

المحور الرابع: بنية الخبر الصحفي.

تمهيد: يعتبر مضمون الخبر الصحفي وأساليبه تقديمه إضافة إلى الجانب الشكلي وتنظيم أجزاءه، من أهم عوامل نجاح عملية تحرير الخبر الصحفي، فعملية تنظيم أجزاء الخبر الصحفي تسمى بـ: "بنية الخبر الصحفي" والتي تتكون من عدة أجزاء أساسية، وهي: العنوان والمقدمة وجسم الخبر (المتن)، وهناك من يضيف الخاتمة كجزء منفصل عن وحدة الخبر، ولكن الغالبية تعتبرها جزء لا يتجزأ من جسم الخبر الصحفي. وتوجد العديد من العوامل التي تتحكم في طريقة تنظيم أجزاء الخبر الصحفي، أو كما سماها "عبد العزيز شرف" الرسالة الإعلامية أو بنية الخبر، تتمثل فيما يلي:

- شكل الخبر.

- الوقت المتاح لتحرير الخبر.

- المساحة المتوفرة لدى المحرر الصحفي.

- مهارة المحرر وقدراته في عملية التحرير.

1. العنوان: من الأشياء التي تجذب القارئ إلى قراءة النص الإعلامي ثلاثة أمور هامة: أولها العنوان وثانيها طريقة العرض وثالثها كاتب الخبر، إضافة إلى جودة ما يكتب هي طريقة كتابة عنوان الخبر الصحفي.

1.1 تعريف العنوان: يمكن تعريف العنوان على أنه "السطر الأول أو مجموعة الأسطر التي تسبق موضوعاً أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية"، وهذا التعريف يشمل كل الوحدات التي تسبق الأخبار والموضوعات التي تنشر عنها الصحيفة، ويُشير "عبد العالي رزاق" إلى أن "العنوان نصف الخبر وقد يكون كله"، ولهذا تلجأ الصحف لمتخصصين في كتابة العناوين إلى جانب سكرتير التحرير. فالعنوان يعتبر من أهم العناصر التي تجذب القراء للخبر، ومن العناصر المهمة لفتح شهية القراء وجذبهم وينبغي أن يكون العنوان مناسباً لموضوع الخبر مع إضافة التشويق والإثارة والإيجاز والجادبية، فالعنوان الجيد هو الذي يؤدي عدة وظائف في الوقت نفسه ومنها:

- جذب اهتمام القارئ.

- تلخيص الموضوع.

- أن يكرّس أسلوب الصحيفة ويجسد شخصيتها.

- أن يكون موجزا إلى أبعد درجة غير مخلة.

- يجب أن يُلبى حاجة القراء ويخلق في أذهانهم صورة أولية عن الموضوع.

2.1. أنواع العناوين: تتداول العديد من أقلام المنابر الصحفية العديد من أسماء العناوين الخاصة بمختلف الأخبار الصحفية، وهذا الاختلاف راجع لتعدد المدارس المنتهجة من قبل المحررين الصحفيين، وتختلف أنواع العناوين في الصحافة المكتوبة حسب معايير معينة:

- معيار من حيث الشكل.

- معيار من حيث المضمون.

1.2.1. أنواع العناوين من حيث الشكل: يمكن حصر أربعة أنواع مختلفة في العناوين من حيث الشكل:

- **العنوان الرئيسي (المانشيت):** يعتبر من أبرز العناوين وأهمها وأكثرها دلالة على النص الخبري الذي يتقدمه وأقواها صلة به وبمضمونه الخبري، وهو الذي تتجه إليه الأذهان بسرعة، وهذا العنوان عندما يتصل بالخبر الرئيسي على الصفحة الأولى أو على الصفحات الأخرى فإنه يطلق عليه تعبير المانشيت، وهو بذلك يعبر أحيانا على السبق الصحفي أو الإنفراد للصحيفة. ومن عادة الصحفيين أنهم يوجهون عناية خاصة إلى المانشيت باعتبارها مجالا لتفرد كل جريدة بأسلوبها، وتحتل المانشيت الأولى أهمية خاصة في الصحف المسائية "غالبا ما تكون بالألوان" ولذلك قيل بأن المانشيت ميزان الرواج لهذه الصحف، وسميت صحف المانشيت. أما الصحف الصباحية الرصينة فتحرص على أن تأتي مانشيتها الأولى جذابة وأكثر إثارة، حيث يمكن القول بأن المانشيت هي المعبرة عن سياسة الجريدة واتجاهها العام، مثلا: فإذا قالت المانشيت: "الجيش الفلاني يواصل عدوانه على مدينة كذا" كانت سياسة الجريدة ضد هذا الجيش، وإذا قالت: "الجيش الفلاني يواصل تقدمه الظافر إلى مدينة كذا" كان موقفها مؤيدا لهذا الجيش، وإذا قالت: "الجيش الفلاني يواصل هجومه على مدينة كذا أو يواصل زحفه" دل ذلك على موقف محايد.

- **العنوان الفرعي:** يستخدم العنوان الفرعي مع بعض الأخبار والقصص الإخبارية والتقارير، والتي يصبح معها العنوان الرئيسي غير كاف، فيأتي العنوان الفرعي أسفل العنوان الرئيسي ويكون ذو وحدة مستقلة، ويقدم حقيقة أو معلومة جديدة من المعلومات التي ينبغي تقديمها.

- **عنوان الإشارة:** عنوان الإشارة هو عبارة عن عنوان تمهيدي ومفتاح للعنوان الرئيسي، إذ تكتفي كلماته بالإشارة إلى جزئية من العنوان الرئيسي، والتمهيد له بكلمات تتصل بشكل ما بمضمونه.

- **عناوين الفقرات:** عنوان الفقرات هو العنوان الذي يفصل بين فقرات الخبر عندما يكون مركب من عدة معلومات أو نجده في التقرير، ويكون مختصرا ويقدم معلومة عن الفقرة التي تليه. لا تخضع عناوين الفقرات لأي قاعدة في الكتابة سوى الاختصار وتقديم معلومة إضافية لم تذكر في العنوان الرئيسي، ويفهم من خلالها القارئ محتوى الفقرة التي تأتي مباشرة بعد عنوان الفقرات.

2.2.1. أنواع العناوين حسب المضمون: يميّز المختصون في التحرير الصحفي بين عدة أنواع

للعناوين من حيث المضمون، ووفقا للأساليب المستخدمة في عملية تحريرها، يمكن حصرها فيما يلي:

- **العنوان الإخباري:** العنوان الإخباري هو الذي يحمل إلى القارئ معلومات عن الموضوع بحيادية خالية من أي رأي أو تقييم أو انفعال، مثل: "انتهاء عملية اختطاف ركاب طائرة".

- **العنوان الاستفهامي:** يطرح هذا العنوان أبرز ما تحتويه القصة الخبرية على صيغة تساؤل، وعادة ما يأتي بالأساس مع التقارير الإخبارية ويستهدف تحريك غريزة القارئ ودفعه للمتابعة حتى معرفة الإجابة الحقيقية لأسباب الموضوع، ويكون للتحليلات المعمقة في التقارير دور في ذلك.

- **العنوان الاقتباسي:** العنوان الاقتباسي هو العنوان الذي يكون عبارة عن جملة، أو عبارة جاءت حرفيا على لسان الشخصية أو الجهة مصدر الخبر، وعادة ما يستخدم في الخبر المبني على خطاب أو رسالة أو حتى في الحوارات، وعنوان الإشارة غالبا يكون اسم الشخصية المقتبس كلامها وهي جملة قوية مؤثرة على لسان مسؤول مثل: "وزير الدفاع: لا تهاون في أمن الوطن".

- **العنوان الوصفي:** العنوان الوصفي وهو العنوان الذي يحاول رسم صورة في ذهن القارئ عن الحدث، عن طريق التركيز على وصف جوانب مهمة في الخبر أو بعض التفاصيل المهمة المتعلقة به، وهو في الغالب يجيب على السؤال ماذا؟ وكيف؟ وأحيانا لماذا؟.

- **العنوان الساخر والطريف:** يأتي هذا النوع من العناوين مع الأخبار الطريفة والمسلية ويحاول أن يبرز عنصر الطرافة في الخبر، مثال: قطة تتسبب في شجار بين أسرتين في البلدة.

3.1. **من يُحرّر العنوان؟:** الصحفي المخبر أو المندوب مطالب بتسليم موضوعه كاملا يكون صالحا للنشر وهو بالتالي مطالب بكتابة عنوان أو أكثر للموضوع، ولكن المحرر الذي يراجع النص ويوافق على نشره له صلاحية تعديل لأنه أدري بالمواضيع الأخرى لخلق انسجام خاص عند نشر الموضوع، وفي بعض الصحف خاصة العريقة تكلف صحفيا مختصا في كتابة ومراجعة العناوين.

فالمدرسة الأوروبية والأمريكية ترى بأن سكرتير التحرير هو من عليه تحرير العناوين، أما الاتجاه العربي فيرى أن المحرر هو من يقوم بتحرير عناوينه باعتباره هو الأجدر على استخلاص أهم قيم

الخبر، وهناك اتجاه آخر يرى ضرورة ترك العناوين لقسم المراجعة من خلال تكليف صحفي مكلف بمراجعة العناوين. ويمكن أن يكتب العنوان في سطر واحد أو أن يكتب العنوان في سطرين كما في عنوان وكذلك يكتب العنوان في ثلاثة أسطر أو أربعة، وهناك بعض التسميات للعنوان والتي تسمى بالعنوان العلوي أو "المعلق" والعنوان السفلي "الفرعي"، إضافة إلى العنوان الأصلي أو العنوان الرئيسي الذي يكتب في العادة بحجم كبير يكون أكبر من الاثنین العلوي والسفلي.

4.1. طريقة كتابة العنوان: إن كتابة العنوان هي المهمة الرئيسية الثانية للمحرر بعد تنقيح النص وضبطه من النواحي الفنية كافة، ومن الضروري أن يتأكد المحرر من أن عنوانه قادر على جذب انتباه القارئ، والعناوين في الجريدة هي بمثابة الفهرس من الكتاب تمكن القارئ من معرفة المحتوى من نظرة بسيطة، فمن الناحية الوظيفية فإن عنوان الخبر الصحفي هو الذي يخبر القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو عن أهم زاوية فيه، فالعنوان هو آخر جزء يكتب في أي عمل سواء أكان فنيا أم خبرا وحتى في المؤلفات والكتابات الإبداعية، وحتى في عالم الصحافة فإن الصفحة الأولى يمكن أن نسميها عنوان الجريدة إن جاز التعبير، حيث تبقى آخر صفحة ولا تختم إلا عند الانتهاء منها بشكل تام، ولذلك فإذا كان العنوان أول ما يُطالعه القارئ فإن آخر ما يحرره الصحفي في الأخبار الصحفية، لذلك على المحرر أن يُحرر العنوان بعد الانتهاء من صياغة الخبر الصحفي وكتابته لأنه يعتبر بمثابة المدخل الحقيقي للخبر، ولذلك يجب أن يكون واضحا من الناحية اللغوية ومختصرا، بعض كبار المحررين يضع قاعدة ذهبية عن العنوان بقوله: "إن مساحة العنوان أعلى من أن تضيع بتعميمات وكلمات غامضة"، وينبغي أن تكتب الأرقام في العنوان رقما لا حروفا باستثناء الرقم 1 أو 2 فالأفضل كتابتهما بالحروف.

5.1. شروط تحرير العنوان: يرى الباحث "عبد الجواد سعيد ربيع" بأنه من أجل تحرير عنوانا جيّدا للخبر الصحفي يجب مراعاة مجموعة من الشروط لخصها في النقاط التالية:

- أن يكون عنوان النص الإخباري إجابة عن أحد الأسئلة الستة.
- أن يكون العنوان الخبري صادق الدلالة على الخبر الذي يحمله، وأن لا يكون مبالغا فيه.
- أن يكون مركزا وبعيدا عن أي فعل حدثي، ويكون واضحا يستطيع القارئ استيعابه.
- أن يكون مضمونه الإخباري جديدا وجذابا وعدم تكرار الكلمة داخل العنوان الواحد.

- الاهتمام بأن يكون كل عنوان يمثل فقرة واحدة أو جملة واحدة مستقلة بذاتها.
- وهناك من يُضيف مجموعة من الخصائص الواجب على الصحفيين في قاعات التحرير أخذها بعين الاعتبار عند تحريرهم للعناوين، وهي على العموم:
 - أن يشتمل العنوان على أهم حقيقة في الخبر أو الحقيقة الجوهرية فيه .
 - تركيز عبارات العنوان وتخليصه من الألفاظ الزائدة.
 - يفضل أن يكتب العنوان بالفعل المضارع.
 - أن يركز على أكثر الأحداث إثارة .
 - أن يكون معبرا عن المضمون ومرتبطا به وملائما له.
 - أن يكون مثيرا للانتباه و يبتعد عن التهويل أو المغالاة.
 - يجب أن لا يُظهر رأيا مسبقا اتجاه الحديث.

2. المقدمة: تُعد المقدمة بمثابة الاستهلال ومدخل القارئ إلى الخبر الصحفي، لها أهمية كبيرة في بناء الخبر وتتشرك مع العنوان في جذب القارئ إلى الخبر أو إبعاده عنه، ولذلك لا بد أن تتوفر لها كل الإمكانيات التي توفر لها الجاذبية لاستهواء القارئ وجره لمتابعة الخبر حتى النهاية، فالمقدمة هي مرآة تعكس تلك الواجهة وتقدم تفاصيلها، حيث تزداد أهمية الخبر الذي تسبقه مقدمة مفيدة وهادفة.

1.2. تعريف المقدمة: تتضمن مقدمة الخبر الصحفي على أكثر من جملة واحدة، وقد تصل إلى عدة فقرات في الأخبار الطويلة، ويرى البعض بأنها "المدخل أو الزاوية التي يمهد بها الكاتب لموضوعه، ويجب أن يكون هذا المدخل قويا، ومنطقيا وقريبا من اهتمام القارئ وتفكيره حتى يتمهد تمهيدا جيدا لبقية المقال"، فقد شبهت وكالة الأنباء "الاسوشيتد برس" (AP) المقدمة بالمقدمات التي تزكي الشهية ولا تقدم وجبة.

2.2. وظائف المقدمة: أفضل المقدمات هي التي تفتح شهية القارئ إلى الاستزادة من القراءة، ويجب أن تتراوح مفردات المقدمة الناجحة ما بين 20 إلى 30 كلمة ويجب أن تكون هذه المفردات: موجزة وواضحة ودقيقة، فالمطلوب من هاته المفردات العشرين أو الثلاثين أن تؤدي الوظائف التالية لتكون مقدمة جيّدة:

- تعرض ملخصاً للموضوع.
- تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة.
- تبرز الطابع المميز للخبر.

- تعطي آخر التفاصيل عن الحدث.

- تثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

- أن تكون قصيرة وتحتوي على أهم الحقائق تطبيقاً للقاعدة الذهبية: "أفضل المعاني في أقل الكلمات".

3.2. خصائص كتابة المقدمة: توجد مجموعة من الخصائص على المحرر الصحفي مراعاتها عندما يكون بصدد تحرير مقدمات الأخبار الصحفية، وهذا من أجل أن تؤدي دورها المنوط بها، نذكر من بين هذه الخصائص:

- أن يذكر مصدر الخبر في بداية أو سطر من المقدمة "صحفي، مراسل، مندوب، وكالة أنباء..." ، وفي الصحافة الجزائرية نجد كتابة اسم صاحب الخبر أو الموضوع يأتي بين المقدمة وجسم الخبر.

- أن تكون المقدمة قصيرة مختصرة تتناسب مع حجم ومضمون الخبر ليس هناك تحديد لعدد الأسطر أو الكلمات في كتابة الاستهلال، ولكن مقدمة الخبر لا تزيد عن ثلاثين كلمة بمعدل ثلاثة أسطر في العادة.

- أن تكون واضحة ودقيقة وأن لا تكون مزدحمة بالمعلومات.

- أن تقدم بموضوعية دون إبداء الرأي أي يجب عدم الإيحاء للقارئ بشيء.

- أن تجيب المقدمة على أهم سؤال لموضوع الخبر، وهذا حسب طبيعة الموضوع، فإذا كانت المقدمة تتعلق بالأشخاص فإنها تجيب عن سؤال من؟ سواء كان شخصاً حقيقياً أم معنوياً، وممكن أن تكون مقدمة تفسيرية فتجيب عن سؤال لماذا؟ أي الدافع وراء الخبر أو أن تكون توضيحية للزمان فتجيب على سؤال متى؟، أو للمكان فتجيب على سؤال أين؟ أو للكيفية فتجيب على سؤال كيف؟، وأخيراً يمكن أن تكون توضيحية للحدث نفسه فتجيب على سؤال ماذا؟ وهو الأكثر شيوعاً في الصحافة العربية .

4.2. أنواع المقدمات: إذا كانت أساليب كتابة مقدمة الخبر الصحفي متباينة من صحيفة إلى أخرى ومن وكالة أنباء إلى أخرى فإنه من الطبيعي أن تتعدد أنواع هذه المقدمات في الصحف، وهو أمر إيجابي للقارئ الذي يرغب أن يقرأ تنوعاً في الخبر تبعاً لتنوع الثقافات والاهتمامات والميول، ويمكن حصر أنواع مقدمات الخبر الصحفي فيما يلي:

- **المقدمة التلخيصية:** يحاول هذا النوع من المقدمات الإجابة على أكبر عدد ممكن إن لم نقل كلها، وهي الأسئلة الستة المشهورة (5w+h)، كما تعتبر من أبسط أنواع المقدمات وهي التي تلخص بوضوح وبساطة أهم المعلومات التي يحتويها الخبر الصحفي، أي هي المقدمة التي تحشد جميع عناصر الإثارة في الجملة الأولى، وتستخدم غالباً في قوالب الهرم المقلوب، ومن مميزات هذه المقدمة: تلبية حاجات

القراء الذين يقرؤون الأخبار من عناوينها فإما أن تجذبهم الفقرة الأولى إلى بقية الخبر أو أن تحولهم إلى خبر آخر.

- **مقدمة الاقتباس:** تكون مقدمة الاقتباس عبارة عن اقتباس فقرة من تصريح أو حديث، كما وردت دون تحريف أو تحرير، ويلجأ إليه كاتب الخبر الصحفي لتأكيد مصداقية المعلومات التي يوردها في الخبر، إن اقتباس زبدة الخبر ووضعها في جملة موجزة غالباً ما يفي بالغرض ويعطي فكرة واضحة عن الخبر: مثلاً "لا ارتفاع في سعر طابع جواز السفر" تصريح وزير الداخلية والجماعات المحلية، مشيراً إلى أن قانون المالية المقبل لا يتضمن زيادة في سعر طابع جواز السفر".

- **مقدمة المجاز:** تتضمن مقدمة المجاز استخدام الكلمات بمعاني مجازية مثال ذلك: "الحكومة تفتح النار على أحزاب المعارضة، فمن المعلوم لم يقف وزير الداخلية ممسكاً برشاشه لإطلاق النار على أي من الأحزاب، كما أن أحداً من تلك الأحزاب لم يصب بأذى جسدي"، فهذه المقدمة تتضمن كلمات ومعاني مجازة على أن الحكومة بدأت تهاجم المعارضة.

- **المقدمة المشوقة "الغريبة أو الطرفة":** رغم أن كل مقدمة يجب أن تكون مشوقة وجذابة فإن هذا النوع من المقدمات يعتمد على عنصر التشويق أساساً في صياغته وفكرته، وتتطوي تحت هذه المظلة الأخبار التي تحمل عنصر التشويق والجدة والغريبة أحياناً، حيث تشير إلى مفارقة غير عادية أمثلة: "أم تضع تسع توائم".

- **المقدمة الوصفية:** المقدمة الوصفية هي تلك المقدمة التي تصف الخبر أو الحدث أو ترسم له صورة تمثيلية، مثال ذلك: "كانت الساعة تشير إلى الثانية من بعد الظهر، كل شيء في الطائرة يتسم بالهدوء، الركاب منشغلون بالقراءة أو استماع الموسيقى عندما ظهر فجأة شاب ملثم ليعلن اختطاف الطائرة".

- **المقدمة الاستفهامية:** تسمى أيضاً بمقدمة السؤال، وهي التي تبدأ بسؤال يُشير إلى موضوع الخبر الصحفي، مثال ذلك: "هل تقف الحكومة عاجزة أمام ظاهرة الاعتداء على المال العام؟... إلى متى يتهرب التجار وأصحاب المطاعم من دفع الضرائب المستحقة عليهم".

- **المقدمة الحوارية:** المقدمة الحوارية هي المقدمة التي تحاول إيجاد نوع من الحوار بين أطراف الخبر أي الابتعاد عن الطرق التقليدية في نقل الخبر: "نائب معارض: هناك تجاوزات إدارية كبيرة في مختلف الوزارات. الوزير الأول: نعاني من هذه التجاوزات وسنحاول جاهدين القضاء عليها".

- **مقدمة التناقض "المفارقة":** يتم الاعتماد في هذا النوع من المقدمات على المفارقات والتناقضات، كما يقابل المحرر بين المفارقات والأضداد كمقابلة الكبير والصغير والملهة والمأساة والماضي والحاضر.