس التدرج من المهم ثم الأهم ثم الأكثر أهمية وهو ينقسم إلى ثلاثة أقسام هي:-[١]

١- مقدمة: تحتل قمة الهرم، وتكون بمثابة تمهيد للدخول إلى موضوع الخبر وإن كانت لا تحتوي على أهم ما في الخبر.
٢- جسم الخبر: (أو موضوع الخبر) وفيه التفاصيل والوقائع الأكثر أهمية في الحدث وتتدرج بنا هذه التفاصيل فتبدأ بالأقل أهمية ثم تذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجأ القارئ في الخاتمة بأهم ما في الخبر، تماماً كما يفعل كتاب القصص والروايات.
٣- خاتمة الخبر: (أو نهايته) وتتضمن أهم ما في الخبر والنتائج التي أسفر عنها.

وهذا القالب لا يستخدم إلا في الأخبار المتعلقة بالقصص الإنسانية أو الأحداث العاطفية أو الحوادث والجرائم المثيرة حيث يطيب لبعض المحررين أن يستخدموا في كتابه هذه الأخبار أسلوب الكتاب القصصية أو الروايات أي أسلوب الهرم المعتدل.[٢]

ويمكن تشبيه عمل المحرر الصحفي في هذه الحالة بعمل الكاتب المسرحي أو الروائي، حيث يبدأ بتعريف القارئ بالشخصيات التي ستلعب دوراً على مسرح الأحداث، ويطلق على هذه المرحلة (التقديم أو التشخيص) ثم يتصاعد بالأحداث تدريجياً حتى يصل إلى الذروة ثم يقدم الحل أو يتوقف عند مرحلة الذروة ولا يقدم حلاً للمشكلة ويمكن أن توضح ذلك بالشكل التالي:-[٣]



إيجابيات وسلبيات قالب الهرم المعتدل:-

رغم أن استخدام الصحافة لقالب الهرم المعتدل نادر إلى حد كبير بالإضافة إلى أنها لا تستخدمه إلا في صياغة أخبار ذات الطابع الجنسي والأخبار الإنسانية، إلا أنه يمكن القول أن له المميزات التالية:-[٤]

١- يعتبر من أكثر القوالب تأثيراً على القراء، كما أنه أكثر قدرة على جذب انتباه القراء من أسلوب الهرم المقلوب وذلك وفق دراسة قام بها بعض الدارسين.
٢- يتميز بأنه يمكن أن يكون مناسباً لكتابة الكثير من الأعمال الفدائية والجهادية وقصص البطولة وقصص النجاح في الحياة وقصص الكفاح من أجل تحقيق أهداف عظيمة، وقصص التضحية وأخبار الاكتشافات العلمية والأثرية وغيرها.
٣- يتميز بأنه يهتم أكثر بخلفية الحدث وبالجذور التاريخية التي أدت إليه وهذه المعلومات كثيراً ما يتم التضحية بها عند استخدام قالب الهرم المقلوب فيهملها القارئ لأنها قد تأتي في نهاية النص الإخباري.

أما سلبيات قالب الهرم المعتدل فيمكن القول أنه:-

١- يؤدي إلى ما يطلق عليه بعض علماء الإعلام ظاهرة تحويل العالم إلى دراما (Dramatization of the world) وخطورة هذه الظاهرة أنها تؤدي إلى تسطيح

---

[١] د . كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص ١٨٦

[٢] د . فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٥

[٣] د . سليمان صالح، المرجع نفسه، ص ١٦٧

[٤] د . سليمان صالح، المرجع السابق، ص ١٥٢

المعرفة التي تقدم للجمهور عن الأحداث، ذلك أنه مع تزايد اهتمام المحرر بتلك المعلومات التي تصور المشاعر الإنسانية، أو تسهم في البناء القصصي يقوم بالتضحية بالكثير من المعلومات المهمة والتي تسهم في زيادة وعي الجمهور بحقيقة الحدث.

القوالب الإخبارية الحديثة:

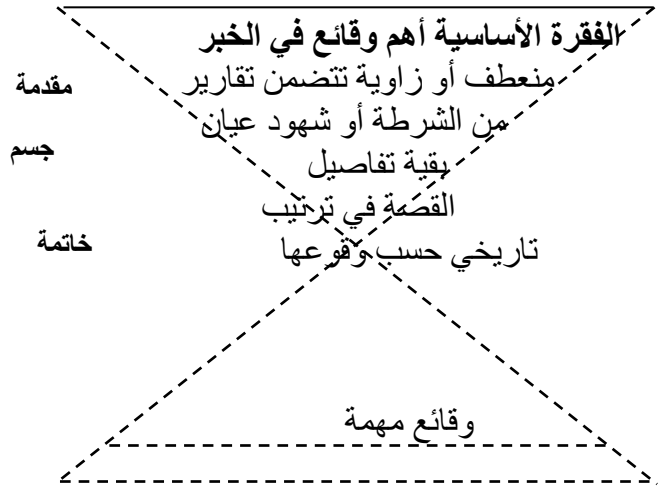
نادى العديد من خبراء الإعلام إلى ضرورة أنه لا يجب أن تشكل هذه القوالب الخبرية قيوداً على إبداع المحررين ومحاولات التجديد والتطوير في كتابة الخبر الصحفي، وطالبوا المحرر الذي يتمتع بقدرات مبدعة بأن يطور أساليب كتابته للخبر بأن يحاول الجمع بين أكثر من قالب في كتابه الخبر أو يبتكر أساليب جديدة، وفي هذا الجزء نتناول الحديث عن الأساليب المبتكرة في صياغة الأخبار ومن ذلك ما يأتي:-

١- أسلوب الساعة الرملية Hourglass style

تكتب معظم القصص الإخبارية غالباً بقالب الهرم المقلوب التقليدي ولكن هناك بدائل، ويقول روي بيتر كلارك (Roy peter (من معهد بوينتر (Poynter) للدراسات الإعلامية في ولاية بيترسبيرج فالا: (عندما تكتب قصصاً في الوقت المناسب يجب أن تعتمد على إستراتيجيات أنها أثبتت نفسها" وهناك قول شائع في أواسط الأخبار، وهو أن القصة الإخبارية الجيدة "تكتب نفسها" وما يوحي به ذلك هو أن المعلومات الإخبارية على قدر كبير من الجاذبية، بحيث لا تجد نفسك مضطراً في واقع الأمر للتفكير في الطريقة التي تقدمها بها".[١]

فنحن يجب علينا أن نحصل على صندوقنا للأدوات ونخرج منه الأدوات التي في متناول اليد والتي تساعدنا في تنظيم تفكيرنا وتصلنا بالقراء، واعتقد – وما زال الحديث لكلارك – أن مشكلة بعض المحررين أن لديهم شكل واحد يعيدونه المرة تلو المرة، وليس لديهم المقدرة على ابتكار أشكال متنوعة في كتابة الأخبار بخلاف الأشكال المتعارف عليها والتي يستطيعون بها كتابة القصص الإخبارية الدقيقة.

ويعتبر كلارك من المؤيدين لأسلوب في الكتابة الإخبارية يعرف باسم (أسلوب الساعة الرملية) والذي يستخدم عادة بواسطة المندوبين الذين يغطون أخبار المحاكم والشرطة والحرائق.



[١] جون ماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٥

وفي هذا الشكل فإن المحرر يعد الفكرة الرئيسة في الفقرات الأولى القصيرة للقصة الإخبارية وتكتب الفقرات في ترتيب تنازلي من حيث الأهمية من الأهم فالمهم فالأقل أهمية، كما هو الحال في قالب الهرم المقلوب ثم يستخدم المحرر منعطف أو زاوية وهي فقرة انتقالية ليقدم خلالها الأخبار حسب ترتيب وقوعها زمنياً تتضمن تقارير الشرطة عن الحادث وتصريحات وأقوال عدد من الشهود وتصريحات وأقوال عدد من المصابين وعقب المنعطف تأتي بقية تفاصيل القصة الإخبارية في ترتيب تاريخي أي حسب ترتيب وقوع الأحداث.

ويلاحظ من شرح كلارك لأسلوب الساعة الرملية أنه يخلط بين القالبين في قالب واحد أي يخلط في قالب الساعة الرملية بين أسلوب الهرم المقلوب في المقدمة وأسلوب الهرم المعتدل في الخاتمة والوسط كما هو موضح بالرسم اعلاه:-

إيجابيات أسلوب الساعة الرملية:

يؤكد كلارك أن لأسلوب الساعة الرملية إيجابيات عددها فيما يلي [1]:-

١- إن الخبر المهم يقدم بصورة بارزة في القصة الإخبارية.

1- The important news is presented high in the story

٢- إن الكاتب يستطيع أن يستفيد من ميزة الأسلوب الروائي

2- The writer can take advantage of narrative

٣- أكثر المعلومات أهمية تكرر في القالب الروائي لذلك فإن للقراء الفرصة لكي ينشروها أكثر

3- The most important information is repeated in the narrative so that readers have a chance to absorb it

٤- يتميز أسلوب الساعة الرملية بتوازن في التركيب بعكس قالب الهرم المقلوب الذي تكون قمته (أي المقدمة) مركزة نوعاً ما.

4- Unlike the top – heavy Inverted pyramid, the hour- glass has a balanced structure.

٥- يبقي أسلوب الساعة الرملية القراء مشدودين للقصة حتى تصل به لخاتمة حقيقية

5- It keeps readers in the story and leads up to a real conclusion.

٦- أنها لا تشجع المحررين على التخلص من الأجزاء الأخيرة من القصة الإخبارية.

6- It discourage editers from slashing from the bottom

ويضيف كلارك أن أسلوب الساعة الرملية هو الطريق الطبيعي لذكر القصة كاملة، وبعدها ربما يقول أحدهم أنها آسرة ويعتقد كلارك أن هذا الأسلوب سيقود المحررين لمستوى من التغطية ربما لا يستطيع الأسلوب الهرمي ارتياده.

ويقول أنه لا يستخدم في كل القصص الإخبارية، فقد يكون مناسب للأخبار الشخصية وأخبار الطقس والنعي وأخبار المناسبات خاصة الإجازات، ولكنه يستخدم بكثرة مع قصص النجاح مثل أخبار المحاكم أو الإجتماعات أو الشرطة أو الحرائق.

(٢) أسلوب (كأس الشمبانيا):

وخلال تجربة مناهج أخرى إلى جانب الهرم المقلوب يتحدث مدربو الكتابة عن أسلوب (كأس الشمبانيا) وهذا الشكل من الكتابة يضع المعلومات المهمة في القمة، والمادة المساندة في الساق الوسطى، أما القاعدة فهي في صورتها المثالية خاتمة تتسم بالحيوية وتعد (مكافأة للقارئ) كما يقول المحرر المخضرم ريتشارد رورمان.[1]

ولكن عندما يتصل الأمر بتوصيل المعلومات الأساسية ببراعة لم يجد أحد حتى الآن نموذجاً أفضل من الهرم المقلوب القديم، وما يشغل كثيراً من المحررين الذين يحاولون الحصول على

(1) Bruce D . Itule 4 Douglas A . Anderson , PP 66 – 76

[1] جون ماكسويل وهاملتون، وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٥

كتابة أفضل في الصحيفة هو أن الابتعاد عن التقاليد سوف يشجع المخبرين الصحفيين الصغار على التركيز على أن يكون كل منهم هيمنجواي القادم على حساب الوصول إلى الحقائق.

المداخل الحديثة لكتابة المادة الإخبارية وتحريرها:

لقد أورد كل من د. محمود علم الدين ود. ليلى عبد المجيد خمس مداخل حديثة لكتابة المادة الإخبارية وتحريرها وهي:-[١]

١- مدخل التركيز على الفرد The personalized Approach
٢- مدخل القصص الحوارية المتسعة Extended dialogue stories
٣- مدخل ضمير المتكلم The first person Approach
٤- المدخل الكرونولوجي The chronological Approach
٥- المدخل السردي Narrative Approach

أولاً: مدخل التركيز على الفرد:

يقوم هذا المدخل على فسلفة تقول أن القارئ العادي في كثير من الأحيان يعجز عن فهم بعض الأحداث الضخمة أو القضايا المعقدة ولكنه قد يفهمها إذا ما تم تناولها من جانب شخصي أو محسوس أو ملموس، فميزانية الدولة يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الأسرة. ويشير كل من جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريمسكي إلى هذا المدخل بقولها: " وصحيفتنا وول سترنت جورنال وكريستيان سانيس مونيتور من بين المطبوعات الشهيرة التي تبحث كيفية تأثير القضايا العامة على الحياة اليومية وقد طورتا بطريقتهما الخاصة تكتيكاً يسمى تقرير (تاريخ الحالة) الذي يلقى الضوء على فرد واحد باعتباره مجازاً لاتجاه إجتماعي أو سياسة إقتصادية أو تطور سياسي.[٢]

ويذكر ميلفن مينتشر أن صحيفة ذي وول ستريت جورنال قد لعبت دوراً مؤثراً في اتجاه (أنسنة الأخبار) وهو أن يجري التأكيد على إيجاد وحقن العنصر الإنساني في جميع القصص إذا كان ذلك ممكناً، فقصة أخبارية عن الميزانية على سبيل المثال يمكن أن تعطي طابعاً إنسانياً من خلال تقديم وإظهار نتائج ضريبة الملكية الجديدة وآثارها على أصحاب المنازل وساكني الشقق والتجار ويعرف اضفاء الطابع الإنساني على الأخبار أو (ألسنة الأخبار) بأنه تقديم القضايا والظواهر والمشاكل من خلال انعكاساتها وتأثيراتها على فرد معين، ويعلل ذلك أنه حدث نتيجة منافسة الصحف للمجلات أولاً ثم لمجئ التلفزيون وظهور عصر الانفوميدا ثانياً.[٣]

ويتم تطبيق هذه الصيغة التي برعت فيها جريدة ذي وول ستريت جورنال من خلال مجموعة من الخطوات المتتالية هي:[٤]

الخطوة الأولى: وهي الخطوة الرئيسة والمهمة وتبدأ بالتركيز عن الفرد المنغمس والمتأثر بالحدث أو القضية، ويشغل هذا التركيز مقدمة الخبر (أصبحت القصة الإخبارية النموذجية تبدأ بعدة فقرات تدور حول فرد معين، مرتبك، مشوش أو مهزوم، دائماً يتم عرض أو الوصول إلى الفقرة الهامة بعد تقديم القضية من خلال الفرد المتأثر أو المعني بها.[٥]

الخطوة الثانية: وهي فقرة انتقالية تسهل عملية انتقال المعنى من المقدمات الشخصية إلى القضايا الأضخم التي يتم تغطيتها، ويسميها محرري ذي وول ستريت جورنال الفقرة الحتمية وهذه الفقرة تشمل عادة معظم المعلومات المهمة أو دورة الخبر التي توجد في مقدمة أسلوب الهرم المقلوب،

---

[١] د . محمود علم الدين ود . ليلي عبد المجيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٧٨

[٢] جون ماكسويل هاملتون، وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٦

[٣] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص، ٤٨

[٤] د . محمود علم الدين، ود . ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٦٥

[٥] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ٤٩

إنها تقدم تفصيلات مركزة ودقيقة ومحددة وتحتاج إلى مزيد من الشرح والتوضيح والتفسير والتوسع.

الخطوة الثالثة: كتابة فقرة تعادل تفاصيل أو جسم الخبر المكتوب بأسلوب الهرم المقلوب التي تلي المقدمة، وتقوم بعملية الانتقال من الخاص إلى العام، ومن المحدد إلى المفصل، ومن التركيز إلى الاستطراد ويتم عرض القضية الأضخم في ترتيب تنازلي، للاحتفاظ باهتمام القارئ خلال القصة وحتى نهايتها معتمدين في هذا على المهارة في أسلوب التحرير وبعدة طرق من أهمها:-

١- إبراز الفرد والإشارة إليه داخل جسم الخبر.
٢- تزيين الخبر ببعض الطرائف والأمثال وتلوين الأسلوب.
٣- توظيف ثلاثة مداخل أسلوبية تحريرية مهمة وهي:-

(أ) التركيز: أو تحديد زواية أو نقطة معينة أو هدف يمكن التركيز عليه في إطار هذا الحدث.

(ب) التفاصيل: أو البحث عن تفاصيل دقيقة ووظيفة داخل الحدث أو القضية والتركيز على نقاط مهمة تجعل الخبر أسهل في التحرير، وأمتع في القراءة ويدعم هذا عناية المحرر بأسلوبه وأهتمامه بانسياب الأفكار وتسلسلها.

(ج) الفقرات الانتقالية: أو عمليات الربط بين فقرة وأخرى ونقل القارئ بينهما بأسلوب رشيق ودون تكلف، يهدف أن يثير لدى القارئ مشاعر متوقعة كالغضب، الاحباط، التعاطف والرفض.

الخطوة الرابعة: خاتمة الخبر، وهنا تأتي على خلاف أسلوب الهرم المقوب، الذي تكون فيه الخاتمة هي أقل المجالات أهمية وتحتوي على التفاصيل الزائدة، بينما تجئ في هذه الصيغة قوية، بحيث يعود بها المحرر إلى موضوع التركيز الأساسي وهي الشخص، وتبين ما قام به كرد فعل أو استمرار، وقد تكون خلاصة مركزة أو تقريراً موجزاً للموضوع أو أهم استنتاجاته.

إيجابيات مدخل التركيز على الفرد:-

تقول كريستين هيلمود مراسلة "كربستان سيانيس مونيتور " إذا عرفنا الصحافة بأنها رصد الأفكار والأفعال الإنسانية فهي لابد أن تكون عن الناس وهي تشير إلى الأهمية الخاصة لهذا النوع من الصحافة بالنسبة للمجتمعات المستقلة بقولها "عندما تروي القصص وترسم الصور الكلامية عن أثر مشروع (بعينه)" على حياة الأفراد يستجيب القراء، وربما يحثهم ذلك على العمل.[١]

النقد الموجه إلى مدخل التركيز على الفرد:-

١- يشكو كثير من الساسة من أن وسائل الإعلام تولي اهتمام أكثر من اللازم للشخصيات، في حين لاتهتم بالقضايا بالقدر الكافي من الاهتمام ويذكر الناس الشكاوي ذاتها في رسائلهم إلى المحرر ومكالماتهم إلى البرامج الجماهيرية.[٢]
٢- يشكو بعض الناس من الصحافة بتركيزها على البشر تهوّن من قوة الأخبار المهمة، فعندما يخصص مقال عن رئيسة وزراء زائرة فقرة كاملة عما كانت ترتديه، تنهال الرسائل من القراء الغاضبين يشكون فيها من أن الصحيفة ما كانت لتولي هذا الاهتمام لأحد الرجال.[٣]
٣- ويدافع الصحفيون الذين يؤيدون اتجاه الكتابة عن الشخصيات أن ذلك يأتي بهدف جذب القراء، فكثيراً ما تكون الأخبار مملة أو جافة على أقل تقدير ويعلق كالفن تربلين على ذلك بقوله: (كثيراً ما يشكو المخبرون الصحفيون من أنه لا يمكنهم الكتابة عن أحد برامج الحكومة المهمة – مثل المشاركة في العوائد العامة – لأنه ليس فيه أي بشر)

---

[١] جون ماكسيول هاملتون وأخر، صناعة الخبز في كواليس الصحف الأمريكية، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٣

[٢] جون ماكسيول هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٤

[٣] مبلغين مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص٤٩

واللازمة الشائعة في صالة الأخبار هي عليك بزاوية الاهتمام الإنساني كي تجعل المجرد يبدو حقيقياً.[١]

ثانياً: مدخل القصص الحوارية المتسعة:-

ويعتمد هذا المدخل على سرد اقتباسات من أقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة في القصة الإخبارية ويتم ذلك من خلال أربع خطوات تبدأ بمقدمة تعتمد على أبرز ما جاء في حديث الشخص ثم فقرة انتقالية ثم جسم القصة الإخبارية أو تفاصيلها وتعتمد الاقتباسات والتخليص ثم الخاتمة أو الخلاصة.[٢]

الاقتباس كما يعرفه كل من جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريمسكي هو (العبارة المنطوقة أو المكتوبة الصادرة عن شخص آخر بالحرف أو يفترض أنها كذلك على أقل تقدير) ويعد الاقتباس الأكثر تفضيلاً من بين كل أدوات الصحافة الأمريكية والعبث في الاقتباس يعد خطيئة أخلاقية مهنية. وحتى ظهور أجهزة التسجيل المحمولة كان من الصعب إثبات الخطأ في الاقتباس ولكن في الوقت الراهن فإن أي مخبر صحفي، وأي شخص يجري معه مقابلة يتم ذلك بجهاز تسجيل، فأحدهما يسعى للحصول على أكبر قدر من الاقتباسات، بينما يحاول الآخر حماية نفسه في عدم الدقة.[٣]

وغالباً ما يشعر الصحفيون الأوربيون بالاستياء من الهوس الأمريكي بنسب الحقائق إلى أصحابها، بما في ذلك الاقتباسات الدقيقة فالأوربيون (باستثناء البريطانيين) لا يحملون أنفسهم عناء تدوين الملاحظات. فهم يصرون على أنه لابد من إعطاء القارئ (معنى) لما يقوله المتحدث وحسب ولكن في نظام نقل الأخبار المتخم بالمعلومات المتبع في الولايات المتحدة في نصف القرن المنصرم، فإن الاقتباسات غالباً ما تضفي على القصة الإخبارية إحساساً بالصدق. فإنك كمخبر صحفي عندما تقتبس كلام شخص آخر تبين للقارئ إنك لا تقدم رأيك أنت بل أن شخصاً آخر هو الذي يعرض رأيه وغالباً ما يكون ذلك بكلمات أكثر تشويقاً من أي كلمات يمكن أن تكتبها أنت كمخبر صحفي محايد. ورغم قدسية الاقتباسات، فإن إعادة ما قاله شخص ما أصعب مما يبدو ولا يتم دائماً بشكل حرفي. فمن الضروري في كثير من الأحيان إزالة الخلل الحتمي في العبارة المنطوقة، كالألفاظ التي لا معنى لها، وأزمنة الأفعال الخطأ. وفي بعض الأحيان تكون لدى المحررين الرغبة في الحفاظ على نهكة عبارة ما تم التعبير عنها بطريقة موحية. وفي هذه الحالة يبقون على أخطاء النحو وتركيب الجمل. ولكنهم بصورة عامة لا يحاولون إحراج المتحدثين.[٤]

ويعتمد هذا المدخل على زاوية الوقائع الإخبارية على لسان المحرر ومن وجهة نظره الشخصية، فهذا يخلق نوعاً من الحيوية والإحساس بالمشاركة بين المحرر والقراء، ويستحسن في هذه الحالة أن يكون المحرر شريكاً في الواقعة الإخبارية كأن يكون شاهداً على كل تطورات الواقعة من بدايتها لنهايتها مثل المباريات والخطب والانتخابات وأخبار المحاكمات.

يقول ميلفن مينتشر (أتت بعض الدوافع في الحركة الهادفة إلى الابتعاد عن الاعتمادات بالكامل عن المصادر والاقتراب من اتجاه الثقة بالمخبر من الصحف والمجلات الصغيرة التي عرفت باسم الصحافة البديلة ونشرت الأخبار وكأنها أقرب إلى الحقيقة أكثر من العديد من القصص الإخبارية التي نشرتها الصحف الإخبارية، وسرعان ما استخدمت الصحافة التجارية هذه الأساليب التي كانت الصحافة الجديدة أول من دشنها واستخدمها وبالتدريج تغيرت أيضاً وكالات الأنباء.[٥]

---

[١] جون ماكسويل هاملتون وآخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٦

[٢] د . محمود علم الدين، ود . ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص ٦٦

[٣] جون ماكسيول هاملتون وأخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٠٧

[٤] جون ماكسيول هاملتون وأخر، مرجع سبق ذكره، ص ١٢٨

[٥] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ١٢٥

رابعاً: المدخل الكروتولوجي: "ترتيب الأحداث حسب تاريخ او زمن وقوعها":

وهو المدخل الذي شاع استخدامه في بدايات الصحافة حيث كانت الأحداث تروي حسب الترتيب الزمني لوقوعها أو بشكل درامي فتعرض التفاصيل الأقل أهمية ثم الأكثر أهمية تم تأتي الذروة أو القمة بعد أن كانت تعتمد بشكل كامل على أسلوب الهرم المقلوب ولكن بعد تطوره. ويبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة أما ملخصة لأهم ما في الحدث أو تساؤلية عن أبرز وقائعه أو وصفية ثم فقرة انتقالية إلى بداية التفاصيل ثم خاتمة تلخيصية.. ويراعي هنا أن تكون طبيعة الحدث ذاته تسمح باستخدام هذا المدخل مثل سقوط طائرة أو قصة أخبارية إنسانية... الخ.[١]

خامساً: المدخل السردي:

وهو مدخل يعتمد على أسلوب المقال الذي يسرد الوقائع كلما حدثت وبدون وجود ذروة أخبارية في القصة بل سرد جانب من المعلومات المهمة.[٢]

ويطلق عليه الأستاذ الدكتور عبد الستار جواد قالب السرد المباشر وهو القالب الصحفي الذي دخل الجريد اليومية قادماً من عالم المجلة وأسلوبها المميز ففي المجلة قد لا يكون هناك اهتمام أخباري وإنما ثروة من المعلومات الجديدة والممتعة التي يمكن أن تصبح موضوعات أخبارية ويري تيل وتيلر أن قالب السرد المباشر الذي يروي الموضوع من بدايته المنطقية إلى نهايته المنطقية لم يستخدم في الصحافة إلا نادراً وأحد الأسباب في ذلك هو أن على القارئ أن يتابع الموضوع حتى النهاية لكي يعرف ما يتحدث عنه الكاتب. وهذا القالب الصحفي له مكانته ورواده في عالم الصحافة المعاصرة، ومن الداعين له الكاتب الصحفي Charles Mc Dowellصاحب العمود المعروف إلى جانب كتاب آخرين نبذوا اعتماد القوالب التقليدية وطالبوا بالتجديد في القوالب الإخبارية.

ويري الدكتور عبد الستار جواد أن ضرورة التنوع والتجدد في القوالب الصحفية الإخبارية هذه دفعت كتاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل في صياغة الأخبار بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء وفي فنون الصحافة ذاتها ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة (مثل التتابع الزمني وقالب الهرم المقلوب) إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجهاً لوجه أمام سيطرة التطور والتجدد والتنوع فظهرت أنماط وأساليب وقوالب جديدة، منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم.

ويقرر د. عبد الستار جواد أن قالب التتابع الزمني يكثر استخدامه في تغطية أخبار المحاكم والزلازل والكوارث الطبيعية مما يقتضي بإيضاح سبب حدوث الكارثة أو طبيعتها أو وضعها في قالب قصصي مشوق، ويضيف أن قالب الهرم المقلوب قديم وكان يستخدم حين كانت الصحف بلا منافس في التغطية الإخبارية ويؤكد أن صحيفة ذي دول ستريت جورنال قد أعلنت طلاقها عن هذا القالب العتيد، واستبدلته بالقالب الماسي.

أما القوالب الصحفية الحديثة لكتابة الأخبار حسب رؤية د.عبد الستار جواد هي:-[٣]

١/ القالب التشويقي:- هنا فإن أهم عنصر في الخبر يأتي في النهاية وليس البداية وفي بعض الأحيان تأني القصة الإخبارية على شكل القالب الترتيبي تقريباً لأن هذا من أكثر الأساليب تشويقاً في رواية الخبر، وبامكان كاتب الخبر أن يضفي على موضوعة قدراً من التشويق وجذب الاهتمام عن طريق قالب التسلسل الزمني أو الترتيبي.

ويستخدم القالب التشويقي في الأخبار الموجزة وهو عبارة عن فقرتين أو ثلاثة تتكون منها المادة الخبرية ويري وليام رأيفرز أن شيوع هذا القالب جاء نتيجة أنه:-

---

[١] ميلفن مينتشر، مرجع سبق ذكره، ص ١٢٥

[٢] د . محمود علم الدين وأخرى، فن التحرير الصحفي، مرجع سبق ذكره، ٦٧

[٣] أ . د عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، المرجع السابق، ص ١٣٨

١- أكثر تشويقاً ودرامية. ٢- أسهل عن الفهم. ٣- تتكشف عناصره بصورة طبيعية. ٤- لا يمكن اختصاره.

٢/ القالب التجميعي:-

وهذا الشكل غالباً ما تأتي على شكله القصص الإخبارية التجميعية إذا كانت تنتهي بعدة تفصيلات ذات قيمة أخبارية متساوية تقريباً مثال ذلك: معالجة عدد كبير من حوادث الطرق في موضوع واحد، أو عدة جوانب محلية لمشكلة إقليمية كالإسكان أو قلة الأطباء في الولايات وهذا النوع من الأخبار يجب أن ينشر كاملاً إذا كانت هناك مساحة كافية ما دامت التفصيلات متساوية القيمة، وإلا فاختصارها قد يؤدي إلى أحداث خلل في التوازن إذ قد تحذف بعض المعلومات التي تخص محافظة أو جمعية أو أي جهة ويذكر ما عداها، ولمعالجة ذلك يلجأ بعض المحررين إلى طباعة مثل هذه الموضوعات بحروف صغيرة جداً لاستغلال المساحة بشكل يحقق التوازن في التغطية.

وأحد الحلول الشائعة في الصحافة العالمية هي الولوج إلى داخل القصة الخبرية والتقاط تفاصيل صغيرة متماثلة والإشارة إليها مرة واحدة في الخبر، مثال، ذلك أن يشير المحرر إلى حادثة انقلاب سيارة أمجاد في المدن الآتية: أمدرمان الخرطوم ود مدني وعطبرة، دون أن يضطر إلى ذكر تفصيلات صغيرة خاصة بكل مدينة.

ويري جورج هاو أن هذه الصيغة من الأخبار غالباً ما تستخدم لجمع موضوعات أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد، ولكن ليس ثمة سبب يحول دون جمع عدة أخبار مهما كانت طبيعتها تحت استهلال تجميعي من هذا النوع.

٣/ قالب الدورق أو الإبريق: قالب الدورق أو الغرافة متفرع عن الهرم المعكوس حيث يضع المادة معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل دورق الشراب. وفي هذا الشكل يوضح الاستهلال أهمية الموضوع وجوهره ثم تأتي بعد ذلك التفصيلات بأسلوب قصصي تقليدي من البداية حتى النهاية.

إن شكل الدورق يحاول تجميع مادة غزيرة في مقطوعات مسهلة بالنسبة للكاتب ولكنها قد لا تكون كذلك بالنسبة للقارئ. وأفضل ما يستخدم به هذا القالب هو الحوادث غير الاعتبارية حيث هناك حاجة إلى تفصيلات عديدة.

يقول تايلر بأن (قالب الدورق الذي يأخذ شكل غرافة الشراب مستخدم في الكتابة الصحفية منذ عدة أجيال ولكن التسمية لنا).

وفي هذا القالب تحتاج التفاصيل إلى عملية نسج دقيقة على الكاتب أن يستطلع قدراته على ذلك فهو في حاجة إلى مقدرة قوية عالية وخيال وملكة صحفية تجمع شتات القصة في نسيج متجانس طريف.

٤/ قالب بيضة الأوزة:

من الصحف الرائدة في استخدام هذا القالب الصحفي هي صحيفة فيلادفيا انكوير التي تعرف اليوم بأسلوبها المميز الذي يقوم على عاتق كاتب ذوي خيال. هنا يستخدم النثر الصحفي الذي يدخلنا في مشهد بعد آخر. وهنا أيضاً يبرز قدرة الكاتب على دس شخصيته بشكل مناسب دون تطفل أو نفور، أنه مجرد زائر في أحداث الموضوع.

وكما يقرر نيل تايلور فإن للكتاب أساليبهم الخاصة في الكتابة الصحفية، فهم أصحاب الخبرة القادرين على أن يبدأ موضوعاتهم من أية نقطة ويستمرون في تصعيد العرض بشكل ممتع.

وبيضة الاوزة هي قالب كلاسيكي تتكشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي تجده في النهاية، وهذا الأسلوب يقتضي من الكاتب أن يضع في قصته معلومات مهمة وخلفيات للأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية حكائية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة، أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ من أية نقطة يراها الكاتب مناسبة لانطلاقته القصصية.

٥/ القالب الماسي:

تقول صحيفة ذي وول ستريت جورنال أنها هجرت قالب الهرم المقلوب التقليدي وطورت القالب الماسي الذي كان مستخدماً بشكل محدود فأصبح على إيدي كتابها فناً صحفياً.

ولهذا القالب مقدمة سردية وغالباً ما تكون ملحة أو نادرة (حدوته) أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع بينما الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) هي التي توضع فيها النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام. إن الفقرة الجوهرية والفقرة المهمة تؤديان إلى شكل الهرم المقلوب التقليدي، حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل حسب أهميتها.

وقد انتشر هذا القالب في الصحافة الأوربية، لا سيما الأسبوعية التي تعد أخبارها في سعة من الوقت وتنشر لكتاب عرفوا بأساليبهم المشوقة وسعة إطلاعهم وقدراتهم على استخدام الملح والنوادر في نسيج الأخبار. كذلك تستخدم في هذا القالب الأمثال والأقوال السائدة التي يتذكرها الناس عندما تحين مناسبتها – المهم عند كاتب هذا النمط من الأخبار، الخروج عن التقليدي المألوف في تغطية الحدث وعرض التفصيلات واللجوء إلى اللف والدوران في رحلة شيقة مع القارئ، وصولاً إلى جوهر الخبر في جملته الأخيرة – الكاتب هنا مخير في اختيار انطلاقته الأولى ولكنه مطالب بذكر التفاصيل المهمة بشكل يناغم مع انسيابية الأسلوب. وهذا الأسلوب يصلح للكتابة في موضوعات كثيرة والأمر متوقف على براعة الكاتب وطرافته وفطنته.

٦/ قالب الأحداث المتوقعة:

وهذا القالب متطور من قالب الهرم المقلوب أو المعكوس أيضاً حيث هناك استهلال، ثم تلخيص ثم التفصيلات التي ترتب بشكل منظم، وهنا يؤكد الكاتب على عنصري المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداث سابقة.

قبل الحدث لابد من إشعار القارئ عن اليوم والساعة ثم المكان ويجب أن يحدد الخبر طبيعة الجمهور ومن سيدعي والمعلومات الأساسية الأخرى. وفي الموضوعات التي تدور حول الأحاديث المعدة والمحدد وقتها يسمي المتحدث وتذكر هويته وعنوان حديثه أو خطابه أو موضوعة ثم الجمهور والمكان واليوم والساعة، ولسهولة الحفظ صيغ التسلسل على شكل عبارة سهلة الحفظ هي (Stop Digging Here) وذلك حسب الترتيب الآتي:-

حيث يرمز الحرف Sإلى المتحدث Speaker
و T إلى الموضوع Topic
و Oإلى المؤسسة Organzation
و P إلى المكان Place
و D إلى اليوم Day
و H إلى الساعة Hour

ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبيل

١- الإعلانات الروتينية Routine Announcements
٢- الأحداث المبرمجة Scheduled Events
٣- البرامج Programmes
٤- الإجتماعات Meetings
٥- الحفلات Parties
٦- حفلات عقد القران Weddings
٧- مراسم الدفن Funnerals
٨- الانتخابات Elections
٩- الخطب والأحاديث Speeches
١٠- المحاضرات lectures

١١- الأحداث الرياضية Athletic Events

ويكثر استخدامه في الأخبار القصيرة منها، كما قد يستخدم في بعض الأخبار الطويلة حيث يستفيض الكاتب في ذكر التفاصيل ولكن ضمن التسلسل نفسه الذي يلتزمه هذا القالب.

ويستعمل الصحفيون هذه الصيغة كدليل لهم في ترتيب المعلومات عند كتابة الأخبار المتوقعة. ولهذا القالب تنوعات وتفريعات تحاول الخروج عن النمطية والرتابة والتلاعب باللغة لجذب اهتمام الجمهور وتقديم الخبر في حلة جديدة. فإذا توفرت معلومات كثيرة فإن بإمكان الكاتب تأجيلها إلى الفقرات التالية.

وثمة ملاحظة هنا وهي أن هذه الأخبار ليس من الواجب أن تؤكد على اسم المتحدث وموضع الحديث أو المحاضرة وإنما قد يجد الكاتب زاوية أخرى من زوايا الخبر جديرة بالإثارة فيسلط عليها اهتمامه.

كذلك لابد من أن تتذكر أن هذا القالب متفرع من قالب الهرم المقلوب أو المعكوس وإن كان لا يلتزم ببنيته تماماً، ففي الأخبار المتوقعة والمبرمجة هناك استهلال ولكنه موجز غاية الإيجاز وبسيط واضح كما أن التفاصيل ترتب حسب التسلسل المنطقي. كما أن الخبر الواحد قد يكتب بصيغ مختلفة ولكن جوهره واحد وهو التعبير عن المعني المقصود أو الحدث بصيغة صحفية جديدة تخرج عن التقليد الممل.

الباب السابع
التحرير الإعلامي لأخبار وكالات الأنباء

تحرير أخبار وكالات الأنباء:

في هذا الباب من الكتاب نتناول التحرير الإعلامي لاخبار وكالات الانباء ومتطلباته، والتحرير الإعلامي كفن كتابى هو نوع من النثر ولقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية وقسموه إلى ثلاثة أنواع هى النثر العادى: وهو الذى يستخدمه عامة الناس فى لغة تخاطبهم العادية دون أن يحفلوا به أو يقصدوا فيه شيء من الروية أو التفكير أو الزخرف. والنثر العلمى: وهو الذى تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد إبرازها والتعبير عنها عناية بالناحية الفنية. ثم النثر الفنى: وهو الذى يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادية ولغة العلم الجافة إلى لغة فيها فن ومهارة وروية ويوفرون له ضروباً من التنسيق والتنميق والزخرف.[١]

والتحرير الإعلامي ينتمي إلى نوع رابع من النثر، أضيف إلى أنواع النثر التقليدية الثلاثة وهو يعرف بالنثر العملي أو النثر الصحفي، أضيف هذا النثر وبرز بعد ظهور الصحافة المطبوعة فى القرن التاسع عشر وقالوا أن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب وبين النثر العادي أى لغة التخاطب اليومى وله من النثر العادي إلفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفني حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير ولعله انطلاقاً من ذلك فقد وصفت لغة الصحافة بأنها أدب عاجل أو أدب غير خالد. ويرتبط الأسلوب الصحفي بالمعلومة أشد الارتباط وبالواقع الحي الملموس، وبجرد اللحظة عند تشكلها، الأمر الذي يجعل بعضهم ينعت الصحفي "بمؤرخ اللحظة"، والأسلوب الصحفي بـ "الأدب العاجل".

(١) التحرير الإعلامي لغة: التحرير في اللغة من مصدر (حرر يحرر تحريراً) وحرر العبد اعتقه، التزم أن يحرر رقبة، وحرر الولد أفرده لطاعة الله وخدمة المسجد، وحرر الكتاب وغيره: أصلحه وجود خطه.[٢]

وفي المعجم الموحد لمصطلحات الإعلام الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مكتب تنسيق التعريب، نجد أن كلمة تحرير معناها: توليف هيئة تحرير أو إدارة جريدة.[٣] ويعرف دكتور كرم شلبي كلمة (Editing) الانجليزية بمعنى التحرير، التوليف والمونتاج ويقول: هو الاعداد للنشر في الصحيفة أو الاشراف على تحريرها.[٤]

ونخلص من التعريف اللغوي للتحرير أن التحرير الصحفي يعني: الكتابة الصحفية وتقويمها فهو اذن يشمل العمليتين معا: الكتابة والتقويم أو الاصلاح للكتابة الصحفية ولا يقتصر دور المحرر الذي يقوم بعملية التحرير فقط في إعادة كتابة المادة الصحفية، بل قد يتطلب الأمر منه أحياناً أن يقوم بجمع المادة وكتابتها وإصلاحها في آن واحد. وبذلك يعتبر المحرر مخبراً وكل مخبر هو أيضاً محرراً وأفضل المحررين يحافظون طوال مسيرة حياتهم الصحفية على أن يبقوا مخبرين جيدين.

---

[١] محمود علم الدين، الصحافة فى عصر المعلومات، القاهرة، ٢٠٠٠ م، ، ص١٠٩.

[٢] الشيخ الامام محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٩٥ طبعة جديدة، ص ٥٥

[٣] سلسلة المعاجم الموحدة، المعجم الموحد لمصطلحات الاعلام، الدار البيضاء، 1995م، ص ٤٥

[٤] كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، ص٥٤

(٢) التحريرالصحفي اصطلاحاً:

والتحرير الصحفي بمفهومه اللغوي والأسلوبي وكعملية فنية كتابية هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية. وهو عملية تحويل الأحداث والوقائع والآراء والأفكار والخبرات من اطار التصور الذهني والفكرة إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي.

ويعرف الدكتور محمود علم الدين التحرير الصحفي بقوله: "هو عملية إتصال جماهيرية متكاملة الأطراف مستمرة يقوم فيها القائم بالإتصال أو المرسل أو المحرر الصحفي بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة أو مضمون أو محتوى صحفي معين، سياسياً كان أو إقتصادياً أو رياضياً أو نصاً صحفياً، في شكل أو قالب صحفي مناسب قد يكون خبراً أو حديثاً أو مقالاً ثم يرسل أو يبث هذه الرسالة أو المضمون الصحفي من خلال وسيلة إتصال جماهيرية هي الصحيفة – جريدة كانت أم مجلة – إلى المستقبل أو الجمهور القارئ للصحيفة لتحقيق الأهداف التي تسعى الصحيفة لأجل تحقيقها كوسيلة إتصال جماهيرية والمرتبطة بسياستها التحريرية كالإعلام أو التفسير أوالتركيز على محور إجتماعي أو إقتصادي أو سياسي معين بغية المساهمة في تشكيل الرأي العام في أسلوب وإتجاه معين ومن خلال ردود الفعل أو رجع الصدى الذي يحصل عليه المحرر الصحفي من وسائل التقويم الصحفية العديدة التي تستعين بها الصحيفة بدأ من رسائل القراء التقليدية وإتصالاتهم الهاتفية، حتى بحوث الجمهور واستطلاعات الرأي العام يتم تقويم الرسالة الإتصالية ومعرفة ردود فعلها، وعلى ضوء ذلك يعدل المحرر من رسالته أو أسلوبه أو يستمر في أسلوبه الحالي.[١]

وقديما كان ينظر إلى التحرير الصحفي دائما كعامل مساعد للكتابة وليس مجالاً في حد ذاته ولا يعتبر علماً قائماً بذاته – كما المح بذلك فريزل – بل هو عمل موحش يجعل المحرر امام شاشات الكمبيوتر رافعاً رأسه يتعارك مع الجمل والعبارات وفي إعتقاد كثير من الخبراء أن كل مخبر (Reporter) يعمل بدأً مساعداً للمحرر وعندما يتقدم ويتأهل في عمله يصبح محرراً.

(٣) أهداف التحرير الصحفى ووظائف المحرر:

يرى هاو أن عملية التحرير تشمل النقاط الأربع الآتية:[٢]

إجراء تغيرات طفيفة فى النص، القيام بمراجعة سريعة، تبديل بعض الكلمات، واختصار الجمل وتبسيطها.

ويقول الدكتور نصر الدين العياضي في كتابه (مساءلة الإعلام): لم تظهر لغة النص الصحفي بين عشية وضحاها، بل تطورت بعد سنوات من الممارسة التي صقلتها الوقائع الآتية: ارتقاء المستوى الثقافي للجمهور، ملموسية المواضيع التي تتناولها الصحافة، الوجود الفعلي والحقيقي للوقائع والأماكن والأشخاص، والمردود الآني الذي ينتظر أن تحققه الصحافة.

(٤) وظائف ومهام المحرر الصحفى:-

المحرر اسم بمعان كثيرة، والمحررون فى مختلف المستويات هم متخذوا القرار فهم الذين يقررون ما الذي يطبع وما الذى لا يطبع. ونجد فى قاعدة الهرم التحريرى محرر النص والمحررون المبدعون أو الخلاقون ومحرر العرض ويمكن توضيح مهام كل محرر فيما يلي:[٣]

١- محرر النص (Copy Editor): يضع الخطوط للقصص الإخبارية، يفحص الأخطاء، يحمى النصوص ضد انتهاكات الذوق والنبرة أو الاتجاه العام، ويصحح قواعد اللغة والأسلوب.

٢- المحرر الخلاق أو المبدع (Creative Editor)

---

[١] محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات، المرجع السابق، ص ١١

[٢] كوريتس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار ترجمة اديب خضور، دمشق، المكتبة الاعلامية، ٢٠٠٠م، ط١، ص ١٣

[٣] عبدالستار جواد، فن كتابة الأخبار، ص٢٣٧.

يتحمل تخطيط وتكليف المخبرين بالقصص، ويعمل مع الكتاب فى مراجعة وتحسين القصص الإخبارية، وأيضاً يكتب العناوين الإخبارية الحالية أو الجديدة وتعليقات الصور وموضوعات أخبارية قصيرة تعرف دائما بالأخبار القصيرة.

٣- محرر العرض (Display Editor)

هو ماهر فى التبوغرافيا وتحرير الصور والتصميم الإيضاحى وتصميم الصفحات بجانب مهارته فى عملية سوفسطائية أنظمة تصميم الصفحات بالكمبيوتر.

(٥) نظرة شاملة على التحرير:-

يؤكد وارين ك. آجى " أن التحرير مسؤولية يشارك فى تحملها الكثير من الأشخاص العاملين فى الصحيفة. ويبدأ التحرير عندما يقوم أحد المخبرين الصحفين بكتابة قصة أخبارية ويهذبها قبل أن يسلمها للصحيفة، وينتهى عندما يتم تصحيح الأخطاء الأخيرة قبل دفع الصحيفة إلى المطبعة بل ويستمر بعد ذلك إذا سمح الوقت".[١]

ويشير ليونارد راى تيل ورون تيلور أن ما يفعله المحرر وما يبحث عنه فى أى نص صحفى هو:[٢] هل الموضوع يبدو منطقياً أولاً؟، هل كل المعلومات الوثيقة الصلة بالموضوع دقيقة؟، هل لدى المخبر معلومات وفيرة عن قواعد اللغة؟، هل يجيد المخبر الهجاء؟، هل الموضوع بالغ الطول ؟، وما الذى يمكن حذفه؟

والمخبرون لا تحركهم نشوة بيع الصحف وإنما تدفعهم نشوة نشر قصصهم الخبرية فى الصحيفة.. ويرغب المخبرون الصحفيون فى رؤية قصصهم فى الصحيفة وحبذا لو كانت بتوقيعاتهم.. ولتحقيق ذلك فإنهم يعرفون أن عليهم إقناع المحرر بأهمية القصة، ويعنى هذا جعل القصة جديرة بالإهتمام، وهذا هدف نبيل ويكاد يكون قديما قدم الصحافة نفسها. والمخبر الصحفى الذى لا تظهر قصصه على الصفحة الأولى كاللاعب الذى لا يشارك فى أية مباراة.[٣]

(٦) مهارات التحرير:Editor Skills

كل مهارات التحرير ينبغى أن تبدأ مع المرشدات العشرة (Big Ten Guidelines). وهذه المرشدات أو الأدلة لا ينبغى أن ينظر إليها كقواعد ثابتة، ولكن إلتزام المحرر بهذه الأدلة العشرة تعطيه ميزة وتفوقاً إذا بدأ باكتسابها وهذه المرشدات العشرة هى :-[٤]

١- الدقة Accuracy: وهي تعنى إيجاد وتصحيح كل الأخطاء التى قد ترد فى الحقائق.

٢- النحو Grammar: لأن الكتابة بلغة نحوية صحيحة يعطى النشر الصحفى سمة مميزة.

٣- الأسلوب Style: بمعنى جعل أسلوب الكتابة متماشياً مع عرف وميثاق أسلوب النشر.

٤- الكلمة الصحيحة The Right Word: إذ ينبغى على المحرر أن يتأكد أن كل كلمة تعنى ما يقصده المخبر أو الكاتب نفسه.

٥- النزاهة (المعقولية- العدلية والإنصاف) Fairness: بمعنى أن يتأكد المحرر أن كل الموضوعات متفقة مع قواعد النشر وحذف التصريحات التى ربما تستوجب إقامة دعوى قضائية.

---

١ البرت ل. هستر وآخر، دليل الصحفى فى العالم الثالث، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م، الطبعة الاولى، ص١٥٧.

٢ ليونارد راى تيل وآخر، مدخل الى الصحافة، ص٢٧٢-٢٧٤.

٣ جون ماكسويل هاملتون وآخر، صناعة الخبر فى كواليس الصحف الأمريكية، ترجمة أحمد محمود، القاهرة، دار الشروق ٢٠٠٠م، الطبعة الاولى، ص٥٤

٤ Bruce D. Ltule& another, news writing and Reporting: For Today's Media (Singapore, Mc Craw-Hill CO ,2000) PP5-8

٦- الوضوح Clarity: إذ ينبغى على المحرر أن لا ينشر أى شىء غير مفهوم وأن يجاهد لتوضيح وتفسير كل الموضوعات التى تعوزها عدم الدقة والغامضة والمبهمة.
٧- الإسهاب والإطناب Wordiness: بمعنى إختصار النص المكتوب ليتناسب مع المساحة المحددة له وأن يستخدم المحرر هذه المساحة بحكمة ولأغراض جيدة وأن يستغنى عن الكلمات غير الضرورية.
٨- السخف Absurdity: بمعنى الحذر من السخف أو أى شىء مناف للعقل، لأنه يحدث كثيراً فى الكتابة الصحفية.
٩- المذاق Taste: يعوق عدم الذوق إنجاز وتحقيق التأثير المطلوب فينبغى أن يحترس المحرر من كل ما يتنافى مع الذوق العام وأن يتأكد أن عدم الذوق إذا ورد أن لا يكون متعمداً أو مقصوداً.
١٠- الحساسية Sensitivity: بمعنى أن يلمس ويحس المحرر الموضوعات التى تتعلق بالقراء وما يهمهم معرفته وحذف أي إنتهاكات غير مبررة لنقل حياة الناس الخاصة عبر النشر.

(٧) الأسلوب الصحفى التحريرى:

يقول ميلفن مينتشر " الطريقة التى نكتب بها القصة الإخبارية تعرف باسم الأسلوب، وأن لكل حدث درجة لونية مختلفة، وبنية وجوهراً متمزين، وسرعة خاصة وهذا مايحاول المخبرون الجيدون أن يعكسوه فى الطريقة التى يكتبون بها قصصهم الإخبارية، وهم يفعلون ذلك من خلال الإنتقاء الحذر الدقيق للكلمات ولأنواع ونماذج الجمل، وذلك جنباً إلى جنب مع إختيار المادة التى سوف تتضمنها قصصهم الإخبارية".[١]

معنى هذا أن هناك أسلوباً صحفياً يتبع فى عملية التحرير الصحفى، وينبع هذا الأسلوب من عدة محددات كما يذكر د. محمود علم الدين تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة إتصال من حيث حجم الصحيفة، والمساحة المحددة وبجانبها التقنى وطبيعة دوريتها أو توقيت إصدارها الذى يقتضى السرعة التى تتطلب الإيجاز والإختصار والتركيز وبوظيفتها العامة، وهى التعبير عما يحدث فى الحياة اليومية ".[٢]

ويحصر د.محمود علم الدين مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة فى المكونات الأربعة التالية:-[٣]

- المكون الأول: يتصل بالصحة النحوية والصرفية.
- المكون الثانى: يتصل بالصحه المنطقية.
- المكون الثالث: يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة.
- المكون الرابع: يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية.

وتتميز اللغة الإعلامية بسمات شتى، وهي تختلف - بطبيعة الحال، عن لغات العلوم والدوريات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع، ذي المستويات المتفاوتة.

وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب، وهي البساطة، والإيجاز، والوضوح، والنفاذ المباشر، والتأكد، والأصالة، والجلاء، والاختصار، والصحة.

ويدعو أساتذة الصحافة الكتّابَ إلى استخدام الألفاظ المألوفة، توخيًا للفهم، وتجنب الألفاظ العلمية والإصطلاحية النادرة، بيد أنه إذا إقتضت الضرورة ذلك، فينبغي شرحها، وإعطاء

---

[١] ميلفن مينتشر، كتابة الاخبار للصحافة والاذاعة والتلفزيون ترجمة اديب خضور، دمشق ٢٠٠٠ م، ص١١٣.

[٢] محمود علم الدين، الصحافة فى عصر المعلومات، المرجع السابق، ص١١٠

[٣] محمود علم الدين، الصحافة فى عصر المعلومات، مرجع سابق، ص١١٢

المفهوم الحقيقي لها، والتوسل بالتفسير والتبسيط، في تعميق المفاهيم الأصلية، وإشاعتها على أوسع نطاق، بين الجماهير.

ومن بين المهمات الأساسية للصحفي تحويل أكثر الموضوعات غموضًا أو علمية إلى جمل عربية بسيطة أسلوباً، ومفهومة معنى. لقد كان كبار الأدباء حين يكتبون في الصحافة، لا يستعملون المفردات والجمل التي لا يدرك معناها الجمهور، الذي يتوجهون إليه، ويجعلون من أسلوبهم همزة الوصل، بين الحقائق العلمية والأدب الرفيع ومستوى فهم القراء.

يلخص الصحفي الأمريكي الذائع الصيت جوزيف بولتزر الأسلوب الصحفي في نصيحته للصحفيين المبتدئين قائلاً: "أكتبوا الجمل القصيرة، التي تتجه رأسًا للحدث، فتبين ماذا جرى وأين، أذكروا أسماء الأشخاص، التواريخ والأماكن. ويلخصه الكاتب والصحفي القدير أرنست همنغواي، في هذه النصيحة العملية: "استعمل الجمل القصيرة، واستعمل الفقرات القصيرة، أكتب بلغة قوية، ولا تنس الكتابة بسلاسة، كن إيجابيًا، وليس سلبيًا".

ويسدي الباحث الإعلامي الإنجليزي ماكس جنثر نصيحته الآتية إلى الصحفيين الجدد قائلاً: "إن على الكاتب توخي الوضوح، وتجنب التكرار الممل، والصيغ المبتذلة، والكليشهات التي سبق ترديدها، والإقلال من الإقتباسات".

وضمن هذا النسق من الأفكار، تنبغي الإشارة إلى الأخطار الكامنة وراء استمرار بعض الصحفيين في توظيف القوالب الجاهزة، بدون وعي، وبلا تبصر، الأمر الذي قد يوحي للقارئ، أو المستمع، بأنه أمام لغة جامدة، فاقدة للحيوية والابتكار والتجديد.

يقول الإعلامي الفرنسي فيليب غايار: "إن الخاصية الأساسية للكتابة الصحفية هي سلامة اللغة"، ويعدد بعض ملامح هذه السلامة في: الكتابة الإملائية الصحيحة، معرفة تطبيق قواعد الصرف والنحو، حسن إختيار المفردات، والتنقيط المناسب.. إن دعوة الكتاب المرموقين إلى إحترام قواعد الكتابة (النحوية والصرفية) السليمة، يؤكد بأن من الخطر المحدق باللغات، الكتابات الصحفية التي تتم في غالب الأحيان خارج القواعد الصحيحة للغة، مما يغرس في المتلقين روح عدم التقيد بالكتابة السليمة، وازدراء قيودها.

(٧) الأشكال الصحفية التحريرية:

يؤكد الدكتور عبدالعزيز شرف أن فنون التحرير الصحفى تنقسم إلى قسمين كبيرين هما:[١]

أولاً: الأخبار(News).

ثانياً: فنون المعالم أو المنوعات الصحفية Features، وهذه تشمل التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي والمقالات الصحفية بأنواعها المتعددة.

بالنسبة للأخبار لايوجد تعريف للأخبار مقبول من الجميع ولكن يوجد تعريف عام ينص على أن الخبر هو تقرير دقيق ومنصف ومتوازن وموضوعى عن الأحداث، ولابد أن يحتوى على بعض القيم الإخبارية التى تقوم على معايير مثل التوقع والتأثير والبروز والمباشرة والتوقيت المناسب والإهتمامات الإنسانية والصراع والغرابة".[٢]

أما الموضوع الصحفى أو فنون المعالم (Features) فإنه يعرف بأنه أي شىء غير إخباري (Non News) فى الجريدة ويندرج تحته:-

١- الحديث الصحفى.
٢- التحقيق (الإستقصاء) الصحفى.
٣- المقال.
٤- التقرير.

---

[١] عبدالعزيز شرف، الأساليب الفنية فى التحرير الصحفى، القاهرة، ص٥٥

[٢] ل. جون مارتن وانجو جروفر شوردى، نظم الإعلام المقارنة، ترجمة على درويش، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، الطبعة الاولى، ص٧٨

ويمكن أن نفرق ونميز بين فنون المعالم (Features) والخبر الصحفى من جوانب ثلاثة هى:[١]

١- التوقيت: حيث لاترتيط فنون المعالم بتوقيت معين فى النشر.
٢- الأسلوب: لاتتقيد فنون المعالم بقواعد الكتابة الإخبارية الصارمة والأسلوب التقليدى.
٣- الوظيفة: وهى هنا التسلية والإمتاع والتوحد مع مشاعر القارىء.

ولهذا تعرف " فنون المعالم: بأنها أي مادة صحفية أو موضوع صحفى فيه نوع من الإبداع والإبتكار وعدم التقيد بإصول أو قواعد الأسلوب الإخباري الصارمه الكلاسكية من حيث الموضوعية والتحديد والكتابة للتعبير وليس لإعطاء الإنطباع، ويضم موقفا أو حدثاً جانبياً أو جانبا من الحياة قابلا للإستمرارية، ويمكن الحصول على مادته وكتابتها وتجهيزها ثم نشرها فى أي وقت حيث أنه لايرتبط بالآنية، لأنه لايتقيد بتفاصيل الحدث الحالية بل يتجاوزها إلى التفسير والتحليل ووضعها فى الإطار الإنسانى.

(٩) المتطلبات الاساسية للتحرير الصحفى:

لم يعد إتخاذ القرار التحريري فى الجريدة اليومية الحديثة يتم من خلال قرار شخصي للمحرر المسؤول أو وجهة نظر أو تفكير حدثى تخمينى تفرضه اللحظة بل أصبح يعتمد على عدة معايير أو قيم منطقية عملية وعلمية أو أسس متفق عليها تشكل المتطلبات الأساسية التى يرتكز عليها التحرير الصحفى وهذه المتطلبات هى[٢]:-

١- السياسة التحريرية الواضحة المحددة.
٢- الفهم الدقيق الواضح لسمات الجمهور أو قراء الصحيفة.
٣- الأسلوب الصحفى الذى يصل بسرعة وينفذ إلى القراء.
٤- النظام الكفء والفعال للمعلومات الصحفية.

ويقصد بالسياسة التحريرية مجموعة المبادىء والقواعد التى يلتزم بها الجهاز التحريرى فى نقله للأحداث والوقائع المختلفة وفى التعبير عن وجهات النظر حول القضايا والمشكلات المطروحه فى المجتمع وطريقة عرضها للأحداث على صفحات الجريدة ومدى ميلها فى ذلك إلى الإثارة أو المحافظة.[٣]

أما فيما يتعلق بالفهم الدقيق الواضح لسمات المتلقي فإنه لمن المهم والأساسى والجوهرى أن يعرف المحرر الصحفي جمهوره وأن يعرف جيداً ما الذى يثير قراءه، هذا الإحساس لدى المحرر يعود قسم منه إلى الغريزة والحدس، وقسم آخر إلى الإحساس العام، وقسم ثالث إلى المعرفة التى تم الحصول عليها من خلال الحياة والعمل وسط هذا الجمهور.[٤]

وبحوث القارئية أو بحوث القراء أو مسوح القراء هى "نوع من البحوث تركز على دراسة قراء الجريدة بإعتبارهم الهدف النهائى لعملية الإصدار والمعيار المهم فى عملية تقويمها.

وتسعى نظم الإتصال حاليا إلى أضفاء الطابع الشخصى على عملية التلقى، بحيث يكون للمتلقى الخيار فى اختيار رسالته الإعلامية سوى من حيث المحتوى أو الشكل أو وقت إستقباله لها، فقارىء الجريدة سيكون بإمكانه أن يحدد موضوعاته المفضلة وشكل إخراج جريدته ومواعيد صدورها. كما يتوقع الكثيرون سيصل توجه ترك الخيار للمتلقى إلى حد أن تصبح لكل شخص فى زمن ليس ببعيد، وكالة الأنباء الخاصه به وذلك من خلال الوكيل الإعلامى الذكى الذى يمسح الإنترنت طولاً وعرضاً ويستعرض الصحف اليومية والمجلات الدورية ويتابع وكالات الأنباء بحثا عن ما يلبى رغبات من ينوب عنه ويتفق مع بروفيله الإعلامى. إن

---

[١] محمود علم الدين، الصحافة فى عصر المعلومات، مرجع سابق، ص١٣٨

[٢] محمودعلم الدين، ود.ليلى عبدالمجيد، فن التحرير الصحفى، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٩٥، ص ٢٧

[٣] توماس بيرى، الصحافة اليوم، ترجمة مروان الجابرى، بيروت، دار بدران للطباعة والنشر، ص٣٨٥

[٤] محمودعلم الدين، ود.ليلى عبدالمجيد، فن التحرير الصحفى، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٩٥، ص٣٠

تكنولوجيا الوكالة الذكية هذه هى الوسيلة الفعالة لمواجهة إعصار المعلومات فمن منا بإستطاعته أن يقرأ الصحف اليومية ناهيك عن أعدادها الخاصة لعطلة نهاية الأسبوع، أو يتابع الحركة الهادرة فى تجدد المعلومات عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية والجديدة، إن صناعة الإعلام تتحول تدريجياً من نمط الدفع بالمعلومات (Push) التى يريد المرسل أن يبثها أو يدفع بها إلى مستقبله فارضاً عليه توقيتات استقباله إياها إلى نمط السحب (Pull) الذى يعطى المتلقى حرية إنتقائه أو سحب المعلومات التى يريدها وفى الوقت الذى يريد. وفى ظل هذا التوجه، تكاد المؤسسات الإعلامية أن تتحول إلى "مستودعات للمعلومات عن الجمهور".[١]

وتميل وسائل الإعلام فى الغرب، خاصة فى الولايات المتحدة الأمريكية، فى مهمتها الإشرافية للتأكيد على مايريده الجمهور لا على مايحتاج إليه الجمهور، ويسترشد حارس البوابة فى الغرب بالمعلومات الواردة عن ردود الأفعال والتى يتم الحصول عليها عن طريق إستطلاعات رأى القراء وتقديرات الجماهير لتحديد مايحبه الجمهور ومايكره."وعلى الرغم من أن مثل هذه الممارسات قد توجد فى إعلام بعض الدول النامية فإن غالبية دول العالم الثالث لا تستسيغها إذ أن إهتمامها الأول هو توجيه إعلامها نحو تغطية أهداف الحكومة الإيجابية التى سوف تساعد فى تنمية الدولة وبالتالى فإن تركيزها ينصب على المعلومات التى يعتقدون أن الجمهور يحتاج إليها".[٢]

أما فيما يرتبط بالأسلوب الصحفى الذي ينبغي أن يصل بسرعة وينفذ إلى القراء فبعد أن يستكشف المحرر نوعية قراء صحيفته أو المجلة التى يحرر فيها أو الوسيلة الإعلامية التى يعمل بها ينبغى عليه أن يختار الأسلوب الصحفى الذى يصل بسرعة وينفذ إلى المتلقين" ويتم ذلك من خلال إتباع قواعد الأسلوب الصحفى بعامه وتوظيف "بحوث الأنقرائيه" أو "بحوث قابليه القراء" أو "بحوث المقروئية" وصيغها أو مقاييسها المختلفة من آن لآخر والمقروئية مصطلح يعنى سهولة الفهم نتيجة لأسلوب الكتابة، وبحوث المقروئية هى "تلك البحوث التى تقيس مقروئية مادة صحفية معينة أو فقرة، بمعنى مدى نفاذ كلمات الرسالة الإعلامية إلى عقل المستقبل بسرعة وبسهولة مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة، وكذلك بالإستفادة من كتب وأدلة ووريقات الأسلوب فى توجيه الأسلوب الصحفى بحيث يبدو متسقاً بين صفحات العدد الواحد من الجريدة وبين أعدادها المختلفة.

ولكي يصبح عمل المحرر الصحفى ذا كفاءة عالية لابد أن يستعين بأجهزة الحاسب الآلى المزودة بذاكرة تحمل الكثير والكثير من المعلومات والصور، ومعنى هذا أن النظام الكفء والفعال للمعلومات المستعين بالحاسب الآلي صار اليوم ضرورة ملحة لكل محرر صحفي.[٣]

الخصائص العامة للتحرير الإعلامي:

يتميز التحرير الإعلامي أو اللغة الإعلامية عموماً بعدد من المميزات. ولعل ابرز خصائص اللغة الإعلامية ما ذكره الدكتور مصطفى محمد الحسناوي في كتابه القيم: واقع لغة الإعلام المعاصر وهي:[٤]

١- الوضوح: فإذا كانت الكلمات غير واضحة فقد المتلقي المضمون ولم يستطع إسترجاعه للتأكد منه أو الاستفهام عما غمض منه.

٢- المعاصرة: أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه.

---

[١] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافى العربى، سلسلة عالم المعرفة رقم ٢٧٦، الكويت، مطابع السياسة، ديسمبر٢٠٠١، ص٥٦٧

[٢] ل.جون مارتن وآخرين، نظم الإعلام المقارنة، مرجع سابق، ص٩٣.٩٤

[٣] فرانك كليش، ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟ ترجمة حسام الدين زكريا، الكويت، سلسلة عالم المعرفة٢٥٣، يناير٢٠٠٠، ص٨٩- ٩٢.

[٤] مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، (عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ط١، ص ٦٣

٣- الملاءمة: أن تكون اللغة متلاءمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى.
٤- الجاذبية: أن تكون الكلمة قادرة على الوصف والشرح بطريقة حية ومشوقة ومسلية.
٥- الاختصار:لابد من الاختصار ولابد أن تكون اللغة قادرة على الإختصار والإيجاز.
٦- المرونة: أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة.
٧- الاتساع: أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث يلبي الاحتياجات المختلفة.
٨- القابلية للتطور: أن تواكب لغة العصر لتصبح أكثر قدرة على التعبير والجذب.

إسهامات التحرير الإعلامي في وكالات الانباء:

إن اللغة الصحفية تأخذ الكثير من سماتها من طبيعة لسان قومها ذاته، وهكذا فإن الطريقة التي نتحدث بها عن الأشياء تختلف من ثقافة إلى أخرى، ويجمع الباحثون الإعلاميون على أن لغة الإعلام تتمثل أساسًا في إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة، تمر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور، حيث لا يتم الإعلام الكامل، إلا إذا وجد رجل الإعلام اللغة التي يقتضيها الحال للتعبير عن طبيعة المعلومات والأفكار أو المشاهد والأحداث. وبما أن القائمين على العملية الاتصالية في وكالات الانباء، يسعون لكي يدرك رسائلهم أكبر عدد من الناس، فقد حرصوا على أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار في الممارسة. علاوة على ذلك، فاللغة الإعلامية مطالبة بملاءمة عباراتها مع طبيعة الأحداث المعالَجة، وبما أن اللغة الإعلامية مسخرة للاضطلاع بتلك المهام كافة، فإن أدواتها التعبيرية والفنية ينبغي أن تستجيب لمقتضيات التنوع، وكذلك لخصوصيات الوسيلة الإعلامية.

وفي ظل هذا الواقع المعقد جدًا، لا ينبغي إثقال كاهل الصحفي بنصيب مفرط من المسؤولية، فيما يتعلق بالأسلوب، لأن المجتمع الذي ينشط في كنفه الصحفي، يؤثر بدوره في أسلوبه، ومن ذلك مثلاً: الأسلوب الذي يصرح به الأشخاص النافذون في المجتمع، والأسلوب الذي تصاغ به الخطب، والأسلوب المعتمد في المؤسسات التعليمية، والأسلوب الذي يتجاذب به الناس أطراف الحديث في حياتهم اليومية.

وأحيانًا تتم "تنقية " اللغة التي تستخدمها بعض الشخصيات الرسمية، أو من يكتبون رسائل إلى المحررين، وذلك بواسطة المحررين للتخلص مما بتلك الرسائل أو التصريحات من أخطاء لغوية، أو ألفاظ سوقية.. وعملية "التنقية " التي تتم ليست بالضرورة لحماية مصدر الأخبار، فعادة ما يكون التبرير لها هو أن التعليق الذي ذكره المصدر، يصبح أكثر وضوحًا، وأقرب إلى فهم القارئ، أو أن الجمهور سوف يعترض بشدة على الألفاظ المستخدمة في الأصل.

ويلعب التحرير الصحفي من خلال استخدام اللغة الوسطى أو الأدب العاجل أو الأدب غير الخالد دوراً كبيراً ومهماً في بعث الروح في المخزون اللغوي، ففي خضم التحولات الجارية اليوم على كل المستويات، يجد الأسلوب الصحفي نفسه أمام تحدي مواكبة المستجدات. فاللغة مؤسسة قارة، أما الحقيقة فهي سيرورة ديناميكية، فالواقع يتغير "بسرعة " أما اللغة فتتغير بوتيرة أقل، بالمقارنة، وهي لا تتجاوب إذًا مع ما يحدث في الواقع إلا بعد حين.

قد يعمد الصحفيون عن قصد، أو غير قصد، إلى جعل عبارات أكثر تداولاً دون غيرها.. وفي حياة الناس، يقع الأمر نفسه، حيث يظل كم هائل من الألفاظ نائمًا في ثنايا القواميس والمؤلفات الجادة، ينتظر من يوقظه من سباته.

إن الإستعمال الخاطئ للغة، سواء أكان داخل وسائل الإعلام، أم خارجها، يعطل فكر أهله، ويشل قدرات الناس الذهنية، ويفسد لسانهم. وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في تاريخها، ينعكس ذلك على لغة الإعلام، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لابد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضاً.

إن هذه المرحلة الخطيرة من تاريخ الأمة الإسلامية لتوجب أن تقوم وسائل الإعلام المتنوعة بدورها التاريخي، وأن تكون مؤسساتٍ مؤهلة وفاعلة لتعليم اللغة العربية السليمة السهلة، لغة الإعلام العربي في كل فعالياته ومجالاته وبرامجه. فوسائل الإعلام قادرة على تكوين

البيئة السماعية للغة العربية السليمة، في جميع مناشط الحياة وفي جميع مجالات الإعلام وبرامجه. إن اللغة الإعلامية هي لغة الحياة في جوانبها المختلفة... واللغة، أي لغة، تكتسب اكتساباً بالاستعمال وبالسماع إلى جانب تعلم القراءة والكتابة.[1]

فالإعلام ووسائله مراكز للتعليم الدائم والمستمر لجميع الأجيال ولمختلف الشرائح الإجتماعية، وإن العلوم الحديثة تتضافر جميعاً، لإنجاز إعلام مؤثر، في هذا العصر، عصر العولمة، وسيادة التجمعات السياسية والإقتصادية الكبيرة، وأنه لا حياة كريمة للتشرذم والتنازع والفرقة. وتُجمع الدراسات التي بين أيدينا، أن دور اللغة، منطوقة أو مكتوبة أو مسموعة، دور أساسي. وهي وحدها تشكل الرابط الأساس بين الإعلام والمجتمع. ونحن بدورنا نتساءل: مَنْ هو هذا الإعلامي الإسلامي؟ وما خصائصه؟ وما هي مكوناته العلمية والثقافية واللغوية؟... وأسئلة أخرى كثيرة، حول الإعلام الإسلامي ولغته المشتركة ما زالت تنتظر جهود الباحثين والدارسين.

ويتحدث الإعلاميون، عن اللغة الإعلامية وعن كتابة النص الإعلامي، وتكاد تجمع الدراسات الإعلامية على أن اللغة الإعلامية ترتكز إلى محورين أساسين: أحدهما يخصُّ فن التحرير في ضوء ما يسمى "الجنس الإعلامي"، مثل: الخبر، الافتتاحية، التعليق، الاستطلاع والتحقيق، سواء أكانت وسيلة الإعلام: الصحيفة أو الإذاعة أو التلفاز أو شبكة الاتصالات (الإنترنت). وأما المحور الآخر، فإنه يتصل بطبيعة اللغة المستخدمة في عملية الإتصال وخصائصها. إن اللغة الإعلامية كما تُجْمع كثير من الدراسات العلمية، تؤثر في تصور الجماهير وإستجلاء حقائق الأشياء والأحداث، وتسهم مساهمة أساسية في إغناء الرصيد المعرفي واللغوي بين عامة الناس. وإن الظروف العصيبة التي تمرُّ بها الأمة الإسلامية في الوقت الحاضر، لتحتِّم أن يوجَّه الإعلام الإسلامي، للقيام بدوره التاريخي في نهضة الأمة الإسلامية ووحدتها، وفي التحول عن اللغات العامية القطرية، والتوجه إلى اللغة العربية السليمة السهلة، لغة العلم والحضارة، اللغة الجامعة التي تعطي للأمة الإسلامية هويتها وتميزها.

إن التحرير الإعلامي باعتباره لغة إعلامية يهدف إلى إعطاء المتلقي افكاراً أو معلومات لم يكن له علم بها من قبل، وإذا لم يكن بوسع القارىء أن يفهم مضمون القصة الخبرية التى قام بتحريرها صحفى فمعنى ذلك أنه لم يحدث إتصالاً حقيقة بين المحرر وبين القارئ. وتؤثر اللغة الإعلامية في تصورات الناس، وفي استجلاء حقيقة الأحداث والأشياء، وفي إغناء الرصيد المعرفي واللغوي للجمهور..

إنّ عصر العولمة والإتصالات والمعلومات، والمعرفة، والحكمة، والترفيه الذي نعيشُه يضع أمامَنا الكثير من التّحدّيات، ويفتح أمامَنا في الوقت نفسه آفاقاً واسعة. لذلك علينا التسلّح بكلّ ما لديْنا من إمكانات ووسائل لمواجهة هذه التّحدّيات، وفي مقدّمِتها اللغة العربيّة، التي تُعَد أهم وسيلة إتصال فيما بين كتلة هائلة من السكان في منطقة من أكثر مناطق العالم حركة وحيويّة.

ونختم القول متسائلين عن دور اللغة العربية السليمة السهلة (اللغة العربية الفصيحة المعاصرة) في العملية الإعلامية العربية، التي تتراءى لنا بهذه الخطورة والأهمية. فقد باتت الأمم المتقدمة، والمهيمنة على مقدرات العالم الحديث، تتسابق فيما بينها لإمتلاك الإعلام وتطوير وسائله، وذلك من أجل إحكام سيطرتها الإقتصادية والثقافية والسياسية على بقية الشعوب. وإن من أهم أسلحتها زرع الفرقة بين أبناء الأمة الواحدة والوطن الواحد، والدأب على سياسة التقسيم والتشرذم في الوطن العربي والأمة الإسلامية... وإحياء العاميات، وإقصاء اللغة العربية السليمة السهلة، عن مجالاتها الحيوية في التعليم الجامعي والبحث العلمي..

إذا ماحاولنا أن نضع خلاصة لموضوع التحرير الصحفي وفنونه وإسهاماته والذي نجده متوافراً عبر وسائط الإعلام المتعددة فإنه من الصعوبة بمكان أن نخرج بتعميمات عن هذا الموضوع المتشعب ليفيد الشعوب الإسلامية جمعاء. فمن خلال مشاهداتنا للكم الهائل لماتعرضه وسائل الإعلام أو تتناوله عبر قنواتها الفضائية والإذاعية ووكالات الانباء وحاليا عبر الإنترنت

[1] http://www.annabaa.org/nbanews/36/116.htm

نجد أن سيطرة وسطوة وسائل الإعلام الأمريكية ظاهرة للعيان في الإنتاج الهائل للأفلام والبرامج التلفزيونية والمواقع الإلكترونية.

كما أن نمط التحرير الصحفى الأمريكي قد طبق في جميع أنحاء العالم سواء في مجال التحرير الإذاعي أوالتلفزيونى أو ما يعرف بالتحرير الإلكتروني أو في مجال الصحافة المطبوعة وخاصة الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت ورغم سعى شعوب العالم ودولها المستمر لصد المنتجات الثقافية الأمريكية فيما يعرف حاليا بالعولمة الثقافية عامة والعولمة الإعلامية خاصة والمحافظة على ثقافتهم الخاصة التي تؤدي بدورها إلى البناء الحضاري المنشود.. فإن الأمة الإسلامية بما تملك من ذخيرة معلوماتية حية وأرث ثقافي أصيل لتستطيع المحافظة على ثقافتها وتربية أجيالها القادمة بما يرضى الله ورسوله ويغيظ الأعداء وذلك عبر إهتمام الأمة الإسلامية بالتحرير الإعلامى عامة والتحرير الصحفي خاصة لما لأهمية ذلك في المحافظة على تراث الأمة الإسلامية وثقافتها وبالتالى الإسهام بفاعلية في البناء الحضاري للأمة الإسلامية، فضلاً عن الإهتمام كذلك بمحو الأمية الإعلامية وتدريس مناهج خاصة بالإعلام في مراحل التعليم المتعددة.

نعم؛ بمقدور الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والمعلومات أنْ تنهضَ بدور فعّال في نشْرالإنتاج الثقافي وبالتالي في البناء الحضاري عبر اهتمامها باللغة العربيّة والارتقاء بها في الوطن العربيّ والعالم الإسلامي وفي سائر أنحاء المعمورة. ومن أجل العمل على تحقيق ذلك، لا بد من:

(١) الاستمرار في وضع المعاجم العربيّةِ الحديثة، سواء أكانت عامّة أم متخصّصة، أحاديّة اللغة أم ثنائيّة، حتى تكون مراجعَ يعتمدُ عليها جميعُ الإعلاميين والصحفيين في معرفة ألفاظها ومعانيها وطرقِ استخدامها وأنواع دلالتها.

(٢) تفعيل دور اللغة العربيّة عالميّاً والتركيز على الأسلوبيّة المبدعة في مخاطبة الآخر. والحفاظ على مواكبة العربيّة للتطورات التّقنية والاستمرار في وضع المصطلحات وبلوَرة المعاني المحدّدة لها، وتوظيف المستجدّات الرقمية digital لصالح ثقافتها الأصيلة.

(٣) إيجاد صيغة عملٍ معلوماتيّ عربيّ فوق قطريّ من أجل وضع المعايير للإنتاج الرقميّ باللغة العربيّة وللغة العربيّة.

(٤) اعتماد مبدأ القياس في تعليم مناهج اللغة العربيّة، وتيسير تعليمها بالنسبة للناطقين بها من جهة ولغيْر الناطقين بها من جهة أخرى.

(٥) العمل على إظهار الوجه المضي للغة العربيّة، من خلال النماذج والاستخدامات البلاغيّة الرّفيعة المستوى في البرامج الإذاعية والمطبوعات الصحفية، ونشر أمّهات الكتب باللغات الأخرى، وتشجيع الترجمة من العربيّة وإليها، ومتابعة التّصدي لمحاولات النّيْل من اللغة العربية.

(٦) دراسة الجدل القائم حول اللغة العربيّة الفصحى واللهجات العاميّة في وسائل الإعلام.

(٧) تشجيع الدول الإسلامية على إستصدار كتب وأدلة الأسلوب الصحفي لسلامة اللغة الإعلامية.

(٨) التأهيل الإعلامي والتدريب المستمر للإعلاميين والصحفيين.

(٩) التعاون المستمر وتبادل الخبرات والتبادل البرامجى والعمل المشترك في مجال البرامج الإذاعية والأفلام والمواقع الإلكترونية.

(١٠) محاولة محو الأمية الإعلامية للشعوب الإسلامية ومحو أمية العولمة ليس عبر وسائل الإعلام فقط وإنما عن طريق حملة قومية وحركة أمة عبر التعليم المنتظم لحماية الشعوب الإسلامية من الغزو الثقافي أو ما يعرف حاليا بالعولمة الثقافية والعولمة الإعلامية.

(١١) الاهتمام بالنشر الإلكتروني عبر قنوات الإتصال (الإنترنت) كوسيلة لنقل المعرفة وتبادلها وخاصة باللغة العربية لمواكبة عصر الإنفجار المعلوماتي.

(١٢) الإهتمام بتحقيق صحافة إسلامية مطبوعة وإلكترونية عبر الإنترنت ذات إشعاع جغرافي عالمي يخرج من أمده المحلي إلى آفاق إسلامية عالمية رحبة.

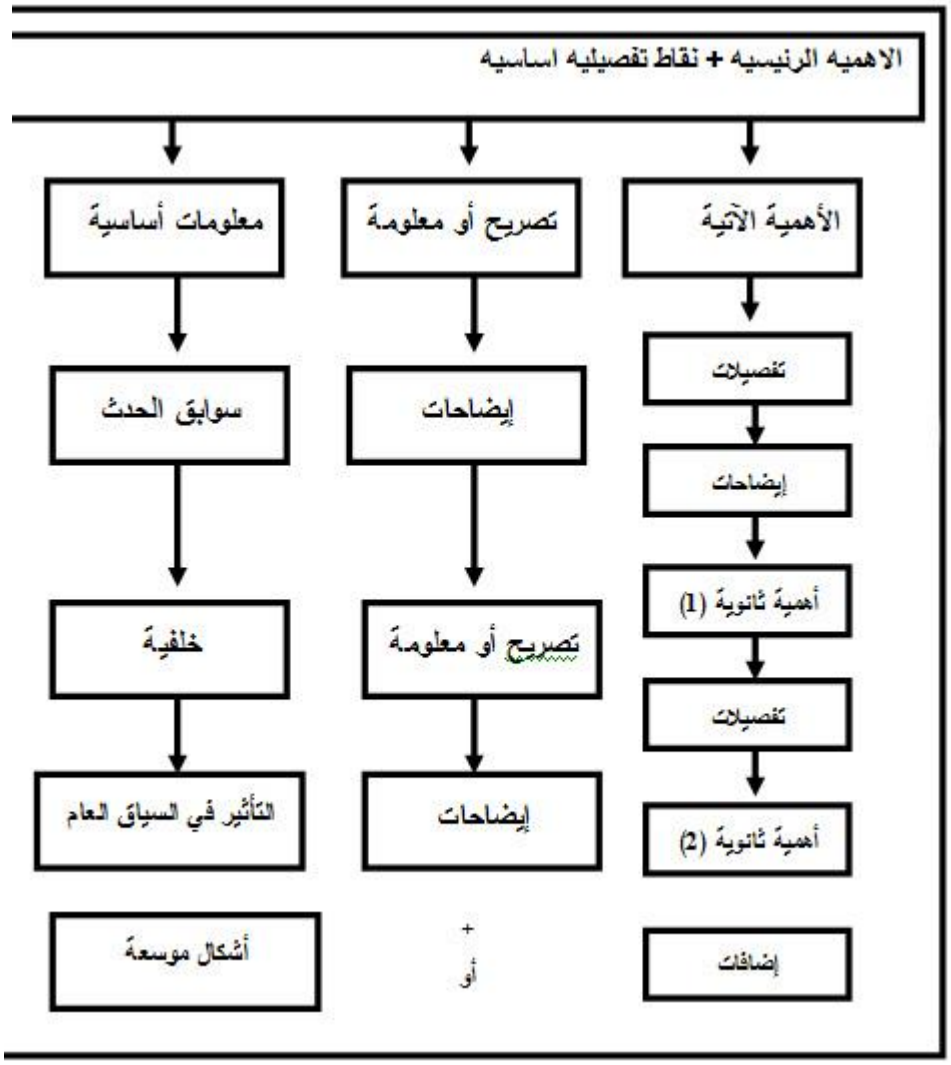
(١٣) الحاجة إلى مرجعية إعلامية إسلامية كما لو كانت صحيفة خاصة بالثقافة الإسلامية مثلما هو موجود في اللغات الاخري الانجليزية (التايمز) والفرنسية (لوموند).
(١٤) استنهاض الهمم بحيث لاتسمح الأمة الإسلامية لتيار العولمة بأشكالها المتعددة بجرفها أو أن تكون لقمة سائغة لفم المتربصين بها، وهنا يأتى دور الإعلاميين والمثقفين الملتزمين بقضايا أمتهم لتنوير الرأي العام بحقيقة العولمة.
(١٥) السعي ومنذ الآن للتحول من أمة إسلامية مستهلكة للإعلام الغربي أو الاجنبي إلى أمة منتجة للإعلام قادرة على العمل الايجابي. وبالله التوفيق والهداية.

الباب الثامن
الأشكال التحريرية في وكالات الأنباء المعاصرة

أولاً: القصة الخبرية:

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، وذلك في أكثر من فقرتين، وإذا كان الخبر في وكالات الأنباء كما يظهر في أشكال الفلاشFlash ، والمسبقBulletin ، والعاجلUrgent ، يجيب في أغلب الأحيان، عن أربعة فقط من الأسئلة الستة الشهيرة، فأن القصة الخبرية، في أغلب الأحيان تجيب أيضاً عن السؤالين الآخرين، وهما كيف ولماذا ؟ فضلاً عن ذلك فأن القصة الخبرية تصنع خلفية معلوماتية، وفي كثير من الأحيان، ترصد القصة الخبرية، بخاصة التي تقدمها وكالات الأنباء الدولية، تأثير الحدث أو الواقعة أو المعلومة التي تعالجها القصة في السياق العام للأحداث.

وتتدخل وكالات الأنباء الدولية بإيضاحات في القصة، لإضاءة مواقف معينة، كما تنسب صفات أو أدواراً لشخصيات، لتوضيح مواقفها المسبقة، وقد تعطي تقييماً لتأثير الحدث المعالج في إطاره الأشمل، وهي ربما لا تمارس هذا الدور بموضوعية من وجهة نظر بعضهم، لكنها تسعى للاستيفاء الإجرائي للموضوعية بمحاولة موازنة تلك الإيضاحات، ونسبة الأدوار والصفات والمواقف إلى آخرين، حتى وإن لم يتم تحديدهم بدقة، يعاد بثها أكثر من مرة بتفصيلات جديدة، وصياغات أكثر أحكاماً، وخلفيات مستوفاة، ومسحة تحليلية يسيرة، ويذكر أن وكالات الأنباء المحلية معظمها لا تستخدم هذه الأسماء، بالنظر لكونها لا تصنع القصة الخبرية عادة بالمفهوم المشار إليه سلفاً، وهي تستعيض عن مثل هذه الأشكال ببث إضافات Takes لأخبارها لتغطية التفصيلات الجديدة لخبر ما. وقد تصل هذه الإضافات ـ في بعض الأحيان ـ إلى ٣٠ إضافة في حال المؤتمرات الصحفية الكبرى أو الاحتفالات وخطب القادة المطولة.
ويوضح الشكل رقم (١) التالي الإطار العام لبناء القصة الخبرية في وكالات الأنباء المعاصرة.



وتتوزع الأشكال الثلاثة للقصة الخبرية الموسعة على المكونات الآتية:

(١) المقدمة: Lead

تعد المقدمة Lead هي الشكل الأكثر أستخداماً في وكالة أنباء اسيوشيتدبرس(AP) ، كما أنها أحد أهم الأشكال المستخدمة في وكالة رويترز للأنباء، وهي تذاع في نشرتها العربية تحت أسم (مقدمة) والمقدمة ـ كما تظهر في هاتين الوكالتين ـ هي قصة خبرية موسعة تذاع بالضرورة عقب خبر، أو أكثر، أذيع عن الحدث أو الواقعة نفسها التي تعالجها، وتتعدد المقدمات من مقدمة واحدة كحد أدنى إلى نحو ١٨ مقدمة في وكالة اسيوشيتدبرس(AP) ، ونحو ١١ مقدمة في وكالة رويترز.

(٢) البداية:

لا تختلف البداية كثيراً عن المقدمة Lead وتنفرد وكالة الأنباء الألمانية (DPA) بإطلاق اسم (بداية) على قصتها الخبرية الموسعة في نشرتها العربية.

(٣) الموسع:

تطلق وكالة الأنباء الفرنسية اسم (موسع) على القصة الخبرية الموسعة التي تذيعها في نشرتها العربية، وتصل وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) في بعض الأحيان إلى إذاعة ١٤ قصة موسعة تتعلق بحدث واحد.

ثانياً: **التقرير الاخباري :News Report**

التقرير ـ في وكالات الأنباء ـ هو شكل تحريري يقوم على الوصف الدقيق والموضوعي، والعرض المرتب المتدفق للأحداث أو الوقائع، بجميع التفاصيل والخلفيات الدقيقة، مع الإشارة

إلى الجو العام المحيط بها، وأحياناً يقوم المحرر بطرح موضوع التقرير الرئيسي في أطروحة مركزية يراها الأكثر دلالة على الحدث، ثم يورد التفاصيل والوقائع والمعلومات لخدمة هذه الأطروحة، وقد يقوم المحرر بالتقييم الموضوعي للبيانات أو المعلومات أو الأحداث الواردة في التقرير، و قد يسعى لاستشراف الوقائع المنتظرة، استناداً إلى المنطق الذي عرض به معلوماته وأحداثه.

ويحقق التقرير الصحفي في وكالات الأنباء الوظائف الآتية:

- تقديم معلومات، وبيانات جديدة، عن حدث، أو واقعة، لا يستطيع الخبر القصير السريع، أو القصة الخبرية، تقديمها على نحو مناسب.
- إبراز زوايا، أو جوانب معينة، عن حدث أو واقعة.
- تقديم الخلفية التاريخية، أو الخلفية الوثائقية للحدث، أو الواقعة التي يتناولها التقرير.
- التقييم الموضوعي للبيانات أو المعلومات الموجودة بالتقرير.

ويحتوي التقرير الصحفي على:

- معلومات تفصيلية كاملة عن الحدث.
- تحليل تلك المعلومات بتفسيرها ووضعها في إطارها العام.
- خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.
- توقعات أو تنبؤات بما سيكون عليه المستقبل أو بعض المؤشرات المستقبلية بشأن الأحداث الواردة بالتقرير.

ويعتمد نجاح التقرير الصحفي - في جانب كبير منه - على مدى افادة محرره من قسم المعلومات في المؤسسة التي يعمل بها، أو من مصادر المعلومات المختلفة، إذ يحتاج التقرير إلى خلفية وتعمق في التفاصيل والأسباب والدوافع، ويعد التقرير أحد الأشكال المهمة التي تقدمها وكالات الأنباء في نشراتها وتحت مسميات مختلفة، وببعض الاختلافات في البناء والصياغة. ويقدم التقرير الصحفي في وكالات الأنباء، إلى جانب تلك الصورة، في صور وتحت مسميات أخرى منها:

(١) التقرير الشامل: Round Up Report

يستخدم التقرير الشامل في حالة القيام بتغطية حدث مركزي تتفاعل تفصيلاته وتداعياته في أكثر من منطقة ودولة، إذ يقدم خلاصات لأهم تطورات هذا الحدث في جبهاته كلها، ويعطي مساحة لكل طرف من الأطراف الفاعلة فيه، وهو بمثابة ثبت موضوعي متوازن لتطورات حدث ما على الصعد التي يتفاعل معها ويؤثر فيها كلها.

ويحتاج التقرير الشامل إلى قدر كبير من التكثيف والقدرة على الصياغة المركزة المقتصدة، ليتمكن محرره من استيعاب جميع عناصر التقرير في مساحته المحددة.

(٢) التقرير الاخباري:

تقدم وكالات الأنباء أنواعاً من التقرير تحت مسمى (التقرير الإخباري)، وهي تختلف كثيراً عن التقرير إلا في ما يتعلق باعتمادها مساحة أكبر للعناصر الإخبارية وتصريحات واقتباسات من المصادر مقارنة بالجانب التحليلي أو الاستشرافي.

(٣) المحصلة:

تقدم وكالات الأنباء نوعاً من التقرير تحت اسم (المحصلة) وتعد المحصلة تقريراً إخباريا شاملاً بامتياز، أما ما يميزها من الشكلين السابقين فهو كونها تجمع بين الكثير من مميزاتهما، فالمحصلة تقدم تجميعاً موضوعياً للعناصر الخبرية الخاصة بحدث ما، في صياغة مكثفة مختصرة وتركز على ربط الحدث الراهن بالأحداث السابقة المماثلة، وتذكر - في هذا الصدد - المعلومات التوثيقية ذات الصلة بالحدث.

ويكثر استخدام شكل (المحصلة) في الأحداث المستمرة، مثل التظاهرات والحروب، والكوارث الطبيعية، والحوادث الكبيرة، وغيرها من الأنشطة التي يترتب عليها عناصر خبرية يمكن أن يعبر عنها بالأرقام، كأعداد القتلى وغيرها.

(٤) تقرير (الدورة الجديدة):
تقدم بعض وكالات الأنباء تقريراً إخباريا شاملاً تحت اسم " دورة جديدة "، وما يميز تقرير الدورة الجديدة من سواه من أشكال التقرير في وكالات الأنباء كونه معداً لهدف مهني بحت، يختص بطبيعة جمهور وكالات الأنباء، إذ يقوم محرر الوكالة الذي يتسلم العمل من زميله بتقييم الأحداث المهمة التي أذيعت أشكال خبرية عنها في الدورة السابقة، ثم ينتخب حدثاً أو أكثر يعتقد أنه الأكثر أهمية، ويقوم بجمع المادة المذاعة عنه، وحصر التفصيلات والأنباء التي لم تذع بعد، ويصوغها في تقرير شامل تحت اسم " دورة جديدة "، وهو ـ بذلك ـ ينطلق في معاملاته المستقبلية مع ذلك الحدث من التقرير الذي أنجزه، كما يدرك محررو الصحف ووسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة أن تقرير " الدورة الجديدة " الذي تسلموه للتو هو المتابعة الأكثر آنية للحدث الذي يهتمون به، ومن ثم يمكنهم الاعتماد عليه بدفعه إلى المطبعة إذا كان وقت الطبع حان، أو دفعه إلى مذيع النشرة لقراءته كأحدث تطور للحدث في صياغة متكاملة إذا كان المشترك وسيلة مسموعة أو مرئية.
(٥) النظرة المسبقة:
تقرير النظرة المسبقة هو أحد أشكال التقرير التي تقدم التغطية التمهيدية للأحداث، ويقدم عدد من وكالات الأنباء المعاصرة هذا التقرير، وتذيعه وكالة الأنباء الألمانية (DPA) خصوصاً تحت هذا الاسم، ويقدم التقرير في صورة " النظرة المسبقة " الأحداث والتفاصيل والتطورات السابقة والمهيأة لحدث ما، يكون عادة على قدر من الأهمية، ويرصد تقرير " النظرة المسبقة " الخلفيات الإجرائية والموضوعية المؤدية إلى هذا الحدث، كما يقدم معلومات توثيقية ويرصد السوابق المماثلة، وقد يضيف تعليقات وتقييمات لمصادر أو لمحللين تخص الحدث الذي يمهد له التقرير، كما قد يستشرف احتمالات الحدث ومساراته المستقبلية المتوقعة، استناداً إلى المعلومات والمعطيات المتوافرة والرؤية التحليلية.
(٦) الخلفية:
تقدم الخلفية شكلاً من أشكال التغطية التمهيدية كذلك، ويورد هذا التقرير معظم العناصر السابق ذكرها في تقرير " النظرة المسبقة "، غير أن ثمة اختلافاً بسيطاً بين التقريرين يكمن في كون تقرير " النظرة المسبقة " يعد عادة للنشر في يوم الحدث المهم الذي يمهد له، أو قبل وقوع الحدث المنتظر بيوم على أكثر تقدير، أما تقرير الخلفية فقد يكون سابقاً على وقوع الحدث الذي يقدم خلفية تمهيدية له بعدة أيام، كما أنه قد يعد ليس لاستخدامه من وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة مباشرة، ولكن باستخدامه كخلفية لتطورات وأحداث تقع في سياق الحدث المهم أو الممهد له أو في الطريق إلى وقوعه، وتقدم وكالات الأنباء المعاصرة تقرير " الخلفية " وتقدمه وكالة الأنباء الألمانية (DPA) تحت هذا الاسم.

ثالثاً: التحليل الإخباري:

التحليل هو أحد الأشكال الخبرية التي تقدمها وكالات الأنباء المعاصرة، يتميز بـ:
ـ بروز النزعة الأسلوبية المميزة للوكالة معدة التحليل.
ـ عدم ارتباطه بتوقيت زمني حاكم لجهة الدقائق والساعات، مثلما هو الحال في الأخبار أو المؤتمرات الصحفية وغيرها من الأشكال التي تسابق الوكالة الزمن في إذاعتها، وإن كان التحليل يرتبط في الوقت نفسه بحدث ما وتوقيت معين.
ـ بروز توجه محرر التحليل حيال القصة المعالجة وأطرافها الرئيسية في بعض الأحوال، وإن كان المحترفون من المحررين حريصين على استيفاء إجراءات الموضوعية عند كتابة التحليل، لكن ذلك لا يمنع من سيادة منطق معين يؤدي بقارئ التحليل إلى خلاصات ونتائج محددة.
والتحليل ـ في وكالات الأنباء المعاصرة ـ يكون عادة بطرح " حجة مركزية " في المقدمة، تعبر عن رأي أو توجه ما، ثم يدعم المحرر هذه الحجة بعدد من الاقتباسات وأقوال المصادر والمحللين والوقائع والبيانات والإحصاءات والأحداث السابقة، كما يعرض المحرر في سياق التحليل بعض الآراء الداحضة للحجة المركزية أحياناً، أو بعض الأحداث التي تقلل من وجاهتها،

وتقدم معظم وكالات الأنباء المعاصرة التحليل، إذ يمثل أكثر المواد الأخبارية القادرة على استيعاب نزعة الرأي والتوجيه لدى تلك الوكالات. ومن أبرز أنواع التحليل:

١- التحليل الاخباري:

لا يختلف التحليل الإخباري عن التحليل كثيراً، عدا ميل محرري التحليل الإخباري إلى زيادة لجرعة الأخبارية فيه، كما أن الاستعانة بأقوال المحللين وتصريحاتهم وتقييماتهم غالباً ما تزيد في هذا الأخير.

رابعاً: التحقيق الصحفي:

التحقيق ـ في وكالات الأنباء المعاصرة ـ من الأشكال الخبرية الاستقصائية، إذ يسعى محرره إلى الحصول على إجابات وتقييمات، من أكثر من طرف بخصوص حدث أو واقعة أو ظاهرة محددة، وتصاغ تلك الإجابات في نسق مرتب بهدف توضيح فكرة أو إطار مركزي عام، كما يتدخل المحرر بذكر معلومات وإيضاحات وتفسيرات واقتباسات من شأنها أن تجلي المعنى وتضع موضوع التحقيق في سياقه العام، وفضلاً عن الاسم المجرد " تحقيق "، يقدم التحقيق في وكالات الأنباء تحت الاسمين التاليين:

١- التحقيق الاخباري:

تطلق وكالات الأنباء على التحقيق اسم " تحقيق إخباري " حين يكون مرتبطاً بحدث أو واقعة أو ظاهرة تحدث للتو ويكون التحقيق هنا ذا طبيعة إخبارية في الأساس، إذ يقدم آراء وأفكاراً ومواقف وتقييمات من أطراف ذات صلة بالحدث المعني.

٢- التحقيق المصور:

بخلاف التحقيق المصور في الصحف والمجلات الأسبوعية بخاصة على الصور على نحو أساسي ويكون المتن عاملاً مساعداً أو معضداً للصورة، فالتحقيق المصور ـ في وكالات الأنباء ـ يبقى الاعتماد الأساسي على المتن فيما تكون الصور عاملاً مساعداً، وتستعين وكالات الأنباء بالتحقيق المصور بديلاً عن التحقيق الإخباري في الموضوعات التي تعالج الشؤون العامة من جوانب إنسانية أو تاريخية أو جمالية أو جغرافية أو عمرانية أو في الموضوعات الخفيفة التي تعالج مثل تلك الجوانب مباشرة.

خامساً: الحديث الصحفي:

وهو أحد الأشكال التي يقل استخدامها إلى أقصى حد ممكن في وكالات الأنباء المعاصرة، إذ يحول الإيقاع السريع المميز لنشاط وكالات الأنباء دون إفراد مساحة كبيرة لفن صحفي يحتاج الكثير من الإعداد، والكثير من المساحة لنشره، بما لا يتلاءم وطبيعة أنشطة الوكالة وطرق بثها. إذ إن الحصول على تصريحات أو آراء أو تعليق مصدر ما بشأن حدث أو واقعة أو ظاهرة معينة، هو نشاط رئيسي وجوهري في وكالات الأنباء الدولية، لكن هذا لا يكون عبر نشر صيغة السؤال والجواب التقليدية، وإنما يكون بالحصول على أقوال المصدر وإجاباته ثم صياغتها ضمن قصة خبرية أو تحقيق أو تقرير بما يحقق الفائدة المرجوة منها. وتنقل بعض وكالات الأنباء أحاديث كاملة أو بعضاً منها من مصادر إعلامية أخرى، وتقوم بإعادة صياغتها على وفق أولوياتها، ثم إذاعتها.

سادساً: المؤتمر الصحفي:

ثمة شكلان رئيسيان يقدم بهما المؤتمر الصحفي في وكالات الأنباء الدولية، يمكن تسمية الشكل الأول بـ (الشكل التقليدي) وهو الذي تستخدمه معظم وكالات الأنباء المحلية وبعض وكالات الأنباء الإقليمية، فيما يمكن تسمية الشكل الثاني بـ (الشكل المستحدث)، وهو الذي تستخدمه وكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية.

١- الشكل التقليدي للمؤتمر الصحفي:

إذ تقدم وكالات الأنباء المحلية وبعض الوكالات شبه الإقليمية هذا الشكل، ويعتمد على تسجيل وقائع المؤتمر منذ المقدمة التي يلقيها المصدر في مستهله، مروراً بالأجوبة والأسئلة ((وأحياناً تذكر نصوصها وهوية صاحبها))، وانتهاء بآخر كلمة ينطق بها المصدر في نهاية

المؤتمر، وينشر هذا النص عبر نشرة الوكالة على وفق الترتيب الزمني للأسئلة والأجوبة وليس على وفق الأولويات الموضوعية التي تفرضها الإجابات، وما تؤدي إليه من ضرورة تقديم إجابات ما على أخرى لأمور مهنية، ودونما مقدمة تلخيصية تحوي أهم ما ذكر في المؤتمر وأحياناً تلجأ تلك الوكالات خلال إذاعة نص المؤتمر الصحفي كاملاً إلى إذاعة أخبار قصيرة (عاجل أو مسبق على سبيل المثال)، إذا برز خلال المؤتمر عنصر يمثل أهمية كبيرة تستدعي إفراد خبر خاص له.

٢- الشكل المستحدث لـ (المؤتمر الصحفي):

أما الشكل المستحدث للمؤتمر الصحفي الذي تأخذ به معظم وكالات الأنباء الدولية، فيعتمد - فضلاً عن إمكانية إذاعة الأخبار المنفصلة بأبرز العناصر التي ترد في المؤتمر - على دمج العناصر الخبرية ذات الأهمية الواردة في المؤتمر الصحفي في شكل خبري آخر، وقصة خبرية، وتقرير، تحقيق، ومحصلة، موسع، مع الإشارة إلى المؤتمر الصحفي وجملة التفاصيل الواردة فيه، إن هذه الطريقة تتعامل مع المؤتمر الصحفي على نحو انتقائي، إذ يختار المحرر ما يراه بارزاً وضرورياً لذكره في إطار قصته الخبرية أو تقريره، كما يستعين بعناصر إخبارية أخرى ومعلومات واقتباسات، ويعطي إيضاحات، بما يضع العناصر الخبرية الواردة بالمؤتمر الصحفي في سياقها الأشمل.

سابعاً: الموضوع الصحفي (الفيتشر) Feature

يطلق عليه أيضاً اسم (موضوع المعالم) أو الموضوع الصحفي، والفيتشر Feature مادة صحفية أو موضوع صحفي فيه نوع من الإبداع والابتكار لعدم التقيد بأصول الأسلوب الإخباري الصارمة وقواعدها، من حيث الموضوعية والتحديد، وفيما يلتزم الأسلوب الإخباري قاعدة (الكتابة للتعبير وليس لإضفاء الانطباع) فأن الفيتشر لا يلتزم بتلك القاعدة وهو يتناول موقفاً أو حدثاً جانبياً أو جانباً من الحياة قابلاً للاستمرارية ويمكن الحصول على مادته وكتابتها وتجهيزها ثم نشرها في أي وقت، لأنه لا يتقيد بتفاصيل الحدث الحالية، بل يتجاوزها إلى التفسير والتحليل، ويضعها في إطار إنساني، وعادة ما يكون الفيتشر أطول من القصة الخبرية، كما أنه يختلف عن تلك الأخيرة أيضاً في عدم الاهتمام بالتصريحات في كتابته، فليس من الضروري أن تكون في الفقرة الأولى إذ تحتل مرتبة تالية في الأهمية. ويعتمد الفيتشر على الوصف أو التعليق أو التحليل أو كل هذه العناصر معاً، كما يقدم الخلفية التاريخية، وأقوال شهود العيان، ولا يحمل بعداً خبرياً عادة، ومن الممكن، على سبيل المثال، أن يكون موضوعه عن إصلاح الثقوب في السقف.

وتنشئ بعض وكالات الأنباء خدمات قائمة بذاتها للفيتشر، كما هو الحال في وكالة أنباء أسيوشيتدبرس (AP) التي تقدم خدمة الفيتشر (AP feature Services) ضمن خدماتها الصحفية المنوعة العشر الرئيسة. وتذيع بعض وكالات الأنباء الدولية الأخرى يومياً لائحة بعدد من الفيتشرات المقررة إذاعتها في اليوم نفسه، كون خدمة الفيتشر من الخدمات التي يستحسن التنبيه إليها قبل إذاعتها، حتى يتمكن محررو وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة من توفير المساحة اللازمة لنشر ما يرد بها من موضوعات.

الاشكال الخبرية المساندة:

هي مجموعة الأشكال التي قد يحوي بعضها عناصر إخبارية، ويحوي بعضها الآخر معلومات توثيقية، ويقدم جزء منها الخلفيات والأطر اللازمة لتوضيح حدث ما، أو تسعى الوكالة بها إلى المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة على نحو يسير وسهل ومركز ودقيق. وفيما تتعد الأشكال الخبرية المساندة في وكالات الأنباء المعاصرة، ويختلف عددها ومسمياتها وأشكالها من وكالة إلى أخرى، تنقسم إلى جزأين أساسيين: أحدهما يمثل شكلاً خبرياً قائماً بذاته، تتوافر فيه عناصر الجدة والآنية، ويصلح ليقدم كمادة مستقلة، لكن في سياق تقديم حدث ما، وإلى جانب مواد أخرى خبرية رئيسية عن الحدث، والآخر يمثل شكلاً مكملاً وملحقاً بمادة خبرية أخرى، بغرض توضيحها وتفسيرها. كما تؤدي هذه الأشكال وظيفتين أساسيتين: إحداهما وظيفة إخبارية مباشرة تتمثل في توفير المادة الصالحة مباشرة للنشر

والاستخدام من الوسيلة الإعلامية المشتركة في خدمات الوكالة، والوظيفة الأخرى تقف عند حدود المحررين العاملين في تلك الوسائل المشتركة في خدمات الوكالة ؛ إذ تتوجه لهم هذه الأشكال لمساعدتهم على إنجاز عملهم بصورة أفضل، ولا يقوم شكل مساند واحد بالوظيفتين المشار إليهما هنا معاً، ولكن يقوم كل شكل من الأشكال التي ستعرض تالياً بإحدى هاتين الوظيفتين فقط. والأشكال الخبرية المساندة في وكالات الأنباء المعاصرة هي:

١- اللمحة الشخصية: (البروفيل):

البروفيل Profile هو أحد الأشكال الخبرية المساندة التي تحرص وكالات الأنباء الدولية على تقديمها، وهو من الأشكال التي قد تحوي عناصر إخبارية، وتنشر في الصحف منفصلة لكن في سياق تغطية أشمل لحدث ما، ويهدف البروفيل إلى إلقاء الضوء على شخصية مهمة تتفاعل مع الأحداث الجارية، أو صارت الأحداث تتفاعل معها، ويقدم البروفيل معلومات أساسية عن الشخصية، ورؤية تحليلية لدورها وممارستها، وأحياناً يقدم رؤية استشرافية لمستقبلها ونقدية لماضيها، وثمة عدة طرائق لتقديم البروفيل في وكالات الأنباء، وبأسماء مختلفة أيضاً، ومنها : Profile كما في وكالة أنباء اسيوشيتدبرس (AP) وتقدم (AP) أيضاً شكلاً آخر للبروفيل يمكن تسميته " النبذة الشخصية القصيرة "،حيث تقدم الوكالة معلومات أساسية من دون تعمق أو رؤى عن الشخص الذي صار ذا أهمية في سياق متابعة حدث ما، وعادة تكون تلك النبذة في سياق إطار تقديم عدد من الشخصيات، فتفرد مساحة لا تزيد من ثلاث إلى أربع فقرات لكل شخصية.

ويصلح هذا الشكل عند تقديم الحكومات أو اللجان أو الفعاليات التي يشترك فيها أكثر من شخص تحتاج وسائل الإعلام - ومن ثم الجمهور - إلى التعرف إليهم، وتقدم وكالة أنباء رويترز بروفيل تحت عنوان " رجل في الأخبار "، وهو لمحة شخصية تقدم معلومات أساسية ورؤية تحليلية، واستشرافاً، ونقداً، لشخص على قدر من الأهمية في سياق إخباري، يربط هذا التحليل الشخصي بالأخبار الآنية التي يكون هذا الشخص مركزها في توقيت النشر.

ولا يلتزم محرر البروفيل بالطريقة التقليدية للكتابة الخبرية، لكنه يجتهد في إبراز أسلوبه الخاص، مراعياً استيفاء إجراءات الموضوعية، وأحياناً ما يستخدم مداخل إنسانية عبر معتادة في الكتابة الخبرية.

٢- الاطار:

وهو أحد الأشكال المساعدة، التي تقدم مادة توثيقية، تلقي الضوء على خلفيات حدث ما، بتقديم المعلومات الموثقة عنه، وهو أحد الأشكال التي قد تحوي عنصراً خبرياً واحداً في الأقل، لكنها لا تقدم تقريراً أو قصة خبرية متكاملة، وهو لا يذاع باستخدامه منفصلاً، ولكن في سياق تغطية حدث ما، له خلفياته ومعلوماته الموثقة.

٣- تقرير المعلومات:

أحد الأشكال الخبرية المساندة، التي لا تحوي عناصر خبرية، ويمكن نشره كمنتج منفصل، لكن مع ضرورة أن يكون هذا النشر في سياق تغطية حدث رئيسي، يلقي تقرير المعلومات الضوء على جوانبه وخلفياته، وفضلاً عن إمكانية نشر هذا التقرير إلى جانب تغطية متكاملة لأحداث القضية التي يعالجها، ولا سيما وأنه مرفق بصور، فإن هذا التقرير يقدم معلومات أساسية موثقة، يمكن استخدامها من محرري وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة في مواد تالية تحتاج إلى تلك المعلومات لتفسير أحداث آنية وتوضيحها.

٤- أهم التطورات: Major Developments

يعرض تقرير أهم تطورات الأحداث والوقائع والأخبار المهمة، التي حدثت في يوم واحد، في إطار حدث واحد رئيسي، مثل أهم التطورات الحاصلة في إطار الحرب الأمريكية على العراق في يوم واحد، سواء في العراق أم في العواصم ذات الصلة. ويهدف هذا التقرير إلى مساعدة المحررين في وسائل الإعلام المسؤولين عن تغطية حدث ما، على الإلمام بتطوراته، لتنظيم تغطيتهم لهذا الحدث في الوسائل التي يعملون بها وتفعيلها.

٥- الموجز: Top News

تحرص جميع وكالات الأنباء الدولية وبعض الوكالات الأخرى على تقديم موجز لأهم الأنباء التي تذيعها في ختام كل دورة من دوراتها الرئيسية، والموجز تقرير يضم من أربعة إلى خمسة عشر نصاً شديد الإيجاز، يعبر كل نص من هذه النصوص عن شكل خبري أو أكثر، تمت إذاعته على مدى الدورة التي يذاع الموجز في ختامها، ويتكون النص الواحد من فقرة إلى ثلاث فقرات، وكلما كان عدد كلماته أقل كان أفضل، إذ لا ينظر إليه على أنه تقديم لخبر واف، بقدر ما ينظر إليه على أنه إشارة إلى الخبر أو القصة الخبرية أو التقرير الذي يعبر عنه. ويجب على المحرر الذي يعد موجز الأنباء أن يكون:[١]

أ ـ يقظاً منتبهاً، ملماً بكل المواد الخبرية التي أذيعت في الدورة.

ب ـ قادراً على انتخاب أكثر الأخبار أهمية، وترتيبها ترتيباً موضعياً على وفق أهميتها.

ج ـ قادراً على الصياغة المكثفة المركزة المعبرة في آن.

وتقدم بعض وكالات الأنباء الموجز مرتين،في الظهيرة (موجز الظهيرة)، وفي المساء (موجز المساء)، فيما تقدم وكالات أخرى الموجز ثلاث مرات، كما تقتصر بعض الوكالات على تقديم الموجز في نشرتها العامة، فيما تقدم أخرى الموجز في نشراتها كلها، بما فيها المتخصصة.

وبعض الوكالات مثل اسيوشيتدبرس (AP) ورويترز تقدم موجزاً اقتصادياً على نشرتها العامة، وبعضها الآخر تقدم موجزاً رياضياً، وتتمثل أهمية الموجز بـ:

أ ـ يعطي للمحررين العاملين في وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة، ثبتاً بأهم الأخبار التي أذيعت، وبمختصر مفيد لكل خبر، الأمر الذي يسهل عليهم فحص نشرات الأخبار التي أذيعت في الدورة التي يتسلمون فيها عملهم.

ب ـ يعطي للمحررين ومسؤولي التحرير المسؤولين عن إعداد الصفحة الأولى وأعمدة إشارات المواد المهمة، ثبتاً بالأخبار التي يمكنهم الاختيار منها.

ج ـ يمكن لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية إدخال تعديلات يسيرة (تتعلق بترتيب الأولويات، واللغة، والصياغة المناسبة لطبيعة الوسيلة) على الموجز، واستعماله مباشرة في موجز الأنباء الذي تذيعه تلك الوسائل.

٦ـ عرض الصحف:

هو أحد الأشكال الخبرية المساندة التي تذاع يومياً في معظم وكالات الأنباء، ويرمي هذا الشكل الذي يتخذ سمة مميزة وتوقيتاً محدداً يذاع من فيهما في كل وكالة، إلى تقديم خدمة إحاطة بأقوال أو عناوين الصحف في دولة أو أكثر، ويمكن القول: إن وكالات الأنباء الدولية تخصص شكلاً لعرض الصحف لكل منطقة جغرافية، أو دولة مهمة في إقليمها في تغطيتها العامة، فيما قد تقتصر الوكالات المحلية على عرض عناوين صحف الدولة التي تصدر فيها فقط. وثمة ثلاثة أشكال رئيسية لعرض الصحف كشكل خبري محدد السمات في وكالات الأنباء هي:

أ ـ الشكل البسيط إذ تقول الوكالة في مقدمة التقرير: ((طالعتنا الصحف الصادرة اليوم بالعناوين الآتية)) ثم تذكر العناوين من دون أن تنسبها إلى صحفها.

ب ـ الشكل الأكثر تطوراً، حيث تذكر أنها ستذيع العناوين الرئيسية للصحف الصادرة اليوم في بلد ما، وتشير إلى أنها لم تتحقق من صحة الأخبار المنقولة أو مدى دقتها، حرصاً منها على مصداقيتها، ثم تذكر العناوين مفصلة ومنسوبة إلى الصحف التي نشرتها.

ج ـ تقدم بعض الوكالات عرض الصحف على شكل تقرير خبري، إذ تبدأ بمقدمة تلخص فيها أهم ما صدر في صحف دولة أو إقليم ما، ثم تعرض في فقرات محررة، لأهم النقاط الواردة في الافتتاحيات ومواد الرأي بخاصة.

٧ـ **المتوقعات:** تقدم معظم وكالات الأنباء شكلاً إخبارياً مسانداً موجهاً لمحرري وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة فقط، لإعلامهم بأخبار أو أحداث أو موضوعات ذات أهمية، وأنها ستبث أشكالاً خبرية تتعلق بها على نشرة الوكالة في وقت لاحق.

[١] نقلاً عن موقع شبكة النبأ المعلوماتية https://annabaa.org/arabic/studies/6479

إن شكل المتوقعات، الذي يذاع تحت اسم " توقعات " أو " أخبار متوقعة "، له أهمية كبيرة بالنسبة إلى المحررين في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، إذ يساعدهم على تقسيم العمل لتغطية الأحداث المتوقعة، وإفراد المساحات المناسبة لنشر الموضوعات المتوقعة تقريباً. كما يشير بعضها إلى مساحة الموضوع، وإلى ما إذا كان مرفقاً بصورة أو شكل توضيحي، حتى يستطيع المخرج الصحفي إفراد المساحة المناسبة لنشر هذه الأشكال.
وثمة شكلان رئيسيان للمتوقعات. أحدهما تقدمه الوكالات الكبرى، ويشير إلى " موضوعات أو أشكال خبرية متوقعة " ويحدد توقيت إذاعتها تقريباً وما إذا كانت مرفقة بصور أو أشكال توضيحية، والآخر تقدمه وكالات الأنباء المحلية يشير إلى " أخبار متوقعة " مثل " يصل فلان إلى دولة كذا اليوم."

٨- أحداث اليوم في التاريخ:

يعد تقرير أحداث اليوم في التاريخ من الأشكال الخبرية المساندة التي تقدمها معظم وكالات الأنباء الدولية، ويستخدم هذا الشكل، في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، استخدامين رئيسيين أحياناً، أو أحد هذين الاستخدامين في أحيان أخرى. إذ يقدم هذا الشكل بثاً بأهم الأحداث التي حصلت في التاريخ في يوم إذاعته، وبأهم الشخصيات التي ولدت في ذلك اليوم، فيعطي الفرصة لوسائل الإعلام إما لنشره كما هو كونه مادة توثيقية / خبرية، أو للاسترشاد به لإعداد موضوعات وأشكال خبرية أخرى، على خلفية ما يشير إليه من أحداث تصلح للمعالجة الصحفية بمناسبة حلول ذكراها.
وتحرص (AP) على تضمين التقرير إشارات إلى الشخصيات المهمة التي ولدت في اليوم نفسه، تحت عنوان Today Birth day وتحرص وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) على إذاعة أحداث يومي ٩ و١٠ آذار يوم ٩ مارس و ١٠ و ١١ آذار يوم ١٠ آذار وهكذا، إذ أن هذا يتيح للمحررين في وسائل الإعلام التعرف إلى الأحداث التي ستحل ذكراها في اليوم التالي، وهو ما يمكن محرري الصحف بخاصة من إعداد مواد ملائمة لنشرها في اليوم التالي، الذي يمثل يوم حلول الذكرى.

٩- مساعدات النطق: Pronouncers

أحد الأشكال المساندة التي تذيعها بعض وكالات الأنباء الدولية، وهو شكل موجه إلى محرري وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة، وللمذيعين في الوسائل المسموعة والمرئية على وجه التحديد، ولا يستهدف هذا الشكل النشر مباشرة، ولكنه يهدف إلى إعطاء المذيعين والمحررين الإرشادات اللازمة لنطق الأسماء وأسماء الإعلام في اللغات المختلفة، بل وفي اللهجات المختلفة داخل اللغة الواحدة.
إن تقرير مساعدات النطق Pronouncers يعبر عن درجة عالية من الاهتمام لدى وكالة الأنباء التي تذيعه، بتوفير خدمة متكاملة لعملائها خصوصاً من الإذاعات ومحطات التلفاز، إذ يحتاج مذيعو تلك الوسائل إلى إرشادات مستمرة، تتعلق بأسماء أشخاص قد تزيد أهميتهم في الأحداث، وتمدهم بطرائق النطق السليمة لأسماء هؤلاء الأشخاص، فعلى سبيل المثال تشير وكالة ما في تقرير مساعدات النطق الذي تذيعه إلى كيفية نطق حرفي " ألـ " في اسم شخص أو عائلة عربية، وكيف يختلف نطق هذين الحرفين في كلمة مثل " آل ثاني " عنه في كلمة مثل " الصباح.( ) "
وتذيع بعض وكالات الأنباء هذا الشكل يومياً، وهو لا يقتصر على لغة واحدة، ولكن يتعدد بتعدد اللغات التي تمثل الدول والمناطق الجغرافية التي تشملها الأحداث في العالم، التي تغطيها الوكالة.

١٠- الصور:

يمكن عدُّ الصورة الصحفية في وكالات الأنباء المعاصرة شكلاً أخبارياً مسانداً لجهة الدور الذي تلعبه في مساندة الأشكال الخبرية الرئيسية، بتوضيح العناصر الخبرية المتضمنة في تلك الأشكال وإبرازها وربما الكشف عن عناصر خبرية غير متضمنة فيها، بلغة الكاميرا وبالإفادة من المؤثرات التي يمتلكها التصوير كفن قائم بذاته، وتصنف الصور الفوتوغرافية الصحفية من حيث المضمون إلى:

ـ الصور الأخبارية.
ـ صور الموضوعات.
ـ صور الموضوعات الأخبارية ذات الجانب الإنساني.
ـ الصور التي تمثل شخصية (بورتريه.(
ـ الصور الجمالية والتعبيرية.
وفي بعض الأحيان تستخدم الصورة فضلاً عن التعليق المصاحب لها كشكل خبري مستقل، إلا أنها تنشر ـ عادة ـ في سياق تغطية عامة لحدث ما، وغير بعيدة عن الأشكال الخبرية الأخرى المتعلقة به، أما في صفحات الاجتماعات والترفيه والمواد الخفيفة، فإن الصورة قد تكون بتعليقها المصاحب لها، شكلاً خبرياً مستقلاً، مع إعادة صياغة التعليق لاستيفاء العناصر الخبرية المتعلقة به كلها، وباتت للصورة أهمية كبيرة في وكالات الأنباء الدولية، فوكالة أنباء رويترز ـ على سبيل المثال ـ تقدم ثلاث خدمات صور هي: خدمة رويترز للصور الصحفية (١٠٠ صورة يومياً) وخدمة أهم الصور ـ رويترز توب بيكس " أهم ١٢ صورة من صور اليوم " وخدمة أرشيف رويترز للصور، كما تقدم وكالة أنباء اسيوشيتدبريس(AP) ، خدمتي صورهما: خدمة الصور AP Photos (والتي تقدم ١٠٠٠ صورة يومياً)، وخدمة أرشيف الصور - Ap Photos Archive وتحوي نحو ٧٥٠ ألف صورة.
وللتعليق المصاحب للصورة (Caption) أهمية كبيرة، وطرائق كثيرة لكتابته، وثمة أسلوبان رئيسيان لكتابة التعليق :(Caption Styles) أحدهما الأسلوب الوصفي، والآخر الأسلوب المجازي، ويجب أن يكون تعليق الوكالة وصفياً تفصيلياً مسنداً، محيطاً، دقيقاً، وبصورة عامة فأن التعليق يضيف إلى الصورة شيئاً ما، فهو يعطي معلومات لا تشرحها الصورة، ويتجنب أن يشرح المشروح بالصورة.

١١ـ الرسوم التوضيحية: Graphics

هي أشكال بيانية توضيحية، ترمي إلى إبراز عرض المعلومات التي تتصف بالتعقيد وذات الطابع الكمي وتسهيلها، فضلاً عن الأحداث والوقائع المتتالية والمركبة، وكما هو الحال بالنسبة إلى الصور، فالرسوم التوضيحية Graphics هي شكل خبري مساند، إذ إنها ترمي إلى المساعدة على عرض الحقائق والمعلومات والبيانات المعقدة على نحو متيسر، إلا أنها أحياناً تنشر مستقلة اعتماداً على متن وافٍ يشرح العناصر الخبرية بها، ولكن هذا النشر أيضاً يتم في سياق تغطية أكبر لحدث ما. وتتعدد أشكال الرسوم التوضيحية لتكون:
أ ـ الرسوم البيانية :Chart قد تكون خطاً بيانياً، أو خريطة بيانية، أو أعمدة بيانية مفردة، أو مزدوجة، لتلخيص الإحصاءات الرقمية المعقدة.
ب ـ المنحنيات: تصور مدى التغلب في ظاهرة ما على نحو كمي.
ج ـ الجداول: قد تكون صغيرة أو تكرارية أو مزدوجة.
د ـ الخرائط الجغرافية: قد تكون مجرد خرائط، وقد يضاف إليها متن يوضح معلومات معينة، وأحياناً تضاف إليها صور أيضاً.
هـ ـ البكتوجراف: رسم بياني تمزج فيه الصورة والرسوم بالخطوط البيانية، أو الأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة، مستغلاً تقنيات: الفوتومونتاج، أي تركيب صورة على صورة، أو عدة صور، والتروكاج، أو تركيب صور على رسم أو رسم على صور.
و ـ الدوائر المقسمة إلى قطاعات: وهو شكل دائرة تقسم عدة أقسام بحيث تتناسب مساحة كل قسم مع دلالة كمية معينة، وهي تسهل عمليات المقارنة وتوزيع النسب والحصص.

تصنيع المادة الإعلامية في وكالات الانباء:

المادة الإعلامية في صحيفة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية أو أي وسيلة إعلامية تقليدية أو جديدة ليست عرضاً بسيطاً للواقع الخارجي بل هي مادة مصنّعة. يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بتشكيل هذه المادة وصناعتها. يتاح للمرسل أو القائم بالاتصال اتخاذ قرارات وخيارات عديدة جداً، ومتنوعة للغاية، للتحكم في شكل الرسالة الإعلامية التي يريد صناعتها. ولكي يتم توضيح

هذه الحقيقة سنستعرض مجموعة من الأمثلة، توضح دور المرسل أو القائم بالاتصال في تصنيع المادة الإعلامية.

أولاً: تصنيع الأخبار في وكالات الأنباء:

(١) تقوم وكالات الأنباء يومياً وعلى مدار الساعة ببث حزم إخبارية لوسائل الإعلام حول العالم، على شكل مادة تلفزيونية، أو صور فوتوغرافية، أو نصوص مكتوبة.
(٢) تختار وكالة الأنباء الأحداث التي تغطيها والأحداث التي لا تغطيها.
(٣) تختار وكالة الأنباء الأخبار التي تبثها والأخبار التي لا تبثها.
(٤) تختار وكالة الأنباء وجهة النظر التي تعرض من خلالها الخبر أو حتى زاوية التقاط الصورة.
(٥) تختار وكالة الأنباء طريقة صياغة الخبر وكلماته والمصطلحات المستعملة فيه.
وهكذا تقوم الوكالات " بتصنيع " حزمة الأخبار التي تصل إلى العالم.

ثانياً: تصنيع نشرة الأخبار:

(١) تتلقى غرفة الأخبار في القناة التلفزيونية الحزم الإخبارية من وكالات الأنباء، ومن مكاتبها الإعلامية، ومراسليها، ومصادرها الخاصة.
(٢) قوم رئيس تحرير النشرة بانتقاء الأخبار التي ستعرض والأخبار التي تستبعد إما لعدم أهميتها أو لأسباب أخرى.
(٣) يتم ترتيب الأخبار حسب أهميتها من وجهة نظر القناة.
(٤) يتم تحديد طول الخبر وتفاصيله وعنوانه وصيغة الخبر.
(٥) يتم اختيار وجهة النظر التي يعرض من خلالها الخبر، مع اقتباسات المتحدثين، ومشاركة المعلقين.
(٦) يتم اختيار الصور المرافقة، والخرائط، ومادة الفيديو، والرسوم التوضيحية...إلخ.
وهكذا يتم " تصنيع " نشرة الأخبار.

ثالثاً: تصنيع الصحيفة اليومية:

١- تحتوي الصحف اليومية الورقية عشرات الصفحات، وتزيد كلماتها يومياً على ١٠٠ ألف كلمة.
٢- تزود وكالات الأنباء الصحف بعشرات الأخبار وآلاف الكلمات يومياً، وكذلك الصور الصحفية، بالإضافة إلى تقارير مراسلي الصحيفة، ومحرريها، ومقالات الرأي وغير ذلك.
٣- يقوم رئيس التحرير ومدير التحرير والمشرف على كل صفحة بتحديد ما يتم نشره، وما لا يتم نشره.
٤- يتم تحديد ما ينشر على الصفحة الأولى، وما ينشر في الصفحات الداخلية.
٥- يتم تحديد حجم العنوان، ومساحة المادة، والصور المرافقة، حسب أهميتها من وجهة نظر الصحفية....إلخ وهكذا يتم « تصنيع » الصحفية الورقيّة اليومية.

رابعاً: تصنيع البرنامج التسجيلي والوثائقي:

١. يقوم منتج البرنامج باختيار الموضوع وتحديد هدف البرنامج.
٢. يتم تقديم البرنامج من خلال رؤية أو وجهة نظر، نابعة من الموضوع، ومن ذاتية المنتج والمخرج والمعد، والوسيلة الإعلامية.
٣. يتم اختيار طريقة بناء النص أو السيناريو.
٤. يتم التحضير للتصوير للمواد المرئية من زوايا معينة وبصورة محددة لتعزيز هدف البرنامج.
٥. يتم تنفيذ المونتاج وفيه تستبعد بعض الصور، وتحذف بعض المشاهد.
٦. تضاف للمادة المؤثرات المرئية والمؤثرات الصوتية مع التعليق والمزج الصوتي.
وهكذا يتم "تصنيع" البرنامج التلفزيوني التسجيلي.

خامساً: تصنيع الدراما:

١) تعد الدراما المسرحية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية من أكثر المواد الفنية الإعلامية تأثيراً.
٢) لا تحتاج الدراما إلى إشارة لعمليات التصنيع التي تتعرض لها، وذلك لأنها مصنعة بالكامل.
٣) القدرة التأثيرية في الدراما تظهر في كل مراحل تصنيعها، إبتداءاً بالموضوع، والفكرة، والحبكة، والشخصيات، والصراع، والمعالجة الفنية.
٤) من المهم التأكيد على حقيقة بسيطة وهي أن منتج الدراما هو الذي يحدد من هو الشخص الطيب ؟ ومن هو الشخص الشرير في ذلك العمل الدرامي.

سادساً: النتيجة:

من خلال الأمثلة السابقة نلاحظ أن المادة الإعلامية ليست مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي مادة» **مصنّعة** «ومختارة ومنتقاة، يقوم بتصنيعها وتشكيلها المرسل أو القائم بالاتصال، سواءاً كان كاتباً صحفياً أو منتجاً تلفزيونياً أو مخرجاً سينمائياً، وهكذا بقية الوظائف الإعلامية التي تقوم بدور المرسل أو القائم بالاتصال.

أنشطة مقترحة:

أولاً: الدخول عبر الإنترنت إلى مواقع بعض وكالات الأنباء العربية والعالمية، ومشاهدة الصور المعروضة في موقع وكالة الأنباء، ثم الإشارة إلى أي صحيفة أو قناة استخدمت إحدى صور تلك الوكالة.

الباب التاسع
مستقبل وكالات الأنباء في ظل الثورة الرقمية

مدخل:

منذ أن انطلقت أولى وكالات الأنباء في العالم عام ١٨٣٥م، أدت هذه الوسيلة الإعلامية دورًا مهمًّا في نقل الأخبار وتبادلها، وفرضت نفسها بقوة على شتى أنحاء العالم، وقدمت خدمات عدة للمشتركين فيها والمتابعين لموادها الخبرية ومنتجاتها المختلفة، وأسهمت في تعزيز نفوذ الدول القوية (الاستعمارية في بعض المراحل)، وفي التأثير على الرأي العام العالمي، وتوجيهه وجهات تتناسب مع سياساتها، وأهداف القائمين عليها والممولين لها.

وكان ظهور وكالات الأنباء نتيجة لأمور عدة منها الحاجة الملحة إلى هيئات ومؤسسات إعلامية ضخمة تمتلك إمكانات مادية كبيرة، وأجهزة تقنية فائقة السرعة في البث والوصول إلى معظم أنحاء العالم، وعددًا كبيرًا من الفنيين والمحررين، بحيث يمكنها القيام بتغطية خبرية للأحداث الواقعة في شتى أنحاء العالم- أو معظمه على أقل تقدير- ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة، وتزويد المشتركين في خدماتها ومنتجاتها بالأخبار العادية والعاجلة، مع تطورها بمرور الزمن لتكون تلك الخدمات والمنتجات مرفقة بالصور الخبرية أو التلفزيونية وملحقات أخرى.

وتعد وكالات الأنباء أهم المصادر على الإطلاق في تزويد الصحف والمجلات ومحطات الراديو والتلفزيون ومواقع الإنترنت بالمواد الخبرية؛ لأنها تقوم بالعمل الذي لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى القيام به، وهو تغطية أهم العواصم والمدن، ومناطق الأحداث الساخنة في العالم بشبكة واسعة من المراسلين والمكاتب، نظرًا لما يتكلفه ذلك عادة من أموال ونفقات لا يمكن أن تتحملها تلك الوسائل.

ولقد تطورت هذه الوكالات بمرور السنين، وعززت من دورها وانتشارها، لتبقى الوسيلة الإعلامية الأولى في العالم من حيث التأثير والفعالية والتوجيه والانتشار، مع انخفاض طفيف ملحوظ في العقد الأخير بسبب انتشار الفضائيات في معظم مناطق العالم، وتوسع استخدام شبكة الإنترنت، وازدياد التنافس بين هذه الوكالات للظفر بأكبر شريحة ممكنة من المتابعين والمشتركين.

لكن، بالرغم من ذلك التنافس المحموم بين الفضائيات نفسها من جهة، وبين الفضائيات ووكالات الأنباء من جهة أخرى، ظلت هذه الأخيرة صاحبة النفوذ الأكبر، ومازالت حصتها من سوق وسائل الإعلام تتراوح بين ٧٠ و ٧٥ في المائة، حسب إحصاءات متفاوتة تجريها مؤسسات أهلية متخصصة بين مدة وأخرى.

وتعرَّف وكالة الأنباء بأنها وسيلة إعلامية تمتلك شبكة للمراسلين، وتستطيع أن تجمع المواد الخبرية والصور الثابتة والمتحركة على مدار الساعة من عدد كبير من المحررين الذين يعيدون تحرير تلك المواد حتى يمكن نشرها في وسائل الإعلام الأخرى.

ولا شك أن وكالات الأنباء شهدت في السنوات الأخيرة تطورات لافتة في مضمونها وإدارتها وأساليب العمل فيها، ومناطق الانتشار والتوسع والنفوذ والدور السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والفكري، واستخدام أحدث الأجهزة العلمية والتقنية، والواردات والخدمات الخارجية والمشتركين، إضافة إلى الأساليب التحريرية المستخدمة فيها، والتنوع في استخدام الفنون الخبرية المختلفة، وتطويرها بإدخال لمسات مهنية عليها.

وهذا التنوع في استخدام الأساليب التحريرية والفنون الخبرية أدى إلى إحداث نقلة نوعية لافتة في شكل ومضمون المواد الخبرية لوكالات الأنباء، واكبت النقلة النوعية التي تشهدها معظم وسائل الإعلام في العالم، من حيث الأداء المهني بالدرجة الأولى.

أولاً: وكالات انباء جديدة بمتطلبات متجددة:

لقد أدرك الكثيرون حاجتنا إلى أشكال جديدة من المؤسسات الإخبارية التي نستطيع تلبية المتطلبات الجديدة التي أوجدتها التحسينات المتوالية في تكنولوجيا الحواسيب فظهرت وكالات أنباء جديدة بوظائف متنوعة أشهرها وكالة بلومبيرج (Bloomberg) ووكالة داو جونز كومباني.

- وكالة بلومبيرج:

تأسست عام 1981 في نيويورك، وقد أسسها مايكل بلومبيرج لتلبية الحاجة الماسة لأخبار التجارة والتسويق والاقتصاد. تقدم الوكالة خدماتها لمشتركيها عبر كل القنوات التكنولوجية المتاحة على مدار 24 ساعة.

وقد تزامن مع ذلك تأسيسه مؤسسة أطلق عليها Bloomberg L P تحول إسمها في عام 1986إلى مؤسسة الاسواق المبدعة (Innovative Market Systems) تقدم الوكالة خدماتها بخمس لغات هي (الإنجليزية – الفرنسية – الأسبانية – الألمانية – اليابانية) ويصل مشتركيها من المؤسسات والأفراد إلى حوالي 7400 مشترك يتوزعون في واحدة وتسعين دولة. وتركز الوكالة تغطياتها على المواضيع الاقتصادية والتجارية وأسواق المال والتكنولوجيا وأسواق الأسهم.

أطلقت وكالة بلومبيرج أول خدمة تلفزيونية عام 1994 م بعنوان (أخبار بلومبيرج التجارية) وتبع ذلك ظهور (تلفزيون معلومات بلومبيرج) وأخيرا (تلفزيون معلومات بلومبيرج الاوروبى) ويصل بث تلفزيون بلومبيرج إلى حوالي مائة مليون مشترك حول العالم ، تقدم لهم ثلاث ساعات ونصف من البرامج التلفزيونية(.أخبار بلومبيرج التجارية /وتلفزيون مشاريع بلومبيرج التجارية الصغيرة / تلفزيون بلومبيرج الشخصي).

- وكالة داو جونزآند كومبانى (Dow Jones & Company)

تأسست الشركة عام 1882 م أصدرت عام1889 م مجلة The Wall Street Journal كأهم مجلة اقتصادية عالمية فى عصر جوتنبيرج. ولكن نتيجة لتأثير العصر الإلكترونى على مجمل أشكال الاتصال فى العالم أصدرت المجلة طبعة آسيوية في عام 1976، والطبعة الأوربية في عام 1983 م وإضافة إلى هذه ، أصدرت الوكالة مجلات أخرى مثل (Barron / Far Eastern Economic Review)

بعد ظهور بلومبيبرج بدأت داو جونز في تحسين خدماتها خوفا من منافسة بلومبيرج فتملكت نصف أسهم الأوربية والآسيوية , وفي عام 1999 م دخلت داو جونز في شراكة مع رويترز أسست بموجبها CNBC شركة خدمة الكترونية متطورة عنيت بالمال والأعمال. وتعرف شركة داو جونز بمقياسها الصناعي المسمى معدل داو جونز الصناعي (Dow Jones Industrial Average)

هل يمكن لوكالات الأنباء بوضعها الحالى أن تعيش وتنافس الاخرين ؟

يجيب على هذا السؤال الدكتور أحمد خليل حامد نائب عميد كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا أنذاك (٢٠١٢م) بقوله: أنه ممكن شريطة أن تستوفى الوكالة الحالية معايير الاتصال التى حددها خبراء عصر التقارب التكنولوجي[١] في ثمان نقاط:

(١) التفاعلية: Interactivity

[١] عصر التقارب التكنولوجي (Technological Convergence Era) وهو العصر الذى نعيشه الآن، وهو عصر أصبح من أبرز سماته إنتشار الوسائط المتعددة، بتكنولوجياتها المتفاعلة والتى تنفذ ما يطلب منها فى أى وقت، فهى متجاوبة مع احتياجاتنا وجداول توقيتنا الشخصي، وهى تكنولوجيا ستلعب أدوارا حاسمة فى تغيير هياكل الإعلام التقليدى، من خلال الانماط الإعلامية الجديدة التى أوجدتها بأسماء عديدة منها الاون لاين ميديا.

حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار ، عليه فإنه يطلق علي القائمين بعملية الإتصال لفظ مشاركين بدلاً عن(مصدر ومتلقي) وتكون ممارسة عملية الإتصال ثنائية الإتجاه وتبادلية.

(٢) التفتيت: Demystification

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الإختيار من بينها ليلائم الأفراد والجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.

(٣) التزامن Synchronization

وهو تمكُن المشارك من إرسال وإستقبال الرسائل في الوقت المناسب ، كما في حالة البريد الإلكتروني ، حيث توجه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد متلقي للرسالة في ذلك الوقت أو عدم وجوده.

(٤) الحركة والمرونة Mobility & Flexibility

حيث يمكن تحريك الرسائل الجديدة بسهولة ويسر من مكان إلي آخر(الحاسب الشخصي – كاميرات الفيديو المحمولة، الهاتف المحمول.)

(٥) قابلية التحويل Convertibility

لقد أتاح الإتصال الرقمي لمستخدميه ، إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلي رسائل مطبوعة أو مصورة وبالعكس.

(٦) قابلية التوصيل Connectivity

وتعني إمكانية ربط الأجهزة ذات النظم المختلفة ، بغض النظر عن الشركة المنتجة.

(٧) الإنتشار Ambiguity

ويعني تحويل الوسائل الجديدة من مجرد كونها وسائل ترفيه وترف ، إلي وسائل ضرورية ووظيفية ، إنتشار التلفزيون المحمول، والهاتف الخلوي.

(٨) العولمة Globalization

حيث أصبحت بيئة الإتصال متعولمة تتخطي حواجز الزمان المكان والرقابة، نموذجا (Pod casting)

ويضيف الدكتور احمد خليل حامد يمكن للوكالات ان تعيش وتزدهر إذا أصبح بمقدورها اليوم تخزين المعلومات والتعامل معها عبر تقنيات الوسائط المتعددة الآتية:

- إستخدام الكمبيوتر والمعلومات الرقمية والبث الرقمي.
- إستخدام الكمبيوتر في مجال الإتصال الفضائي ومجال الإتصال المسموع والمقروء.
- إستخدام الألياف الضوئية التي تتسم بقلة التكلفة، مما سيزيد من إستخدامات طرق المعلومات فائق السرعة (Information Supper Highways).
- استخدام نظام الحزم الواسعة (العريضة) المدمجة :IBS فقد ظلت صناعة الهاتف والكابل والإذاعة والتلفزيون والأقمار الاصطناعية، تعمل كصناعات مستقلة نسبياً، إلا أنها ونظراً للتطور في خدمات الألياف الضوئية. فقد إتجهت نحو التكامل لخلق مايعرف بحزم الموجات الواسعة، والتي منها أنظمة الحزم الواسعة – المدمجة (Integrated Broadband Systems (IBS) وشبكة الحزم الواسعة المدمجة (Integrated Broadband Network (IBN) وهي أنظمه تقدم خدمات مترابطة من المعلومات والصور والأصوات ومتاحة من خلال الشبكات، ولعل أهم خصائص هذا النظام، أن خدماته ستكون متاحة للمنازل والمكاتب في المستقبل.
- استخدام وسائل الإتصال التفاعلية التي حولت كل العملية من كونها إتصالاً (أحادي الجانب) إلي تواصل (تفاعلي) لهذا ، فإنه بإمكان وكالات الانباء الحالية دخول سوق الميديا العالمى بقدرة تنافسية عالية شريطة أن تبنى تلك الخطوات على أسس علمية.

وبجانب كل ذلك يؤكد الدكتور احمد خليل (٢٠١٢م) أنه لكي تواكب وكالات الانباء العصر الالكتروني او الرقمي الحالي عليها أن تكون بعيدة عن أبوة الدولة ليمكنها من التنافس والحياة فى

عالم شديد التغير، وأن يعاد هيكلة الوكالة بطريقة تمكنها من التعاطى مع منتوجات الإعلام الجديد .وذلك بدخولها الى سوق الميديا الدولى بمنتجات خالصة مثل:

- برامج تلفزيونية.
- أفلام تسجيلية (وروائية فى المستقبل).
- انتاج ألعاب الكمبيوتر (Games) لاغراض التثقيف المحلى ، والمثاقفة على المستوى الدولي.
- إنتاج وتسويق أفلام الكارتون Computer Animations
- صناعة الاعلانات الساكنة والتفاعلية على مستوى الوطن العربي.
- القيام بأعمال الناشرين
- الدخول فى شراكات - مع المؤسسات الدولية الشبيهة - تعطى الوكالة حق ترجمة ودبلجة منتجاتهم وتوزيعها بالأسواق العربية. [1]

ثانياً: الارشفة الالكترونية لمواقع وكالات الانباء:

تعد وسائل الإعلام بأنواعها المطبوعة والمسموعة والمرئية كثيرة ومتعددة خاصة الالكترونية منها التي تنمو تباعا على مواقع الانترنت. إن من بين اهم هذه الوسائل، وكالات الأنباء، التي لها اتصالات مباشرة ويومية مع الجهات الرسمية العليا ومصدر اتخاذ القرار مهما كانت طبيعة تلك المعلومات عبر تلك الاتصالات.

إن الظهور السريع والمستمر اليومي لأخبار ونشرات وكالات الأنباء أدى إلى تجميع مستمر لكميات كبيرة من المعلومات في وثائق وملفات متعددة، ولان عملية البحث التقليدية القديمة للمعلومات من الملفات عملية صعبة وغير مجدية أحيانا بسبب سرعة صدورها وسرعة تقادمها في الوقت ذاته، فان هذا يتطلب من المستفيد البحث في أعداد كبيرة من الملفات للحصول على المعلومة المطلوبة .

إن ظهور شبكة الانترنت وما توفره من سرعة في ايصال المعلومات دفع بوكالات الانباء الى إنشاء مواقع لها على هذه الشبكة وإلى البحث عن وسائل حديثة تسهل عملية الحصول على المعلومات بيسر وسرعة. إن هذه المواقع أصبحت محط إقبال كبير من وسائل الإعلام وصانعي القرار، وكذلك من الصحفيين والإعلاميين، الذين يبحثون عن المعلومة والخبر السريع لتغطية مواضيعهم والرجوع إلى خلفيات تلك المواضيع بسهولة عبر العشرات بل المئات من المواقع.

وإذا ما كانت وكالة الانباء تبث في اليوم الواحد العشرات من الأخبار والمواضيع، فأنها بالتأكيد ستجد نفسها في حاجة إلى ارشيف إلكتروني للأخبار لتسهيل الحصول عليها بسرعة وبيسر. لذا نجد أن لاغلب وكالات الأنباء أرشيفاً سابقاً لأخبارها وذلك لتقليل الوقت والجهد لعملية البحث، على الرغم من تنوع أساليب الأرشفة بالنسبة لها، فالمحصلة النهائية منها هو توفير خدمة معلومات للمستفيدين.

لقد دأبت وكالات الانباء على إيجاد السبل العلمية الصحيحة في البحث عن المعلومات والحصول عليها، فبعد ان كان البحث التقليدي في ارشيف وكالات الأنباء يشمل عددا محدودا من المداخل كاسم الشخصية أو عنوان الملف أو رؤوس الموضوعات، فقد اصبح البحث والاسترجاع الآلي يشمل عددا كبيرا من المداخل بالإضافة إلى البحث باستخدام اللغة الطبيعية الحرة التي تتيح للمستفيدين فرصة اكبر للبحث باستخدام الروابط البوليانية (و، أو، ماعدا).

وكالة الأنباء والانترنت

منذ الربع الأخير لعقد التسعينيات من القرن العشرين بدأت وكالات الأنباء العربية تقتحم شبكة الإنترنت بتصميم مواقع لها عبر الشبكة، حيث توفر الكثير من الوقت والجهد. فبعد ان كانت الوكالات تعتمد على المبرقات Telex والمبرقة الكاتبة Tele Type في نقل الأخبار والأنباء،

[1] احمد خليل حامد، مستقبل وكالات الانباء في ظل التطورات التقنية: سونا نموذجا، المؤتمر الثاني لمديري وكالة سونا بالولايات، بالتعاون مع المكتب الصحفي برئاسة الجمهورية، ابريل ٢٠١٢م

وما يخلفه خطوط الاتصال من مساوئ في نقلها حيث تظهر مشوشة وغير واضحة، كان ظهور شبكة الإنترنت بمميزاته وخصائصه الدافع الأساس في إسراع الدول العربية إلى استخدام تلك التقنية الحديثة في إيصال الأنباء بسرعة وبدقة الى أقصى بقاع العالم.

لقد بدأت وكالات الأنباء الاستفادة من تلك التقنية في تقديم خدمات للمستفيدين والإعلاميين على حد سواء، فوفرت اغلبها خدمة البحث الراجع في نشرات الأخبار السابقة من خلال أرشيف لها، وبعضها هيأ وسائل مختلفة للبحث عن المعلومات، بينما استحدث بعضها الاخر رابط خاص لعرض الصور الملحقة بالأخبار مع روابط اخرى متنوعة.

أنماط الطلب على المعلومات :

يختلف انماط طلب المعلومات باختلاف انماط المستفيدين واحتياجاتهم ولكون وكالات الانباء تتميز عن غيرها بسرعة نقل الحدث والخبر فقد واكبت التكنولوجيا المتقدمة في نقل الخبر بسرعة الى مواقعها على الانترنت، فبرزت هناك عدة انماط للطلب وللحصول على المعلومات يمكن تحديدها بالاتي:

(١) نمط من المستفيدين له معلومات محددة من مادة معينة، وله معرفة باسم الكاتب أو عنوان الخبر او الصورة، وهو نمط يبحث في الحاجة إلى مادة معروفة بالنسبة له.

(٢) نمط من المستفيدين الذي يبحث عن موضوع معين، ويكون الطلب المقدم من خلال كلمة مفتاحية محددة لموضوع محدد وهذا النمط يبحث عن الحاجة الموضوعية.

(٣) نمط من المستفيدين الذي يبحث في تاريخ خبر او صورة معينة لفترة زمنية محددة، ويكون الباحث على علم بتاريخ الحدث او الصورة.

(٤) نمط من المستفيدين الذي يستخدم البحث المتقدم؛ اي بتحديد الكلمة المفتاحية والمجال الموضوعي والتاريخ. يتيح هذا النوع من البحث الدقة في البحث والاسترجاع.

ومن ما جاء في اعلاه يمكن تحديد نمطين اساسيين في البحث عن المعلومات في وكالات الانباء هما:

اولا: البحث البسيط: ويقصد به البحث من خلال إدخال كلمة مفتاحية او تاريخ محدد او رقم خبر او صورة، دون استخدام أية خيارات تخصيصية، على الرغم من سهولة الطريقة فانها تسترجع كميات كبيرة من الوثائق ودرجة الدقة فيها ضئيلة.

ثانيا: البحث المتقدم: ويقصد بها ان يتم البحث على وقف ربط اكثر من كلمة مفتاحية او ربطها مع تاريخ محدد لغرض استرجاع المعلومات.

توثيق الصور آليا:

مما لاشك فيه ان الصور تعد لغة عالمية يفهمها جميع الناس بسهولة ويسر دون الحاجة إلى ترجمة أو توضيح، فقد قال الحكيم الصيني كونفوشيوس عن أهمية الصورة: "ان ألف كلمة لا يمكن ان تتحدث ببلاغة كما تتحدث صورة واحدة". وإذا كانت الصور في الحياة العامة تؤرخ تفاصيل الحياة اليومية فكيف الحال اذا ما توافرت على الانترنت من خلال مواقع يمكن الحصول عليها بسهولة؟ بالتأكيد ستكون لها فائدة اكبر، لأنها ستؤرخ احداث ومناسبات مرت وستمر لتحفظ على مدى فترات وأجيال بعيدة. لذا نجد ان اغلب المواقع الاخبارية ووكالات الانباء تفرد للصور موقعا على صفحتها، وعدت عنصرا أساسيا لما تضفي على الموقع من جمالية علاوة عن كونها ذات اهمية توثيقية. تعد الصور جزء أساسي مهم بل ومكملا بالنسبة للمحررين والصحفيين والعاملين في مجال الحقل الإعلامي، ونادرا ما نجد موقعا يخلو من وجود صور ضمن صفحاته فهي تسهل عملهم وتغنيهم عن كتابة الكثير من الكلمات من خلال عرض صورة واحدة. هذا إضافة إلى ان الصورة تعد ثورة فنية بخاصة إذا كانت نادرة أو مهمة أو قديمة ولا يمكن الحصول على بديل عنها.

عندما نتحدث عن الارشيف الصوري لوكالة الانباء فاننا بالحقيقة لا نتوقع ان نجد الكثير من الصور للمشاهدة لان من مهام وكالة الانباء هو نقل الخبر فحسب. الا ان ذلك لا يمنع من اضافة الصور الى الاخبار او الموقع لابراز جمالية للموقع او للخبر، فضلا عن كون وكالة

الانباء واحدة من المؤسسات الاعلامية التي تسعى الى عرض صورة عن معالم الدولة وحضارتها وثقافتها من خلال الصور ولما توفر من روابط فيها.

ثالثاً: مؤسسات الإعلام الحديثة وظائفها و خصائصها

مؤسسات الإعلام هي مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد، وتتميز المؤسسة الإعلامية بـ: أنها تهتم بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة) وتعتبر المؤسسة الإعلامية همزة وصل بين أفراد المجتمع حيث توفر قنوات تربط فيها بين الناس وتربط كل فرد بمجتمعه، وكذلك تقتصر المؤسسة الإعلامية على المجال العام لأن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية (حيث لا تعالج مسائل شخصية) التي يلتف حولها الرأي العام.

المؤسسة الإعلامية فضاء مفتوح والمشاركة فيها من أطراف أعضاء الجمهور وتكون إرادية دون إرغام وبدون مسؤولية اجتماعية، تتميز أيضا بربطها لكل القطاعات و المجالات، وترتبط بالسلطة من حيث التنظيمات القانونية والجانب القانوني، وأخيرا تتوحد كل المؤسسات الإعلامية في تلبية الحاجات والرغبات الجماعية والفردية.

وسائل مؤسسات الإعلام و خصائصها:

وسائل مؤسسات الإعلام هي تلك الوسائل التي تستعملها مؤسسات الاتصال الجماهيري وتشمل ما يلي:

(١) الوسائل المقروءة: وتشمل كل ما هو مطبوع بهدف التعميم على جمهور المتلقين مثل: الجريدة، المجلة، الكتاب، اللوحات الإشهارية ....الخ. وتمتاز بإمكانية حفظها ونقلها بسهولة ويمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقرأه من المجلة كما يمكنه أن يعيد القراءة لأي مقالة أو فقرة منها كما تتأثر سلبا أو إيجابا بمصدر التمويل لهذه الوسائل ويكون فيها رجع الصدى بطئ مقارنة بالوسائل الأخرى.

(٢) الوسائل المرئية المسموعة: وتشمل السينما والتلفزيون والتسجيلات المرئية الصوتية (فيديو كاسيت) وتتميز هذه الوسائل بإشراكها في نقل الصورة المتحركة والصوت المباشر إلى المتلقي ومن ثمة فإنهما يخاطبان حاستي السمع والبصر كما يمكن أن يحقق التلفزيون الدور الذي تقوم به السينما في عرض الأفلام، حيث يحتاج كل من التلفزيون والسينما إلى مؤسسات كبيرة. فرجع الصدى للتلفزيون منخفض نسبيا مقارنة برجع الصدى في السينما الذي هو أكثر و أوضح من خلال ما يسمى بالشباك حيث يمكن معرفة استجابة الجمهور للفيلم أو العزوف عنه.[١]

(٣) الوسائل المسموعة: تشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية كالاسطوانات والأشرطة وتمتاز الإذاعة بمخاطبتها لحاسة السمع فقط وهي وسيلة لا تكلف المتلقي كثيرا ،لا في المال ولا في الوقت وتختص بجمهورها الواسع بمختلف المستويات والثقافات، وذلك بسبب أن الإذاعة تشرف عليها مؤسسات ضخمة تكون إما حكومية ، كما هو الحال في البلاد العربية، وإما مؤسسات خاصة كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تكون ذات طابع تجاري أي خاصة بالإعلانات أو إذاعة سياسية غير حكومية التي تشرف عليها الأحزاب السياسية أما التسجيلات الصوتية كالأشرطة والأسطوانات في أغلبها تسجيلات موسيقية غنائية ذات طابع ترفيهي يمكن التأكد من رجع صداها من خلال ارتفاع مشترياتها او هبوطها و هي تنتج لجمهور غفير من الناس.[٢]

وظائف مؤسسات الإعلام:

(١) وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات.

---

[١] أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام و التطويع و التنمية (القاهرة: دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع، ١٩٩٨) ص١٧-١٦

[٢] صالح خليل أبو صبع، الاتصال الجماهيري(دار الشروق للطباعة و النشر ١٩٩٩)، ص ص٣١- ٣٢

(٢) خلق نظام إعلامي قومي يستخدم لتأدية أنوع مختلفة من الوظائف التي تساهم في إعادة تشكيل المجتمع.
(٣) تحيي التوجه الحركي والديناميكي داخل المجتمع.
(٤) تعمل على ترابط أفراد المجتمع في الاستجابة للمحيط و البيئة التي يعيش فيها.
(٥) وظيفة الربط بين الحاكم والمحكوم وبين الجماعات المختلفة داخل المجتمع الواحد بما يتلاءم مع مصالحها المشتركة.
(٦) نقل القيم والعادات والتقاليد ونقل اللغة إلى أفراد المجتمع.
(٧) وظيفة تشاوريه حيث تقوم بخدمة القضايا العامة والأشخاص والتنظيمات والحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تحققه وسائل الإعلام.
(٨) الترفيه وهدفه تحرر الناس أو الجمهور من التوتر والضغط والمصاعب التي تواجهه في الحياة اليومية.
(٩) وظيفة التسويق والترويج التجاري.[١]

رابعاً: شبكات الإعلام العالمية ووكالات الانباء:

(١) شبكة: CNN

لقد تغيرت عملية جمع الأخبار والمعلومات عالميا بسبب شبكة تيد تيرنر الإخبارية CNN وبدأ عهد جديد في العمل الإخباري بعد أن أصبحت الحدود الوطنية غير ذات قيمة في عصر الأقمار الصناعية وشبكات الكابيل. ورغم أن دولا وشركات عديدة كانت قد دخلت السوق الإعلامي العالمي بخدمات إخبارية إلا أن أيا منها لم يحقق النجاح الذي حققته شركة تيرنر الإذاعية وجوهرتها الملكية (CNN).

و تعد CNN ، وهي قسم من شبكة تيرنر الإذاعية، الشبكة الرائدة عالميا في مجال الأخبار الدولية. و كانت شركة تايم وارنر قد اشترت في أكتوبر ١٩٩٦ شبكة تيرنر الإذاعية بمبلغ (٥٤,٦) بليون دولار، و قد تولد عن هذا الاندماج مجموعة إعلامية عملاقة لا مثيل لها، تمتلك القدرة على التغطية الحية والفورية لأخبار العالم وبثها للجمهور في جميع أنحاء العالم. و قد لعبت CNN دورا رياديا في ابتكار أساليب جديدة للعمل التليفزيوني واقتحام مناطق جديدة في مجال صناعة الأخبار التليفزيونية، من خلال سعيها لتقديم تغطية خبرية فورية متعمقة و غير متحيزة. ويعمل في شبكةCNN و الشبكات المرتبطة بها نحو ٣٠٠٠ شخص في جميع أنحاء العالم، و لها تسع مكاتب محلية و ٢١ مكتبا عالميا. و تتميز بعدد من المزايا، فإلى جانب إطلاقها شبكة عناوين الأخبارCNN Headline News و الشبكة العالمية CNN I فقد أنشأت قسما للراديوCNN Radio يقدم الأخبار و البرامج الإخبارية إلى نحو خمسمائة محطة راديو تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية و في عام ١٩٨٨ أطلق هذا القسم خدمة (Noticiero CNN I)، التي تنتج ست ساعات من الأخبار باللغة الإسبانية ، و تقوم بتوزيعها الشبكة العالمية CNN I داخل الولايات المتحدة و في دول أمريكا اللاتينية.

وفي عام ١٩٩٥ انطلقت CNN إلى الفضاء الافتراضي و أصبحت مواقعها التفاعلية CNN Interactive على شبكة الإنترنت الأولى على مستوى العالم في مجال الخدمات الإخبارية التفاعلية.[٢]

(٢) شبكة الجزيرة الإعلامية في قطر:

لاشك أن قوة تاثير قنوات الجزيرة على الراي العام العربي خاصة على المستوى السياسي ودورها في تعزيز مكانة دولة قطر على الصعيد الشرق الاوسطي والعالمي، عبر دعم سياساتها الخارجية واجنداتها الخاصة بالمنطقة.

---

[١] صالح خليل أبو صبع ،مرجع سابق الذكر، ص١٦٢،١٦٠

[٢] توماس ماكفايل، الإعلام الدولي النظريات، الاتجاهات، الملكية، ترجمة وتقديم د.حسني محمد و عبد الله الكندي (دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى ٢٠٠٣) ص١٩٩

وقنوات الجزيرة هي شبكة إعلامية بدأت بالقناة العربية الأم عام ١٩٩٦م التي حققت نجاحا عربيا وعالميا مكنها من توسيع دائرتها لتشمل قنوات، بينها الإنجليزية والوثائقية والجزيرة أميركا والجزيرة مباشر والبلقان إلى جانب مراكز متخصصة ومواقع إخبارية، في مقدمتها الجزيرة نت.

المقدمة

بعد الربيع العربي عرف المشهد الإعلامي العربي بروز نجم قنوات فضائية قديمة وأخرى جديدة في كل شيء؛ السياسة، التوجه، التقديم ...هذه القنوات الفضائية صعدت موجة الثورات العربية ورفعت سقف مطالب الحريات، فنشأت قنوات فضائية ذات توجهات عقائدية ومذهبية؛ سنية/وهابية/شيعية/مسيحية ...وقنوات سياسية تابعة إما للفلول أو للأنظمة الجديد. كما تم إنشاء قنوات أجنبية إخبارية وسياسية لكن بلسان عربي. لكن صاحب هذا العدد الهائل من القنوات الفضائية ضعف أغلبها في توصيل الرسالة الإعلامية السامية فطغى خطاب الكراهية بأنواعه على المشهد الاعلامي العربي وترتبت عنه آثار مأساوية خطيرة. فكانت النتيجة ميلاد فوضى غير خلاقة في المنطقة العربية.

تعتبر فسحة الحرية التي كشفت عنها شبكة قنوات الجزيرة السبب الرئيسي الذي أكسبت دولة الجيب قطر تميزا عن سواها من دول المنطقة. لكن يبقى ما قدمته قنوات الجزيرة للمشاهد العربي أهم بكثير مما قدمته لقطر، إذ استطاعت الشبكة الاعلامية خلق إعلام عربي مستقل متأثر بالنموذج الأمريكي، ينقل للمواطن العربي الخبر بمستوى كبير من الحيادية وهو الذي ألف النموذج التقليدي في الاتصال السياسي للتلفزيون الذي استأثرت به القنوات الرسمية.

أهل هذا الوضع الشبكة الاعلامية لأن تصبح في ظرف سنوات قليلة أكبر قناة إخبارية عربية من ناحية الانتشار؛ حيث تجاوز عدد متتبعيها 54 مليون مشاهد، وكان ذلك سببا قويا في انطلاق قنوات فضائية أخرى بهدف منافستها. ولعل سر نجاح القناة يكمن في كونها ترجمت ميل وسائل الإعلام العربية الجديدة نحو الخروج من بوتقة الضعف في اختيار المعلومة للمشاهد العربي.

يعمل البحث الذي قام به الاستاذ محمد عيادي، وهو بحث تم نشره على موقع الجزيرة نت؛ على تبيان دور التأثيري لقناة الجزيرة على المشهد الاعلامي العربي والسياسي، كما قامت الدراسة باظهار تاثير قنوات الجزيرة على الاعلام العالمي. أما دور قناة الجزيرة في احداث التغيير السياسي في الوطن العربي نموذج الثورة المصرية :هي اطروحة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، وقد بحثت هذه الدراسة في الدور الذي لعبته قناة الجزيرة الفضائية في عملية التغيير السياسي الجارية في الوطن العربي آخذة حالة الثورة المصرية كنموذج وحالة بحثية، وفي تأثير القناة أثناء وبعد الثورة المصرية على مسارها وعلى الفعاليات اليومية التي حفلت بها، وذلك بالنظر إلى أن الإعلام بات يمثل في الوقت الراهن أحد أهم القوى المؤثرة في السياسة بشكل عام وفي عملية التغيير السياسي بصفة خاصة. انطلقت الدراسة من فرضية مفادها أن قناة الجزيرة الفضائية لعبت دوراً هاماً في دعم الثورة المصرية ونجاحها عبر تغطيتها للحدث بصورة مكثفة وعميقة، وهي بذلك ساهمت في إحداث تغيير سياسي هام في الساحة العربية، وهي الفرضية التي أثبتتها وعززتها النتائج التي خرجت بها الدراسة. إن قناة الجزيرة لها تأثيرها الكبير في المشهد العربي وفي العالم اجمع.

دور قنوات الجزيرة القطرية في الشأن العام العربي:

بعد الانقلاب الأبيض الذي قاده الشيخ حمد بن خليفة ال ثاني ضد والده، قام بتطبيق مجموعة من الخطوات لوضع قطر على أعتاب مرحلة سياسية ودستورية جديدة؛ فقام الأمير بإلغاء الرقابة المباشرة على الصحف المحلية ثم قام بإلغاء وزارة الإعلام من أجل توسيع الحريات على الصحف ووسائل الإعلام، وأنشاء وكالة الإعلام الخارجي هدفها التعريف بقطر في جميع المجالات وتعزيز العلاقات مع المؤسسات الإعلامية في الخارج ...وكان إلغاء وزارة الإعلام قد تضمن بندا بإنشاء مؤسسة جديدة مكانها هي الإذاعة والتلفزيون، وكانت من أهم خطوات الإصلاح في السياسة والنظام القطري إنشاء قناة الجزيرة.

إذن كيف نشأت قناة الجزيرة؟ وما هي الأهداف التي خلقت من أجلها؟ومن يمولها؟ وهل هي قناة حرة محايدة حقا؟ مجموعة من التساؤلات ستتم الإجابة عليها في المحاور التالية.

نشأة قناة الجزيرة القطرية:

بعد تعرضها لضغوط سعودية قررت إدارة BBC البريطانية إغلاق قناة BBC العربية وتسريح طاقمها. هذا الطاقم وجد عند الحكومة القطرية آن ذاك رغبة في إنشاء قناة للأخبار على شاكلة BBC في المهنية والحرفية مع إضفاء طابع عربي بخصوص معالجة الأخبار.

في يوم ٢١ فبراير ١٩٩٦م وقع أمير قطر حمد بن خليفة آل ثاني على مرسوم أميري يتم بموجبه إنشاء قناة إخبارية عربية تم اختيار اسم الجزيرة لها دلالة على الجزيرة مؤسسة قطرية مستقلة مقرها الدوحة العربية .كما نص المرسوم على كون القناة وقناة متخصصة يتركز نشاطها في بث الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها من مواضيع الساعة خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه شعارها » قناة الجزيرة كما تعرف نفسها الرأي والرأي الأخر، وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المبادئ المهنية في إلى نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم » كما تسعى الجزيرة «. إطار مؤسسي الجمهور بالإضافة إلى طموحها لان تكون بين الشعوب من خلال توجهها المتمثل في عالمية الأخبار وعدم استثناء أي منطقة جغرافية من تغطية القناة سواء بإنشاء مكاتب إقليمية أو مراسلين محلين

بدأت قناة الجزيرة البث في الأول من نوفمبر ١٩٩٦م، بميزانية وصلت إلى ٦٥١ مليون دولار جاءت بعد الانفتاح الذي عرفته دولة قطر مع وصول حمد بن خليفة أل ثاني للحكم .جاءت الجزيرة في إطار إصلاحات عدة عرفت توسيعا لهامش الحرية مستفيدة فكانت قناة الجزيرة كنتيجة « من الطفرة الطاقية التي كانت وما تزال تعيشها البلاد للزواج العاقل بين الثورات النفطية والتوق للديمقراطية

كما استفادت الجزيرة من أفول نجم BBC العربية، وتوق المشاهد العربي لمتابعة قنوات ناطقة بالعربية تكون في مضمونها حاملة لهمومه ناقلة لأراه، مدافعة عن قضاياه في مضمونها، وفي شكلها مهنية وحرفية.

بدأت القناة البث بواقع ست ساعات يوميا، ثم ازدادت إلى ٦٢ ساعة أسبوعياً حتى وصلت إلى ٢٤ساعة يوميا في الأول من كانون/يناير ١٩٩٩م ، ووصل عدد كوادرها إلى ٥٩٤ شخصا، ولديها أكثر من خمسين مكتبا في مدن وعواصم حول العالم. وقد نجحت القناة في وقت قصير في تحقيق انجازات إعلامية باهرة على المستويين العربي والعالمي.

وازدادت مكانتها مع أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م، وتغطيتها لحرب أفغانستان والبث الإخباري المتواصل على مدى ٢٥ ساعة إلى العالم؛ بحيث وصلت إلى المشاهد الأمريكي والأوروبي وتحولت إلى صوت الشرق الأوسط في الغرب.

كان هناك العديد مِمَنْ يشككون في دوافع إنشاء القناة وظروفها بين المثقفين العرب والمراقبين. فيرى الدكتور جلال أمين أن الجزيرة ظاهرة مصاحبة للعولمة، فهي تنتمي إلى دولة صغيرة جدا، واستطاعت بسبب التكنولوجيا المصاحبة للعولمة أن تسجل شريطا لقادة القاعدة في حرب أفغانستان وتبثه إلى العالم بعد ساعات قليلة من قناة تلفزيونية غريبة بالغة التقدم فنياً.

مصادر تمويل قناة الجزيرة

كان الشيخ حمد بن ثامر بعد خمس سنوات من إنشاء قناة الجزيرة يأمل أن تستقل ماديا، إلا أن ذلك لم يتحقق، وظلت حكومة الدوحة تقدم لها الدعم المالي. وحاولت القناة من جانب أخر أن تجد مصادر دخل؛ مثل الإعلانات والاتصالات الهاتفية المباشرة في إطار التوجه نفسه للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية. وتبدي القناة نوعا من السرية في بيان ميزانيتها، وهي تصرف مبالغ كبيرة لتغطية العناصر

الأساسية في برامجها وهي التقارير الإخبارية، وإنتاج البرامج التسجيلية. والإنتاج وحده يكلف نحو ٦١ملايين دولار، فضلا عن نفقات المكاتب التي تشمل ٤١ مدينة في العالم. ويوضح رئيس مجلس إدارة القناة السيد حمد بن ثامر، أنه من المؤمل أن تستقل القناة في اعتماداتها المالية في المستقبل القريب، وأنها سوف تكون قادرة على تمويل نفسها

وتسعى الجزيرة بعد استقلالها المادي إلى إنشاء «. بحدود ثلاث إلى أربع سنوات شركة متحدة، مع أنها تبدو خطوة صعبة لعدم إمكانية إيجاد موارد بديلة عن الحكومة القطرية تساهم في هذه الشركة.وفي إطار إيجاد موارد مالية جديدة تعكف الجزيرة وهي سلسلة وثائقية لأهم البرامج الحوارية .، «سلسلة كتاب الجزيرة » على إصدار وقد أكد وزير خارجية قطر حمد بن جاسم أل ثاني أن حكومته ترعى قناة الجزيرة، لكن لا يعني ذلك أنها تدير القناة أو توجهها ضد أي شخص .ولهذا تعاني الحكومة من لما تقدمه الجزيرة واعتقادهم أن هذا البرنامج أو « الأصدقاء والأشقاء » عدم ارتياح ذاك يتم بإيعاز من الحكومة القطرية.

أنواع قنوات الجزيرة الفضائية ومراكزها

تتوفر قناة الجزيرة على ترسانة من القنوات المجانية والمشفرة المتنوعة التابعة لها عددها ٦٥ قناة حاليا نذكر منها:

- قناة الجزيرة الرياضية: متخصصة في إيصال الأحداث الرياضية للمشاهد

العربي، بدأت في مارس ٢٠١١م كقناة واحدة ثم تحلت إلى مجموعة من القنوات في ٢٤ أكتوبر من عام ٢٠١٤م.

- الجزيرة موبايل: وهي خدمة التوصيل الإعلامي عبر تقنية الرسائل القصيرة SMS ، تقدم الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والأخبار العاجلة باللغة العربية والانجليزية.
- قناة الجزيرة للأطفال: بدأت بثها يوم ٩سبتمبر ٢٠١١م وكانت مفتوحة على الهواء على الأقمار الصناعية، وتعرف نفسها بأنها قناة عربية تربوية ترفيهية موجهة إلى الأطفال بين سن ٤ و ٦٤ عاما وإلى الأسرة عموماً.
- قناة الجزيرة مباشر: تم إطلاقها في ٦ أبريل ٢٠١١م ، تنقل الجزيرة مباشر الأخبار والأحداث الحية؛ كالمؤتمرات الصحفية التي يعقدها رؤساء الدول والندوات التي تقيمها الأحزاب السياسية وباقي الأحداث الحية الأخرى في العالم وتعتبر الاولى من نوعها في العالم العربي.
- قناة الجزيرة الوثائقية: إحدى فروع شبكة الجزيرة، تم إطلاقها في فاتح يناير ٢٠١١م، وهي قناة ثقافية متخصصة في عرض الأفلام الوثائقية .تعد الاولى من نوعها على مستوى العالم الناطق باللغة العربية، وتهتم بشكل أساسي بالإنسان وبيئته المعاشة والتفاعل الحاصل فيما بينهما.
- قناة الجزيرة الدولية: الجزيرة الانجليزية قناة إخبارية ناطقة بالانجليزية، تهدف لتغطية الأحداث في الشرق الأوسط والعالم باللغة الأكثر انتشارا حالياً. غيرت القناة اسمها من الجزيرة الدولية إلى الجزيرة الانجليزية قبل يوم واحد من بدء البث.
- الجزيرة نت: في يناير ٢٠١١م تم افتتاح الموقع(www.aljazeera.net) الجناح الالكتروني لشبكة الجزيرة، وقد استطاع الموقع بعدة مدة وجيزة أن يصبح الموقع الأكثر تصفحا عربيا، ليكون أول موقع رئيسي للأخبار باللغة العربية على شبكة الانترنت . وسرعان ما تربع على القمة بين المواقع العربية ودخل المنافسة على صدارة المواقع العالمية الشهيرة.

إضافة إلى ذلك قامت شبكة الجزيرة بإنشاء مجموعة من المراكز نذكر منها:

- مركز الجزيرة للدراسات: تأسس المركز سنة ٢٠١١م ، وهو مؤسسة بحثية مستقلة تعنى بتعميق مقومات البحث العلمي، وإشاعة المعرفة عبر وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ويعرف المركز نفسه بأنه يساهم في الارتقاء بمستوى المعرفة وأغناء المشهد الثقافي والإعلامي، وإثراء التفكير الاستراتيجي في العالم العربي.
- مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير: أصبحت الجزيرة الفضائية منذ انطلاقتها كأول قناة عربية فضائية متخصصة في تقديم الأخبار، والبرامج الحوارية، ظاهرة عصرية في الإعلام العربي لما تميزت به من مهنية وشفافية وسبق صحفي، ومنارا حرا لأصحاب الفكر وصناع القرار والباحثين وامتدادا لهذا الدور في تطوير الإعلام العربي فكرا وأداء، يأتي إنشاء مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، الذي يرمي المساهمة في التطوير الإعلامي بمختلف مجالاته ومستوياته. وقد تم إنشاء المركز على أساس تجاري غير ربحي يحقق تخفيض رسوم الاشتراك في أنشطته ودوراته بما يشجع على الالتحاق به وبما يغطي نفقاته التشغيلية. ويهدف المركز إلى المساهمة في تطوير المؤسسات الإعلامية وتدريب منتسبيها وذلك على المستوى العربي بوجه خاص وعلى المستويين الإقليمي والدولي بشكل عام.

المراجع والمصادر

أولاً: الكتب العربية:

- حسنين شفيق، مدخل الى صحافة وكالات الانباء، (القاهرة، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م) ط١، ص ٤٥
- عبد العزيز الغنام، مدخل في عالم الصحافة، دار النجاح، بيروت ١٩٧٢م.
- طه البصري- وكالات الانباء والنظام الاعلامي الجديد بغداد ١٩٨٢ ص٣
- ماكبرايد واخرون- مصدر سابق- ص١٣٧.
- التقرير النهائي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال اليونكو باريس ١٩٨٩م.
- تيسير ابو عرجه، الاعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ١٩٩٦م.
- نشرة تعدها اليونسكو تتضمن معلومات عن الوكالات العربية والعالمية ٢٠١٨م.
- أنظر: احمد عبد الملك- قضايا اعلامية- عمان- دار مجدلاوي للنشر ١٩٩٩ ص١٠٣، مصطفى المصمودي- النظام الاعلامي الجديد- مصدر سابق ص٤، صابر فلحوط ومحمد البخاري- التبادل الاعلامي دمشق العدد ٤، محمد السماك- اشكمالية الاعلام في لبنان واثرها في عملية السلام- مجلة دراسات عربية- بيروت- دار الطلبة العدد ١٩٩٩ ص١٦.
- [1] احمد خليل حامد، مستقبل وكالات الانباء في ظل التطورات التقنية: سونا نموذجا، المؤتمر الثاني لمديري وكالة سونا بالولايات، بالتعاون مع المكتب الصحفي برئاسة الجمهورية، ابريل ٢٠١٢م
- ابراهيم امام- مصدر سابق ص٥٣.
- وثيقة منظمة اليونسكو رقم ١١ ص١١-١٠.
- جبهان احمد رشتي- الاسس العلمية لنظريات الاعلام- القاهرة، راجع نظرية حارس البواعه الاعلامية، ص ٢٧٨
- البرت ل. هستر وآخر، دليل الصحفى فى العالم الثالث، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع،١٩٨٨م، ط١، ص ٣٨.
- مجد الهاشمي- الاعلام الدولي والصحافة عبر الاقمار الصناعية- عمان- دار المناهج للنشر والتوزيع ٢٠٠١م.
- خير ميلاد ابو بكر- التدفق الاعلامي من جانب واحد: ملامح الصورة والمخاطر السياسية والاجنبية على الوطن العربي- مجلة البحثو الاعلامية طرابلس- مركز البحوث والتوثيق الاعلامي والثقافي التعبوي العدد ١٧ ١٩٩٩ ص٣٥.
- ياس خضير البياتي- الاستراتيجية الامريكية للغزو الاعلامي مجلة شؤون سياسية العدد ٢ ١٩٩٤ ص٥٤.

- راكيل ساليناس باسكير- وكالات الانباء والنظام الاعلامي الجديد بيورت، اتحاد وكالات الانباء العربية ١٩٨٩م.
- محمد نجيب الصرايره.
- مصطفى المصمودي- النظام الاعلامي الجديد- مصدر سابق ص٢٢٦.
- ابراهيم أمام، وكالات الانباء،
- [١] حسنين شفيق، صحافة وكالات الانباء.. رحلة الخبر من المراسل الى القارئ، (القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م) الطبعة الاولى.
- د. محمود علم الدين، الصحافة فى عصر المعلومات، القاهرة، ٢٠٠٠ م.
- الشيخ الإمام محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، ١٩٩٥م، طبعة جديدة.
- سلسلة المعاجم الموحدة، المعجم الموحد لمصطلحات الإعلام، الدار البيضاء، 1995م.
- د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة.
- د.عبد العزيز شرف الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، ٢٠٠٠ م.
- د. عبدالستار جواد، فن كتابة الأخبار .
- د.محمود علم الدين، ود.ليلى عبدالمجيد، فن التحرير الصحفى، القاهرة، ١٩٩٥م .
- د.نبيل علي، الثقافةالعربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافى العربى، سلسلة عالم المعرفة رقم ٢٧٦، الكويت، مطابع السياسة، ديسمبر ٢٠٠١م.
- فرانك كليش، ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟ ترجمة حسام الدين زكريا، الكويت، سلسلة عالم المعرفة رقم ٢٥٣، يناير٢٠٠٠م.
- اسعد السحرانى، ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، بيروت، دار النفائس، ٢٠٠٢م.
- مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دمشق، عالم الفكر، ١٩٧٩م.
- علي عزت بيجوفيتش، الإسلام والغرب، ترجمة: محمد يوسف عدس، القاهرة: مؤسسة بافاريا، الطبعة الثانية، ١٩٩٧م.
- جلال الدين الحمامصي، المندوب الصحفي، الكتاب الأول (القاهرة: دار المعارف ١٩٦٣م.
- د. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انعقاد الخبر الصحفي.
- د. إبراهيم عبد السلمي، مدخل إلى الصحافة.
- د. حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام.
- فاروق أبوزيد (١٩٨٤م)، فن الخبر الصحفي، دار الشروق، جدة، الطبعة الثانية.
- عبدالعزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، الصحافة، الإذاعة، التليفزيون، السينما، المسرح وأقمار الاتصالات.
- المهدي الجندوبي، التحرير الصحفي، نشر قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة البحرين، ٢٠١٠م.
- محمد عبدالعزيز الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها وأساليبها مجالاتها، الرياض، مطبعة سفير، ط ٣ (١٤٣١-٢٠١٠).
- صلاح مصطفى الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبةغريب، القاهرة، ١٩٩٧م.
- محمدعبدالعزيز الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها وأساليبها مجالاتها، الرياض.
- إبراهيم إمام ومحمد فريدعزت، وكالات الأنباء المعاصرة، (د. ط) ، دارالفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٠م.
- سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، ٢٠٠١م.
- شفيق محمود عبداللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، الطبعة الأولى، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٨م.
- محمد فريدعزت، وكالات الأنباء في العالم العربي، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٨م.
- أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام و التطويع و التنمية (القاهرة: دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع، ١٩٩٨م).
- صالح خليل أبو صبع، الاتصال الجماهيري(دار الشروق للطباعة و النشر ١٩٩٩م).
- الشرق الاوسط، الاثنين - ٢١ محرم ١٤٤٠ هـ - ٠١ أكتوبر ٢٠١٨ مـ رقم العدد [١٤٥٥٢].

ثانياً: الكتب المترجمة

- ادوارد واكين، مقدمة إلى وسائل الإتصال.

- البروفسير كوريتس ماكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار ترجمة البروفسير أديب خضور، دمشق – المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٠م، الطبعة العربية الأولى.
- البرت ل. هستر وآخر، دليل الصحفى فى العالم الثالث، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع،١٩٨٨م، الطبعة الأولى.
- ليونارد راى تيل وآخر، مدخل إلى الصحافة.
- جون ماكسويل هاملتون وآخر، صناعة الخبر فى كواليس الصحف الأمريكية، ترجمة أحمد محمود، القاهرة، دار الشروق ٢٠٠٠م، الطبعة الأولى.
- ميلفن مينتشر، كتابة الأخبار للصحافة والإذاعة والتلفزيون ترجمة أديب خضور، دمشق ٢٠٠٠ م.
- ل. جون مارتن وانجو جروفر شوردى، نظم الإعلام المقارنة، ترجمة على درويش، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م، الطبعة الأولى.
- توماس بيري، الصحافة اليوم، ترجمة مروان الجابري بيروت، مؤسسة أ. بدران للطباعة والنشر، ١٩٦٤م.
- ستانلي جونسون وآخر، استقاء الأخبار فن، صحافة الخبر، ترجمة وديع فلسطين القاهرة، دار المعارف بمصر، ١٩٦٠م، الطبعة الاولى.
- ديفيد ا س. برودر، وراء الصفحة الأولى: نظرة صريحة على صناعة الخبر، ترجمة عبد القادر عثمان (عمان، مركز الكتب الأردني، ١٩٩٠م).
- جون هوهنبرج، الصحفي المحترف،

ثالثاً: الكتب الانجليزية

- Dary1l.frazell& George Tuck, News writing and Editing .
- Bruce D. Ltule& another, news writing and Reporting: For Today's Media (Singapore, Mc Craw-Hill CO, 2000)

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

- https://aawsat.com/home/article/1412376/
- https://ijnet.org/ar/storyشبكة الصحفيين الدوليين

- http://www.arabicl.org.sa/sahafya/infolang.htm
- http://www.annabaa.org/nbanews/36/116.htm
- - http://www.majma.org.jo/nadwa.htm.htm.
- https://horrya.net/archives/62791
- https://mawdoo3.com
- https://arabic.rt.com/news/821016
- http://www.islamicnews.org.sa/page/public/page.aspx?page_ID=1
- https://www.mena.org.eg/ar/section/aboutusar
- http://suna-sd.net/ar/about
- http://www.ami.mr/AMI-Presentation
- **http://alwaei.gov.kw/volumes/550/editionFile/Pages/wakalat.aspx**
-

الملاحق

(١) روابط مواقع الوكالات الأعضاء في الجمعية العمومية لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية (إينا)[١]

م	الدولة	اسم الوكالة
١	**الاردن**	**وكالة الأنباء الأردنية(بترا)**
٢	**أذربيجان**	**وكالة أنباء أذربيجان الحكومية (أذرتاج)**
٣	**أفغانستان**	**وكالة الأنباء الأفغانية (بختر)**
٤	**ألبانيا**	**وكالة الأنباء الألبانية (آي تي آي)**
٥	**الإمارات**	**وكالة الأنباء الإماراتية (وام)**
٦	**إندونيسيا**	**وكالة الأنباء الأوندونيسية (إنتارا)**
٧	**أوزبكستان**	**وكالة الأنباء الأوزبكية**
٨	**أوغندا**	**----------**
٩	**إيران**	**وكالة الأنباء الإيرانية (إرنا)**
١٠	**باكستان**	**وكالة الأنباء الباكستانية**
١١	**البحرين**	**وكالة أنباء البحرين (بنا)**
١٢	**بورناي دارالسلام**	**----------**
١٣	**بنغلاديش**	**وكالة أنباء بنغلاديش**
١٤	**بنين**	**وكالة أنباء بنين**
١٥	**بوركينافاسو**	**وكالة أنباء بوركينا فاسو**
١٦	**طاجيكستان**	**وكالة أنباء طاجيكستان القومية (خاور)**
١٧	**تركيا**	**وكالة الأناضول للأنباء**
١٨	**تركمانستان**	**وكالة أنباء تركمانستان**
١٩	**تشاد**	**وكالة تشاد للأنباء**
٢٠	**توغو**	
٢١	**تونس**	**وكالة أنباء تونس أفريقيا (وات)**

[١] http://www.islamicnews.org.sa/page/public/page.aspx?page_ID=36

٢٢	الجزائر	وكالة الأنباء الجزائرية
٢٣	جيبوتي	وكالة الأنباء الجيبوتية
٢٤	السعودية	وكالة الأنباء السعودية (واس)
٢٥	السنغال	وكالة الأنباء السنغالية
٢٦	السودان	وكالة السودان للأنباء (سونا)
٢٧	سوريا	الوكالة العربية السورية للأنباء (سانا)
٢٨	سورينام	----------
٢٩	سيراليون	----------
٣٠	الصومال	وكالة الأنباء الصومالية صونا
٣١	العراق	----------
٣٢	سلطنة عمان	وكالة الأنباء العمانية (العمانية)
٣٣	الغابون	وكالة أنباء الغابون
٣٤	غامبيا	----------
٣٥	غويانا	----------
٣٦	غينيا كوناكري	----------
٣٧	غينيا بيساو	وكالة أنباء غينيا بيساو
٣٨	فلسطين	وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا)
٣٩	جزر القمر	وكالة أنباء جزر القمر
٤٠	قيرغيزيا	وكالة أنباء قيرغيزستان
٤١	قطر	وكالة الأنباء القطرية (قنا)
٤٢	كازاخستان	وكالة أنباء كازخستان
٤٣	الكاميرون	وكالة أنباء الكاميرون
٤٤	كوت دي فوار	وكالة أنباء كوت ديفوار
٤٥	الكويت	وكالة الأنباء الكويتية (كونا)
٤٦	لبنان	الوكالة الوطنية للإعلام
٤٧	ليبيا	وكالة الأنباء الليبية
٤٨	المالديف	----------
٤٩	مالي	وكالة مالي للإعلام
٥٠	ماليزيا	وكالة الأنباء الماليزية (برناما)
٥١	مصر	وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ ش أ)
٥٢	المغرب	وكالة المغرب العربي للأنباء (ماب)
٥٣	موريتانيا	الوكالة الموريتانية للأنباء (و م أ)
٥٤	موزمبيق	وكالة أنباء موزمبيق
٣١	العراق	----------
٣٢	سلطنة عمان	وكالة الأنباء العمانية (العمانية)
٣٣	الغابون	وكالة أنباء الغابون
٣٤	غامبيا	----------
٣٥	غويانا	----------
٣٦	غينيا كوناكري	----------
٣٧	غينيا بيساو	وكالة أنباء غينيا بيساو
٣٨	فلسطين	وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا)
٣٩	جزر القمر	وكالة أنباء جزر القمر

٤٠	قيرغيزيا	وكالة أنباء قيرغيزستان
٤١	قطر	وكالة الأنباء القطرية (قنا)
٤٢	كازاخستان	وكالة أنباء كازخستان
٤٣	الكاميرون	وكالة أنباء الكاميرون
٤٤	كوت دي فوار	وكالة أنباء كوت ديفوار
٤٥	الكويت	وكالة الأنباء الكويتية (كونا)
٤٦	لبنان	الوكالة الوطنية للإعلام
٤٧	ليبيا	وكالة الأنباء الليبية
٤٨	المالديف	----------
٤٩	مالي	وكالة مالي للإعلام
٥٠	ماليزيا	وكالة الأنباء الماليزية (برناما)
٥١	مصر	وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ ش أ)
٥٢	المغرب	وكالة المغرب العربي للأنباء (ماب)
٥٣	موريتانيا	الوكالة الموريتانية للأنباء (و م أ)
٥٤	موزمبيق	وكالة أنباء موزمبيق
٥٥	النيجر	وكالة أنباء النيجر
٥٦	نيجيريا	وكالة أنباء نيجيريا
٥٧	اليمن	وكالة الأنباء اليمنية (سبأ)