

المحاضرة 5: بنية الخبر الصحفي

أولاً: العنوان

أفرز تطور صناعة الصحافة حاجة ملحة إلى وجود عناوين للأخبار الصحفية لتساعد القارئ على اختيار الموضوعات التي تهمه، وتلبي حاجاته وتشبع رغباته في معرفة الأحداث التي تجري من حوله. حيث أن صفة الجاذبية في العنوان المصاحب للعنوان.

ويعد العنوان الواجهة ومفتاح نجاح أي عمل إعلامي، لما له من عناصر الجذب والتسويق نحو المادة المنشورة، تساعد على كسر جمود مادة النص الصحفي، والعامل الأساسي وراء إقبال القارئ على متابعة قراءة خبر ما، أو جريدة ما.

أولاً: تعريف العنوان

يعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه: "السطر أو مجموعة الأسطر التي جمعت بحروف كبيرة لتسقّي موضوعاً أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية".

ويعرفه سامي ذبيان بأنه: "وعاء من الكلمات يتمكن من نقل أكبر كمية ممكنة من المعلومات".

ثانياً: تاريخ ظهور العنوان:

من العنوان منذ ظهور الصحافة بعدة مراحل حتى تطور بالشكل الذي هو عليه اليوم، وهذه المراحل هي:

1- كتابة الكلمة الأولى بحروف كبيرة.

2- كتابة عنوان مشترك للأخبار المتشابهة.

3- عنوان الهرم المقلوب.

4- كتابة عنوان لكل خبر.

ثالثاً: أهمية العنوان

يكتسب العنوان في الكتابة الصحفية أهمية بالغة، فهو أهم جزء في الخبر الصحفي، وهو وسيلة الاتصال الأولى بين الصحيفة والقارئ، وأول معلومة تلقطها العين من الجريدة، وأول ما يشدّ ويجذب انتباه الجمهور ويستثير فضولهم واهتمامهم، فالعنوان في خلال ثوان معدودة يحمل إلى القارئ معلومات ومشاعر متعددة، وهو الذي يقرر في الغالبية العظمى مصير الخبر أو الموضوع من حيث موافقته من عدمها.

واعتبر بعض الباحثين العنوان كالزلزال يبقى في الذاكرة، ويشبهه فتحي خليل "بالمدفعية التي تمهد لزحف المشاة والدروع". كما يعتبر عبد العزيز الغنام كتابة العنوان نصف العمل الصحفي. ولهذا تلّجأ بعض الصحف إلى متخصصين في كتابة العنوان.

كما يعتبر البعض العنوان ركناً من أركان الإخراج الصحفي باعتباره عنصر أساسي في التكوين الجمالي وصنع الانسجام وتشكيل شخصية المطبوع الصحفي، بل تحول إلى سلعة لدى الصحفية في معركتها نحو المنافسة في سوق الموزعين.

بالإضافة أن العنوان يمكن من خلاله معرفة الخط السياسي للمؤسسة الإعلامية، وهو انعكاس لها.

رابعاً: وظائف العنوان

- يمكن تحديد وظائف العنوان من خلال أدائه للمهام المختلفة من مختلف الجوانب فيما يلي:
- 1) تلخيص الخبر.
 - 2) تقييم أهمية الموضوع المنشور من خلال اختيار حجم العنوان.
 - 3) الفصل بين النص المصاحب والمواد الأخرى.
 - 4) إعطاء جاذبية للصحيفة.
 - 5) يدل على نوعية المادة التحريرية التي يرتفع فوقها.
 - 6) يجذب القارئ ويستميله ويفتح شهيته إلى القراءة.
 - 7) يقدم فكرة سريعة ومركزية للقارئ المتعجل.
 - 8) يقوم على الترويج والتسويق للصحيفة.
 - 9) يساهم في تحديد شخصية الصحيفة.
 - 10) يساعد القارئ على اختيار ما يرغب في قرائته.
 - 11) يثير الحس الفني لدى القارئ.

خامساً: أنواع العناوين الخبرية

أ. أنواع العنوان من حيث الشكل والإخراج

أثار استخدام الحاسوب في عملية الإخراج الصحفي إبراز العناوين بصورة متباينة، وهيئات متعددة، وثمة خمسة أشكال رئيسية للعناوين من هذا الجانب هي:

1. العنوان ذات القالب الهرمي: وفيها:
 - أ- قالب الهرم المععدل.
 - ب- قالب الهرم المقلوب.
2. العنوانات الموحدة البداية والنهاية
 - أ- العنوان الموحد البداية.
 - ب- العنوان الموحد البداية والنهاية.
3. العنوان المنفرد ذو السطر الواحد.
4. العنوان المتدرج إلى الأمام أو الخلف.
5. العنوان المعلق.

ب. أنواع العنوان من حيث المساحة والاتساع

وهو تقسيم يركز على اتساع العنوان، والاتساع هو الحيز الأفقي المخصص للعنوان أعلى الصفحة، سواء شغل العنوان هذا الحيز بالكامل أو شغل جزءاً منه، ومن أنواعه ما يلي:

1. العنوان العريض أو (المانشيت):

وهو عنوان كبير وطويل ويمتد على عرض الصفحة بأكملها، ويشغل كامل المساحة المخصصة له، والتي تبدأ من الحافة الخارجية للعمود الأول وتنتهي عند الحافة الخارجية للعمود الأخير، ويعد من الخصائص المميزة للصفحة الأولى، كما يمكن استخدامه أيضا في بعض الصفحات الداخلية.

ويستخدم هذا العنوان لإبراز الموضوع الرئيسي في الصفحة لما يتمتع به من قوة جذبه لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه نظرا لاتساعه وحجم حروفه الكبير، ويكون مكتوبا ببند عريض وبألوان بارزة، ويوضع عادة في النصف العلوي من الصفحة الأولى للصحيفة، وبإمكان العودة إلى نصه في الصفحات الداخلية، وهو يعبر عن حدثأساسي رئيسى مهم وجديد، ومن شروط نجاح هذا العنوان أن تكون كلماته قليلة ومعانيه كثيرة، وهي 8 كلمات كحد أقصى.

2. العنوان الممتد:

وهو عنوان يمتد على أكثر من عمود، ويتسم بأنه يحتل مساحة أضيق أو أقل اتساعا من العنوان العريض، فهو ينتشر باتساع يتراوح ما بين عمودين إلى 05 أو 07 أعمدة ويكون أقل من عرض الصحيفة.

3. العنوان العمودي:

وهو عنوان لا يتجاوز اتساعه عرض عمود واحد، يستخدم أكثر مع الأخبار البسيطة والقصيرة، التي نجدها على الصفحة الأولى والصفحات الإخبارية، وصفحات الوفيات، نظرا لقصر الموضوعات أو الأخبار المنشورة على مثل هذه الصفحات.

ج. أنواع العنوان من حيث الوظيفة والاستخدام

ويركز على الوظيفة التي يؤديها العنوان من الناحية التحريرية والإخراجية، وتنقسم إلى ما يلي:

1. العنوان الرئيسي:

وهو أكثر العنوانين أهمية وأبرزها دلالة ويحمل أهم ما يتصل بالمضمون الخبر وأبرز جوانبه، وهو عنوان الأخبار الأخرى الموجودة في الصحيفة غير عنوان المانشيت، سواء كان في الصفحة الأولى أو الصفحات الأخرى. ويرتفع وحده فوق الخبر، أو يتوسط عنوان الإشارة ونص الخبر، ويكتب بخطوط كبيرة وبارزة، وقد ينقسم إلى سطرين، ويهدف العنوان الرئيسي إلى حث القارئ على قراءة المزيد واجتذابه ونقله إلى المقدمة.

2. العنوان التمهيدي أو الفوقي:

وهو عنوان يتكون من كلمات قليلة تأتي قبل العنوان الرئيسي، يستهل بها الخبر الصحفى ويهىء للعنوان الرئيسي ويهدّ له ويشير إليه، وهو في أغلب الأحيان يشير إلى مكان أو زمان الحدث.

3. عنوان الإشارة:

وهو عنوان يتكون من مفردة واحدة، أو مسند ومسند إليه، وتكون في رأس يمين الخبر، وعادة ما تكون ثابتة، ويسمى مفتاح العنوان أو العنوان التمهيدي، وهو ليس عنوانا كاملا، لأنه يلفت الانتباه إلى العنوان الرئيسي أو مجال يدور حوله الحدث أو مكان الحدث، وهو يشير عادة إلى سؤال من الأسئلة السبعة.

4. العنوان الثانوي:

وهو العنوان الذي يأتي أسفل العنوان الرئيسي أو المانشيت، ويكتب بحروف أقل سمكاً وكثافةً عنه، ويرتبط استخدامه غالباً بالأخبار الكبيرة والتقارير الإخبارية عندما لا يستوفي العنوان الرئيسي فحوى الخبر ويصبح غير كافٍ، ويركز العنوان الثانوي على التفاصيل ويكون ذو وحدة واحدة مستقلة وإن ارتبط ضمناً بموضوع العنوان الرئيسي، ولكن يقدم حقيقة جديدة ينبغي تقديمها.

5. العنوان الفرعي أو عنوان الفقرات:

وهي العناوين الفاصلة بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتستخدم في الموضوعات الطويلة لكسر حدة الرمادية الباهتة التي تترجم عن تراكم سطور المتن، ويشترط فيها إلا تتساوى في الحجم مع العناوين العمودية في نفس الصفحة تجنبًا لأي نوع من التداخل والتضارب بصرياً بينها، بحيث لا تبدو الفقرة التي يعلوها عنوان فرعي وكأنها خبر مستقل عن الموضوع الأصلي.

6. العنوان الثابت:

ويستخدم هذا النوع من العناوين لتمييز الأبواب التحريرية الثابتة، مثل الأعمدة الصحفية التي يحررها كبار الكتاب.

د. أنواع العنوان من حيث الصياغة والمضمون

من أهم الصيغ التي يصاغ بها العنوان ما يلي:

1. العنوان التلخيصي:

يقوم هذا العنوان بتقديم أهم معلومة في الخبر، من خلال الإجابة على أبرز الأسئلة الستة، وهي غالباً السؤال: ماذًا؟ ثم من؟، وقد يضيف إليهما سؤال: أين؟ أو متى؟، ويزيلها بأقل الكلمات المختصرة، وتكون لافتة تعطي صورة عن جوهر الحدث، وهو أكثر تداولاً في الصحافة بمختلف أنواعها.

2. العنوان الإخباري (المعلوماتي):

وهو عنوان يوجز جوهر الخبر والحدث والموضوع. مثل: وقعت الحرب. أو باريس تشتعل.

3. العنوان التساؤلي (الاستفهامي):

وهو عنوان يطرح أهم ما في الخبر ويصاغ في شكل سؤال.

4. العنوان الوصفي:

وهو عنوان يركز على عنصر الوصف لبعض الجوانب المهمة في الخبر، ومحاولة رسم صورة وصفية للموضوع لتجسيد الحادث أو الواقع في ذهن القارئ، تعطي إحساساً للقارئ أنه يعيش هذا الحدث ويسايره، ويعتمد في ذلك على الكلمات القوية والعبارات التي تشده انتباه القارئ، وهو في الغالب يجيب على السؤال: ماذًا؟ وكذلك كل من كيف؟ ولماذا؟.

5. العنوان الاقتباسي:

وهو عنوان يقوم على اقتباس نصي لجملة مهمة وردت ضمن تصريحات المصدر الإخباري، وقد يكون الكلام المقتبس صادراً عن مسؤول كبير، أو على لسان إحدى الشخصيات الفاعلة أو صانعة الحدث، أو مأخوذ

من بيان أو تصريح، ويوضع الكلام المقتبس بين مزدوجين، وهذا النوع من العناوين يرتبط بالحدث والشخصية معاً، ويجيب على السؤالين: ماذا؟ ومن؟.

6. عنوان المقارنة:

يعتمد هذا العنوان على عنصر المقارنة بين حقائقين أو بين واقعتين أو أكثر، بها شيء من التناقض، وقد يتم في صورة مقارنة سريعة ومحضرة بين الأرقام، المواقف، القضايا، والنتائج.

سادساً: شروط صياغة العنوان

أصبح القارئ في العصر الحاضر يفتقد بسبب مشاغله وسرعة وتيرة الحياة اليومية الصبر للقراءة المتأنية، ولذلك فهو يعتمد على العنوان المنشور أمامه ويكتفي بقراءته، إلا إذا كان العنوان جذاباً ومصاغاً بشكل جيد، ويؤدي بأهمية ما تتضمنه المادة المنشورة من تفاصيل. ومن هنا كان لا بد من الاهتمام الشديد بصياغة العنوان، بحيث يقدم المعلومة بأسلوب شيق يتسم بالرشاقة والجاذبية.

ولذلك يجب مراعاة القواعد والشروط الأساسية التالية:

1. أن يكون دقيقاً ومحضراً ودالاً ومعبراً عن مضمون الخبر.
2. أن يثير انتباه القارئ واهتمامه.
3. الاستناد على وقائع حقيقة.
4. الحذر من الخطأ في المحتوى أو الأسماء.
5. أن يجذب على بعض الأسئلة الستة.
6. وجود المعلومة التي يتضمنها العنوان في مقدمة الخبر وليس في وسطه أو نهايته.
7. لا يقدم العنوان النتائج والتفسيرات والتحليلات والتنبؤات.
8. الالتزام بالموضوعية وعدم استخدام الرأي.
9. تجنب التضخيم والتهويل والبالغة.
10. تجنب العبارات الغامضة أو المصطلحات الفنية أو العلمية.
11. تجنب الأسماء والألفاظ المكررة والمهجورة.
12. الابتعاد عن الاختصارات ما لم تكن شائعة.
13. تجنب الجمل الاعترافية أو الفوacial.
14. يجذب استعمال الفعل المضارع، والفعل المبني للمعلوم.
15. عدم الاعتماد على المحسنات البدعية أو العبارات الإنسانية.
16. أن تحدد في العنوان المنطقة.
17. يشترط بدء عنوان الخبر كما يلي:
 - أن يبدأ العنوان بمصدر الفعل.

- أن يبدأ باسم مكان أو شخص ذو منصب أو شهرة.

- أن يبدأ برقم أو عدد.

18. تجنب كتابة الأرقام.

سابعاً: كيفية استخلاص عنوان الخبر الصحفي

يتم الحصول على عنوان مناسب للخبر من خلال الجوانب والزوايا التالية:

1. اسم مشهور من الخبر (حدث أو شخص أو مكان).

2. الحقائق والأرقام.

3. الحدث نفسه.