

## المحاضرة الثالثة: خصائص التحرير الإعلامي

**أولاً: التحرير الإعلامي:** ان الحقيقة التي يجب ان نقف عندها ونجعلها منطلقا للتحرير الإعلامي تتعلق أساسا بالقراءات الجيدة للواقع ولالأحداث ولمختلف المتغيرات التي يمكن ان تحدث وتؤثر على الحدث أو الخبر بالنسبة للجمهور، ويتبع هذه القراءة الجيدة وجود تفكير نقدي يمكن المحرر من بناء الأفكار والكتابة. وبداية نبدأ بتقديم تعريف واضح لمصطلح التحرير، ففي معجم المصطلحات الإعلامية يقصد بالتحرير تلك العملية التي يتم بواسطتها تهذيب وصقل المواد التي تصل إلى الصحيفة من اجل النشر (بن معزور، 2022) ويمكننا أن نفهم ان التحرير هو عملية غريبة واختيار الجمل والألفاظ او الكلمات المناسبة وفقا للعديد من الاعتبارات التي وجب ان يحترمها ويتقيد بها المحرر كالقواعد النحوية او الاملائية.

كما يعرف التحرير بأنه عملية إعداد اللغة أو الصور أو الصوت للعرض من خلال التصحيح والتكثيف والتنظيم وغيرها من التعديلات. ويُطلق على الشخص الذي يقوم بالتحرير، خاصة على المستوى المهني أو كهواية اسم "المحرر"

وفي محاولة لتقديم تعريف جيد للتحرير الإعلامي أمكننا ان نقول انه عملية اختيار ما نكتبه ونعده للبت عبر مختلف الوسائط المكتوبة والمرئية والمسموعة والسينمائية، وتتضمن عملية التحرير مجموعة من العناصر الضرورية والواجب اتباعها ووجودها في تقنيات التحرير.

يعد تحرير الأخبار جزءًا بارزًا من عملية التحرير فوسائل الإعلام إذا ما نشرت نسخا من المعلومات في شكلها الذي يصلها فإن تلك المؤسسة الإعلامية ستندثر لا محالة، لهذا فإن المحرر يضمن أن يكون الخبر او الحدث محررا بشكل جيد وكامل، بمعنى انه يصف الحدث دون اخلال في بنيته وسيرورته، وكل هذا دون إخلال بالمعايير الأخلاقية او القانونية.

ان التحرير أساسا هو مرحلة من مراحل إعداد الخبر للنشر، ويمكن ان نطلق عليها أسم مرحلة التصفية، فهنا يتم معالجة الخبر للتأكد من أن الأخطاء التي يمكن ان تحدث أثناء كتابة التقارير قد تم رصدها وتصحيحها، كما يقوم المحرر هنا وبشكل مستمر باختيار أو رفض أو تحديد أو ترتيب ما سيظهر في الخبر، والمحرر لا يشارك بشكل مباشر في جمع المعلومات، ولكن بصفته مستقبل التقارير، فهو يساعد المرسلين على (Duffy, 2019) توصيل أفكارهم بشكل جيد من خلال تنظيمها وتعديلها واختيار صبغة بثها لطابع الخبرة التي يملكها المحرر.

**ثانيا: المحرر الاعلامي:** ان التحرير من مهام المحرر الذي نجده على مستوى كل مؤسسة إعلامية، فلا تكون المؤسسة الإعلامية دون محرر او عدة محررين في نفس الوقت، ويعتبر المحرر ذلك الشخص الذي يشغل وظيفتين فهو بمثابة الإداري والإعلامي في نفس الوقت، فالمحررون بمثابة القادة باعتبار أنهم يقودون فريقا من الإعلاميين، وأيضا من أصحاب القرار داخل المؤسسة الإعلامية فهم من يقرر ما يجب نشره او بثه، وعموما يعتبر المحرر ذلك الفرد الذي يشرف على جمع الاخبار ونشرها... كما يسعى إلى تحقيق التوازن بين مصالح الجمهور والمصالح التنظيمية والمبادئ الصحفية... إلخ.

المحرر هو محترف مسؤول عن تحسين المحتوى المكتوب وتحسينه. يعمل المحررون على أنواع مختلفة من المواد المكتوبة، بما في ذلك الكتب والمقالات والتقارير، وهدفهم الأساسي هو التأكد من أن المحتوى مصقول وواضح وجذاب. يمكنهم مراجعة المواد المكتوبة بحثًا عن الأخطاء النحوية والإملائية والاتساق والالتزام بدليل أسلوب معين. بالإضافة إلى ذلك، قد يعمل المحررون مع المؤلفين أو الكتاب لتقديم تعليقات حول البنية العامة لعملهم وتدقيقه ونبرة عمله. بشكل عام، يلعب المحرر دورًا حاسمًا في تحسين المحتوى المكتوب والتأكد من أنه يلي معايير الجودة وسهولة القراءة المطلوبة.

ومحرر الاخبار هو محترف يدير غرف الأخبار ويشرف على إنتاج القصص الإخبارية، وهو المسؤول عن تعيين القصص للصحفيين، ومراجعة المحتوى وتحريره، والتأكد من أن غرفة الأخبار تعمل بسلاسة وكفاءة كما يلعب محررو الأخبار أيضاً دوراً حاسماً في اتخاذ القرارات بشأن القصص التي سيتم تغطيتها وكيفية تحديد أولويات التغطية. وقد يتشاورون مع محررين أو مراسلين أو منتجين آخرين لتحديد القصص الأكثر أهمية للنشر وذات الصلة بجمهورهم. (Nimcuj, 2023)

قد تختلف المسؤوليات الأساسية لرئيس التحرير بناءً على المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها ومستويات التعليم أو الخبرة التي يمتلكها، ولكن على العموم تتحدد مسؤولياته في:

- توظيف وتطوير الكتاب والمحررين المبتدئين وكبار المحررين
- الموافقة على تنسيق المنشورات وتصميمها والأسلوب والنبرة المعتمدان فيها.
- مراجعة المحتوى المكتوب للتأكد من الأخطاء الإملائية والنحوية.
- التحقق من صحة المعلومات في المقالات والقصص.
- تقديم اقتراحات للتعديلات عند الحاجة.
- كتابة المقالات التحريرية للمساهمة في النشر.
- تطوير وإدارة الميزانيات لفريق التحرير.
- تمثيل فريق تحرير المنشور في المناسبات الاجتماعية.
- اتخاذ القرارات النهائية بشأن القصص والمقالات والصور التي سيتم نشرها.
- حضور الاجتماعات مع الناشر أو هيئة النشر لمناقشة القضايا والخطط الخاصة بالنشر.

**ثالثاً: الفرق بين الكتابة والتحرير:** ان المتخصصين في الصحافة يفرقون بين كتابة الخبر وتحرير الخبر على

أساس ان فعل الكتابة (يكتب) يختلف عن فعل التحرير (يحرر) فالأول يتعلق بإختيار الكلمات وصياغة

الجملة والفقرات التي تروي الحدث، أما تحرير الثاني فيتعلق بترتيب الجملة وفقرات الخبر أو ترتيب الوقائع والمعلومات التي يتضمنها وفقاً لاعتبارات عديدة. (بن معزور، 2022)

المحرر هو محترف يقوم بمراجعة كتابات الآخرين للتأكد من عدم وجود أخطاء وأن المحتوى دقيق ومتسق، بينما الكاتب مسؤول عن إنشاء محتوى أصلي.

**رابعاً: عملية تحرير الاخبار:** ان تحرير الخبر عملية محددة بمجموعة من الأساسيات الواجب اتباعها ونذكرها تاليا:

- **تجميع الحقائق والأرقام:** قبل التوصل إلى القرار النهائي بشأن الطريقة التي سيتم بموجبها تقديم القصة الإخبارية بأكملها، من المهم جمع حتى أصغر المعلومات حول الحدث، ويكون قبول الحقائق وإنكارها في القصة الإخبارية بعد دراسة وافية للمعلومات.
- **جعل القصة دقيقة:** يتضمن التحرير جعل القصة الإخبارية دقيقة قدر الإمكان، ويتضمن إعداد ملخص القصة إدراج مثل هذه الحقائق والأرقام في القصة الإخبارية التي يمكن أن تجعلها تبدو سليمة، ويجب ألا تؤثر المعلومات الدقيقة على فهم القارئ، بل يجب أن تكون القصة الإخبارية بأكملها قصيرة وذات معنى.
- **التحويلات:** من المهم أن تكون للقصة الإخبارية بداية ملفتة للنظر حتى يتمكن القارئ من إثارة الاهتمام بقراءة القصة، ليس فقط البداية ولكن أيضاً المعلومات في باقي القصة، ويجب تقديم المعلومات بطريقة ملتوية بحيث تربط القارئ بالخبر.

- **الوحدة المنطقية:** يجب أن تتمتع جميع المعلومات الواردة في القصة الإخبارية بوحدة منطقية ويجب أن تكون ذات معنى كامل للقراء، يجب ألا تترك الحقائق والأرقام القارئ أبداً ويجب تقديمها بالترتيب الصحيح.
- **الخاتمة:** لا يجب أن تكون الخاتمة مجرد نهاية. يجب ألا تبدو المعلومات أبداً بمثابة نقطة توقف في نهاية القصة بالنسبة للقراء. يجب أن تحتوي القصة الإخبارية على نتيجة رائعة بحيث تترك لدى القراء شعفاً لمعرفة المزيد.
- **النحو والإملاء:** يجب ألا يكون هناك أي خطأ إملائي ونحوي في النسخة. وتقع على عاتق الشخص الذي يقوم بتحرير النسخة أن يجعلها خالية من الأخطاء.

**خامساً: الحاجة إلى التحرير:** يتلقى مكتب المؤسسة الإعلامية (الصحيفة أو وكالة الأنباء أو التلفزيون أو الراديو... إلخ) مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأخبار تنشأ من مصادر مختلفة (أحداث مجتمعية، مخاطر، احتفالات، استقبالات... إلخ)، وعلى هذا المستوى تتلقى المؤسسة الإعلامية الخبر من أشخاص مختلفين وتحديداً أشخاص ذوي خبرة وآخرين عديمي الخبرة، وبالتالي تفتقر كتاباتهم إلى الاتساق، وأيضاً تتلقى المؤسسة الإعلامية الأخبار بأشكال مختلفة وأنماط مختلفة (مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية، صور غير متناسقة، كتابات غير متناسقة... إلخ)، وفي كثير من الحالات تفتقر هذه الاخبار إلى ميزة سهولة القراءة بإعتبار أن مراسلي الخبر يكونون في عجلة من امرهم خاصة إذا كان الخبر في المساء، او يكون هناك زخم في الاحداث الواجب تغطيتها (حدث مباشر، أحداث متعددة)، فما يرسلونه يتحمل العديد من الأخطاء المختلفة.

كما أن المؤسسة الإعلامية تختلف فيها مساحات التحرير خاصة الصحافة المكتوبة التي تكاد تنعدم فيها المساحة بسبب الزخم الهائل في الاحداث والايخبار التي تتلقاها، دون ان ننسى ان القسم الخاص بالإعلانات له المساحة القيمة مقارنة بالأخبار، علاوة على ذلك فإن ورق الصحف ووسائل

الإنتاج تكلف الكثير من المال، وفي نهاية المطاف يعتمد نجاح المؤسسة الإعلامية على المساحة الممنوحة للخبر وكيفية استخدامها بأكثر كفاءة وحكمة واقتصاد، كما يجب تعبئة أكبر قدر من الأخبار للجماهير المختلفة، حتى يتسنى للمؤسسة الإعلامية جذب الجماهير، ولا نتوقف عند هذا الحد فهناك من المؤسسات من يعتمد تخصصات واخبارا محددة لجذب الجماهير. (Sourav, 2022).