

مقرر كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic Report

أ.م.د/ شيرين فاروق ربيع

أستاذ مشارك بكلية الإعلام والتسويق – Midocean University

المحاضرة الأولى

كود المقرر DGM 212



المحاضرة الأولى

مدخل إلى كتابة الأخبار في البيئة الرقمية



في هذه المحاضرة التعريفية، تناولنا النقاط التالية:

1. التعريف بالمقرر وأهميته.
2. أهداف ومخرجات التعلم للمقرر.
3. موضوعات المقرر الرئيسية.
4. طرق التدريس والأنشطة التعليمية.
5. نظام التقييم وتوزيع الدرجات.
6. المراجع الأساسية والمصادر الإضافية.
7. مقدمة موجزة عن كتابة الأخبار والتقرير الصحفي.



في هذه المحاضرة الأولى سنتناول النقاط التالية:

1. ما الصحافة

2. ماذا تقدم الصحافة للجمهور ، ومجالات الاهتمام

3. من الصحافة إلى الخبر

4. الإعلام الرقمي والتأثير المعاصر (الخبر الرقمي)

5. الخبر الصحفي في البيئة الرقمية

6. أشكال وأنواع وأهمية الخبر الرقمي

7. عناصر القوة والانتشار الرقمي

8. دور الخبر الرقمي في البيئة الإعلامية

9. المصادر الإخبارية

10. لماذا نهتم بصياغة الأخبار

11. القيم الإخبارية - وأخلاقيات ونزاهة النشر الرقمي



مقدمة...

تمثل كتابة الأخبار أحد الأسس الرئيسية للعمل الصحفي، لأنها المرحلة التي تتحول فيها الوقائع والمعلومات التي يجمعها الصحفي إلى محتوى يمكن تقديمه إلى الجمهور.

وفي البيئة الرقمية، أصبحت عملية الكتابة مرتبطة بسرعة تدفق المعلومات وتعدد مصادرها واتساع نطاق وصولها إلى الجمهور.

ومن ثم فإن الكتابة الصحفية الرقمية لا تعني مجرد نقل الخبر إلى موقع إلكتروني أو منصة اجتماعية، وإنما تبدأ من اختيار الحدث والتحقق من معلوماته وتحديد زاوية معالجته، ثم صياغته بصورة مهنية تناسب الجمهور والسياق الإعلامي الرقمي.

ما الصحافة؟..

يمكن تعريف الصحافة، في صورتها المبسطة، بأنها عملية جمع الأخبار واختيارها، والتحقق من مصداقيتها، ثم تحليلها وتقديمها لجمهور معين. وبذلك فالصحافة ليست عملية نقل آلي للمعلومات، وإنما نشاط واعٍ يقوم على الاختيار والتحقق والمعالجة. وتظل هذه المراحل أساسًا للعمل الصحفي سواء تم تقديم المحتوى في وسيلة تقليدية أو من خلال مؤسسة إعلامية تعمل في البيئة الرقمية.



المحاضرة الأولى: مدخل إلى كتابة الأخبار في البيئة الرقمية

ماذا تقدم الصحافة للجمهور؟



يؤدي النشاط الصحفي مجموعة من الغايات التي تتجاوز مجرد الإخبار؛ فهو يُمكن أن يسهم في التوعية والتثقيف والترفيه والتعليم.

ويختلف المحتوى الذي تقدمه المؤسسات الصحفية بحسب احتياجات جمهورها، إلا أن الهدف الأساسي يظل تقديم معلومات يمكن للجمهور فهمها والاستفادة منها. وفي البيئة الرقمية، يصبح اختيار المعلومات الأكثر صلة بالجمهور أكثر أهمية بسبب كثافة المحتوى المتاح وسرعة انتشاره.

مجالات اهتمام الصحافة..

على الرغم من الارتباط الشائع بين الصحافة والقضايا السياسية، فإن العمل الصحفي يشمل مجالات واسعة من الاهتمام الإنساني.

وتتناول الصحافة موضوعات مثل الثقافة والرياضة والصحة والنشاط الاجتماعي والتطور التقني وغيرها. وهذا الاتساع يعني أن الكاتب الصحفي يحتاج إلى فهم طبيعة الموضوع الذي يكتب عنه، وتحديد ما يجعله مهمًا بالنسبة إلى الجمهور الذي تستهدفه المؤسسة الإعلامية.



المحاضرة الأولى: مدخل إلى كتابة الأخبار في البيئة الرقمية

من الصحافة إلى الخبر..



إذا كانت الصحافة عملية متكاملة لجمع المعلومات واختيارها والتحقق منها وتحليلها وتقديمها، فإن الخبر يمثل أحد المكونات الأساسية لهذه العملية. فالصحفي يعود إلى الوقائع، ويختار منها ما يستحق التغطية، ثم يصوغها بطريقة تراعي كفاءة الوصول إلى المتلقي المستهدف. وفي البيئة الرقمية، تكتسب هذه العملية أهمية إضافية بسبب السرعة التي تنتقل بها المعلومات بين المصادر والمؤسسات والجمهور.

الإعلام الرقمي والتأثير المعاصر

الخبر الرقمي

المفهوم، الأهمية، الخصائص، والدور المحوري في البيئة الإعلامية الحديثة



ما الخبر الصحفي ؟

يمكن تعريف الخبر الصحفي بأنه:

"وصف موضوعي لحدث معين جارٍ يهتم جمهورًا محددًا".

ويتضمن هذا التعريف مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تساعد على فهم طبيعة الخبر: فهو وصف وليس خطابًا إقناعيًا، وموضوعي وليس مادة دعائية، ويرتبط بحدث معين جارٍ، كما أنه يكتسب قيمته من كونه مهمًا لجمهور محدد.



الخبر الصحفي في البيئة الرقمية..



عند انتقال الخبر إلى البيئة الرقمية، لا يتغير جوهره الصحفي؛ فالخبر يظل قائمًا على الوقائع والموضوعية والراهنية والأهمية بالنسبة للجمهور.

لكن طريقة وصول الخبر إلى المتلقي تتغير؛ إذ أصبح الجمهور قادرًا على الوصول إلى المعلومات بسرعة، كما أصبحت الأخبار تنتقل بين المواقع والمنصات ووسائل التواصل الاجتماعي خلال وقت قصير.

لذلك ترتبط الكتابة الخبرية الرقمية بالحفاظ على الأساس المهني للخبر مع التعامل مع بيئة إعلامية سريعة ومتعددة المصادر.

لماذا نقول: "وصف موضوعي"؟

تساعد عبارة "وصف موضوعي" على التمييز بين الخبر وأشكال أخرى من المحتوى الإعلامي.

فالإعلان يهدف إلى الترويج لمنتج أو خدمة، بينما قد يستهدف البيان السياسي إقناع الجماهير بفكرة معينة. أما الخبر الصحفي فيقوم على العودة إلى الوقائع وتقديمها بصورة موضوعية.

ولهذا يجب ألا تتحول الكتابة الخبرية إلى وسيلة للترويج أو الإقناع تحت تأثير المصدر أو طبيعة الموضوع.



لماذا نقول: "حدث معين جارٍ"؟

يرتبط الخبر بحدث معين جارٍ، وهو ما يميزه عن الخاطرة والرأي، وكذلك عن المعلومات العامة التي تتناول أحداثًا وقعت في الماضي.

وتصبح الراهنية ذات أهمية خاصة في العمل الصحفي؛ لأن الجمهور يهتم بدرجة كبيرة بما يحدث الآن أو بما يشهد تطورات جديدة. وفي البيئة الرقمية، يمكن أن تتراجع قيمة الخبر سريعًا إذا فقد ارتباطه بالحدث الجارى أو عندما يمر علي وقوعه 24 ساعة.



لماذا نقول: "يهم جمهورًا محددًا"؟

Target Audience



لا تُعني الصحافة بكل الأحداث التي تقع، وإنما تختار منها ما ترى أنه يحمل أهمية واضحة لجمهور معين.

فقد يكون حدث ما ذا قيمة كبيرة لجمهور محلي، بينما لا يحمل القيمة نفسها لجمهور بعيد عنه. ولذلك ترتبط الكتابة الصحفية الناجحة بفهم الجمهور المستهدف وتحديد العلاقة بين الحدث واهتماماته ومصالحه.

الخبر التقليدي مقابل الخبر الرقمي...

وجه المقارنة	الخبر الصحفي التقليدي	الخبر الرقمي المعاصر
السرعة والتوقيت	دوري (يومي أو أسبوعي) مرتبط بمواعيد الطباعة.	فوري ومباشر ينشر لحظة وقوع الحدث.
قوالب المحتوى	نصوص وصور ثابتة مطبوعة على الورق.	وسائط متعددة (نص، فيديو، صوت، إنفوجرافيك)
تفاعل الجمهور	تفاعل محدود وسلبى عبر رسائل القراء المتأخرة.	تفاعل لحظي بالمشاركة والتعليق وإعادة النشر.
التعديل والتحديث	مستحيل بعد الطباعة؛ يتطلب إنسحاباً أو تكذيباً لاحقاً.	مرن وفوري؛ يتيح التصحيح والتحديث المستمر.



أشكال وأنواع الخبر الرقمي..



الخبر المصور (القصص)

تقديم القصة الإخبارية عبر مقاطع الفيديو الطولية والمعرض المصور المخصص لشاشات الذكية.



الخبر التفاعلي والبيانات

الاعتماد على الرسوم التفاعلية والخرائط الرقمية التي تسمح للقارئ باستكشاف الأرقام بنفسه.



التغطية الحية المباشرة

تحديثات مستمرة دقيقة بدقيقة تتضمن مقاطع فيديو قصيرة وتغريدات ميدانية مع تتابع الأحداث.



الخبر العاجل

سطر واحد مركز يُرسل كتنبيه فوري على الهواتف والمنصات لإبلاغ الجمهور بالحدث لحظة وقوعه.

أهمية الخبر الرقمي..



التفاعلية والمشاركة

تحويل الجمهور من مستهلك سلبي إلى مشارك فاعل يعلق وينشر ويشارك في التغطية الإعلامية.



الوصول العابر للحدود

تخطي العوائق الجغرافية والسياسية ليصل الخبر إلى الجمهور العالمي عبر القارات خلال ثوانٍ.



السرعة والفورية

نقل الأحداث فور وقوعها ومتابعة التطورات في الوقت الفعلي دون الانتظار لمواعيد الطباعة والبث.

عناصر القوة والانتشار الرقمي ..

WE BUILD NEWS PORTALS

That Inform, Engage & Deliver Results

Modern Design
Clean & Professional

High Performance
Fast & Secure

Result Driven
Growth Focused

OUR SERVICES

NEWS PORTAL DESIGN
Custom news portal design that represents your brand.

DEVELOPMENT
Powerful development for smooth performance & scalability.

MOBILE RESPONSIVE
Fully responsive design for all devices & screen sizes.

SEO OPTIMIZATION
SEO-friendly structure to rank higher & reach more audience.

SUPPORT & MAINTENANCE
Ongoing support & maintenance to keep your portal running.

LET'S BUILD YOUR NEWS PORTAL TODAY!

www.yourdomain.com
 +91 12345 67890
 +91 23242 03800
www.yourdomain.com

DIGITAL NEWS
DIGITAL NEWS

PLAN DESIGN DEVELOP LAUNCH SUCCESS

🔍 **تهيئة محركات البحث (SEO):** صياغة العناوين والكلمات المفتاحية لضمان تصدر الخبر نتائج البحث.

الاجاذبية للمشاركة (Virality) استخدام العناوين المحفزة والوسائط التي تشجع الجمهور على إعادة النشر.

 **التوافق مع الهواتف الذكية:** تصميم محتوى سلس وسريع التحميل على الأجهزة المحمولة.

دور الخبر الرقمي في البيئة الإعلامية..

صياغة أجندة الاهتمام العام: ساهم الخبر الرقمي في تسريع نقل القضايا المجتمعية وإيصالها لصناع القرار بمرونة غير مسبوقة.

تمكين صحافة المواطن: أتاح للأفراد توثيق الأحداث ونشرها، مما قلص احتكار المؤسسات التقليدية لتدفق المعلومات.

أصبح الخبر الرقمي محركاً رئيسياً للنقاشات العامة وصناعة الوعي في المجتمعات الحديثة.



المصادر الإخبارية...



من أين يحصل الصحفي على الأخبار؟

يعتمد الصحفي على مجموعة متنوعة من المصادر للحصول على المعلومات التي يمكن أن تشكل أساسًا للخبر.

ومن أبرز هذه المصادر مشاهدات الصحفي من الميدان، وتقارير وكالات الأنباء المعتمدة، والمحتوى المنشور على مواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، والبيانات الرسمية الصادرة عن الجهات العامة والخاصة.

ويختلف أسلوب التعامل مع كل مصدر، لكن مسؤولية الصحفي عن التحقق تظل قائمة في جميع الحالات.



1. مشاهدة الصحفي من الميدان

تمثل مشاهدة الصحفي المباشرة للأحداث مصدرًا مهمًا للمعلومات الصحفية.

وتشمل المشاهدة الميدانية ملاحظات الصحفي والمعلومات التي يجمعها عن أحداث حية، مثل التظاهرات والانتخابات والحوادث العامة، إضافة إلى المعلومات التي يحصل عليها من علاقاته بالمصادر المحلية.

ويُتيح الحضور الميداني للصحفي الاقتراب من الحدث وفهم تفاصيله في سياقه المباشر.



2. وكالات الأنباء كمصدر للأخبار



تُعد تقارير وكالات الأنباء المعتمدة من أبرز مصادر الأخبار وأكثرها موثوقية.

ومع ذلك، لا ينبغي أن يؤدي الاعتماد على الوكالة إلى إلغاء مسؤولية الصحفي عن التحقق؛ إذ يلزم مقارنة ما تقدمه الوكالة من أخبار بالمعلومات المتوفرة في السياقات المحلية. وتزداد أهمية هذه المراجعة عندما يُعاد استخدام مادة الوكالة في صياغة خبر موجه إلى جمهور مختلف..

3. الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بصورة كبيرة في صناعة الأخبار.

فهي توفر مصدرًا حيًا للمعلومات ووسيلة سريعة لنشرها، لكنها في الوقت نفسه بيئة خصبة لانتشار المعلومات المغلوطة والمضللة.

لذلك فإن استخدام المحتوى الرقمي كمصدر للخبر يتطلب قدرًا مرتفعًا من الاحتراس المهني، وعدم التعامل مع سرعة انتشار المعلومة باعتبارها دليلًا على صحتها.



4. البيانات الرسمية كمصدر للخبر

يمكن للصحفي الاستناد إلى البيانات الرسمية الصادرة عن أقسام العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات العامة والخاصة.

وتشمل هذه المواد المراسيم والتقارير الرسمية والقرارات السيادية والتقارير السنوية للشركات والمنظمات والبيانات الإعلامية.

وقد توفر هذه البيانات معلومات مهمة لصياغة أخبار محددة، إلا أن صفة "الرسمية" لا تعني التعامل معها باعتبارها مسلّمات؛ إذ ينبغي التحقق منها ومراعاة سياق صدورها.



لماذا نهتم بصياغة الأخبار؟



لماذا نهتم بصياغة الأخبار؟..

لأن نقل الخبر ليس مجرد نقل للمعلومة كما هي موجودة في المصادر المختلفة، بل هو عملية واعية ومنضبطة تهدف إلى تقديم المحتوى الخبري بأسلوب مفهوم للجمهور المستهدف وفي قالب مشوق، مع مراعاة الصدق والمصداقية والدقة والمعايير المهنية والأخلاقية في المؤسسة الصحفية.



عند التفكير بالصياغة الصحفية للأخبار ينبغي التنبيه إلى النقاط الآتية..

(1) الصياغة الأصلية من المصدر قد لا تناسب الجمهور أو المؤسسة الصحفية:

فالأخبار أو التقارير التي تُصاغ لجمهور معين (كالتقارير السنوية للشركات) أو لجمهور واسع (كأنباء الوكالات الدولية)، قد لا تناسب صياغتها جمهور مؤسستك الصحفية وقد لا تؤدي المصلحة التي تتوخاها.

(2) الصياغة الأصلية قد تخدم أهدافاً دعائية:

تُبنى صياغة بعض الأخبار والمعلومات الخبرية لخدمة مصلحة أو سرديّة أو بروباغندا محددة وعلى حساب الرسالة الصحفية المهنية.

(3) التزام الصياغة الأصلية العامة يعني غياب التميز وضياع الهوية الصحفية:

فالأخبار التي تنتشر بسهولة وتكون متاحة للجميع بصياغة موحّدة أو شديدة التشابه، تعني قتل القيمة التنافسية وإلغاء التمايز بين المؤسسات الصحفية المختلفة وقتل صوت الصحفي، لذا يظل الخبر الأفضل هو ذلك الذي تتفرد به المؤسسة الصحفية بالبحث عن تفاصيله وزوايا معالجته المختلفة وتقديمه بصياغة حيوية ملائمة.



القيم الإخبارية... News Values



News Values (القيم الإخبارية)



تُعرف القيم الإخبارية بأنها مجموعة من المعايير والقواعد الصحفية والمهنية التي وفقاً لها يتم اختيار الأخبار الصالحة للنشر ... وتعدّ مهارة اختيار الأخبار وعناصرها جوهر العمل الصحفي، وهي التي تميّز الصحفي البارِع عن سواه وتُميّز أي مؤسسة صحفية عن سواها. يقال إن الصحافة هي "فن الاختيار"، ويعتمد نجاح الصحفي في سياقات مختلفة على حُسن اختياره، سواء للخبر نفسه أو لزاوية المعالجة التي يتفرّد بها عن سواه.

وعند اختيار الخبر وعناصره وزاوية معالجته، فإنه تلزم مراعاة "التأثير" على الجمهور، وهو أمر يصعب تقييمه بطبيعة الحال، وليست ثمة معادلة مضمونة لتحقيقه دوماً، ولكن يُنصح عادة بمراعاة العناصر الآتية والاستفادة منها:

1. توقيت الخبر ..

للخبر المباشر المرتبط بحدث جارٍ أهمية أكبر لدى الجمهور عادة.

فكلما كان الخبر أكثر فورية وقرباً من زمن التغطية زادت أهميته وقدرته على الوصول والتأثير.

ويصبح عامل التوقيت أكثر وضوحاً في البيئة الرقمية، حيث يمكن للمعلومة أن تنتشر بسرعة، كما يمكن أن تتراجع أهميتها إذا ظهرت معلومات أو أحداث أحدث منها.



أخبار

السياسي يشهد اليوم حفل تخريج دفعة من الهيئات القضائية بمقر القيادة الاستراتيجية للقوات المسلحة بالعاصمة الجديدة

السياسي يشهد اليوم حفل تخريج دفعة من الهيئات القضائية بمقر القيادة الاستراتيجية للقوات المسلحة بالعاصمة الجديدة

2. القرب الجغرافي والمعنوي..

مواعيد عروض الصوت والضوء بمعابد الكرنك خلال شهر
رمضان المبارك

الثلاثاء، 17 فبراير 2026 01:00 ص



الصوت والضوء

الكرنك

تحظى الأخبار التي ترتبط بصورة واضحة بحياة الجمهور ومصالحه ومعتقداته بأهمية خاصة.

ويشمل ذلك القرب الجغرافي والقرب المعنوي؛ فكلما كان الحدث أكثر ارتباطاً بالجمهور المستهدف، زادت احتمالية اهتمامه به.

ومن هنا يجب ألا يسأل الصحفي فقط: "ماذا حدث؟"، وإنما أيضاً :
"لماذا يهم هذا الحدث جمهوري؟".

3. الصراعات...

ليلة عنيفة في جنوب لبنان.. تفجيرات وقصف إسرائيلي

قبل 12 ساعة

سكاي نيوز عربية - أبوظبي



يُعد 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.. ووفقاً لهذا المثال فإن وسائل الإعلام تتبع دوماً الأخبار التي تتمتع بالسلبية وخصوصاً إذا وجد الصراع بين جهتين أو أكثر..

4. الشهرة والنفوذ..

الرئيس السيسي والأمير محمد بن سلمان: العلاقات بين مصر والمملكة لا تقبل إلا أن تكون مثلى

الثلاثاء، 15 سبتمبر 2026 03:54 م



قد تعتمد قيمة الخبر وأثره في كثير من الأحيان على طبيعة الشخصيات المرتبطة به.

فعندما يتعلق الحدث بشخصية شهيرة محليًا أو عالميًا، قد يكون التفاعل معه أكبر حتى إذا كان الحدث نفسه بسيطًا.

وهنا تصبح هوية الشخصية وشهرتها ونفوذها من العوامل التي يمكن أن تؤثر في قرار اختيار الخبر وتحديد مساحة الاهتمام التي يمنحها له الصحفي..

5. الغرابة والندرة ..

123 يوما حول العالم بالدراجة.. و53 ثقباً في الطريق

6 سبتمبر 2026 - 03:30 بتوقيت أبوظبي

سكاي نيوز عربية - أبوظبي

تلقت الأخبار غير المألوفة الانتباه لأنها تكسر النمط السائد والمتوقع للأحداث.

ومن الأمثلة الصحفية الشهيرة:

"عض كلب رجلاً".

مقابل:

"عض رجل كلباً".

فالحديث الثاني أكثر غرابة لأنه يخالف ما يتوقعه الجمهور عادة، وهو ما يوضح كيف يمكن للغرابة والندرة أن تؤثر في القيمة الخبرية.



53 ثقباً و6 سقطات.. مغامرات زوجين حول العالم

30 يوم في 100 ساعة: مغامرات زوجين حول العالم

6. الاهتمام الإنساني..

في غزة .. جنة ترسم الأمل على جدار منزلها المدمر



يتوافر هذا العنصر في كثير من الأخبار التي تتناول الجوانب المتصلة بالحاجات والمطالب الإنسانية، وهي موضوعات تُثير اهتمامات القارئ، وتحرك عواطفه سواء بالحب أو العطف أو الكره أو الخوف نظراً لطبيعتنا الفجائية ولإثارتها للفضول الإنساني.

7. السلبية..

روسيا تشن هجوماً صاروخياً واسعاً على كييف



تعتبر الأخبار السلبية - وهى الأخبار السيئة - رائجة في الغالب وتأخذ مكانتها في أولوية الأخبار المعدة للبت أو النشر، وخصوصاً إذا ما تعلق الأمر بإنفجار، أو تجدد الصراعات على مستوى دولى أو نشوب أزمة بين بلدين.

8. الترنند وأجندة الأخبار الرقمية..

ترند الثمانينيات.. لماذا يبحث جيل الألفية عن أزياء وذكريات
عصر لم يعيشه؟

الثلاثاء، 08 سبتمبر 2026 08:00 م



أصبحت الأحداث التي تحظى بتفاعل واسع أو نقاش كبير على منصات التواصل الاجتماعي تكتسب أهمية كبرى على صعيد قيمتها الخبرية.

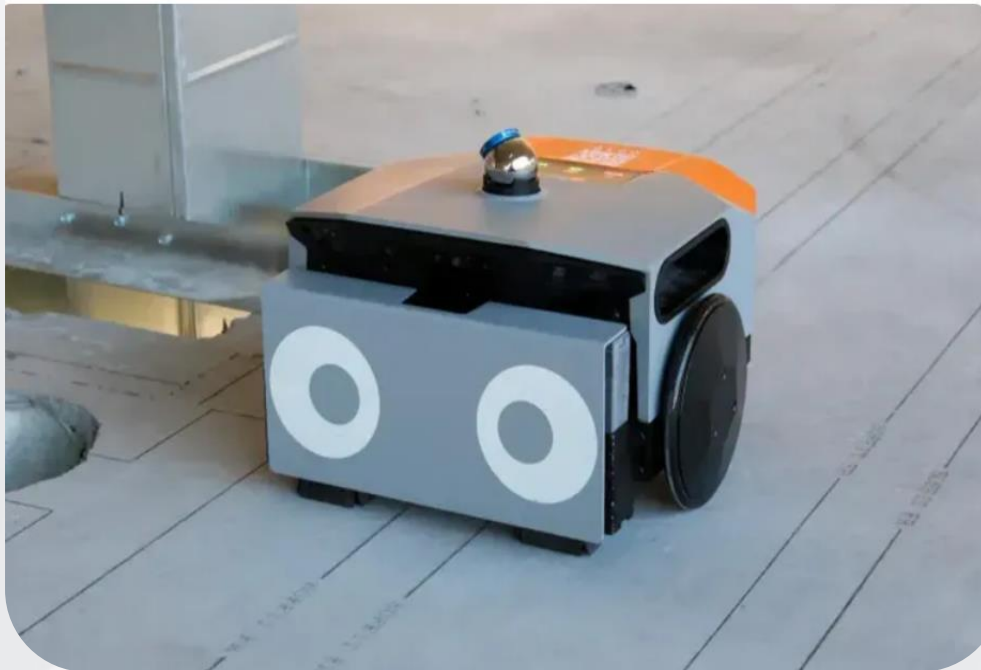
فالترنند يعكس اهتمام الجمهور، ومن ثم يمكن أن يؤثر في أجندة الأخبار داخل المؤسسات الصحفية في العصر الرقمي.

لكن ظهور موضوع على منصات التواصل الاجتماعي لا يعني أن قيمته الصحفية ينبغي أن تُحدد فقط من خلال حجم التفاعل الذي حققه.

9. الاختراعات والاكتشافات والتأثير التجاري..

الروبوتات تدخل مواقع البناء الأمريكية.. هل تحل التكنولوجيا أزمة الإسكان؟

استمع (7 دقيقة) حفظ شارك



ازدادت أهمية أخبار الاختراعات والاكتشافات خلال العقود الأخيرة، في ظل المنافسة المستمرة بين الشركات على نشر أخبار منتجاتها وطرحها.

كما توظف الشركات المؤثرين لعرض المنتجات وتسويقها، وقد ينعكس ذلك على أجندة الأخبار، خاصة عندما تقدم المنتجات باعتبارها اختراعات ثورية أو قادرة على تغيير حياة البشر.

وهنا يحتاج الصحفي إلى التعامل مع الخطاب التجاري بحذر عند تحويله إلى مادة خبرية.

من التردد إلى الإثارة: التنبيه المهني

تنبيه

مهم

ينبغي على الصحفي الحذر من الاندفاع الأعمى وراء التردد، كما ينبغي الانتباه إلى نفوذ الشركات الكبرى وقدرتها على التأثير في أجندة الأخبار لصالح منتجاتها وأغراضها التجارية.

ومع تزايد تأثير منصات التواصل الاجتماعي، قد تميل المؤسسات إلى التركيز على الأخبار المثيرة لجذب الانتباه وزيادة التفاعل، حتى لو كان ذلك على حساب الجودة والعمق والقيم الصحفية المهنية.

أخلاقيات ونزاهة النشر الرقمي..

✓ الدقة قبل الأسبقية: تغليب التثبت من صحة المعلومات على شهوة السبق الصحفي وسرعة النشر.

✍ الشفافية وتصحيح الأخطاء: الإعلان الصريح عن التعديلات والإشارات عند تحديث الخبر أو تصويب الهفوات.

👤 احترام الخصوصية وحقوق الملكية: الامتناع عن نشر المواد المنتهكة أو حقوق الآخرين دون نسبتها لأصحابها.

🚫 مكافحة العناوين المضللة: (Clickbait) تجنب استخدام عناوين زائدا التهويل بهدف جذب النقرات الفارغة.



ملخص المحاضرة



في هذه المحاضرة من مقرر كتابة الأخبار والتقرير الصحفي:

لا تبدأ كتابة الخبر الصحفي الرقمي من لوحة المفاتيح، وإنما تبدأ قبل ذلك بكثير: فهي تبدأ منذ العثور على الحدث، وتحديد مصدر المعلومات، والتحقق منها، واختيار ما يستحق التغطية، وتحديد زاوية المعالجة، ثم صياغة الخبر بما يناسب الجمهور المستهدف.

كما أن عناصر القيمة الخبرية، مثل التوقيت والقرب والصراع والشهرة والغرابة وحجم الحدث، ليست قواعد مطلقة، وإنما محددات تتغير وفق السياق وأجندة المؤسسة والجمهور.

وفي النهاية، يجب ألا يؤدي السعي وراء الترنند أو الإثارة إلى التضحية بجودة المحتوى. وتظل المفهومية عنصراً شاملاً في الخبر ذي القيمة والأولوية؛ فالخبر الغامض الذي يصعب فهمه على الجمهور المستهدف لا يحقق الوظيفة الصحفية التي يفترض أن يؤديها.

الخبر الصحفي الرقمي الجيد هو الذي يجمع بين أهمية الحدث، ودقة المعلومات، ووضوح الصياغة، وحسن الاختيار، والملاءمة للجمهور.



في المحاضرة القادمة، سننتقل من معرفة الخبر إلى اكتشاف كيف نصنعه من المعلومة الصحيحة؛ من أين نبدأ البحث؟ وكيف نصل إلى المصادر الموثوقة ونحوّل المعلومات المتناثرة إلى مادة صحفية متماسكة؟

وسنكتشف معًا كيف يمكن للصحفي الرقمي أن يبحث، ويتحقق، ويسأل، ويجمع المعلومات بذكاء...

فهل كل ما نجده على الإنترنت يصلح أن يكون مصدرًا لخبر؟

المحاضرة

الثانية



شكراً لحضوركم Thank You