

## أخلاقيات الصحافة

( A )

صحفي بإحدى المؤسسات الصحفية يمتلك عددا من الأسهم في إحدى كبريات شركات إنتاج الغاز الطبيعي في مصر.

كذلك قد يسمح بتغطية أخبار تلك الشركة في الصحيفة التي يعمل بها. هل يحق له السماح بتغطية أخبار تلك الشركة؟ وهل يثير عمله أية شبهة في تعارض المصالح؟

إذا كان ضرورياً أن يقوم بالتغطية الصحفية، ما الذي يتعين عليه عمله؟

( B )

لو أن محرراً في مهمة جمع معلومات لإعداد موضوع صحفي حصل من مسؤول في شركة ما على معلومات تفيد بأن الشركة سوف تتعرض لخسائر كبيرة خلال الفترة القادمة بسبب أخطاء في تقدير الأرباح الأمر الذي سوف يعرض الشركة لانخفاض حاد في قيمة أسهمها خلال الفترة القادمة. فهل من حق الصحفي هنا أن يستخدم تلك المعلومات في تحقيق منافع شخصية بالتجارة في تلك الأسهم؟

( C )

إلى أي مدى يسمح للصحفي بقبول الهدايا من المصادر؟

- لا يسمح بقبول الهدايا على الإطلاق
- يسمح بقبول الهدايا في حدود قيمة تحدد سلفاً
- يسمح بهدايا تعد من قبيل المجاملات
- يسمح بالسفر إلى الخارج على نفقة المصدر

( D )

هل يسمح للصحفي بالحصول على المعلومات اللازمة لإعداد موضوع صحفي مهما تكن أساليب جمع المعلومات.

( E )

كيف يتم تطوير آليات للفصل بين الإعلان والتحرير ؟

( F )

هل يسمح بقبول الصحفي لأي نوع من العمل لحساب المصدر الذي يقوم بتغطية أخباره ؟  
بعض الصحفيين يعملون مستشارين لدى الوزارات أو الهيئات التي يقومون بتغطيتها  
لصحفهم.

هل يسمح للصحفي أن يعمل مستشارا إعلاميا لأي جهة؟  
هل يسمح للصحفي بممارسة العمل في صحيفتين في آن واحد.

## البحث عن المعلومات

### مهام المندوب الصحفي

#### إنتاج القصة الإخبارية

وهي مهمة تمثل خلاصة المهمتين السابقتين وترتبط بهما صعودا وهبوطا. فلا يمكن أن يتم إنتاج موضوع لم يسبقه جمع كفاء للمعلومات ومعالجة فاحصة وذكية لها في ضوء المعايير المهنية للصحافة. في هذه المرحلة تتبدى حرفة الصحفي ومهنيته. فمهام جمع المعلومات يشارك الصحفيين فيها أرباب مهنة أخرى كثيرة ، يقل هؤلاء في مرحلة المعالجة. أما في مرحلة الإنتاج لا يبقى غير الصحفيين فقط دون غيرهم.

#### معالجة ما تم جمعه من معلومات

فالمعلومات التي يتم جمعها كثيرا ما تكون متناثرة وضعيفة الصلة ببعضها البعض وغير خاضعة لمنظور موحد يجمع بين أجزائها. في بعض الأحيان تكون المعلومات التي تم جمعها أكثر من اللازم وفي أحيان أخرى تكون أقل من أن تفي باحتياجات القارئ. معالجة المعلومات هي التي تحدد مدى ملائمة حجم المعلومات للموضوع الصحفي. ومعالجة المعلومات تتطلب فهما جيدا من الصحفي للمعلومات التي تم جمعها وتلك التي لم يصل إليها بعد. ولذلك كثيرا ما يعود الصحفي مرة أخرى لمهمة جمع المعلومات متى ما تبين له أن ثمة معلومات لازمة وغير متاحة. ومعالجة المعلومات تتطلب وعيا بمعنى ودلالة المعلومات المتاحة وعلاقتها بمعلومات أخرى سابقة. وكثير من مشكلات الصحافة تنشأ في هذه المرحلة حين توضع المعلومات بحالتها الخام ومصطلحاتها غير المفهومة في ترابط ضعيف أو مفكك

#### جمع المعلومات

مهمة تتضمن التخطيط للموضوع. وهي عملية تحتاج إلى مهارة خاصة ربما يحد من قدراتها تلك القيود التي تفرض أحيانا على تداول المعلومات. غير أنه في أكثر النظم سلطوية وتقيداً لحق الصحفي في الحصول على المعلومات لا يعدم الصحفيون وسيلة ما للوصول إلى المعلومات. التحدي الذي يواجهه الصحفي هنا هو تحديد نوعية المعلومات التي يحتاجها في إنتاج موضوعه الصحفي. ففي بعض الأحيان تصبح وفرة المعلومات مصدرا لإرباك الصحفي الذي لا يمتلك القدرة على فرز المعلومات واختيار ما يصلح منها. فالمعلومات مثل الأحداث لا تصلح جميعها للنشر. وذو الخبرة وحدهم هم الذين يستطيعون فرز الأحداث والمعلومات لاختيار ما يصلح منها. قد تواجه الصحافة مشكلات الوصول إلى بعض المعلومات ولكن المشكلة الأكبر تكمن في تقاعس المندوب عن الوصول إلى معلومات متاحة بشيء قليل أو كثير من الجهد.

## الاستخدام المتوازن للمصادر في الأخبار

لا بد وان يدرك المحرر أن الأخبار دائما ذات أوجه متعددة وأن تأثيراتها تمتد إلى مجالات متعددة. هذه الطبيعة المتعددة للخبر تفرض على المحرر ضرورة الالتزام بتنوع المصادر التي يلجا إليها في تغطية حدث أو تحليله حتى يتمكن من الإلمام بكافة جوانب الحدث الإخباري. ففي تغطية أخبار البنوك المركزية غالبا ما يلجا المحررون إلى مصادر وخبراء في مجال التمويل. وكذلك تجد المحررين في التقارير الصحفية حول بيانات الناتج الوطني أو تقارير الأسعار أو شؤون الاقتصاد الكلى Macro Economy يتجهون في اختيار المصادر نحو دوائر المال والتمويل. وربما لا يدرك المحررون أن المصادر تتأثر في تحليلها بالمجال الذي تعمل به. فالسياسات التي تحظى باهتمامات البنوك المركزية لها تأثيراتها الهائلة على الاقتصاد بأسره بل والمجتمع بكامله أيضا. فسياسات تحديد سعر الفائدة تحدد احتمالات النمو الاقتصادي غير أن رجال التمويل ليس لديهم اهتمام كبير بتحقيق معدل نمو عال ولا يعينهم كثيرا مسألة تأمين أقل معدل للبطالة. وعلى العكس من ذلك ربما كانت هناك شرائح أخرى في المجتمع أقل اهتماما بالتضخم وأشد اهتماما بمعدل النمو في الاقتصاد وعدد الوظائف. ولذلك يتعين على المحرر الاقتصادي في إعداد مثل هذه النوعية من التقارير الإخبارية أن يعتمد على خبرات متنوعة تحقق التوازن بين الآراء المختلفة من جوانب متنوعة. لا بد وان يعتمد على آراء الأكاديميين والمصادر الحكومية واتحادات العمال أو مصادر من غير قطاع المال.

## تقويم مصداقية المصادر

يتعامل المدرر الاقتصادي مع الكثير من المصادر مرات ومرات ويتعين عليه أن يطور معيارا لتقويم مصداقية المصادر التي يتعامل معها ومدى كفاءتها. فمعرفة المدرر بقدرات مصادره تمكنه من الاختيار الصحيح حين الإعداد لتقارير أو موضوعات صحفية. فالمحرر مسؤول عن اختيار مصادره ومن ثم يناله جانب من كفاءة المصادر التي يختارها. فحين تتحدث مصادر عن قدرة الاقتصاد المصري على النمو بخطى سريعة خلال السنوات الخمس القادمة ، قد يكون من المهم أن يلجا المحرر إلى مصادر ربما كان لديها آراء أخرى ترى وجود مشكلات على الطريق. مثل هذا المسلك الصحفي يحقق التوازن في الآراء ويوفر للمحرر فرصة تقييم كفاءة وقدرات مصادره على المدى البعيد. وينطبق الأمر على المنظمات الاقتصادية الدولية. فكل ما يصدر عنها ليس بالضرورة صادقا أو قابلا للتحقيق. فسياسات صندوق النقد الدولي أو البنك الدولي أو غيرهما قد يثبت خطأها ولا بد من أن يعرف القراء هذه الحقائق متى ما ثبت صدقها.

## حب الاستطلاع قيمة مهنية في الصحافة

تشير بعض الدراسات إلى أساليب يمكن أن تجعل من حب الاستطلاع قيمة مهنية في العمل الصحفي :

1- ضع نفسك مكان القارئ. ما الذي يجعل خبرا مهما ومثيرا ؟ وإذا كان الخبر له تأثير عليك فما الذي تريد وتحتاج معرفته؟ إذا كنت صحفيا اقتصاديا تستثمر بعض أموالك في البورصة التي انهارت هذا الصباح ، ما الأسئلة التي سوف تبحث عن إجابات لها ولمن تتوجه بحثا عن تلك الإجابات؟ وكيف تستوثق من المعلومات التي وصلت إليك؟ قليل من الصحفيين لديهم استثمارات في البورصة ولكن كثيرا منهم يغطي أنشطتها. قارن بين الفئتين . سوف تكتشف فارقا كبيرا في كمية المعلومات ونوعيتها. ولذلك فإن الصحفي الذي يتقصد دور القراء يمكنه استقصاء المعلومات كما ونوعا بشكل مختلف.

2- استخدام التتابع الزمني chronology كفيل بطرح عشرات الأسئلة وجمع كميات جيدة من المعلومات. كثير من الأحداث لا تظهر فجأة ولكنها تخضع لتتابع زمني محسوس أو غير محسوس. وإذا اعتاد الصحفي استخدام التتابع الزمني في توجيه الأسئلة فإنه يمكن أن يقدم قصة مختلفة تماما. اسأل عن الحاضر ثم انتقل إلى الماضي ثم تحول إلى المستقبل. مثل هذه الأسئلة تعطي خلفيات لازمة لفهم مغزى الخبر. هذا التتابع الزمني يستثير قيمة حب الاستطلاع ويوظفها جيدا.

3- تقمص دور المحقق. كثير من الأحداث يكتنفها الغموض أو الصراع ويصبح التحدي الذي يواجهه الصحفي هو كشف الغموض وبيان أطراف الصراع. وتقمص دور المحقق الراغب في الوصول إلى الحقيقة يمكن أن يقود أسئلتك نحو الإجابات المطلوبة.

### أولا : الملاحظة Observation

#### وسائل جمع المعلومات

الفارق بين قصة إخبارية وأخرى يكمن في قدرة الصحفي أن يجعل حواسه امتدادا لحواس القارئ الذي يرى ويسمع ويتذوق ويشم ويلمس ما نقلته إليه حواس الصحفي في موقع الحدث. ولن يتمكن الصحفي من ذلك إلا بتتمية مهارات الملاحظة لديه.

والملاحظة نوعان :

بسيطة حيث يكفي الصحفي بملاحظة الأحداث وشخصياتها دون المشاركة في هذه الأحداث. وملاحظة بالمشاركة وهي تلك التي ينخرط فيها الصحفي في الأحداث التي يكتب عنها بحيث يصبح أحد شخصياتها . وقد كانت الملاحظة بنوعها مصدرا لقصص إخبارية رائعة تكشف في عمق عن الأحداث وتطوراتها. فالصحفي الإنجليزي الذي عمل في مطبخ قصر باكنجهام

تمكن من الكشف عن الثقوب الأمنية الواسعة في حماية ملكة بريطانيا وقدم تقارير عن الحياة في القصر الملكي من خلال المعيشة الحقيقية للحياة داخل القصر.

## ثانيا : المقابلات Interviews

إجراء المقابلات لا يتم بهدف الحصول على الحقائق فقط بشأن الحدث الذي يقوم الصحفي بتغطيته وإنما يتم أيضا للحصول على الآراء والعواطف والانطباعات وكل ما يساعده على الإلمام بكافة جوانب الحدث. ولذلك لابد وأن يبحث المحرر عن المصادر التي يمكنها أن توفر له ما يلي :

- 1- الحقائق والتفاصيل بما في ذلك التواريخ والأسماء والمواقع والتكاليف.
  - 2- التتابع الزمني للحدث متى وكيف بدأ ولماذا وكيف تطور عبر الزمن.
  - 3- العلاقات التي تربط بين الشخصيات التي يتعلّق بها الحدث أو شبكة المصالح
  - 4- مغزى وأهمية الحدث وعلاقته بغيره من الأحداث وأهميته التاريخية.
  - 5- ما يجعل الخبر دراماتيكيًا ومفهوما لدى القراء أو المشاهدين.
- وفي مقابلات الشخصية يتعين على المحرر البحث أيضا عن مواصفات البيئة التي تعمل فيها الشخصية أو تعيش ، الملامح الشخصية ، وصف عام للطريقة التي يتصرف بها وكل ما يساعد على إيجاد صورة غنية للشخصية موضوع المقابلة.

## مراحل إعداد المقابلة الصحفية

هناك نوعان رئيسيان من المقابلات الصحفية :

أولا : مقابلات لا يتم الإعداد المسبق لها وغالبا ما تتم مع مصادر يلتقي بها المحرر في موقع الأحداث أو تتاح له بالمصادفة مع شخصية أو مصدر له أهمية خاصة.

ثانيا : المقابلات التي يتم الإعداد المسبق لها. وهي غالبا ما تتم بحثا عن قصص إخبارية مع صناعات الأحداث أو تتم في إطار تقارير إخبارية خاصة Feature أو مقابلات صحفية

تنتشر بذاتها. ويحتاج هذا النوع من المقابلات إلى إتباع الخطوات التالية في الإعداد :

**1- تحديد الهدف من المقابلة:** هدف المقابلة يحدد كثيرا من خطوات إعدادها. فهناك مقابلات تجرى بهدف الحصول على حقائق ومعلومات ، أو تصورات ، أو تقديم صورة لملاح الشخصية التي تجرى معها المقابلة

### 2- البحث وجمع المعلومات

جمع المعلومات في المقابلات يوفر المزايا التالية :

- زيادة معرفة المحرر بموضوع المقابلة وشخصيتها
- تنمية مهارات المحرر في الحصول على المعلومات كما ونوعا
- صياغة الأسئلة بطريقة مبتكرة تدفع المصادر بعيدا عن الإجابات التقليدية
- زيادة قدرة المحرر على شرح وتفسير ما تقوله المصادر
- فرض احترام المحرر على المصدر مما يؤثر في دقة المعلومات التي يدلى بها .

### 3- إعداد الأسئلة

كثير من المصادر ترفض إجراء مقابلات لأسباب مختلفة منها تحريف ما يدلون به من تصريحات ومنها أيضا نمطية الأسئلة التي تقود إلى إجابات نمطية سبق وأن أدلوا بها في مقابلات كثيرة. وعلى المحرر أن يدرك أن أسئلته هي مفتاح شخصيته أمام المصدر وهي مفاتيحه أمام خزائن المصدر من المعلومات. وأسئلة المقابلات نوعان :

- أسئلة غير معدة بشكل كامل وهي الأسئلة التي تركز على موضوعات يرى المحرر أهمية إثارتها مع المصدر تاركا تفاصيل الأسئلة داخل كل موضوع لمجريات الحوار.
- أسئلة معدة بنصها الذي توجه به إلى المصدر.

والنوع الأول من الأسئلة يضيف نوعا من الحيوية والتلقائية على الحوار ويمكن أن يؤدي إلى الحصول على معلومات لم تكن في حساب المحرر. أما النوع الثاني فهو نمطي يقلل من حيوية الحوار حيث يهتم المحرر بإلقاء ما سبق وأن أعده من أسئلة دون الوقوف أمام إجابات المصدر وما قد تستثيره من أسئلة أخرى. وينصح البعض المحررين بإعداد نوعين من الأسئلة حسب مستوى الأهمية.

### 4- إجراء المقابلة

تصنف أسئلة المقابلات في العادة إلى نوعين :

- أسئلة مقيدة بإجابات محددة Close-ended Questions وهى التي يمكن استخدامها للحصول على حقائق معينة وتصلح للإجابة على أسئلة متى، من، أين ؟
  - متى تم التفكير في تحرير سعر صرف الجنيه ؟
  - كم يبلغ العجز الحالي في ميزان المدفوعات؟
  - من حضر الاجتماع الخاص باتخاذ قرار تحرير سعر الصرف ؟
  - متى عرض القرار على رئيس الجمهورية ؟
  - متى ينتهي التضارب والتناقض في الأرقام بشأن الاقتصاد المصري؟
- وهناك أسئلة مفتوحة النهايات open – ended questions وهى الأسئلة التي تتيح الحصول على إجابات مطولة تتضمن الآراء والاتجاهات والمشاعر والمواقف والتحليلات وغير ذلك.
  - لماذا انقسمت الآراء داخل المجموعة الاقتصادية تجاه تحرير سعر الصرف؟
  - ماذا ترى فيما يقال بأن السياسات الاقتصادية تعمل لصالح كبار رجال الأعمال؟
  - كيف تنظر إلى عبارة " محدودو الدخل " في منظومة الاقتصاد المصري؟
  - إلى أي مدى مارست المنظمات المالية الدولية ضغوطا على السياسات الاقتصادية المصرية؟
- اختصر عدد كلمات السؤال كلما كان ممكنا. كن محددًا
- لا تسأل سؤالين في سؤال واحد
- تذكر أن الهدف من المقابلة هو الحصول على المعلومات من الضيف وليس استعراض معارفك
- حاول في البداية أن تكسر الحواجز القائمة مع الضيف
- تابع باهتمام إجابات الضيف فقد تكون مدخلا لأسئلة مهمة تحصل منها على إجابات مهمة.
- لا تدع المصدر يسيطر على المقابلة ويدفعها في الاتجاه الذي يريده.
- لا تتحرج أن تسأل المصدر توضيحا أو تعريفا لمصطلح حتى لو كنت أنت تعرفه.

### أسلوب GOAL في إجراء المقابلات

أسلوب طوره أحد أساتذة الصحافة وهو لارو جيليلاند يساعد المحرر في وضع إطار أسئلة المقابلة. وهو يستخدم بصفة خاصة في مقابلات الشخصية Profile التقارير الإخبارية الخاصة ، والقصص الإخبارية حول قضايا أو برامج. والحروف الأربعة ترمز لما يلي :

(Goals) G

وترمز للأهداف

حيث يمكن للمحرر أن يعد مجموعة من الأسئلة حول الأهداف التي يسعى البرنامج أو الموضوع الصحفي لتحقيقها أو الأهداف التي يسعى المصدر إلى إنجازها. في مقابلة لوزير المالية لمناقشة السياسات



	المالية يمكن طرح عدد من الأسئلة حول أهداف هذه السياسة وما الذي تسعى إلى تحقيقه ؟ أما في مقابلة الشخصية مع المسؤول ذاته فيمكن تطوير عدد من الأسئلة حول تطور أهدافه عبر مراحل عمله المهني.
( Obstacles) O وترمز للمعوقات أو العقبات	وهي مجموعة من الأسئلة التي توضح المعوقات التي تواجهه أو واجهت سياسة ما أو برنامج ما أو الأهداف الشخصية
A Achievements وترمز للإنجازات	وتتعلق بالكيفية التي تم بها التغلب على المعوقات والأساليب التي تم إتباعها لتحقيق الأهداف
Logistics L وترمز للإجراءات والتدابير	وتتعلق بالتدابير والإجراءات التي اتبعت في تحقيق الإنجاز أو الفشل. وغالبا ما تتعلق تلك المجموعة من الأسئلة بالتتابع الزمني لإجراءات أو جهود من الماضي إلى الحاضر فالمستقبل. تسجيل المقابلة باستخدام جهاز التسجيل أو كيفية تسجيل الإجابات يدويا

### إرشادات للمقابلة من فريد تسيمرمان " وول ستريت جورنال "

- 1- لا تبدأ المقابلة بأسئلة صعبة. إبدأ بأسئلة ومعلومات تمهيدية. قل للمصدر من أنت وماذا تفعل ولماذا قررت مقابلتك. قليل من المجاملة والإطراء قد تساعد على إتمام المقابلة بنجاح.
- 2- اجعل سؤالك الأول مفتوحا يسمح لضيفك بالكلام والتعبير عما يريد وإيجاد جو من الألفة في المحادثة بينكما. لا تستخدم الأسئلة التي يمكن أن يجيب عنها بنعم أو لا. حينما يكون السؤال الأول مفتوحا فإنك تسمح له أن يختار هو نوع الإجابة وطريقتها وربما ساعدك ذلك على الحصول على مفاتيح مهمة حول اتجاهاته نحوك أنت شخصيا ونحو الموضوع ونحو الفكرة التي تدور حولها المقابلة.
- 3- راقب واستمع جيدا. كيف تأتي ردود أفعاله ؟ هل يبدو منفتحا أم متحفظا ؟ يمكنك مقاطعته في وسط الحكاية التي يرويها بسؤال فرعي حول شيء أغفله أو لم يتطرق إليه بهدف معرفة رد فعله. استخدم المعلومات التي تحصل عليها في الجزء الأول من المقابلة للتأكد من أن توقعاتك عن المصدر قبل المقابلة كانت صحيحة أم لا. استخدم تلك المعلومات أيضا لتحديد الأسلوب التي سوف تكتب به قصتك ليكون ملائما للمزاج السائد في المقابلة. إذا أصر ضيفك على أن يظل متحفظا ورسميا فلا بد وأن تظل أنت أيضا في إطار مهمتك الصحفية. أما إذا تحول أثناء المقابلة إلى شخصية ودودة غير متحفظة فلا بد وأن تكون أنت أيضا

كذلك ولكن كن واعيا ألا تتحول المقابلة إلى محادثة شخصية لا يمكنك التحكم فيها.

4- لا تسمح لمصدرك أن يقود مسار المقابلة واحتفظ في كل وقت بالتتابع الذي أعدته للمقابلة. انتقل بشكل منطقي من سؤال إلى آخر. مهد للسؤال الصعب بسؤالين تمهيديين. واجعل ضيفك يشعر بأن السؤال الصعب جاء نتيجة لما قاله في المقابلة وليس سؤالا تم إعداده مسبقا.

5- استمع جيدا لما يرد على لسان محدثك من إشارات قد توحى بأسئلة لم تفكر أنت فيها من قبل. كن في كامل وعيك فقد يصدر عن الضيف ما يشير إلى خطأ الموضوع الذي أعدته من قبل أو ما يشير إلى انه موضوع فرعى وهناك موضوع أهم. احتفظ بالمرونة الكافية لتحويل دفة الحديث نحو ما استجد من معلومات أو أفكار تفوق في أهميتها الموضوع الذي جنت للحوار من أجله.

6- لا تغادر المقابلة دون أن تكون قد حصلت على ما يمكنك من كتابة قصة متكاملة. لا بد وان تغادر ضيفك وقد فهمت الموضوع تماما ، حددت عناصر المقدمة ، استكمل الإجابة على كل التساؤلات المحتملة.

7- تذكر أن لكل مقابلة سؤالا رئيسيا ربما أرسلك رئيسك من أجله و بدونه لا يمكن أن تتكامل أركان القصة الخبرية. حدد هذا السؤال ولا تنسى توجيهه لضيفك.

8- لا تخش الأسئلة التي تبدو ساذجة. فهي قد تكون مهمة لفهم الموضوع ولا يفترض في المحرر أن يكون ملما بكل شيء. والمصادر دائما على استعداد للمعاونة في ملء الفجوات المعرفية.

9- حينما يرفض المصدر التعليق على سؤال أو الإجابة عنه. لا تعتبر ذلك نهاية السؤال. إنها بداية الصراع مع المصدر. تظاهر بأنك لم تفهم تعليقه الرفض وأعد السؤال بشكل مختلف ، فإذا أصر اعتذر بأنه لم يفهم جيدا سؤالك وأعد السؤال بطريقة مختلفة. حاول بكل الطرق أن تحصل على إجابات للأسئلة التي يرفض الضيوف الإجابة عنها.

10- تذكر أن معلومات مهمة يمكن أن تحصل عليها بعد انتهاء المقابلة وأثناء توديع ضيفك لك. كن يقظا في كل الأحوال.

### استخدام الإنترنت في المقابلات الصحفية

لا تعتبر الإنترنت وسيلة فاعلة في إجراء المقابلات الصحفية ولكن في بعض الأحيان يضطر الصحفي إلى استخدامها لجمع تعليقات من مصادر حول قضية معينة. وعلى المحرر أن يدرك في البداية مزايا وعيوب المقابلات عبر الإنترنت : فهي من جانب تعطي المصدر شيئا من الوقت لإعداد إجاباته أو مراجعة ما لديه من بيانات أو معلومات كما أنها توفر للمحرر اقتباسات دقيقة من أقوال المصدر حيث تصل إليه الإجابات مكتوبة. غير أنها من ناحية أخرى لا توفر للصحفي فرصة متابعة إجابات المصدر بالمزيد من الأسئلة وتفتقر إلى

العفوية التي تضيف حيوية على الحوار وتحجب قدرة المحرر على ملاحظة سلوك ضيفه أثناء الحوار وهي ملاحظات تؤدي إلى الكثير من الإيحاءات بل والمعلومات. كما أن المحرر لا يعرف على وجه الدقة ما إذا كان المصدر نفسه هو الذي أجاب على أسئلته أم أنه عهد بها إلى شخص آخر للإجابة عليها. وفي كل الأحوال يتعين على المحرر حين يستخدم الإنترنت في المقابلات أن يراعى ما يلي :

- حاول أن تجعل عدد الأسئلة محدودا ويوصى البعض ألا تزيد الأسئلة على خمسة
- أكد على الغرض من المقابلة وأنها لغرض يتعلق بقصة أو موضوع صحفي.
- تأكد من اسم المصدر فالعنوان البريدي ليس كافيا
- قد تحتاج إلى متابعة بعض المعلومات أو استيضاح إجابات المصدر من خلال رسالة بريدية أخرى. لا تكرر ذلك كثيرا.
- يمكن الإشارة إلى أن المعلومات المنسوبة إلى المصدر تم الحصول عليها عبر البريد الإلكتروني.

### ثالثا : المؤتمرات الصحفية Press Conferences

غالبا ما تعقد المؤتمرات الصحفية بشأن أحداث لها أهمية خاصة من وجهة نظر المصدر للرد على تساؤلات وسائل الإعلام أو لتوضيح موقف هيئة أو شركة أو مؤسسة من قضية تراها مهمة. وغالبا ما يدعى المحررون إلى المؤتمر الصحفي في مكان وزمان محددين. وتعد المؤتمرات الصحفية مصدرا مهما للحصول على المعلومات. وفي كل الحالات يتعين على المحرر أن يراعى الاعتبارات التالية في تغطية المؤتمر الصحفي:

- الاهتمام بالقضية الأساسية في المؤتمر وتتبع هذه القضية في التصريحات وفي الأسئلة والإجابات.
- الإعداد المسبق لموضوع المؤتمر بحيث يمكن تحديد نوعية الأسئلة التي يحصل من خلالها المحرر على الإجابات التي يريدها.
- التركيز والمتابعة الدقيقة للتصريحات التي يدلى بها المصدر
- ألا يصبح المؤتمر الصحفي فرصة أمام المصدر لتمرير معلومات عبر وسائل الإعلام تتطوي على دعاية أو أغراض غير إخبارية.
- توجيه الأسئلة بحيث تكون متكاملة مع أسئلة المحررين الآخرين وليست تكرارا لها.
- أن تحظى الإجابات ذات القيمة الإخبارية الحقيقية بصرف النظر عن مصدر السؤال.
- كثير من المحررين يهتم بما طرحه هو من أسئلة بصرف النظر عن القيمة الإخبارية للإجابة عنها.

## الندوات Symposia

تمثل الندوات بأشكالها المختلفة مصدرا مهما للمعلومات في الصحافة بوجه عام. ويواجه المحررون مشكلة تعدد المتحدثين وتنوع خبراتهم. في كثير من الأحيان يلجأ المحرر إلى التركيز على أكثر المتحدثين شهرة ولكن هذا الأسلوب لا يؤدي بالضرورة إلى الحصول على معلومات ذات أهمية إخبارية. أما المحررون من ذوى الخبرة الصحفية المتميزة فيمكنهم البحث في المناقشات عن الموضوع الذي يربط بين المتحدثين اختلافا أو اتفاقا لإعداد قصته الإخبارية.

## الاجتماعات Meetings

تمثل الاجتماعات بدورها مصدرا للعديد من القصص الإخبارية. وغالبا ما يرى المحررون الاجتماعات شيئا يثير الملل. ولكن قليلا من الاهتمام والانتباه يمكن أن يجعل من الاجتماعات مصدرا لقصص إخبارية مثيرة. وحتى يمكن للمحرر تحقيق ذلك لابد وأن :

- معرفة أهداف الاجتماع وتوقيته ومكان انعقاده والمشاركين فيه
- معرفة جدول الأعمال
- الاهتمام بالمناقشات والآراء التي طرحت
- الحصول على شهادات من الخبراء وشهود الاجتماعات
- الاهتمام بالخلفيات
- مدى الانحراف عن جدول الأعمال
- جدول أعمال الاجتماع القادم.

## ثالثا : السجلات العامة Public Records

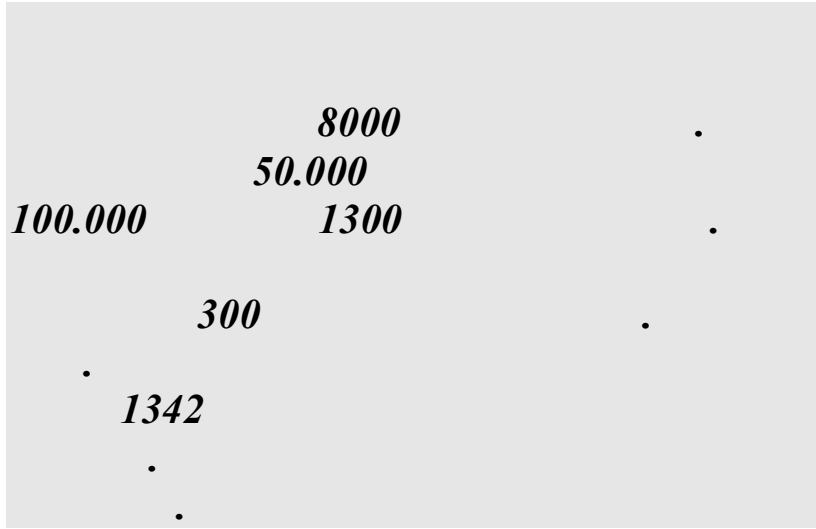
في النظم الديمقراطية تبرز أهمية الشفافية باعتبارها وسيلة للحصول على المعلومات بشكل قانوني ولضمان عدم إخفاء مختلف الأنشطة التي تقوم بها الحكومات. ويرتبط بمفهوم الشفافية مفهوم مساءلة الموظفين الحكوميين أمام الشعب والهيئات التشريعية المنتخبة عن

أعمالهم. ولا يمكن محاسبة الموظفين العموميين على أعمالهم دون توفر المعلومات والأدلة على ما يقومون به من أعمال بشكل قانوني وبدون معوقات. ويتم التعبير عن الشفافية بعبارات مختلفة مثل حرية الوصول إلى المعلومات أو السجلات المفتوحة. وكانت السويد هي أولى الدول التي سنت قانوناً لحرية المعلومات عام 1766 تلتها فرنسا عام 1789 إبان الثورة الفرنسية ضمن قضية أوسع هي حقوق الإنسان. غير أن أول التشريعات الحديثة الخاصة بحق الحصول على المعلومات قد صدر في فنلندا عام 1951 ثم في الولايات المتحدة عام 1966. وخلال الأعوام الخمسة والعشرين الماضية ازداد عدد الدول التي أصدرت قوانين لحماية الحق في الوصول إلى المعلومات. غير أن 109 دول تظل حتى الآن دون وجود تشريعات توفر الحماية للحق في الحصول على المعلومات.

ويمثل حق الوصول إلى المعلومات أهمية خاصة لوسائل الإعلام على مستويات عديدة. ومنها أنها مصدر شديد الثراء للحصول على المعلومات اللازمة لإنتاج موضوعات صحفية ذات أهمية بالغة. وتلجأ بعض الحكومات إلى إتاحة السجلات التي تحتوى على كافة المعلومات الخاصة بالأجهزة الحكومية عبر قواعد بيانات يمكن للصحفيين الرجوع إليها. وبالنظر إلى ضخامة البيانات التي تتيحها الأجهزة الحكومية ولتسهيل مهمة الصحفيين في فرز وتصنيف هذه المعلومات نشأ نوع من التغطية الإخبارية سمي " التغطية الصحفية بمساعدة الحاسب الآلي " Computer assisted Journalism . حيث يستخدم الصحفيون برامج مزودة بمعالجات رياضية معقدة للبحث في قواعد المعلومات التي تحتوى على أعداد هائلة من البيانات والمعلومات. ومع ذلك لاختزال مهمة البحث في قواعد البيانات الحكومية عملية معقدة تستهلك وقتاً طويلاً خاصة إذا كانت البيانات مسجلة في أوراق. ففي الولايات المتحدة أقدم صحفيان على طلب سجلات إلكترونية حول برامج الزراعة من الحكومة الأمريكية وبمساعدة من خبير قواعد البيانات في الصحيفة التي يعملون بها أمضيا 16 شهراً لفحص 8.2 مليون وثيقة وإجراء مئات المقابلات. ولكنهما حصلا في النهاية على سلسلة موضوعات مكونة من سبعة أجزاء عن مساوئ العمل في وزارة الزراعة الأمريكية استحقا عنها جائزة بوليتزر وهي أرفع جوائز الصحافة الأمريكية لقاء الجهد الرهيب الذي بذلاه. وعلى سبيل المثال قام الصحفيان بتحليل جميع السجلات الخاصة بمواقع التفريش على مصانع تعبئة اللحوم التابعة لوزارة الزراعة الأمريكية ليجدا :

137  
% 97                      133

وقام مايك ماكجرو وزميله جيف تايلور بتحليل قواعد البيانات الخاصة بالدعم المقدم للمزارعين الأمريكيين والذي من المفترض ألا يزيد على 50.000 دولار لكل مزارع ليجدا :



على أن السجلات العامة وحدها لا تكفي للحصول على المعلومات اللازمة لإعداد موضوعات صحفية. ولابد من أن تستخدم المقابلات والملاحظة والزيارات الميدانية. فالصحفيان الأمريكيان لم يكتفيا بالبيانات التي حصلوا عليها من قواعد البيانات وإنما سافروا في كل أنحاء الولايات المتحدة للملاحظة المباشرة لإجراءات الصحة في مصانع تعبئة اللحوم ومقابلة المفتشين والعاملين وأصحاب المصانع وكل من يساعد في الحصول على المزيد من الإيضاحات.

#### رابعاً : البحث في المواقع وقواعد البيانات & Using Internet databases

تمثل قواعد البيانات أهمية خاصة في الموضوعات الصحفية المتعمقة ولا تصلح كثيراً لتغطية الشؤون الجارية إلا إذا أراد المحرر تقديم خلفية سريعة حول الحدث الذي يقوم بتغطيته. وقواعد البيانات عبارة عن مجموعات هائلة من المعلومات المصنفة مخزنة على أجهزة الحاسب الآلي. وكثيراً ما تشترك وسائل الإعلام في قواعد للبيانات خاصة تلك التي تحتوى على موضوعات صحفية. وتعد قاعدة بيانات NEXIS من أشهر قواعد بيانات الصحف والمجلات وخاصة الدوريات المهنية والصحافة الاقتصادية. ويتعين على المحرر أن يعتاد الرجوع إلى قواعد البيانات حتى يعرف إرشادات استخدامها بمساعدة أخصائيي المعلومات. وقواعد البيانات توفر الكثير من المعلومات اللازمة لإعداد التقارير الإخبارية الخاصة والتحقيقات والتحليلات والتعليقات أيضاً. كما أنها تعطى المحرر معلومات تفصيلية عن الكيفية التي عالجت بها صحف ومجلات أخرى نفس الموضوع أو موضوعاً شبيهاً بما ينوى معالجته.

أما استخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات فهو من الممارسات الشائعة في عالم الصحافة الآن ليس فقط في مجال جمع المزيد من المعلومات والخلفيات وإنما أيضا لصناعة أخبار جديدة تماما. غير أن المشكلة التي تواجه الصحفيين في استخدام مواقع الإنترنت فهي التحقق من المعلومات التي يجدها في موقع أو آخر. يرى بعض الصحفيين أن المواقع الحكومية أكثر مصداقية من غيرها لأن ما تحتويه من بيانات لها طابع رسمي. ويرى البعض أن مواقع الجامعات تمثل مصدرا موثوقا لأن ما تنشره من دراسات وبحوث يخضع لفحص علمي. ويحذر خبراء المعلومات من الاعتماد على المواقع الشخصية التي يرونها الأقل مصداقية على الشبكة الدولية للمعلومات. غير أن تلك المواقع قد تحتوى على معلومات ذات قيمة إخبارية عالية ومع ذلك فلا بد وأن تخضع تلك المعلومات مهما كانت أهميتها للتدقيق والفحص والمراجعة. في دراسة حديثة لوكالة رويترز وهيئة الإذاعة البريطانية على عشر دول لقياس مصداقية وسائل الإعلام جاءت المدونات Loggers في نهاية قائمة مصادر المعلومات التي تحظى بالمصداقية في الدول العشرة التي أجريت فيها الدراسة وهي : الولايات المتحدة ، بريطانيا ، ألمانيا ، كوريا الجنوبية ، الهند ، البرازيل ، إندونيسيا ، مصر ، نيجيريا ، وروسيا.

- وفى استخدام الإنترنت كمصدر للمعلومات لابد للمحرر أن يضع في الاعتبار ما يلي:
- 1- التحقق من الجهة التي تمتلك الموقع الذي تستمد منه المعلومات. وهل في الموقع ما يشير إلى أهدافها وهل يمكن التحقق من مشروعيتها.
  - 2- التحقق من دقة المعلومات الواردة في الموقع. إن الأخطاء في الكتابة والإخراج يمكن أن تشير إلى مستويات جودة متدنية.
  - 3- التحقق من مدى موضوعية المعلومات أو المعالجات التي توجد على الموقع.
  - 4- تذكر دوما أنك مسؤول أمام القراء عما تنشره من معلومات وسوف تتحمل أي خطأ أو تحيز في المعلومات التي تحصل عليها من الإنترنت.

### خامسا : مناهج البحث الاجتماعي وصحافة الدقة

#### Social Inquiry & Precision Journalism

تمثل دقة المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام أهمية خاصة في العمل الصحفي. ودقة المعلومات تتوقف على وسائل جمعها. وبالنظر إلى ما تحققه أدوات البحث في العلوم الاجتماعية من دقة علمية فقد أصبحت تلك الأدوات قابلة للتطبيق والاستخدام في جمع المعلومات الصحفية الدقيقة. وقد بدأ هذا الاتجاه في الصحافة في الستينات من القرن الماضي في مجموعة صحف نايت رايدر الأمريكية. ويعتبر فيليب ماير أحد أبرز العاملين في هذا الاتجاه وقد نقل عنه قوله " إن الصحافة الدقيقة علم اجتماعي سريع ومتعجل " وتشير تلك العبارة إلى أهمية استخدام أدوات البحث الاجتماعي في جمع المعلومات الصحفية وفق

ظروف الصحافة التي قد لا تسمح بالالتزام الحرفي بقواعد البحث في العلوم الاجتماعية ولكنها تسعى إلى تحقيق أعلى قدر من الدقة في المعلومات. ويطلق على هذا النوع من الصحافة Precision Journalism. وقد بدأ هذا الاتجاه ينمو سريعا بفعل النجاحات التي حققها وانتقل بعد ذلك من الصحف إلى المجالات ثم إلى شبكات التلفزيون. ويقول إسماك " إن هذا الاتجاه في الصحافة الأمريكية أدى إلى تدفق نمط بحثي جديد كان مقصورا من قبل على باحثي العلوم الاجتماعية " ومنذ الستينيات استطاع هذا النمط من التغطية الصحفية أن يوفر مئات من الاستطلاعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ومئات من الدراسات المهمة التي تتراوح بين التحليلات المعقدة لمحتوى سجلات المحاكم والمسوح الوصفية Descriptive Surveys لجماعات معينة من السكان. وفي كثير من الدراسات والاستطلاعات الصحفية عمل الصحفيون جنبا إلى جنب مع العلماء الاجتماعيين الذين ساعدوا في تحقيق أعلى درجة من دقة الأحكام وصل المعرفة الفنية وهي مهارة لا توجد لدى الصحفيين من ذوى التدريب القليل. وهذا الاتجاه يدفع الآن مجال التغطية الإخبارية والتقارير الإخبارية صوب العلم تحقيقا للدقة في المعلومات والأحكام.

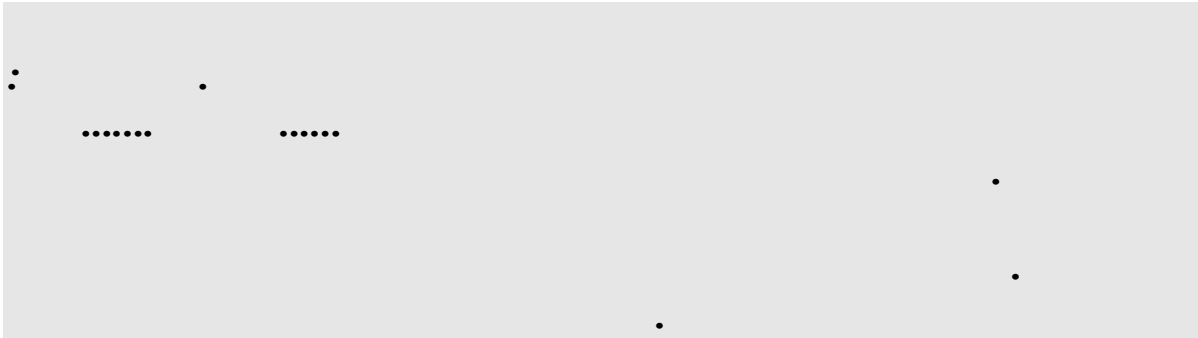
### **وتكشف الممارسات الصحفية عن وجود شكلين من صحافة الدقة :**

أولا : اتجاها نشطا حين يقوم الصحفيون أنفسهم بإجراء البحوث والمسوح المنضبطة بضوابط العلوم الاجتماعية مثل استطلاعات الرأي وتحليل المحتوى.  
ثانيا : اتجاها تفاعليا حين يستخدم الصحفيون التقارير والبحوث والمسوح التي توجد لدى الجامعات ومراكز البحوث والأجهزة الحكومية والشركات الخاصة في الموضوعات الصحفية التي يعدونها.

ويحاول هذا الاتجاه أن يجعل الصحافة أكثر علمية فهو يتعامل مع آراء المواطنين من خلال عينات منتظمة بدلا من المقابلات العشوائية . ويقدم البيانات الإحصائية في سياق الأخبار التقليدية. ويستخدم الجداول والرسوم والإحصاءات مع المقابلات. وهكذا تستطيع هذه النوعية من الصحافة تقديم وجهة نظر المجتمع وآراءه بشكل أكثر دقة. وحتى يمكن استخدام أدوات البحث الاجتماعي فلا بد وأن يتلقى الصحفيون تدريبات في مناهج البحث الاجتماعي مثل المسوح Surveys والدراسات التجريبية وتحليل المحتوى. وهم كذلك بحاجة إلى فهم كيفية تطبيق الاختبارات الإحصائية واستخدام الحاسب الآلي أو توجيه آخرين لاستخدامه.  
ولا ينبغي أن يفهم من استخدام أدوات البحث الاجتماعي في جمع المعلومات الصحفية ومعالجتها أن تتخلى الصحافة عن معاييرها الأساسية وجماهيريتها لحساب الدقة الصارمة التي تلقى بظلال من الرصانة العلمية غير المرغوبة على الموضوعات الصحفية أو أن يتحول الصحفيون إلى باحثين.

### **استطلاعات الرأي Public Opinion Polls**





في نهاية كل عام تمتلئ صفحات الصحف والمجلات وشاشات التلفزيون باستطلاعات في الفن والأدب والسياسة والاقتصاد والسينما وغيرها. وهي استطلاعات من السهل تنفيذها لأنها لا تنتمي للاستطلاعات إلا بالاسم. ومن الطبيعي أن يفقد الجمهور الثقة في مثل هذه النوعية من الاستطلاعات ليس عن معرفة بعدم التزامها بالمعايير العلمية لإجراء الاستطلاعات وإنما للتناقض الحاد بين نتائج عشرات الاستطلاعات التي يطالعها في وسائل الإعلام المختلفة حول الموضوعات ذاتها. ومع ذلك تظل الاستطلاعات مهمة وحيوية للصحافة بوجه عام شريطة أن تجرى وفق معايير دقيقة ومنضبطة.

في الصحافة الاقتصادية مثل غيرها استخدامات واسعة لاستطلاعات الرأي: الخصخصة ، النظام الضريبي ، الجمارك ، الأداء الاقتصادي للحكومة ، سياسات مكافحة الفقر كلها موضوعات من الضروري استطلاع الرأي العام فيها كيف يراها وكيف يفكر فيها وما هي اتجاهاته بشأنها ؟ في الماضي كانت الإجابات على هذه التساؤلات غير مقنعة في الصحافة لأنها تعتمد في الغالب على نوع من الدردشة بين الصحفيين والسياسيين وصناع القرار. قد تنتج هذه الدردشة موضوعات صحفية قابلة للقراءة ولكنها غالبا لا تنتهي إلى توقعات جادة أو تحمل قيمة حقيقية. أما الآن فإن تطور علم المسوح Science of Surveys يعطى الصحفيين فرصة الوصول إلى تغطية إخبارية مخالفة للإجابات السابقة التي كانت تعتمد على الانطباعات والتخمين. فالاستطلاعات المعدة جيدا يمكن أن توفر إجابات دقيقة ليس فقط عن الأداء الاقتصادي للحكومة وإنما عن قضايا اقتصادية كثيرة عبر الطبقات الاجتماعية مثل آراء الفقراء في سياسات الدعم ومدى قبول الطبقة الوسطى لصكوك التعليم التي قد تفكر فيها الحكومة.

ونظرا لما تتيحه الاستطلاعات من معلومات دقيقة ومهمة ، فقد لجأت بعض الصحف إلى متخصصين في إجراء هذا النوع من المسوح ولكن ذلك لا يلغى أو يبطل دور المحررين الذين بوسعهم استخدام المعلومات التي تتيحها الاستطلاعات في شكل أخبار أو تقارير إخبارية. ولكن ذلك يتطلب فهم كيفية إجراء الاستطلاعات وحدودها.

غير أن إجراء الاستطلاعات للأغراض الصحفية يتطلب فهما واهتماما وشيئا من الحذر. فالاستطلاع هو طريقة منظمة لمعرفة ما يفكر فيه الناس في وقت معين من خلال استمارة استبيان Questionnaire توزع على عينة مختارة ممثلة لهؤلاء الناس. والاستطلاعات تتطوي على بعض المشكلات التي لا بد وأن يعيها الصحفي خاصة حينما يعتمد على استطلاعات تم إجراؤها من جانب شركات مختصة لحساب أحد عملائها. ففي بعض الأحيان تأتي النتائج بشكل متحيز للعملاء. ففي إحدى البلدان العربية أجرى مركز لبحوث التسويق مسحا حول حجم قراء إحدى الصحف وجاءت النتائج لتشير إلى حجم يزيد على إجمالي توزيع جميع الصحف في تلك الدولة. فالصحفي المدرك لتقنيات الاستطلاعات يعرف المعلومات التي يمكن استخدامها وتلك التي يتعين إهمالها. ولا بد للصحفي حين يعتمد على استطلاعات أجريت من قبل الغير أن يقرأ الأسئلة التي وجهت إلى الجمهور. فالقراءة المتفحصة لتلك الأسئلة قد تشرح له لماذا جاءت النتائج بالشكل الذي جاءت به حيث يمكن أن يحتوى الاستبيان على أسئلة تدفع الذين تم استطلاع آرائهم نحو إجابات محددة. وكذلك لا بد وأن يقرأ الصحفي نتائج الاستطلاعات بعين صحفية واسعة الرؤية. ففي غالب الأحيان تركز الاستطلاعات على نتائج محددة مثل لمن سوف يعطى الناخبون أصواتهم؟ ولكن نتائج الاستطلاع تعطى بيانات أخرى كثيرة يمكن أن تصبح مادة خبرية مثيرة ومهمة بعيدا عن محور الاهتمام الأساسي للاستطلاع.

### تدريب

- تلقي أحد المحررين تكليفا بإعداد موضوع صحفي بشأن أفضل أساليب توزيع الدعم الحكومي لغير القادرين وهو موضوع مطروح بشدة ضمن حزمة السياسات الاقتصادية الجديدة ومن المنتظر اتخاذ قرار بشأنه.
- أغلب الظن أن أحد المحررين سوف يلجأ إلى مجموعة من المسؤولين الحكوميين المعنيين بالقضية.
  - وربما يلجأ محرر آخر إلى مجموعة من الخبراء الاقتصاديين للحديث حول تلك الأساليب. وإذا ما اختار هؤلاء فإن الاختيار غالبا ما يتم بطريقة عشوائية حسبما هو متاح له.
  - وأحيانا يجمع محرر ثالث بين الفئتين
  - وقد يجتهد آخر فيعرض بعد بحث واستقصاء تجارب دول أخرى في هذا الصدد ويعرض لمواطن القوة والضعف في هذه التجارب.
  - وقد يمتد الاجتهاد بمحرر إلى حد استطلاع رأى الفقراء أنفسهم فيما تعتزم الحكومة اتخاذه من قرارات بشأن الدعم المقدم إليهم. ولكن الغالب أنه سوف يستطلع آراء

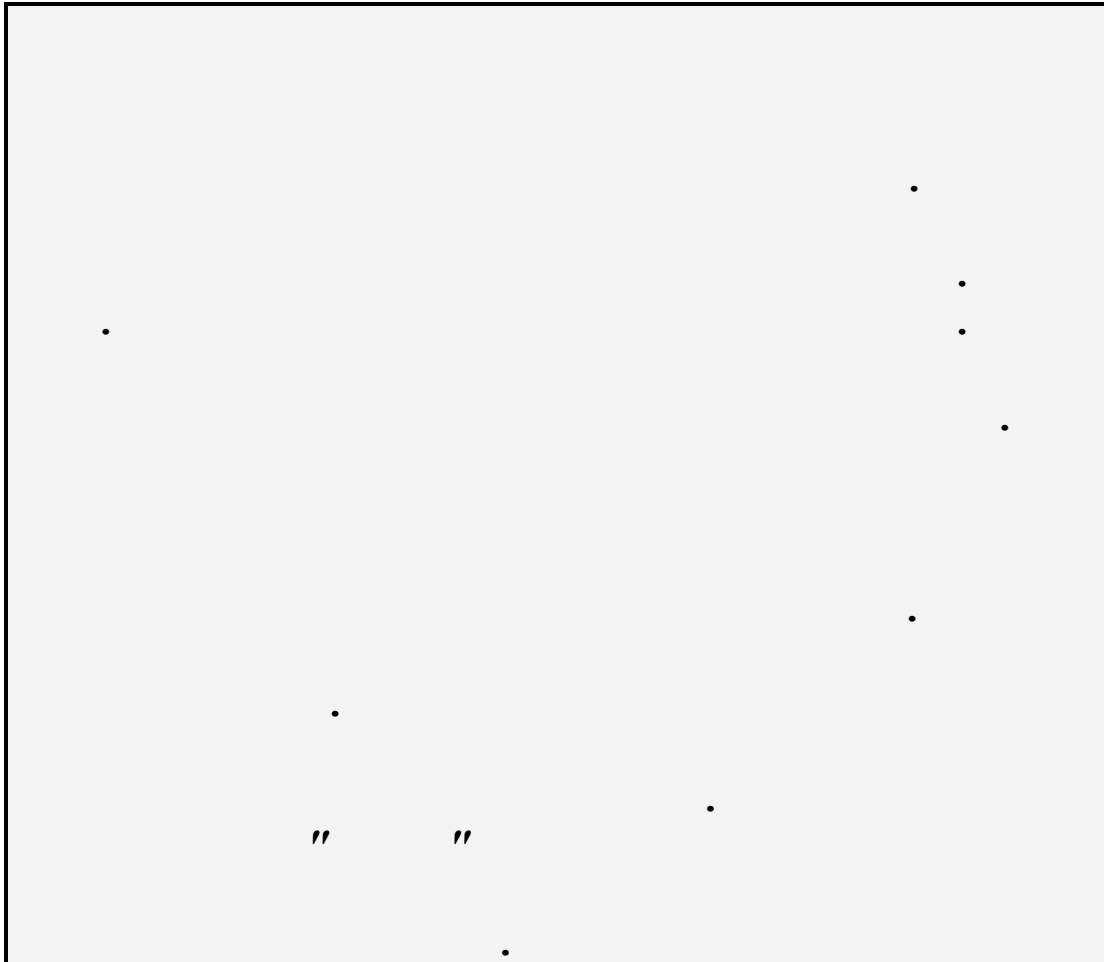
الفقراء المحيطين به أو الذين يمكنهم الوصول إليهم بسهولة ويسر ولكنه سوف يقدم آراءهم على أنها وجهة نظر الفقراء في المجتمع.

- من السهل على أي محرر أن يستعين ببعض القواعد العلمية للاستطلاعات التي تمكنه من عرض وجهة نظر الفقراء بمشورة أحد الخبراء .  
كيف يمكن إجراء هذا الاستطلاع

تذكر أن بعض قواعد البحث الاجتماعي تفرض الحصول على الكثير من البيانات والمعلومات قبل إجراء الاستطلاع. ورغم الجهد فإن موضوعا صحفيا متميزا ينتظر.

### سادسا : الدراسات التجريبية والصحافة **Experimental studies**

تمثل الدراسات التجريبية مجالا واسعا أمام الصحفيين الراغبين في جمع معلومات دقيقة. وقد حقق الكثير من الأعمال الصحفية المستندة إلى التجربة نجاحات كبيرة بالنظر إلى دقة المعلومات التي تم جمعها والنتائج التي تم التوصل إليها.



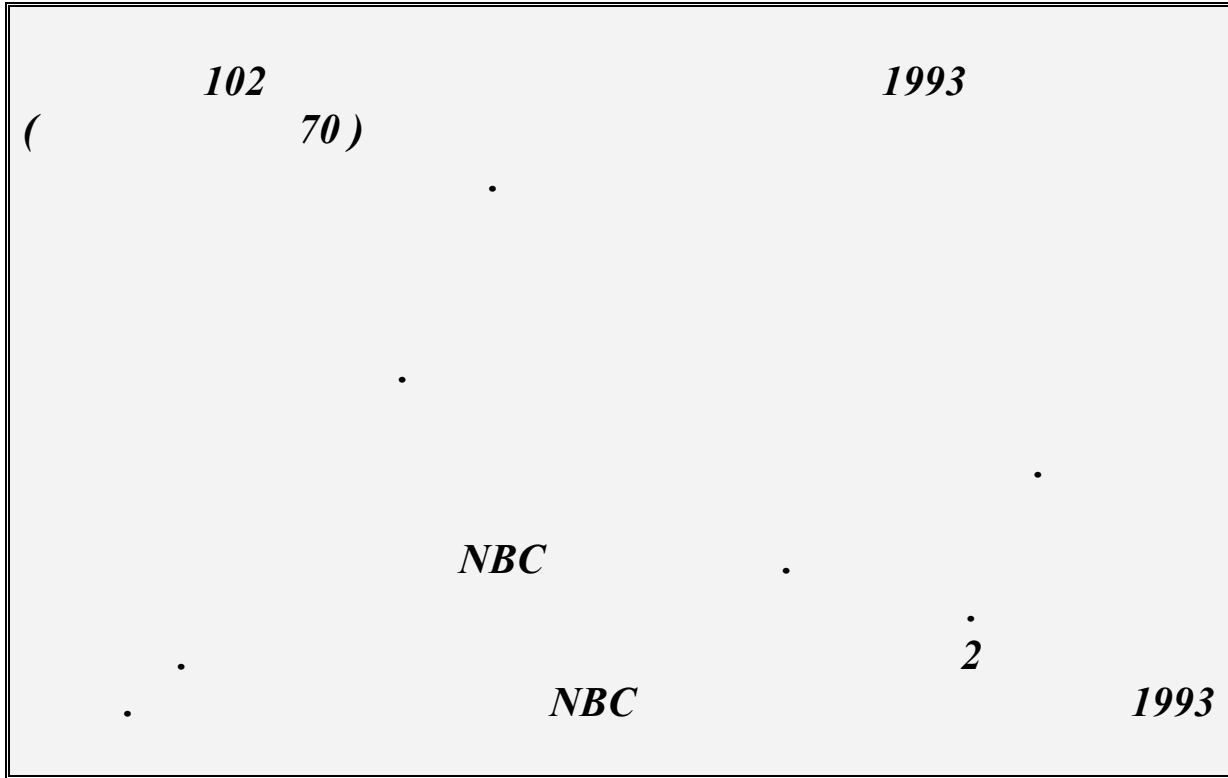


وهناك أعداد هائلة من الموضوعات الصحفية التي استندت بشكل أو بآخر إلى الدراسات التجريبية وحقت نجاحات ملحوظة بحكم النتائج الدقيقة التي تم التوصل إليها. غير أن استخدام الدراسات التجريبية في جمع المعلومات الصحفية يحتاج إلى معرفة كافية باشتراطات هذا النوع من البحوث وإلا تعرض الصحفي والمؤسسة التي يعمل بها إلى مخاطر شتى على النحو الذي نجده في القصة الإخبارية التالية.

### شركة جنرال موتورز في مواجهة شبكة NBC الأمريكية

*NBC*                      *1992*  
*1987*                      *1973*  
*NBC*

17



### سابعاً : نشرات العلاقات العامة الإخبارية Press Releases

يتزايد اهتمام الشركات والمؤسسات الخاصة في مصر والعالم العربي ببناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام. فقد تنامي الوعي بأن العلاقة مع وسائل الإعلام لا ينبغي أن تقف عند حدود الإعلان المدفوع. كما أن وسائل الإعلام تحررت إلى حد ما من القيود التي فرضت على تغطية أخبار الشركات والمؤسسات الخاصة في ظل حقيقة تنامي الدور الذي يقوم به القطاع الخاص الآن في تسيير شؤون المال والأعمال والاقتصاد. صحيح أن القطاع الخاص لا يزال يعاني بعض المشكلات في هذا الشأن مع وسائل الإعلام ، إلا أن تغيراً قد حدث وسوف يستمر مع دعم التحول نحو السوق الحرة.

في الولايات المتحدة تشير بعض الدراسات إلى أن 45% من القصص الإخبارية التي تنشرها الصحف مصدرها رجال العلاقات العامة ونحو 15% من الفقرات التي تذاع في الراديو والتلفزيون مصدرها بشكل أو بآخر العلاقات العامة في المؤسسات. وتشير دراسة أخرى إلى أن غالبية مديري التحرير في الصحافة الأمريكية يرون أن العلاقات العامة هي أهم مصدر للمعلومات الصحفية واعتماداً على الملاحظة اليومية في غياب دراسات عربية في هذا الشأن يمكن القول بأن العلاقات العامة مصدر لنسبة متنامية من القصص الإخبارية في الصحف والمجلات وقنوات التلفزيون.

## التعامل مع النشرات الصحفية Press Releases

غالبا ما يجد المحرر يوميا على الفاكس أو عنوان بريده الإلكتروني أو العادي عشرات من الرسائل الإخبارية الصادرة عن مؤسسات حكومية وخاصة. بعضها يحمل مواد ذات قيمة إخبارية حقيقية وبعضها يريد الحصول على فرصة مجانية في الوصول إلى الجمهور المستهدف عبر الصحيفة أو شاشة التلفزيون أو محطة الراديو. ونظرا للمساحة المحدودة المتاحة للأخبار في أي وسيلة إعلامية، فإنه من الضروري أن تخضع تلك النشرات للفحص الدقيق وفق المعايير التالية:

- 1- لا بد وأن تعتبر المساحات المخصصة للأخبار في الوسيلة التي تعمل بها مساحات عزيزة جدا لا يمكن التضحية بها لنشر أخبار أو موضوعات لاتهم القارئ ولا تحتوى على شيء له أهمية. إن هذا الشعور الذي ينبغي أن يستقر في أعماق الصحفي كفيل بأن يدقق في كل ما يمكن نشره في تلك المساحات المحدودة.
- 2- طبق معايير اختيار الأخبار على ما يصلك من نشرات العلاقات العامة: القيمة الإخبارية لمحتوى النشرة ، مدى اهتمام القارئ بها ومدى ما تقدمه له من معلومات ذات قيمة حقيقية. تذكر أن القارئ هو محل الاهتمام الأول وأنتك تنوب عنه في اختيار ما يلئم احتياجاته ، مدى حالة المعلومات المتضمنة في تلك النشرة.
- 3- أعد كتابة النشرة الإخبارية لتلائم معايير الكتابة الصحفية في الوسيلة التي تعمل بها. إن نشر محتوى ما جاء من العلاقات العامة كما هو أمر ينال من مهنية الصحفي حتى أمام رجال العلاقات العامة الذين أرسلوها وتغيب دور الصحفي المهني. تخلص من كثير من الصفات التي سوف تجدها في تلك النشرات والاستخدام المسرف لأسماء الشخصيات والشركة وتخلص أيضا من المعلومات القديمة وتلك التي لا قيمة لها في الخبر.
- 4- اسأل نفسك هل يريد رجل العلاقات العامة بما أرسله الحصول على مساحة مجانية لمؤسسته. فإذا وجدت ذلك لا تنشرها وربما اتصلت برجل العلاقات العامة أن يناقش الأمر مع قسم الإعلانات. لا تتعجل كثيرا في الحكم ربما استطعت بإعادة الصياغة والتخلص من بعض المعلومات والصفات والشوائب أن تحصل على خبر مهم تعرض لصياغة دعائية في مكتب العلاقات العامة.
- 5- هل يستحق ما جاء في النشرة متابعة. بعض النشرات تشير إلى أحداث مستقبلية سوف تقع وربما لا تستحق النشر الآن ولكنها تشير إلى حدث مهم يمكن تغطيته فيما بعد.
- 6- تذكر أن ما تقدمه من أخبار مستندة إلى النشرة الإخبارية الصادرة من العلاقات العامة في مؤسسة أو وزارة أو شركة هو في النهاية مسؤوليتك أمام القارئ والوسيلة التي تعمل بها. ولا بد من التأكد من المعلومات الواردة بها واستكمالها بما يخدم قراءك.

7- تذكر على الدوام أن نشرات العلاقات العامة تحتوى على كثير من الريش أو الكريمة المخفوقة والتي يسميها الصحفيون الأمريكيون Fluff. ولا بد من التخلص من هذا الريش أو الكريمة المخفوقة لأنها بلا قيمة أو وزن.

## تدريب ( 1 )

-- 2001

" "

2003

"

"

"

"

"

"

"

2003

2001

- 1- أعد قراءة البيان الصحفي وطبق المعايير المشار إليها
- 2- استبعد المعلومات التي ترى أنها دعائية ولا تتطوى على قيمة إخبارية حقيقية
- 3- حدد المعلومات التي تصلح لقصة خبرية وفق المعايير المهنية وحسب المساحة التي يمكن أن يشغلها هذا الخبر



4- هل يمكن الرجوع إلى الشركة لاستكمال بيانات أخرى.

(2)

2007

.2007

%35

## التحرير الصحفي

- تقدم تغطية مباشرة للأحداث
  - جافة وصارمة لا تهتم بالجوانب الإنسانية
  - تعجز عن التعبير عن روح الأحداث
- تختفي فيها ملامح الشخصيات التي ترد في الأخبار

الأساليب التقليدية في تحرير  
الأخبار

- لم تعد تروق للأجيال الجديدة من قراء الصحف.
- متعتها آجلة وليست عاجلة.
- أكثر موضوعية

أكثر قوالبها شيوعا الهرم المقلوب والهرم المقلوب المتدرج.

### الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار

- تهتم بالطابع الإنساني للأحداث
- أكثر قدرة على التعبير عن روح الحدث وملاحم

شخصياته

- تحقق متعة فورية للقارئ
- تروق كثيرا للأجيال الجديدة من القراء
- أكثر قدرة على شرح الحدث ومغزاه.
- تحقق الموضوعية

تستخدم الكتابة الروائية **Narrative Style** ومن أشهر قوالبها :

- التقرير الإخباري Feature
- قالب وول ستريت جورنال Wall Street Journal
- الساعة الرملية Hourglass
- أسلوب القائمة List Technique
- أسلوب تجزئة الخبر

## قارن بين أسلوبَي التحرير في الخبرين التاليين

<p>ناقش مجلس الشعب أمس في جلسته برئاسة ..... وبحضور عدد من قيادات هيئة الطاقة الذرية أوضاع علماء الفيزياء النووية في مصر والذين يمثلون عنصرا أساسيا في المشروع المصري لاستخدام الطاقة النووية. وقد تطرقت مناقشات المجلس إلى الضرورة القصوى لمعالجة الأوضاع المالية المتردية لهذه الفئة النادرة من العلماء وتوفير كافة السبل التي تضمن استقرارهم وتقديم خدماتهم العلمية للمشروعات المصرية</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>1200</p> <p>.....</p>
--	---

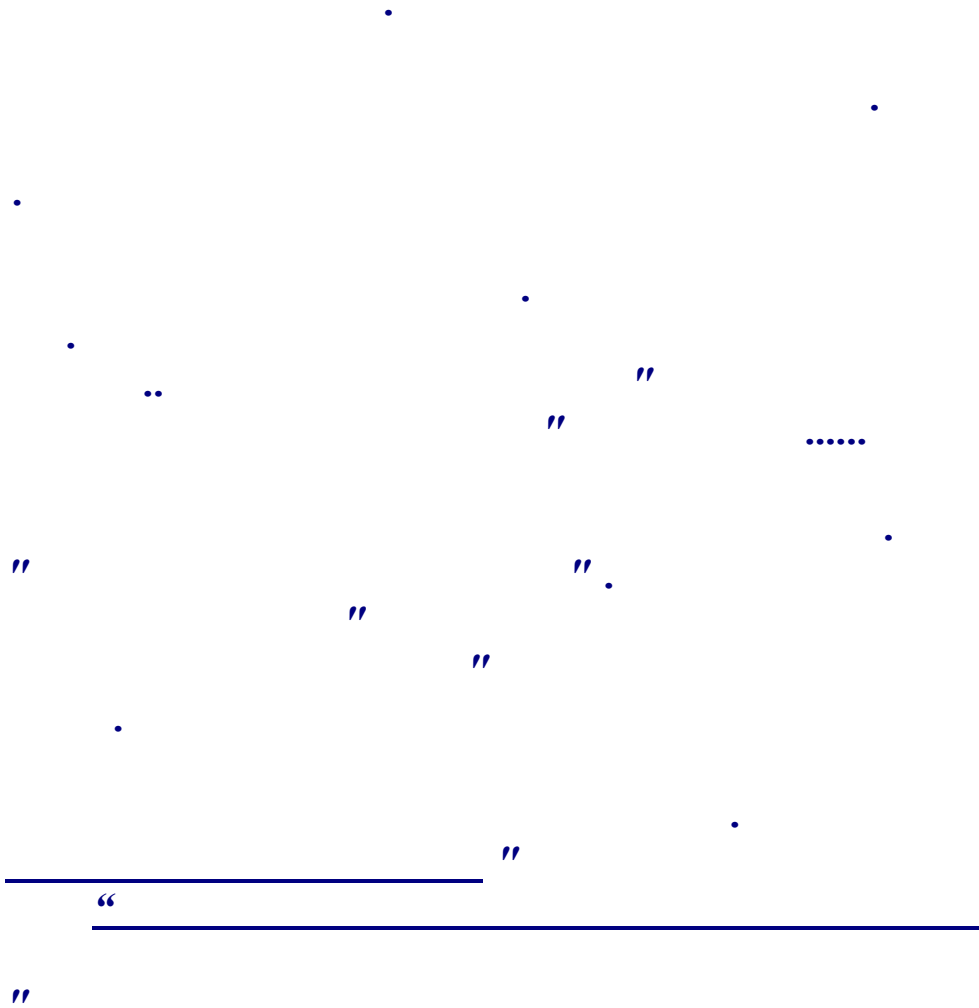
## الخبر كما نشر في صحيفة قاهرية الخبر كما نشر في صحيفة هيرالد تريبيون

<p>قرر المدعى الألماني أمس الجمعة فرض غرامة قدرها 3.2 مليون يورو على مدير الدويتش بنك مقابل إنهاء الدعوى المقامة ضده لاثامه بمنح أعضاء مجلس إدارة شركة الاتصالات الألمانية مكافأة بالمخالفة للقوانين. جاء ذلك في تسوية تم التوصل إليها أمس الجمعة في مدينة فرانكفورت. وكان جوزيف أكرمان وثلاثة من قادة البنك قد منحوا كبار موظفي الشركة مبلغ 57 مليون يورو منذ سبع سنوات.</p>	<p>سبع سنوات مضت منذ أن أقدم هو وبعض أعضاء مجلس الإدارة على منح كبار موظفي شركة الاتصالات الألمانية مكافأة قدرها 57 مليون يورو مكافأة نهاية الخدمة. وأمس فقط تعلم جوزيف أكرمان كم كانت تكلفة هذا الكرم باهظة. سوف يدفع أكرمان المدير التنفيذي للبنك الألماني مبلغ 3.2 مليون يورو كجزء من تسوية تم التوصل إليها أمس الجمعة مع المدعى العام الألماني لتنتهي قضية جنائية اتهم فيها هو وثلاثة مديريين آخرين بمخالفة القانون في منح أموال لآخرين.</p>
---	--

في الأساليب التقليدية لصياغة الأخبار تستخدم الشقيقات الخمس 5w's & how أما في  
الكتابة الجديدة تستخدم هذه الشقيقات الخمس بصورة مختلفة وقد أضيف إليها تساؤل سابع هو  
And so what?

من ..... الشخصيات	من .....
ماذا ..... الحكمة الدرامية	ماذا .....
متى ..... التتابع الزمني	متى .....
لماذا ..... الدوافع	لماذا .....
أين ..... المكان	أين .....
ثم ماذا بعد .....	

ادرس النموذج التالي للكتابة الروائية ثم بين كيفية استخدام المحرر للشقيقات الخمس؟



## قالب wall street Journal

- قالب يبدأ بمقدمة بسيطة تركز حول شخص أو مشهد أو حدث. ويقوم هذا القالب على فكرة التدرج من الخاص المحدد إلى العام ، فهو يبدأ بشخص أو مكان أو حدث يوضح القضية الأساسية أو الموضوع الأساسي في القصة.
- يبنني هذا القالب على فكرة أن هذا الشخص أو المشهد أو المكان هو واحد من أشياء كثيرة تأثرت بالقضية كما يظهر من المقدمة. والمقدمة يمكن أن تكون وصفية أو روائية أو قصصية.
- تلي المقدمة nut graph تعطى النقاط الأساسية في القصة الإخبارية وهي فقرة تشرح عما يتحدث الخبر ولماذا هو مهم.
- في الجزء الثالث من الخبر تأتي إسنادات لما احتوت عليه المقدمة والفقرة التالية لها ثم نقاط داعمة قد تحتوي على حقائق واقتباسات وقصص. أما جسم الخبر فيمكن أن يتضمن وجهات نظر أو يتم تنظيمه من خلال عرض التطورات التي تتعلق بجوهر الخبر نفسه.
- أما الخاتمة فغالبا ما تكون اقتباسا أو قصة عن شخص ورد ذكره في المقدمة أو يمكن أن تحتوي على تطورات مستقبلية لشيء ورد في بداية الخبر.

### تحرير خبر باستخدام قالب وول ستريت جورنال

**مقدمة خفيفة :** تركز على شخص يوضح الأفكار الأساسية في القصة الخبرية

بدأ مايكل هادزبث لعب القمار حينما كان في سنوات المرحلة الثانوية حيث مارس صيد الكابوريا على أرض الكافيتيريا للحصول على مصروفات الغذاء. وحينما انتقل إلى الكلية بدأ ممارسة نرد الطاولة في الكازينوهات العائمة في نهر ميزوري.

تصاعدت خسائره من 2 دولار في اليوم الواحد وهو المبلغ الذي كانت تعطيه له أمه من أجل وجبة الغذاء إلى 2000 دولار خسرها في ليلة واحدة حصل عليها من صندوق قروض الطلبة.

**اقتباسات داعمة لما**

كنت أذهب إلى الكازينو العائم كل ليلة" قال مايكل البالغ من

جاء في المقدمة

## Nut Graph

معلومات إضافية

المزيد من المعلومات  
الإضافية

النهاية الدائرية .....  
بالعودة مرة أخرى  
للشخصية التي وردت  
في المقدمة

العمر أربعة وعشرين عاما . تغيب عن محاضراته في ويسترن كوليدج في سان جوزيف ليذهب إلى ممارسة القمار في كازينو سان جو فرونتير على مسافة خمس دقائق من مبنى الكلية. " لا أعرف لماذا أذهب ولكن الناس هناك والإثارة كانت تدفعني للعودة"

إن انتشار الكازينوهات في كل مكان يمكن أن يؤدي إلى مشكلة انتشار القمار بين طلبة الجامعات.

البروفيسور مايكل فرانك أستاذ علم النفس في كلية ريتشارد ستوكتون في نيو جيرسي " إن الطلبة الذين يعيشون بالقرب من الكازينوهات أكثر عرضة لإدمان القمار " وأشار إلى أن عدد كازينوهات القمار يتزايد في السنوات الأخيرة " ويقول ستيف تايلور المتحدث باسم منظمة " كازينو ووتش " المناهضة للقمار " إن الإحصاءات تشير إلى ميل حقيقي لدى الشباب للوقوع في مشكلات القمار. والقضية التي لا بد وأن تحظى بالاهتمام هي وجود صالات القمار على مقربة من الجامعات والكليات

كان هادذبث قد نشأ في مدينة كانساس حيث كان القمار يحيط به طوال سنوات حياته. كان بمقدوره أن يستعير رخصة قيادة أخلص أصدقائه حتى يتمكن من الدخول إلى صالات القمار وكان يحصل على النقود اللازمة من المراهنات الرياضية أحيانا ومما كانت ترسله له أمه للدراسة. كان يستنزف ما لديه من بطاقات ائتمان وما تتيحه له قروض الطلبة من أموال في ممارسة القمار الذي أدمنه. لم ينه دراسته الجامعية وبدلا من ذلك اضطر لترك مقاعد الدراسة للعمل طوال الوقت لسداد ديونه التي أنفقها في القمار.

الأوراق التي وزعت تحتوى على معلومات تم جمعها  
المطلوب

إعداد فييتشر باستخدام قالب وول ستريت جورنال