

## المحاضرة العاشرة: خصوصية الخبر الإذاعي والتلفزيوني (الكتابة للتلفزيون-اللغة السمعية

البصرية).

### 1. خصوصية الخبر في البيئة الإذاعية

الإذاعة وسيط "سمعي خالص"، أي أن حضور الأشخاص في الخبر يكون عبر الصوت فقط (صوت الصحفي، الشهود، الضحايا، المسؤولين)، مما يجعل الهوية مرتبطة بالاسم، النبرة، اللهجة، والمعلومات التي يتضمنها النص الإخباري. (Telg & Lundy, 2015) في هذا السياق، تُفهم خصوصية الخبر الإذاعي على أنها الحد من كشف المعطيات التعريفية والحساسة عن الأفراد، ما لم يكن هناك مبرر واضح من المصلحة العامة لا يمكن تحقيقه بوسائل أقل مساساً بالحياة الخاصة. (Frost, 2016)

تؤكد دراسات أخلاقيات الإعلام على أنّ الانتهاك في الإذاعة لا يرتبط فقط بذكر الأسماء، بل أيضاً بطريقة تقديم الشخص: وصفه بصفات اجتماعية أو صحية أو دينية أو إثنية قد تحوِّله إلى "علامة" لوصم جماعة بأكملها. (Ward, 2015) لذلك يُنظر إلى الخصوصية في الأخبار الإذاعية كمتغير مهيكّل للنص، يضبط ما يُذكر وما يُحذف من تفاصيل عن حياة الأفراد.

### 2. انعكاس الخصوصية على بنية النص الإذاعي

الكتابة الإذاعية تقوم على الجمل القصيرة الواضحة، الإيقاع السمعي، والقدرة على أن تُفهم من أول استماع، لكن إدماج مبدأ الخصوصية يضيف طبقة "تحريرية-أخلاقية" في ثلاث نقاط أساسية:

- جملة التعريف الأولى بالشخص: هل يذكر الاسم كاملاً، أم جزئياً، أم يُستعاض عنه بوصف عام (مثلاً: أحد السكان، موظف في المؤسسة...)، مع مراعاة وضعه (شخصية عامة/فرد عادي) وطبيعة

الموضوع (قضية حساسة أو عادية). (Telg & Lundy, 2015)

- التفاصيل الحساسة: مثل الحالة الصحية، الخلفية الأسرية، الميولات، الانتماءات، والتي تُعد في موثيق الأخلاقيات “بيانات شخصية حساسة” لا تُذكر إلا إذا كانت ضرورية لفهم جوهر الخبر. (Frost, )

(2016)

- لغة الوصف والتقييم: تجنّب الصفات التحقيرية أو الموحية بالإدانة قبل صدور حكم قضائي، لأن الإذاعة قادرة عبر نبرة الصوت على تحويل الوصف إلى وصم دائم في الذاكرة السمعية للجمهور.

(Randall, 2016)

- في الأخبار الإذاعية الخاصة بالحوادث والكوارث، تظهر خصوصية الخبر في قرار بث أو عدم بث أصوات البكاء، الصراخ، أو مكالمات هاتفية التقطت في لحظة صدمة. كثير من الموثيق تمنع استخدام التسجيلات التي لم يتم الحصول عليها برضى واعٍ من أصحابها، وتعتبر نشرها تعديلاً على خصوصيتهم،

حتى لو كان الحدث نفسه ذا طابع عام. (RTDNA, n.d)

### 3. استراتيجيات لغوية لحماية الخصوصية في الإذاعة

يمكن رصد مجموعة من الاستراتيجيات التي تتعلق مباشرة باللغة الإذاعية وتخدم حماية الخصوصية:

- التعميم بدل التخصيص في البيانات التعريفية: الاكتفاء بذكر المدينة لا الحي، المهنة العامة لا الوظيفة الدقيقة، مع حذف التفاصيل التي تسمح بالتعرّف السهل على الشخص داخل محيطه الاجتماعي.

(Telg & Lundy, 2015)

- تفادي ذكر أسماء الأطفال والقاصرين، خاصة في قضايا الجريمة والعنف الأسري والاعتداءات الجنسية، والاكتفاء بصيغ عامة تحميهم من الوصم اللاحق. (Frost, 2016)
- ضبط “نبرة السرد” بحيث لا تتحول التغطية إلى إثارة أو تشهير؛ في الراديو، صوت المذيع ليس ناقلاً للمعلومة فقط، بل أداة لصناعة الانطباع الأخلاقي عن الأشخاص، ما يستوجب تدريباً خاصاً على الحياد في الأداء السمعي. (Modern Radio and Audio Production, 2015)
- تُلزم بعض مدونات السلوك الصحفي بعدم بثّ مكالمات هاتفية مسجلة من دون إعلام الأطراف أو الحصول على موافقتهم، باستثناء حالات محددة جداً تتعلق بمصلحة عامة جوهرية، مع ضرورة إخفاء العناصر التي تسمح بالتعرف على هوية المتحدث. (Zabilka, 2020)

#### ثانياً: خصوصية الخبر التلفزيوني واللغة السمعية البصرية

##### 1. خصوصية الخبر في السياق التلفزيوني

في التلفزيون، تتضاعف إشكالية الخصوصية لأن هوية الشخص لا تُنقل عبر النص والصوت فقط، بل أيضاً عبر الصورة: الوجه، الجسد، الملابس، المكان، الأشياء المحيطة، بل وحتى طريقة المشي أو الجلوس. (Allan, 2010) لذلك تُعدّ الخصوصية في الخبر التلفزيوني مسألة “سمعية بصرية” بامتياز، حيث يمكن للصورة أن تكشف ما حرص النص على إخفائه، أو أن تنتهك الخصوصية حتى لو كان التعليق حذراً.

دراسات أخلاقيات التلفزيون تبيّن أن لقطات الضحايا، منازلهم، ممتلكاتهم، أو تفاصيل من حياتهم اليومية، يمكن أن تحوّل التغطية إلى شكل من أشكال الاقتحام البصري للحياة الخاصة، خاصة في حوادث العنف، الكوارث، والقضايا الأسرية. (Gillies, 2025) هنا يصبح القرار الأخلاقي قراراً بصرياً بقدر ما هو لغوي: أي لقطة تُستخدم؟ من أي مسافة؟ وبأي مدة على الشاشة؟

## 2. انعكاس الخصوصية على الكتابة للتلفزيون

الكتابة للتلفزيون ترتبط عضويًا بالصورة، إذ يكتب الصحفي وهو يفكر في “ما يُرى وما يُسمع معاً”، وفي كيفية تفاعل النص مع اللقطات. لهذا يظهر أثر الخصوصية في ثلاث مستويات:

مستوى “التطابق” بين النص والصورة: قد يختار الصحفي ألا يذكر اسم شخص في النص، لكن إظهار وجهه أو بيته بوضوح يجعل إخفاء الاسم إجراءً شكلياً، وبالتالي لا تتحقق حماية الخصوصية فعلياً. (Allan, 2010)

مستوى التفاصيل التي يضيفها النص إلى الصورة: عندما تعرض الصورة شارعاً أو حياً، ثم يضيف النص اسم العائلة، أو صفة اجتماعية نادرة، قد يصبح التعرف على الشخص أو الأسرة أمراً سهلاً داخل الوسط المحلي. (Frost, 2016)

مستوى “الإيحاء” البصري-اللفظي: ربط صور معيّنة (مثلاً صور شخص أو بيته) بتعابير اتهامية أو أخلاقية في النص قد يخلق انطباعاً بالإدانة دون حكم قضائي، ما يمس بالسمعة والاعتبار الشخصي. (Randall, 2016)

عملياً، يدعو منظرو الكتابة للتلفزيون إلى التفكير في الخصوصية منذ مرحلة سيناريو التقرير: أي التفاصيل السمعية البصرية ضرورية لفهم الحدث؟ وأيها مجرد “فضول بصري” لا يخدم إلا الإثارة؟ (Broadcast News Writing, Reporting, and Producing, 1996)

## 3. اللغة السمعية البصرية: الصورة والمونتاج والصوت

اللغة السمعية البصرية للتلفزيون تتكون من شبكة عناصر يمكن لكل واحد منها أن يحمي الخصوصية أو ينتهكها:

- نوع اللقطة وزاوية التصوير: اللقطات القريبة جداً (close-up) للوجوه، أو التصوير داخل المنازل وغرف النوم أو المستشفيات، تنطوي غالباً على مستوى أعلى من المساس بالحياة الخاصة مقارنة باللقطات العامة أو البعيدة. (Allan, 2010)
- المونتاج وترتيب اللقطات: اختيار لحظات الانهيار العاطفي، أو صرخات الألم، أو المشاهد الأكثر حساسية، واستخدامها كـ “لقطات جذابة” في مقدمة التقرير، يندرج ضمن ما تصفه الأدبيات بـ “صحافة الحزن المتطفلة”، لما له من أثر نفسي طويل على الضحايا وذويهم. (Gillies, 2025)
- المعالجة السمعية: مثل استخدام موسيقى حزينة، أو مؤثرات صوتية تضخم الشعور بالمأساة، ما قد يحوّل معاناة أشخاص حقيقيين إلى “مشهد درامي” للاستهلاك، ويثير أسئلة أخلاقية حول احترام كرامتهم. (Ethics Guidelines for Immersive Journalism, 2019)
- بالإضافة إلى ذلك، يمكن للصوت الأصلي للشخص (لهجة، نبرة، طريقة الكلام) أن يكون محددًا قوياً لهويته، حتى لو تم تمويه الوجه في الصورة؛ لذا تُستخدم في الحالات الحساسة تقنيات تغيير الصوت أو استبداله بصوت قارئ، حمايةً لهوية الشهود أو الضحايا. (Zabilka, 2020)

#### 4. استراتيجيات سمعية بصرية لحماية الخصوصية في التلفزيون

- طوّرت غرف الأخبار جملة من الممارسات المهنية للحد من انتهاك الخصوصية في الأخبار التلفزيونية، منها:
- على مستوى الصورة: تصوير الأشخاص من الخلف أو من مسافة كافية، استخدام الظلال، طمس الوجوه ولوحات السيارات والأسماء على الجدران، والابتعاد عن تصوير داخل المنازل أو الأماكن الخاصة إلا عند الضرورة القصوى وبموافقة صريحة. (Allan, 2010)

- على مستوى النص: تجنّب ذكر التفاصيل التي لا تضيف معنى جوهرياً للخبر لكنها تزيد من قابلية التعرف (اسم المدرسة، اسم الحيّ الصغير، عدد أفراد الأسرة...) خاصة في القرى والمجتمعات الصغيرة.

(Frost, 2016)

- على مستوى المونتاج والبناء السردي: حذف اللقطات التي تستغل لحظة ضعف شديد (حالة صدمة، انخيار عاطفي)، وعدم استخدامها في العناوين أو المقاطع الترويجية، لأن تكرار بثها يضاعف الألم

ويحوّل المعاناة إلى مشهد متكرر. (Gillies, 2025)

هذه الاستراتيجيات لا تهدف إلى إخفاء الحقيقة، بل إلى إيجاد صيغة سمعية بصرية توازن بين حق الجمهور في المعرفة وحق الأفراد في الخصوصية والكرامة، وهو توازن تصفه الأدبيات بأنه معيار جوهري

لجودة العمل الصحفي في التلفزيون. (Tumber & Waisbord, 2019)