

كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

المحاضرة الأولى

مفهوم الخبر الصحفي: تطوره التاريخي وأنواعه

Prepared by Dr. shereen farouk

DGM 212

Lecture No : 1





Introduction

1. تمهيد.

History of the press release

2. النشأة التاريخية لتطور الخبر الصحفي

The concept of press release

3. مفهوم الخبر الصحفي

Types of press release

4. أنواع الخبر الصحفي

Conclusion

5. خاتمة

References

6. المراجع

No: 1

Lecture



Introduction

1. تمهيد.. ➤

تُعد الصحافة والإعلام أحد أركان الديمقراطية الحديثة، حيث تلعب دوراً حاسماً في نقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور. وفي قلب هذه العملية الإعلامية، يقف الخبر الصحفي كأحد أهم أدوات الصحافة في توصيل الأحداث والتطورات الجارية إلى العالم بشكل سريع وموثوق. إذ يتميز الخبر الصحفي السليم بقدرته على نقل الأخبار والمعلومات بشكل موضوعي وموثوق، حيث يعتمد على المصادر الموثوقة والتحقق من المعلومات قبل نشرها، وهذه الدقة والموضوعية تمنح الجمهور القدرة على تلقي المعلومات بثقة والاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتخاذ قراراتهم.

Lecture

No: 1

ومن خلال توفير المعلومات الشاملة والتحليلات العميقة، يُسهم الخبر الصحفي في توعية الجمهور وتنمية وعيهم، كما تُسهم هذه المعلومات القيمة في تمكين الجمهور من فهم السياق الأوسع للأحداث وتقييمها بشكل أكثر دقة. كذلك يمكن للصحفيين أن يلعبوا دوراً حيوياً في تسليط الضوء على القضايا الهامة والمثيرة للجدل، وتوضيح التأثيرات والتداعيات المحتملة للأحداث الجارية.



ولا يقتصر دور الخبر الصحفي على نقل المعلومات فحسب، بل يمتد دوره لتشكيل الرأي العام والحوار العام حول القضايا المهمة، وتحفيز المناقشات والتفكير النقدي، هذا فضلاً عن دوره الهام في تحقيق التغيير والإصلاح عن طريق رفع الوعي بالقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

وأخيراً، ينبغي أن نؤكد على أن حرية الصحافة وحرية التعبير تُعد أساساً لتحقيق دور الخبر الصحفي في تشكيل الوعي والرأي العام. فعندما يتمتع الصحفيون بالحرية في توجيه الضوء على القضايا المهمة والكشف عن الحقائق، يمكنهم تحقيق تأثير قوي في تشكيل الرأي العام والدفع بالمجتمع نحو التغيير للأفضل.



2. النشأة التاريخية لتطور الخبر الصحفي History of the press release

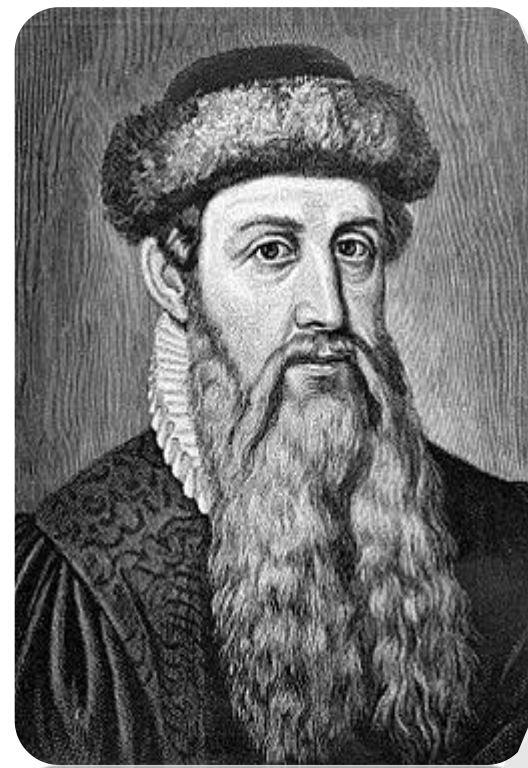
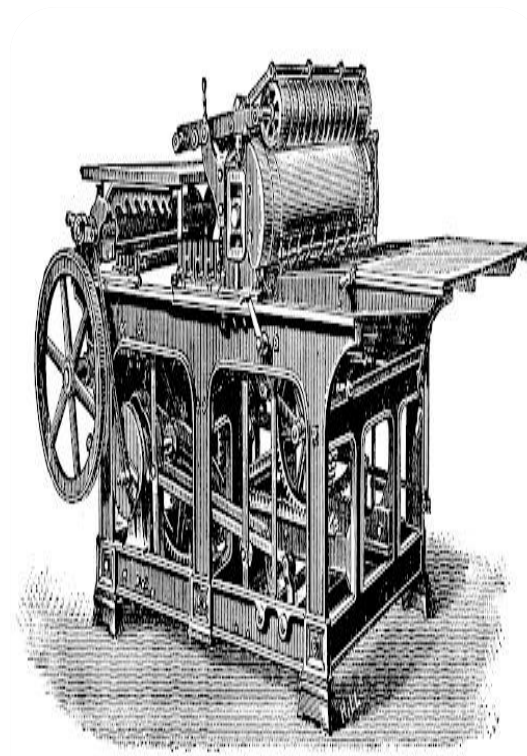
مر تطور الخبر الصحفي وانتقاله للآخرين في المجتمعات المختلفة بعدة مراحل منذ القدم: -

1. بدأ بمرحلة النقش على الحجر التي يعود لها الفضل في حفظ أخبار الحضارات الغابرة وأساليب الحياة القديمة من خلال أخبار الصيد والقنص وأخبار الحرب والسلام وأخبار الزواج والطقوس الاجتماعية والعبادات.
2. ثم أتت المرحلة الصوتية التي اعتمدت على (الأبواق، المنادين، الرواة، الشعراء، الرسل) في نقل الأخبار.
3. بعد ذلك ارتقى انتشار الخبر إلى المرحلة الكتابية الخطية التي ظهرت أولاً على شكل خطابات دورية ومراسلات مدونة وكتب صغيرة.



4. ودلت المصادر أن الخبر المكتوب وجد منذ عهد يوليوس قيصر- في القرن الأول قبل الميلاد عندما أصدر صحيفة تحت عنوان الوقائع اليومية Acta Diurna تضمنت أخبار الدولة.
5. كذلك صدرت صحفاً في الصين وكوريا حوالي القرن الثامن للميلاد، ثم انتشرت الأخبار المكتوبة حوالي القرن الرابع عشر في أوروبا كلها.

6. لكن المرحلة الأهم بدأت في عام 1450م عام اختراع غوتنبرغ للطباعة حيث شكلت قفزة حقيقية في عالم انتشار المعرفة، ورغم التأخر النسبي في استغلالها في مجال الصحافة إلا أن البداية كانت قوية بما يكفي كي لا تتوقف، ففي القرن السادس عشر نشرت حكومة البندقية أوراقا إخبارية صغيرة ثم لحقت بها ألمانيا، ثم ظهرت بشارات الصحف الأولى في إنكلترا في العام 1621 تحت عنوان كورنتوس Corantos واتسمت بعرض المعلومات الخارجية وعدم انتظار الصدور والخضوع لإشراف حكومي صارم.



Lecture No:1

7. وبعد فترة التبنى الطويلة للصحافة الإخبارية المطبوعة وانتشارها في معظم دول العالم، أظهرت الحرب العالمية الأولى 1914-1918 الحاجة العسكرية الملحة لتطوير نظام الراديو وتحسينه لكنه ازدهر كوسيلة اتصالية - إخبارية في الثلاثينيات والأربعينيات، ولم تكن النشرات الإخبارية الإذاعية الأولى سوى سرد مبسط لعناوين الصحف، لكن الإذاعة استطاعت رسم طريق مستقل بها حين تمكنت من إيجاد مصادرها الخاصة للأخبار.



8. وأثناء الحرب العالمية الثانية 1939-1945 واجهت الإذاعة منافسة شديدة من التلفزيون الذي ظهر كمنافس قوي قادر على تلبية حاجات المتلقين بطريقة أكثر فاعلية ما ساعد على تبنيه وانتشاره سريعاً، وبفضل تكنولوجيا الصورة اتبع التلفزيون طريقاً خاصاً به في التعاطي مع المعلومات ونشرها، فرغم أن المعلومات التي يحصل عليها الإعلاميون في الوسائل الثلاث واحدة إلا أن الناشرين والصحفيين أصيبوا بالدهشة عندما شاهدوا بث أول نشرة تلفزيونية مصحوبة بتغطية فيلمية مصورة للأحداث عام 1936، وكانت صدمة لهم أن شاهدوا تتويج الملكة إليزابيث بث في آن واحد على عدة شبكات أوروبية.





9. ويزدهر في الوقت الحاضر الإعلام الإلكتروني الذي كان من أبرز محفزات الإقبال الشديد عليه تمتعه بنسبة عالية من الحرية وعدم السيطرة وسرعة تداول المعلومات، حيث تحولت الأخبار إلى ركن أساسي ودعامة مهمة في وجود أي وسيلة إعلامية، لها أوقات بث ثابتة وأنواع مختلفة ومحررين مهرة وتقنيات تتطور باستمرار بتطور تكنولوجيا الوسائل الإعلامية الناشرة.

3. مفهوم الخبر الصحفي ➤ The concept of press release



كلمة خبر باللغة الإنجليزية (News) تُعني أن كل حرف يمثل اتجاهاً من الاتجاهات الأربعة الشرق والغرب والشمال والجنوب:

N تعني الحرف الأول من كلمة الشمال North

E تُعني الحرف الأول من كلمة الشرق East

W تُعني الحرف الأول من كلمة الغرب West

S تُعني الحرف الأول من كلمة الجنوب South



shutterstock.com · 1180423945

shutterstock.com · 1180423945

- وقد تعددت الآراء حول مفهوم الخبر الصحفي وذلك على النحو التالي:
الخبر الصحفي هو: كل خبر، يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس، لحكمة أساسية، هي أن الخبر في مضمونه يهم أكبر قدر من الناس، يرون في مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهاً هاماً لأداء عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجباً، يحتم على الصحافة أن تؤديه.

Lecture No:1

- وعرفه جلال الدين الحمامصي: بأنه كل خبر يرى بأنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس.
- كما عرفه عبد اللطيف حمزة: بأنه الجديد الذي يتلهف القراء لمعرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة.
- وأوضح عبد الستار جواد: بأنه شيء لا نعرفه من قبل.
- ويرى أديب خضور أن الخبر: هو نوع صحفي مستقل يقدم وقائع دقيقة ومتوازنة وجديدة عن حدث يهم المجتمع.
- وعرفه ماكد وغال بأنه: تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي.
- ويرى نيل ماكنيل الذي عمل مساعد رئيس التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز أن " الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تُثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة".



➤ ويمكن تحديد ثلاث ركائز تشكل الفهم الأدق لمعنى الخبر وهي:

- يشكل الخبر أول تماس مباشر مع الواقع.
- يشكل الخبر الأساس الذي تقوم عليه الأنواع الصحفية الأخرى.
- يعد الخبر النوع الصحفي الأكثر سرعة وكفاءة في تشكيل معارفنا وإدراكنا للواقع والعالم من حولنا.
- وتعد الأخبار مهمة إلى درجة أن اعتبر البعض أن محرري الصحف هم من يسجلون أول مسودة للتاريخ ويبرزون فيها كل ما هو جديد.



Lecture
No: 1

➤ ثانياً: أنواع الخبر الصحفي Types of press release

ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية:

- الخبر الصحفي
- الخبر الإذاعي
- الخبر التلفزيوني
- الخبر الإلكتروني

أولاً: أنواع الأخبار طبقاً للمضمون ويتضمن المعايير التالية:

1. معيار الانتماء الجغرافي
2. معيار موضوع التغطية
3. معيار زمن الحدث
4. معيار طبيعة الخبر
5. معيار نوعية المضمون
6. معيار الدقة
7. معيار وضوح التأطير
8. معيار البناء الداخلي
9. معيار التداعيات والنتائج.



أولاً: أنواع الأخبار طبقاً للمضمون:

1. أنواع الأخبار وفق معيار الانتماء الجغرافي وتضم: (أخبار داخلية/ محلية ، أخبار خارجية)

ب. الخبر الخارجي: ويتضمن الحدث الذي وقع خارج

المجتمع الذي تصدر فيه أو تبث منه الوسيلة.

ويؤخذ على الخبر الخارجي أنه يهمل عوامل مهمة مثل مكان صدور الصحيفة، والمنطقة الجغرافية التي تغطيها الصحيفة، والمكان الذي يتعرض فيه القارئ للأخبار، والتداخل بين مكان وقوع الحدث وانتماء صانعي الحدث.

أ. الخبر الداخلي (المحلي): ويتضمن الحدث الذي

وقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه أو تبث منه

الوسيلة.

. نماذج عملية لأنواع الأخبار وفق معيار الانتماء الجغرافي

2. نموذج خبر خارجي

بوتين: روسيا أصبحت الاقتصاد الأول أوروبياً والخامس عالمياً

11 يناير 2024 16:53 مساءً

🕒 قراءة دقيقة واحدة



1. نموذج خبر داخلي "محلي"

رئيس الوزراء: الصناعة المستقبل الحقيقي لمصر

الخميس، 11 يناير 2024 02:21 م



الدكتور مصطفى مدبولي رئيس مجلس الوزراء

2. أنواع الأخبار وفق معيار موضوع التغطية.

نموذج عملي:

الموقع الاستراتيجي للشرق الأوسط بأسواق الطاقة يوفر سبلاً استثمارية المملكة والإمارات تقودان الابتكار والإصلاحات الاقتصادية في المنطقة

ذات الجودة العالية، وتوقع أن يتسع انتشار سندات الشركات ذات التصنيف المنخفض بشكل مطرد.

السندات ذات العائد المرتفع

ولا يزال الدولار الأمريكي معرضاً للبيع عند ارتفاع سعره من خلال الاستثمار على مؤشرات الأداء الاقتصادي الجسدي للولايات المتحدة بدلاً من المؤشرات المتعلقة بالنمو الاقتصادي والنسب والمخاطر الأكبر لتحقيق المكاسب في ظل تراجع الدولار الناجم عن العائد. قد يفيد الدولار مقابل الدولار كسبب تفضل إلى 1.12 في أوائل الربع الأول.

كما أنه من المتوقع أن يساهم الدولار الأمريكي معرضاً عند ارتفاعه مقابل الجنيه الياباني في الربع الأول. لا يزال من الممكن أن يظل الجنيه مقابل الجنيه الياباني والجنوبي الاستثماري مقابل الجنيه الياباني منسحباً، حيث يظل الجنيه الياباني المركزي الأوروبي وبنك إنجلترا على حشدتهما الاقتصادي في حين يمكن أن يستفيد الدولار الأسترالي مقابل الجنيه الياباني والجنوبي الاستثماري مقابل الجنيه الياباني مع تحويل صفقات العمل بعيداً عن الولايات المتحدة، وقد يؤدي ضعف الدولار الأمريكي، بالإضافة إلى أي علامات على التعافي المؤقت في الصين، إلى إفساح المجال أمام التعافي الصلابة الجديدة.

وتتوقع أن تستمر العوامل الجيوسياسية في لعب دور رئيسي في الاقتصاد، وستواجه الأسواق المالية مزيداً من التقلبات في ظل ارتفاع مخاطر العرض في ظل حالة التفتت التي يفرضها العالم من المتوقع أن يؤدي الانكسار بين السكان في العالم لتقدم إلى صعود أحزاب اليسار المتطرف واليمين المتطرف لا تزال الإيجابية في قطاعي الرقمنة التي تهم رفاهية الإنسان مخفية للأمل، حيث تزداد وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سلبي على المجتمع، ويقتل نصف الأول من قطاع الترفيه الأكبر على الصعيد الاجتماعي، في حين يأتي نصف الثاني مع زيادة المخاطر السياسية من الانتخابات الأمريكية التي ستشكل المشهد الجيوسياسي في السنوات الأربع المقبلة.

ومن خلال التوقعات التي هي أقرب للتخمينات بما يتعلق بالاقتصادات السياسية المهمة في الربع الأخير من عام 2023، تشير أولويات سياسة الصين عدم الحاجة الملحة للإصلاحات لمواجهة التحديات الكبرى.



سلسلة الهواند الذهبية متداخلة وسط توقعات بخفض أسعار الفائدة

ومن المحتمل أن يتعرض الحساس للنقص في العرض في عام 2024 مع ارتفاع مخاطر العرض في وقت يتزايد فيه طلب على مآثر التحويل الأخضر، خاصة في الصين، وزيادة التخزين من الشركات الغربية يفضل الاستثمار في الحساس كسلة بدلاً من الاستثمار في شركات النفط من الحساس. كما يتضح من توقعه نمو لسوق الأسهم في الهند والصين والبرازيل وفيتنام، وكذلك السلع والأمن السيبراني والبناف، في ظل استمرار عمليات إعادة التصنيع، وعودة العمليات الاقتصادية إلى بلدانها الأم وزيادة تخزين وزيادة التخزين بلا عودة في عام 2024، ويقتل تقنيات الاستثمار في الأسهم الشركات الكبيرة التي حصلت مكاسب مبالغ فيها نتيجة للهبوط في لفت لتلويح الدماء الاقتصادية المستحل في حازات تحقيق الاستثمار المتناولة معاً يدفع إلى تقليل المخاطر من سعر فليانجيم وسعر الذهب بمقدار 250، مما يجعله يقترب من متوسط 5 سنوات البالغ حوالي 750 دولاراً للفانصة.

كما يقتل نمو قطاع الخدمات الاقتصادية وارتفاع المعدلات الجديدة للإيرادات والشركات وربحية. وبالتالي فإنها تفضل الاستثمار في الأوراق المالية

الربح - "فريش"

أصدر ماسكو بنك توقعاته للسوق العالمية للربع الأول من عام 2024، ولقي ترحيباً تحليلات حول تداول العملات الأجنبية والأسهم والسلع والسندات بالإضافة إلى مجموعة من المواضيع الاقتصادية الرئيسية التي تثير على الحفاظ الاستثمارية للعملاء.

ودعا ماسكو بنك المستثمرين في الربع الرابع من العام الماضي إلى اتخاذ موقف طويل الأجل فيما يتعلق بالأسواق، حيث يرى حقلو المنة أن الاقتصاد العالمي لا يمكن أن يتعامل مع عوائد السندات الحقيقية التي سجلت ارتفاعاً تاريخياً، نظراً لعدم ارتفاع الإنتاجية ونمو السكان بشكل كافٍ. كما بدأ ارتفاع عوائد السندات يؤدي هزلة أخيراً بعد انتظار طويل لنجاح السياسة النقدية كما أن التوقعات بقيام فلولو الاحترازية برفعها سياسة خفض أسعار الفائدة في عام 2024، سيجتنب تغييراً في العوامل الأساسية.

وتوقع ماسكو بنك هبوطاً، الرئيس التنفيذي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في ماسكو بنك: "على الرغم من استمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي، فإن الموقع الاستراتيجي لمنطقة الشرق الأوسط في أسواق الطاقة وتوجهها نمو التوقع الاقتصادي يوفر حلاً استثمارية مجزية وتواصل دولة الإمارات العربية المتحدة وتعاكس العربية السعودية على وجه الخصوص قيادة الابتكار والإصلاحات الاقتصادية وتوفر فرص واسعة في مجال التكنولوجيا والطاقة للتحسين والتصنيع والتقدم والمنتجات الأخرى غير النفطية وبيعاً تشكو خطواتها الأولى في الربع الأول تواصل ترفيع التقييم العالمي والإقليمي وتنطلق إلى عديم رؤى وبنائية حول مونة الطاقة وموقعها الاستراتيجي.

بيورده فال سجن جاكوبسن، الرئيس التنفيذي للسوق الاستثمار في ماسكو بنك: "أن يصبح المسجل الذي بدأ في الماضي مفرقاً أكثر قلعة الآن من أي وقت مضى، حيث تساعد الصراعات الجيوسياسية نون أقل للسل. وعلى الرغم من الرغبة الواسعة في التغير السياسي، والتي تتجلى في صعود أحزاب اليسار المتطرف واليمين المتطرف، لا تزال النتائج متشابهة بشكل ملحوظ للأمل، وأنه لن معظم البرامج السياسية لا تقدم أكثر من نسخ مكررة ومضللة من مظاهر التغيير السائدة. حتى الحياة الثقافية يعيش عليها لفتار والإعلام، وتحتل الإنتاجية في الصناعة والثقافة

ويصنف الخبر هنا إلى (سياسي، اقتصادي، اجتماعي، رياضي، فني، أدبي، علمي)، ويعد من أقدم التصنيفات للمدرسة التقليدية، ويؤخذ على هذا التصنيف أنه لا يأخذ بعين الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد.

3. أنواع الأخبار وفق معيار زمن الحدوث

أ. **الخبر المتوقع:** وتشمل الأحداث المعلن والمعلوم وقت حدوثها كالأعياد والمناسبات، أو الأحداث التي مهدت لوقوعها أحداث ماضية، و**باتت متوقعة.**

ب. **الخبر غير المتوقع:** تشمل كل الحوادث المفاجئة مثل وقوع الزلازل وانفجار البراكين والحرائق واختطاف الطائرات والموت لشخصيات مهمة أو حوادث القتل.

أ. نموذج الخبر المتوقع:

الأرصاد: الأيام المقبلة تشهد مزيدا من انخفاض الحرارة
وفرص سقوط الأمطار

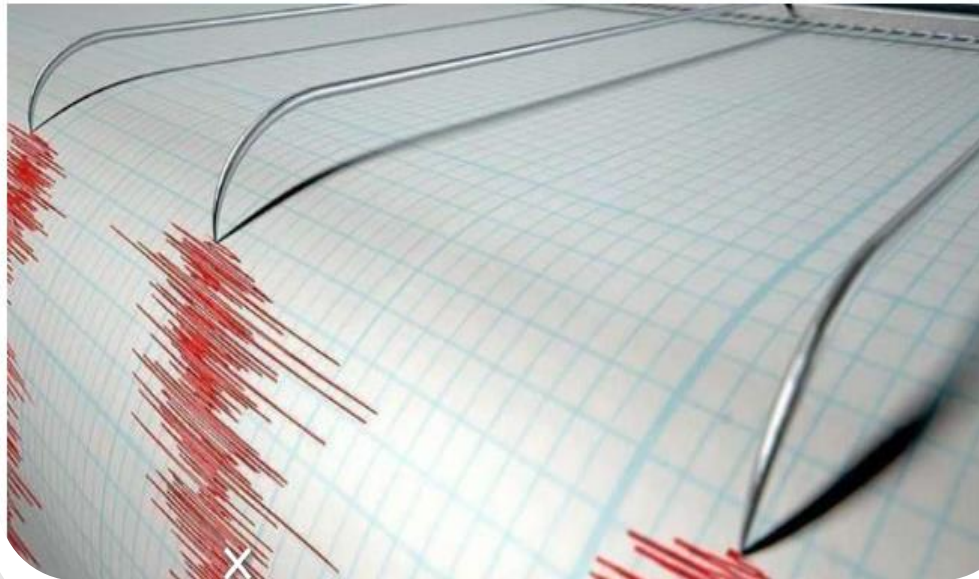


ب. نموذج للخبر غير المتوقع:

زلزال بقوة 5.3 درجة يضرب جزر «إيزو»
اليابانية.. ولا تحذيرات من تسونامي

12:55 م | الإثنين 22 مايو 2023

كتب: أش أ



4. أنواع الأخبار وفق معيار طبيعة الخبر

أ. الأخبار الجادة: Hard News هي التي تشتمل على موضوعات ذات طبيعة مهمة وعاجلة عن الحوادث والنزاعات التي وقعت للتو أو على وشك الحدوث تمس المصالح الحياتية للناس، كالأخبار السياسية والاقتصادية والعسكرية والتجارية وأخبار المواصلات والطقس والجرائم والحرائق.

ب. الأخبار الخفيفة Soft News: فهي التي تحقق هدف التسلية والترفيه وتقدم المتعة والمعلومة وتركز على قيمة الاهتمام الإنساني وإن كانت أقل فورية من الأخبار الجادة مثل أخبار الفن والأدب والرياضة.

4. أنواع الأخبار وفق معيار طبيعة الخبر

ب. نموذج للأخبار الخفيفة

الجمهور يشيد بالحلقة الثالثة من مسلسل
حالة خاصة: «التمثيل كأنه حقيقي»

03:21 ص | الخميس 11 يناير 2024

كتب: ياسمين محمود



أ. نموذج الأخبار الجادة

المملكة ترحب بالبلدان الراغبة في الانضمام لمبادرة طريق مكة جهود تكاملية بين الممثلات الدبلوماسية ومنظومة الحج والعمرة



د. فهد السماري يتحدث في جلسات مؤتمر الحج والعمرة



الجلسة الحوارية للسمراء

جدة - واس
أكد مدير عام الجوازات الفريق سليمان بن عبدالعزيز الجعفي، أن مبادرة طريق مكة تعد هدفة من خدم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود - حفظه الله - لضيوف بيت الله الصرام، التي تصفحور على إنهاء إجراءات الحجاج من بلدانهم مباشرة، وتهدف إلى تقليص عدد الإجراءات والمدة الزمنية والإلتقاء بخدمات الحج، والبقاء وقت الانتظار في صالات الوصول، ونقل أمتعة ضيوف الرحمن إلى مقر إقامتهم.

الخدمات كانت سابقاً تعد من الرفاهيات أما اليوم فقد باتت أحد المتطلبات الضرورية للحجاج.

واستمرض عدداً من مجالات توفير التكاء الاصطناعي المستخدمة في العام الماضي، حيث تم تحليل حركة السير من خلال 500 كاميرا في 20 موقفاً بمكة والمشاعر وهو ما يسهم في عملية اتخاذ القرار الصحيحة.

توثيق الحج
من جانبه أكد معالي الأمين العام لإدارة الملك عبدالعزيز الدكتور فهد بن عبدالله السماري، أهمية توثيق الحج والرمه المستقبلي،

في ظل التطور التكنولوجي الكبير في جوانب استخدام التقنية الحديثة والتكولوجيا في عملية إصدار التذاكر التي أصبحت الآن تتم بطريقة إلكترونية دون حاجة الحاج أو المعتمر للذهاب إلى السفارة أو القنصلية كما كان يعمل في السابق، مبيّناً أن رؤية

الهدف من هذه المبادرة هو توفير أفضل خدمة للحجاج والمعتمرين من حيث السرعة والبساطة في الإجراءات، وتسهيل عملية الحصول على التذاكر، وتقليل وقت الانتظار في صالات الوصول، ونقل أمتعة ضيوف الرحمن إلى مقر إقامتهم.

وأشار إلى أن هذه المبادرة تأتي في إطار الجهود المبذولة لتحسين تجربة الحجاج والمعتمرين، وتحقيق رؤية المملكة 2030 في مجال السياحة.

5. أنواع الأخبار وفق معيار نوعية المضمون.

أ. الأخبار السلبية: وهي التي تحمل مضموناً محزناً أو مزعجاً يولد في نفس المتلقي الضيق والخوف والقلق وربما الإحباط مثل أخبار (الحروب والنزاعات والمجازر والتفجيرات ومقتل ضحايا أبرياء وأخبار الاحتلال والعنف بكل جوانبه، ورحيل شخصيات محبوبة).

ب. الأخبار الإيجابية: هي التي تعمل على رفع الحالة المعنوية للمتلقي وجعله يشعر بالتفاؤل والإقدام وحب الحياة مثل أخبار (إنجازات الأفراد في سائر العلوم كإكتشاف دواء لمرض خطير، قصص الحل والإنقاذ والبسالة، وتطور المدن والشعوب، والمهرجانات والفنون والرياضة).

ب. نموذج للأخبار الإيجابية:



**"دستور روبوتي" من "غوغل" يمنع الروبوتات من قتل
البشر خطأ**

في غياب أية قيود، قد تسيء الروبوتات فهم نوايا البشر وتعرضهم للأذى عن غير قصد

أ. نموذج للأخبار السلبية:

**مقتل 10 مدنيين إثر تبادل للقصف بالخرطوم بين الجيش
و"الدعم السريع"**

استهدفت القذائف والمسيرات منطقة سكنية تقع جنوب العاصمة السودانية



19:20 2024 11 يناير | ف ب | الخميس



6. أنواع الأخبار وفق معيار الدقة.

أ. الأخبار الموضوعية: وهي التي ينقلها المحرر كما وقعت بالضبط، ويكون أميناً

في نقل المعلومات وتصوير الأحداث.

ب. الأخبار المتحيزة: وتكون في حالة تدخل المحرر في الحدث، وبالتالي يصبح

الخبر موجهاً أو ملوناً ويمكن أن يفعل المحرر ذلك بعدة طرق منها:

1. خلط الخبر بالرأي.

2. حذف بعض الوقائع من الخبر أو قطعة من سياقه.

3. إضافة بعض الوقائع غير الصحيحة على الخبر.



أ. نموذج عملي للأخبار الموضوعية

أسهم "أم بي سي" تقفز 30 في المئة أول أيام الطرح بالسوق السعودية

بأكورة إدراجات 2024 تتصدر قيم التداولات بـ9.95 مليون دولار

اندبندت عربية | الاثنين 8 يناير 2024 13:07

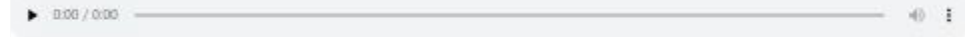


ب. نموذج عملي للأخبار المتحيزة

خيسنجر والشرق الأوسط وتحديات اليوم

على الدول أن تحدد أهدافها الاستراتيجية بدقة وتتجنب ما يضل بها الطريق

نبيل فهمي وزير الخارجية المصري السابق | الاثنين 11 ديسمبر 2023 1:13



7. أنواع الأخبار وفق معيار التأطير

وهو شبيه بالمعيار السابق إلا أن التأطير هنا يكون تجسيداً لمبادئ السياسة التحريرية التي تحكم عمل الوسيلة الإعلامية، وفق رؤى راسخة وأهداف بعيدة المدى ولا يلجأ محرر الخبر لتأطيره إلا إذا كان الخبر ذو جدل ويفقد الإجماع في الحكم على توصيفه وشخصه.

أ- الأخبار المؤطرة: تُعني وضع وقائع الخبر ضمن سياق مفهوم اجتماعياً ينظم المعاني ويوحد الرؤية والحكم عليها من منظور المحرر.

ب- الأخبار غير المؤطرة: التي لا يلجأ المحرر إلى تأطيرها بسبب كونها غير ذات جدل وبسيطة ولا تخضع لأحكام متباينة على مضمونها، أي تحظى بإجماع عام بحيث يتوحد إطار التقديم في سائر وسائل تغطيتها.

Lecture No:1

8. أنواع الأخبار وفق معيار البناء الداخلي

ب. الأخبار المركبة: وتتضمن أكثر من واقعة في الخبر الواحد، بحيث يشتمل الخبر الواحد على أكثر من خبر يضمها إطار واحد قد يكون الحدث أو المكان، ولا يجد المحرر مبرراً للفصل بينها، ولكي يضع المتلقي تصوراً كاملاً لما يجري. وتسود هذه الأخبار في فترات الأزمات أو الانقلابات والحروب وغيرها.

أ. الأخبار البسيطة: هي الأخبار التي تدور حول واقعة واحدة مهما تعددت تفاصيلها، ولا يحتاج هذا النوع إلى جهد من جانب المحرر لتحليلها وتفسيرها، فهي في تكوينها بسيطة محددة وموجزة، مثل (الأخبار الشخصية، الأخبار الرياضية المحددة، الوفيات، الحوادث، الأحوال الجوية...).



Lecture No:1

أ. نموذج للأخبار البسيطة:

أمطار غزيرة وفيضانات مفاجئة في شرق أستراليا

زادت من معاناة السكان المتضررين من العواصف خلال عطلة عيد الميلاد

رويترز | الاثنين 1 يناير 2024 12:25



ب. نموذج للأخبار المركبة:

«بوتين» الرئيس الذي أنهك الغرب بحربه

فيليبس - أ ف ب



فلاديمير بوتين يتفقد ساحة تدريب المجندين في مدينة بياران الروسية

وقال أندريه بيرسك مدير مكتب الرئيس الأوكراني الأسبق المضي بعد محادثات مع مستشار الأمن القومي بالبيت الأبيض جايده ساليان «انقلاب على أهمية تعزيز دفاعات الجبهة الأوكرانية».

انطلقت المساعدات التي تعهد بها الغرب لأوكرانيا بين أغسطس أكتوبر 2023 بنسبة 90٪ تقريباً مقارنة بفترة نفسها من عام 2022. لتصل إلى أدنى مستوى لها منذ بداية الحرب. وفقا لحج أجراه معهد كيلي في ديسمبر.

وأشار إلى أن «العمليات غير واضحة في ظل عدم صدور موافقة نهائية على نشر التزاد بالمساعدة من الاتحاد الأوروبي، وتراجع المساعدات الأميركية».

إطلاق ذخائر بالخطأ
قد تقيد استخباراتي صفر عن وزارة الدفاع البريطانية. بشأن تحركات الحرب في أوكرانيا. بلان روسيا أطلقت - عن طريق الخطأ - اثنين من ذخائر الجوية. في حداث مفضلين الأسبوع الماضي.

جاء في التقرير الاستخباراتي اليومي المنشور على منصة إكس (تويتر سابقاً). أن وزارة الدفاع الروسية ذكرت أن إحدى طائراتها أطلقت في الثاني من يناير الجاري ذخيرة نصبت في إلحاق أضرار بأربعة عتات سكنية بمنطقة بيتروبالوفكا. في مقاطعة لوفونج الروسية.

أما الحادث الثاني. فقد وقع أمس الأول الاثنين. حيث تم إطلاق ذخيرة غير موجهة من طراز «FAB-250» فوق قرية روبيجن. في منطقة لوهانسك الأوكرانية المحتلة. بحسب ما أكد رئيس جمهورية لوهانسك الشعبية المحلية أرويسا.

وذكر فيليبس أن الحادثين وفقا لخلاص معات قتالية روسية.

ومن المحتمل أن يكون عدم فعالية التدريب وإرسال الطوابق. هو السبب وراء ما رواه روسيا انصر إلى ارتكاب حوات الذخيرة. وهو ما يؤدي إلى زيادة التكاليف أثناء قيام القوات بمهامها بشكل سيء. بحسب ما ورد في تقرير منشور وزارة الدفاع البريطانية تحديدا يوميا بشأن الحرب. منذ بداية الغزو الروسي لأوكرانيا في 24 من فبراير عام 2022. وتتهم موسكو لندن

وقال وزير الدفاع الاتفي أندريس سروس الأسبوع الماضي إن روسيا ملتزمة بتوفير المعدات العسكرية والتدريب «المستمر» للجند الأوكرانيين. وتكرت وزارة الدفاع للافقة إن روسيا دبرت نحو 3000 جندي أوكراني لتمام الماضي.

زار زيلينسكي فيلنوس آخر مرة لحضور قمة خلف شمال الأطلسي (ناتو) في يوليو حين حصل من القادة الغربيين بين فيم الرئيس الأميركي جو بايدن على وعود بتقديم دعم ثابت لكيف. لكن الهجمات الروسية الضديدة على البنية التحتية الحيوية والأحياء السكنية دفعت كليف إلى حث الغرب على التجهيل في إرسال شحنات

أوقات حاسمة
وقال وزير الخارجية الاستوني مارغوس. شاكنا إن تلقين مستعدة للتخصيص 0.25 بالمئة من ناتجها المحلي الإجمالي للمساعدات العسكرية لأوكرانيا على مدى السنوات الأربع المقبلة.

وأضاف الأحد. عبر كفس إن تقديم الدعم لأوكرانيا اليوم أقل تكلفة بكثير مقارنة بالفترة الذي سيعتبر على المجتمع الدولي دفعه إذا حطقت روسيا أهداف هذا العدوان الذي لا يرحم. بدورها. قالت رئيسة وزراء إستونيا كايا كالاس أرياه في بيان يجب حثا دعم أوكرانيا طاما لزم الأمر. نحن نهدف أوقاتا حاسمة. وعليها أن

كيف. مكتب نوسيدا الأسبوع الماضي على منصة إكس. الأوكرانيون يصنعون العجائب بفضل أسلحة دفاع الجوي التي قدمها لهم الغرب. لكنهم بحاجة إلى المزيد.

وليتوانيا هي أكبر داعم لأوكرانيا نسبة إلى ناتجها المحلي الإجمالي. وفقا لمعد كيل للاقتصاد العالمي ومقره في ألماتي. وبين مرصد كيل لتتبع المساعدات في أوكرانيا أن فيلنوس خصصت دعما حكوميا يصل إلى ما يقرب من 1.4 بالمئة من ناتجها المحلي الإجمالي.

وجاءت إستونيا ولاتفيا في المرتبتين الثاني والخامس. إذ بلغ إجمالي المساعدات التي قدمت

إلى أوكرانيا حتى الآن 1.4 مليار دولار. وهو ما يمثل 0.25 بالمئة من ناتجها المحلي الإجمالي. وهو ما يجعلها في المرتبة السادسة بين أكبر داعمين لأوكرانيا.

وأشار إلى أن أوكرانيا تحتاج إلى مزيد من الدعم العسكري. وخاصة في مجال الحرب الإلكترونية والتسريعات. فضلا عن التضييق المستمر للتعلم الأوروبي. كلها أمور مدمجة على جدول الأعمال.

وشعر الدول الثلاث على «دعما المتواصل لأوكرانيا منذ عام 2014. وخاصة اليوم. وقال الرئيس الأوكراني أنه سيضع في ليتوانيا بنظيره ورئيسي الوزراء والبرلمان ويلقي المحبة الأوكرانية.

تأتي الزيارة في وقت يتزد حلفاء كليف الآخرون بتقديم مساعدات عسكرية جديدة. بعد مرور نحو عامين على الغزو الروسي. فيما تعرضت أوكرانيا

لنصف روسي مكثف في الأسابيع الأخيرة. وردت بشريات على مدينة بيلغورود الحدودية الروسية. وحث زيلينسكي طفاة على مواصلة تقديم الدعم العسكري. وأجرى محادثات مباشرة مع مسؤولين من وكالات الاتحاد والمخابر والشروع الشهر الماضي. لكن حزمة مساعدات من الاتحاد الأوروبي بقيمة 50 مليار يورو (55 مليار دولار) ما زالت علقه في بروكسل بعد أن استخدمت المجر حق النقض (الفيتو). مع انقسام تكونت نغرس الأمريكي بشأن إرسال مساعدات إضافية.

وفي أعقاب تصاعد الهجمات الجوية على أوكرانيا. دعا الرئيس الليتواني جيتا ناس نوسيدا

9. أنواع الأخبار وفق معيار التداعيات والنتائج

ب. الخبر المتحرك/ الممتد: الذي تتوالى وقائعه ويتطلب
تغطية مستمرة كالحروب والأزمات والنزاعات التي
تستمر لزمان وتصبح أحداثها أخباراً يومية في وسائل
الإعلام.

أ. الخبر المنتهي: وهو المتعلق بالأحداث التي وقعت
لكن ليس لها تداعيات أو نتائج تتطلب تغطية
مستمرة من جانب الصحفي.

أ. نموذج للخبر المنتهي

236 مليون دولار حصيلة عروض السينما في السعودية خلال 2023

باعت أكثر من 17 مليون تذكرة لمشاهدة 432 فيلماً العام الماضي مقارنة بـ14.3 مليون في 2022



منى المنجومي صحافية | @munaaalmanjoomi | الخميس 4 يناير 2024 18:38



ب. نموذج للخبر المتحرك / الممتد

روسيا: هجمات أوكرانية جديدة تستهدف منطقة ساراتوف بجنوب البلاد



Facebook



Twitter



ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية.

1. الخبر الصحفي: هو نوع تبليغي يهتم أساساً بما جرى بالحدث أو بنتيجته أو الجديد الذي طرأ على موضوع معروف، وهو الخبر المطبوع سواء نشر في جريدة يومية أو أسبوعية أو في مجلة أسبوعية أو شهرية أو دورية، ويكون ذو طابع تفسيري يهتم بالتفاصيل وينقل الحدث معتمداً بشكل رئيسي على وصف الوقائع للقارئ الذي لم يرى الحدث.

ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية.

2. **الخبر الإذاعي:** يتحتم على محرر الخبر أن يركز على الأساسي والجوهري من وقائع الحدث، ويكتبها بعبارات سهلة خالية من أي ألفاظ معقدة، ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمل السامع، ويعتمد أيضاً على وصف الوقائع للسامع الذي لم ير الحدث، وهو الخبر المسموع الذي يذاع عبر الأثير من محطات الإذاعة المختلفة.

ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية.

3. **الخبر التلفزيوني:** والخبر هنا يعتمد على الحبكة الدرامية التي تأسر المشاهد عبر التحرير اللغوي الذي تدعمه وتوثقه الصورة المتحركة، وعلى الصورة التي ترافق الخبر أن تمتلك مضموناً اتصالياً مختلفاً يكملها النص التحريري ولا يكون تكراراً لها، أما إذا فقد الصورة يكون خبراً إذاعياً فقط يذاع عبر التلفزيون.

فالخبر التلفزيوني هو الذي يذاع عبر محطات التلفزيون المختلفة مترافقاً مع مادة فيلمية حية.

ثانياً: أنواع الأخبار طبقاً للوسيلة الاتصالية.

4. الخبر الإلكتروني: وهو الخبر الذي ينشر على مواقع شبكة الويب في مواقع إخبارية متخصصة، ويحرر عبر (الكتابة التكوينية) التي تتألف من الهيبرتكست hyper text والهيبرميديا Hyper Media ويميز هذا النوع من الكتابة (إمكانيات الإبحار والتصفح، والقدرة على استرجاع المعلومات أكثر من مرة، بالإضافة لعنصر التفاعلية). ويقوم المحرر فيه بتحرير الخبر وفقاً لمفهوم التفاعلية والآنية باستخدام خصائص الصحافة الإلكترونية من خلال جمع وتحرير وتخزين المعلومات والصور والرسوم وإداراتها واستدعائها ومعالجتها إلكترونياً).

خاتمة. ➤

في ختام هذه المحاضرة، يمكننا أن نستنتج أن مفهوم الخبر الصحفي يُعد أحد أهم الأسس التي تقوم عليها وسائل الإعلام الحديثة. فالخبر الصحفي يعتبر العمود الفقري لعملية نقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور، ويساهم في تشكيل الرأي العام والمساهمة في توعية المجتمع.

إن أهمية الخبر الصحفي تكمن في قدرته على توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور، فهو يعمل على توفير تحليلات موضوعية وجيدة للأحداث الجارية والقضايا المهمة، مما يمكن الجمهور من فهم العالم من حولهم واتخاذ القرارات المستنيرة.

وكما أشرنا مسبقاً، تتنوع أنواع الأخبار الصحفية، فمنها الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها من الاخبار السلبية والإيجابية، والبسيطة والمركبة...الخ. وكل نوع من هذه الأخبار يحمل طابعاً خاصاً يتطلب تحليلاً ومعرفة عميقة بالموضوع المعني. كما يتطلب من الصحفي الاحترافي قدرة على جمع المعلومات وتحريرها بشكل موضوعي ومتوازن، مع الالتزام بمعايير الأخلاقيات المهنية.

في النهاية، يجب على الصحفيين أن يكونوا حريصين على تقديم الخبر الصحفي بشكل صحيح وموثوق، مع الاعتماد على مصادر موثوقة والتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد عبد البديع السيد، فن التحرير الصحفي في العصر الرقمي، د.ن
2. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
3. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر- والتوزيع، 2001.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

المحاضرة الثانية
القيم الإخبارية التي تجعل الخبر مرشحاً للنشر

Prepared by Dr. shereen farouk





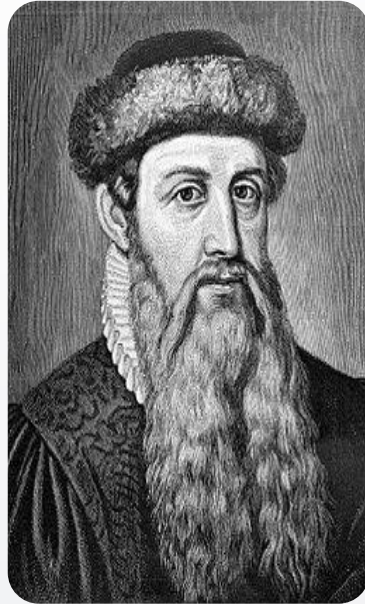
1.النشأة التاريخية لتطور الخبر الصحفي History of the press release

The concept of press release

2.مفهوم الخبر الصحفي

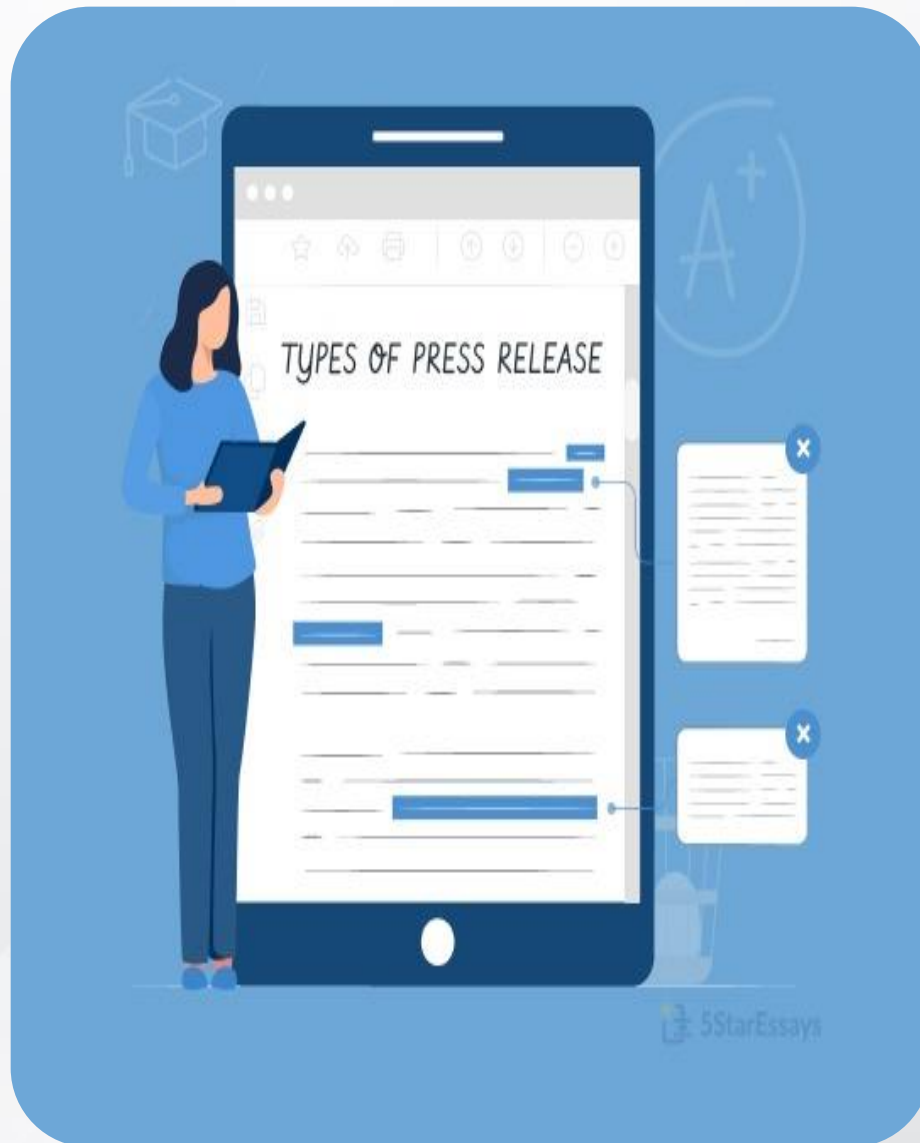
Types of press release

3.أنواع الخبر الصحفي



HISTORY OF NEWSPAPERS







1. تمهيد introduction

2. مفهوم القيم الإخبارية The concept of news values

3. العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية. Factors affecting news values.

4. أهم القيم الخبرية في سوق الأخبار عالمياً

The most important news values in the global news market

5. خاتمة Conclusion

6. المصادر والمراجع Sources and references

يعمل المنظرون والفلاسفة على إرساء قواعد أساسية في المجتمع متمثلة في القيم التي تشتق منها المعايير وأنماط السلوك، وهذا ما يجب أن يكون، إلا أن الواقع قد يفرض في بعض الأحيان وفي بيئات بعينها أن تتحكم المعايير والمصالح بالقيم وتلونها وفق ما تقتضيه هذه المصالح.

وفي بيئة الإعلام الخبري يطبق حراس البوابة سلسلة من العمليات المتعددة لجمع الأخبار وتوزيعها من خلال مجموعة من قيم الأخبار التقليدية، والتي تعكس حكماً جماعياً للذي يستحق أن يكون خبراً، ويميلون لانتقاء المعلومات التي تعكس شيئاً غير متوقع، فالعالم الذي نراه ونقرأ عنه ونسمع عنه في الأخبار هو نتاج لكل من القيم الخبرية والنظام العالمي في جمع وتوزيع الأخبار.

2. مفهوم القيم الإخبارية The concept of news values

News Values!



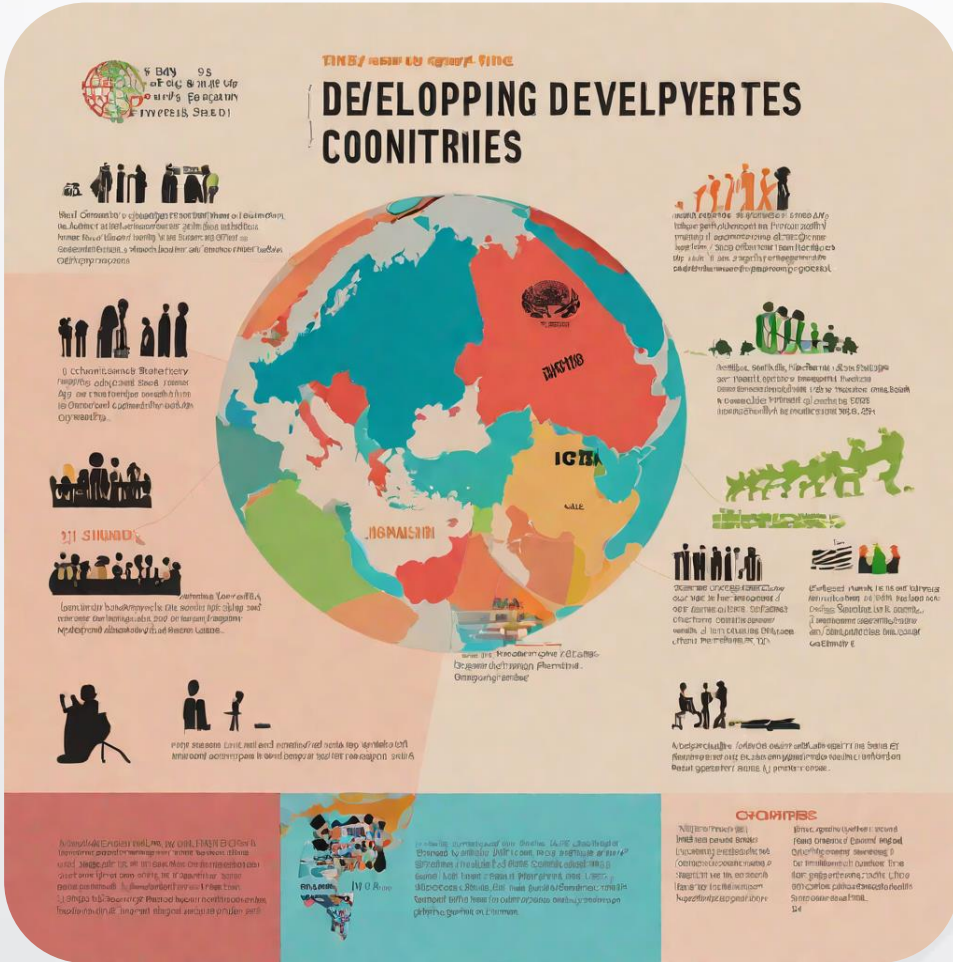
يمكن تعريف "القيم الخبرية" بوصفها تصورات ومفاهيم ديناميكية صريحة أو ضمنية، تميز الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية أو مجتمع بعينه، وتحدد ما يجمع وينتقى وينشر ويبث من أخبار، وتؤثر في طرق وأساليب ووسائل صناعة جمع وانتقاء ونشر الأخبار، وتحديد أهداف ما وراء النشر، وتتجسد مظاهرها في اتجاهات الوسائل الإعلامية والإعلاميين واختياراتهم الإخبارية ومعتقداتهم ومعاييرهم ورموزهم الإعلامية والاجتماعية وفيما تتفق عليه المؤسسات الإعلامية، وفيما يفضله أو يرفضه الجمهور في مجتمع بعينه.

وترتبط هذه التصورات ببقية مكونات البناء الإعلامي والاجتماعي لتؤثر فيه وتتأثر به، فهذه العوامل التي تحدد جمع وانتقاء ومعالجة وتحديد أولوية ونشر الخبر .

ويرى Hartely أن القيم الخبرية ليست طبيعية ولا محايدة، وإنما تشكل رموزاً أو مجموعة رموز ترى العالم على نحو خاص جداً، والحقيقة أن القيم الخبرية هي رموز أيديولوجية.

وترى "فريال مهنا" أن القيم الخبرية هي عنصر من عناصر القابلية المعلوماتية أي قابلية معلومة ما لأن تصبح خبراً.

والقيم الخبرية، قواعد عملية تحتوي جملة من المعارف المهنية التي تفسر وتقود
ضمنياً أو جهاًراً إجراءات العمل التحريري، وتشكل مرجعيات واضحة تكمن في
المعارف المشتركة حول طبيعة وأهداف الخبر وهي مرجعيات يمكن استخدامها
لتسهيل وتسريع العملية المعقدة لمعالجة الأخبار.



وتمثل القيم الخيرية جزءاً مهماً من الأيديولوجية الإعلامية والفكرية المتبعة، ومن هنا ينبع الاختلاف بين دول العالم النامي والدول الغربية في مصفوفة القيم الخيرية التي تتبناها كل منها، حيث أن مفهوم الخبر عند كل منها يختلف كثيراً عن الأخرى، وبالتالي تختلف الاحتياجات الإخبارية وأساليب التعبير عنها.

3.العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية Factors affecting news values

حدد الباحث الجزائري اسماعيل قاسمي ٢٠٠٨ هذه العوامل بالشكل التالي:

أولاً: السلطة السياسية.

ثانياً: سياسة المؤسسة الإعلامية.

ثالثاً: الإيديولوجية.

رابعاً: القيم المجتمعية.

خامساً: القواعد المهنية.

سادساً: نوع الملكية.



4. أهم القيم الخبرية في سوق الأخبار عالمياً

The most important news values in the global news market



يمكن هنا استعراض أهم القيم الخبرية التي يحرص عليها في سوق الأخبار عالمياً وتتضمن:

1. الجودة - الآنية - الفورية:

تُعني أنه من الضروري أن يكون الخبر جديداً، بمعنى أن يكون مجارياً للأحداث، فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه، ويُعد هذا العنصر قيمة أساسية تحدد وإلى حد كبير مدى صلاحية الخبر للنشر، وهو أول عنصر أجمع عليه معظم الباحثين، باعتبار أن الخبر كلما كان جديداً، كلما كان اهتمام القراء به كبيراً.



ولكن هذا لا ينفي أن بعض الأحداث التي وقعت منذ فترات بعيدة ولم تنشر من قبل يمكن أن تكون مادة صحفية جيدة لخبر جديد... بل إن بعض هذه الأخبار قد يفرض نفسه على الصفحات الأولى في الصحف مثل اكتشاف وثائق جديدة تكشف عن بعض الأسرار المجهولة لحرب 1973... فمثل هذه الأخبار أو المعلومات التاريخية قد تثير اهتمام بعض الشباب بما تضعه بين أيديهم من معلومات تاريخية كانت خافية عنهم. كذلك فإن بعض هذه الأخبار قد تثير اهتمام الرأي العام كله في المجتمع وخاصة عندما تكشف عن حقائق مجهولة تمس بعض الزعماء أو القادة.



2. القرب الجغرافي / النفسي:

هذا العنصر له معنيان، الأول: القرب الجغرافي، والثاني: القرب النفسي. الأول يقصد به قرب المكان، فكلما كان الخبر قريباً من القراء كان تأثيره مباشراً عليهم، فالجماهير تتأثر دائماً بالأحداث التي تقع في محيطهم أولاً... ولذلك نجد أن القارئ بطبيعته يميل إلى معرفة كل شيء يحيط به أكثر من ميله إلى معرفة الأشياء البعيدة عنه.

وتكون هذه الروابط عادة بسبب النوع أو الديانة أو السن
وتتفرع عنها قيمة فرعية هي قيمة الألفة، وهذه الخاصية الخيرية
تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي
فالأشياء القريبة منا تعيننا أكثر من سواها.



3. الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة:

المقصود في هذا العنصر أن يتضمن الخبر معلومات أو بيانات لها علاقة مباشرة بمصالح عدد كبير من القراء سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية... ويرى معظم الصحفيين أن ما يفيد الجمهور يجب أن يمثل مكان الصدارة في معايير اختيار الأخبار، كما أوضحت عدة دراسات أن الجمهور يهتم بالأخبار المتضمنة عناصر الفائدة الشخصية والاهتمام الإنساني أكثر من الاهتمام بالأخبار الجادة..



4. الإثارة والغرابة والطرافة:

وهي الأخبار التي تثير غرائز الجمهور لغرابتها وطرافتها، وتُعد الأحداث التي تبعد نوعاً ما عن المؤلف أو العادي، مصدراً للأخبار ذات الأولوية في النشر، ويكون الخبر قابلاً للترويج كلما زاد حجم غرابته وإثارته، وقد استغلت هذه القيمة في نشر وتوزيع الأخبار المتعلقة بفضائح المشهورين والشخصيات المركزية في الدولة، واستعملها المنافسون في الحملات الانتخابية لاستقطاب الجمهور لهذا النوع من الأخبار الذي يكون عادة جمهوراً مندفعاً.

5. الحجم والضخامة:

يعتبر عنصر الضخامة معياراً أساسياً لأهمية الحدث في معظم وسائل الإعلام على الرغم من أن قرار نشر الخبر يتوقف في بعض المجتمعات أساساً على المعايير السياسية والفكرية، وليس على حجم الخبر، وهي قيمة تستمد مقوماتها من ضخامة الأرقام والأعداد.. أي عدد من يهتمون بالخبر أو ضخامة عدد المشاركين في الحدث أو عدد الأفراد الموجه لهم.

فالخبر وفق هذا المعيار هو الذى يهم عدداً أكبر من الناس، فتخصص له الصحف وباقي وسائل الإعلام الأخرى مساحة أوسع من مساحة غيره من الأخبار، وتخصص له مكاناً يحقق لفت النظر السريع، وتكون ضخامة الخبر مستمدة من مكان حدوثه أو من الشخصية الرئيسية أو أن الخبر ضخم في حد ذاته..

the Current

News from the open internet

6. الحالية:

أو ما يعرف بصراع السبق الصحفي في التغطية الإخبارية ويُعد الاهتمام بهذه القيمة من أهم العناصر الأساسية في اختيار نوعية الأخبار خصوصاً في هذا العصر. حيث أصبح عامل الوقت أكثر حسماً في صناعة وتوزيع الأخبار بسبب المنافسة الشرسة بين الإمبراطوريات الإعلامية العالمية، ما يجعل الطباعات الصحفية الصباحية تختلف تماماً عن المسائية وإن النشرات التي تتفاوت بساعة زمن واحدة تختلف كلياً. وفي هذا السياق يعرف الخبر على أساس أنه معلومة تصبح أقل قيمة لو عرفها الجمهور غداً بدل اليوم.

ولا تختلف كل النظريات الإعلامية في إعطاء هذه القيمة الأهمية الكبرى حيث أنها تعتقد إن الجمهور ينتظر دائماً الاطلاع على ما يقع حالاً ودون انتظار والاستزادة من المعلومات غير أن هذه القيمة تكاد تكون السبب الرئيسي في الانحرافات والانزلاقات التي تحدث في عالم مهنة الصحافة إذ تقع المؤسسات الإعلامية في مأزق السبق الصحفي الذي يؤدي إلى خرق القواعد المهنية أحياناً، وتنتشر أخباراً ومعلومات لم يتم التأكد من كل جوانبها لضيق الوقت.



7. الصراع:

الصراع من العناصر الهامة في الخبر ويعطيه أسلوباً من الجاذبية والرغبة في المعرفة وحب الاستطلاع، وخاصة عندما يتعلق الخبر بحياة الفرد أو الناس مثل: (الأمراض، الأوبئة، الحروب ...الخ)، وهناك مثل هولندي يقول الأخبار الجيدة تمشي والأخبار السيئة تجري، وكهذا المثل فإن وسائل الإعلام تتبع دوماً الأخبار التي تتمتع بالسلبية وخصوصاً إذا وجد الصراع بين جهتين أو أكثر.

كما أصبحت ظاهرة الإرهاب تتصدر اهتمامات وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها، حيث فرض الإرهاب نفسه وأصبح اللغة الأكثر تداولاً في العالم وأصبحت ظاهرة الإرهاب من القيم الخبرية التي تعتمد عليها الجرائد والمجلات ومختلف وسائل الإعلام، كما أصبحت نشرات الأخبار تتفنن في تقديم صور مختلفة عن الأعمال الإرهابية التي أصبحت تنشر يوماً بعد يوم في دول عديدة من العالم. وبالنسبة لمعظم وسائل الإعلام الغربية وخاصة تلك التي تركز على الإثارة وعلى بيع الغرابة والعنف والجريمة فإن الإرهاب يعتبر مادة دسمة مربحة تساعد المؤسسة على زيادة المبيعات وجني الأرباح.



8. الأهمية:

ترتفع أهمية الخبر كلما ازدادت أهميته للجمهور، وأهمية الخبر تكون إيجابية عندما تعالج مشاكل الناس مثل (مكافحة الفقر، إيجاد الدواء لبعض الأمراض المستعصية) وتكون سلبية عندما تتحدث الأخبار عن الزلزال والكوارث مثل: الزلزال الذي أصاب إيران والجزائر أو فيضان تسونامي في جنوب شرق آسيا.



9. الشهرة:

الأسماء المشهورة تصنع أخباراً مقروءة مثل: (اللقاءات مع رجال السياسة المشاهير أو الفنانين الكبار أو اللاعبين المتميزين، ويقال أن الأسماء تصنع الأخبار وأن (الأسماء اللامعة تصنع الأخبار الهامة، وكل إنسان يحب الأبطال و الساسة البارزين في الهيئة الاجتماعية، وكذلك يحب الرياضيين والفنانين وملايين من الناس يقبلون منهم على قراءة قصص المكتشفين و الرحالة ومغامرات أصحاب الملايين، وتلجأ وسائل الإعلام لإضفاء طابع من الشخصية على الأخبار مما يرجح نشرها ورواجها، فبقدر ما تحوي الأحداث أسماء شخصيات مرموقة أو ذات شهرة، كلما كان احتمال نشرها قائماً وبالمقابل تتضاءل فرص نشر الأخبار المتعلقة بالأشخاص العاديين.



10. التشويق والإثارة والغرابة أو الخروج عن المعتاد:

يمكن توضيح هذا العنصر بطريقة سهلة وخفيفة بالاعتماد على معادلة تشرح عنصر الغرابة أو الإثارة:

على سبيل المثال، نقارن بين قصتين:

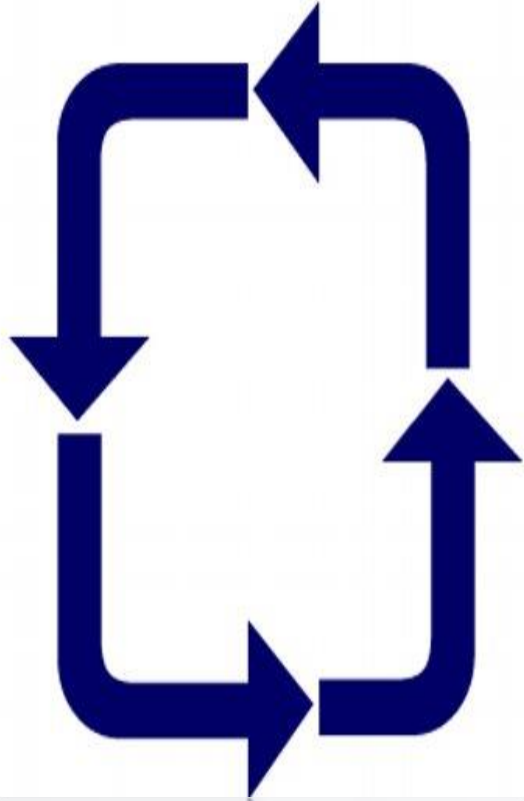
1. رجل عمره 80 سنة يعيش حياة عادية.
2. رجل عمره 80 سنة يقوم برحلة مغامرة غير عادية.

القصة الثانية تكون أكثر جاذبية للقراء بسبب العنصر الإضافي للمغامرة الغير عادية التي يقوم بها الرجل. وهذا يعكس كيف يمكن لعنصر الغرابة أن يحول الأخبار العادية إلى أخبار مشوقة ومثيرة.

ومثل هذا النوع من القصص الطريفة لا يمكن أن يهمل بمجرد اختفاء العناصر الإخبارية الأخرى، بل يكفي أن يكون " غريباً " لكي يكون "خبراً"، ذلك أن مثل هذا الخبر قد يعيش في أذهان الجمهور أكثر مما يعيش خبر استقالة موظف كبير بسبب خلافه مع بعض زملائه في العمل. وتذهب بعض الصحف إلى أن عناصر التشويق والإثارة والطرافة والروعة من أهم سمات الخبر الجيد.

11. التداول:

وهذا العنصر يمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية ويجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة ولكن مع الاستمرارية في تداول هذا الموضوع يصبح حدثاً هاماً بالنسبة للجمهور.



12. قيمة الاستمرارية:

تمثل هذه القيمة ثقلاً مهماً بالنسبة للأحداث التي تدوم مدة طويلة وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلاً وتتعلق عادة بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة.



13. قيمة السلبية:

تعتبر الأخبار السلبية - وهي الأخبار السيئة - رائجة في الغالب وتأخذ مكانتها في أولوية الأخبار المعدة للبحث أو النشر، وخصوصاً إذا ما تعلق الأمر بانفجار، أو تجدد الصراعات على مستوى دولي أو نشوب أزمة بين بلدين.

14. قيمة الأهمية:

عنصر الأهمية في الخبر، هو نتاج اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى، فاتحاد عنصر الشهرة مع عنصر الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية، كذلك فإن اتحاد عنصر المصلحة مع عنصر التوقع أو النتائج مع عنصر الصراع قد يؤدي إلى خلق عنصر رابع الأهمية.

إذاً فإن عنصر الأهمية قد يختزل داخله أكثر من عنصر من عناصر الخبر، ولكنه مع ذلك يملك قدراً كبيراً من التميز عن العناصر الأخرى، ولعل أبرز ما يميزه هو أنه يحمل في مضمونه معنى جاداً، حيث لأمجال لوصف أي حدث طريف أو غريب بأنه هام.



15. قيمة التماثل:

وتعنى درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

16. قيمة التأثير:

ويطلق البعض على هذه القيمة أيضاً اسم العاقبة، ويقصد بها ما ينتج عن الخبر من عواقب سواء ايجابية أو سلبية، أو يقصد به إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس، فمن الأخبار ما يمس جماعة قليلة من الناس في المجتمع، فلا يهتم له كثيراً في الصحف ووسائل الإعلام، ومن الأخبار ما يمس أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع، أو يمس مرفقاً من أهم المرافق الحيوية في هذا المجتمع، أو يمس مشكلة من أكبر المشكلات السياسية أو الخلقية أو الاقتصادية التي تهم المجتمع، ولهذا تخصص وسائل الإعلام لهذا الخبر الضخم مكاناً ظاهراً، ويشير الباحثون إلى تفرع قيمة أخرى عن هذه القيمة مفادها التأثير المستقبلي، فكلما كان للأخبار تأثير مستقبلي كلما كانت بارزة في النشر أو البث.

تبقى هناك مجموعة من العوامل تؤثر مباشرة في خيارات الوسائل الإعلامية في نشر الخبر، فالعملية ليست دائما مبنية على صورة منطقية واضحة، فالانتماءات الإيديولوجية والسياسية للمشرفين على وسائل الإعلام في كل المجتمعات من شأنها التأثير على الأخبار وقيمها، وكذلك تدخل السلطات السياسية والمالية في كل بلد والمحيط الاجتماعي والوازع الأخلاقي أو الديني لكل مجتمع كلها عوامل خارجية، أو ربما عوامل صحفية ذاتية تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على هذه القيم الاخبارية، وبالضرورة على سير العملية الإخبارية.



17. الاهتمامات الإنسانية:

يتوافر هذا العنصر في كثير من الأخبار التي تتناول الجوانب المتصلة بالحاجات والمطالب الإنسانية، وهي موضوعات تثير اهتمامات القارئ، وتحرك عواطفه ومشاعره سواء بالحب والعطف أو الكره أو الخوف نظراً لطبيعتها الفجائية وإثارتها للفضول الإنساني.

وتسعى الصحف إلى الاهتمام بهذا الجانب الإنساني، وذلك بإضفاء اللمسة الإنسانية على الأخبار باعتبار أن نشر الأخبار بشكل جاف لا يجعل القراء يتجاوبون معها أو يفهموها على عكس مما لو اكتسبت ثوباً إنسانياً، وقد تتداخل عناصر أخرى مع هذا العنصر كالصراع والغرابة وغيرها.

في ختام هذه المحاضرة، نجد أنفسنا أمام قيم إخبارية تحدد ما إذا كانت الأخبار تستحق أن ترشح النشر أم لا. بحيث تُعد هذه القيم الأساسية عناصر حاسمة لاختيار الأخبار ونشرها بشكل مناسب وفعال. أحد هذه القيم هو الشهرة، حيث يتعين على الأخبار أن تكون لها قيمة واضحة وأن تثير اهتمام الجمهور، فالأخبار التي تتعلق بشخصيات مشهورة أو أحداث مهمة غالبًا ما تلقى اهتمامًا أكبر وتحظى بمزيد من الانتشار. بالإضافة إلى ذلك، الغرابة وهي قيمة أخرى تؤخذ في الاعتبار. فالأخبار ذات الجوانب المثيرة وغير عادية غالبًا ما تجذب انتباه الجمهور. ويمكن أن تكون هذه القيمة عاملاً مهمًا في تحديد ما إذا كانت الأخبار ستنشر أم لا، حيث يتم تفضيل الأخبار التي تتمتع بالغرابة والتميز على الأخبار التقليدية والمعتادة.

كما يجب أن نأخذ في الاعتبار القيمة الزمنية للأخبار، فالتوقيت المناسب لنشر الأخبار يمكن أن يكون عاملاً حاسماً. فعندما تكون الأخبار ذات أهمية فورية وتتعلق بأحداث جارية وحساسة، قد يتطلب الأمر نشرها على الفور لضمان وصولها للجمهور في الوقت المناسب.

ومن القيم الأخرى المهمة في الإخبار هي الاهتمامات الإنسانية، فيجب أن ننشر الأخبار التي تلقى اهتمامًا عامًا وتتعلق بالقضايا الاجتماعية والبيئية وحقوق الإنسان والعدالة. كما يتعين علينا أن نكون حذرين ومسؤولين في اختيار الأخبار التي تعكس القضايا المهمة وتساهم في توعية الجمهور وتعزيز التغيير الإيجابي في المجتمع.

➤ المصادر والمراجع...

1. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
2. محمد زين عبد الرحمن، مقدمة في الصحافة، دار الكتاب الجامعي، 2015
3. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2001.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

تحليل مصادر الأخبار الصحفية " الأهمية والتحديات "

Prepared by Dr. shereen farouk





1. مفهوم القيم الإخبارية The concept of news values
2. العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية. Factors affecting news values.
3. أهم القيم الخبرية في سوق الأخبار عالمياً The most important news values in the global news market

News Values!



the
Current
News from the open internet

EXCITING
NEWS

BREAKING
NEWS







1. مفهوم مصادر الأخبار.
2. أنواع مصادر الأخبار.
أولاً: المصادر العامة.
ثانياً: المصادر الخاصة.
ثالثاً: المصادر البشرية.
رابعاً: المصادر الحكومية.
- خامساً: دور الوكالات العالمية المصورة كمصدر إخباري
- سادساً: دور القادة السياسيين كمصدر إخباري
- سابعاً: دور جماعات الضغط والمصالح كمصدر إخباري
- الخلاصة.
- المصادر والمراجع

1. مفهوم مصادر الأخبار The Concept of News Source



Lecture No.3

تمثل المصادر بالنسبة للصحفي إحدى الركائز المهمة في عمله، بل إحدى الأدوات الهامة التي لا غنى عنها في ممارسة المهنة، ويقصد بمصدر الخبر الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الوسيلة الإعلامية (مطبوعة، مسموعة، مرئية، إلكترونية) على الخبر.

وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية والاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية، وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء ووسائل الإعلام على أنواعها والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.

2. أنواع المصادر الصحفية



أولاً: المصادر العامة.

ثانياً: المصادر الخاصة.

ثالثاً: المصادر البشرية.

رابعاً: المصادر الحكومية.

خامساً: دور الوكالات العالمية المصورة كمصدر إخباري

سادساً: دور القادة السياسيين كمصدر إخباري

سابعاً: دور جماعات الضغط والمصالح كمصدر إخباري.

➤ أولاً: المصادر العامة.



هي المصادر التي تقدم خدماتها الإخبارية لكل من يشترك فيها مقابل
تحصيل رسوم مادية معينة، مثل:

- وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والعربية والمحلية.

- الصحف المحلية والعربية والأجنبية.

- الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية.

- محطات التلفزيون العالمية.

- البث التلفزيوني الأرضي والفضائيات المحلية والعربية والأجنبية.

- شبكة الإنترنت.

Lecture No:3



- النشرات والوثائق والتقارير الرسمية.
- المكاتب الصحفية في الوزارات والدوائر
- الاحتفالات والندوات والمؤتمرات الصحفية.
- اللقاءات الصحفية اليومية التي يجريها الناطقون باسم الوزارات مع مندوبي وسائل الإعلام ووكالات الأنباء.

Prepared by **Dr. shereen farouk**

1. وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والعربية والمحلية:

تغطي وكالة الأنباء في أغلب الحالات الكثير من مناطق العالم؛ الأمر الذي يجعلها في الصدارة في اكتساب المعلومة ومن ثم إعادة بيعها، والصحفي هنا بإمكانه العودة لهذه الوكالات حسب اشتراك وسيلته الإعلامية فيها.

وتعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية، لم تمتلك أي صحيفة القدرة للحصول عليها بوسائلها الذاتية، لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة إمكانياتها أن تغطي جميع مناطق العالم بالمراسلين.





THOMSON REUTERS

Bloomberg



Associated Press



■ **ومن أشهر وكالات الأنباء العالمية:**

- وكالة الأنباء الأمريكية اليونايتد برس.

- وكالة الأنباء الأمريكية أسوشيتد برس.

- وكالة الصحافة الفرنسية.

- وكالة الأنباء البريطانية رويترز.

2. الصحف المحلية والعربية والإجنبية .

في أحيان كثيرة تتفرد بعض الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها الصحف الأخرى أو تتوسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة أو تتفرد بإجراء عدد من الأحاديث الصحفية مع الزعماء المحليين أو الأجانب، وقد يحوي الحديث تصريحات هامة ترى بعض الصحف الأخرى إمكانية نقلها عنها.

والتنافس الكبير بين الصحف يفتح الشهية للأخبار الهامة وتحقيق السبق الصحفي والحوارات ذات الأهمية على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي في الصحف والمجلات اليومية والأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية أو المتخصصة.



3. الإذاعات والمحطات التلفزيونية

رغم التنافس الموجود بين قطاع الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، إلا أن على الصحفي أن يتابع تطورات القضايا عبر الإذاعة والتلفزيون بسبب تعذر تواجده الدائم في بعض الأحداث والوقائع. وتعتبر الإذاعات ومحطات التلفزيون المحلية والأجنبية مصدراً هاماً من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها لإشراف الحكومة وسيطرتها، حيث تعبر عن الاتجاهات الرسمية للدولة. ونظراً لأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جداً وعن طريقها يتم استقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.



4. شبكة الإنترنت

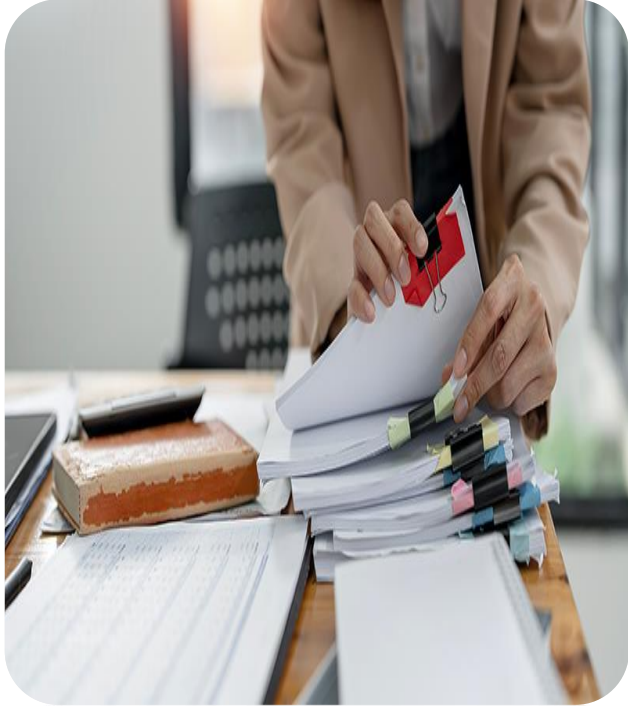


أصبحت اليوم شبكة الانترنت تعج بالأخبار والتحليل والحوارات والتحقيقات الصحفية التي لا تكاد تنتهي. حيث تأتي الأخبار والصور ليس بالساعات بل بالدقائق والثواني في بعض الحالات، وأضحى بإمكان الصحفي إجراء أي حوار مع الشخصيات العالمية عبر الإنترنت.

5.النشرات والوثائق والتقارير الرسمية

Lecture No:3

العديد من الوزارات والمصالح الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والصحفية والمحلية والأجنبية لديها نشرات خاصة تصدر دورية أو بشكل غير منتظم تضمنها أخبار الجهة التي تصدر عنها، هذه النشرات قد تكون في بعض الحالات مصدراً للعديد من الأخبار الصحفية الهامة.



6. المؤتمرات الصحفية.



المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات
في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة
قضية تهم الرأي العام.

والمؤتمرات الصحفية يعقدها كبار المسؤولين أو الوزراء أو
الرؤساء أو الزعماء حين تكون هناك حاجة عاجلة لشرح سياسة معينة
أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة
كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبه الصحف التي يمثلونها.

كذلك فإن الحاجة إلى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسؤول بمقابلة كل صحفي على حدى وهذا يحدث كثيراً أثناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو كبار الشخصيات السياسية لبعض البلاد العربية والأجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة من مقابلة كل الصحفيين الذين يطلبون تحديد مواعيد لإجراء أحاديث صحفية لجرائدهم عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل البديل.

وتمثل المؤتمرات واللقاءات المادة الحية والخام لجميع المؤسسات الإعلامية وتختتم غالباً بأحد الأشكال التالية:

تصريح للصحافة- بيان مشترك- بيان صحفي- بيان رسمي

7. الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية

هناك العديد من الأخبار التي تحصل عليها الصحف تأتي من الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات واستديوهات الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والفنادق والملاهي والمطارات ووسائل النقل، وأصبح اليوم لكل مؤسسة أو هيئة :

- مستشار إعلامي.
- مكلف إعلامي.
- ناطق رسمي.



8. مصادر أخرى

إن المصادر التي سبق ذكرها هي ليست وحدها المصادر الإخبارية فهناك مصادر للأخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية ومن هذه المصادر:

- أصدقاء وزملاء ومعاوني الشخصيات البارزة في المجتمع.

- الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.

- الإعلانات.

- رسائل القراء.

- الإشاعات والأخبار غير المؤكدة.

ثانياً: المصادر الخاصة

1. المندوب الصحفي كمصدر خاص للأخبار

يعتبر المندوب الصحفي من أهم المصادر الإخبارية التي تميز وكالة أو صحيفة بما يحقق لها من النجاح والسبق الصحفي ويتوقف على جهوده وقدرته على العمل ما يحققه في هذا المجال من نجاح .

وقوة نفوذ المندوب الصحفي يرجع إلى نشاط المندوب الصحفي ومهاراته في اكتساب صداقة الناس وهنا تدخل العلاقات وأهميتها في تحديد علاقات المندوب، إضافة إلى ذكائه ومقدرته على تحمل مشاق العمل الصحفي، كما يتوقف حصوله على الأخبار على ما لديه من حاسة صحفية ورؤية صحيحة للأحداث المهمة. وبالتالي فإن نجاح صحيفة دون غيرها إنما يتوقف على فاعلية مندوبيها في مناطق عملهم، ولهذا فإن وكالات الأنباء والصحف والمجلات تضع العديد من الشروط عند اختيار المندوب الصحفي.



Image ID: 26004E
www.alamy.com

شروط اختيار المندوب الصحفي من وجهة نظر وكالات الأنباء

لابد للمندوب أن يمتلك مهارات وخبرات متنوعة، منها فطري ومنها مكتسب حتى يكون مؤهلا للعمل ضمن فريق جمع الأخبار في وكالة أنباء، من أهمها:

1. النظر والسمع الجيد.
2. تدوين الملاحظات.
3. إيجاد المعلومات.
4. إثارة الأسئلة.
5. تدقيق المعلومات وتحديدتها.
6. تحليل وتفسير المعلومات.
7. أن يكون سريع الحركة قادرا على أن ينتقل إلى أماكن الأحداث في وقت وقوعها في أسرع وقت.
8. أن يكون قوي الملاحظة سريع البديهة يلتقط بأذنه وعينه ما لا يستطيع الإنسان العادي أن يلاحظه.
9. أن يكون لديه موهبة الأسلوب في التحدث والارتجال.

ثالثاً: المصادر البشرية



حددت "كارول ريتش" مجموعة مصادر تساعد محرر الأخبار على زيادة مستوى الثقة والمقروئية مثل معلومات شهود العيان، والمشاركين في الأحداث؛ مما يضيف على الخبر صفة الفورية، والأسانيد المباشرة، والتصريحات التي تجعله موثقاً وممتعاً، ومن أهم هذه المصادر:

1. أرشيف الصحيفة.
2. الوساطة.
3. المصادر الأساسية والثانوية.
4. المصادر المجهولة.
5. المصادر المتعددة الثقافات.
6. المصادر المكتوبة.

تابع: المصادر البشرية



7. أدلة الهاتف.

8. دليل المدينة المتعدد.

9. المصادر الإلكترونية.

10. قواعد المعلومات.

11. السجلات العامة.

12. مصادر نظام خدمات الاتصال المباشر.

13. الوثائق العامة.

"وصايا الصحفيين العشر"

ليس هناك قانون موحد للسلوك ينظم المهنة، خاصة وأن العديد من الاتحادات الصحفية وكذلك الصحف المفردة والمجموعات الصحفية لها قائمة من الممنوعات الخاصة بها دون أن تكون لأي منها قوة القانون.

لكن هناك عشرة أشياء يتفق معظم الصحفيين ألا يفعلوها:

1. الكذب بالكلمة المكتوبة أو على الهواء أو تحريف الصور عبر التكنولوجيا الحديثة.

2. الكذب على المصدر أو تهديده.



"وصايا الصحفيين العشر"



3. نقل الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة.
4. فرض رأي أو حذف رأي لا يوافق عليه الصحفي.
5. إبداء المحسوبية أو التحيز الشخصي فيما ينقله المرء أو يكتبه.
6. تقديم المرء لنفسه بصفة غير صفته أو اللجوء إلى الخداع للحصول على قصة ما دون أن تكون هناك أسباب قوية تدعوه لذلك.

"وصايا الصحفيين العشر"



7. سرقة الكلمات أو الأفكار (دون نسبها لأصحابها).
8. التنصت على المكالمات التليفونية أو تسجيلها دون إذن.
9. استخدام المرء لمنصبه لتحقيق مكاسب شخصية كأن يقبل الهدايا من المصادر.
10. القيام بأي شي يمكن تفسيره على أنه صراع مصالح (كتابة الخطب السياسية لمرشح تغطي أخباره في الانتخابات).

ظاهرة المواطن الصحفي كمصدر محدث من مصادر الأخبار



لم تعد وظيفة نقل الأخبار والأحداث وتصويرها وحتى السبق الصحفي حكراً على الفضائيات وعلى مراسليها، بل أصبح هناك ما يسمى بالمواطن الصحفي وأصبحت هذه الفضائيات تعتمد عليه بشكل رئيسي في نشراتها وبرامجها.



والمواطن الصحفي ظاهرة جديدة وجدت في مجتمعنا نتيجة أحداث استثنائية غير عادية، وهي حالة يتحول فيها المواطن من متلقي للأخبار إلى صحفي يصور وينشر وينقل الأحداث، وربما يصبح مصدراً لوسائل الإعلام بجميع أنواعها، ويعود ذلك إلى الأسباب التالية:

- الاعتماد عليه في نشر الأخبار أولاً بأول.

- اعتماد القنوات التلفزيونية عليه بنسبة كبيرة للحصول على مقاطع مصورة في حال غياب مراسليها.

وما نمر به اليوم من ظروف وأحداث جعلت من المواطن الصحفي ظاهرة مقنعة للجميع، بحيث أصبح مصدر ثقة للمتلقين والمحطات الإخبارية على حد سواء.

إلا أن بعض المحطات التلفزيونية تعتمد على مبدأ أن الصحافة والإعلام مهنة حساسة وتتطلب من ممارستها أن يكون على قدر كبير من المهنية والوضوح حتى لا تقع المحطة في فخ الإشاعات والتضليل وتضخيم الأحداث، لذلك تجد أحيانا في ظاهرة المواطن الصحفي ظاهرة خطيرة ومشتتة لمهنة الإعلام.

في حين نجد محطات أخرى تعتمد على المواطن الصحفي كأساس في نقل الأحداث كونه يمتلك وسائل الاتصال الحديثة التي تساعد على التصوير وإيصال الخبر، وبنفس الوقت تعتبر هذه المحطات أن وجوده في مكان الحدث قبل وجود مراسليها من الأمور المهمة بالنسبة لها في تحقيق السبق الصحفي، على الرغم أنه في بعض الأحيان تصبح مصداقيتها على المحك مع المتلقين كون المصادر غير موثوقة أو بسبب أمور الإشاعة والتضليل والتضخيم وغير ذلك.

رابعاً: المصادر الحكومية



الملاحظ أنه في وسائل الإعلام الرسمية ترتفع مكانة المصادر الرسمية في العملية الإعلامية بشكل واضح وملحوس، حيث يعد رئيس الدولة ومن هم دونه من رؤوساء الوزارات والوزراء وقادة جهاز الدولة المصادر الرئيسية لتصورات الوسائل الإعلامية الرسمية عن القضايا المثارة والمهمة، وبهذا المنظور فإن السلطات الرسمية توجه تدفق الأخبار على المستوى الداخلي، وتتحكم إلى حد كبير في المعرفة التي تقدم إلى الجماهير عبر وسائل الإعلام ما دامت المصادر الحكومية الرسمية مصدراً رئيسياً للأنباء.

ولكن هذه المصادر تعرضت لانتقادات شديدة على المستويين المحلي والدولي، حيث شكك في مصداقيتها، ووجه إليها اللوم بسبب التغطية الإعلامية السيئة التي تساهم فيها بشكل واضح، فهي لا تُتيح إلا المعلومات التي لا تتعارض مع سياسات الحكومة مما جعل منها مصدراً إخبارياً متحيزاً، وغير أهل للثقة عند أغلب الجماهير المتلقية.

وعلى نطاق أوسع تنظر جماهير الدول النامية إلى وسائل الإعلام الحكومية بقدر كبير من الشك ولا تقبل محتواها الإخباري كحقيقة مسلمة.

خامساً: دور الوكالات العالمية المصورة كمصدر إخباري

Lecture No:3

تعمل وكالات الأنباء على جمع ونشر المادة الخام للأخبار (المعلومات، الصورة، الصوت الحي)، وتقوم بتوزيعها على مختلف المحطات التلفزيونية عبر العالم، حيث لا تستطيع هذه المحطات الحصول على الأخبار بمصادرها المباشرة، ومن ثم يتزايد اعتمادها على ما تقدمه لها وكالات الأنباء العالمية.

وتتحكم الوكالات بشكل كبير في الأجندة الإخبارية التلفزيونية عبر العالم، لاسيما في تلك الدول التي لا تملك مصادر محلية للأخبار، كما تتحكم في موارد إنتاج الأخبار الخارجية ونظام التوزيع.



Lecture No :3



وتحدد أيضاً وكالات الأنباء القصص والأحداث والقضايا التي سوف تحظى بالتغطية وتلك التي ستُهمَل... وهذا العمل يتم وفق عدة ركائز:

1. اختيار المناطق الجغرافية التي يتم تغطيتها إخبارياً.
2. انتقاء القصص الخبرية التي تزود بها المحطات التلفزيونية المشتركة.
- 3 . تحديد حجم أو كم الصور وطبيعة الصوت (صوت طبيعي، تعليقات)، والنصوص التي تحوي المعلومات والتفاصيل.

يمثل القادة السياسيون مصادر رئيسية تعتمد عليها وسائل الإعلام في تغطيتها الإخبارية للقضايا والأحداث العامة، ويحاولون بصفتهم التأثير في أطر تناول القضايا العامة من خلال طرح رؤيتهم في التغطية الإخبارية بوسائل الإعلام التي تمثل الوسيط الذي يفسر هذه الرسائل والرؤى للأفراد والجمهور.

وينجح المسؤولون وأصحاب الأدوار السياسية الأقوياء في إملاء محتوى القصص الإخبارية، والتأثير على ما يكتب عنهم، وينجح الموظفون الرسميون في الهيمنة على المشهد الإعلامي، وعلى موقف الممثل السياسي من خلال ما يملكونه من قدرات إقناعية عبر الإعداد الدقيق لرسائلهم، بحيث يسيطرون على المعلومات المرتبطة بجميع الأطراف الأساسية والمصادر الأخرى، وبذلك يتم التحكم في مضمون القصة الإخبارية.

Lecture No:3

سابعاً: دور جماعات الضغط والمصالح كمصدر إخباري

تحاول جماعات الضغط والمصالح في أي مجتمع من المجتمعات إحداث ضغوط بهدف التغيير السياسي، وتتبع في ذلك استراتيجيات داخلية وخارجية، ويتوقف نجاح جماعات الضغط على:

- قوة بنيتها الداخلية.

- قدرتها على الاتصال الفعال بال جماهير والنخب السياسية، حيث تدعم النخب التي تتفق مع رؤيتهم حول القضايا المثارة.



Lecture No:3

كما تسعى جماعات الضغط للعمل على المستوى الجماهيري من خلال:

- الوصول إلى وسائل الإعلام.

- طرح وجهات نظرها حول قضية ما عبر هذا التغيير.

لكن يقل اعتماد وسائل الإعلام على جماعات الضغط كمصادر غير رسمية حيث توصلت دراسة Gamson & Modigliani 1989 إلى أن وسائل الإعلام تلجأ إلى المصادر الرسمية بدرجة تفوق إلى حد بعيد اعتمادها على المصادر غير الرسمية كتلك التي تمثلها جماعات الضغط والمصالح في المجتمع، ماعدا في الأحوال التي يعمل فيها المحرر وفقا لسياسة تحريرية متوازنة تسعى لتمثيل كل المصادر التي تعبر عنها الجماعات المختلفة في المجتمع.

➤ خاتمة..

تحت عنوان (مصادر الأخبار) ركزت هذه المحاضرة على جانب مهم من جوانب عملية صنع الأخبار. ونعني بالمصادر الأدوات التي تعتمد عليها الوسيلة الإعلامية وتحصل من خلالها على مادتها الإخبارية، وهذه المصادر قد تكون شخصيات أو جهات أو مصادر تتبناها أو تابعة للوسيلة ذاتها على نحو ما سبق تناوله.

➤ المصادر والمراجع:

1. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
2. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2010.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

التحرير الصحفي للأخبار

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember
Lecture 3



أولاً: مفهوم مصادر الأخبار.

ثانياً: أنواع مصادر الأخبار.

1. المصادر العامة.

2. المصادر الخاصة.

3. المصادر البشرية.

4. المصادر الحكومية.

5. دور الوكالات العالمية المصورة كمصدر إخباري

6. دور القادة السياسيين كمصدر إخباري

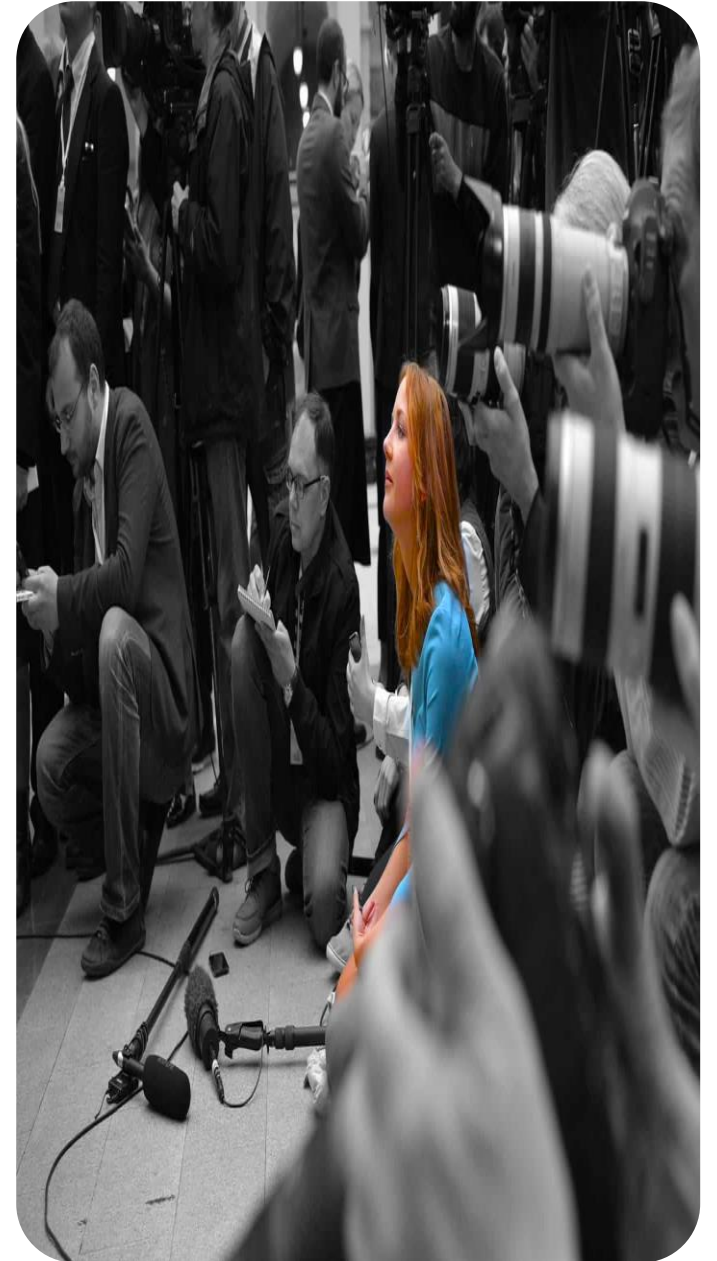
7. دور جماعات الضغط والمصالح كمصدر إخباري







Lecture
No : 4





- تمهيد.
- مفهوم التحرير الصحفي.
- تحرير الأخبار: التساؤلات الستة
- بنية الخبر الصحفي (العنوان، المقدمة، الجسم، الخاتمة).
- 1. وظائف عنوان الخبر الصحفي
- أنواع عنوان الخبر الصحفي
- أولاً: أنواع العناوين من حيث الشكل الإخراجي
- ثانياً: أنواع العناوين الصحفية من حيث المضمون.
- 2. تحرير المقدمة، وأهم مواصفاتها، وأنواعها، وثوابتها.
- 3. الأنماط الفنية في تحرير جسم الخبر
- 4. القوالب الفنية لصياغة الخبر الصحفي.
- خاتمة
- المصادر والمراجع.

تمهيد...

قديماً كانت الأخبار الصحفية تروى بالطريقة الأدبية، فيسير فيها الكاتب بالحادث من أولها رويداً رويداً وحتى نهايتها، لكن الخبر الصحفي في العصر الحديث أصبح له قوالب معروفة، تستهدف هذه القوالب بشكل أساسي نشر الأخبار بوضوح ودقة وببساطة لتيسر على القارئ متابعة الخبر وفهمه واستيعابه.

والقاعدة العامة في صياغة الخبر هي البدء بالعناصر المهمة أولاً، ويتطلب ذلك حاسة صحفية ذواقة، ثم تدريباً وتمريناً وخبرة.

أولاً: ماهية التحرير الصحفي.



Lecture No.4

يري الدكتور " أديب خضور " أن التحرير هو عملية يتم من خلالها تحويل المادة الإعلامية الخام إلى نتاج صحفي جاهز ومكتمل".

تحرير الخبر الصحفي: التساؤلات الستة

يجب أن يكون الخبر مستكماً كافة الشروط الفنية، حتى تتمكن الوسيلة الإعلامية من نشره وتداوله، بحيث يُجيب الخبر على أسئلة الجمهور المتلقي على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية وانتماءاتهم، وهناك ستة أسئلة يجب أن تغطي إجاباتها.

فيكون الخبر بعد ذلك مستكماً الشروط وهذه التساؤلات هي (من- ماذا- متى- أين- لماذا- كيف) ويكون على الشكل التالي:

تابع/تحرير الخبر الصحفي: التساؤلات الستة



1. من؟ Who وتعتبر عن الشخصية أو الشخصيات التي صنعت الخبر أو محور الخبر.
 2. أين؟ Where وتبين المكان أو الساحة التي وقع فيها الحدث
 3. ماذا؟ What وتسلأل عن الشئ الذي حدث
 4. متى When وذلك لبيان وقت حدوث الواقعة أو الخبر
 5. كيف How وذلك لبيان كيفية وقوع الحدث
 6. ثم لماذا؟ Why وتوضح كيفية وقوع الحدث وملابساته وظروفه.
- وعند صياغة الخبر يختار المحرر أهم هذه العناصر طبقاً لاهتمامات القراء، ليقدمه أولاً، ثم يوالي سرد باقي العناصر، وذلك وفقاً للعديد من الأشكال أو القوالب الصحفية.



Lecture No:4

ويُفرق المتخصصون في الصحافة بين كتابة الخبر News Writing وبين تحرير الخبر News Editing على

أساس:

أ. إن فعل الكتابة (يكتب To Write) يختلف عن فعل التحرير (يحرر To Edit) فالأول يتعلق باختيار الكلمات وصياغة الجمل والفقرات التي تروي الحدث. أما تحرير الخبر فيتعلق بترتيب جمل وفقرات الخبر أو ترتيب الوقائع والمعلومات التي يتضمنها وفقاً لاعتبارات كثيرة.

ب. إن عمل الكتابة منفصل – في الواقع العملي- عن عملية التحرير حيث أن الكتابة تسبق عملية التحرير، إذ من المنطقي أن يكتب الخبر أولاً ثم ترتب جملة وفقراته بعد ذلك في ضوء أهمية كل منها، كما أن الصحفي الذي يكتب الخبر ليس بالضرورة هو من تحرره، فالخبر يكتبه في المقام الأول من جمعه أو من حصل عليه (أي المخبر الصحفي) أما من تحرره فغالباً ما يكون المحرر المقيم في الصحيفة وصاحب الخبرة الأطول في التعامل مع الأخبار

Prepared by **Dr. shereen farouk**

ثانياً: بنية الخبر الصحفي (العنوان- المقدمة- الجسم- الخاتمة).

يشكل الخبر الصحفي بناء مكوناً من أربعة أجزاء أساسية لبناء خبر صحفي متكامل وهي:

١. **العنوان:** هو الكلمة أو مجموعة الكلمات التي تمثل عبارة واحدة أو أكثر من عبارة مقسمة على أكثر من سطر، يتناسب طولها مع طول المادة التحريرية التي ترتفع فوقها أو توجد داخل المساحة المخصصة لها.

وتكون شديدة الصلة بمضمونها وقوية الدلالة عليه، مختصرة له، ومبرزة لبعض جوانب الأهمية فيه ممثلة وحدة تحريرية بذاتها ذات نسيج قوي ومركز وواضح، تجمع وتكتب بحروف أكبر من حروف الخبر نفسه لتسبق الخبر الصحفي وتدل عليه، وينبغي أن يكون جذاباً ومعبراً وملفتاً لنظر القارئ.

ويُعد عنوان الصفحة الأولى من أهم الأشياء التي تجذب القارئ نحو شراء الجريدة، فعنوان الخبر هو واجهته الأولى التي تدفع القارئ لمتابعة مضمون الخبر وفقاً لاهتماماته، وترفع من درجة رغبته لمعرفة ما وراء العنوان من تفضيلات خبرية أخرى. والعنوان يساعد القارئ المتعجل للإلمام بأهم أخبار الصفحة الأولى، ويدفع القارئ لمتابعة خبر دون آخر. هذا بالإضافة إلى أن العنوان يختصر أحداث الخبر ويبرزها بشكل واضح وجذاب.

وظائف عنوان الخبر الصحفي

1. تلخيص الخبر.
2. لفت نظر القارئ إلى أهمية الخبر أو الخبر الأكثر أهمية على الصفحة.
3. الإعلان عن مضمون الخبر، فالعنوان يساعد القارئ المتعجل على الإحاطة علماً بأهم دلالات الخبر.
4. مساعدة القارئ في التنقل بين محتويات الصفحة وخاصة الصفحة الأولى التي تكثر فيها العناوين.
5. إضفاء الجاذبية على الصفحة وذلك بإغراء القراء على شراء الصحف، لهذا تهتم الصحف بعناوين الصفحة الأولى بوجه خاص رغبة منها في زيادة حجم توزيعها.

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

أولاً: أنواع العناوين من حيث الشكل الإخراجي:-

١. **العنوان العريض:** وهو من أكبر أنواع العناوين في الجريدة، وإذا

كان في الصفحة الأولى يُطلق عليه (المانشيت)، وفي الصفحات

الداخلية يُطلق عليه (العنوان العريض)، ويُعد العنوان العريض من

الخصائص المميزة للصفحة الأولى في كثير من صحف العالم، كما

يمكن استخدامه أيضا في بعض الصفحات الداخلية، ويتمتع العنوان

العريض بقوة جذبه لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه؛ نظراً لاتساعه

الكبير وحجم حروفه الكبيرة أيضا. ولكن يوجد عدة محاذير

لاستخدام هذا النوع من العناوين العريضة، وهي:

أ- الاستخدام المستمر للعنوان العريض على الصفحة الأولى، يصف

الصحيفة بالشعبية والإثارة.

الصدوق السيادي يبحث مع «هندوجا» الهندية إنشاء مصنع سيارات في مصر

الحكومية، ولديه حرية ومرونة هيكلية لتنفيذ الاستثمارات المختلفة، مشيرة إلى جهود الدولة والاستثمارات الضخمة التي ضختها لتهيئة البنية التحتية لجذب المستثمرين المحليين والأجانب.

كما تم خلال الاجتماع بحث التعاون بين مصر والمجموعة الهندية، في استقلال المزايا النسبية والطاقت والقدرات التي تتمتع بها مصر في اتخاذها كمقر لتصنيع عربات الأتوبيسات والشاحنات، ومن ثم تصديرها لأسواق الخليج ودول المنطقة، وهو ما يوفر العديد من فرص العمل في مصر.

ويحسب البيان تملك مجموعة «هندوجا» الهندية، العديد من الشركات المتخصصة في مجالات صناعة الأتوبيسات والزيت والكيماويات والبنوك والتمويل، بالإضافة إلى شركات الخدمات الصحية والخدمات الإعلامية وصناعة السينما في الهند، وتتواجد في ١٠٠ دولة حول العالم وتبلغ أصول المجموعة ١٠٠ مليار دولار في شركات حول العالم ويعمل لديها حوالي ١٥٠ ألف موظف في مكاتبها ومصانعها حول أنحاء العالم.



وزيرة التخطيط مع رئيس مجلس إدارة مجموعة «هندوجا» الهندية

كتبت - أميرة عاصي:

بحثت حالة السيد، وزيرة التخطيط، رئيس صدوق مصر السيادي، مع براكاش هندوجا، رئيس مجلس إدارة مجموعة «هندوجا» الهندية، إمكانية التعاون بين الصدوق والمجموعة في عدد من المجالات: منها التعاون كشريك تكنولوجي في نقل التكنولوجيا المتخصصة في السيارات إلى مصر من خلال إقامة مصنع تملك طاقته الإنتاجية إلى ٦٠٠٠ سيارة في مجال السيارات الكهربائية والديزل وذلك بالتعاون مع شركة النصر لصناعة السيارات، بحسب بيان للوزارة أمس.

جاء ذلك على هامش مشاركة السيد، في فعاليات القمة المالية للحكومات المتقدمة

بمبى خلال الفترة من ١٢-١٤ فبراير ٢٠٢٤ تحت شعار «استشراف حكومات المستقبل».

واستعرضت السيد دور صدوق مصر السيادي كإحدى الآليات لتعزيز الشراكة مع القطاع الخاص المحلي والأجنبي، موضحة أن الصدوق يعد الشريك الأمثل للقطاع الخاص إذ له قانون خاص بمنحه المرونة في الاستثمار دون التقيد بالقواعد والنظم

ب. إذا تعودت العين على العنوان العريض فإنه يفقد قيمته في الإبراز وإثارة الاهتمام؛ لذا فإن الصحف الجيدة لا تلجأ إلى استخدام العنوان العريض إلا في المناسبات الخاصة؛ كإعلان الحرب، أو تحقيق النصر، أو وفاة زعيم... أما الصحف الشعبية فتستمر في اللجوء للعنوان العريض في محاولة منها لإثارة اهتمام القارئ وجذب انتباهه.

ج. يجب على الصحيفة اختيار نهج ثابت للتعامل مع العنوان العريض وعلاقته ببداية الموضوع المصاحب له، لأن هذا الإجراء يُعد من أهم الملامح التي تصنع هوية وشخصية الصحيفة.

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

2. **العنوان الممتد:** وهو العنوان الذي يغطي أكثر من عمود في الصحيفة على ألا يتعدى الثمانية أعمدة، ويقل اتساع العنوان الممتد عن اتساع العنوان العريض بطبيعة الحال. فإتساعه يكون أكبر من اتساع العمود الواحد، وأقل من اتساع مجموع عدد الأعمدة على الصفحة.

وقد تلجأ بعض الصحف ولاسيما الحزبية منها إلى وضع أكثر من عنوان ممتد للموضوع الواحد، سعياً منها لإبراز الموضوع، وجذب الانتباه لمادة الصحيفة التحريرية. ويُعد هذا الإجراء تعويضاً عن عدم استخدام العنوان العريض. وقد يصرف هذا الإجراء القارئ عن قراءة متن الموضوع اعتقاداً منه بأن قراءة هذه العناوين الممتدة كافية للحصول على ما يريد معرفته حول هذا الموضوع.

«الرقابة المالية» تبحث مع صناديق التأمين الحكومية سبل تطوير وميكنة نماذج أعمالها



١,٨ مليار جنيه إجمالي أصول صناديق التأمين الحكومية

■ محمد فريد: ٢٩ مليون مواطن مشترك في هذه الصناديق مشمولين بالتغطية التأمينية

من المقرر أن تبدأ الهيئة عملها على تطوير وتمييز كل الأنواع والأنشطة المالية غير المصرفية ومن بينها أنشطة التأمين، من خلال توفير الأطر التشريعية اللازمة لاستخدام التكنولوجيا المالية بالأسواق والمؤسسات المالية غير المصرفية بهدف تعزيز قدرات القطاع المالي غير المصرفي لتحقيق الشمول التام بين المواطنين والمستثمري والتطوير، وهو ما يدعم رؤية مصر لتحقيق الشفافية المالية والتحول الرقمي حيث تم إصدار القرارات التنظيمية رقم ١٢٩ و ١١٠ و ١١١ لسنة ٢٠٢٢ وكذلك تديراً للقانون رقم ٩ لسنة ٢٠٢٢ بشأن تنظيم وتمييز استخدام التكنولوجيا المالية في الأنشطة المالية غير المصرفية.

من المقرر أن تبدأ الهيئة عملها على تطوير وتمييز كل الأنواع والأنشطة المالية غير المصرفية ومن بينها أنشطة التأمين، من خلال توفير الأطر التشريعية اللازمة لاستخدام التكنولوجيا المالية بالأسواق والمؤسسات المالية غير المصرفية بهدف تعزيز قدرات القطاع المالي غير المصرفي لتحقيق الشمول التام بين المواطنين والمستثمري والتطوير، وهو ما يدعم رؤية مصر لتحقيق الشفافية المالية والتحول الرقمي حيث تم إصدار القرارات التنظيمية رقم ١٢٩ و ١١٠ و ١١١ لسنة ٢٠٢٢ وكذلك تديراً للقانون رقم ٩ لسنة ٢٠٢٢ بشأن تنظيم وتمييز استخدام التكنولوجيا المالية في الأنشطة المالية غير المصرفية.

استعرض محمد فريد رئيس الهيئة العامة للرقابة المالية، مع مسؤولي كل صناديق التأمين الحكومية، الإجراءات المالية والبيانات الإحصائية لهذه الصناديق البالغ عددها ستة، وهي الصندوق الحكومي لتغطية الأضرار الناجمة عن بعض حوادث مركبات النقل السريع داخل مصر، وصندوق التأمين الحكومي لروحية طلاب مدارس مصر، وصندوق التأمين الحكومي على طلاب التعليم الأزهرى، وصندوق التأمين للتأخرات لمراكب الصيد الآلية والعوامات عليها، وصندوق التأمين الحكومي لخصمان الأخطار التي تتعرض لها الطرقات البرية، وصندوق التأمين الحكومي لشمول أرباب العهد، وفق بيان للهيئة أمس. ويعتبر البيان، بلج إجمالي أصول الصناديق، ١,٨ مليار جنيه عام ٢٠٢٢، والاستثمارات ١,٢٢

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

3. **العنوان الثابت:** وهو يشكل حالة من الثبات في الجريدة أو المجلة مثل جريدة

الأهرام، الشروق.. الخ

4. **العنوان التمهيدي:** وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويمهد له، لذا اتفق

التيو غرافيون على ضرورة أن يكون اتساع العنوان التمهيدي أقل من الاتساع الذي

يشغله العنوان الرئيسي. وقدّر بعضهم اتساع العنوان التمهيدي بنصف اتساع العنوان

الرئيسي، بينما قدر البعض الآخر اتساعه بثلث اتساع العنوان الرئيسي، بينما هناك

رأي ثالث يقول: إن العنوان التمهيدي يجب أن يقل في كل الأحوال عن العنوان

الرئيسي بقدر معقول.



اليوم في ثمن نهائي دوري أبطال أوروبا بايرن يتطلع لمداداة جراحه المحلية أمام لاتسيو .. وسان جيرمان يخشى مفاجآت ريال سوسيداد

وتأمل لاتسيو لدور الـ ١٦ في البطولة القارية، عقب حطوله ثانياً في ترتيب المجموعة الخامسة، التي ضمت أليكس مديري الإسباني وفيكتور روتيرام الهولندي وسيليك الأسكتلندي. برصيد ٩ نقاط، بعدما حقق ٣ انتصارات وتعادلاً وحيداً، فيما نال خسارتين.

فيما يخوض باريس سان جيرمان، الذي مازال يحلم بالتتويج بدوري الأبطال للمرة الأولى، مواجهة محققة بالخاطر، حينما يستضيف ريال سوسيداد، حيث ستكون هذه هي المباراة الأولى التي تجري بين الفريقين في البطولات القارية.

ويبحث سان جيرمان عن مواصلة نتائجه الجيدة تحت قيادة مديره الفني الإسباني تيس إيريكي. بعدما حقق ٨ انتصارات وتعادلاً وحيداً خلال لقاءاته التسعة الأخيرة في مختلف المسابقات المحلية.

وتواجد سان جيرمان في المركز الثالث بالمجموعة السادسة، التي ضمت بوروسيا دورتموند الألمانية وميلان الإيطالي ونوكاسل يونايتد الإنجليزي. برصيد ٨ نقاط، بعد تحقيقه فوزين وتعادلين وخسارتين، متفوقاً بفارق المواجهات المباشرة على ميلان، صاحب المركز الثالث، الذي تساوى معه في نفس الرصيد من النقاط. ولن تكون مهمة سان جيرمان سهلة أمام سوسيداد بقيادة مديره الفني المحلي إيمانول أجواسيل، صاحب المركز السابع في ترتيب الدوري الإسباني حالياً، وحصل سوسيداد على ١٢ نقطة خلال مشواره بالمجموعة، حيث حقق ٣ انتصارات و٢ تعادلات في مبارياته الست التي لعبها، حيث يعتبر ضمن ٦ أندية حافظت على سجلها خالية من الهزائم في دور المجموعات.

يتطلع بايرن ميونخ الألماني لمداداة جراحه المحلية خلال لقاءه مع مضيفه لاتسيو الإيطالي اليوم، الأربعاء في ذهاب دور الـ ١٦ لمجموعة دوري أبطال أوروبا، عقب خسارته القاسية أمام مضيفه بايرتيركوزن في مباراته الأخيرة بالدوري الألماني.

كما يشهد الدور ذاته اليوم أيضاً مواجهة أخرى هامة بين باريس سان جيرمان الفرنسي ومضيفه ريال سوسيداد الإسباني، على ملعب حديقة الأمراء في العاصمة باريس.

ويأمل بايرن في مصالحة محبيه واستعادة الثقة من جديد، كما يرغب أيضاً في مواصلة نتائجه الرائعة في التسمية الحالية بدوري الأبطال، التي شهدت ترميمه على قمة ترتيب المجموعة الأولى في مرحلة المجموعات للمسابقات القارية، عقب تحقيقه ٥ انتصارات، فيما تعادل في لقاء وحيد.

وسعد بايرن للأدوار الإفضائية في البطولة التي توج بها ٦ مرات، بعدما حصل على ١٦ نقطة خلال مشواره في المجموعة، التي ضمت كلا من كوبنهاغن الدنماركي وچالطة سراي التركي ومانشستر يونايتد الإنجليزي، حيث يعد هذا ثاني أعلى رصيد لأي فريق بالدور الأول للبطولة، بعد ريال مدريد الإسباني ومانشستر سيتي الإنجليزي، اللذين حصدا العلامة الكاملة (١٨ نقطة).

من جانب، يسعى لاتسيو لاستغلال مآزرة عاملي الأرض والجمهور له من أجل الخروج بنتيجة إيجابية وتسجيل مهمته في مباراة الإياب التي تجري بين الفريقين على ملعب أليانز آرنا بمدينة ميونخ في الخامس من مارس القادم.



أنواع عناوين الأخبار الصحفية



♦ د. عمرو هاشم ربيع ♦

حوادث الطرق

مرة أخرى، تملأنا الأخبار يوميًا عن المزيد من حوادث الطرق. ورغم التقلية النوعية في جودة الطرق إلا أن حوادث السير ما زالت في ارتفاع. إصابات يومية وخسائر بشرية ومادية لا حصر لها. بسبب استخدام أدوات النقل المختلفة. بالطبع حوادث الطرق هي الأكبر على مستوى السيارات، مقارنة بالمحطات. الأخيرة أي حوادث المحطات هي الأكثر فتكا. لكنها والحمد لله قليلة للغاية. وحوادث الطرق هي الأكبر مقارنة بحوادث النقل البحري. ومن باب أولى الجوي.

في الشهر الحالي، أي خلال الأسابيع الأربعة الماضية، توجد بيانات لا حصر لها عن حوادث طرق في العديد من المحافظات المصرية. أغلبها في الطرق السريعة. وإذا كانت تلك الحوادث ناتجة عن مشكلات بشرية تتعلق بالسائق (قائد المركبة أو قادة المركبات المجاورة)، والأحوال الجوية، وسوء المركبة، وسوء الطرق، فإن السبب الأول، أي قائد المركبة، هو بدون شك الأكثر تأثيرا في حوادث الطرق. خاصة بعد جهد الدولة لمعالجة الخطأ في السببين الآخرين المتصلين بسوء المركبة وسوء الطرق. ومنع السبب الأول (المعصر البشري) فإن الأكثر شيوعا هو التصادم الخلفي. وهو ناتج عن تشتت انتباه قادة السيارات، أو سوء تقديرهم. أما السبب الثاني المتعلق بسوء الأحوال الجوية، فهو في المرتبة الثانية في تحمل مسؤولية الحوادث. وربما تزداد أهميته مع السبب الأول في القيادة في فصل الشتاء، حيث تزداد نسبة الشبورة المائية التي تصل أحيانا لحد الضباب.

في التشرة السنوية لتنتج حوادث السيارات لعام ٢٠٢٢. الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - ذكرت أن عدد إصابات حوادث السير زادت في العام ٢٠٢٢ مقارنة بالعام ٢٠٢١. حيث بلغت عدد الإصابات ٥٥ ألفا و٩٩١ إصابة عام ٢٠٢٢. مقابل ٥١ ألفا و٥١١ عام ٢٠٢١. بنسبة زيادة بلغت ٨.٧٪. ووفقا للتوقع. كانت متحيا تلك الحوادث من الذكور أكثر من أربع أضعاف النساء. وكانت محافظة الدقهلية هي الأكبر مقابل القليوبية التي كانت هي الأقل. أما عن متحيا تلك الحوادث، فكانت

5. **العنوان العمودي:** من حيث المساحة يحتل عرض عمود واحد في الجريدة أو المجلة، وهو يُشير إلى سطور العناوين التي لا يزيد اتساعها عن عمود واحد. وهو ما يتميز به نمط الإخراج الرأسي الذي يعتمد على تكوين الصفحة من وحدات طولية (رأسية) لا عرضية (أفقية)، وبالطبع ونظراً لصغر الاتساع الذي يشغله العنوان العمودي فإن حجم البنط المستخدم في هذا النوع يكون صغيراً مقارنة بالعناوين العريضة والممتدة. وينتشر هذا النوع من العناوين على الصفحة الأولى والصفحات الإخبارية، وصفحات الوفيات، نظراً لقصر الموضوعات أو الأخبار المنشورة على مثل هذه الصفحات.

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

مدبولي يشهد توقيع اتفاق بين «إيتيدا» وشبكة المشرق العالمية لتصدير الأعمال المصرفية

■ عمرو طلعت: قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أصبح محور اهتمام الشركات العالمية لتوسيع نطاق أعمالها بتصدير الخدمات الرقمية من مصر للأسواق العالمية



رئيس الوزراء يشهد توقيع اتفاقية تعاون بين هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، إيتيدا، وشبكة المشرق العالمية الإماراتية

حيث تبرز مصر إقليمياً وعالمياً بجودتها الاستثنائية ومجموعة خدماتها المتنوعة في مجالات تكنولوجيا المعلومات المختلفة. لذلك نلق أن هذا التعاون سيساهم في نمو الخبرات المحلية، خاصة أن شبكة المشرق توفر فرصاً مهنية عالمية في مجال الخدمات المصرفية والمالية من خلال العمل عن بُعد من مصر». جدير بالذكر أن شبكة المشرق العالمية المملوكة بالكامل لمجموعة المشرق بالإمارات كانت قد تأسست في ٣ مقرات رئيسية: مصر والهند وباكستان. وتعد الذراع التشغيلية لمجموعة

وبرمجيات السيارات. من جانبه، قال مارك إدوارد رئيس العمليات بمجموعة المشرق العالمية، إن الاتفاق يمثل بداية فصل جديد بتوسيع نطاق عمل المجموعة في مصر، معتبراً أن التعاون مع هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، يعكس الثقة في المهارات الاستثنائية وقدرات القوى العاملة المصرية. وأضاف إدوارد، أن المجموعة ملتزمة ليس فقط بتعزيز تواجدتها في مصر، ولكن أيضاً بالمساهمة في نمو الصادرات الرقمية في البلاد. وهذه الشراكة دليل على الأهمية الاستراتيجية

الظاهرة: «نحن سعداء بتوقيع الاتفاقية مع شبكة المشرق العالمية، للتوسع في عملياتها بمصر. بما يحقق مستهدفات استراتيجية مصر الرقمية لتنمية صناعة التمهيدي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٦ من مضاعفة الصادرات الرقمية وخلق فرص عمل كثيفة موجهة للتصدير، مبيّناً أن تنوع الاستثمار الأجنبي في مجال تصدير الخدمات بنظام التمهيدي يعكس ثقة المستثمرين في القدرات الفنية والمهارات الرقمية للشباب المصري. وأضاف الظاهر، أن مصر تعد من الدول الرائدة في مجال تصدير الخدمات ولها مكانة

■ كتب - محمد عنتره: شهد رئيس مجلس الوزراء مصطفى مدبولي، أمس، على هامش مشاركته في القمة العالمية للحكومات ٢٠٢٤ بدي، مراسم توقيع اتفاقية تعاون بين هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات (إيتيدا)، وشبكة المشرق العالمية الشركة في مصر. وتهدف الاتفاقية لتوفير ٣٠٠ فرصة عمل للكوادر المصرية المؤهلة على أعلى مستوى موجهة لأنشطة تصدير خدمات الأعمال المصرفية، خلال مدة الاتفاقية والتي تبلغ ٣ سنوات. وبموجب الاتفاقية؛ ستقوم شبكة المشرق العالمية بتوسيع عملياتها في مصر، والتي تتضمن تقديم خدمات تحليل البيانات، ودكاء الأعمال، والتدقيق الداخلي، وإدارة الائتمان. وغيرها من الخدمات المالية والبنكية في مجالات منها إدارة المخاطر، وإدارة المنتجات، والتي تقوم الشركة بتصديرها من مصر لعملاء بنك المشرق الإماراتي.

وأكد وزير الاتصالات عمرو طلعت، أن اهتمام «شبكة المشرق العالمية» بالتنوع في خدمات أعمالها الدولية انطلاقاً من مصر: يعكس مدى جاذبية قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصري، الذي أصبح محور اهتمام الشركات العالمية لتوسيع نطاق أعمالها من خلال إنشاء مراكز لها لتصدير الخدمات الرقمية في مصر لخدمة مختلف الأسواق العالمية، بالاعتماد على الكفاءات المصرية المتميزة المؤهلة لتقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات العابرة للحدود في مختلف التخصصات التكنولوجية بكفاءة. وأشار الوزير إلى حرص مصر على تهئية المناخ الداعم لتنمية صناعة التمهيدي وتعزيز مكانتها كوجهة استثمارية جاذبة في هذا المجال. في ضوء ما تحظى به من العديد من المقومات

6. العنوان الفرعي: عادة يتم استخدام العناوين الفرعية بين فقرات الموضوع الهامة، ليميز القارئ بين فقرة وأخرى، بحيث يتم تمييز العناوين الفرعية عن بقية المواضيع بالشكل والحجم. كما أنها عبارة عن تلك العناوين التي تفصل بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتكون الحاجة إليها أشد في المواضيع الطويلة لكسر حدة الرمادية الباهتة التي تكونها حروف المتن، فضلاً عن إراحة العين أثناء القراءة.

وظائف العناوين الصحفية من الناحية الإخراجية

- أ- تحقيق التوازن في بقية العناصر التيبوغرافية كالصور.
- ب- المساهمة في بناء الصفحة، وتحديد هيكلها العام.
- ج- عنصر جمالي مرتفع الكفاءة
- د- تحقيق راحة للعين أثناء عملية القراءة.
- هـ- التباين بين الدرجة الرمادية الباهتة عن طول أعمدة المتن.
- و. كسر حدة بياض أو سواد الصفحة.

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

ثانياً: أنواع العناوين الصحفية من حيث المضمون.

1. العنوان الملخص: يتضمن هذا العنوان جملة وصفية ملخصة لفكرة الحدث أى الخبر الصحفي. كما أنه عنوان يلخص فيه المحرر الخبر كله فى عبارة تُجيب على أهم سؤال من الشقيقات الستة المعروفة.

2. العنوان الاستفهامي: عادة ما تكون هذه النوعية من العناوين محرّكة لغريزة القراء، حيث تقدم الصحيفة المعلومة من خلال استفهامات القراء.

3. العنوان الاقتباسي: وهو اقتباس جملة أو فكرة هامة من الموضوع المراد نشره، وتكون هذه الجملة على لسان شخصية هامة.

4. العنوان الوصفي: وهو الذى يعطي صورة دقيقة وعميقة للموضوع

5. العنوان الموجه: هو الذى يحرص على تطبيق السياسة التحريرية وتلوين الخبر باللون الإيدلوجي للوسيلة.

أنواع عناوين الأخبار الصحفية

6. **العنوان الإخباري البحت:** لا يبرز أى من الشخصيات التى يدور حولها الخبر، ويحرص على الإجابة عن سؤال (ماذا حصل؟)
7. **العنوان الذى يبرز قيمة العدد:** وهو الذى يبرز الأعداد فى الخبر الصحفي
8. **العنوان الذى يبرز الغرابة والطرافة:** وهو الذى يُثير القراء بغرابته أو طرافته
9. **العنوان التفضيلي:** الذى يعطي لغة التفضيل لأمر ما.
10. **العنوان الذى يبرز قيمة الوقت (الزمن):** وهو إعطاء أهمية للزمن فى عنوان المادة الصحفية.
11. **العنوان الذى يستخدم الأمثلة الشعبية والأقوال المأثورة والهامة.**
12. **العنوان التعديلي:** الذى يركز على السبب والنتيجة.

شروط وقواعد كتابة عنوان الخبر الصحفى الجيد

1. يجب عن التساؤلات الستة المعروفة أو بعضها.
2. استخدام الفعل المضارع
3. يكون واضحاً محدداً مختصراً مثيراً للانتباه.
4. يتناسب مع مضمون الخبر
5. يتضمن أبرز عنصر إخباري فى الحدث.
6. سليم من الأخطاء اللغوية
7. تجنب تكرار اللفظ نفسه مرتين.
8. تجنب العناوين العامة التى تحمل مضامين غير محددة، فهى لا تشد انتباه القارئ وأيضاً تحمله على عدم الاكتراث بالخبر.
9. الابتعاد عن الخداع والتهويل
10. ينسجم مع شخصية الوسيلة وسياستها التحريرية



11. العنوان هو آخر عنصر يكتبه المحرر بعد مقدمة وجسم الخبر.
12. من الأفضل استخلاص العنوان من المعلومات الأولى في مقدمة الخبر.
13. يجب بناء العنوان من الكلمات المفتاحية التي يتضمنها الخبر.
14. يمكن استخدام الكلمات والتعبيرات الواردة في الخبر في كتابة العنوان إذا كان ذلك ضرورياً، ولكن يجب تجنب إعادة المقدمة في العنوان.
15. تجنب استخدام العبارات المنفية في العنوان إلا إذا كان الخبر يتضمن ذلك.
16. يجب أن يتضمن العنوان مفعولاً به أو إسناد.
17. يفضل استخدام فعل في السطر الأول من سطور العنوان.
18. يجب الحفاظ على الحياد في العنوان وعدم التعبير عن الرأي فيه.
19. يجب الالتزام بقواعد اللغة العربية في العنوان.
20. يجب استبعاد أدوات التعريف ومعظم الصفات والظروف من العنوان.



21. يجب أن يُثير العنوان أحد مراكز الاهتمام لدى القارئ.
22. يجب أن يتأكد المحرر من أن عنوانه سهل القراءة (مقروء)
23. يجب الاقتصاد الشديد في استخدام الاختصارات
24. التأكد من تناسب العنوان مع المساحة المخصصة له
25. يجب تجنب المبالغة في العنوان ولا بد أن يبني على الحقائق الواردة في الخبر
26. لا تستخدم اسم المتحدث في العنوان التمهيدي، فما قاله هو الأهم.
27. لا تثقل العنوان بكلمات غير ضرورية
28. لا تستخدم اللغة العامية في العنوان
29. لا تكتب العنوان في صيغة سؤال
30. لا تستخدم النقطة في نهاية العنوان.

تطبيق عملي...

كيف تحرر العنوان؟؟

لنفترض أنه طلب منك أن تخاطب وسائل الإعلام ومن ورائهم الجمهور العام بحيث تغطي قصة إخبارية حول "....."

نوع العنوان:

1. إخباري: وصول مساعدات الهلال الأحمر إلى

2. تشويقي: بعد طول انتظار.....

3. إنساني: معاناة سكان ستنتهي قريباً.

4. الرقم: 18 مليون دولار تكلفة.....
5. وصفي: جهود مضنية وراء نجاح مشروع حياة كريمة المصري فى
6. مجازي: ليل أحمر يخيم على جهود الإغاثة الدولية فى
7. استفهامي: ماذا ستفعل منظمة الصحة العالمية لتجاوز فيروس كورونا
8. اقتباسي مباشر: "فريق التدخل الوطني، الاستمرار هو هدفنا"
9. اقتباسي غير مباشر : منظمة الصحة العالمية تؤكد نجاحها فى أولى مهامها لمواجهة الوباء العالمي " فيروس كورونا"
10. تعليلي: تأخر الوصول إلى أمصال مضادة لفيروس كورونا يعرقل جهود الدول فى إغاثة ملايين المصابين

ثانياً: تحرير المقدمة

تُعد المقدمة بداية الخبر، وهي في الأخبار البسيطة غير المركبة الجملة الأولى من الخبر، أو على الأكثر الفقرة الأولى من الخبر، أما في الأخبار المركبة فقد تزيد المقدمة لتصل إلى فقرتين أو ثلاث فقرات.

وهي تتضمن أهم جوانب الخبر، وفيها يحاول المحرر أن يجيب على كل التساؤلات التي تهم القارئ وتجول بخاطره مع المفاضلة السريعة بين الإجابة على هذه التساؤلات، وطبيعي يجب أن توضح مقدمة الخبر ملامحه، وتعتبر مدخلاً للخبر أو بداية له، ولها وظيفتها ودورها الهام حيث تعتبر امتداداً تحريراً للعنوان، وتساعد في جذب اهتمام القراء لمتابعة قراءة الخبر. وتعمل على الربط بين العنوان و صلب الخبر، حيث يقدم المحرر فيها أبرز جوانب الخبر ويوضحها ويرتبها وفقاً لأهمية كل جانب، ولهذا يجب على المحرر أن يتفهم جيداً ملامح الخبر ويعي جوانبه تماماً.

مواصفات المقدمة الناجحة

1. أن تشد انتباه القارئ بحيث تدفعه إلى متابعة الخبر حتى النهاية.
2. أن لاتزدحم بالمعلومات حتى لاتتشثت ذهن القارئ وفي نفس الوقت لاتغفل الوقائع والمعلومات والبيانات، وأن تحذر من الوقوع في إبداء الرأي.
3. أن تحاول الإجابة عن الأسئلة الست المعروفة.
4. أن يكون حجم المقدمة متناسقاً مع حجم الخبر وملائماً لمضمونه.
5. أن تضم أكبر كمية من المعلومات في أقل عدد ممكن من الكلمات، بحيث تكون قصيرة.
6. أن تركز على ابراز أهم المعلومات الجديدة في الخبر

أنواع المقدمات الإخبارية

تنقسم مقدمات الأخبار الصحفية إلى عدة أنواع نوردتها على النحو التالي:

1. المقدمة الملخصة: وهي التي تلخص أهم المعلومات التي يحتويها الخبر.
2. المقدمة المقتبسة: وهي التي تقتبس أهم معلومة من تصريح مصدر الخبر وتجعلها في بداية الخبر
3. المقدمة القنبلة: وهي عادة ما تكون جملة واحدة قصيرة ولكنها مفاجئة تُثير القارئ وفيها المعلومة التي يبحث عنها وينتظرها بشغف.
4. مقدمة المثل والحكمة: وهي التي تعتمد على استخدام الأمثال الشعبية والحكم المتداولة.
5. المقدمة الطريفة: وهي التي تعتمد على إبراز عنصر الطرافة أو الغرابة في الخبر

6. **المقدمة الوصفية:** وهي التي تصف مكان الحادث وكيفية وقوعه لكي تضع القارئ في الحادث نفسه، وكأنه شاهده مع المندوب الصحفي
7. **مقدمة السؤال:** وهي المقدمة التي تحاول صياغة أهم المعلومات الواردة في الخبر على شكل سؤال.
8. **مقدمة الحوار:** وهي التي تقوم على محاولة خلق نوع من الصراع الدرامي بين أحداث الخبر، وعادة تكون في أخبار المناظرات والاجتماعات والمؤتمرات.
9. **مقدمة المجاز:** وهي التي تعتمد على استخدام الكلمات بمعان مجازية وليس بمعناها الحرفي.
10. **المقدمة التناقضية:** وهي مقدمة تقوم على تصادم الحقائق المتعارضة أو المتناقضة.

ثوابت المقدمة

1. مكان وتاريخ وقوع الحدث.

يُعد مكان وقوع الحدث وتاريخ وروده إلى الصحيفة من المكونات الرئيسية لمقدمة الخبر الصحفي، وتحرص الصحف على ذكر مكان وتاريخ الأخبار قبل أول جملة من المقدمة في حالتين، هما :

أ- إذا كانت الخبر قد وردها من خارج الدولة مثل : (واشنطن، في ٣ أكتوبر) أى أن الخبر ورد من واشنطن في يوم ٣ أكتوبر، وإذا تعددت الأماكن التي ورد منها الخبر يمكن أن يُشار في المقدمة إلى ثلاثة أماكن كحد أقصى مثل (واشنطن، القاهرة، القدس في ٣ أكتوبر).. أو أن يُشار إلى المكان الرئيسي فقط ويضاف إليه عبارة (وعواصم العالم...) إذا كان الخبر قد ورد من أكثر من ثلاثة أماكن.

ب. إذا كان الخبر قد ورد إليها من خارج المدينة التي تصدر منها، فالصحيفة التي تصدر مثلاً في القاهرة على سبيل المثال لا تذكر كلمة القاهرة في مقدمات الأخبار التي تتعلق بأحداث وقعت في العاصمة المصرية، ولكنها تذكر أسماء المدن المصرية الأخرى إذا كانت الأخبار تتعلق بها، مثل الإسكندرية... وليس من الضروري في هذه الحالة الإشارة في بداية المقدمة إلى تاريخ ورود الخبر على أساس أن الصحيفة خاصة ويومية تغطي آخر مستجدات الأخبار داخل الدولة التي وقعت قبل صدورها بساعات قليلة.

2. **مصدر الخبر:** بالإضافة إلى مكان وتاريخ وقوع الحدث درجت الصحف على ذكر اسم مصدر الخبر قبل بداية الجملة الأولى من مقدمة الخبر، وتقوم الصحف بهذا العمل لأسباب عديدة منها إضفاء مصداقية على المعلومات الواردة بالخبر وتأكيد تميز الجهاز التحريري في الصحيفة إذا كان المصدر مصدراً ذاتياً من مصادر الصحيفة، أو إخلاء مسؤوليتها عن مصداقية المعلومات الواردة بالخبر إذا كانت قد استقتته من مصادر خارجية مثل وكالات الأنباء والصحف والإذاعات الأجنبية، وأحياناً يكون ذكر اسم المصدر في بداية الخبر التزاماً قانونياً وأخلاقياً يجب أن توفيه الصحيفة في إطار تعاقدتها مع وكالات الأنباء .

Lecture No:4

ويأخذ اسم مصدر الخبر في بداية المقدمة أكثر من شكل تبعاً لمكان وقوع الحدث من ناحية، وطبيعة المصدر من ناحية أخرى، وتتمثل هذه الأشكال في:

1.الاقتصار على إسم المحرر فقط في بداية المقدمة بعد فعل (كتب) في حالة الأخبار الخاصة بالمدينة التي تصدر منها الصحيفة مثل: (كتب: أحمد محمود)، أو (كتب: أحمد محمود، ومصطفي محمد) وفي هذه الحالة لاتذكر الصحيفة مكان أو تاريخ وقوع الحدث في بداية المقدمة، كما يلاحظ أن بعض هذه الأخبار لا يذكر في مقدمتها اسم المحرر لأسباب عديدة منها وجود تقليد لدى الصحيفة يقضي بعدم ذكر اسم المحرر أكثر من مرة واحدة في الصفحة الواحدة، أو اشتراك أكثر من محرر في جلب الخبر.



Lecture No 4



2. ذكر اسم مراسل الصحيفة الذى وافاها بالخبر بعد مكان وقوع الحدث مباشرة وذلك فى حالة ورود الخبر من خارج المدينة التى تصدر فيها الصحيفة أو من خارج الدولة، مثل (باريس: من محمد محمود...) وفى هذه الحالة لا يشار إلى تاريخ وقوع الحدث فى المقدمة.

3. ذكر اسم مراسل الصحيفة واسم وكالة الأنباء إذا كانت الصحيفة قد جمعت فى الخبر بين المعلومات التى وافاها بها مراسلها وبين معلومات قد وردت فى برقيات وكالة أنباء مثل (باريس من محمد محمود ورويترز) وفى حالة تعدد وكالات الأنباء التى استفادت الصحيفة بمعلوماتها فإنها تضيف إلى اسم مراسلها عبارة (وكالات الأنباء) مثل (باريس من محمد محمود ووكالات الأنباء...) وفى هذه الحالة أيضا يفضل عدم ذكر تاريخ وقوع الحدث طالما أن مراسل الصحيفة شارك فى جمع معلوماته.

4. ذكر الاسم المختصر لووكالة الأنباء التي تم استقاء الخبر منها بعد مكان وقوع الحدث وقبل التاريخ مثل (واشنطن : أ.ف.ب في ١٣ أكتوبر...) ويتم إضافة اسم الوكالة الثانية إذا كانت الصحيفة قد استقت تفاصيل الخبر من وكالتين للأنباء بالطريقة نفسها (واشنطن: أ.ف.ب)، (أ.ف.ب في ١٣ أكتوبر...)

5. ذكر عبارات وكالات الأنباء إذا كانت الصحيفة قد استقت الخبر من أكثر من وكالتين للأنباء مثل (لندن، وكالات الأنباء...) أو (لندن: الوكالات...)

6. إسناد الخبر في مطلع المقدمة إلى الصحيفة أو المحطة الإذاعية أو التلفزيونية أو موقع الإنترنت التي تم الحصول منها على الخبر مثل (ذكرت صحيفة الأهرام القاهرية أمس أن ...) أو (قالت الواشنطن بوست أمس أن ...) أو (قالت قناة الجزيرة أمس....) وذلك في حالة ما إذا كان المصدر الرئيسي للخبر هو صحيفة أو محطة تلفزيونية أو محطة إذاعية أو موقع الكتروني. وتميل بعض الصحف خاصة الأسبوعية منها والمجلات الإخبارية إلى عدم الإشارة إلى مصدر الخبر في بداية المقدمة وتوَّجِّل الإشارة إلى الفقرة الثانية من المقدمة أو إلى جسم الخبر

Lecture No:4

ثالثاً: الأنماط الفنية فى تحرير جسم الخبر

تحرر الأخبار وفقاً لعدد من الأنماط التى أثبتت الخبرة فائدتها فى نقل المعلومات إلى قراء الصحيفة، ومع هذا فإن فى كتابة الأخبار مساحة من الإبداع تترك لإمكانات كل محرر. فتحرير الأخبار يتطلب من المحرر الالتزام بأنماط التحرير الخبرية المحددة، كما يتطلب أيضاً القدرة على التخيل ونفاذ البصيرة والتذوق الفني.

ويمكن القول أن تحرير الأخبار هو أكثر أنواع التحرير مرونة وقابلية للابتكار، خاصة فى ظل التدفق الإخباري الهائل الذى وفرته شبكة الإنترنت وتنوع القائمين بالاتصال فى المجال الإخباري وتنوع خلفياتهم وطرقهم فى التحرير، ومع هذا فإن هناك قواعد أساسية لتحرير الأخبار يجب على الصحفيين المحترفين – على الأقل- الالتزام بها.



Lecture

No:4

الترتيب الأساسي للأخبار الصحفية:

تحرر الأخبار وفقاً لأنماط متعددة، ويتكون فيها الخبر من ثلاثة أجزاء أساسية هي (المقدمة- وجسم الخبر- والخاتمة).

ورغم تعدد طرق تحرير مقدمة الخبر، فإن المقدمة الملخصة هي أكثر أنواع المقدمات استخداماً لكونها تجيب عن الأسئلة الخبرية الستة أو أكبر عدد منها. أما جسم الخبر فإنه يفصل ما جاء في المقدمة من معلومات، وإذا كانت بعض الأخبار لا تحتاج إلى خاتمة، فإن البعض الآخر قد يحتاج إلى خاتمة تحمل العبرة من الخبر أو تؤكد على بعض النقاط الواردة فيه.

القوالب الفنية لكتابة الخبر الصحفي

الهرم المقلوب Inverted Pyramids



١. **قالب الهرم المقلوب:** يمثل هذا القالب أكثر أنماط الأخبار شيوعاً وأكثرها استخداماً في وسائل الإعلام الخبرية المختلفة. ويناسب هذا النمط الأخبار البسيطة التي تدور حول حدث واحد أو تتضمن واقعة واحدة، وتعالج موضوعاً واحداً أو فكرة واحدة. كما أنه يستخدم كثيراً في الأخبار الجادة أو الساخنة.

ويتميز هذا القالب بأنه يُتيح للقارئ الحصول على المعلومات الهامة بسرعة في الحدث، كما يتميز بسهولة اختيار عناوين الأخبار من المقدمة، باعتبار أنها تلخص أهم ما في الخبر. هذا بالإضافة لكونه يساعد القارئ المتعجل على الإكتفاء بقراءة الخبر فيحصل على خلاصته. ولكن يعيبه أنه على القارئ استكمال قراءة الخبر كاملاً طالما حصل على المعلومات المهمة في بداية الخبر.

ويتكون هذا القالب من مقدمة ملخصة تتولى طرح النقطة المركزية في الخبر، ثم تتوالى بعدها فقرات الخبر من الأهم إلى الأقل أهمية، حيث تأتي المعلومات الأكثر أهمية بعد المقدمة مباشرة. بينما تأتي المعلومات الأقل أهمية في نهاية الخبر، وقد تكون المقدمة جزءاً أصيلاً من الخبر. وفي هذه الحالة فإنها تتضمن أهم معلومة يتضمنها الخبر ولا يضم هذا النمط خاتمة الخبر، إذ ينتهي الخبر بفقرته الأخيرة التي

تحتوي أقل معلوماته أهمية من وجهة نظر المحرر.

2. قالب الهرم المتدرج: يقوم هذا القالب على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج، وهو بذلك يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، بحيث يكون الخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح فى الخبر، ثم يأتي بعدها جسم الخبر فى شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التى يدور حولها الخبر لتؤكد ما سبق وشرحته الفقرة السابقة. وهكذا يكون ترتيب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها بحيث يبدأ بالتصريح الأهم، ثم التصريح المهم ثم التصريح الأقل أهمية وهكذا. ويقوم هذا الهرم المتدرج على أساس المزاوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة، ففي المستطيلات الصغيرة أقوال مقتبسة من المصدر فى حين تلخص المستطيلات الكبيرة جانب من جوانب النص الخبري وتشرحه للقراء.

ويعتبر قالب الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية فى كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات، كما هو الحال بالنسبة للمؤتمرات الصحفية، والخطب والاحتفالات العامة والبيانات السياسية.

المقدمة	أهم تصريح للمصدر
	أقوال مقتبسة
الجسم	ملخص يشرح جانب من التصريح
	أقوال
الخاتمة	ملخص وشرح
	أقوال
	ملخص وشرح
	قالب الهرم المقلوب المتدرج

3. قالب الهرم المعتدل: يقوم هذا القالب الفني على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي

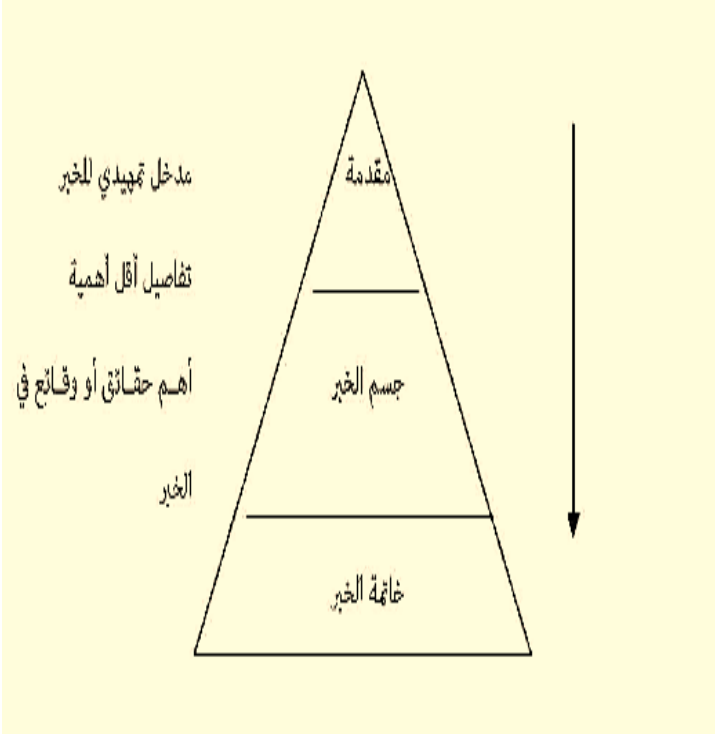
بالبناء المعماري للهرم المعتدل، بحيث ينقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء:

أ. مقدمة: تحتل قمة الهرم وهي مدخل يمهد لموضوع الخبر، وإن كانت لا تحتوي على أهم ما في الخبر.

ب. جسم الخبر: وهو يحتل جسم الهرم وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث.

ج. خاتمة الخبر: وهي تحتل قاعدة الهرم.

وفي هذا القالب الفني يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية، ثم بعد ذلك تأتي التفاصيل الأكثر أهمية، حيث يفاجئ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر أو نتيجته وذلك في خاتمة الخبر، وهذا القالب يستخدم في القصص الإخبارية الإنسانية والمثيرة.



➤ خاتمة..

ختامًا، يظل التحرير الصحفي للأخبار بمثابة العمود الفقري لوسائل الإعلام، حيث يتولى مهمة تقديم المعلومات بشكل دقيق وموضوعي، ويعمل على تصفية الأخبار من الشائعات والتضليل. فهو يساهم في توجيه الرأي العام وتشكيل الوعي الجماهيري بطريقة مسؤولة ومهنية. بالإضافة إلى ذلك، يعزز التحرير الصحفي الثقة بين القراء ووسائل الإعلام، مما يؤدي إلى تعزيز الديمقراطية والشفافية في المجتمع. لذا، فإن المحرر الصحفي تقع على عاتقه مسؤولية كبيرة في تقديم المعلومات بشكل صحيح وموضوعي، وتشكيل رأي عام مدرك ومتوازن.

➤ المصادر والمراجع:

١. محمد زين عبد الرحمن، مقدمة في الصحافة، دار الكتاب الجامعي، جامعة النهضة، كلية الإعلام والعلاقات العامة، 2016
٢. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
٣. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2001.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

فن التقرير الصحفي

Prepared by Dr. shereen farouk



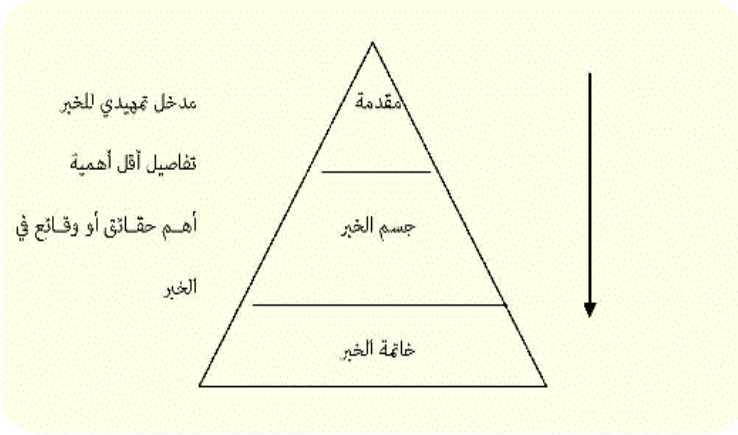
Remember
Lecture 4



Lecture
No : 5

- مفهوم التحرير الصحفي.
- تحرير الأخبار: التساوؤلات الستة
- بنية الخبر الصحفي (العنوان، المقدمة، الجسم، الخاتمة).
- 1. وظائف عنوان الخبر الصحفي
- أنواع عنوان الخبر الصحفي
- أولاً: أنواع العناوين من حيث الشكل الإخراجي
- ثانياً: أنواع العناوين الصحفية من حيث المضمون.
- 2. تحرير المقدمة، وأهم مواصفاتها، وأنواعها، وثوابتها.
- 3. الأنماط الفنية في تحرير جسم الخبر
- 4. القوالب الفنية لصياغة الخبر الصحفي.





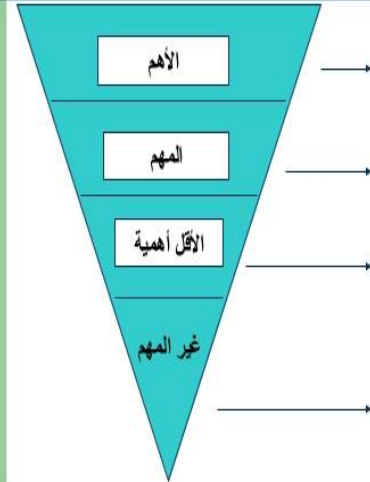
المقدمة	أهم تصريح للمصدر
	أقوال مقتبسة
الجسم	ملخص يشرح جانب من التصريح
	أقوال
الخاتمة	ملخص وشرح
	أقوال
	ملخص وشرح

قالب الهرم المقلوب المتدرج

قالب الهرم المقلوب المتدرج

قالب الهرم المقلوب المتدرج

الهرم المقلوب



- المعلومات الأكثر أهمية في الخبر
- المعلومات المهمة في الخبر
- المعلومات الأقل أهمية في الخبر
- المعلومات غير المهمة في الخبر

قالب الهرم المقلوب المتدرج

قالب الهرم المقلوب المتدرج

أقسام الخبر

العنوان

المقدمة

المتن



➤ تمهيد..

1. مفهوم التقرير الصحفي

2. الفرق بين التقرير الصحفي والخبر الصحفي

3. الفرق بين التقرير الصحفي، والحوار الصحفي

4. الفرق بين التقرير الصحفي والفن الصحفي

5. الفرق بين التقرير الصحفي والتحقيق الصحفي

6. أنواع التقرير الصحفي

7. محاور التقرير الصحفي

8. عناصر التقرير الصحفي

9. كيفية كتابة التقرير الصحفي

10. مواصفات كتابة التقرير الصحفي الجيد

➤ خاتمة.

➤ مراجع ومصادر.

➤ تمهيد...

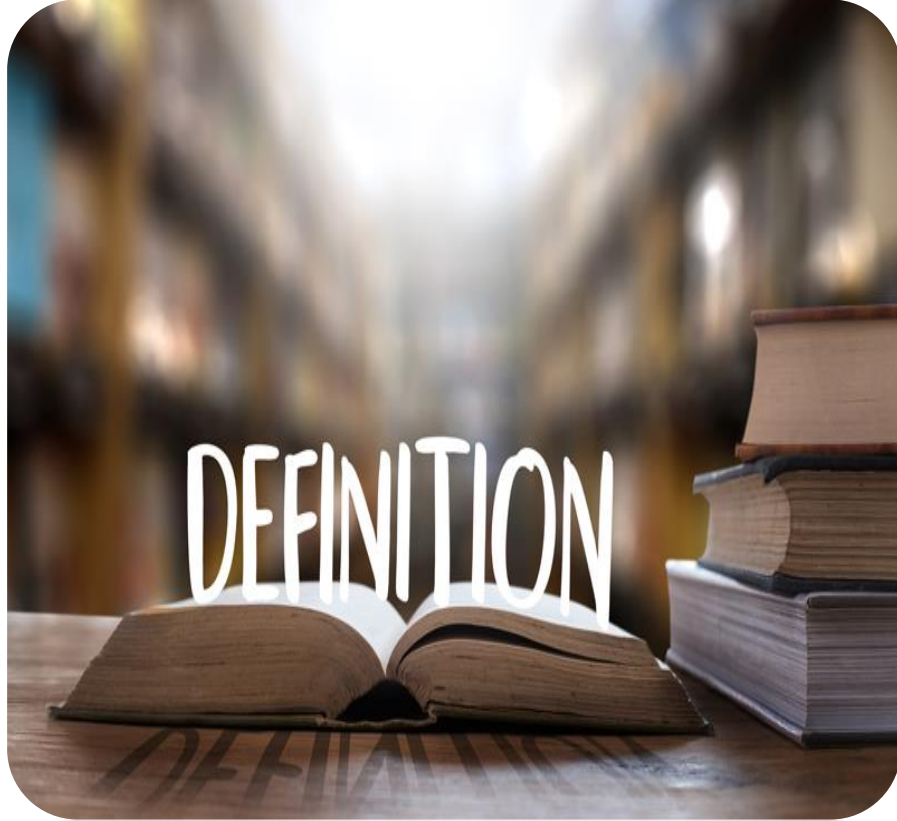
كتابة التقرير الصحفي مهمة ديناميكية تعتمد على اختيار موضوع جيد ومثير لاهتمام القراء ووضع عنوان جذاب له لضمان المزيد من التشويق وتعزيز رغبة القارئ بالاطلاع على المحتوى، ومن ثم الاستهلال بمقدمة شيقة تستكمل مهمة ما سبق في إثارة فضول القارئ لمعرفة ما هو قادم.

يرتكز هذا النوع من أنواع الكتابة الصحفية على البساطة والسهولة اللغوية ليضمن وصول معلوماته إلى جميع القراء، هذه المعلومات المسرودة في العرض بطريقة احترافية وموثقة بحوارات مع أشخاص مرتبطين بالقضية التي يدور التقرير الصحفي حولها. وغالباً ما يُختتم أي تقرير صحفي بتوصيات أو رأي للكاتب توصّل إليه من خلال ما طرحه أو تلخيص للنتيجة التي يرمي كاتب التقرير الصحفي الوصول إليها في ختام القول.

NEWS REPORT

Royalty Free Footage Clips

1. مفهوم التقرير الصحفي



Lecture
No.5

التقرير الصحفي عبارة عن فن من فنون الكتابة الصحفية، تأتي فيها الكثير من الأخبار. لكن يوجد بعض الأخبار التي تحتاج كتابتها إلى التفصيل الدقيق والتركيز على معظم النقاط الهامة الموجودة في الخبر. سواء كان هذا الخبر حدث مهم أو قضية، فالتقرير الصحفي يعمل على وصف الحدث الواقع بطريقة تفصيلية، وعرضها بشكل كامل وبطريقة ديناميكية.

والتقرير الصحفي يأخذ القضية أو الحدث من كل الجوانب الجوهرية عن طريق الزمان والمكان. بالإضافة إلى عمل شرح تفصيلي لحدوث تلك القضية بشكل واضح وسليم. وبلغة سهلة تساعد على جذب انتباه القارئ لكي يقوم بقراءة القضية بالكامل.



يراعي أي تقرير صحفي في عرضه الإجابة عن تساؤلات ستة في

صدد تغطية أبعاد الحدث، وهي "متى؟ وأين؟ ومن؟ وكيف؟ وماذا؟ ولماذا؟"،

فلكل واحد من هذه الأسئلة دلالة محددة؛ "متى" تدل على الزمان، و"أين" تدل

على المكان، و"من" تدل على الأطراف الفاعلة، و"ماذا" تدل على نوع الحدث،

و"كيف" تدل على كيفية وقوع الحدث، و"لماذا" تدل على أسباب الحدث.

عند الإجابة عن هذه التساؤلات بطريقة ديناميكية موثقة بأدلة من أقوال

الأشخاص المعنيين نكون قد صنعنا تقريراً صحفياً جيداً بشرط استخدامنا

لأسلوب بسيط وجذاب للقارئ معتمد على الجمل القصيرة والواضحة ومرفق

بوجهة نظر الكاتب في ختام القول.

2. الفرق بين التقرير الصحفي، والخبر الصحفي

التقرير الصحفي والخبر الصحفي هما نوعان مختلفان من الأشكال الصحفية التي تستخدم في وسائل الإعلام المطبوعة والمتعددة الوسائط. وعلى الرغم من أنهما قد يشتركان في الهدف العام وهو نقل المعلومات والأحداث الجديدة، إلا أنهما يختلفان في الطريقة التي يتم بها تقديم الأخبار وتنظيم المعلومات. إليك الفروق الرئيسية بينهما:

➤ الخبر الصحفي

- يقدم الأحداث والمعلومات بشكل مباشر ومختصر.
- غالبًا ما يتم تنظيم الخبر الصحفي بحيث يتضمن المعلومات الرئيسية في الجزء الأول من الخبر، وتتبعه التفاصيل الإضافية في الأجزاء التالية.
- يتميز بالموضوعية والتوجيه الواضح للمعلومات.
- غالبًا ما يكون الخبر الصحفي مكتوبًا بأسلوب مباشر وواضح، مع تجنب التعبيرات الشخصية والتقديرية.



Lecture No:5

2. الفرق بين التقرير الصحفي، والخبر الصحفي

➤ بينما التقرير الصحفي

- قد يكون أكثر تفصيلاً وشمولاً من الخبر الصحفي.
- يقدم التقرير الصحفي تحليلاً أعمق للأحداث والظروف المحيطة بها، وقد يشمل آراء الخبراء أو التعليقات.
- غالباً ما يحتوي التقرير الصحفي على مزيد من البيانات والإحصائيات لدعم المعلومات المقدمة.
- قد يشمل التقرير الصحفي على تحقيقات مطولة أو تحقيقات خاصة تتطلب وقتاً أطول للتحضير والكتابة.
- بشكل عام، يمكن القول إن الخبر الصحفي يركز بشكل أساسي على تقديم المعلومات بشكل سريع ومباشر، في حين يعطي التقرير الصحفي مزيداً من العمق والتحليل للأحداث والقضايا.

**NEWS
REPORT**

Lecture No:5

3. الفرق بين التقرير الصحفي، والحوار الصحفي



الحوار الصحفي يعتمد على عمل لقاء بين المحرر الصحفي وصاحب الحدث أو القضية.

لكن التقرير الصحفي قد لا يحتاج لأي لقاءات أو حتى مقابلة، فكل ما يحتاج إليه هذا التقرير هو توافر المعلومات.



Lecture No:5

4. الفرق بين التقرير الصحفي والفن الصحفي



- الفن الصحفي يهتم بكافة تساؤلات المجتمع ومكان وزمان وقوع الحدث، لكن التقرير الصحفي يعتمد على تفسيرات الواقعة، والإجابة على سؤال واحد وهو السبب الذي أدى لوقوع هذه القضية.

- يتصف الفن الصحفي بالجدية والسرعة الكبيرة الخاصة بطريقة نشره، بينما التقرير الصحفي لا يهتم بسرعة نشره، فهو يعتمد على تحليل وتفسير القضية، بالإضافة إلى الطريقة الخاصة بالحصول على أكبر كمية من البيانات التي تعمل على دعم ذلك التقرير، كما أن التقرير الصحفي يوضح شخصية كاتبه ووجهة نظره، لكن الفن الصحفي لا يهتم بتوضيح وجهات النظر.

- التقرير الصحفي يهتم بالقضية من عدة زوايا، كما أنه يهتم بجمع البيانات من أكثر من مصدر، بينما الفن الصحفي لا يهتم بجمع المعلومات، كما أنه ينظر للقضية من جهة واحدة.

5. الفرق بين التقرير الصحفي والتحقيق الصحفي

- التحقيق الصحفي يكون بحاجة إلى تعمق أكبر من التقرير، ويكون له قوانين لا يصح تجاوزها، بينما التقرير الصحفي يكون اعتماده على الآراء الصحفية.

- التحقيق الصحفي يجب أن يقوم بإقناع القارئ بكافة أحداث القضية أو حتى الحدث، لكن التقرير الصحفي لا يهتم بالإقناع بالقضية وذلك لأن اعتماده يكون على رأي الكاتب.

- التقرير الصحفي يتم كتابته بشكل بسيط للغاية، بينما التحقيق يكتب بطريقة بسيطة لكن عميقة عن التقرير.

- التحقيق الصحفي يحتاج إلى دراسات وأبحاث حتى يتم كتابته.



تفاصيل وضع حجر الأساس للمرصد الفلكي.. الأكبر في الشرق الأوسط

الثلاثاء، 27 فبراير 2024 09:00 ص



المرصد الفلكي

كتب محمود راغب

أضف تعليقاً وقرأ تعليقات القراء



مشاركة

الجيل واحد من بين أعلى عشرين قمة جبلية في الأراضي المصرية.. ومخطط لإنشاء مدينة فلكية متكاملة تشكل الرصد البصري والفلك الراديوي

في خطوة جديدة نحو وضع مصر على خريطة العالم مرة أخرى في عمليات الرصد الفلكي، وضع الممهد القومي للبحوث الفلكية والجيوفيزيقية، حجر الأساس للمرصد فلكي جديد يحمل اسم (مرصد سيناء الفلكي)، ويستقر فوق أحد جبال جنوب سيناء، وذلك بحضور رئيس قسم الفلك وأعضاء لجنة اختيار موقع المرصد.



6. أنواع التقرير الصحفي

1. التقرير الحي، هذا التقرير يعمل على تقديم

حدث معين بطريقة حية وعمل بث مباشر. ويعمل

على توضيح صورة الحدث دون أن يتم التكلم.

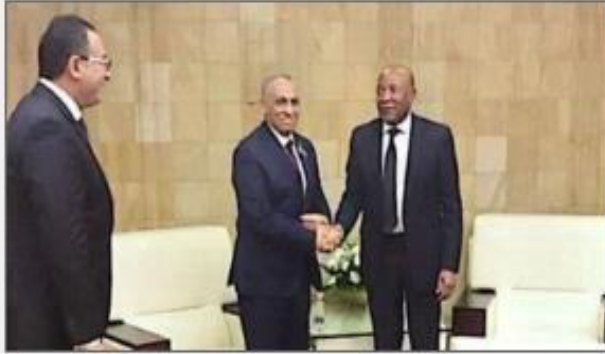
وذلك لأن الصورة تشرح التفاصيل بشكل كامل.

TYPES

Lecture
No: 5

الفريق محمد حجازي يشارك في مراسم حفل تأبين رئيس جمهورية ناميبيا

الإثنين، 26 فبراير 2024 07:37 م



الفريق محمد حجازي يشارك في مراسم حفل تأبين رئيس جمهورية ناميبيا

كتب أحمد جمعة

اضف تعليقاً واقرأ تعليقات القراء



مشاركة

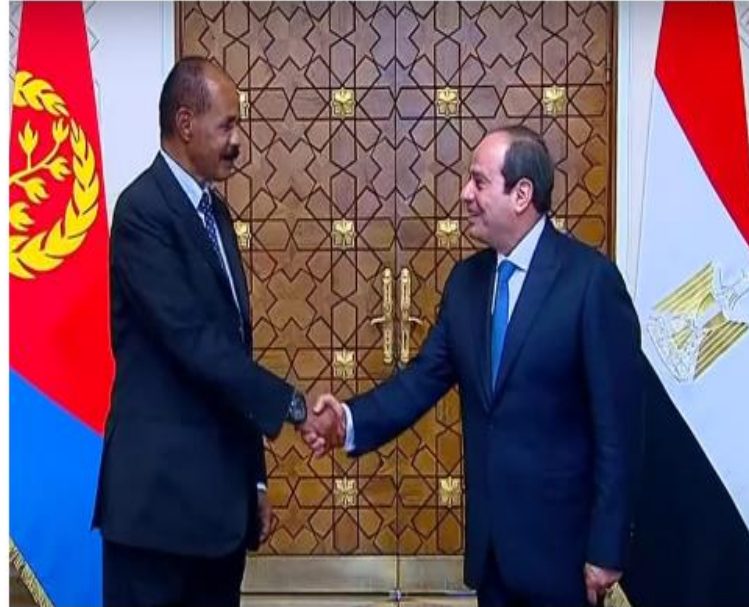
شارك الفريق محمد حجازي عبيد الموجود، ممثل رئيس الجمهورية في مراسم حفل تأبين وجنازة د. هاجي جاينجوب رئيس جمهورية ناميبيا الراحل خلال يومي 24 و 25 فبراير الجاري، وهو الأمر الذي لاقى قبولاً وتقديراً لدى جميع المسؤولين في ناميبيا، حيث قام الفريق ببقاء وتقديم واجب العزاء إلى أعضاء الحكومة والسيدة الأولى لناميبيا، بحسب ما نشرته وزارة الخارجية في بيان لها.

2. التقرير الشخصي: هذا التقرير يعمل على تقديم شخصية من الشخصيات الهامة.

والتي ترتبط بشكل مباشر بحدث معين، مثلاً استلام شخص منصب رئيس الوزراء في دولة معينة. حيث يقوم الصحفي بعمل تقرير صحفي عن هذه الشخصية بطريقة كاملة ومختصرة.

مصر وإريتريا.. علاقات أخوية قوية مبنية على الاحترام المتبادل

24-2-2024 | 12:08



الرئيس السيسي خلال استقباله الرئيس الإريتري



وسام عبد الحليم

ترتبط مصر بعلاقات تاريخية مع إريتريا، وكان لمصر الدور الأكبر في دعم وتأييد الثورة الإريترية حتى تحقيق الاستقلال الوطني الإريتري في عام ١٩٩٣.

موضوعات مقترحة



وظلت مصر طيلة فترة الكفاح المسلح علي علاقات قوية مع فصائل الثورة الإريترية، وبعد استقلال إريتريا، شاركت مصر في التهنئة بإعلان الاستقلال وإرساء أسس قوية لتطوير العلاقة المستقبلية وتنمية التعاون بين البلدين في كافة المجالات.

وتعد العلاقات بين مصر وإريتريا من أكثر العلاقات تميزا ويمكن وصفها بالعلاقات الأخوية المبنية على الاحترام المتبادل، واتسمت العلاقات المصرية الإريترية بدرجة عالية من التميز على مر التاريخ وبدأ ذلك من ما قبل استقلال إريتريا عام ١٩٩١، حيث جاءت التحركات المصرية لتعكس اعترافا بإريتريا ككيان منفصل عن الكيان الإثيوبي آنذاك.

وظلت مصر طيلة فترة الكفاح المسلح علي علاقات قوية مع فصائل الثورة الإريترية، وبعد استقلال إريتريا، شاركت مصر في التهنئة بإعلان الاستقلال وإرساء أسس قوية لتطوير العلاقة المستقبلية وتنمية التعاون بين البلدين في كافة المجالات.

وتعد العلاقات بين مصر وإريتريا من أكثر العلاقات تميزا ويمكن وصفها بالعلاقات الأخوية المبنية على الاحترام المتبادل، واتسمت العلاقات المصرية الإريترية بدرجة عالية من التميز على مر التاريخ وبدأ ذلك من ما قبل استقلال إريتريا عام ١٩٩١، حيث جاءت التحركات المصرية لتعكس اعترافا بإريتريا ككيان منفصل عن الكيان الإثيوبي آنذاك.

ترتبط مصر بعلاقات تاريخية مع إريتريا، وكان لمصر الدور الأكبر في دعم وتأييد الثورة الإريترية حتى إنجاز مشروع الاستقلال الوطني الإريتري، وكانت مأوى للاجئين من الزعماء الوطنيين إدريس محمد اداه، إبراهيم سلطان وقبيلة للطلاب، وظلت طيلة فترة الكفاح المسلح علي علاقات مبنية مع فصائل الثورة الإريترية، وبعد التحرير ساهمت في تكاليف الاستفتاء، وقامت مصر بزيارة رسمية لإريتريا للتهنئة بإعلان الاستقلال وإرساء أسس قوية لتطوير العلاقة المستقبلية وتنمية التعاون بين البلدين في كافة المجالات. كما ترتبط الدولتان بعلاقات قوية عبر بعض الآليات التي تضمهما ودول أخرى ومن تلك الآليات جامعة الدول العربية، والكويسا ومنظمة حوض النيل.

كان لمصر اهتمام ملحوظ بالقضية الإريترية بدءاً من الأربعينيات في القرن الماضي، وتبلور ذلك في اتخاذ القاهرة موقفاً لتأسيس جبهة التحرير الإريترية في يوليو ١٩٦٠، ومن قبل كانت قد افتتحت إذاعة لقادة الثورة عام ١٩٥٤ بالقاهرة ليكون منبرا لإثارة الروح الوطنية بين الإريتريين، وبعد انطلاق الثورة كانت مصر من أوائل البلدان التي ساندتها وقدمت لها مختلف أنواع الدعم السياسي والمادي والتعليمي، حيث قدمت مصر وإلى الآن العديد من المنح الدراسية والجامعية للإريتريين المتواجدين واللاجئين على أرض مصر.

كما أبدت مصر في منتصف السبعينيات فكرة الحكم الذاتي في إطار اتحاد فيدرالى مع إثيوبيا، وعقب زيارة سياسي أفريقي أمين عام الحكومة الإريترية (آنذاك) للقاهرة عام ١٩٩١ رحبت مصر بإقامة علاقات دبلوماسية بين البلدين ليكون هناك قناة شرعية بين القاهرة وأسمرة.

الزيارات الرسمية

في ١٧/٢٠٢٠ قام الرئيس الإريتري أسياش أفورقي، رئيس إريتريا بزيارة مصر، استقبله الرئيس عبد الفتاح السيسي، بحث الرئيسان آخر التطورات الإقليمية ذات الاهتمام المشترك، خاصة فيما يتعلق بملفات القرن الإفريقي وأمن البحر الأحمر، تم التوافق على تعزيز التنسيق والتشاور المشترك لمتابعة تلك التطورات، وذلك دعيمًا للأمن والاستقرار الإقليمي.

وفي ١٩/١٢/٢٠٩ وصل الرئيس الإريتري أسياش أفورقي، الرئيس الإريتري، في زيارة إلى القاهرة استغرقت يومين، التقى خلالها مع عدد من المسؤولين، لبحث العلاقات الثنائية بين البلدين، فضلاً عن مستجدات الأوضاع في القارة الأفريقية والقضايا ذات الاهتمام المشترك، كما بحث أفورقي تعزيز التعاون الثنائي في القطاعات المختلفة، ومنها الزراعة واستغلال الثروات الحيوانية والسلمية والبنية التحتية والتجارة.

– في ١٨/١٢/٢٠٩ قام الرئيس الإريتري أسياش أفورقي بزيارة القاهرة التقى خلالها الرئيس عبدالفتاح السيسي، لمناقشة تطور العلاقات الثنائية بين البلدين، ومستجدات الأوضاع في دول حوض النيل، ومنطقة القرن الأفريقي، وتطورات القضايا الإقليمية والدولية المشتركة.

– في ٢١/١٢/٢٠٩ استقبل الرئيس عبد الفتاح السيسي الرئيس الإريتري أسياش أفورقي في القاهرة حيث بحث الرئيسان سبل تنمية وتطوير العلاقات الثنائية بين البلدين وتطورات الأوضاع في أفريقيا ومنطقة القرن الأفريقي.

في ٢٤/١٢/٢٠٩، قام الرئيس أسياش أفورقي بزيارة لمصر والتقى الرئيس عبدالفتاح السيسي حيث استعرض الجانبان تطورات الأوضاع في القارة الأفريقية لا سيما فيما يتعلق بمكافحة الإرهاب والفكر المتطرف والقرصنة، حيث اتفقت رؤى الرئيسين السيسي وأفورقي على ضرورة دعم التعاون والتنسيق بين الدول الأفريقية في هذا الصدد وبما يحقق السلام والأمن والاستقرار بالقارة الأفريقية.

3. التقرير الإخباري

هذا التقرير يعمل على تقديم المعلومات المتعلقة بحدث معين بكل بياناته. أي يتم القيام بعرض كل جوانب الموضوع.

- والتقرير الإخباري يقدم ما لا يقوم الخبر الصحفي بتقديمه.

- والتقرير الإخباري يتصف بعدم التحيز خلال عرض البيانات والمعلومات المتعلقة بالحدث. وهذا يعني بأنه يتصف بالموضوعية.

7. محاور التقرير الصحفي

التقرير الصحفي يعتمد على عدة محاور سوف نقوم بالتعرف عليها الآن من خلال النقاط التالية:

1. العنوان:

يعتبر العنوان أكثر جاذبية بالنسبة للقارئ، وذلك لأنه يعمل على لفت نظر القارئ ويشجعه على القراءة. كما أن العنوان يعتبر آخر ما يتم كتابته في التقرير الصحفي. فهو يعمل على خدمة الصحفي بطريقة كبيرة. فعن طريقه يتمكن الصحفي من الاعتماد على زاوية محددة من الموضوع وتوضيحها.





2. المقدمة

المقدمة وتكون عبارة عن تمهيد للموضوع الذي يتم كتابته

في التقرير. ويلزم أن تجذب المقدمة انتباه القارئ حتى يكون

لديه رغبة في إكمال قراءة التقرير.



3. الموضوع

يحتوي على كل المعلومات والإثباتات بطريقة منطقية. حتى يتم دعم موضوع التقرير، لهذا السبب يجب أن يتصف الموضوع بالوضوح والمنطقية.



4. الخاتمة

تحتوي على كل النتائج التي تم الوصول إليها، مع
القيام بتوضيح وجهة نظر الكاتب. لكن يشترط أن
تكون واقعية وصادقة

8. عناصر التقرير الصحفي



عند كتابة تقرير صحفي جيد لا بد من استيفاء جميع عناصر التقرير الصحفي في عملية الكتابة، وإنَّ عناصر التقرير الصحفي هي ما يأتي:

1. السرد:

يُعدُّ السرد من أهم عناصر التقرير الصحفي، وهو ما يميز التقرير الصحفي عن الخبر؛ فالخبر يتسم بالإيجاز والسرعة، أما التقرير الصحفي فيجب أن يكون شاملاً وموضوعياً في تناول الحدث أو الظاهرة التي يتكلم عنها وأن يتناول جميع الأشياء والأحداث المحيطة بها بأسلوب بسيط وواضح.



2. مَنْ؟ وماذا؟ ولماذا؟ ومتى؟ وأين؟ وكيف؟

تشكل هذه التساؤلات عنصراً هاماً من عناصر التقرير الصحفي، وتمثل إجاباتها التغطية الشاملة للحدث أو الظاهرة، فهي تجيب عن مكانها وزمانها وأسبابها وكيفية تفاعلها وتفصيلها.



3. الحوار:

هو العنصر الثالث من عناصر التقرير الصحفي، ومن خلاله يتقصى الصحفي المُعد للتقرير تفاصيل أوسع وأشمل عن الظاهرة، وذلك عن طريق سؤال الأشخاص المعنيين أو المتأثرين بها لمعرفة آرائهم وتطلعاتهم.



4. المراقبة والتحليل:

هو العنصر الرابع من عناصر التقرير الصحفي وهو الذي يسمح للصحفي المُعد للتقرير بمراقبة تفاصيل مكان الحدث والتقاط المعلومات منه وتحليلها، وذلك من أجل بناء رأيه الشخصي في الحدث وصياغة وجهة نظره بوصفها نتيجة في نهاية التقرير الصحفي.

4. المراقبة والتحليل:

هو العنصر الرابع من عناصر التقرير الصحفي وهو الذي يسمح للصحفي المُعد للتقرير بمراقبة تفاصيل مكان الحدث والتقاط المعلومات منه وتحليلها، وذلك من أجل بناء رأيه الشخصي في الحدث وصياغة وجهة نظره بوصفها نتيجة في نهاية التقرير الصحفي.

9. كيفية كتابة التقرير الصحفي.



لمعرفة كيفية كتابة التقرير الصحفي لا بد من اتباع مجموعة من الخطوات، هذه الخطوات هي مراحل تجتمع لتشكل ما يسمى التقرير الصحفي، ومن أجل معرفة كيفية كتابة تقرير صحفي بشكل جيد واحترافي لا بد من عبور المراحل الآتية:

1. اختيار الموضوع الهام:

لمعرفة كيفية كتابة تقرير صحفي لا بد من اختيار موضوع هام، ويشترط على الصحفي الراغب بإعداد تقرير صحفي جذاب ورائج بين القراء اختيار موضوعات هامة تلامس أفكار الناس ومعاناتهم ليقوم بتسليط الضوء عليها ومعالجتها، ومن الضروري أن يكون التقرير الصحفي هادفاً أو له فائدة معرفية للمجتمع ولا يكون عبارة عن موضوعات بعيدة عن روح الواقع.



2. إجراء المقابلات:

من أجل كتابة تقرير صحفي لا بد من الاستماع لآراء الناس ووجهات نظرهم عن الموضوع المختار؛ وذلك لأنَّ التقرير الصحفي لا يهدف إلى أن يكون تقرير رأي للكاتب؛ بل يجب أن يكون مدعوماً وموثقاً من قبل أشخاص مرتبطين بالحدث، فعند كتابة تقرير صحفي عن انفجار مرفأ بيروت مثلاً لا بد من استطلاع آراء السكان القاطنين بالقرب من مكان الحادثة، إضافة إلى آراء ذوي الضحايا والكوادر الطبية والمسعفين والسياسيين وخبراء المواد المتفجرة وما إلى ذلك من أناس متصلين بالحادثة اتصالاً مباشراً أو غير مباشر.



3. تحليل المعطيات:

قبل البدء بكتابة التقرير الصحفي لا بد من تأمل المعطيات الموجودة وتحليلها وربطها ببعضها بعضاً للوصول إلى اتساق سلس ومنطقي فيما بينها، وكلما ازدادت مدة "تخمير" الأفكار والمعطيات في الذهن خرجت بجودة واحترافية عالية، وخلاف ذلك صحيح فإذا ما تم إنجاز التقرير الصحفي بوقت قصير فقد ينعكس ذلك على شكل جودته.

4. الشروع بكتابة المقدمة:

الآن وقد اخترنا الموضوع الجيد وجمعنا عينات من آراء المعنيين وفكرنا ملياً في المعلومات، حان وقت الشروع بالكتابة التي نبدؤها باستهلال كتابة التقرير الصحفي بمقدمة شيقة توضح للقارئ الموضوع الذي سيتم تناوله في عرض التقرير الصحفي وتجذب اهتمامه ليستكمل القراءة، ومن الضروري جداً التوكيد على هذه النقطة؛ وذلك لأنّ كثيراً من التقارير الصحفية لم تنل نصيبها الذي تستحقه من القراءة على الرغم من غناها والجهد المبذول في إعدادها بسبب مقدماتها الهشة أو التقليدية التي لم تستطيع لفت اهتمام القارئ بما يكفي ليتابع القراءة.

Lecture No:5

5. كتابة عرض التقرير الصحفي:

نصل الآن إلى مرحلة كتابة عرض التقرير من مراحل كتابة التقرير الصحفي، وفيها يتم وضع جميع المعطيات والحقائق والاقتباسات التي تخدم الموضوع الذي يدور الحديث عنه، ويجب مراعاة الالتزام بالموضوع ذاته وطرحه وسرد معطياته بلغة مفهومة وواضحة، كما يجب الحرص على تغطية الموضوعات المختارة من كافة جوانبها وتسايط الضوء على كافة أبعادها.



Lecture No:5

6. كتابة خاتمة التقرير الصحفي:

هي المرحلة النهائية من مراحل كتابة التقرير الصحفي، وفيها يقوم الكاتب بتلخيص محتوى التقرير بشكل مكثف أو ما يسمى "زبدة التقرير"، كما يمكنه أن يقدم ما توصل إليه من نتائج تبعاً للمعطيات التي كانت موجودة أمامه والتي وضعها بين أيدي القراء، كما يستطيع أن يكتب توصياته التي استخلصها بخصوص الموضوع المطروح.



Lecture No:5

7. وضع عنوان جذاب للتقرير الصحفي:

يختلف ترتيب هذه المرحلة من مراحل كتابة تقرير صحفي بين كاتب وآخر، فبعض الكُتّاب يقومون بوضع عنوان التقرير في المراحل الأولى، بينما يفضل بعضهم الآخر إعادة قراءة التقرير الصحفي ووضع العنوان الخاص به، والحالتان جائزتان، لكن من الضروري مراعاة اختيار عنوان معبر عن المحتوى ويجذب القارئ ويثير فضوله نحو قراءة التقرير الصحفي؛ وذلك لأنّ العنوان الجذاب هو الذي يدفع القارئ إلى اتخاذ قراره بالقراءة، فإذا ما كان روتينياً أضاع على الكاتب فرصة خروج تقريره الصحفي إلى النور.



Lecture No 5

10. مواصفات كتابة التقرير الصحفي الجيد

لضمان جودة وموضوعية المحتوى، يراعي توافر بعض هذه العناصر الهامة:
1. الموضوعية والحيادية:

- يجب أن يكون التقرير موضوعيًا وخاليًا من التحيزات الشخصية.
- تجنب التعبيرات العاطفية أو الآراء الشخصية.

2. الدقة والتحقق من الحقائق:

- تأكد من صحة المعلومات والأرقام قبل نشرها.
- استخدم مصادر موثوقة وتحقق من مصداقية المصادر.



CLEAR

3. الوضوح والتنظيم:

- قدم المعلومات بشكل منظم وواضح.
- استخدم عناوين وفقرات لتنظيم المحتوى

4. التوازن بين التفاصيل والاختصار:

- لا تفرط في التفاصيل، ولا تكن مبالغاً في الاختصار.
- اختر الكلمات بعناية للتعبير عن المعنى بشكل دقيق.



☒ Grammatical Rules

Ethics



5. اللغة السلسة والبسيطة:

- استخدم لغة سهلة الفهم وتجنب اللغة المعقدة.
- تجنب الجمل الطويلة والمعقدة.

6. التحقق من الهجاء والنحو:

- تفقد النص للتأكد من عدم وجود أخطاء إملائية أو نحوية.

7. الاحترام والأخلاقيات:

- احترم خصوصية الأشخاص ولا تنشر معلومات شخصية دون إذن.
- تجنب اللغة الجارحة أو الهجومية.



8. التوقيت والسرعة:

- يجب أن يكون التقرير محدثًا ويعكس الأحداث الحالية.
- تجنب التأخير في نشر الأخبار الهامة.

9. التنوع والتغطية الشاملة:

- حاول تغطية موضوعات متنوعة ومختلفة.
- لا تقتصر على موضوع واحد فقط.

10. التحليل والتفسير:

- قدم تحليلًا موضوعيًا للأحداث والقضايا.
- استند إلى خبرتك ومعرفتك لتوضيح السياق والتفاصيل.



11. الصور والرسوم البيانية:

- استخدم الصور والرسوم البيانية لتوضيح النقاط الرئيسية.
- تجنب الإفراط في الصور أو الرسوم البيانية.

12. التفاعل مع القراء:

- قدم وسيلة للقراء للتعبير عن آرائهم.
- استجب لتعليقات القراء وأسئلتهم.

13. التحقق من حقوق النشر والاقتباسات:

- تأكد من أنك تمتلك حق نشر المحتوى المستخدم.
- اقتبس المصادر بشكل صحيح وأشر إلى المصدر عند الاقتباس



➤ خاتمة..

باختصار، فن التقرير الصحفي هو عمود فقري لبناء الوعي وتوجيه الجمهور نحو الحقيقة والمعرفة. إذ يُعتبر هذا الفن أساسياً في تشكيل وجهات النظر وتوجيه السلوكيات، لأنه يقدم الأحداث والمعلومات بطريقة موضوعية وشاملة، مما يمكن الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة. ومع تزايد أهمية وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات، فإن فن التقرير الصحفي يظل ركيزة أساسية لنقل الحقائق وإلهام التغيير الإيجابي. بالتالي، فإن فهم أهمية هذا الفن واكتساب المهارات اللازمة لممارسته يعدان ضروريين لبناء مجتمعات مستنيرة وديمقراطية.

➤ المصادر والمراجع:

١. محمد زين عبد الرحمن، مقدمة في الصحافة، دار الكتاب الجامعي، جامعة النهضة، كلية الإعلام والعلاقات العامة، 2016
٢. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
٣. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2001.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

فن الحديث الصحفي & التحقيق الصحفي

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 5



Lecture
No : 6

1. مفهوم التقرير الصحفي
2. الفرق بين التقرير الصحفي والخبر الصحفي
3. الفرق بين التقرير الصحفي، والحوار الصحفي
4. الفرق بين التقرير الصحفي والفن الصحفي
5. الفرق بين التقرير الصحفي والتحقيق الصحفي
6. أنواع التقرير الصحفي
7. محاور التقرير الصحفي
8. عناصر التقرير الصحفي
9. كيفية كتابة التقرير الصحفي
10. مواصفات كتابة التقرير الصحفي الجيد

TOPIC

newspaper
news
journalism
text
press
article
column
report
multimedia
editorial
lesson
memory
audience
internet
work
communicate
important
reading
page
document
breaking
discussion
journalist
correspondence
information
data
source
daily
school
editor
publish
paper
creative
business
entertainment
economy
magazines
literature
presentation
journal
book
memo
design
education
technology
sports
politics
idea

NEWS
REPORT



who
what
where
why
when

conclusion

Intro



An illustration of two people, a man in a suit and a woman in a red top, sitting at a table and reviewing a large document. The document features a checklist with two circular icons of people at the top and a large blue checkmark in a circle on the right side. The background is a light blue wavy shape.

Lecture No : 6

Content Lecture :6



Lecture No : 6

➤ تمهيد..

أولاً: التحقيق الصحفي

1. مفهوم التحقيق الصحفي
2. مصادر التحقيق الصحفي
3. وظائف التحقيق الصحفي
4. أنواع التحقيق الصحفي
5. إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي.

ثانياً: الحديث الصحفي

1. مفهوم الحديث الصحفي
2. أشكال الحديث الصحفي
3. أنواع الحديث الصحفي
4. مراحل الحديث الصحفي
5. إعداد أسئلة الحديث الصحفي
6. تنفيذ الحديث الصحفي
7. كتابة الحديث الصحفي

➤ خاتمة

➤ مراجع ومصادر.

التحقيق الصحفي والحديث الصحفي يمثلان عمودين أساسيين في بنية الصحافة، حيث يتلاقى الإبداع الصحفي مع مسؤولية الكشف عن الحقائق وتقديمها بشكل دقيق وموثوق. كما أنهما يشكلان النهج الرئيسي الذي يمكن من خلاله للصحفيين إلقاء الضوء على القضايا المهمة والمتنوعة في مجتمعاتنا.

وحيث أن الصحافة تحمل رسالة عظيمة لتوفير المعرفة والتوعية للجمهور، فهذا يأتي دور التحقيق الصحفي والحديث الصحفي بقوة، فهو يسمح للصحفيين بالتعمق في المواضيع، وفهم القضايا من جميع الجوانب، وكشف الفساد، والتعبير عن آراء غير ممثلة، وتوجيه الضوء نحو المشاكل العامة التي قد تمر دون ملاحظة.

تعتبر هذه الأدوات أساسية في بناء المجتمعات الديمقراطية الصحية والمستقرة، حيث يعتمد المواطنون على وسائل الإعلام لتوجيههم وتنقيفهم وتمكينهم من اتخاذ القرارات المناسبة. وبالتالي، يتعين على الصحفيين أن يمارسوا دورهم بأمانة وشجاعة، وأن يسعوا دائماً للبحث عن الحقيقة ونشرها، حتى يتمكنوا من خدمة المجتمع بكل فعالية ومصداقية.

➤ أولاً: التحقيق الصحفي

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يُعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة.

وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة في مجال الصحافة ، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

1. مفهوم التحقيق الصحفي Investigative journalism

Investigative Journalism

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، حتي يصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

Lecture No:6

www.midocean.ae

**Prepared by
Dr. shereen farouk**

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكثر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتسم الفكرة بالجدة (تكون جديدة) أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

2. مصادر التحقيق الصحفي

يمكن لك كمحرر أن تلتقط أفكار تحقيقاتك من خلال هذه المصادر:-

1. ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
2. المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
3. المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
4. القصص الإنسانية والحالات الغريبة.
5. الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإنك كمحرر تحقيقات صحفية نشيط يمكنك أن تحصل على أفكار موضوعاتك من كل ما تقع عليه عينك. وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.



Lecture No:6

www.midocean.ae

3. وظائف التحقيق الصحفي

يُلبى التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:-

1. وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
2. تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.
3. التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.
4. التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمُسلية في الحياة.
5. الإعلان: عندما يُشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

4. أنواع التحقيق الصحفي

يوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ- التحقيق الصحفي المفصل

هذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ويعتبر أساس هذا النوع من تحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعد المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية) وتعتمد كمحرر في تحقيقك هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاتك مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنك الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنك الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصائيات المتعلقة بموضوعك، كما يمكنك من استطلاع وتغطية مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

الحوار الوطني

الطريق نحو الجمهورية الجديدة مساحات مشتركة



ومنذ بداية الحوار الوطني حتى الآن تم بذل مجهود كبير سواء في الإعداد أو التنفيذ في جلسات مفتوحة في المحاور الثلاثة للحوار الوطني وهي: المحور: "السياسي والاقتصادي والمجتمعي"، وذلك من خلال عدة لجان يصل عددها إلى ١٩ لجنة وكل لجنة كانت معنية بمجموعة من القضايا والتي لم تترك أي نقطة إلا وتم النقاش فيها.

وقد انتهت المرحلة الأولى في سبتمبر فور الإعلان عن إطلاق عملية الانتخابات الرئاسية، وأعلن مجلس الأمناء تعليق الحوار بعد إعلان نتيجة الانتخابات الرئاسية.. والآن يتم الاستمرار في الحوار الوطني في مرحلته الثانية كالتالي.

هذا ما أكدته الدكتور جودة عبد الخالق عضو مجلس أمناء الحوار الوطني، وزير التضامن والعدالة الاجتماعية الأسبق.

الحوار الوطني الاقتصادي وقضايا التضخم وغلاء الأسعار

بداية يقول الدكتور جودة عبد الخالق، عضو مجلس أمناء الحوار الوطني، وزير التضامن والعدالة الاجتماعية الأسبق، إنه يتم التركيز في المرحلة الحالية على المحور الاقتصادي والقضايا الاقتصادية، باعتبار أن الاقتصاد هو أهم الموضوعات، حيث إن المحور الاقتصادي الذي يتم إطلاق مرحلته الثانية الآن يتناول قضايا مهمة بالنسبة للوطن وللواطن.



الدكتور جودة عبد الخالق

ومن هذه القضايا المهمة من وجهة نظر المواطن كل في مكانه ومجاله، ومن وجهة نظر المجتمع ككل فيما يتعلق باستقراره ومستقبله، قضية التضخم وغلاء الأسعار وقد تم مناقشتها باستفاضة في المرحلة الثانية من الحوار في الأسبوع الماضي، وتم الوصول إلى مجموعة من التوصيات للتعامل مع هذه المشكلة الخطيرة ومنها مراعاة للبعد الاجتماعي ونتيجة الضغوط التي تتعرض لها الأسرة المصرية من الغلاء المنفلت في الأسعار.. وهنا توصية مجلس الأمناء حول هذا الأمر بأن تلتزم الحكومة ونحن لا نوصي بمبادرة ولكن نوصي بالتزام وهي أن تلتزم الحكومة بإعلان مجموعة من السلع الأساسية الغذائية منها بالدرجة الأولى وفي مقدمتها الأرز والخبز وزيت الطعام والسكر ومنتجات الألبان.

على أن تلتزم الحكومة أولاً بإعلان هذه المجموعة من السلع الأساسية وإعلان أسعار محددة لهذه السلع وأن تستمر هذه الأسعار المحددة خلال مدة معينة ومعلنة، ويمكن أن تكون هذه المدة ٣ أو ٦ أشهر والمستهدف من ذلك أن يشعر المواطن بوجود استقرار في الأسواق لذلك يفضل أن تصل إلى عام، ولكن نحن نقدر الوضع الاقتصادي الحرج الذي تمر به البلاد ولذلك نبدأ خطوة خطوة ونحن نستفيد من التجارب حتى يتم التنفيذ ويشعر المواطن بالاستقرار.



قال الدكتور محمد راشد خبير التنمية والتطوير العمراني عضو مجلس إدارة غرفة التطوير العقاري باتحاد الصناعات، إن مصر تشهد منذ عام ٢٠١٧ نهضة عمرانية مبنية من خلال ١٢٢ مدينة جديدة ظهرت في الفترة الماضية، من بينها العلمين.

موضوعات مقترحة

"عبد المنعم رياض.. سيرة المقاتل الشهيد". على شاشة الوثائقية



التحالف الوطني للعمل الأهلي
اللتموي يفتتح أعمال إعادة الإعمار
بقررتي نجع الجسور ونجع سيدنا



مؤسسة «حياة كريمة»، تنظم
قافلة طبية بقرية البصالي في
أسوان| فيديو



وأضاف راشد في حوارہ ببرنامج "صباح الخير يا مصر"، المذاع على القناة الأولى والفضائية المصرية، أن العاملين شهدت مهرجانا دوليا نظم لأول مرة في مصر وشمل أنشطة مختلفة رياضية وثقافية وفنية، ومهرجان الدراما.

وتابع خبير التطوير العمراني: "في العلمين، أصبح لدينا نوع جديد من العقارات لم يكن موجوداً من قبل مثل الأبراج الموجودة على الشواطئ وهو ما يحقق تنافسية عالية لمصر على المستوى الإقليمي، وبالتالي، فإنه يتم العمل على الترويج لمنهجنا العقاري بطريقة مختلفة وجديدة من أجل تحقيق المستهدف وهو جذب السائح الأجنبي حتى يأتي إلى مصر ويمتلك وحدة للإقامة فيها".

ب- التحقيق الصحفي المصور

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول.



مشروع رأس الحكمة

مكاسب داتمه

من جانبه اشار حكيم العطار صاحب شركة مقاولات الى ان قطاع المقاولات سوف يشهد حالة من الانتعاش نتيجة هذه الصفقة فيبعد الانتهاء من الرسومات الهندسية سوف يتم البدء في عمل البنية التحتية للمشروع من اسفلت وكهرباء وصرف وخرسانات وتوريد مواد البناء من طوب واسمنت وكابلات وغيرها

بالإضافة إلى طرح المشروع على شركات مصرية تعمل في المشروع وبالتالي ضخ عمالة في كافة الاتجاهات والتخصصات إلى جانب الفائدة المستمرة من المشروع فيبعد الانتهاء منه سوف يتم خلق فرص عمل دائمة من أمن وحراسة وصيانة وإدارة وغيرها من الوظائف كما أنه بعد الانتهاء من المشروع سوف يتم طرح وحدات سكنية وإدارية وفندقية للبيع سواء للأجانب أو المصريين وبالتالي فإن الاجنبي الذي يمتلك وحدة أو مكانا في المدينة سوف تستفيد منه شركات الطيران والسيارات والسوبرماركت وغيرها من الأماكن الترفيهية والعامة وهذا يحدث حراكا اقتصاديا لمصر والدليل على ذلك الغردقة التي يمتلك فيها نحو ٨٠ ألف اجنبي وحدات سكنية قد استفادت منها كافة القطاعات سواء السياحية او غيرها وتتمنى تكرار مثل هذه النوعية من الاستثمارات للدخول إلى الجمهورية الجديدة باستثمارات ضخمة تنعكس بالنفع على الشعب المصري الذي عانى كثيرا من الظروف القاسية.

صفحة تاريخية

أكد الدكتور أيمن محسب، عضو مجلس النواب، ومقرر لجنة أولويات الاستثمار بالحوار الوطني، أن نجاح الدولة المصرية في عقد صفقة استثمارية كبرى خطوة مهمة للغاية نحو تحقيق مستهدفات الرؤية الاقتصادية والاجتماعية والتنمية للدولة المصرية، مؤكدا أن هذه الصفقة نتاج طبيعي للجهود التي بذلتها الدولة على مدار السنوات الماضية لتحسين مناخ الاستثمار، كما أنها تعكس ثقة المستثمرين في الاقتصاد المصري.

وقال «محسب»، إن مصر عملت على تطوير البنية التحتية والتشريعية وتقديم حوافز للمستثمرين وتسهيل إجراءات تأسيس المشروعات الاستثمارية، مؤكدا أن هذه الاستثمارات ستكون بداية نحو جذب المزيد من الاستثمارات خاصة في مجال الطاقة النظيفة.

وأضاف عضو مجلس النواب، أن هذه الاستثمارات سيكون لها تأثير مباشر على سوق النقد المصري، كما أنها ستساهم في تحقيق

بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من

التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

أ- تحقيق الخلفية:

وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث

والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث

عما وراء الخبر.



وأصدرت جامعة سوهاج بياناً رسمياً حول الواقعة، مؤكدة أن طلاب الفرقة الأولى بكلية الطب أدوا الامتحانات إلكترونياً في مركز الاختبارات الإلكترونية بالمقر الجديد للجامعة، وذلك تماشياً مع خطة الجامعة نحو التحول الرقمي لجميع نظم المخرجات التعليمية، والتي تلعب دوراً أساسياً لمراقبة جودة التعليم وأداء الطلاب.

الامتحانات الإلكترونية

ولفتت الجامعة، إلى أن إدارة الجامعة حرصت على تطبيق نظام الامتحان الإلكتروني لضمان المصداقية والنزاهة، ودون تدخل العنصر البشري، حيث أدى ٨٢٥ طالباً بكلية الطب الفرقة الأولى الامتحانات إلكترونياً، والتي لم تشهد أية معوقات خلال فترة انعقادها، خاصة أن القاعات الامتحانية مجهزة بأحدث التقنيات، التي تضمن دقة عالية الجودة في تأدية الطلاب لاختباراتهم.

وفتحت جامعة سوهاج، باب التظلمات وعرض إجابات الطلاب على لجنة التظلمات، وتم التأكد من أن النتائج صحيحة، موضحاً أن هذه النتائج ليست نهائية، وللطلاب الحق التقدم لأداء امتحانات الدور الثاني.

وقائع طب سوهاج

وهذه ليست الواقعة الأولى، لكلية طب جامعة سوهاج، حيث شهدت نتيجة طب سوهاج العام الماضي، جدلاً واسعاً، بعد أن بلغت نسبة الطلاب الناجحين بها ٣٩%، والطلاب الراسبين ٦١% منهم.

الأمر الذي يثير العديد من التساؤلات، كيف التحق هؤلاء الطلاب لكتليات القمة، وكيف تزيد نتيجة الرسوب بكلية الطب رغم أنهم من المفترض هم الطلاب المتفوقون بالثانوية العامة، يجيب عن هذه التساؤلات عدد من الخبراء في السطور التالية.

جرس إنذار خطير

واقعة رسوب غالبية طلاب الفرقة الأولى بكلية الطب البشري جامعة سوهاج، بمثابة جرس إنذار خطير، بحسب رؤية رئيس لجنة الصحة الأسبق، الدكتور مجدي مرشد، مؤكداً أن تصريح رئيس الجامعة بأن سبب الرسوب هو التحاق بعض الطلاب ممن لا يجيدون القراءة والكتابة كارثة.

ويؤكد الدكتور مجدي مرشد، أن هذه الواقعة تشير بشكل واضح وصريح إلى ظاهرة الغش التي انتشرت بشكل كبير في المدارس، ولابد من وقفة لها، حتى يكون خريج الجامعة حاصل على جودة تعليمية ما قبل الجامعي، وجاهز للتعليم الجامعي.

الغش السبب في واقعة الرسوب

وعن طرق القضاء على هذه الظاهرة، يؤكد أنه يمكن القضاء عليها من خلال فرض رقابة جادة وقوية مع وضع قوانين صارمة على عقوبة الغش أو من يساعد فيها، مع تغيير نظام التقييم والنجاح والدرجات، لأن هذه الوقائع تهدد مستقبل التعليم في الدولة.

وما شهدته العام الماضي، في ذات الكلية، من نسبة رسوب بلغت ٦١%، يؤكد أن هناك هبوطاً حاداً في مستوى التعليم قبل الجامعي، وتفشي ظاهرة الغش، الأمر الذي يلزم تدخلاً عاجلاً لحل الأزمة.

طرق التقييم

ويوضح "مرشد"، أن تقييم الامتحان خلال هذا العام اختلف كلياً عن العام الماضي، وأن مستوى صعوبة الامتحان هو ما أدى لهذه

ب- تحقيق البحث أو التحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل

المباحث الذي يتولى مسئوليته في فك

الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف

غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول

للحقيقة.



تقديم شكاوى ضد جشع التجار

وتعمل لجان الضبطية القضائية لجهاز حماية المستهلك في المرور على الأسواق للتصدي للمخالفات وعدم مغالاة التجار في الأسعار، ويستقبل الجهاز شكاوى المواطنين على الخط الساخن ١٩٥٨٨، أو من خلال الموقع الإلكتروني للجهاز أو من خلال خدمة الواتساب للجهاز.

عقوبة رفع الأسعار دون مبرر

ويتضمن قانون العقوبات مواد تشرح عقوبة رفع الأسعار واحتكار السلع، من خلال المادة ٣٤٥ من قانون العقوبات التي تلص على أن "الأشخاص الذين تسببوا في علو أو انحطاط أسعار غلال أو بضائع أو بونات أو سندات مالية معدة للتداول عن القيمة المقررة لها في المعاملات التجارية بنشرهم عمداً بين الناس أخباراً أو إعلانات مزورة أو مفتراه أو بإعطائهم للبائع ثمناً أزيد مما طلبه أو بتواطئهم مع مشاهير التجار الحائزين لصف واحد من بضاعة أو غلال على عدم بيعه أصلاً أو على منع بيعه بثمن أقل من الثمن المتفق عليه فيما بينهم أو بأي طريقة احتيالية أخرى يعاقبون بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تتجاوز خمسمائة جنيه مصري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط".

غرامة رفع أسعار السلع

وضاعت المادة ٣٤٦ الحد الأقصى لعقوبة الحبس في المادة السابقة، تصل لسنتين، إذا احتال التجار لرفع الأسعار خاصة فيما يتعلق بسعر اللحوم أو الخبز أو الوقود والفحم أو نحو ذلك من الحاجات الضرورية، أما المادة ٨ في قانون حماية المستهلك ١٨١ لسنة ١٨٢ فنصت على حظر حجب المنتجات المعدة للبيع عن التداول بإخفائها أو عدم طرحها للبيع (التخزين) أو الامتناع عن بيعها بأي صورة.

وتلص المادة ٤٣ من القانون أنه يحق لجهاز حماية المستهلك تلقي جميع الشكاوى والبلاغات بأنواعها في مجال حماية المستهلكين والتحقيق فيها، ويعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن ١٠٠ ألف جنيه ولا تتجاوز مليوني جنيه أو ما يعادل قيمة البضاعة موضوع الجريمة أيهما أكبر، كل من يحتكر سلعة ويمتنع عن طرحها للبيع، وفق المادة ٧١ من القانون.

وتلص المادة ٧١ من قانون حماية المستهلك على أنه في حالة تكرار البائع للجريمة، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنتين ولا تتجاوز ٥ سنوات وتضاعف قيمة الغرامة، أمّا عن عقوبة رفع أسعار السلع، فتتراوح من غرامة ٥ آلاف إلى ٥٠ ألف جنيه، وتاجر الجُملة من ٥٠ ألف وتصل إلى مليون جنيه.

تسعيرة جبرية على التجار

وطالب الخبراء الدولة بوضع تسعيرة جبرية يلتزم بها كل التجار سواء جملة أو موزعين، وذلك تماشياً مع سياسة الدولة في ضبط الأسعار وعدم استغلال حاجة الناس.

الاستغلال حرام شرعاً

وحرم الإسلام استغلال التجار للأزمات الاقتصادية والاحتكار، وشراء السلع المتوقع ارتفاع سعرها طلباً للربح إن تم بيعها بثمن مثلاً بلا حبس فهو جائز، وإن اشتراها وقت الغلاء وحبسها متربصاً بزيادة السعر مع حاجة الناس إلى ما حبسه فهو من الاحتكار المحرم، وهذا التحريم لا يثبت إلا بشروط، منها، الشراء وقت الغلاء، والحبس مع تريض الغلاء، وإحداث ضرر بالناس جراء الحبس.

ج- تحقيق الاستعلام

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً

في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم

بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما

تهم الناس ويلقي الضوء عليها من

جميع جوانبها.

"فلوس ولمبة ومسامير".. أشياء غريبة عثر عليها الأطباء في بطون مرضى حول العالم

11:25 م | السبت 02 أكتوبر 2021



كتب- محمد صفوت:

مع تطور **العمليات الجراحية** حول العالم تصيب بعضها الأطباء بالحيرة والدهشة لما يجدوه في بطون المرضى، بين المناشف والمسامير والكرات الصغيرة والعملات المعدنية التي يتلعتها المرضى أحياناً وأخرى نتيجة الإهمال الطبي. سرعان ما تنتشر أخبار عمليات

جراحية على منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام نظراً لغرابة ما يجده الطبيب في بطن المرضى. في ليتوانيا وجد أطباء نحو كيلوجرام من المسامير الطويلة في بطن مريض، حسبما كشفت صحيفة "جارديان" البريطانية. البداية عندما عانى مريض، لم تكشف الصحيفة هويته، من آلام شديدة

د. تحقيق الهروب.

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والمتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

Lecture
No: 6

www.midocean.ae

5. إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي.

و تشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

1- اختيار فكرة التحقيق.

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ بفكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها. ويزيد من أهمية هذه الفكرة أنها تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيق الصحفي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجهك كمحرر في إعداد وتنفيذ تحقيقك. ويتطلب ذلك منك أن تكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حولك في المجتمع من أحداث، وأن تكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعلك تعرف كل شيء عن تخصصك، لذا يمكن أن تبتدع وتبتكر فيه وتلاحق كل تطور يحدث في مجالك.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج للتحقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية للصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار ومن الطبيعي أن لا تحضر الاجتماع كمحرر دون أن تكون لديك أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاتك، ولا تعتمد على رئيس قسمك أو زملائك في إعطاءك الفكرة.

وعليك قبل أن تطرح فكرة التحقيق، أن تدرس هذه الفكرة جيداً وتتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم تفعل ذلك، وعرضت فكرة سبق معالجتها، دل على أنك غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.



2- جمع المادة الأولية للتحقيق.

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خلفية معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك، ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من جهتين.

أ. أرشيف المعلومات الصحفية.

ب. المكتبة.

3. تنفيذ التحقيق الصحفي.

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.

وهذه الخطوة تتطلب منك كمحرر أن تكون مُلمّاً بقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي التي سبق وتحدثنا عنها بالتفصيل والمعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكنك الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها وبعد أن تحصل على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، تبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم تشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق وفي النهاية تضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية.



4. كتابة التحقيق الصحفي

بعد أن أكملنا كل المراحل السابقة للكتابة بشكل جيد، تأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة كتابة التحقيق الصحفي وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابته تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل. أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاث أجزاء هي المقدمة، الجسم، الخاتمة. وهذه القوالب هي:

تخصيص 10 مليارات جنيه لصندوق الخدمات.. «قادرون باختلاف» يعيشون أزهى عصور الرعاية في عهد الرئيس السيسي

28-2-2024 | 18:04



اهتمام كبير يحظى به ذوو الهمم منذ تولي الرئيس عبدالفتاح السيسي رئاسة البلاد، فهم اليوم "قادرون باختلاف" بعدما كانوا مهمشين منسيين، وتسعى الدولة إلى خلق مساحة ومناخ ملائم لتضافر جهود كل شرائح المجتمع من مؤسسات أكاديمية وتشريعية وغير ذلك، لدعم أصحاب الهمم.

موضوعات مقترحة

الأولى إقليمياً والثانية عالمياً.. مصر تلجأ في جذب استثمارات ضخمة في مجال الهيدروجين الأخضر



جودة عبد الخالق: المرحلة الحالية في الحوار الوطني تُركز على المحور الاقتصادي والقضايا



ووجه الرئيس السيسي، اليوم خلال احتفالية "قادرون باختلاف"، في نسختها الخامسة، بضرورة توجية مزيد من الدعم لصندوق قادرون باختلاف، وتخصيص ١٠ مليارات جنيه لصندوق "قادرون باختلاف"، كما وجه الحكومة باستمرار العمل على برامجها لدعم ذوي الهمم وزيادة المخصصات لهم، وتقديم المزيد للتوظيفهم بما في ذلك الوظائف القيادية.

تكريم ذوي الهمم

ويحرص الرئيس السيسي على حضور جميع احتفاليات "قادرون باختلاف"، لتكريم ذوي القدرات الخاصة في المجتمع وإبراز إنجازاتهم في جميع المجالات الرياضية والثقافية والتكنولوجية والفنية والحرفية.

٥ سنوات من الدعم

1- قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي

في هذا قالب تعرض كمحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها تحقيقك بشكل موضوعي من خلال مقدمة يجب أن تحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، منها قيامك بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق في حين تعرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم التحقيق، وهناك أيضاً المقدمة القصصية التي تستهدف إثارة عواطف القارئ وتعاطفه مع موضوع التحقيق، أما الخاتمة فتضع فيها خلاصة النتائج التي توصلت إليها.

وأبرز الأشكال التي يأخذها هذا قالب في كتابة التحقيق الصحفي يقوم على طرحك لمجموعة من الأسئلة التي تُثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم تقوم بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرضك المعلومات والوقائع والبيانات التي حصلت عليها، وكذلك من خلال عرضك للمقابلات الصحفية التي أجريتها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعتها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من المكتبة أما خاتمة هذا التحقيق فهي تقدم خلاصة مختصرة للنتيجة أو النتائج التي توصلت إليها.

ثانياً: الحديث الصحفي

(1) مفهوم الحديث الصحفي: فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مُسلية في حياة هذه الشخصية.



2. أشكال الحديث الصحفي



يأخذ أشكالاً متعددة لعل أبرزها ثلاثة أشكال أصبح لكل منها ملامحه المتميزة وهي:

1- الحديث المباشر.

3- الحديث التلفزيوني.

3- المؤتمر الصحفي.

اللواء محمد الشريف يفتح الملفات: إعادة الإسكندرية القديمة على رأس أولوياتي

الأحد 24 من رمضان 1441 هـ - 17 مايو 2020 السنة 144 العدد 48740

طباعة المقال

أجرى الحوار - سامي خيرالله



اللواء محمد الشريف

أعدنا ملايين الجنيهات المهدرة في تأجير الجراجات وتواجه محاولات نهب الموارد

هددت مقاولي الرصف بغرامات كبيرة

إذا لم يلتزموا بالتعاقدات مع المحافظة

لن نشتري أزمة كورونا عن التعامل في وقف البناء العشوائي

وتنفذ قرارات الإزالة .. وعقوبات مغلظة

3. أنواع الحديث الصحفي

1- حديث الحقائق (الحديث الخبري) Information Interview :

وهو الحديث الذي يستهدف الحصول على أخبار أو معلومات جديدة، عن وقائع أو أحداث أو سياسات أو قوانين جديدة، وهو لايهتم بشخصية المتحدث قدر اهتمامه بالمعلومات أو الأخبار التي يصرح بها. وهنا يجب التنبيه إلى أن المطلوب من الصحفي في هذا النوع ذكر المعلومات والحقائق فقط دون نقص أو زيادة.

السفير المصري بواشنطن في حوار مع «الأهرام»:
المساعدات الطبية من مصر لأمريكا «لحظة تاريخية» نالت تقدير
وترحيب الجميع هنا

الأربعاء 6 من رمضان 1441 هـ 29 أبريل 2020 السنة 144 العدد 48722
أجرت الحوار في واشنطن سمر زهران

طباعة المقال



أكد السفير ياسر رضا سفير مصر لدى الولايات المتحدة أن المساعدات الطبية التي أرسلتها مصر إلى واشنطن أخيراً تعد «لحظة تاريخية» مهمة في علاقات الدولتين، وقالت قبولاً وترحيباً كبيرين من جانب الشعب الأمريكي والبيت الأبيض والكونجرس.

وقال إن ما فعلته السفارات والقنصليات المصرية مع أبناء مصر العالقين في دول العالم وليس في الولايات المتحدة وحدها عمل جبار في ظل أزمة كورونا.

وأشار إلى أن العلاقات التي تربط بين القاهرة وواشنطن قائمة دائماً على المصالح المتبادلة، وذات طابع استراتيجي، وحول ما يتعلق بالنتائج المحتملة للانتخابات الرئاسية الأمريكية المقبلة، أكد أنه لا يعني أن كان الرئيس الأمريكي القادم من الحزب الجمهوري أو من الحزب الديمقراطي.

وحول بعض اللغط المثار حول عدد من القضايا الداخلية في مصر، خاصة موضوع حقوق الإنسان، قال السفير إن السفارة المصرية في واشنطن لا تقتصر في تصحيح المفاهيم حول حقوق الإنسان لدى الجانب الأمريكي.

وفي حوار له «الأهرام» الذي أجرته معه بمكتبه بالسفارة المصرية بالعاصمة الأمريكية، تناول السفير ياسر رضا هذه القضايا بالشرح والتفصيل، وذلك على النحو التالي:

2. حديث الرأي Opinion Interview:

وهو حديث يستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا معينة تهم القراء، وتهتم الصحيفة بهذا النوع من أنواع الأحاديث للحصول على آراء ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع له أهمية في المجتمع.

د. أيمن صالح المدير التنفيذي لمستشفيات جامعة عين شمس
لـ«الأهرام»: نحن في حالة حرب طبية و«كورونا» أجبرنا على تغيير
الأولويات لمجابهته

الأربعاء 29 من شعبان 1441 هـ - 22 أبريل 2020 السنة 144 العدد 48715
أجرت الحوار - تيرمين قطب

طباعة المقال



د. أيمن صالح - تصوير: محمد منير

• أصبحت الأمور أكثر إيجابية بالنسبة للجيش الأبيض... بعد زيادة المخول والتقدير
المعنوي

«مستشفيات الغالية» هكذا يصفها الجميع، ففي طول مصر وعرضها تمثل المستشفيات
الجامعية باباً مفتوحاً أمام المرضى الباحثين عن علاج مجاني يقدمه أمهر الأطباء
والمختصين، وهي لا تقدم فقط الخدمات الطبية التي تكمل وتساند المستشفيات الحكومية
ولكنها مقر للتعليم والتدريب المستمر لثياب الأطباء.

وفي ظل أزمة كورونا، دعمت المستشفيات الجامعية المنظومة الصحية في مصر وأعدت
نفسه السذارىوهات المواجهة ووضعت خططاً كثيرة ومبادرات متنوعة لتستمر في أداء
خدماتها «للغالية»، ومنها مستشفيات جامعة عين شمس التي تعد من أكبر المستشفيات
الجامعية في مصر.. لهذا التقينا الدكتور أيمن صالح مدير مستشفيات جامعة عين شمس
داخل مقر مركز التدريب بمستشفى الدمرداش،

حيث مازالت مستشفيات الجامعة البالغ عددها 13 مستشفى ومركزاً طبياً خلية نحل تعمل

3. حديث الشخصية: personal interview

ويقوم الصحفي في هذا النوع بوضع خطة مسبقة

على القيام بالحديث من ناحية دراسة جماهير الشخصية،

والمطلوب من الشخصية المقصود التحدث معها، ومن

تكون، وماهي الظروف المحيطة بها، والمشكلة المراد

كشفها.

4. مراحل الحديث الصحفي

أولاً : الإعداد للحديث الصحفي:

1/ اختيار شخصية المتحدث واختيار موضوع الحديث: هي أول خطوة في تنفيذ الحديث الصحفي ومن الضروري أن يراعي في هذا الاختيار أن يكون المتحدث وموضوع الحديث مجاريين للأحداث المحلية أو الدولية أو أن يرتبط هذا الاختيار بقضايا أو مشاكل تهم الرأي العام أو تمس مصالح عدد كبير من القراء.

Lecture No:6



Lecture No:6

2/ جمع المعلومات الكافية عن الموضوع: حتى يتمكن الصحفي من إجراء حديث جيد وناجح لابد أن يقوم بجمع المعلومات عن الشخصية التي سيجري معها الحوار وعن الموضوع أو الموضوعات التي سيدور حولها النقاش، فالبحث الموثق جيداً يعطى الصحفي المعلومات الخلفية التي يحتاجها لتوجيه أسئلة جيدة..ولمقارنة إجابات الشخص مع ما توصل إليه الصحفي من خلال بحثه عن المعلومات.

أما الصحفي الذي لا يسعى إلى الإلمام بموضوع حديثه ويكتفي بما هو متاح أو بالقدر اليسير من المعلومات فإن معلوماته أو حديثه يمكن أن يكون ناقصاً وضحلاً وغير دقيق .



Lecture No 6

5. مصادر الحديث الصحفي

هناك مصادر عديدة يمكن للصحفي الحصول علي المعلومات من خلالها عن موضوع الحديث والشخصية التي سيجري معها الحوار وهي أ. أرشيف الصحيفة: أو ما يسمى بقسم المعلومات ويوجد به ملفات للشخصيات العامة من سياسيين وأدباء وعلماء وفنانين وغيرهم، كما يوجد به ملفات للموضوعات والقضايا المهمة التي تدخل ضمن اهتمامات الصحيفة



ب. **المكتبة:** ويوجد بالمكتبات كتب وأبحاث ودراسات أجريت ربما حول الشخصية التي سيجري معها الحديث أو حول الموضوعات والقضايا التي سيناقشها الصحفي معها. كما أنه بإمكانه أن يطلع أيضا على الكتب التي قد تكون من تأليف هذه الشخصية. وبالمكتبات يمكن أن نعثر في الموسوعات والمعاجم والكتب السنوية وغيرها على ما نحتاج إليه من معلومات أو إحصائيات وهناك أيضا قواعد البيانات وبنوك المعلومات الالكترونية.

ج. **الاتصال بالصحفيين الذين سبق لهم اجراء مقابلات مع هذه الشخصية:** فقد يكون لديهم معلومات مفيدة عن شخصية المتحدث.

د. **الاتصال بأصدقاء الشخصية القدامى وزملاء دراسته:** وذلك في حالة الاعداد لحديث يستهدف تصوير جوانب في شخصية المتحدث.

5. إعداد أسئلة الحديث الصحفي

المحرر الذي يذهب إلى المقابلة بدون أسئلة معدة سلفاً، قد يضيع منه الموضوع الأصلي الذي جاء من أجله، وقد ينحرف به المتحدث إلى مجالات بعيدة عن نطاق الموضوع الأصلي والمقابلة هي رحلة استكشاف وأنت كمحرر أحياناً تعرف أين ستذهب وأحياناً أخرى لاتعرف ويجب أن يكون لديك دائماً فكرة عن السبب الذي من أجله ستجري المقابلة مع شخص ما وقد تسعى أسئلة الحديث الصحفي إلى إيجاد إجابات على الأسئلة الخمسة أو الستة (من، متى، ماذا، أين، كيف، لماذا). ويمكن أن تكفي بالتركيز على عدد قليل من هذه الأسئلة، وتجدر الإشارة إلى أن مرحلة إعداد وجمع المعلومات تفيد الصحفي في تجنب الأسئلة التي سبق توجيهها للمتحدث.

ولابد وأن تكون لغة الأسئلة دقيقة وواضحة بحيث يأتي السؤال واضحاً محدداً خالياً من أي لبس أو سوء فهم .. بحيث يساعد المتحدث على أن يقدم إجابات واضحة ومحددة أيضاً.. فلغة الحديث لابد وأن تكون مفهومة من جميع القراء باختلاف ثقافتهم وتعدد مستوياتهم الاجتماعية

➤ أفضل الأسئلة في الحديث الصحفي:

- أفضل سؤال هو الذي يصاغ بطريقة تشعل في المتحدث الرغبة في الإجابة عليه بطريقة مثيرة للاهتمام وتكون حافلة بالمعلومات.
- التركيز دائماً على الأسئلة التي تبدأ بكيف ولماذا لأنها تبحث عن رأي يظهر شخصية المتحدث ويساعد الصحفي على تقييم وجهة نظره.
- أسئلة الحديث الصحفي يجب أن تكون إيجابية وليست سلبية بمعنى أن إجاباتها تقدم معلومات أو وجهات نظر.

➤ أسوأ الأسئلة في الحديث الصحفي:

- السؤال المكون من جزئين يقطع أفكار المتحدث.
- السؤال بالإيجاب أو بالنفي.
- الأسئلة التي يزيد طولها عن ثلاثة جمل.

6. تنفيذ الحديث الصحفي

١/ تحديد موعد اللقاء:

بعد الإعداد الكافي للحديث، يبدأ المحرر في إجراء الاتصال بالشخصية التي يتم معها الحديث وذلك إما بالاتصال التليفوني أو بالمقابلة المباشرة أو عن طريق بعض الأصدقاء، وذلك لتحديد موعد اللقاء. وبعض الأحيان يتصل الصحفي عن طريق مكتب الصحافة أو قسم العلاقات العامة بالشركة أو المؤسسة أو الوزارة التي يعمل بها.

ويمكن أن نقسم الأشخاص الذين نُجري معهم الأحاديث الصحفية إلى ثلاث فئات متميزة:

1. الفئة المتعاونة: وهي فئة مستعدة للحديث إلى الصحافة ولا تحاول وضع عراقيل أمام الصحفي.
2. الفئة المترددة: وهي فئة قلقة متوترة تحب الحديث مع الصحافة، ولكنها تخشى في الوقت نفسه من تبعات التحدث إلى الصحفيين.
3. الفئة المتهربة: وهي الفئة التي تكره الحديث إلى الصحافة ولا تثق في الصحفيين ولا تتحدث إلا بحساب، فهي فئة قليلة الكلام.

2/ إدارة الحوار:

ويجب أن تقوم إدارة الحوار على خطة قائمة على الإعداد المسبق، ويجب على المحرر في هذه الخطوة أن يركز انتباهه على كل ماينطق به المتحدث وينصت إليه جيداً، والمحرر الصحفي يجب أن يكون مهذباً مع المتحدث ولكن أيضاً حازماً حتى لا يخرج المتحدث عن الموضوع. ويجب على المحرر أن يحكم السيطرة على المناقشة، وعلى تحديد سير الحوار وأن يجعل للحديث ألفة ومودة، حتى يستطيع أن ينتقل من محور لآخر بأسلوب جذاب يجعل المتحدث يتحدث إليه بكل حرية وارتياح.

➤ حتى يتمكن الصحفي من إجراء الحديث ينصحون بالآتي:

1. التركيز علي ما يريد الناس التحدث عنه بدلاً مما لا يريدون مناقشته
2. التغلب علي الذين يعوقون إجراء المقابلة مثل السكرتارية أو العلاقات العامة.
3. إقناع الشخص بإجراء المقابلة من خلال احساسه بالفخر أو العدالة، واشباع حاجته الي الاهتمام وأن الجمهور يريد معرفة الكثير، مع التاكيد علي أهمية نشر نص أقواله بوصفه خبيراً في الموضوع.

3/ تسجيل الحوار:

هناك طريقتين لتسجيل الحوار الصحفي:

الطريقة الأولى: وهي التسجيل في النوتة أو دفتر الملاحظات، وهي طريقة كانت شائعة ولا زالت تستخدم للآن ، ويجب على الصحفي التركيز على أجوبة المتحدث وضرورة اختصار الكلمات مع استيعاب المعنى وإجادة الاختزال.

الطريقة الثانية: وهي تستخدم أجهزة التسجيل ورغم شيوعها لكن البعض من المتحدثين لا يرحبون بها، لأنها قد تدمر الجو النفسي القائم بين المحرر والشخصية التي يجري معها الحديث. والمحرر الذي يستخدم أجهزة التسجيل لابد أن يحرص على التزام القواعد التالية:

1. التأكد من أن آلة التسجيل تعمل بكفاءة.
2. أن يأخذ معه شرائط وبطاريات كافية.
3. أن يستأذن الشخصية في استخدام جهاز التسجيل.
4. إذا طلب المتحدث عدم تسجيل جزء من الحوار فعليه إغلاق الجهاز. ويُعد من عيوب هذه الطريقة هو أن تفريغ الشرائط يأخذ وقتاً طويلاً.

7. كتابة الحديث الصحفي

فى أول حوار صحفى له.. رئيس الغرفة التجارية الفرنسية
بالإسكندرية: حجم التبادل التجارى بين القاهرة وباريس بلغ 2.8
مليار يورو.. والإعلام الغربى نقل صورة سلبية عن مصر أثرت
على مناخ الأعمال بها

الاثنين، 15 فبراير 2016 10:01 ص



المهندس أيمن بدوى ومحبرة اليوم السابع

أولاً: أسلوب الهرم المقلوب: ينقسم الحديث الصحفي هنا إلى مقدمة تحتل قاعدة الهرم المقلوب ونص الحديث ويمثل جسم الهرم المقلوب، ويتم فى المقدمة إبراز الأخبار والتصريحات الأكثر أهمية ثم فى الجسم باقى المعلومات الأقل أهمية. ويستخدم فى الأحاديث التي تجري مع الشخصيات المهمة مثل الملوك والرؤساء وكبار رجال الدولة.

7. كتابة الحديث الصحفي

بالفيديو | وزيرة التخطيط توضح بالأرقام نتائج برنامج الإصلاح الاقتصادي



وزيرة التخطيط توضح بالأرقام نتائج برنامج الإصلاح الاقتصادي

قالت الدكتورة هالة السعيد، وزيرة التخطيط والمتابعة والإصلاح الاقتصادي، إن مصر تمكنت من معالجة مجموعة من الاختلالات الرئيسية المتمثلة في سعر الصرف والميزان التجاري ودعم الطاقة وغيرها من التحديات، وذلك عن طريق برنامج الإصلاح الوطني الذي تم وضعه بمساعدة المؤسسات الاقتصادية الدولية، ونعمل الآن على توجيه الإيرادات العائدة من إصلاح تلك الاختلالات لصالح منظومة بناء الإنسان المصري، من خلال تطوير منظومة التعليم وتطوير



واصلت "السعيد" خلال حوارها مع الكاتبة دينا عبد الصالح، أن هذه المؤشرات تبين عن مدى التقدم الذي أحرزته الدولة في الإصلاح الاقتصادي، حيث وصل معدل النمو إلى 5.3% مقارنة بمعدلات سابقة تُقدَّر بـ 2.4%، كما شهدت نسب البطالة انخفاضاً كبيراً، وتغطية الاحتياطي لصادرات 9 أشهر بعدما كان يغطي 3 أشهر فقط، بالإضافة إلى تخفيض حاجز الـ 50 نقطة في مؤشر مدير المشتريات الدولي الذي يتوقع حركة المستوردين ومجتمع الأعمال في الاقتصاد، بالإضافة إلى العديد من الإنجازات التي حققها الاقتصاد المصري وشهد لها العالم أجمع.

وأشارت "السعيد"، إلى أن الاقتصاد المصري يمتاز بتنوع دخله، حيث يعتمد على عدة مصادر لزيادة الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما دفعنا للتركيز على الإصلاح الهيكلي في 6 قطاعات واعدة، متمثلة في الصناعة والتي تساهم بنحو 17% في النمو، وقطاع النقل واللوجستيات وذلك لتأثيره الكبير الذي يُقدَّر بـ 34% في تحركات أسعار السلع، بالإضافة إلى قطاع الزراعة، وقطاع التشييد والبناء، وقطاع السياحة، وأخيراً قطاع تكنولوجيا المعلومات.

وتقوم الدولة بالعمل على خطة لتشغيل القطاعات الواعدة لضمان بقاء استدامة النمو الاقتصادي، وذلك من خلال الاعتماد على قطاعات إنتاجية نستطيع من خلالها الاكتفاء ببعض الأمور الاستراتيجية وزيادة القدرة على التصدير لضمان نقد أجنبي يعتمد بشكل كبير على تحويلات العاملين بالخارج بنسبة تصل إلى 50%، بالإضافة إلى إيرادات قناة السويس التي حققت نمواً بـ 12%.

ثانياً: أسلوب الهرم المقلوب المتدرج: ويتكون من جزئين، مقدمة وجسم ويكتب على شكل فقرات متعددة ويقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من جوانب الحديث وترتيب الفقرات حسب أهمية كل منها فالمهم فالأقل أهمية، ويراعى أن ترتب كل فقرة ملخصة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المتحدث حسب أهمية كل منها أي من الأكثر أهمية حتى الأقل أهمية. ويستخدم مع الشخصيات الأقل أهمية، ويقوم باختصار الأقوال الغير الهامة.

ثالثا: أسلوب الهرم المعتدل:

ويتكون من ثلاثة أجزاء:

- مقدمة وهي تحتل قمة الهرم المعتدل وتقوم بوصف شخصية الحديث.
 - جسم الحديث وهو يحتوي على نص الحوار ويبدأ من الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية.
 - خاتمة الحديث وتحتل قاعدة الهرم وتشمل تلخيص لأهم الأخبار والآراء التي أدلى بها المتحدث.
- ويستخدم هذا النوع في الأحاديث التي يكون القاريء ليس متعجلا في قراءتها أو يقرأها بهدف التسلية والإمتاع، أو التي تستهدف إثارة اهتمام القاريء تدريجيا.

رابعا: أسلوب الهرم المعتدل المتدرج:

ويتشابه مع قالب الهرم المعتدل غير المتدرج في الشكل العام ، ولكن الاختلاف يأتي في جسم الهرم والذي يأخذ هنا شكل المستطيلات المتدرجة نتيجة للمزاوجة بين فقرات الأقوال المقتبسة وفقرات التلخيص.

➤ خاتمة:

في الختام، يظل التحقيق الصحفي والحديث الصحفي ركيزتين أساسيتين في عالم الصحافة، فهما يمثلان الأدوات الرئيسية التي يمكن من خلالها تحقيق التواصل الفعال بين الصحفيين والجمهور، وتحقيق الشفافية والحقيقة في المجتمعات. كما أنهما يمثلان أدوات حيوية لمساعدة المواطنين على فهم القضايا المعقدة، وتعزيز المشاركة الديمقراطية، والتصدي للظلم والفساد، وتحقيق العدالة الاجتماعية.

لذا علينا دائماً أن نقدر الجهود الجبارة التي يقوم بها الصحفيون الذين يسعون لاستكشاف الحقائق ونقلها بكل شفافية وأمانة، وأن ندعمهم في مهمتهم النبيلة بالبحث عن الحقيقة وإلقاء الضوء على القضايا المهمة في مجتمعاتنا.

في نهاية المطاف، يجب علينا جميعاً أن ندرك أن الصحافة هي العمود الفقري لأي ديمقراطية صحية، وأن التحقيق الصحفي والحديث الصحفي هما السلاح الأقوى الذي يمكن أن يحمي حرياتنا ويضمن تطورنا الاجتماعي والثقافي.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد زين عبد الرحمن، مقدمة في الصحافة، دار الكتاب الجامعي، جامعة النهضة، كلية الإعلام والعلاقات العامة، 2016
2. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
3. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2001.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

فن الحملة الصحفية & المؤتمرات الصحفية

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 6



Lecture
No : 7

أولاً: التحقيق الصحفي

1. مفهوم التحقيق الصحفي
2. مصادر التحقيق الصحفي
3. وظائف التحقيق الصحفي
4. أنواع التحقيق الصحفي
5. إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي.

ثانياً: الحديث الصحفي

1. مفهوم الحديث الصحفي
2. أشكال الحديث الصحفي
3. أنواع الحديث الصحفي
4. مراحل الحديث الصحفي
5. إعداد أسئلة الحديث الصحفي
6. تنفيذ الحديث الصحفي
7. كتابة الحديث الصحفي



BIGSTOCK

Image ID: 156098060
bigstock.com

BIGSTOCK

Image ID: 128098060
bigstock.com

Investigative Journalism



➤ تمهيد.

➤ أولاً: فن الحملات الصحفية

1. مفهوم الحملة الصحفية
2. وظائف الحملة الصحفية
3. أنواع الحملات الصحفية
4. عناصر الحملة الصحفية
5. عوامل نجاح الحملة الصحفية

➤ ثانياً: فن المؤتمرات الصحفية

1. مفهوم المؤتمر الصحفي
2. مهام المؤتمر الصحفي
3. نصائح موجهة للصحفي قبل انعقاد المؤتمر الصحفي
4. مهام الصحفي أثناء عقد المؤتمر الصحفي.
5. مهام الصحفي بعد إنعقاد المؤتمر الصحفي

➤ خاتمة .

➤ مراجع ومصادر.

➤ تمهيد...

بدأت الحملات والمؤتمرات الصحفية في الظهور كوسيلة فعّالة لنقل الأخبار والمعلومات وتسلط الضوء على القضايا المهمة في المجتمع. وقد تطورت هذه الأداة لتصبح أكثر اتساقاً وتنظيماً، مما جعلها أداة حيوية في عالم الاتصالات الحديث.

ومع تزايد أهمية الإعلام وتأثيره الكبير على الرأي العام واتجاهات المجتمع، أصبحت الحملات والمؤتمرات الصحفية أداة حيوية لتشكيل الرأي العام وتوجيه التفكير الجماهيري نحو قضايا معينة. فهي ليست فقط وسيلة لنقل الأخبار، بل تمثل منبراً لتبادل الآراء والأفكار وتحفيز الحوار العام.

فمن خلال الحملات الصحفية، يمكن للمؤسسات والمنظمات والأفراد الوصول إلى جمهور أوسع، وتسليط الضوء على قضاياهم وأنشطتهم بشكل فعال. كما تمثل المؤتمرات الصحفية فرصة لتقديم المعلومات بشكل متعمق وتوضيح الرؤية والأهداف بطريقة تفاعلية مع وسائل الإعلام والجمهور.

بالإضافة إلى ذلك، تلعب الحملات والمؤتمرات الصحفية دوراً هاماً في بناء العلاقات العامة الإيجابية وتعزيز الشفافية والثقة بين المؤسسات والجمهور. فهي توفر فرصة للتواصل المباشر والتفاعل مع الجمهور، مما يعزز الشعور بالانتماء والمشاركة المجتمعية.

باختصار، تعتبر الحملات والمؤتمرات الصحفية ليست فقط وسيلة لنقل الأخبار، بل هي أداة استراتيجية تساهم في بناء الهوية وتعزيز السمعة وتشكيل الرأي العام، مما يجعلها لا غنى عنها في عالم الاتصالات الحديث.

➤ أولاً: فن الحملات الصحفية Press Campaign



1. مفهوم الحملة الصحفية.

يُشير مفهوم الحملة الصحفية إلى توظيف أشكال صحفية متعددة وفقاً لخطة موضوعة لإثارة قضية أو لإبداء رأى أو للرد على موقف ما، ويشترك فيها أكبر عدد من كُتاب الجريدة ومحرريها، وتستخدم فيها الوثائق والأدلة والأقوال والدراسات والبحوث.

والحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير الصحفي، وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة لتحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي وقد يجذب الموضوع عدداً من كُتاب المقالات في الصحيفة حتي يتحول إلى حملة صحفية، وعندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فناً قائماً بذاته من فنون التحرير الصحفي، وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة.

فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.



وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية، وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية أو المقالات الصحفية أو التقارير الصحفية، بل وقد تأخذ كلها معاً، وقد تتضمن أيضاً الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى.

2. وظائف الحملة الصحفية

1. تعبئة الرأي العام تجاه سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة أو تعبئة ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو الفكرة.
2. تنظيف المجتمع من الفساد وألوان الانحراف المختلفة.
3. التأثير في الرأي العام، وتغيير اتجاهات وآراء الجمهور نحو موضوع الحملة.
4. مواجهة انحرافات أو أوضاع سلبية، والقضاء عليها.
5. الدفع لاتخاذ قرارات من السلطة، أو تبني سياسات معينة.
6. تحسين أو تشويه الصورة الذهنية الخاصة بمؤسسة أو شخص معين.



Lecture No:7

www.midocean.ae

3. أنواع الحملات الصحفية



1. الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والأبحاث ولا تبدأ هذه الحملة إلا بعد أن تستكمل الصحيفة إعدادها إعداداً كاملاً للنشر.

latest news

2. الحملة الصحفية المفاجئة:

وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع، فقد يُنشر خبر صغير تمسك بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله.

3. عناصر الحملة الصحفية:



1. موضوع الحملة: يجب أن يكون قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت.
2. هدف الحملة: لا بد أن يكون هدف الحملة واضحاً ومحددًا من البداية بحيث يصبح من السهل على القارئ العادي أن يستوعبه لأن عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وعدم إقناع القارئ بموقف الصحيفة.



3. **جمهور الحملة:** من الضروري أن تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي الذي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحفية بحيث تنجح في أن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من أجله.

4. عوامل نجاح الحملة الصحفية:

1. الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام. وفي الحملات الصحفية المفاجئة لابد أن تسرع الصحيفة أيضا بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.
2. المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تباطأت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام.



3. أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر، وتمنحه فرصة للرد على الاتهامات الموجهة إليه، لأن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.
4. أن تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية، فتشارك فيها أبرز محرريها وكتابها الكبار.
5. الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء.

ثانياً: فن المؤتمرات الصحفية Press conference

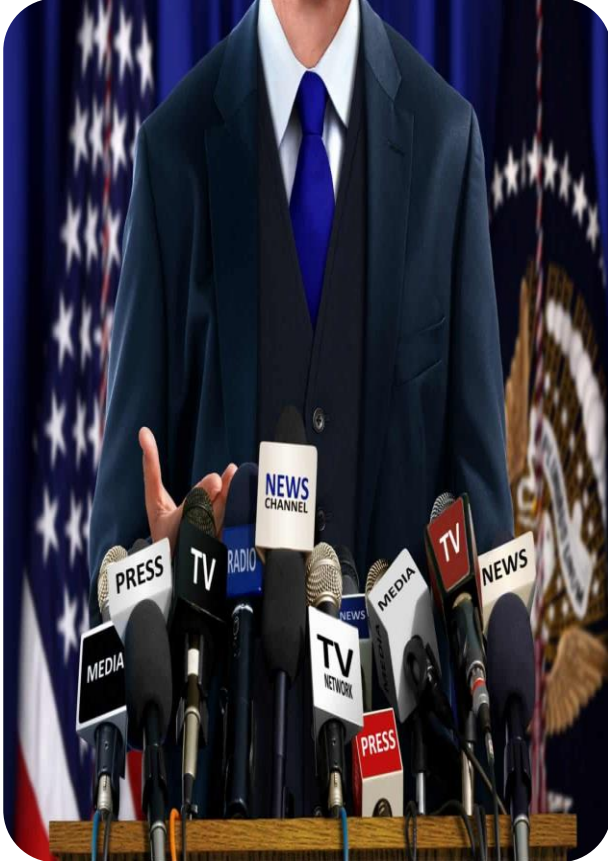
1. مفهوم المؤتمر الصحفي:

يقصد به هو ذلك اللقاء الذي يتم بين (شخصية حكومية، أو غير حكومية ، أو منظمات مهنية، أو حركات حزبية، أو منظمات دولية... الخ، وبين عدد من الصحفيين بناء على دعوة موجهة إلى هؤلاء المندوبين أي أن طرفي المعادلة في هذا اللقاء هم:

1. شخص يريد إيصال معلومات معينة إلى الصحفيين (صاحب الدعوة)

2. صحفيون جاؤوا للاستماع إلى ما يقوله صاحب الدعوة دون أن يعرفوا ما هي المواضيع التي سيتحدث عنها.





- **والمؤتمر الصحفي** يُسمى أحيانا المؤتمر الإخباري، وهو أحد أهم مصادر الأخبار خاصة في ظل انتشار ظاهرة المتحدثين الرسميين للحكومات والدول والمنظمات السياسية وغير السياسية.

- **المؤتمر الصحفي** أيضا: هو وسيلة مناسبة لتمرير الأخبار والمواقف لعدد كبير من الصحفيين في وقت واحد، فهو مقابلة تجمع المتحدث (وهو عبارة عن شخص مسؤول، وقد يكون رئيس الدولة نفسه) مع عدد كبير من الصحفيين. غير أن الفارق بينه وبين المقابلة أن المؤتمر الصحفي عادة ما يبدأ ببيان، يُريد مُنظم المؤتمر تمريره قبل أن يسمح بتلقي الأسئلة من الصحفيين.

2. مهام المؤتمر الصحفي:

1. تعقد المؤتمرات الصحفية عقب الحوادث الكبرى، مثل الكوارث الطبيعية، حيث تسهل المؤتمرات نقل المعلومات بسرعة لطمأنة الجمهور، أو على الأقل إبلاغه بما جرى، وما هو مقرر عمله.
2. تخفف المؤتمرات الصحفية الضغوط النفسية على بعض شهود العيان الرئيسيين أو بعض الضحايا بدلاً من أن يخاطب هؤلاء كل صحفي على حدى.





3. الكثير من المؤتمرات الصحفية يعقدها سياسيون أو منظمات بهدف الترويج والدعاية لبعض المواقف السياسية أو للرد على مواقف سياسية أخرى.

4. سمحت تكنولوجيا الاتصالات بنقل الكثير من المؤتمرات الصحفية على الهواء مباشرة، مع ما يتضمنه ذلك من فرص أو على العكس قد يعرضها لمخاطر تحريرية وفنية.

3. نصائح موجهة للصحفي قبل انعقاد المؤتمر الصحفي:



1. على الصحفي أن يكون انتقائياً ومفكراً جيداً، فلا يجب أن يكون ضيفاً دائماً لكل مؤتمر صحفي.
2. على الصحفي أن يركز على نقل المعلومات التي ترد خلال المؤتمر، خاصة الأخبار الجديدة التي تُعلن لأول مرة.
3. على الصحفي مراجعة تاريخ وخلفية القضية وسياقها، أي لا يكتفي فقط بما يتم الإعلان عنه في المؤتمر.



4. قد يحضر الصحفي المؤتمر لأسباب تتعلق بلقاء شخصية أخرى يصعب لقائها في الظروف العادية، وذلك لتوجيه سؤال له حول قضية ما.

5. حضور الصحفي المؤتمرات الصحفية، الهدف الأساسي منه هو توجيه سؤال أو عدة أسئلة عن قضية أخرى مهمة تشغل حيزاً من الجدل في أوساط الرأي العام.

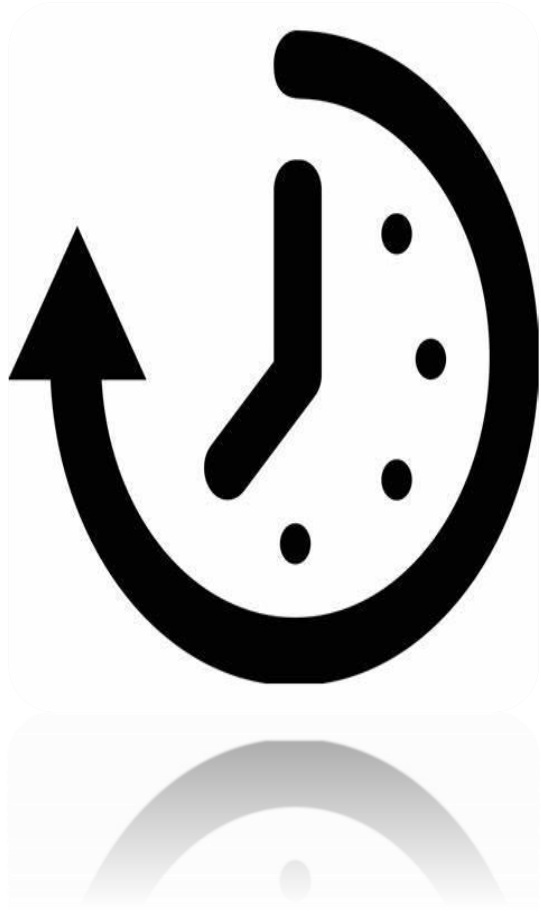
6. قبل انعقاد المؤتمر، أو خلاله، أو حتى بعده، على الصحفي أن يسأل نفسه هذا السؤال: ما الخبر، فالخبر ليس هو المؤتمر.

4. مهام الصحفي أثناء عقد المؤتمر الصحفي

لحضور المؤتمرات الصحفية مجموعة متطلبات، ينبغي على الصحفي الإلمام بها، ومن أهمها:

1. إجراء البحث اللازم عن كل الزوايا المحيطة بموضوع المؤتمر قبل التوجه إليه.
2. التسلح بمحاور الأسئلة، مثلما هو الحال بالنسبة للمقابلات.
3. التركيز على تلك الأسئلة الأقرب لاهتمامات الجمهور، فقد لا يسمح الموقف إلا بسؤال واحد فقط.





4. التوجه مبكراً إلى مكان انعقاد المؤتمر الصحفي.

5. البحث عن موقع مناسب للجلوس أو التصوير.

6. اختبار الأجهزة، فربما يحتاج الصحفي إلى بطاريات أو أشرطة للتسجيل، فلا

يزال هناك وقت للتصرف.



7. البحث عن أى بيانات مكتوبة، ربما يتم توزيعها قبل المؤتمر، فهي قد تعين الصحفي على تغيير مسار المحاور التى أعدها سلفاً.

8. على الصحفي تقديم نفسه إلى القائمين على تنظيم المؤتمر للحصول على المزيد من المعلومات؛ مثل متى سيبدأ المؤتمر، وما المدة المتوقعة، وهل سيحضر المتحدث فقط، أم سيحضر معه أشخاص آخرون؟



9. يمكن للصحفي طلب إجراء مقابلة شخصية مع المتحدث بعد إنتهاء

المؤتمر.

10. يمكن للصحفي القيام بفتح حوارات مع زملائه الصحفيين،

لاستطلاع أسباب حضورهم، وماذا يتوقعون.

11. عندما يبدأ المؤتمر، عليه الإنصات جيداً، وتدوين الملاحظات، ولا يعتمد فقط على إمكانية الاستماع إلى التسجيل لاحقاً.

12. على الصحفي أن يفكر ملياً فيما ذكر، ويفكر أكثر في ما لم يأت المتحدث بذكره.



13. على الصحفي تدوين ملاحظات خاصة تتعلق بتساؤلاته، وأن يبرز في ملاحظاته الكلمات المحورية في المؤتمر، والبيانات والأرقام والمعلومات المحددة.



14. علي الصحفي أن يحدد عدة أسئلة لتوجيه أحدها، وانتظار دوره، وعليه أيضا الانتباه لربما سأل صحفي آخر أفضل الأسئلة، أو ربما طرح سؤال لم يحظ بإجابة شافية، وفي حينها يمكنه الاستفادة من كل ذلك لاحقاً.

Lecture No:7

15. إذا كان الصحفي واثقاً من إجراء مقابلة شخصية (ولو سريعة) مع المتحدث، فعليه أن يدخر أفضل الأسئلة للمقابلة الخاصة مع المتحدث، فسؤاله إن كان محورياً سيتحول خبراً، وبالطبع هو لا يريد أن يستفيد منه الآخرون.





16. يجب أن يكون سؤال الصحفي خلال المؤتمر الصحفي قصيراً وواضحاً، ويجب أن يهدف إلى توضيح شرح كشف عنصر خبري، لم يتم التطرق إليه خلال المؤتمر.

Lecture

No:7



Lecture No 7

17. على الصحفي أن يحرص أن يكون صوته واضحاً وهو يسأل المتحدث، وإن أمكن عليه الطلب من المصور توجيه الكاميرا نحوه خلال السؤال بشرط ألا يؤدي ذلك إلى خسارة الإجابة.



18. علي الصحفي دائماً أن يتذكر أنه يعمل في المقام الأول
لخدمة الجمهور، لهذا لا يخش المتحدث، ولا تأخذه
النجومية لتوجيه أسئلة لا يفهمها الجمهور، أو لن يستفيد
من إجابة المتحدث عنها.



19. إن سنحت الفرصة لتوجيه أسئلة محورية تهم الجمهور وتخرج عن نطاق موضوع المؤتمر، فعلى الصحفي ألا يتردد في ذلك، فقد يتحول إلى نجم المؤتمر إن تمكن من تغيير مساره لصالح القضايا الأكثر جدلاً في المجتمع، لكن عليه أن يحذر من التعرض للإحراج.

20. إن اختتم المؤتمر بدون الإجابة عن عدد من التساؤلات التي قد تشغل الجمهور، فلا ضرر من محاولة الصحفي متابعة المتحدث، أثناء خروجه من القاعة، وتوجيه السؤال له بصوت عالٍ.

5. مهام الصحفي بعد إنعقاد المؤتمر



1. على الصحفي أن يتواصل سريعاً وعلى الفور
بزملائه في غرفة الأخبار أو الديسك المركزي
لإبلاغهم بالخطوط الرئيسية، فقد ينتج عن المؤتمر
خبر عاجل أو مانشيت.

2. إذا كان الصحفي يسعى لإعداد تقرير تلفزيوني، فعليه ألا يغادر الموقع قبل إنهاء اللقطات المطلوبة وإجراء الـ Piece to camera.

News Stories

3. فى حال كان الصحفى يتبع وسيلة إعلامية مطبوعة أو إلكترونية، فعليه أن يفكر جيداً فى القصة الكبيرة التى ستتضمن أهم تفاصيل المؤتمر، وأن يحرص على استيفاء الخلفية والسياق، وأن يسعى فوراً إلى المصادر المعنية، إذا كانت القصة تحتاج موازنة لبعض الآراء.

➤ خاتمة:

في الختام، يمكن القول إن الحملات والمؤتمرات الصحفية تمثل أحد أهم أدوات الاتصال الحديثة التي تسهم بشكل كبير في تحقيق الأهداف ونشر الرسائل والقضايا المهمة في المجتمع. فمن خلال تنظيم الحملات الصحفية بشكل متقن وتوجيه المؤتمرات الصحفية بشكل فعال، يمكن للمؤسسات والمنظمات والأفراد أن يحققوا تأثيراً إيجابياً واضحاً على الرأي العام وتشكيل التفكير الجماهيري.

كذلك بفضل قدرتهما على نقل الأفكار والأخبار وتوجيه الانتباه إلى القضايا الهامة، تساعد الحملات والمؤتمرات الصحفية في بناء جسور التواصل وتعزيز العلاقات بين المؤسسات والجمهور ووسائل الإعلام، كما تعمل على تعزيز الشفافية وبناء الثقة، مما يسهم في تعزيز الاستقرار والتنمية في المجتمعات.

لذا، يجب أن نفهم أن الحملات والمؤتمرات الصحفية ليست مجرد فعاليات إعلامية، بل هي أدوات استراتيجية ذات تأثير عميق وشامل، وباستخدامها بشكل متقن وموجه، يمكن أن تصبح محركاً للتغيير الإيجابي والتقدم في المجتمعات والمؤسسات على حد سواء.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد يونس، فنون التحرير الصحفي في العصر الرقمي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2021.
2. محمد عبد البديع السيد، فن التحرير الصحفي في العصر الرقمي، د.ن
3. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

الصحافة الإلكترونية، وأساليب التحرير الإلكتروني

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 7



Lecture
No : 8

➤ أولاً: فن الحملات الصحفية

1. مفهوم الحملة الصحفية
2. وظائف الحملة الصحفية
3. أنواع الحملات الصحفية
4. عناصر الحملة الصحفية
5. عوامل نجاح الحملة الصحفية

➤ ثانياً: فن المؤتمرات الصحفية

1. مفهوم المؤتمر الصحفي
2. مهام المؤتمر الصحفي
3. نصائح موجهة للصحفي قبل انعقاد المؤتمر الصحفي
4. مهام الصحفي أثناء عقد المؤتمر الصحفي.
5. مهام الصحفي بعد إنعقاد المؤتمر الصحفي

TOPIC

Lecture
No : 8





Lecture
No : 8



Content Lecture :8



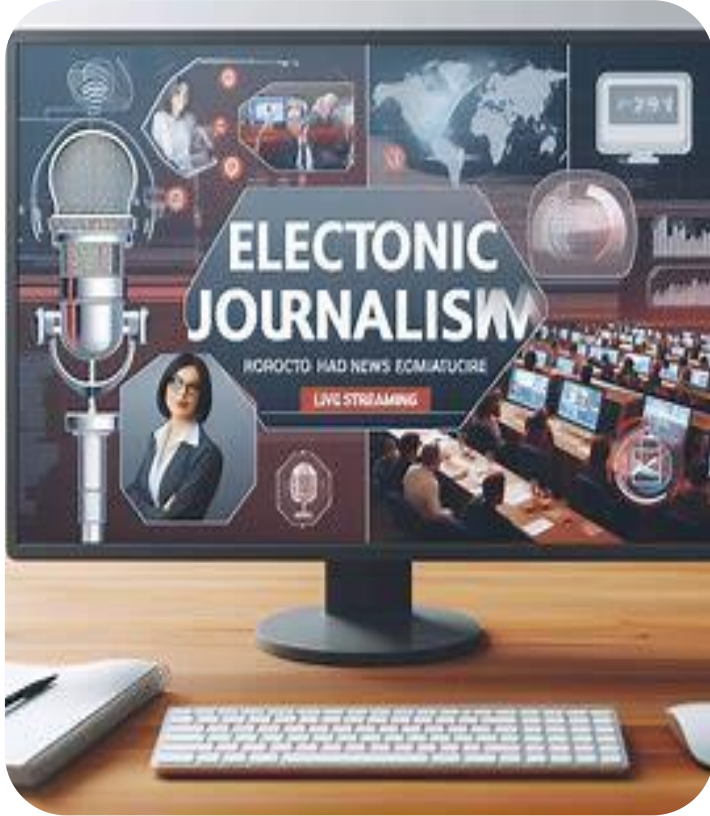
➤ تمهيد...

1. مفهوم الصحافة الإلكترونية.
2. الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.
3. المؤشرات التي تُشير إلى الصحافة الإلكترونية.
4. أنواع الصحف الإلكترونية.
5. مفهوم الخبر الصحفي الإلكتروني.
6. مميزات الأخبار الإلكترونية.
7. الفنون التحريرية في الصحف الإلكترونية.
8. أشكال الخبر الصحفي الإلكتروني.
9. قواعد التحرير الصحفي الإلكتروني في عالم الصحافة الرقمية.
10. ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني من الناحية الإخراجية.
11. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني.

➤ خاتمة .

➤ مراجع ومصادر.

➤ تمهيد...



أتاح استخدام الإنترنت في الصحافة ظهور العديد من الصحف والمجلات الرقمية، التي يتم إصدارها ونشرها على الشبكة، حيث حرصت غالبية المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لصحفها ومجلاتها، وقد استطاعت هذه المواقع أن تقدم خدمة معلوماتية متعددة الوسائط (نص، صورة، فيديو، رسوم، صوت) لمستخدميها، وظهرت أساليب جديدة للتحليل الصحفي، وفئة من الإعلاميين المتخصصين في التعامل مع سمات هذه الوسيلة الجديدة.



فالوسائط المتعددة تُضفي على العمل الصحفي حيوية وجاذبية،
وتُشكل مزيجاً نصياً وصوتياً وصورياً يُضفي على المواقع
الصحفية الإلكترونية جمالية وتفاعلية، حيث انصهرت بواسطتها
الفروق والأبعاد بين الوسائل الإعلامية، وأصبح الخبر يُقرأ ويسمع
ويشاهد في نفس الوقت على موقع واحد، وبات إحدى الضروريات
والشروط للمواقع الإلكترونية العالمية، وإحدى عناصر المنافسة
بين وسائل الإعلام الرقمي ومواقعها على الشبكة.

Electronic Journalism

- 1. مفهوم الصحافة الإلكترونية:
- هناك تعريفات عديدة للصحافة الإلكترونية منها: هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ، ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، والصحيفة الإلكترونية أحياناً تكون مرتبطة بصيغة مطبوعة.



ويعرفها (الصحافة الإلكترونية) البعض الآخر بأنها: الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يُشير تعبير online journalism تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة أي التي لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.

وعرفها عبد الرزاق الدليمي بأنها جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للإنترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكابلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الإنترنت حيث تقوم ببث رسائل إلكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية بشكل آني وبسرعة وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشفة إلكترونية، مما تمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً. وتخطت الصحافة الإلكترونية الحدود لتحظى بصفة عالمية ومساحات لا محدودة من الصفحات ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائل الإعلامية بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للبث الفضائي الحي.



Lecture No:8

www.midocean.ae

➤ 2. الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.

1. التكلفة المادية:

- في الصحافة المطبوعة، يجب على القارئ شراء الصحيفة للحصول على الأخبار، مما يتطلب دفع مبلغ مالي.
- أما في الصحافة الإلكترونية، يمكن للقراء الوصول إلى الأخبار بشكل مجاني عبر الإنترنت.

2. سرعة الوصول للخبر:

- الأخبار في الصحافة الورقية قد تصبح محروقة وغير مهمة بعد نشرها، حيث يمكن أن يكون قد تم نشرها بالفعل في الصحافة الإلكترونية قبل وجودها في الورقية.
- الصحافة الإلكترونية تتيح الوصول السريع للأخبار، حيث يمكن للقراء الحصول على المعلومات على الفور.

3. مشكلة الأخبار المؤجلة (التي تأخذ اتجاه إيدلوجي معين):

- في الصحافة المطبوعة، قد يتم تعديل الأخبار لخدمة مصالح المؤسسة الإعلامية.
- الصحافة الإلكترونية تسمح بالتفاعل مع القراء وتعليقاتهم، مما يساهم في تحسين جودة المحتوى.

4. التوزيع:

- الصحافة الورقية تواجه تحديات في التوزيع، حيث يجب على القراء البحث عن الصحف وشرائها.
- الصحافة الإلكترونية تُتيح الوصول السهل للأخبار عبر الإنترنت دون تكلفة مالية.

5. التفاعلية والتوجيه اللغوي:

- الصحافة الإلكترونية تُتيح التفاعل مع القراء من خلال التعليقات والمشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- الصحافة الورقية تكون في اتجاه واحد فقط من المرسل إلى المستقبل.

➤ 3. المؤشرات التي تُشير إلى الصحافة الإلكترونية.

1. أنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.
2. يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت.
3. يتم إصدارها بطريقة إلكترونية من حيث تحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم وإعدادها وتركيب الصفحات ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.
4. تُتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة التي يريدّها وطبع ما يرغب.
5. النصوص فيها مرتبطة بصفحات ورقية مطبوعة وأحياناً يكون ليس لديها نسخ مطبوعة.
6. لديها منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية ولها موقع محدد على شبكة الإنترنت، وإمكانية تخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها فيها يكون بطريقة إلكترونية .

➤ 4. أنواع الصحف الإلكترونية.

تتنوع الصحف الإلكترونية بناءً على موضوعاتها ومدى تخصصها، ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع بناءً على هذه الاختلافات، ومنها:

1.صحف عامة: تغطي مجموعة واسعة من المواضيع بما في ذلك السياسة والاقتصاد والثقافة والرياضة وغيرها، مثال: (جريدة الأهرام

المصرية، الأخبار، الجمهورية)

2.صحف سياسية: تركز على تغطية الأحداث والتطورات السياسية على الصعيدين المحلي والدولي، مثال: (بعض الصحف الصادرة عن

الأحزاب السياسية كجريدة الوفد، صوت الأمة، المصريون).

3.صحف اقتصادية: متخصصة في تغطية الأخبار والتحليلات المتعلقة بالأسواق المالية والتجارة والاقتصاد، مثال: (جريدة المال المصرية).

4.صحف ثقافية وفنية: تركز على تغطية الأحداث والمستجدات في مجالات الثقافة والفنون والأدب مثال: (مجلة الإذاعة والتلفزيون، مجلة

العربي).

5. **صحف علمية وتقنية:** تركز على الأخبار والتطورات في مجال العلوم والتكنولوجيا والابتكار، مثال: (المجلة الصحية للشرق الأوسط).
 6. **صحف رياضية:** تركز على تغطية الأحداث والنتائج في مجال الرياضة والألعاب الرياضية، مثال: (جريدة أخبار الرياضة المصرية).
 7. **صحف متخصصة:** تركز على موضوع معين مثل البيئة، أو الصحة، أو التعليم، أو السفر، وغيرها، مثال: (مجلة أخبار البيئة)
 8. **صحف إقليمية أو محلية:** تركز على تغطية الأخبار والأحداث على المستوى المحلي أو الإقليمي، مثال: (جريدة صوت المنيا).
- هذه بعض الأنواع الشائعة للصحف الإلكترونية، وتوجد أنواع أخرى تعتمد على السياق الثقافي واللغوي للمنطقة التي تُصدر فيها الصحيفة.

➤ 5. مفهوم الخبر الصحفي الإلكتروني.



- يُعرف الخبر الصحفي بأنه وصف موضوعي دقيق للوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة لحدث حالي .
- بينما الخبر الصحفي الإلكتروني فيعرف بأنه الخبر الذي يتم بثه عن طريق شبكة الإنترنت سواء كان نصاً أو مصوراً أو كلاهما معاً، على أن تتوفر فيه قواعد الكتابة الصحفية الإلكترونية التقنية والمهنية.



كما تُعرف الأخبار الصحفية الإلكترونية بأنها الأخبار التي يتم بثها على شبكة الإنترنت، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتزود شأنها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات، فضلاً عن ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات.

➤ 6. مميزات الأخبار الإلكترونية.

تتميز الأخبار الإلكترونية عن نظيرتها الصحفية والاذاعية، بما يلي:

1. تعدد الوسائط في تقديم الأخبار: إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصور المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزوداً بكل الوسائط السابقة، إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبر صوتياً.
2. التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

3. البحث داخل الأخبار وفي الأرشفة الإخبارية سواء داخل الموقع أو في شبكة الإنترنت .

4. ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى، وتقديم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والشخصيات والأماكن الواردة في الخبر .

5. إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الخاص بالمستخدم .

6. تعدد المصادر وتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مُكرهاً كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبي الصحيفة، وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد .

7. لقد أفرزت الصحافة الإلكترونية عدة تطورات منها ما هو خاص بالخبر، إذ أن سرعة تناول الخبر وبثه هي أهم ما يميز التطور الذي حدث مع مواقع الإنترنت الصحفية، كما يتميز النشر على المواقع الإلكترونية بإمكانية تعديل الخبر وتصحيحه في حالة وجود أي أخطاء، وإضافة روابط لها علاقة بالموضوع. كما أن هناك تطور خاص بالقارئ، إذ توفرت له فرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع، ونشر رده في اللحظة نفسها، حيث تُتيح العديد من المواقع كتابة التعليق في أسفل المادة أو الموضوع، وينشر الرد آلياً دون الخضوع لأي مقابلة، وتقوم بعض المواقع بتمرير الرد أولاً على مسؤول التحرير حتى لا يتم نشر شتائم أو كلام مناف للآداب.

8. وتمتاز الأخبار الإلكترونية بأنها لا تعتمد على النص وحده في إيصال المعلومات إلى المتلقي، وإنما تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة مع النص مثل مقاطع الفيديو والملفات الصوتية والصور الثابتة والمتحركة، مما يضيف حيوية وغنى للنص الصحفي ويزيد من الكم المعلوماتي الذي يتضمنه الخبر الإلكتروني، حيث يتركز مفهوم الوسائط المتعددة على النص مصحوبا بالصوت واللقطات الحية من فيديو وصورة وتأثيرات خاصة؛ مما يزيد من قوة العرض وخبرة المتلقي بأقل تكلفة وأقل وقت، لذا يُعد استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية ميزة مهمة من مميزات تلك الصحافة، حيث يستطيع الصحفيون استخدام كل العناصر لتقديم محتوى صحفي وإخباري يتجاوز حدود النصوص الصماء التي تقدمها الصحافة الورقية .

9. لقد أضفت الوسائط المتعددة الكثير من الحيوية والتفاعلية على الرسالة الإعلامية بفعل استخدامها، فالرسالة لم تعد جامدة بل أصبحت مدعومة بالصورة الثابتة والمتحركة والصوت والرسوم والخرائط التوضيحية؛ الأمر الذي أعطى مميزات للخبر الصحفي الإلكتروني تفوق بكثير الخبر التقليدي الذي يعتمد على النص مصحوباً بالصور الثابتة فقط.

➤ 7. الفنون التحريرية في الصحف الإلكترونية

لمعرفة سياسة العمل التحريري في الصحف الإلكترونية يجب بالبداية معرفة الفنون التحريرية لتلك الصحف. وتتبلور الفنون التحريرية الصحفية بالآتي:

أولاً: الخبر الصحفي الإلكتروني حيث يظهر في الأخبار والوقائع التي تنشرها الصحف الإلكترونية.
ثانياً: التقرير الصحفي وهو ما كان مكون من مادة واحدة فقط تخدم فكرة ومعلومة واحدة، كما تعمل على التعليق على الخبر بشكلٍ عميق.

ثالثاً: التحقيق الصحفي الإلكتروني ويُعد من الأنواع التي تجمع بين التقرير والرأي والخبر نفسه والحوار
رابعاً: الحديث الصحفي الإلكتروني ويتم من خلاله إدارة حوار بين الصحفي وشخصية واحدة أو شخصيات متعددة، حيث أن هذا النوع يستهدف الوصول والحصول على أخبار متطورة وجديدة.

خامساً: المقال الصحفي، وهو عبارة عن أداة يتم من خلالها التعبير عن السياسة الإعلامية التي تتبعها الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية.

سادساً: القصة الصحفية الإلكترونية، وهذا النوع من الأشكال الصحفية يترتب على الخبر بمعنى أنّ الخبر هو الأساس لبناء القصة الصحفية الإلكترونية على شبكة الإنترنت. كما وأنّ بناء القصة الصحفية الإلكترونية يحتاج من الصحفي أو القائم بالعملية الاتصالية أن يكون لديه قدر من الإحساس الصحفي.

سابعاً: التغطية الإعلامية الإلكترونية الخاصة: ويتميز هذا النوع من الأنواع الصحفية الإخبارية باعتماده على تقديم المعلومات بالشكل المباشر وكذلك تقديم صورة واضحة ومباشرة عن الموضوع المطروح.

➤ 8. أشكال الخبر الصحفي الإلكتروني

ويمكن تقسيم أشكال الخبر الصحفي الإلكتروني طبقاً لاستخدامه للنصوص المكتوبة الإلكترونية إلى مايلي :

أولاً: الخبر الصحفي الذي يتكون من نصوص فقط .

الرئيسية < أخبار عاجلة

أمطار غزيرة على مناطق متفرقة بالقاهرة الكبرى وتكاثر للسحب الركامية

الإثنين، 18 مارس 2024 05:07 م

تشهد عدة مناطق متفرقة بالقاهرة الكبرى في هذه اللحظات **أمطار متفاوتة الشدة** على فترات متقطعة، وذلك تزامناً مع رصدته صور الأقمار الصناعية من استمرار تكاثر السحب المتخفضة والمتوسطة والركامية الممطرة على مناطق متفرقة من شمال اليلاد حتى القاهرة الكبرى وشمال الصعيد يصاحبها سقوط أمطار متفاوتة الشدة تكون رعدية أحيانا على بعض المناطق.

وتوقعت هيئة الأرصاد أن يشهد اليوم الاثنين، قرص الأمطار تكون خفيفة إلى متوسطة مساء على القاهرة الكبرى وجنوب الوجه البحري ومدن القناة، لاقته إلى أن الأمطار تكون متوسطة ورعدية أحيانا على السواحل الشمالية الغربية وشمال الوجه البحري على فترات متقطعة .

وأضافت هيئة الأرصاد إلى أن قرص الأمطار تمتد متوسطة وتكون رعدية أحيانا وقد تصل لحد السيول على سيناء ومحافظه البحر الأحمر والطرق المؤدية لجنوب الصعيد، وأمطار متوسطة ورعدية أحيانا على شمال وجنوب الصعيد.

ثانياً: الخبر الصحفي الذي يتكون من نص مصحوبا بمقاطع فيديو ونصوص فائقة وملفات صوتية وصور ثابتة أو متحركة.



➤ 9. قواعد التحرير الصحفي الإلكتروني في عالم الصحافة الرقمية

من قواعد التحرير الصحفي الإلكتروني والتي تُعد مهمة جدًا في عالم الصحافة الرقمية، إتباع الصحفي لهذه النصائح والأسس، ومنها:

1. الوضوح والبساطة: اكتب بلغة واضحة وبسيطة، مع تجنب الجمل المعقدة والمصطلحات الصعبة.
2. الدقة والمصداقية: تحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، من خلال الاستناد إلى مصادر موثوقة.
3. العناوين الجذابة: استخدم عناوين مثيرة للاهتمام لجذب القراء.
4. التنظيم والهيكلية: قسّم المقال إلى فقرات وأقسام، مع استخدام العناوين الفرعية والقوائم.
5. التفاعل مع القراء: استجب لتعليقات القراء وأسئلتهم، وكُن متفاعلاً على وسائل التواصل الاجتماعي.
6. التحقق من الصور والوسائط المرئية: تأكد من صحة الصور والفيديوهات المستخدمة في المقال.
7. التحرير اللغوي: اهتم بالنحو والإملاء والتركيب اللغوي.

➤ 10. ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني من الناحية الإخراجية.

يطلب من المحرر الصحفي في التحرير الصحفي الإلكتروني الالتزام بمجموعة من الضوابط التي تُسهم في إبقاء الأخبار بنسق إخراجي واحد، بالإضافة لمساعدتها على سهولة قراءة الموضوع، وهي كالاتي:

1. الدقة في عدد كلمات العناوين، وخصيصاً لتلك التي توضع على الصفحات الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية، حيث تتراوح من خمس إلى ست كلمات، فلا تزيد ولا تنقص إلا للضرورة.
2. التزام عدد كلمات معين في الفقرة الواحدة بحيث لا تكون قصيرة غير ملمة بالموضوع ولا طويلة مملة، والأفضل أن تكون المقدمة بين 35 و 40 كلمة، والفقرة في العرض بين 60 و 100 كلمة.

3. ألا يزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن خمس كلمات ولا يقل عن ثلاث كلمات، ويُكتب داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض.

4. النقطتان الرأسيتان يُستخدمان بعد أسماء الدول في حال صدور قرار رسمي من الدولة _مصدر الخبر_ أما إذا لم يكن رسمياً فنقطتين متجاورتين، مثال:

قررت حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة اليوم تعديل سياسة الهجرة والإقامة، وفقاً للبيان الصادر عن وزارة الداخلية:

وهذا مثال عن استخدام نقطتين متجاورتين بعد اسم الدولة في حالة عدم صدور قرار رسمي

5. الدقة في عدد كلمات الخبر بحيث تتراوح بين 600، 800 كلمة.

6. عدم الإسراف بالعناوين الثانوية.

ويتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاثة مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية الإلكترونية، وهي :

- المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار، والتكثيف.
- المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.
- مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول.

➤ 11. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني

Lecture No:8

يمكن لفت الاهتمام إلى أن الصحف الإلكترونية حالها حال الصحف الورقية، حيث تقدم الأخبار بقوالب محددة للتحرير الصحفي الإلكتروني والتي تُسهم بدورها في تقديم المعلومات الإخبارية والقصص الصحفية الإلكترونية، حيث يتم من خلال هذه القوالب تطوير المعلومات الإعلامية، ومن أهم القوالب الإلكترونية:



1. قالب الهرم المقلوب: هو نوع شائع من قوالب كتابة الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة، ويُستخدم هذا القالب للأخبار البسيطة التي تتعامل مع حدث معين أو تتضمن واقعة محددة وتركز على موضوع معين فقط. كما يتميز بأنه يقدم المعلومات الرئيسية في بداية الخبر، مما يُتيح للقارئ الحصول بسرعة على المعلومات الهامة جدًا حول الحدث. ومع ذلك يعيبه أنه القارئ ليس ملزماً بقراءة الخبر كاملاً بمجرد الحصول على المعلومات الأساسية في بدايته.

ويتكون هذا القالب من مقدمة تطرح النقطة المركزية في الخبر، ثم تأتي بعد ذلك فقرات الخبر من الأهم إلى الأقل أهمية، ويُستخدم في الأخبار الساخنة والجادة، حيث يُعطي الأولوية للمعلومات الرئيسية في البداية. باختصار، يُعد قالب الهرم المقلوب أداة فعالة لتقديم المعلومات الهامة بشكل سريع ومباشر في الأخبار.

مثال على قالب الهرم المقلوب:

- عنوان الخبر: "انفجار في مصنع كيماوي يؤدي إلى إصابة عدد من العمال في مدينة القاهرة"
- مقدمة الخبر: وقع انفجار في مصنع للمواد الكيميائية بمنطقة العباسية في القاهرة صباح اليوم.
- الجسم الرئيسي للخبر:
 - أسفر الانفجار عن إصابة 8 عمال بجروح متفاوتة، تم نقلهم إلى المستشفى لتلقي العلاج.
 - قامت فرق الإطفاء والإنقاذ بالوصول إلى موقع الحادث على الفور والسيطرة على الحريق.
 - تم إخلاء المنطقة المحيطة بالمصنع حفاظًا على سلامة المواطنين.
- خاتمة الخبر: تجري التحقيقات لتحديد أسباب الانفجار والتأكد من الامتثال لإجراءات السلامة المهنية

أهم المعلومات عن الخبر
من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ لماذا؟ كيف؟

التفاصيل العامة

معلومات عامة أخرى
معلومات عن خلفية
الموضوع





«المصريين الأحرار»: تعزيز العلاقات المصرية الأوروبية
خطوة تاريخية



«الثقافة» تعلن مسابقة الشباب
للفنون البصرية الدورة العاشرة



«الزراعة» تواصل ضخ السلع الغذائية
في معرض «خير مزارعنا لأهالينا»



أمين لجنة صناعة «المصريين»: تطوير
ميناء سفاجا يعزز وينمي الاستثمارات



برلماني يطالب بإنشاء منظومة تعليمية
منظمة لتعليم الطلاب المصريين

2. التحرير الصحفي في قالب النص الطويل

يبدأ هذا القالب في سعيه في عرض النصوص
الإخبارية كافة على الشاشة الإلكترونية، وذلك
لتصفح جميع الأخبار على المتصفح. كما يعمل
على عرض المحتويات بشكل خطي على شاشة
الحاسوب، فعن طريقه يبرز الفرق بين القوالب
الإلكترونية والقوالب المستعملة في الصحف
الورقية.



تجهيز وجبات إفطار صائمين بإمبابة

في عادي ستوية بالشهر الكريم، تقيم إحدى سيدات حي إمبابة بمحافظة الجيزة، منذ 35 عامًا، أكبر مائدة إفطار لاستضافة الصائمين يوميًا في شهر رمضان الكريم، وذلك بمشاركة عدد كبير من قاطني الخير.

وقالت الحاجة عزيزة، إنها تنظم سنويًا مائدة إفطار للصائمين في شهر رمضان، حيث يشارك عدد كبير من الطباخين والشباب في إعداد الوجبات، وتجهيزها وتعبئتها في أبهى صورة لاستقبال ضيوف الرحمن، لافتة إلى أنها تقوم بإعداد وجبات الإطعام طوال شهور العام لغير القادرين وليس في شهر رمضان فقط.

وأضافت خلال حديثها لـ "اليوم السابع"، أن المائدة يشارك في تجهيزها ومن الساعة 8 صباحًا، فريق عمل متكامل، حيث يحرسون على تغيير مكونات الوجبة بشكل يومي، مشيرة إلى أن عدد الوجبات التي يتم تجهيزها يوميًا وصل حتى الآن لـ 1700 وجبة، منها ما يقدم للصائمين على المائدة ومنها ما يرسلونه لغير القادرين في منازلهم، إلى جانب وجبات السحور التي يتم تجهيزها يوميًا.



3. التحرير الصحفي في قالب السرد المتسلسل:

حيث يبرز هذا القالب في تقسيم الأخبار والمواضيع الإلكترونية إلى مقاطع قصيرة، فعن طريقه يتم كتابة النصوص الإخبارية بطرق خطية وسردية. بالإضافة للالتزامه بنهاية مشوقة لكل فقرة في الخبر. ويعتبر من أكثر القوالب المستعملة في القصص الدرامية والإخبارية.

مسلسل كامل العدد 1+ الحلقة 8.. نقاش حاد
بين ألفت إمام وشريف سلامة

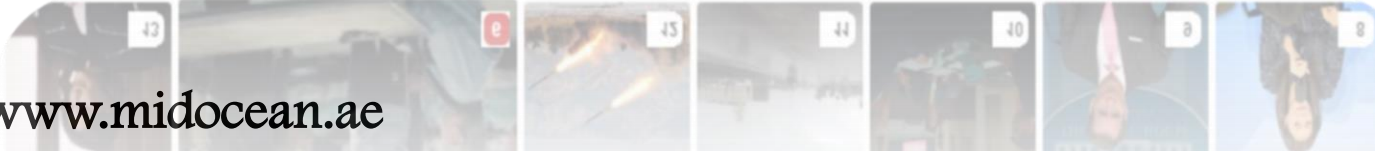
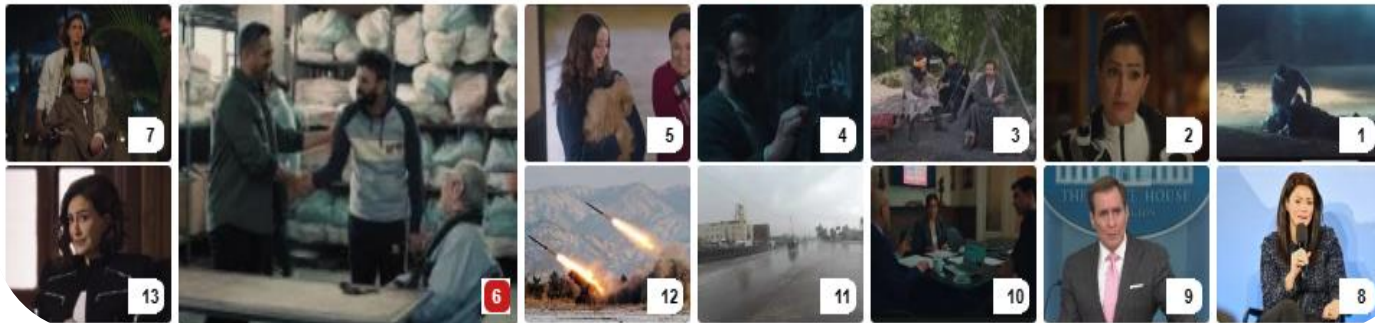
مسلسل الحشاشين الحلقة 8.. ظهور محمد
رجب واستيلاء حسن الصباح على قلعة

منتخب كرواتيا يكشف عن قمصاته الجديدة
قبل كأس عاصمة مصر.. صور

بيت الرفاعي الحلقة 8.. كرامة يقابل صديق
والده ورزق يتقدم لخطبة ملك قورة



عاجل 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13



3. التحرير الصحفي في قالب الكتابة النصية

بحجم الشاشة:

حيث يهدف إلى عرض المواد الإخبارية على شكل وحدات يتم تنسيقها مع حجم وشكل الشاشات الإلكترونية، بحيث يعمل على إيجاد طرق لنقل المستخدم بين الوحدات كافة، من خلال وضع زر التالي والسابق. وذلك لتسهيل عملية الانتقال إلى المحتويات الإخبارية التالية.

➤ خاتمة:

في عصر الصحافة الإلكترونية، أصبح من السهل على الأفراد الوصول إلى الأخبار في أي وقت ومن أي مكان باستخدام الأجهزة الذكية، مما يجعل العالم أكثر اتصالاً وتفاعلاً. ومع ذلك، تأتي هذه السهولة مع تحديات جديدة، مثل تصديق الأخبار ومكافحة الأخبار الزائفة التي قد تنتشر بسرعة كبيرة.

ومع ذلك، لا يمكن إنكار أهمية الصحافة الإلكترونية في تعزيز الديمقراطية وتمكين المجتمعات، حيث تساهم في توسيع دائرة المعرفة وتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مستنيرة، كما أنها تتيح منصة للأصوات غير مسموعة والقضايا المهمشة للظهور والتعبير عن آرائها.

في الختام، فإن الصحافة الإلكترونية والأخبار الإلكترونية تمثل تطوراً مهماً في عالم الإعلام، حيث تجمع بين السرعة والوصولية مع التحقق والمصداقية. وباستمرار التطور التكنولوجي، من المتوقع أن تستمر هذه الوسيلة في تغيير شكل الصحافة والإعلام، مما يعزز دورها في تشكيل وجه المجتمعات وتحقيق التغيير الإيجابي.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد يونس، فنون التحرير الصحفي في العصر الرقمي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2021.
2. محمد عبد البديع السيد، فن التحرير الصحفي في العصر الرقمي، د.ن
3. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

سباق توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والإعلام

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 8



Lecture
No : 9

1. مفهوم الصحافة الإلكترونية.
2. الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.
3. المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الإلكترونية.
4. أنواع الصحف الإلكترونية.
5. مفهوم الخبر الصحفي الإلكتروني.
6. مميزات الأخبار الإلكترونية.
7. الفنون التحريرية في الصحف الإلكترونية.
8. أشكال الخبر الصحفي الإلكتروني.
9. قواعد التحرير الصحفي الإلكتروني في عالم الصحافة الرقمية.
10. ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني من الناحية الإخراجية.
11. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني.



Lecture
No : 9





➤ تمهيد... ➤ صحافة الذكاء الاصطناعي. Artificial Intelligence Journalism

- دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- الأسباب الرئيسية التي تجعل الذكاء الاصطناعي مهماً في الصحافة
- مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وإنشاء المحتوى
- ما يجب التفكير فيه عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار
- الذكاء الاصطناعي وتطوير الصحافة

➤ البيانات الضخمة والصحافة

➤ الاستفادة من الأتمتة

➤ أهم الممارسات الحديثة للعمل الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

➤ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي

➤ أدوات صناعة المحتوى المكتوب وتحريره وإعادة صياغته

➤ تحديات وعقبات موجة الابتكار التكنولوجي المقبلة

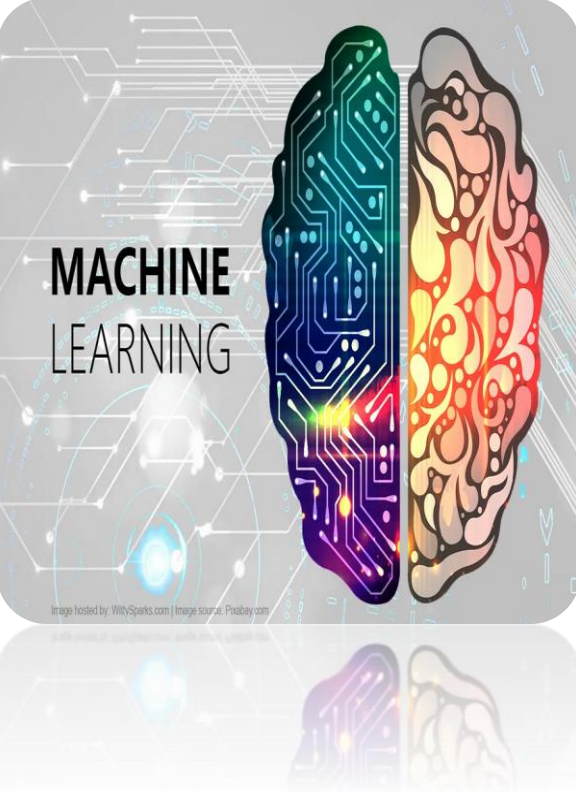
➤ خاتمة

➤ المصادر والمراجع

➤ تمهيد...



نعيش اليوم مرحلة انتقالية مهمة في حياتنا البشرية؛ فنحن نعاصر ثورة صناعية جديدة غيرت وستغير بشكل أكبر الكيفية التي يتم بها إنتاج المعلومات، ونشرها، واستهلاكها. ففي عام 2016، وفي المنتدى الاقتصادي العالمي في (دافوس) سويسرا أُطلق مُسمى الثورة الصناعية الرابعة لأول مرة؛ لإبراز المرحلة التي نعيشها، وحجم التأثير المتوقع على حياتنا من التقنيات الجديدة التي ظهرت؛ كتقنيات التعديل الجيني، وتقنيات المدن الذكية، وسلسلة الكتل Block chain، وتعلم الآلة، والأشكال الجديدة للذكاء الاصطناعي.



فقدرة الآلة على محاكاة الذكاء البشري هي أحد أهم المعايير التي يقاس من خلالها الذكاء الاصطناعي، ومنذ ظهور اختبار (تورينغ) في منتصف القرن العشرين الذي يقيس مدى قدرة الفرد على التمييز بين الآلة والبشر من خلال المحادثة، لم نر تقنية استطاعت أن تتجاوز ذلك الاختبار؛ وذلك حتى ظهور النموذج اللغوي الضخم LLM، وأحد أشهر تطبيقاته اليوم Chat GPT من شركة Open Ai تلك النماذج اللغوية، والأدوات التوليدية اعتبرت أحد أكبر النقلات النوعية في عالم الذكاء الاصطناعي؛ لإمكانية تحويلها، واستخدامها لتطبيقات عديدة، وتخصيصها لمجالات مختلفة، وهي ليست إلا نموذجًا واحدًا من النماذج الجديدة لمحاكاة ذلك "الذكاء البشري".

وتأتي في مقدمة التقنيات الذكية في مجال الإعلام تقنيات توليد المحتوى GAI؛ سواء المحتوى النصي، أو الصوتي، أو المرئي، وهي أدوات تعزز من عملية إنشاء المحتوى بشكل كبير. وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية NLP كأحد النماذج المستخدمة الآن، وتعمل على أساس فهم اللغة البشرية، وإنشائها، ومعالجتها؛ إذ تقوم وكالة الأنباء Associated Press من خلال منصة الذكاء الاصطناعي Wordsmith باستخدام تلك التقنية في عدة أمور، مثل: كتابة ملخصات لأحداث وفعاليات معينة، وكتابة مقالات في مجالات لا يوجد بها صحفيون للقيام بذلك، وكتابة التقارير المالية، وتلخيصها بلغة مبسطة، ولعل من أهم نواتج ذلك الاستخدام ما أتاحتها تلك التقنية لوكالة الأنباء؛ فمنذ بداية استخدام الذكاء الاصطناعي أعلنت الوكالة أن قدرتها على تغطية بعض الجوانب الإخبارية تضاعفت إلى (10) مرات، وعزت ذلك إلى صحفييها المتمثلين في "الروبوت".



➤ صحافة الذكاء الاصطناعي. Artificial Intelligence Journalism

تزايد الحديث في السنوات الأخيرة، حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام، وظهرت بقوة مصطلحات مثل: صحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence Journalism، أو التي تعرف اختصاراً بـ AI Journalism. صحافة الذكاء الاصطناعي يمكن وصفها بثورة الإعلام الجديد، التي تعدّ متوافقة تماماً مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، تلك التقنيات التي ينتشر استخدامها في معظم جوانب حياتنا، والصحافة ووسائل الإعلام من ضمنها بالتأكيد.

لذا؛ ظهر ما يُعرف باسم "صحافة الروبوت" Robot journalism التي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهام الإعلامية كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة.

لم تعد الصحافة بمعزل عن التقنية، إذ باتت تؤثر في كل مكوناتها التفصيلية، فهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد "صحافة الذكاء الاصطناعي" تُعرف

بـ "صحافة الجيل السابع"، أو "G7 Journalism".

➤ دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

إن أحد الدوافع الرئيسية التي تقود إلى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ودمجها في العمل الصحفي هي مدى الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه التقنية للصحفيين، وغرف الأخبار، مثل: تسريع المهام للعاملين، وأتمتة الأخبار، والكشف عن ماهية الأخبار الزائفة، وصناعة المحتوى الصحفي؛ بأساليب رقمية متقدمة تعتمد على توفير البيانات الضخمة، هذا إلى جانب تتبع اهتمامات الجماهير، والبحث في اتجاهات استهلاك المعلومات، وتفضيلات المستخدم، وتحسين تجربته.

➤ الأسباب الرئيسية التي تجعل الذكاء الاصطناعي مهماً في الصحافة.

1. **الكفاءة والإنتاجية:** يمكن للأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي أتمتة المهام المتكررة مثل تحليل البيانات وتنظيم المحتوى والتحقق من المعلومات، وبالتالي إعطاء الصحفيين وقتاً للعمل على التقارير المتعمقة وإنشاء محتوى إبداعي.
2. **تحليل البيانات والرؤى:** يمكن الذكاء الاصطناعي الصحفيين من تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة، واستخراج رؤى واتجاهات قيمة قد يكون من الصعب تحديدها بطريقة أخرى. حيث يعزز هذا النهج القائم على البيانات دقة وعمق التقارير.
3. **التخصيص ومشاركة الجمهور:** يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته: مما يسمح لمنشئي المحتوى بتقديم محتوى مخصص للقراء أو المشاهدين. فهذا النهج المخصص يُحسن مشاركة الجمهور وولائهم.



3. التقارير في الوقت الفعلي: يمكن للأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ومصادر الأخبار والمنصات الأخرى في الوقت الفعلي، مما يمكن الصحفيين من الإبلاغ عن الأخبار العاجلة بسرعة أكبر وشمولية.

4. إنشاء المحتوى وتنظيمه: أصبح المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي أكثر تعقيدًا، حيث أصبح بإمكان الذكاء الاصطناعي إنشاء مقالات إخبارية وملخصات فيديو وحتى محتوى تفاعلي. أيضا يمكن لمنشئي المحتوى استخدام الذكاء الاصطناعي لزيادة عملهم وتلبية احتياجات جمهور أوسع.

5. التحقق وتقصي المعلومات: يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي أن تساعد الصحفيين في التحقق من المعلومات ومن المحتوى، والمساعدة في مكافحة المعلومات المضللة والأخبار المزيفة، وهي قضية مهمة في المشهد الإعلامي اليوم.

6. اكتشاف القصة (تحليل وإنتاج المحتوى): يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل مجموعات البيانات الكبيرة وتحديد زوايا واتجاهات القصة المحتملة، وتمكين الصحفيين من الكشف عن القصص الفريدة والمقنعة التي ربما لم يلاحظها أحد.

7. تحسين الوسائط المتعددة: يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لتحسين محتوى الوسائط المتعددة مثل التحرير الآلي للفيديو والتعرف على الصور، وقدرات تحويل الكلام إلى نص، مما يجعل إنشاء المحتوى أكثر سهولة وديناميكية.



8. فهم سلوك الجمهور - التخصيص: توفر تحليلات الذكاء الاصطناعي رؤى حول سلوك الجمهور وأنماط استهلاك المحتوى. كما تساعد هذه البيانات منشئي المحتوى على تصميم استراتيجياتهم لتتوافق بشكل أفضل مع جمهورهم المستهدف.

9. الابتكار والاستعداد للمستقبل: احتضان الذكاء الاصطناعي في الصحافة وإنشاء المحتوى يضع غرف الأخبار التي تتبنى هذا النهج في طليعة التطورات التكنولوجية؛ مما يضمن استمرار قدرتها التنافسية في مشهد إعلامي سريع التطور.

➤ مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وإنشاء المحتوى

1. **الكفاءة:** يمكن للذكاء الاصطناعي معالجة وتحليل كميات هائلة من البيانات بشكل أسرع بكثير من البشر؛ مما يساعد الصحفيين على جمع المعلومات وإنشاء التقارير في جزء صغير من الوقت.
2. **تدقيق المعلومات:** يمكن لأدوات التحقق من الحقائق التي تعمل بالذكاء الاصطناعي التحقق بسرعة من دقة المعلومات وتحديد المعلومات الخاطئة المحتملة أو الأخبار المزيفة، مما يؤدي إلى تحسين موثوقية الصحافة.
3. **الإبلاغ غير المتحيز:** يمكن للذكاء الاصطناعي مساعدة الصحفيين في التغلب على التحيزات من خلال توفير رؤية قائمة على البيانات، مما يؤدي إلى تقارير أكثر موضوعية وحيادية.
4. **رؤى الجمهور:** يعني فهم أذكى لمنظور الجمهور، حيث يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي تحليل سلوك الجمهور وتفضيلاته، وتمكين الصحفيين من إنشاء محتوى يكون له صدى أفضل مع القراء المستهدفين.

➤ ما يجب التفكير فيه عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار



- 1. التحقق والدقة:** قد لا يكون المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة AI دقيقًا تمامًا أو تم التحقق منه دائمًا. لذا يجب أن يكون لدى وسائل الإعلام بروتوكولات صارمة للتحقق من المعلومات وإشراف بشري للتأكد من أن الأخبار التي يتم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي موثوقة وذات مصداقية.
- 2. الشفافية وقابلية التفسير:** قد تكون نماذج الذكاء الاصطناعي معقدة ويصعب تفسيرها. لذا يجب أن تؤكد السياسات التحريرية على الشفافية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؛ مما يضمن أن الصحفيين والقراء يفهمون متى يتم استخدام الذكاء الاصطناعي وكيف يؤثر على عملية إعداد التقارير.



3. الخصوصية وحماية البيانات: تعتمد أدوات الذكاء الاصطناعي غالبًا على كميات هائلة من بيانات المستخدم. ويجب هنا أن تمتثل السياسات التحريرية للوائح حماية البيانات وأن تُعطي الأولوية لخصوصية المستخدم في جمع البيانات واستخدامها.

4. مراقبة الجودة: الاعتماد بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي لتوليد المحتوى قد يضر بجودة التقارير. لذا يجب على المؤسسات الإعلامية أن تضع تدابير لمراقبة الجودة لضمان أن المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي يفي بنفس معايير التحرير مثل المحتوى المكتوب بشريًا.

➤ الذكاء الاصطناعي وتطوير الصحافة.

يُكثر الحديث اليوم عن تجارب مختلفة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، سواء في إنتاج المحتوى الإعلامي، أو تحليل هذا المحتوى، أو نشره وتوزيعه، أو حتى تزييف البعض لهذا المحتوى، والكشف أيضًا عن طرق التزييف تلك عن طريق تقنيات الذكاء الاصطناعي.

السؤال المطروح بقوة الآن، هو: كيف يمكن أن تساهم تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي؟ وكيف يمكن استخدام أدوات صحافة الذكاء في إنتاج المحتوى الإعلامي المميز؟



إن دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام صار يتزايد منذ عام 2012، إذ بدأ استخدام "صحافة الروبوت" التي تعتمد على استخدام الروبوت في صناعة المحتوى عبر المنصات الرقمية فيس بوك، وتويتر، وإنستغرام، وغيرها.

لقد زادت أهمية الذكاء الاصطناعي في تحرير الصحفيين من بذل الجهود لأداء مهام روتينية رتيبة، وإفساح المزيد من الوقت أمامهم للعمل على جوانب تتطلب إبداعاً بشرياً.

بالتأكيد، ستستفيد المؤسسات الصحفية والإخبارية من تأثيرات "الذكاء الاصطناعي" عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، وستُسهم في إنضاج المعالجات المهنية للقصص الخبرية، من جانب تقدير وتحليل الاتجاهات المُعقدة للأحداث بصورة سريعة تنبؤية، كما يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لمساعدة العاملين في مجال الصحافة على تحديد الأخبار الزائفة؛ مما يمنح المحررين الفرصة لبناء التقارير بشكل متوازن وموضوعي غير متحيز، مستندين إلى تحليل المعلومات الدقيق وليس العاطفة الشخصية أو المسيسة، وسيكون لذلك تأثيرات إيجابية على تلك المؤسسات منها – على سبيل المثال لا الحصر – تخفيف العبء المالي عنها، وتطوير مخرجاتها الإخبارية للصمود في وجه التنافس الإعلامي الشرس، وأهم من ذلك تطوير الأداء المهني للصحفيين وقدراتهم بما يوائم متطلبات المستقبل الجديد.

كذلك، لو تحدثنا عن تقنيات مثل الروبوت وكيف يمكن استخدامه في بعض الحالات الطارئة التي يصعب تدخل الإنسان فيها بشكل فوري، مثل حرائق الغابات، فإنه يمكن الاعتماد على بعض الروبوتات باستخدام الطائرات بدون طيار، وزرع كاميرات عالية الدقة داخلها، وبالتالي يُصبح من السهل الحصول على صور ومقاطع فيديو وصوتيات موثقة للحظة وقوع الحادث من داخل الحرائق أو الأماكن التي لا يمكن أن يصل إليها الإنسان، وكذلك التغطيات الصحفية في الحرب، أو مكافحة الإرهاب.

➤ البيانات الضخمة والصحافة

يملك الذكاء الاصطناعي قدرة فائقة على التفاعل الفوري مع البيانات وربطها بالخطوط العريضة للقصة. وفي حين أن كتابة التقارير الفصلية – كتقارير الأداء وغيرها – كانت تستغرق عادةً أسابيع من الجهد من قبل فريق العمل الصحفي لصياغتها، فإنه يمكن للذكاء الاصطناعي الآن إعدادها في غضون ثوانٍ فقط! وبات من الطبيعي الاعتماد على الروبوت في تحليل البيانات الضخمة، التي قد تصل أحياناً إلى الملايين من (الجيجا بايت) من البيانات، التي يمكن تحليلها بهدف إصدار تقارير صحفية موثقة ومعمقة تعمل على مدار 24 ساعة في اليوم بشكل مستمر ودقيق، وتوفر الوقت والجهد. فعلى سبيل المثال، استغرقت وثائق بنما شهوراً طويلة في تحليل بياناتها من أجل الخروج ببيانات عبر تقارير صحفية، في حين أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكنها تحليل بيانات تفوق في حجمها وصعوبة موضوعاتها، وفي وقت قصير.



وأبرز مثال على ذلك تجربة وكالة بلومبيرغ الإخبارية التي وظفت روبوتات الذكاء الاصطناعي للعمل على تحليل اتجاهات مجموعات البيانات الضخمة، وتقوم بإرسال تنبيهاتها إلى الصحفيين عند ظهور اتجاه أو تحول في هذه البيانات؛ لمساعدتهم على تحليل الأسواق بالشكل المهني المطلوب، ووفق رؤية اقتصادية متوازنة حيادية.

ما يمكن أن تقدمه البيانات الضخمة للمحتوى الصحفي والإعلامي، يبدو شيئاً مذهباً، إذا ما جاءت اللحظة المناسبة للتوسع فيها، فصحافة الذكاء الاصطناعي بالاستناد إلى البيانات الضخمة تستطيع تقديم محتويات يصعب على الجهد البشري الخروج بها بذات الجهد والوقت والكلفة.

➤ الاستفادة من الأتمتة

أشارت إحدى الدراسات التي أجرتها وكالة Associated press إلى أنه بحلول العام 2027، ستحتل غرف الأخبار بترسانة من أجهزة الذكاء الاصطناعي، وسيعمل الصحفيون على الدمج السهل للآلات الذكية في منظومة عملهم اليومي. وسيتمكن الذكاء الآلي من القيام بأكثر من مجرد التمخض عن تقارير إخبارية مباشرة مؤتمتة.

ومن أهم وأشهر تجارب صحافة الذكاء الاصطناعي والاستفادة من تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، ما فعلته وكالة رويترز للأنباء، التي أطلقت بالفعل أولى الخطوات في تمكين تقنيات الذكاء الاصطناعي من أداء مهام معينة في صناعة الخبر، عبر بناء غرفة الأخبار الإلكترونية تسمى Insight Lynx حيث يتم الاعتماد عليه من قبل الصحفيين في تنظيم الأخبار وجمعها من مصادر الإنترنت، واقتراح الأفكار، وتحليل البيانات، وحتى كتابة جمل كاملة إذا لزم الأمر.



وكذلك أسست Reuters News Tracer، وهي أداة قادرة على تتبع الأحداث بسرعة وعلى نطاق واسع، والتحقق تلقائيًا من الأخبار العاجلة في (تويتر) لتقديم تقرير عن الأحداث بدقة وبسرعة أكبر، وذلك من خلال تحديد موقع وهوية الشخص الذي كتب التغريدة، وكيفية انتشار التغريدات، وتحلل هذه الأداة التغريدة المنشورة في الوقت الحقيقي، وتصفي الرسائل غير المرغوب فيها، وتصنف التغريدات المماثلة إلى (مجموعات) على أساس كلمات مماثلة. ولا تغفل تحالف وكالة "رويترز" وفريق شركة "سيمانتيك" لأتمتة مقاطع الفيديو التفاعلية من خلال تزويد المشتركين بالنفاز لقاعدة ضخمة لبيانات تفاعلية مصورة.

➤ أهم الممارسات الحديثة للعمل الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

برزت، مؤخراً، عدة مجالات لتوظيف استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتعتبر وكالة Associated press من أوائل المؤسسات الإعلامية التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، فقد وظفت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج تقارير اقتصادية ربع سنوية عن الدخل المالية، والنتيجة كانت مبهرة على مستوى الكم والكيف معاً، فقد ساهمت التقنية الجديدة في إنجاز أكثر من 3000 تقرير اقتصادي بدلاً من 300 تقرير كان يستغرق من الصحفيين الكثير من الوقت والمجهود، كما أن الأرقام والحقائق الواردة في هذه التقارير دقيقة جداً. وباتت الوكالة تستخدم "روبوتات" تؤدي المهام الإخبارية الأساسية مثل كتابة فقرتين إلى ست فقرات عن النتائج الرياضية وتقارير الأرباح الفصلية.

كذلك، استطاع "هيليوجراف"، وهو الروبوت المراسل لصحيفة "واشنطن بوست" الأميركية خلال عام واحد (منتصف 2016-2017)، أن ينجز 850 موضوعًا صحفيًا، كانت بدايتها 300 تقرير حول "أولمبياد ريو دي جانيرو"، وبعد هذه التجربة الناجحة استخدمت الجريدة "الروبوت" في تغطية سباق الانتخابات الأمريكية، ودوري كرة القدم للمدارس الثانوية في واشنطن، إلى جانب إنتاج العديد من القصص والتغريدات المختلفة.

➤ أيضًا، وظفت صحيفة NewYork Times تقنية جديدة للذكاء الاصطناعي بطريقتين:

تقوم الطريقة الأولى على تبسيط العملية الصحفية من خلال استخدام الوسوم Tags، فقد تعلم الكمبيوتر التعرف على الكلمات المفتاحية الدالة على الملامح الرئيسية في النص، والتي تساعد المستخدمين في سرعة عمليات البحث، واستخراج المعلومات والتحقق من الأخبار.

أمّا الطريقة الأخرى، فهي استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة تعليقات القراء؛ لأن قسم تعليقات القراء تتم إدارته بواسطة فريق عمل مكون من 14 محررًا يتولون مسؤولية مراجعة حوالي 11 ألف تعليق يوميًا.

ولكن مكنت التقنية الجديدة Perspective API التي طورها Jigsaw من إدارة وتنظيم تعليقات القراء بفعالية، وبالتالي تمكن المستخدمون من قراءة تعليقات القراء بواسطة تمرير شريط من اليسار إلى اليمين، ويدل الجزء الأيمن من الشريط على الموضوعات التي تنطوي على تعليقات سلبية، وهذه طريقة جيدة للمستخدمين للقراءة والتفاعل مع التعليقات التي تروق لهم وتجنب التعليقات التي تحمل وجهات نظر عدائية.

ووفقًا لصحيفة نيويورك تايمز، فإن ما يقرب من ثُلث المحتوى الذي نشرته بلومبيرغ يتم عبر أنظمة آلية دون الحاجة إلى العنصر البشري. كل ذلك يترافق مع توقّعات بأن يتمكّن الذكاء الاصطناعي من كتابة 90% من إجمالي الأخبار بحلول العام 2025. ويوجد منصات إخبارية عريقة أخرى تعمل على مشاريع تقنية متقدمة لتطوير عملية استخراج المحتوى الإخباري وكتابة القصص والأخبار الصحفية، مثل: واشنطن بوست التي طورت مفهوم الصحافة الآلية Automated Journalism واستخدمت هذه التقنيات لتحليل الأخبار المتعلقة بأولمبياد ريو دي جانيرو في البرازيل.

أيضاً منصة CNN تستخدم نظام شات بوت أو الشات الآلي لإرسال تقرير يومي لحسابك في فيس بوك ماسنجر عن أهم الأخبار التي تهكم بناء على اهتماماتك. كذلك تقوم صحيفة الجارديان بذات الشيء. أما صحيفة نيويورك تايمز، فهي تعمل أيضاً على تقليص عمليات بناء القصص الصحفية والأخبار عبر مشروع Editor الذي يقوم على تحليل المحتوى وفهمه عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.

➤ صحافة النشرات البريدية

يعد إنشاء نشرة بريدية للمواقع الإلكترونية طريقة فعالة لإعادة جذب القراء وإبقائهم على اتصال بأحدث الأخبار والمستجدات، حيث تساعد النشرات البريدية زوار المواقع بالعودة إليها باستمرار. وتعتبر النشرات البريدية ضرورية في نقل تسويق الوسيلة الإعلامية إلى المستوى التالي، فهي توسع الآفاق وتعطي الجمهور صورة أوسع، ويمكن أن يؤدي تضمين روابط مفيدة وإعطاء أوصاف مرئية إلى جذب المزيد من القراء. ومن أشهر الصحف التي تتميز في النشرات البريدية، صحيفة Times التي لديها 13 مليون مشترك لأكثر من 50 نشرة إخبارية عبر الرسائل الإلكترونية، مما يعني أن التايمز لديها قناة اتصال مع مستخدميها لا يمكن أن ينول منها فيس بوك أو جوجل أو عمالقة إيرادات الإعلانات.

➤ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي:

1. وضع مبادئ توجيهية واضحة: حول الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في التقارير الإخبارية، ويجب أن تتناول هذه الإرشادات التخفيف من التحيز والشفافية والمساءلة في تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي ونشرها.
2. الرقابة البشرية: تأكد من قيام المحررين والصحفيين من البشر بمراجعة والتحقق من المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي قبل النشر. فالرقابة البشرية هنا ضرورية للكشف عن الأخطاء، والحفاظ على معايير التحرير، ومنع نشر المعلومات الكاذبة.

3. التنوع والشمول:

- تشجيع وجهات النظر المتنوعة والشاملة في التقارير الإخبارية.
- يجب أن تعزز السياسات التحريرية إدراج الأصوات ووجهات النظر المختلفة لتجنب تعزيز التحيزات الموجودة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي.

4. القابلية للتفسير والإفصاح:

- الكشف بوضوح عن وقت استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار
- تقديم تفسيرات لكيفية إنشاء المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، فهذا يعزز الشفافية ويساعد في بناء الثقة مع الجمهور.

5. حماية البيانات والموافقة:

- تأكد من أنّ جمع البيانات واستخدامها يتوافق مع لوائح حماية البيانات ذات الصلة.
- الحصول على موافقة صريحة من المستخدم لاستخدام البيانات وتنفيذ ممارسات تخزين البيانات الآمنة.

6. التعلم والتحسين المستمر:

- تقييم أداء خوارزميات الذكاء الاصطناعي وفعاليتها بانتظام.
- يجب أن تكون المؤسسات الإعلامية منفتحة على التعلم من الأخطاء والتحسين المستمر لأنظمة الذكاء الاصطناعي لتعزيز الدقة والموثوقية.

7. التدريب التحريري: توفير التدريب للصحفيين والمحررين على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وآثارها. حيث يمكنهم ذلك من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وفهم تأثيرها.

➤ أدوات صناعة المحتوى المكتوب

1. Rytr

أداة مميزة في كتابة المحتوى بأكثر من 30 نسخة في بضع ثوان بما فيها المقالات ورسائل البريد الإلكتروني والإعلانات والرد على التعليقات وتحرير النصوص. وهي تدعم اللغة العربية وتسمح لمستخدميها بالاستفادة منها مجاناً في حدود 5000 حرف شهرياً، كما أن الأداة متوفرة أيضاً في Google Chrome.

2. JASPER

أداة تكتب المحتوى نيابة عنك خاصة المحتوى التسويقي بـ 25 لغة ليس من بينها العربية. جاسبر في الأصل أداة مدفوعة وتمنحك تجربة مجانية لأول 10000 كلمة.

3. katteb

منصة عربية متخصصة في توليد المحتوى المكتوب بكل أنواعه وإعادة صياغته. تقدّم المنصة خطاً مدفوعة وتجربة مجانية لأول 2000 كلمة.





4. Guinrank

إحدى أهم المنصات المساعدة لكتاب وصناع المحتوى ومشرفي المواقع، تمكنك من البحث عن الكلمات المفتاحية وتوليد النصوص وتحليل المحتوى وتحسينه وترجمته وتسويقه أيضًا. كما تمنحك المنصة استخدامًا مجانيًا بقدر 30 مقال أو قطعة محتوى شهريًا.

5. Generated Photos

تولد هذه الأداة صورًا لا نهائية بلا حقوق ووجوهًا بشرية بالذكاء الاصطناعي لأناس غير موجودين بالكوكب.

6. Any word

أداة مدفوعة تمنحك خطة مجانية لكتابة النصوص وتحريرها وإعادة صياغتها بكل أشكالها وأهدافها.

anyword

➤ أدوات تحرير المحتوى المكتوب وإعادة صياغته.

1. **Word tune** : أداة إعادة صياغة المحتوى تأتي بخطة مجانية ذات مزايا محدودة وخطة مدفوعة. الأداة متوفرة أيضًا كإضافة في Google Chrome أو Word Extension
2. **Content Row** : أداة مجانية تدعم اللغة العربية تحليل وتولد العناوين الرئيسية، للمدونات ويوتيوب وعناوين clickbait.
3. **Coschedule** : منصة شاملة تقدم العديد من الخدمات لصناع المحتوى والمسوقين أهمها: أداة تحليل عناوين المحتوى، وأداة توليد عناوين SEO، وأداة تحليل وتوليد موضوع رسائل البريد الإلكتروني، وأداة تحسين الرسالة المقدمة عبر السوشيال ميديا.
4. **Sonix.ai** : أداة النسخ التلقائي وتحويل الصوت سواء المسجل أو المباشر في اجتماعات زووم وغيرها إلى نص، مع إمكانية الترجمة الآلية للنص والفيديو إلى 30 لغة من بينها العربية.
5. **Copy smith** : أداة مميزة تقوم بإعادة صياغة وتنقيح المحتوى، وكتابة الإعلانات لفيس بوك وInstagram Caption، وتعليقات سوشيال ميديا، ووصف المنتجات، بالإضافة إلى توليد عناوين ومقدمات المدونة.

➤ تحديات وعقبات موجة الابتكار التكنولوجي المقبلة

على الرغم من تنامي دخول الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة وغيرها من المجالات الإبداعية، ورغم المزايا العديدة التي يقدمها في هذا المجال، فإنه ما زال يواجه العديد من الصعوبات، ومن هذه الصعوبات:

1. عدم الفاعلية عند قلّة البيانات، حيث يعمل التعلّم الآلي بشكل أفضل عندما تتوفر بيانات كافية لاكتشاف الأنماط فيها والتعلّم منها.
2. الذكاء الاصطناعي يفتقر إلى الإبداع الذي يُعد المفهوم الأساسي في الصحافة؛ فهو يعكس طريقة التفكير الإنسانية بما في ذلك الكتابة الإبداعية.
3. لا تستطيع الخوارزميات توليد الشعور العام المطلوب لإلهام ردود أفعال القراء العاطفية، مثل: الضحك، أو التعليق على حادثة ما، ولا يمكن لها كذلك فهم ومراقبة التطورات غير المتوقعة؛ لذلك لا تزال المهارات التحليلية والإبداع ميزة يتفوق بها الصحفيون على الذكاء الاصطناعي.

4. يفترق الذكاء الاصطناعي إلى الوعي الذاتي والقدرة على شرح مخرجاته: لماذا كتب هذه القصة الإخبارية؟ أو كيف وصل إلى نتيجة معينة؟ لذا ينبغي التفكير في تصميم الذكاء الاصطناعي بطريقة تجعله مسؤولاً أمام القراء. وقد تتمثل أحد الحلول لتحقيق ذلك في السماح للقراء بضبط متغيرات الخوارزمية لمعرفة كيف تتغير النتائج، وليعرف القراء إن كانت القصة مؤلفة من قبل الذكاء الاصطناعي أو البشر.

5. تحدّ آخر يواجه صحافة الذكاء الاصطناعي، ألا وهو إمكانية تسلل التحيز قبل فترة طويلة من جمع البيانات، وكذلك في العديد من المراحل الأخرى من عملية التعلّم العميق، ويعتبر التحيز من التحديات الكبيرة أمام الصحافة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

6. لا تزال المضاعفات الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالأخبار المؤتمتة تحظى بقليل من الإجابات وتطرح الكثير من التساؤلات المعنية بالتحقق من تبعات القرارات الخوارزمية على المجتمع. ويمتد الجدل إلى مساحات صحفية أخرى مثل المساءلة القانونية، فظهور محتوى تشهيري لن يعفي الناشر من المسؤولية حتى لو كان تمّ الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والأتمتة في كامل عملية التحرير والنشر.

➤ خاتمة:

لا يجب إغفال أن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام، حيث لا حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا قيود تضعها الحكومات على حرية نقل الخبر، أو الوصول إلى المعلومات؛ فالمنافسة قوية جدًا، والرابع في السباق من يقتنص تلك الفرص ويستحوذ على أحدث التقنيات الحديثة ويقوم بدمجها في صناعة الإعلام. وللأسف قد تتحول دول العالم الثالث إلى سوق مخترقة من كافة تلك القنوات والتقنيات الحديثة وصولاً لمعلومات سيادية من قبل وسائل الإعلام وصحافة الذكاء الاصطناعي. وهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد صحافة الذكاء الاصطناعي تُعرف بصحافة الجيل السابع، أو G7 Journalism، ويتوقع ظهورها عام 2040، مع اختفاء المؤسسات الإعلامية التقليدية بشكلها الحالي وإحلالها بمراكز معلوماتية تغطي كل بقاع العالم، بحكم قوة شبكة الإنترنت وانتشارها المذهل في كل بقاع الكرة الأرضية.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد عبد الحميد، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الصحفية (الواقع وتحديات المستقبل)، الوكالة العربية للعلاقات العامة، ط1، 2023.
2. حسنين شفيق، إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار، الصحفي والمذيع الروبوت " ثورة الإعلام القادمة"، ط1، 2022.
3. رفعت محمد البدري، صحافة الذكاء الاصطناعي، هل تساعد الصحفيين أم تهدد وجودهم، النخبة للنشر والطباعة والتوزيع، ط1، 2023.
4. محمد عبد الظاهر، صحافة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، 2019



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You



مقرر: كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

كود المقرر DGM 212

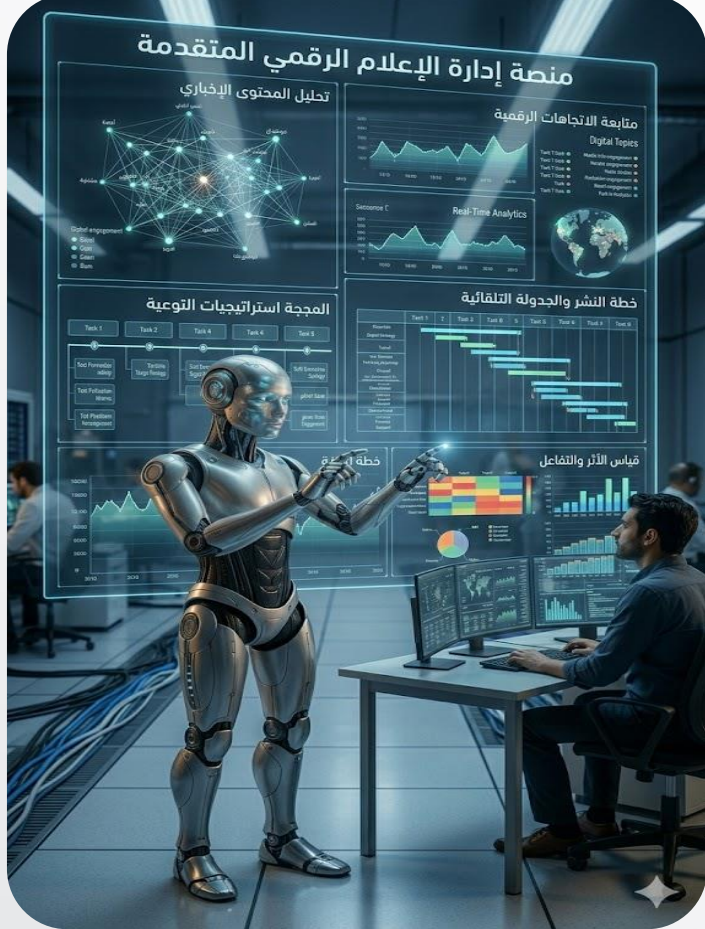
أ.م.د/ شيرين فاروق ربيع
كلية الإعلام والتسويق الرقمي

المحاضرة العاشرة





وكلاء الذكاء الاصطناعي AI Agent في غرف الأخبار: من (أدوات مساعدة) إلى (شركاء في صناعة المحتوى)



➤ محتويات المحاضرة.

- مقدمة
- مفهوم وكلاء الذكاء الاصطناعي
- التمييز التقني بين "الأداة" و"الوكيل"
- الفرق بين الذكاء الاصطناعي التوليدي مثل (ChatGPT) والوكلاء الموجهين للأهداف (Task-oriented Agents)
- إحصائيات عالمية حول تبني أنظمة الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام (2025-2026)
- وكلاء الذكاء الاصطناعي في مراحل العمل الصحفي
- نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

Chapter



Lecture 10

➤ محتويات المحاضرة.

- التحديات الأخلاقية والمهنية لوكلاء الذكاء الاصطناعي
- تشريعات وقوانين تنظيم الذكاء الاصطناعي
- ميثاق الشرف الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي
- المهارات السبع للصحفي المعاصر
- وظائف إعلامية مستقبلية جديدة
- الخلاصة

مقدمة..

شهدت غرف الأخبار خلال العقد الأخير تحولًا جذريًا بفعل التقدم المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث لم تعد هذه التقنيات مجرد أدوات مساعدة تُستخدم في المهام الروتينية، بل بدأت تتطور لتصبح شركاء فاعلين في صناعة المحتوى الإعلامي.

ففي السابق، اقتصر دور الأنظمة الذكية على تسريع عمليات مثل التدقيق اللغوي، وتحليل البيانات، وأتمتة الأخبار العاجلة، إلا أن التطورات الحديثة في مجالات مثل معالجة اللغة الطبيعية وتعلم الآلة مكنت هذه الأنظمة من كتابة تقارير إخبارية، واقتراح زوايا تحريرية، وحتى تخصيص المحتوى وفق اهتمامات الجمهور.





➤ مفهوم وكلاء الذكاء الاصطناعي.

أنظمة حاسوبية مستقلة نسبيًا، قادرة على إدراك بيئتها عبر مدخلات (Perception)، ومعالجة هذه المعلومات باستخدام نماذج وخوارزميات (Reasoning)، ثم اتخاذ قرارات وتنفيذ أفعال (Action) بهدف تحقيق أهداف محددة أو تعظيم دالة منفعة ضمن سياق معين.

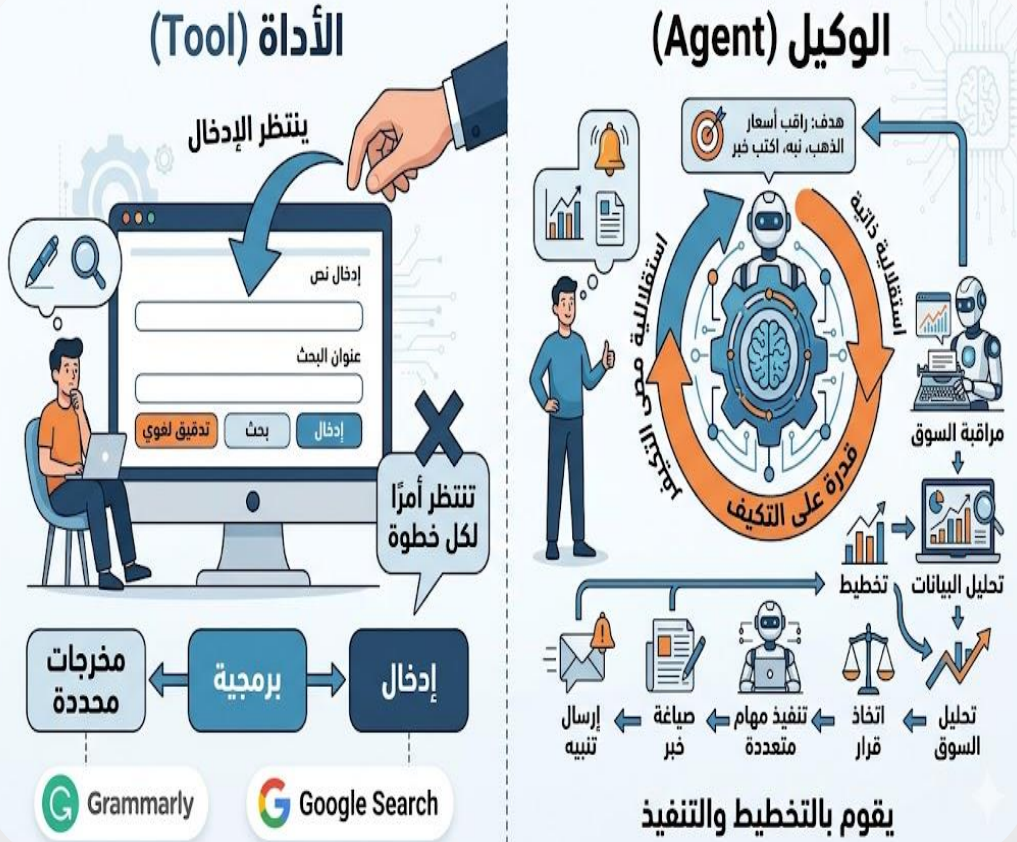
ويمكن تفكيك هذا التعريف إلى عدة عناصر جوهرية:

- الإدراك (Perception): استقبال البيانات من البيئة (نصوص، صور، بيانات رقمية).
- الاستدلال (Reasoning): تحليل المعلومات وبناء استنتاجات.
- اتخاذ القرار (Decision-making): اختيار الإجراء الأنسب وفق الهدف.
- التنفيذ (Action): (التأثير في البيئة) (مثل كتابة خبر أو إرسال تنبيه).
- الاستقلالية (Autonomy): القدرة على العمل دون تدخل بشري مباشر.

التمييز التقني بين "الأداة" و "الوكيل"

- **الأداة (Tool):** هي برمجية تؤدي وظيفة **خطية محددة** (مثل: Grammarly للتصحيح، أو محرك بحث Google. إلا أنها "سلبية" تنتظر الإدخال.

- **الوكيل (Agent):** يتميز بـ "الاستقلالية الذاتية" (Autonomy) و "القدرة على التكيف" (Adaptability)... فالوكيل لا يحتاج لأمر لكل خطوة؛ بل تعطيه "هدفاً" (مثلاً: راقب أسعار الذهب وأرسل تنبيهاً إذا تجاوز سعراً معيناً مع كتابة مسودة خبر)، وهو يقوم بالتخطيط والتنفيذ.



➤ الفرق بين الذكاء الاصطناعي التوليدي مثل (ChatGPT) والوكلاء الموجهين للأهداف (Task-oriented Agents)

وجه المقارنة	الذكاء الاصطناعي التوليدي (ChatGPT)	الوكلاء الموجهون للأهداف (AI Agents)
الدور الأساسي	إنشاء محتوى جديد (نص، صور، فيديو).	تنفيذ سلسلة مهام للوصول لنتيجة محددة.
طبيعة العمل	يستجيب للأوامر المباشرة (Reactive).	يعمل باستقلالية لتحقيق الهدف (Proactive).
نطاق الحركة	داخل واجهة الدردشة فقط.	يتفاعل مع تطبيقات ومواقع خارجية (إرسال إيميل، نشر، تحليل).
مثال إعلامي	كتابة مقال عن "أهمية الذكاء الاصطناعي".	إدارة حملة إعلامية كاملة من البحث حتى النشر والتحليل.

إحصائيات عالمية حول تبني أنظمة الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام (2025-2026)

معدلات الاستخدام والانتشار (The Adoption)

- 75% من المؤسسات الإعلامية عالمياً تستخدم AI في عملياتها التحريرية أو التشغيلية. (وفقاً لتقرير WAN-IFRA 2025).
- أكثر من 80% من الصحفيين يستخدمون AI في عملهم، و49% منهم يستخدمونه يومياً. (وفقاً لاستطلاع معهد رويترز 2025).
- 56% من الصحفيين يعتمدون على AI أسبوعياً في مهام البحث والتوليد. (وفقاً لتقرير Media net 2026).



مستويات الدمج (Levels of Integration)

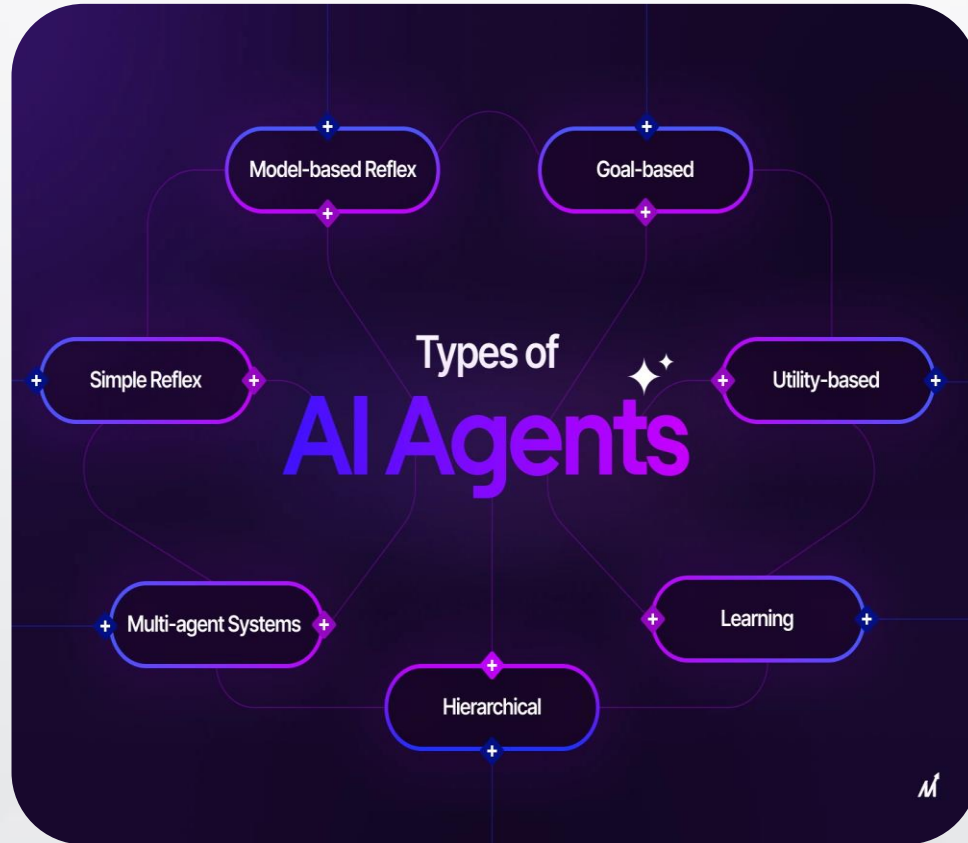
- 65% من غرف الأخبار تستخدم AI في المهام الروتينية مثل التحرير والترجمة. (وفقاً لدراسة McKinsey 2025).
- 24% فقط من المؤسسات نجحت في دمج AI في سير العمل الأساسي (Core Workflows) كشريك إنتاج. (وفقاً لتقرير WAN-IFRA 2025).
- 77% من غرف الأخبار تعتمد على AI في إنشاء المحتوى الثانوي كالعناوين والملخصات. (وفقاً لمعهد رويترز 2025).

الإنتاج والتنفيذ (Production & Output)

- 45% من الصحفيين يستخدمون AI لإنتاج مسودات الأخبار الأولى. (وفقاً لتقرير Media net 2026).
- 9% من المقالات المنشورة عالمياً تحتوي الآن على محتوى مولد "جزئياً أو كلياً" بواسطة AI وفقاً لتقرير. (Journalism Trends 2026).



وكلاء الذكاء الاصطناعي في مراحل العمل الصحفي



المرحلة الأولى : الاستكشاف (Newsgathering Agents)

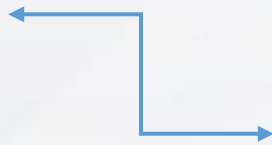
المرحلة الثانية : التحقق (Verification Agents)

المرحلة الثالثة : الصياغة والإنتاج (Content Generation)

المرحلة الرابعة : التوزيع (Distribution Agents)

المرحلة الأولى : الاستكشاف (Newsgathering Agents)

- تعتبر هذه المرحلة بمثابة "الحواس الرقمية" للمؤسسة الصحفية.
- ويعمل هنا الوكيل الاصطناعي على مسح البيئة المعلوماتية العالمية على مدار الساعة لرصد المؤشرات الأولية للأحداث قبل تحولها إلى أخبار عاجلة. مما يساهم في تقليل الوقت المستغرق في البحث اليدوي واكتشاف الزوايا الخيرية غير التقليدية.
- الآلية: المسح الآلي للوكالات العالمية، المواقع الحكومية، والمدونات المتخصصة، وتضم هذه المرحلة:



وكلاء مراقبة "التريند" (Early Warning Systems)

يركز الوكيل الاصطناعي هنا على المنصات الاجتماعية (TikTok, X, Facebook) لتحليل نبض الشارع الرقمي. وذلك عبر استخدام "الوسوم" أو الكلمات المفتاحية. لإمكانية التنبؤ بالأزمات أو القضايا المجتمعية في مهدها، مما يمنح الصحفي أسبقية في التغطية



وكلاء تحليل البيانات الضخمة (Big Data Agents)

يتخصص الوكيل الاصطناعي هنا في التعامل مع مجموعات البيانات الضخمة التي يصعب على الجهد البشري استيعابها (مثل تسريبات الوثائق أو الميزانيات الضخمة). فيكون قادراً على استخراج الأنماط، المقارنات الإحصائية، وربط المتغيرات ببعضها. وتحويل الأرقام الصماء إلى "صحافة بيانات" وقصص استقصائية مدعومة بالأدلة.

المرحلة الثانية - التحقق (Verification Agents)

- في عصر المعلومات المضللة، تعمل هذه الوكلاء كخط دفاع أول لضمان مصداقية المؤسسة الإعلامية.
- الهدف: أتمتة عمليات الفحص الأولي للمواد الواردة من المصادر المفتوحة (OSINT).
 - الأهمية: تقليل هامش الخطأ البشري في الحكم على صحة المحتوى. وتضم هذه المرحلة:

وكلاء مطابقة المعلومات (Cross-referencing)

- تقوم هذه الوكلاء بمقارنة المعلومات الواردة في الخبر مع الأرشيفات وقواعد البيانات التاريخية الموثقة.
- المهمة: التأكد من دقة التواريخ، الأسماء، والأحداث السابقة المرتبطة بالخبر.
- الفائدة: كشف التناقضات المعلوماتية وتوفير سياق تاريخي دقيق للقصة الصحفية.

تقنيات كشف التزييف العميق (Deepfake Detection)

- وكلاء متخصصون في تحليل البنية الرقمية للصور ومقاطع الفيديو للكشف عن أي تلاعب بالذكاء الاصطناعي التوليدي.
- الآلية: فحص التناقضات في الإضاءة، حركة العين، والترددات الصوتية التي لا تدركها العين المجردة.
- الدور: منع انتشار الأخبار الزائفة التي تعتمد على محتوى بصري مفرّك.

المرحلة الثالثة - الصياغة والإنتاج (Content Generation)

تحول هذه المرحلة الأفكار والمعلومات إلى منتج نهائي قابل للاستهلاك، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي كـ "مساعد تحرير" متطور. الهدف منه رفع كفاءة الإنتاج وتحرير الصحفيين من المهام الكتابية الرتيبة للتركيز على الإبداع والتحليل، وتشمل هذه المرحلة:

1. كتابة المسودات الآلية (Automated Journalism)

استخدام خوارزميات توليد اللغة الطبيعية (NLG) لتحويل البيانات المهيكلة إلى تقارير نصية. في النتائج الرياضية، تقارير البورصة اليومية، ونشرات الطقس. وأهم ما يميزها هي السرعة الفائقة في النشر بمجرد صدور البيانات الخام.

2. تحويل النص إلى وسائط متعددة (Multimodal Agents)

وكلاء قادرين على قراءة النص الصحفي وتحويله تلقائياً إلى عناصر بصرية.

المهام: تحويل المقال إلى "إنفوجرافيك" تفاعلي، أو إنشاء مقطع فيديو قصير (Shorts) يلخص أهم النقاط، أو تحويل النص إلى بودكاست صوتي بجودة احترافية.

المرحلة الرابعة - التوزيع (Distribution Agents)

لا يتوقف العمل عند النشر، بل يمتد لضمان وصول المحتوى للجمهور المستهدف عبر القنوات المناسبة.
الهدف: تعظيم معدلات الوصول (Reach) والتفاعل (Engagement) من خلال خوارزميات النشر الذكي...
وتشكل مهام الوكيل هنا كل من:

وكلاء التفاعل الذكي (Smart Chatbots)

إدارة العلاقة مع الجمهور بعد النشر باستخدام وكلاء المحادثة المتقدمة.

- المهمة: الرد على استفسارات القراء حول الخبر، إدارة قسم التعليقات وفلتره المحتوى المسيء، وجمع آراء الجمهور لتحسين التغطيات المستقبلية.
- الدور: تحويل القارئ من متلقي سلبي إلى مشارك فعال في العملية الإخبارية.

تخصيص المحتوى الفائق (Hyper-personalization)

تحليل سلوك كل قارئ بشكل منفرد لتقديم تجربة إخبارية مخصصة.

- الآلية: إرسال تنبيهات بالأخبار التي تهم المستخدم فقط، واختيار العناوين والصور التي تجذبه بناءً على تفضيلاته السابقة.
- القيمة: بناء ولاء طويل الأمد مع الجمهور عبر تقديم "صحافة تفصيلية".

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

وكالة "رويترز" (Reuters): الوكيل "Lynx Insight"

تعتبر رويترز من الرواد في استخدام الوكلاء الاصطناعيين لدعم الصحفيين وليس استبدالهم.

- الدور: يعمل الوكيل كمساعد بحثي ذكي يحلل كميات ضخمة من البيانات المالية والرياضية في الوقت الفعلي.
- المهمة: يقوم الوكيل بتحديد "الأنماط غير الطبيعية" في أسواق الأسهم، ثم يقوم بصياغة مسودة أولية تتضمن السياق التاريخي، ويرسل تنبيهاً للصحفي البشري يقول فيه: "هناك أمر غريب هنا، إليك البيانات الأساسية".
- النتيجة: تقليل وقت البحث بنسبة كبيرة والسماح للصحفيين بالتركيز على التحليل النوعي.
- الرابط المباشر للمنصة التي تحتوي على هذا "الوكيل" هو

<https://www.reutersconnect.com>



REUTERS

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

وكالة Associated Press:

تستخدم نظام "Wordsmith" منذ عام 2014، وهو وكيل ذكاء اصطناعي حول البيانات المالية الجافة إلى تقارير إخبارية كاملة، مما رفع إنتاجيتهم من 300 تقرير مالي إلى 4400 تقرير سنوياً دون زيادة في عدد الموظفين

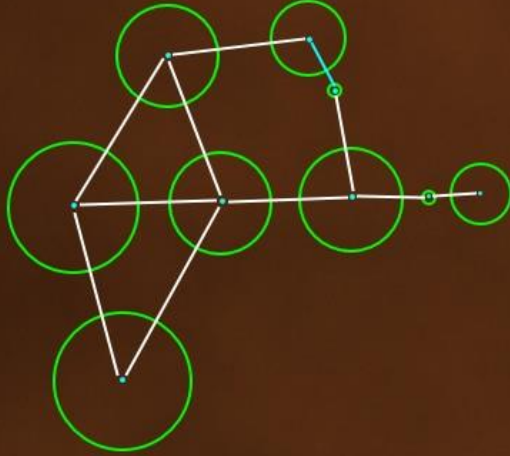
يمكنك الوصول إلى الموقع الرسمي للمنصة عبر الرابط التالي:

<https://automatedinsights.com/wordsmith>



نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

Quake Enhanced



Bot Waypointing Guide

Bot Waypointing Guide

نظام "Quake bot" في Los Angeles Times:

وكيل مبرمج لكتابة خبر فوري بمجرد استشعار هزة أرضية من مرصد الزلازل الأمريكي؛ يقوم النظام بكتابة الخبر ونشره في أقل من دقيقتين، وهو أسرع من أي صحفي بشري.

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

. **Reuters Tracer**: نظام خوارزمي يحلل "تويتر" (X حالياً) ويصنف التغريدات كأخبار عاجلة، ويقوم بعمل "فحص للمعلومات" (Verification) عبر فحص هوية المغردين ومدى انتشار الخبر للتأكد من صدقه قبل إبلاغ المحررين. مما يساعد الصحفيين على كشف المعلومات المضللة. Misinformation.. كما يمتاز أيضاً بالسرعة، ويتفوق في أحيان كثيرة على وكالات الأنباء التقليدية في رصد الحدث قبل صياغته رسمياً بـ 8 إلى 60 دقيقة.

. هذا النظام هو أداة داخلية Internal Tool مدمجة في منصة Reuters Connect وليست تطبيقاً مفتوحاً للعموم، ويمكنك الاطلاع على تفاصيلها أو الوصول للمنصة عبر الرابط التالي:

<https://reutersagency.com/ai-suite>



Reuters

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

صحيفة "واشنطن بوست" (The Washington Post): نظام "Heliograph"

طورت الصحيفة وكيلها الخاص الذي أحدث ثورة في تغطية الأحداث المتكررة.

. الدور: وكيل توليد آلي للمحتوى (Automated Storytelling).

. المهمة: خلال أولمبياد ريو والانتخابات الأمريكية، قام "Heliograph" بمراقبة البيانات

وتحديث القصص الإخبارية لحظياً على تويتر والموقع الرسمي دون تدخل بشري.

. النتيجة: نشر أكثر من 850 مقالاً في عامه الأول، مما وفر آلاف ساعات العمل على

المراسلين الذين تفرغوا لتغطية القصص الإنسانية والتحقيقات المعقدة.

heliograf

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

الإذاعة العامة السويدية (Sveriges Radio): وكيل القيم الإخبارية

نموذج فريد يستخدم الذكاء الاصطناعي لضمان الجودة والتنوع.

- الدور: "خوارزمية القيم الإخبارية".
- المهمة: يعمل الوكيل على تحليل الصفحة الرئيسية للموقع والتأكد من أنها تعكس القيم التحريرية للإذاعة (مثل التوازن بين الجنسين، تنوع المناطق الجغرافية، وأهمية الخبر). إذا لاحظ الوكيل طغيان أخبار العاصمة أو أخبار الرجال فقط، يقوم بتنبيه المحررين لإعادة التوازن.
- النتيجة: تحويل الذكاء الاصطناعي من أداة إنتاج إلى "حارس بوابة" (Gatekeeper) رقمي يدعم المعايير الأخلاقية.



نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

صحيفة "ذا غارديان" (The Guardian): وكيل "Reporter Mate"

مشروع مفتوح المصدر يهدف لمساعدة الصحفيين في صحافة البيانات.

- الدور: وكيل استخراج وتحليل البيانات.
- المهمة: يقوم الصحفي برفع ملفات البيانات الضخمة (مثل ميزانيات حكومية)، ويقوم الوكيل بتوليد "قصص إخبارية" بناءً على قوالب محددة مسبقاً بمجرد رصد أي تغيير كبير في الأرقام.
- يمكنك الوصول إلى المستودع الرسمي والتعريفي للمشروع عبر الرابط التالي:

<https://github.com/nickjevershed/Reportermate-Lib>

The
Guardian



نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

وكالة "بلومبرغ" (Bloomberg): مساعد "ASKB"

أطلقت بلومبرغ نظاماً متطوراً يعتمد على وكلاء اصطناعيين متخصصين في البيانات المالية الضخمة.

- الدور: وكيل تحليل استقصائي للبيانات المالية.
- المهمة: يقوم الوكيل بفحص آلاف الوثائق والتقارير الربع سنوية للشركات في ثوانٍ، وبدلاً من مجرد تلخيصها، يمكنه الإجابة على أسئلة معقدة مثل: "قارن بين أداء هذه الشركة ومنافسيها في قطاع الطاقة المتجددة بناءً على تصريحات المديرين التنفيذيين".
- التميز: القدرة على استخراج "الرؤى غير المرئية" من بين السطور وتحويلها إلى جداول وبيانات قابلة للنشر فوراً.



نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

مؤسسة "أكسل سبرينغر" (Axel Springer): شراكة OpenAI

تعد هذه المؤسسة (التي تملك صحفاً مثل Bild و Die Welt) أول من وقع اتفاقية ضخمة لتحويل المحتوى الصحفي إلى مادة تفاعلية عبر وكلاء ذكاء اصطناعي.

-الدور: وكيل إخباري تفاعلي.

-المهمة: دمج محتوى الصحيفة داخل "ChatGPT" كوكيل يقوم بالإجابة على أسئلة المستخدمين بناءً على أخبار المؤسسة اللحظية، مع تقديم المصادر والروابط.

-الهدف: التحول من "القراءة السلبية" للخبر إلى "الحوار النشط" مع الخبر، حيث يطلب المستخدم من الوكيل تلخيص قضية معينة من وجهات نظر مختلفة نشرتها الصحيفة.



نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

صحيفة "نيويورك تايمز" (The New York Times): والوكلاء الداخليين (Internal AI Tools)

- تستخدم صحيفة نيويورك تايمز The New York Times مجموعة من "الوكلاء والأنظمة الداخلية" المدعومة بالذكاء الاصطناعي، وهي أنظمة غير مخصصة للاستخدام العام، بل تهدف لتعزيز كفاءة غرفة الأخبار والتفاعل مع الجمهور.
- أبرز "الوكلاء" والأنظمة الداخلية في نيويورك تايمز:
- نظام التوصيات **Personalization Agent**: خوارزمية ذكية تهدف لتخصيص المحتوى لكل قارئ بناءً على اهتماماته السابقة، لضمان تجربة مستخدم فريدة.
- نظام إدارة التعليقات **Moderation API**: بالتعاون مع مشروع Perspective، تستخدم الصحيفة ذكاءً اصطناعياً لتصفية التعليقات المسيئة وتسهيل الحوار البناء بين القراء، مما يساعد المحررين في إدارة آلاف المشاركات يومياً.
- أدوات الأرشفة والبحث: Vault تستخدم تقنيات التعرف على الصور والنصوص لتحويل أرشيف الصحيفة الضخم (الذي يمتد لأكثر من 170 عاماً) إلى قاعدة بيانات رقمية قابلة للبحث الذكي.
- محرر الصور الذكي: أدوات تساعد في تحسين جودة الصور التاريخية وتلوينها آلياً لاستخدامها في التقارير التفاعلية.



The New York Times

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها

هيئة الإذاعة البريطانية (BBC): مشروع "توسيع نطاق المحتوى"

أعلنت الـ BBC في 2025 عن خطط طموحة لاستخدام الوكلاء لتطوير تجربة المستخدم.

• الدور: وكلاء تخصيص المحتوى (Personalization Agents).

• المهمة: استخدام الوكلاء لتحويل قصص إخبارية معقدة إلى تنسيقات تناسب منصات مختلفة (مثل

TikTok و i Player) بشكل آلي، مع إعادة صياغة النبرة الصوتية لتناسب الجمهور الشاب.



BBC
NEWS

نماذج وحالات دراسية واقعية وحقيقية لاستخدام المؤسسات الصحفية الوكيل الاصطناعي في عملها



مشروع "JESS" (للصحفيين في مناطق النزاع)

نموذج إنساني تقني ظهر في مؤتمرات "Journalism AI" لعام 2025.

. الدور: وكيل السلامة والأمن.

- المهمة: وكيل دردشة (Chatbot) يعتمد على الذكاء الاصطناعي، يوفر نصائح فورية وتحذيرات للصحفيين الميدانيين في المناطق الخطرة بناءً على بيانات جغرافية وأمنية لحظية.

مقارنة بين الوكيل التقليدي والجيل الجديد (2025-2026):

وجه المقارنة	الوكيل التقليدي (قبل 2023)	الجيل الجديد (2025)
المهام	كتابة تقارير بسيطة (أرقام).	اتخاذ قرارات تحريرية واقتراح زوايا للقصاص.
التفاعل	أحادي الاتجاه (ينشر فقط).	تفاعلي (يجيب على أسئلة الجمهور).
البيانات	يعتمد على قوالب ثابتة.	يحلل ملفات ضخمة (PDFs، فيديوهات) ويستنتج.
الأمان	مراجعة بشرية محدودة.	أنظمة مراقبة أخلاقية مدمجة بالوكيل.

التحديات الأخلاقية والمهنية لوكلاء الذكاء الاصطناعي

معضلة "الصندوق الأسود" (Black Box)

تتمثل هذه المعضلة في عدم قدرة البشر، بما في ذلك المطورين أنفسهم، على تتبع العمليات المنطقية المعقدة التي تجري داخل طبقات الشبكات العصبية العميقة للوكيل الاصطناعي.

وفي السياق الصحفي، يطرح هذا غموضاً حول كيفية اتخاذ الوكيل لقرار تحريري معين أو اختيار زاوية خبرية دون غيرها، مما يؤدي إلى غياب "الشفافية التفسيرية" ويجعل من الصعب تحديد المسؤولية عند حدوث خطأ مهني، حيث تظل آليات الاستنتاج داخل الآلة غير قابلة للقراءة أو المراجعة البشرية التقليدية.



التحديات الأخلاقية والمهنية لوكلاء الذكاء الاصطناعي

التحيز الخوارزمي (Algorithmic Bias)

ينشأ التحيز الخوارزمي نتيجة تغذية الوكلاء الاصطناعيين ببيانات تدريب تحمل انحيازات مجتمعية أو تاريخية مسبقة، مما يؤدي بالتبعية إلى إعادة إنتاج هذه الانحيازات وتضخيمها في المحتوى الصحفي الناتج. ويشكل هذا خطراً جسيماً على التعددية الإعلامية، حيث قد يميل الوكيل إلى تهميش فئات معينة أو تبني وجهات نظر أحادية بناءً على الأنماط المتكررة في البيانات، مما يتطلب استراتيجيات تدقيق مستمرة وموازنة خوارزمية لضمان تقديم محتوى عادل وشامل لجميع فئات



التحديات الأخلاقية والمهنية لوكلاء الذكاء الاصطناعي

حقوق الملكية الفكرية

تُثير قدرة الوكيل الاصطناعي على توليد محتوى إبداعي تساؤلات قانونية جوهرية حول لمن تعود ملكية هذا المنتج، خاصة وأن القوانين الحالية تربط "حق المؤلف" بالشخص الطبيعي والجهد الذهني البشري.

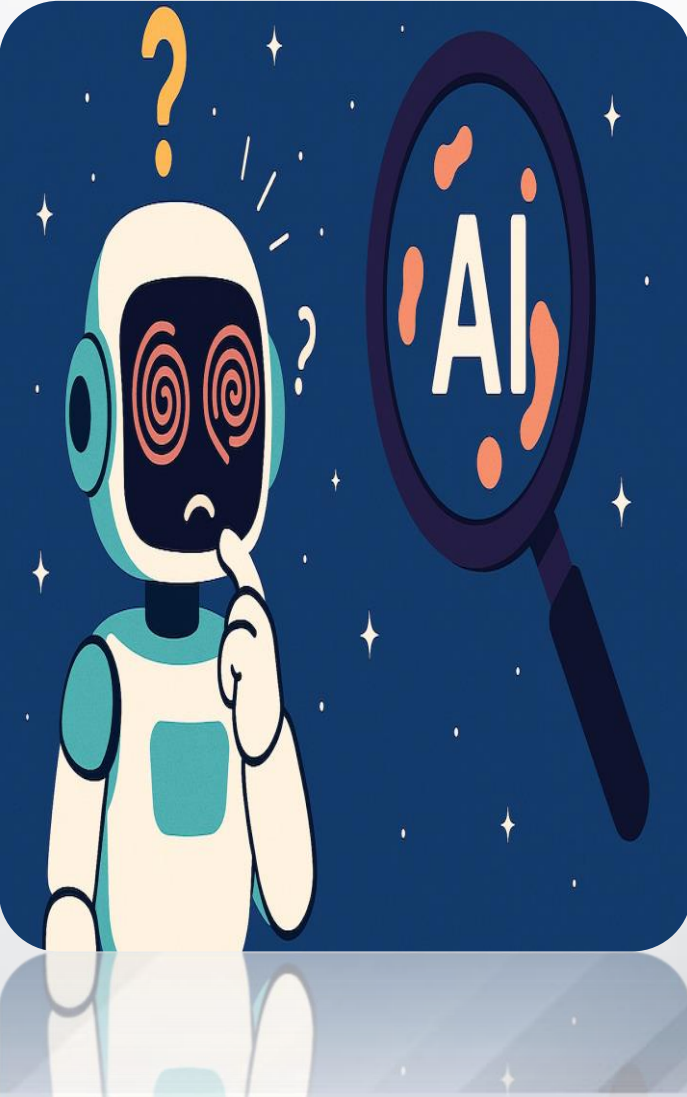
وتواجه المؤسسات الصحفية تحدياً في إثبات حقوقها الحصرية على تقارير أنتجتها الآلة، بينما تبرز إشكالية أخرى تتعلق بحقوق المصادر الأصلية التي استقى منها الوكيل بياناته، مما يستوجب صياغة أطر قانونية جديدة تعترف بـ "الابتكار المعاون" وتحمي الحقوق الأدبية والمادية لجميع الأطراف.



التحديات الأخلاقية والمهنية لوكلاء الذكاء الاصطناعي

خطر "الهلوسة" (Hallucinations)

تعد الهلوسة من أخطر التحديات التقنية في النماذج اللغوية الكبيرة، حيث يقوم الوكيل بتوليد معلومات خاطئة أو وقائع مختلقة تماماً بأسلوب لغوي رصين ومقنع يوحي بالثقة. وبما أن الوكلاء يعملون بناءً على احتمالات إحصائية للكلمات وليس بناءً على إدراك حقيقي للحقائق، فإن خطر نشر أخبار زائفة يصبح قائماً بقوة، مما يفرض على غرف الأخبار ضرورة تبني بروتوكولات صارمة للتحقق من الصحة (Fact-checking) وعدم اعتماد مخرجات الآلة كحقائق نهائية دون مراجعة بشرية دقيقة.



تشريعات وقوانين تنظيم الذكاء الاصطناعي

يتصدر الاتحاد الأوروبي المشهد العالمي بفرضه تشريعات صارمة (مثل قانون الذكاء الاصطناعي EU AI Act) تهدف إلى تنظيم استخدام هذه التقنيات في قطاع الإعلام باعتبارها "عالية المخاطر" نظراً لتأثيرها على الرأي العام.

وتلزم هذه القوانين المؤسسات بالشفافية التامة عبر الإفصاح عن المحتوى المولد آلياً، وضمان حماية البيانات الشخصية للمستخدمين، وتوفير آليات تُتيح للبشر التدخل لإيقاف أو تصحيح قرارات الوكيل، مما يخلق إطاراً قانونياً يوازن بين الابتكار الرقمي والحقوق المدنية.



ميثاق الشرف الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي

يستوجب دخول الوكلاء الاصطناعيين إلى العمل الصحفي تحديث موثيق الشرف المهنية لتشمل بنوداً تضمن بقاء "الإنسان في الحلقة" كمسؤول أول وأخير عن المحتوى المنشور. ويجب أن تركز هذه الموثيق على مبدأ الشفافية مع الجمهور، والالتزام بالحياد الخوارزمي، ومنع استخدام التقنية في التلاعب بالصّور أو الفيديوهات (التزييف العميق)، مع التأكيد على أن التكنولوجيا وسيلة لتعزيز جودة الصحافة وليست مبرراً للتخلي عن الدقة والأمانة المهنية التي تشكل جوهر العمل الصحفي.



المهارات السبع للصحفي المعاصر

يتطلب عصر الوكيل الاصطناعي من الصحفي التحول من "صانع محتوى" تقليدي إلى "مهندس محتوى ذكي"، حيث تأتي مهارة هندسة الأوامر Prompt Engineering في المقدمة لتمكينه من توجيه الآلة بدقة، تليها مهارة تحليل البيانات الضخمة لاستخراج القصص من الأرقام. كما تبرز مهارات التفكير النقدي والتحقق من الزيف كدرع واقٍ ضد "هلوسة" الآلة، بالإضافة إلى السرد القصصي متعدد الوسائط، والإدارة الأخلاقية للتقنية، والمرونة الرقمية للتعامل مع التحديثات المتسارعة. وأخيراً الذكاء العاطفي الذي يظل الميزة التنافسية الوحيدة التي لا يمكن للوكيل الاصطناعي محاكاتها في فهم أوجاع ومشاعر المصادر البشرية.





وظائف إعلامية مستقبلية جديدة

إن دخول الوكيل الاصطناعي إلى غرف الأخبار لن يلغي الوظائف بقدر ما سيعيد هيكلتها، حيث سنشهد ظهور مسميات وظيفية مثل "محرر جودة البيانات" المسؤول عن تنقية المدخلات التي يتغذى عليها الوكيل لضمان دقة المخرجات.

ووظيفة "مدير وكلاء الذكاء الاصطناعي" الذي يشرف على سرب من الوكلاء البرمجية وينسق مهامها التحريرية. كما ستبرز الحاجة إلى "أخصائي أخلاقيات الخوارزميات" لمراقبة الانحيازات، و"صحفي التحقيقات الحسابية" الذي يستخدم النمذجة المتقدمة لكشف الفساد في الأنظمة الرقمية، مما يفتح آفاقاً مهنية جديدة تتطلب مزيجاً من علوم الحاسب وأصول الصحافة

كيف تجهز نفسك كطالب إعلام لسوق العمل المتغير؟

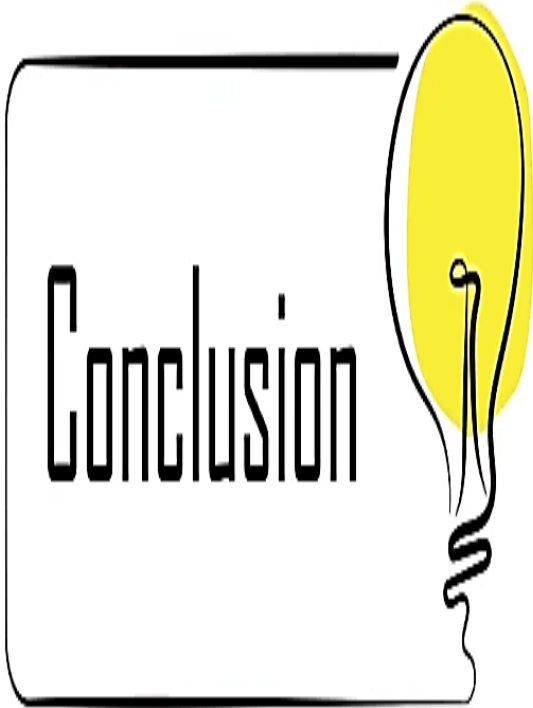
يجب على طالب الإعلام المعاصر ألا يكتفي بتعلم فنون الكتابة والإلقاء، بل عليه بناء "عقلية هجينة" تجمع بين الإبداع البشري والتمكن التقني؛ ويبدأ ذلك بالتدريب العملي على أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وفهم آليات عملها وليس فقط نتائجها.

فالتخصص في مجالات دقيقة مثل "صحافة البيانات" أو "التحقق الرقمي" يمنح الطالب ميزة تنافسية، مع ضرورة التركيز على بناء شبكة علاقات إنسانية وتطوير مهارات العمل الميداني التي تعجز الخوارزميات عن تعويضها، فالسوق القادم لن يبحث عن منافس الآلة، بل عن يعرف كيف يقودها.

الخلاصة:

في الختام، يجب النظر إلى الذكاء الاصطناعي والوكلاء الاصطناعيين ليس كبديل للصحفي، بل كـ "مضاعف للقوة البشرية" (Force Multiplier) يمنحه القدرة على إنجاز مهام كانت تستغرق شهوراً في ثوانٍ معدودة. حيث إن الآلة تتولى الأعباء الروتينية والتحليلات المرهقة، لتعيد للصحفي جوهر مهنته وهو: البحث عن الحقيقة، صياغة الموقف الأخلاقي، وتقديم القصة الإنسانية الملهمة.

لذا، فإن مستقبل الصحافة لا يعتمد على انتصار طرف على آخر، بل على "التناغم الذكي" بين كفاءة الخوارزمية وضمير ووعي الإنسان.



سؤال للمناقشة

إذا نجح 'الوكيل' الاصطناعي في أن يصبح أسرع من الصحفي في نقل الخبر، وأدق منه في تحليل البيانات، وأرخص منه في التكلفة..
فما هي القيمة المضافة الوحيدة التي ستجعل المؤسسات الصحفية والجمهور يتمسكون بوجودكم كصحفيين بشر في المستقبل؟



Thank You