

## الباب الثاني Section II



### الفنون الصحفية لمنظمات المجتمع المدني Journalism Arts for Civil Society Organizations

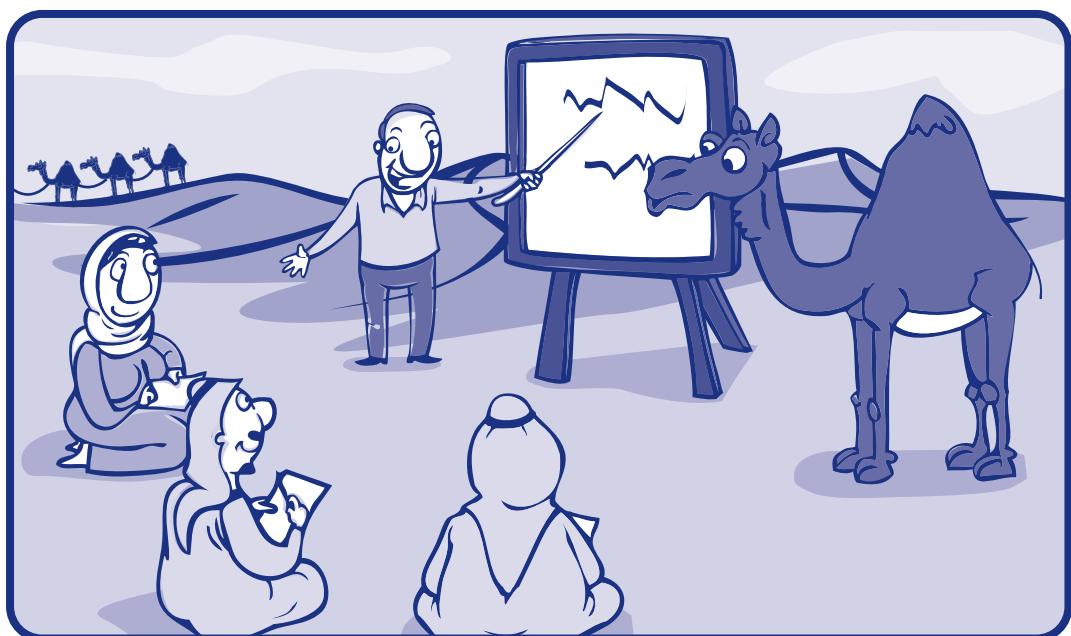
NEWS

أولاً: الخبر الصحفي

يشكّل الخبر ركناً أساسياً في العديد من فنون الصحافة، وهو يتمثل بكل نص يحمل بعدها إخبارياً، بمعنى أنه يقدم معلومة تُخبر عن حدث جديد أو تطوير طرأ على ملفٍ أو قضيّة ما. ولاسيما في الشؤون السياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعيّة، أو أنه يعلن عن حدث معين (على سبيل المثال لا الحصر: افتتاح معرض، تنظيم مؤتمر، ندوة، احتفال، تحقيق تقدّم معين، أو إعطاء إحصاءات جديدة، الخ...).

يطلق على الخبر بالإنجليزية NEWS.  
والبعض يتناول هذه الكلمة بوصفها مصطلحاً مكوناً من الأحرف الأولى للجهات الأربع (North - South - East - West) وهذا يعني أن الخبر لابد أن يكون شاملًا ومهماً.

وقد يعلم الخبر عن واقعة جديدة تمثل مفارقة لا تحصل في العادة، مثلًا تنظيم حدث غير اعتيادي، كأن تقوم جمعيّة تعمل على محاربة الأمية بتنظيم نشاطات ضد الأميّة داخل وسائل النقل العام كالحافلات والقطارات، أو حدوث فعل لافت للنظر (منها مثلًا ما ينشر على الصفحة الأخيرة للصحف، أو يُبث في تقرير في آخر النشرة الإخباريّة في بعض محطّات التلفزة).



## قواعد الخبر

للخبر الصحفي قواعد عديدة، منها ما هو ثابت وموحد، ومنها ما يتبدل حسب النظريات الصحفية المختلفة.



### بداية الخبر

● ببدأ الخبر عادة بفعل ماضٍ يعطي صورة بأن النصّ إخباريٌّ يعلم عن حدث معين أو تصريحٍ لمسؤول ما، إلخ...

#### مثال

- أعلنت المديرة التنفيذية لمنظمة "مكافحة التصحر" أن...
- نفى المتحدث (أو الناطق) باسم المركز الوطني لحقوق الإنسان ما أشيع عن...
- شددت الحامية عبر سلمان على أن...
- أصدرت منظمة "العفو" الدولية أمس، تقريرها السنوي...
- نظم برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، في مدينة الرياط على مدى اليومين الماضيين، مؤتمراً حول "التنمية المستدامة"، حضره مئلون ومئلات

● ببدأ الخبر بفعل مضارع إن كان يهدف إلى الإخبار عن حدث مستقبلي.

#### مثال

- يجتمع المنظمات المعنية بحقوق المرأة في عمان الأربعاء المقبل، ...
- ينضم "المعهد العربي للتنمية والمواطنة" الثلاثاء المقبل، ندوة ثقافية، ...

أصبح من المألوف أن يبدأ الخبر بجملة تسبق الفعل الذي يطلق المعلومة المراد إيصالها، وهي جملة تهدف إلى وضع الخبر في سياق معين من الأحداث أو ربطه بحدث آخر.

ويُستحسن استخدام هذا الأمر عندما يكون الخبر طويلاً، ويحتوي على مجموعة من المعلومات التفصيلية أو الأخبار الصغيرة ذات الصلة.

## وفي ما يلي بعض الأمثلة:

- في إطار سعيه إلى تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، نظم المعهد العربي للتنمية والمواطنة ندوة في القاهرة....
- في ظل النقاش المتزايد في المملكة حول اتفاقية "سيداو"، أصدرت منظمة "المرأة الآن" بياناً وضحت فيه...
- قبل أيام من انعقاد الجمعية العامة للأمم المتحدة، دعا عدد من منظمات المجتمع المدني في العالم العربي،...
- في سياق نشاطاتها الهدافة إلى مكافحة الأممية في الأرياف، تنظم جمعية "ضد الأممية" بين 8 و14 آذاراً مارس المقبل، سلسلة من ورشات العمل تتضمن ندوات....

عنوان الخبر



تحتفل عناوين القطع الإخبارية في شكلها ومضمونها وفقاً لطبيعة الخبر والهدف من إبرازه، وحسب المدرسة الصحفية المتبعة، إلا أنها تبقى - في الغالب - تمثلاً اختصاراً للمعلومة التي يقدمها الخبر.

وقد يكون العنوان جملة اسمية أو فعلية، مع الميل إلى استخدام الأخيرة، لأنها تملك وقعاً أقوى، وإن نسبياً.

ويكون الفعل المستخدم في العنوان في صيغة المضارع. بصرف النظر إن كانت القطعة تُخبر عن شيء حديث أو سيحدث مستقبلاً.

مثال

العنوان:

منظمة "مواطن" تنظم ورشة عمل حول آفاق التعليم الإلكتروني

بداية الخبر: تنظم منظمة "مواطن" في 8 أيار/ مايو المقبل، ورشة عمل حول آفاق التعليم الإلكتروني

ولا يتناقض استخدام صيغة المضارع وإن كان الخبر في صيغة الماضي، والسبب هو أن العنوان يخبر عن واقعة أصبحت موجودة حاضراً، ففي المثل أعلاه: الواقعة هي أن منظمة "مواطن" نظمت ورشة، ومن ثم فإن الحدث هو أمر واقع حاضراً.

يكون الفعل المستخدم في العنوان في صيغة المضارع، سواءً أكان الخبر عن حدثٍ في الماضي أو المستقبل

قد يصح استخدام جملة اسمية عنواناً، ولكن الجملة الفعلية تعطي صورة أكثر وضوحاً وأسرع فهماً، عن الفاعل (المنظمة) والمفعول به (النشاط).

قد يختلف شكل عنوان الخبر وصياغته، ولكنه يبقى اختصاراً للمعلومة التي يقدمها الخبر



### صياغة نص الخبر

تسمى عناصر الخبر في اللغة الإنجليزية **Five Ws and One H**، فهي اختصار للكلمات التالية: Who, When, Where, What, Why, and How

يُحسن توسيع أفعال المخاطبة، مثل: قال، صرّح، أعلن، أكّد، شدّ على، أشار إلى، لفت إلى، إلخ...

تشكل بداية الخبر التي ورد الحديث عنها أعلاه، بداية المقدمة الرئيسية في الخبر، التي يفضل كثيراً أن تحتوي على عناصر جيد عما يلي: من، متى، أين، ماذا، لماذا، وكيف؟

تكتب الأخبار عادة على طريقة "الهرم المقلوب"، بمعنى أن التفاصيل الأهم تأتي في الفقرة الأولى للخبر، لشد انتباه القارئ/ة واحتراماً لوقته/. إذ يكون في استطاعته// فهم الفكرة الأساسية من الخبر في بدايته؛ وإذا كان يرغب في الدخول في التفاصيل، يكمل قراءة الخبر.

ومع أنه من الأفضل أن يتبع الخبر قاعدة "الهرم المقلوب"، إلا أن التطور الإعلامي وتقدم الصيغة التحريرية، بما يلائم أشكال ومضمون النصوص الحديثة، قد ينتجان أحياناً خروجاً عن هذه القاعدة وبالتالي خبراً من الترتيب المتبوع تقليدياً في النص المكتوب.

المعلومات الأهم

المعلومات المهمة

المعلومات الأقل أهمية



تأتي الفقرة الثانية في الخبر لتقديم تفصيلاً عما ورد في الفقرة الأولى. كشرح عن الحدث الذي أُعلن عنه في الفقرة الأولى، أو تفصيل التصريح الذي ورد جزء منه في الفقرة الأولى.

وتأتي الفقرات الأخرى تباعاً، بحيث إنها تشبه الفقرة الثانية، ولكن تكون أقل أهمية منها، وصولاً إلى إدخال فقرة أو أكثر خلفية للخبر أو للحدث (إضافة معلومات أو تذكير بحدث ذي صلة، إلخ...).

● ومن الممكن إدخال فقرة تعطي "خلفية"، في وسط الفقرات الإخبارية إذا كان ذلك ضرورياً لفهم إحدى هذه الفقرات.

● من الضروري جنب الإسهاب. والانتقال بين فقرة وأخرى بشكل متنا gamm ومنطقي وانسيابي. يساعد القارئ على استيعاب الخبر وتلقي الرسالة التي يتضمنها.

● وعند الانتقال من موضوع إلى آخر داخل الخبر الواحد، تستخدم جمل ربط كـ "من ناحية أخرى"؛ و "في غضون ذلك". وعلى "صعيد آخر" ...

● ينبغي أن يوضح الخبر جوانب الخبر المختلفة. من حيث نتائجه وآثاره، وألا تتناقض المقدمات مع النتائج. وأن يأتي ترتيب المعلومات متسلسلاً، بحيث تمهد كل معلومة إلى ما بعدها وتؤدي إليها.

مع التطور التكنولوجي الذي انسحب بشكل كبير على وسائل الإعلام، أصبحت الأحداث في متناول العالم أجمع في لحظة وقوعها، عبر الفضائيات والإنترنت، ومن ثم، تبدل مفهوم الخبر الصحفي، إذ لم يعد في الإمكان تقديميه بوصفه معلومة تتشرفي اليوم التالي لوقوع الحدث. لذا كان لا بد من مقاربات جديدة تعطي قيمة لما ينشر من أحداث، عبر تناول الخبر بشكل مختلف والإضاءة على تفاصيله، أو تحليل أبعاده، أو نشر مقابلات مع الأشخاص ذوي الصلة.

## المعهد العربي للتنمية والمواطنة ينظم ورشة عمل حول التعليم الإلكتروني في المدارس العربية

التعليم التقليدية، وخلق تواصلاً إلكترونياً وتفاعلًا حيوياً، عبر الحواسيب، بين التلميذ ودروسه وواجباته.

يُذكر أن المعهد العربي للتنمية والمواطنة، منظمة غير حكومية تعنى بنشر ثقافة المواطنة، وتنشط في مجال تكين مهارات الشباب في التواصل، حيث يتبنى المعهد التعريف بأساليب التعليم الإلكتروني بوصفه أحد مداخل التنمية التربوية.

نظم المعهد العربي للتنمية والمواطنة في مدينة المنامة أمس الثلاثاء، ورشة عمل حول التعليم الإلكتروني، الذي أصبح سمة أساسية في عدد كبير من المدارس حول العالم. وقام بالتدريب عدد من المختصين من عدة دول عربية، وحضرها ٣٠ مدير مدرسة حكومية في المنامة. وتضمنت ورشة العمل العديد من الأنشطة التي عرفت بالتعليم الإلكتروني، بوصفه ظاهرة تبناها كثير من المدارس التي تخلى عن طرق

### اختيار الصور للأخبار الصحفية



يستحسن نشر صور مع كل خبر صحفي تقوم المنظمة بإرساله، سواء أكان ذلك في الصحف والمجلات، أو في الواقع الإلكتروني.



وجود صورة مع الخبر  
يزيد من احتمال  
قراءته، ويزيد من  
مصداقيته

والصور النموذجية لها صفات عديدة، أهمها:  
① **الوضوح والدقة High Resolution**. ولا تنشر الصحف غالباً الصور ذات الدقة غير الواضحة.

② أن تتعلق بمضمون الخبر، فعند الحديث عن ورشة عمل، ينبغي أن تُظهر الصورة المشاركين والمشاركات في أثناء عملهم، أو صورة جماعية لهم، لا أن نضع صورة للمشاركين والمشاركات في أثناء رحلة ترفيهية قاموا بها بعد انتهاء الورشة.

يفضل أن ترسل الصور إلكترونياً عند نشرها في الصحف والمواقع الإلكترونية، وأن ترسل على نسق Format JPG خاص بالصور، مثل JPEG أو BMP، لا أن تكون داخل ملف Microsoft Word أو على نسق .PDF

③ يفضل أن تَظْهِرَ في الصورة أي لافتات موجودة في أثناء النشاط، بحيث يظهر اسم المنظمة فيها، وشعارها واسم اللقاء، حتى تضمن المنظمة وصول هذه المعلومات إلى المتلقي/ة.

عند إرسال الخبر إلى أكثر من وسيلة إعلامية، حاول/ي أن ترسل/ي صوراً مختلفة لكل جهة، حتى تشعرها/تشعرها بها بأهميتها وخصوصيتها.



عند تصميم اللافتات، انتبه/ي إلى أن تكون الخطوط عريضة وواضحة، ولا تستخدم/ي الخطوط المتداخلة التي يصعب قراءتها، وتجنب/ي العبارات الطويلة، وركز/ي على المعلومات المهمة فقط (شعار المنظمة، اسمها الكامل، اسم الورشة، وتاريخ انعقادها، واسم الممول أو الجهة المتعاونة)

يسعى التقرير الإخباري إلى استكشاف ما بعد الخبر وما بعد الحدث، ومن ثم، فإنه يركز أكثر على الإجابة عن: «لماذا؟» و«كيف؟»، وذلك عبر مراقبة الأحداث والأخبار التفصيلية وتقديمها بشكل متراوٍ يوضح الصورة العامة. في نصّ يتخطى حجم الخبر العادي. لكن دون وجود ضرورة إلى الدخول في قليل تلّك الأحداث والأخبار.

**قد لا تقوم منظمات المجتمع المدني عادة بإعداد التقارير والقصص الإخبارية، ولكن يمكن أن تقوم بالترتيب مع الصحفيين لإعداد مثل هذه التقارير والقصص، ودعمهم بالمعلومات الالزامية.**

وعند كتابة التقرير الإخباري، تُراعى شروط كتابة الخبر نفسها المذكورة أعلاه، مع وجود هامش من التحرّك داخل النص. من حيث تنويع مضمون الفقرات الإخبارية وفقرات المعلومات، ومكانها. ولكن مع الحفاظ على التنظيم المنطقي والتناغم الانسيابي. بمعنى آخر، على كاتب/ة التقرير أن يضع نفسه/ا مكان القارئ/ة ليجد ما إذا كان النص سهل الاستيعاب ومنطقي الترتيب.

### نموذج لتقدير إخباري

## المعهد العربي يكشف أنشطة «التعليم الإلكتروني» دعوة إلى تبني خطة وطنية تعزز تحديث طرق التعليم

مدرسة، حلقات عمل ومحاضرات، تهدف إلى التعريف بالتعليم الإلكتروني، بوصفه ظاهرة بدأت تتبناها المدارس التي استبعدت طرق التعليم التقليدية، وخلقت تواصلاً إلكترونياً وتفاعللاً حيوياً، عبر الحواسيب، بين التلميذ ودروسه وواجباته.

وتكتفّ منظمات المجتمع المدني من أنشطتها المرتبطة بالتربيّة والتعليم، وما يتعلّق بتطوير أساليب التعليم

□ عمان - سليم القمرى

أطلق المعهد العربي لتنمية والمواطنة في عمان أمس سلسلةً من الأنشطة حول التعليم الإلكتروني، الذي أصبح سمة أساسية في عدد كبير من المدارس حول العالم، ويعمل المعهد على التعريف بأساليبه التي تتطور يوماً بعد يوم.

وتتضمن الأنشطة، التي تتمدّد على مدى أسبوع، ويقودها عدد من المتخصصين ويحضرها أكثر من ٥٠ مدرب

علمًاً أن بعض هذه المدارس يتفوق على مدارس الدول المتقدمة، في هذا الأمر".

وتشكل مسألة تشجيع التوجه الرسمي للدعم التعليم الإلكتروني، بحسب مسؤولة الأنشطة في المعهد نسرين نحاس، أحد اهتمامات المعهد، الذي يسعى، في موازاة توعية مديرى المدارس حول أهمية التعليم الإلكتروني، إلى دفع وزارة التربية والتعليم نحو تشجيع الأساليب المتطورة وتأمين سبل تطبيقها.

وتقول نحاس: "على وزارة التربية والتعليم أن تعمل على تشجيع التعليم الإلكتروني في المدارس، عبر خطة وطنية تعرف بأهمية هذا الأسلوب المتتطور". وتضيف: "يجب كذلك تأمين كل المستلزمات التقنية وتنظيم دورات تدريبية بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني المحلية والدولية".

وكانت وزيرة التربية والتعليم لبني خليفة قد ذكرت في وقت سابق، أن الوزارة "بصدد تحضير خطة تهدف إلى تحديث قطاع التعليم، عبر مجموعة من التدابير التي تضمن تعزيز قدرات المدارس"، إلا أنها لم توضح ماهية الخطط التي تحدثت عنها، وإذا ما كان التعليم الإلكتروني من ضمنها.

وطرقه خاصة، بما يعزز الإنتاج التربوي ويُثقل قدرات التلاميذ خلال مرحلة الدراسة.

يقول مدير المعهد عبيدة فارس: إن أنشطة المعهد هذا الأسبوع "تُعد من الأنشطة الحيوية التي من شأنها بث التوعية حول أهمية اعتماد التعليم الإلكتروني في المدارس، وإن بشكل جزئي".

ويفت مدیر المعهد، الذي يعني بتعزيز طرق التعليم، إلى أن نسبة المدارس التي أدخل إليها التعليم الإلكتروني بلغت نحو ٤٠ في المائة في الدول المتقدمة، في حين تتراوح هذه النسبة ما بين (٣٪ - ٥٪) في الدول النامية". إلا أن "الهيئة العالمية للتربية والتعليم" أشارت في تقريرها الأخير، إلى أن "التعليم الإلكتروني ما زال ضعيفاً حتى في الدول المتقدمة"، موضحة أن نسبة اعتماده في هذه الدول "لا تتعدي ٢٠٪".

وذكر التقرير الذي صدر أوائل الشهر الجاري، أن اعتماد التعليم الإلكتروني في عدد من مدارس الدول المتقدمة "يتّم بمبادرة فردية من قبل المدرسة أو المجموعة التربوية التي تنتهي إليها، وبالتالي ليس ناتجاً عن توجه رسمي". وأضاف: "كذلك الحال في الدول الأقل تقدماً، حيث يعتمد عدد من المدارس أساليب التعليم الإلكتروني،



”محو الأميّة بين سهول القمح“، ”عيد على وقع الأحزان“، ”وطن في مهب الخلافات القبلية“، هذه عناوين من المتوقع أن تشد القارئ/ة. وهي ليست عناوين أخبار أو تقارير أو خليلات صحفية. بل تصلح عناوين لقطعة صحفية تصور حدثاً معيناً، كنشاط مكثف لمحو الأميّة ينظم في قرى تعيش على زراعة القمح. أو عيد يعقب مأساة في إحدى المدن أو المناطق. وهذه القطع

التي قد يطلق عليها اسم ”القصص الصحفية“. أصبحت مألفة كثيراً في الصحافة، التي تذهب أبعد من الخبر وتعمل على توسيع مجالات تغطيتها ونوعيتها، في مسعى لجذب القارئ/ة.

ولعل هذا النوع من القطع يناسب تماماً قضايا المجتمع المدني. من جهة الترويج لها، وجذب اهتمام الناس إلى مضمونها وتطوراتها.

يمكن للمنظمة أن تعدّ قصصاً صحفية كاملة، وتنشرها على موقعها الإلكتروني، أو في نشرتها الإخبارية، كما يمكن أن ترتب مع إعلاميين/إعلاميات لنشر قصص صحفية عن أنشطتها.

مميزات القصة الصحفية:

- ④ تتميز بالأسلوب القصصي واللغة الأدبية.
- ④ من المحبذ أن تبدأ بالجزء وتنتقل للكل.
- ④ تتطلب إمكانات عالية في الكتابة.
- ④ عدم التقيد بأساليب الكلاسيكية في كتابة الخبر.
- ④ الشمولية والتسلسل الدرامي.
- ④ لغة تعبيرية تستخدم في كتابة القصة.
- ④ أسلوب وصفي خليلي في الغالب.
- ④ بالإمكان أن تُبرز موقف الكاتب/ة وميوله/ا وآخاهاته/ا.

## تقييمها منظمة أبجدية في سهول القمح كبار السن يتعلمون القراءة والكتابة بعد أن تخرج أبناؤهم من الجامعات

ويتعلم الكتابة والقراءة ليمحو الأمية بالعلم من خلال الفرصة التي قدمتها منظمة "أبجدية" التي تعمل على محو الأمية في الأرياف، والتي وصلت في إطار نشاطها المتلاحقة والمكثفة، إلى قرية "شمس الجبل"، لتعليم الأميين من أهلها، القراءة والكتابة، عليهم يتذمرون عنهم ما عاشهو من جهل في هذا المجال.

أبو كمال صاحب بقالة في القرية يكشف عن سبب التحاقه بدورة محو الأمية، قائلاً "قديماً كنا نسمع الأخبار من الراديو، وبعد ذلك صرنا نسمع الأخبار من التلفزيون صوت وصورة، ولما دخل أولادنا الجامعات وصاروا يطلبون الجرائد والمحلاط صرت أبيعها لهم، وصار حلمي أن أقرأ ما تكتبه هذه الجرائد والمحلاط التي أبيعها، وكما يقول المثل "طباخ السم بذوقه". إلا أن نشاط منظمة "أبجدية" هذه المرة اختلف عن المرات السابقة، إذ إنها اقترحت أن تقام فصول محو الأمية في الحقول، في مساحات متاحة بين سنابل القمح، إيماناً منها بأن المكان الذي علم أهالي القرية أن "من زرع حصد"، هو الأفضل لخthem على استيعاب قواعد القراءة والكتابة وفقاً للتأثير وإن من جد وجد".



### □ من سهيل قمحي - شمس الجبل

حين تبدأ الشمس بالغيب لتعلن نهاية يوم حصاد طويل يذهب سليم (٥٥ عاماً) بسميرته التي صقلتها الشمس إلى أحد أطراف الحقل، ويحمل كرسياً خشبياً وطاولة صغيرة وأفلام رصاص ودفاتر وكتباً، ويجلس في منطقة وسط الحقل المترامي الأطراف، ويتحول إلى طالب يخطّ أحرفه الأولى على الورق. "أول اسم تعلمتُ كتابته هو إيهاب اسم حفيدي الأكبر" يقول سليم، ويُضيف "بصراحة خجلت حين سألني مرة كيف يُكتب اسمي يا جدي ولم أستطع إجابتة".

سليم شخص من مجموعة عددها ٢٣ شخصاً في قرية "شمس الجبل" شبه النائية، قرر كل واحد منهم ولأسبابه الخاصة أن يعيش ما فاته من الصغر،

على حد قوله. فهو يرى في محو الأمية "شيئاً عظيماً"، إذ يمكنه من "قراءة الصحف ومعرفة الأخبار السياسية". حسام القدسي - أحد المدرسين في فضول محو الأمية- يقول: "الالتزام أهل القرية بمواعيد الدروس عال جداً، ويُمضون الساعتين المقررتين كل يوم دراسة، والابتسامة لا تكاد تفارق وجوههم، وحماسهم تحاكي توق الطفل إلى ما يُفرِّحه. هي حماسة تلزمنا بمسؤولية كبيرة، نحن أعضاء المجتمع المدني، لمكافحة الأمية، التي يبدو، قياساً على أهل شمس الجبل، أن الكل يعرف ثقلها، حتى من لم تسمح له الظروف بالتعرف على نعمة الخيار الآخر، خيار القراءة والكتابة."

يوم الجمعة صار يوم اختبار أسبوعي لسليم من قبل حفيده إيهاب الذي يبلغ من العمر ست سنوات ونصفاً، ويقول "يسألني إن كنت أعرف كتابة الكلمة معينة وأسئلته أنا أيضاً إن كان يعرف كتابة الكلمة أخرى وهكذا، وأصعب ما في الأمر حين يسألني فجأة على طاولة الطعام إن كنت أعرف تهجئة الكلمة ما، أشعر للتو أني تحت اختبار ويصيبي بعض الارتباك، ولكن حين أهجمأ الكلمة بصورة صحيحة أشعر بالفخر والانتصار".

فجهزت منظمة "أبجدية"، بالتنسيق مع أهل القرية، ثلاثة أماكن بين الحقول، ووضعت ألواحاً خشبية ومجموعة من الكراسي، إضافة إلى عدد من التجهيزات الضرورية. وتم الاتفاق على تحديد دوام الدراسة من الساعة الخامسة إلى الساعة السابعة مساءً، أيام الاثنين والثلاثاء والأربعاء، ولمدة يحددها مدى التقدم المحقق.

سليم بدا سعيداً جداً وهو يجلس على "كرسي الدراسة" في أحد الفضول المزروعة في الهواء الطلق. هو رب لعائلة تتكون من زوجة وابنتين وثلاثة أبناء. الأبناء الثلاثة يقيمون في العاصمة، درسوا هناك ويعملون في مجالات مختلفة، ويتوجهون إلى القرية في المناسبات.

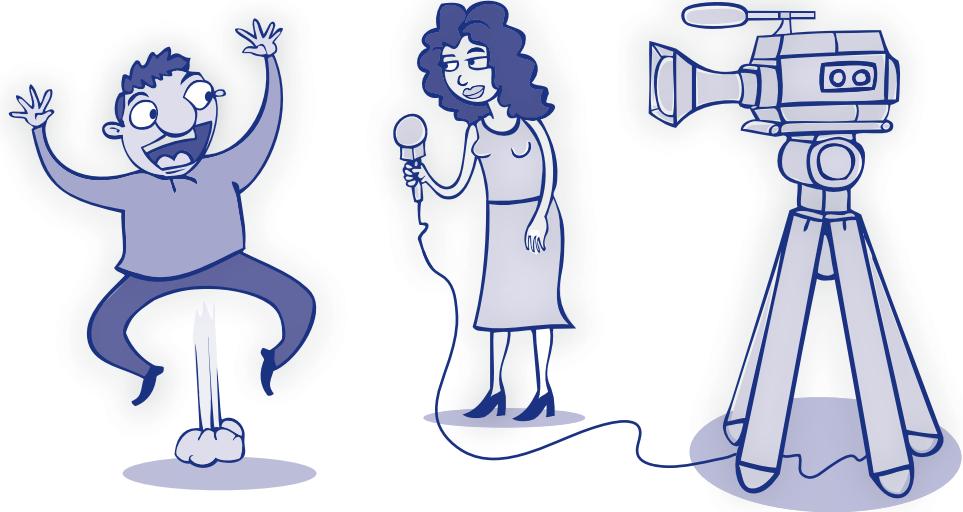
ويُفخر سليم بأنه تمكّن من تأمين التعليم الجامعي لجميع أولاده ذكوراً وإناثاً دون فرق بينهم من خلال زراعة الأرض، ويقول: "عملت كثيراً وتعبت، من أجل أن أؤمن لأولادي إمكانية التعليم". ويضيف بنبرة في طيافها وعي السنين، "العلم مهم، و يقدم لهم أشياء كثيرة في الحياة". أبناءه الخمسة يعيشون في بيروت، ولكنهم يزورون قريتهم في عطلة نهاية الأسبوع.

إلا أن سلیماً لم يأت وحده إلى فصل محو الأمية، بل أحضر معه زوجته لبني (٤٨ عاماً) لـ "نعم بنعمة العلم"،



## ٤. المقابلة Interview

تُساعدُ المقابلات بأنواعها الثلاثة: التلفازية، والإذاعية، والصحفية. على نشر أفكار المتحدث في المقابلة بشكل كبير. وربما تزيد أهميتها على الأخبار العادية. وكثيراً ما تُتاح الفرصة للعاملين والعاملات في المجتمع المدني ليقدموا أفكارهم من خلال واحدة من أنواع هذه المقابلات، لكنهم قد يضيّعون هذه الفرصة إن لم يتقنوا مهارات التعامل مع المقابلات بأنواعها.



### قواعد التعامل مع المقابلات



#### أ. قبل المقابلة

لا تقم/ تقومي بإجراء مقابلة مع أي وسيلة إعلامية كانت، فالمقابلة ليست هدفاً بحد ذاته بل هي وسيلة لنشر أفكارك، فاختارِ اختاري المكان الملائم لفعل ذلك.

 تأكدي من الشخص والجهة الإعلامية التي ستقوم بإجراء المقابلة معك. قبل أن تعطي موافقتك. وإذا كنت لا تعرف/ين الجهة الإعلامية أو الشخص، فلا تخجل/ي من السؤال عنهم لدى بعض الزملاء في منظمتك أو منظمات أخرى، أو البحث عنهم من خلال شبكة الإنترنت. وإذا لم يكن قد سبق لك أن قرأت أو سمعت أو شاهدت الشخص الذي سيجري المقابلة من قبل، فيجب أن تقوم/ي بهذا الأمر خلال الفترة التي تسبق المقابلة.

<sup>①</sup> تمت الاستعانة في هذا الجزء بكتاب شيريلي بياجي، المقابلة الصحفية فن، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العلمية، القاهرة، ودليل الوكالة الأمريكية للإعلام، العثور على صوتك العام، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، واشنطن.



ينبغي أن تسأل/ي عن كيفية نشر المقابلة أو بثها، هل ستكون وحدك في المقابلة؟ هل ستكون المقابلة مباشرةً أم مسجلةً؟ هل سيتم نشر مقتطفات منها في تحقيقٍ ذريه وسيلة الإعلام؟ كم المدة أو المساحة التي ستغطيها مقابلتك؟ متى ستنشر أو تبث؟ هل سيكون هناك جمهور أو اتصالات من الجمهور؟ هل هناك متحدثون آخرون؟ من هم؟

**إن معرفة الكيفية التي  
ستستخدم فيها  
المعلومات التي ستقدمها  
في المقابلة، يساعد في  
ترتيب أفكارك  
وتركيزها، ومعرفة  
الأفكار التي يجب  
ابرازها دون غيرها.**



رتّب/ي أفكارك على ورقة أمامك، ودون/ي فيها الملاحظات، ولا تعتمد/ي على ذاكرتك أو على تمكّنك من الموضوع. فأكثر الناس خبرة في المقابلات الإعلامية، يفقدون بعض أفكارهم أمام عدسة الكاميرا أو مايكروفون الإذاعة. واختر/اختاري أهم ثلاث أفكار لتكون محوراً لحديثك.



حضر/ي قائمة بالأسئلة المتوقعة (من 10-15 سؤالاً)، ودون/ي أهم الأفكار في جواب كل سؤال.



جهّز/ي الوثائق التي قد تحتاجها/تحتاج إليها في أثناء المقابلة، ورتبها/ورتبها بطريقة يسهل العودة إليها خلال المقابلة.

**ركز/ي أفكارك في  
ثلاث نقاط، وحاول/ي  
أن تتحدث/ي عن هذه  
النقاط في أول دقائق من  
المقابلة، مستخدماً رأة أي  
سؤال تُسأل/ين عنه  
ليكون منطلقاً لهذه  
النقاط. فالدقائق الأولى  
هي التي تحصل على  
التركيز الأكبر من  
المستمعين والمشاهدين.**



إذا كانت المقابلة ستم في مكتبك، مباشرةً أو عبر الهاتف، فتأكد/ي من إبعاد كل العوامل المشتّنة للمقابلة، كدخول السكريرية، ورنين الهاتف، وأصوات البرمجيات على جهاز الحاسوب الخاص بك.

**أعطي/ي اسمك واسم منظمتك وموقعك فيها بالتهجئة التي تود/ين أن تظهر في المقابلة**



تأكد/ي من خلفية الصور في المقابلات التلفازية التي ستجرى في مكتبك، أو تلك المقابلات الصحفية التي سيتم أخذ صور فيه، بحيث تظهر فيها الرموز التي تعنيك، وتعبر عن المنظمة (شعار المنظمة، صورة لأطفال لجمعية تهتم بالأطفال...).

**كثيراً ما نقوم بتكرار كلمات معينة في كلامنا، دون أن ننتبه إلى ذلك. القيام بعمل تجريبة للمقابلة، وتسجيلها وسماعها، يساعدنا في اكتشاف مثل هذه الأمور. قم/قومي بذلك وحدك، إن كنت تشعر/ين بالحرج من القيام بها أمام أعضاء آخرين في المنظمة.**



لا تكرّر/ي كلمات أو أحرفًا معينة. مثل: آه... يعني... إمم...



قد يقوم الصحفي/ة باقتباس جزء من كلامك يغير المعنى الذي قصدته، ومن هنا تأتي أهمية تسجيلك للمقابلة، إن لم تكون المقابلة في استوديو إذاعي أو تلفازي.

سجل/ي المقابلات على جهاز تسجيل خاص بك، بالإضافة إلى الجهاز الذي يقوم الإعلامي/ة باستعماله، حتى تحفظ/ي بأصل المقابلة، وحتى تشعره/يه أنك توّثق/ين ما يُقال.



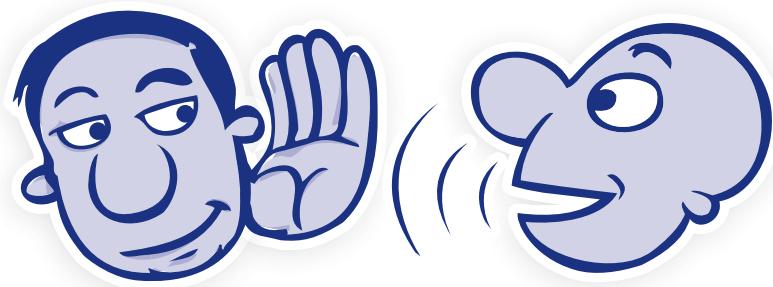
إذا لم تفهم/ي السؤال أو جزءاً منه، فيمكن أن تستفسر/ي عن طريق عبارات مثل: هل تقول/ين إن...؟ أو لست متأكداً/ة أنني أفهم ما تقوله/تقوليني، هل يمكن أن تشرح/ي لي ذلك مرة أخرى؟

تأكد/ي أن الشخص الذي يقابلك قد ذكر اسمك وصفتك بشكل صحيح، ولا تتردد/ي في تصحيحه إن كان فيه خطأ.

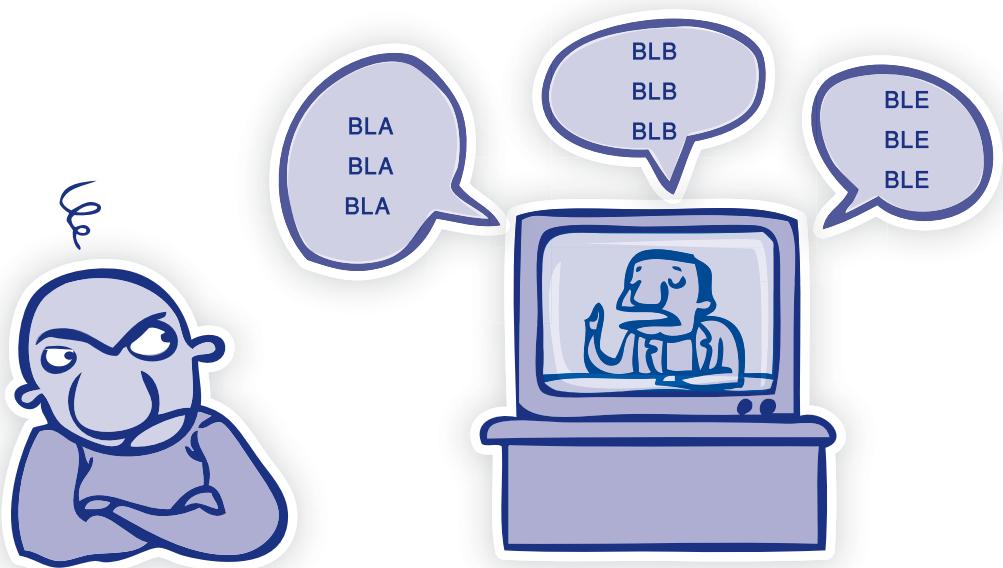
اجعل/ي أجوبتك واضحة، وتحدّث/ي بلغة هادئة، وفي المقابلات التلفازية والإذاعية خاصة، فالفرق بين "يفعل" و"لا يفعل" كلمة واحدة، يمكن أن تضيع بسهولة في الحديث السريع.



إذا لم تفهم/ي كلمة أو جملة من السؤال، فتأكد/ي من الكلمة الغامضة، ولا تخمن/ي ومن ثمّ جيب/ين بناء على تخمينك.



كن/كوني مستمعاً جيداً، ولا تستعجل/ي بالإجابة عن سؤال قبل أن تسمعه/يه كاملاً، فربما يعطيك الإعلامي/ة في آخر المقابلة مخرجاً مناسباً للإجابة.



لا تستخدم/ي الاختصارات، أو كلمات بلغة أجنبية. فعليك أن تفترض/ي أن جمهور المتابعين للمقابلة، والإعلامي/ة نفسه/ا ربما ليسوا خبراء باختصاراتك، أو يتحدثون اللغة الأجنبية.

عند الحديث في مقابلة عن اتفاقية مناهضة جميع أشكال التمييز ضد المرأة لا تستخدم/ي اختصارها CEDAW، إلا بعد أن تشرح/ي أن هذا المصطلح يعني تلك الاتفاقية.

إذا سُئلت سؤالاً يتضمن اتهاماً لك أو لمنظمتك، لا تُعد/تعidi الاتهام، ولكن قم/قومي بنفيه مباشرة. فلو كان السؤال عن إشاعات بوجود سرقات داخل المنظمة، فلا تقل/تقولي: لا يوجد سرقات داخل المنظمات، ولكن ابدأ/ابدئي بالقول: هذه شائعات لا أصل لها...



إذا سُئلت عن معلومة لا تعرفها/تعرفينها فيمكن أن تعطي جواباً عاماً.  
أما إذا طُلب منك جواب محدد، فيمكن أن تقول/ي: لا أعرف، ولكن لا تكذب/ي أبداً.



**لا تستخدم ،ي الأرقام والإحصاءات، لأنها تثير الملل لدى المستمعين والمشاهدين، فبدلاً من القول إن ٧,٩ مليون شخص يموتون بسبب السرطان أو إن ما نسبته ١٣,٣٤٪ من الوفيات حول العالم هي بسبب السرطان، يمكن القول إن واحدة من كل عشرة وفيات حول العالم تكون بسبب السرطان، أو إن عدد الذين يموتون بسبب السرطان كل عام هو حوالي ٨ ملايين شخص، أي ما يقارب عدد سكان سويسرا مثلاً. ومن ثم يمكن لمتابع المقابلة أن يتخيّل هذا الرقم.**

في كل المقابلات الصحفية، لا تقل/تقولي شيئاً للإعلامي/ة خارج التسجيل ما لا ترغب/ين في قوله في أثناء التسجيل، معتمداً/ة على أنك قد أخبرته أن هذه المعلومة ليست للنشر. فالإعلامي/ة يستخدم بشكل مباشر وغير مباشر كل المعلومات التي يسمعها منك.

في كل المقابلات، يجري حديث بين الإعلامي/ة والشخص الذي ستتم مقابلته. استفد/استفيدي من هذا الحوار في تمرير الأفكار التي تريد/ين أن تتحدث/ي عنها في المقابلة، لأنها ستسيطر على الإعلامي/ة، وتقود المقابلة، أنت لا هو أو هي.



طريقة العبور فوق الأسئلة، وهو أن تختراري جانباً من السؤال وتسهب/ي في الحديث عنه، خنباً للجزء الآخر منه، وهو بيت القصيد فيه. وتنجح هذه الطريقة بشكل كبير في حالة الأسئلة الطويلة، أو تلك المكونة من قسمين.



الإجابة عن سؤال لم يسأل: كأن تقول/ي: "لقد عجبت كثيراً من هذا الموضوع، ولكن ذلك ليس الموضوع الرئيسي هنا، إن الموضوع هو.."

توجيه السؤال إلى الصحفي/ة: كأن تقول/ي: "فعلاً إن هذا الموضوع مثير للاهتمام، هل لديك معلومات عما إذا كانت الحكومة ستقوم بإقرار هذا القانون أم لا"، وبذالك تحول/ين أنت إلى الشخص الذي يجري المقابلة.

إعطاء أجوبة غامضة: فإذا سئلت عن نية منظمتك لتنفيذ مشروع بعينه في العام القادم، فيمكن أن تقول/ي إن المنظمة سوف تقوم بتنفيذ العديد من المشاريع التي تحقق أهدافها، ونحن لا نألو جهداً في تنمية المجتمع المحلي بكل الطرق.

لاتستخدم/ي الطرائف والنكت في المقابلات والمؤتمرات الصحفية إلا إذا كنت شخصاً يجيد إلقاءها، واستخدم/ي القصص بدلاً منها.

سرد حكاية أو نكتة بدلاً من الإجابة: فتقول: فعلاً إنه سؤال جيد. وهذا يذكرني بنكتة قول.. وكلما طال أمد النكتة وجد الصحفي/ة صعوبة في تذكر السؤال.



**الوعد بتأمين المعلومات لاحقاً.** فتقول/ين إن المعلومات التي تطلبها/طلبيتها ليست عندي، أو لست مطلاً عليها، ولكن يمكن أن تتصل/ي معك لاحقاً لأؤمنها لك.



**التشكيك في دوافع الصحفي/ة وسلوكه/ا.** وهي طريقة غير محببة، ولكنها تضع الصحفي/ة في موقع الدفاع.

وفي كل الأحوال تخفي الإجابة بـ "لا تعليق"، أو "أعتذر عن عدم الإجابة".



بعد المقابلة

إذا كان هناك الكثير مما ينشر عن المنظمة في وسائل الإعلام، فيمكن عمل قسم خاص لهذا الأمر في الموقع الإلكتروني للمنظمة، حيث يعطي هذا القسم فرصة للقراء الذين لم تتح لهم متابعة هذه المقابلات والتغطيات للاطلاع عليها، كما أنها تعطي انطباعاً لهم بحجم منظمتك من خلال اهتمام الإعلام بها.

**تأكد/ي من متابعة المقابلة وأرشيفتها.** فإن كانت مقابلة إذاعية أو تلفازية فينبع تسجيلها، والاحتفاظ بها في أرشيف المنظمة. أما إن كانت صحفية فينبع حفظها ورقياً أو إلكترونياً.

**تابع/ي من أجرى المقابلة.** فإن نُشرت المقابلة بشكل جيد، فينبعي الاتصال به/ا وشكراً/ا، وإن كانت هناك اقتباسات أو خreibات في كلامك، فينبعي مراجعته، وإرسال تصحيح إلى وسيلة الإعلام التي أجرت المقابلة، وهي مجبرة على نشر توضيحك.



نصائح خاصة بالمقابلات التلفازية

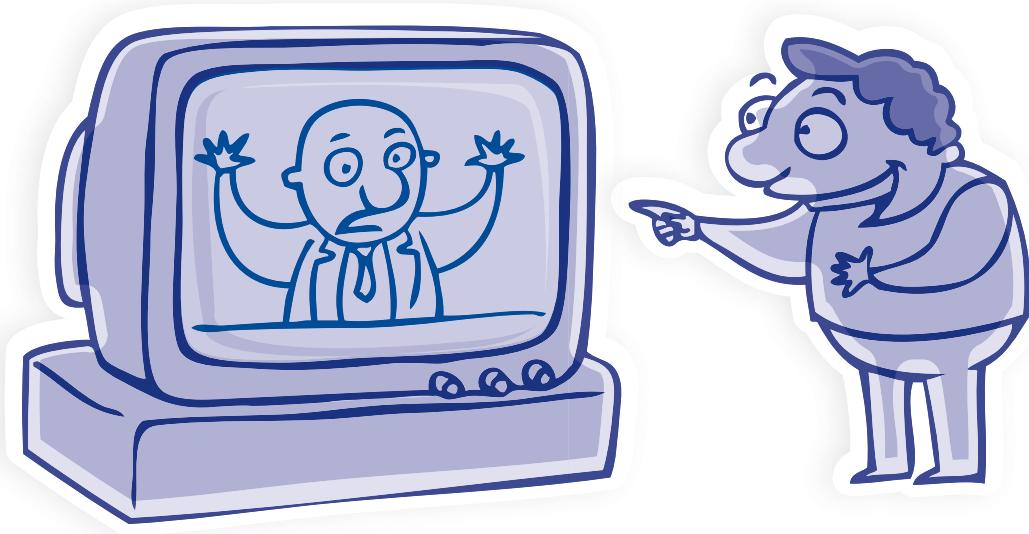
**انظري دائمًا إلى المخوارة.** ولا تنظري إلى الكاميرا أو إلى شاشة التلفاز الموجودة في الاستوديو.



**حافظ/ي على التواصل البصري مع الشخص الذي يجري المقابلة.** ولا تنظري إلى الأسفل أو الأعلى عند التفكير بجوابٍ لأسئلته/ا.



إذا كانت المقابلة تجري عبر الأقمار الصناعية (بغير وجود الشخص الذي يجري المقابلة في الاستوديو) فينبغي النظر مباشرة إلى عدسة الكاميرا، وكأنها الشخص الذي يجري المقابلة.



انتبه/ي إلى حركات وجهك ويديك، فالكاميرا لا تسجل الكلام وحده، بل تسجل الحركات والعواطف، ولا تعتمد/ي على أن الكاميرا ربما تصور الذي يجري المقابلة، أو متحدثاً آخر. بل عليك أن تتوقع/ي تصويرك في كل لحظة داخل الاستوديو.



ينبغي أن تكون الملابس ذات لون واحد فاتح، ولكن لا ترتدي اللون الأبيض. وتجنب/ي الألوان المرقّطة أو المعرقة، والأقمشة البراقة أو اللامعة.



ينبغي أن تبتعد النساء عن المكياج المفرط، وعن الخلي الكبيرة، وتلك التي يمكن أن تصدر أصواتاً في أثناء الحركة.



قبل بدء المقابلة يطلب مهندس الصوت خبرة الميكروفون. وعندما يجب أن تستغل/ي هذه التجربة بذكر اسمك واسم منظمتك، حيث يساعد هذا الأمر في تثبيت هذه المعلومة لدى المقدم.



يمكن للشخص الذي ستجرى معه المقابلة أن يطلب وضع مكياج له إذا لم تعرّض المخطة عليه ذلك (للرجال والنساء). لأن هذا الأمر يساعد في تخفيف اللمعان الذي قد يظهر على الوجه، كما يساعد في تخفيف الحرارة التي يشعر بها من في الاستوديو من الإضاءة العالية الموجودة فيه.