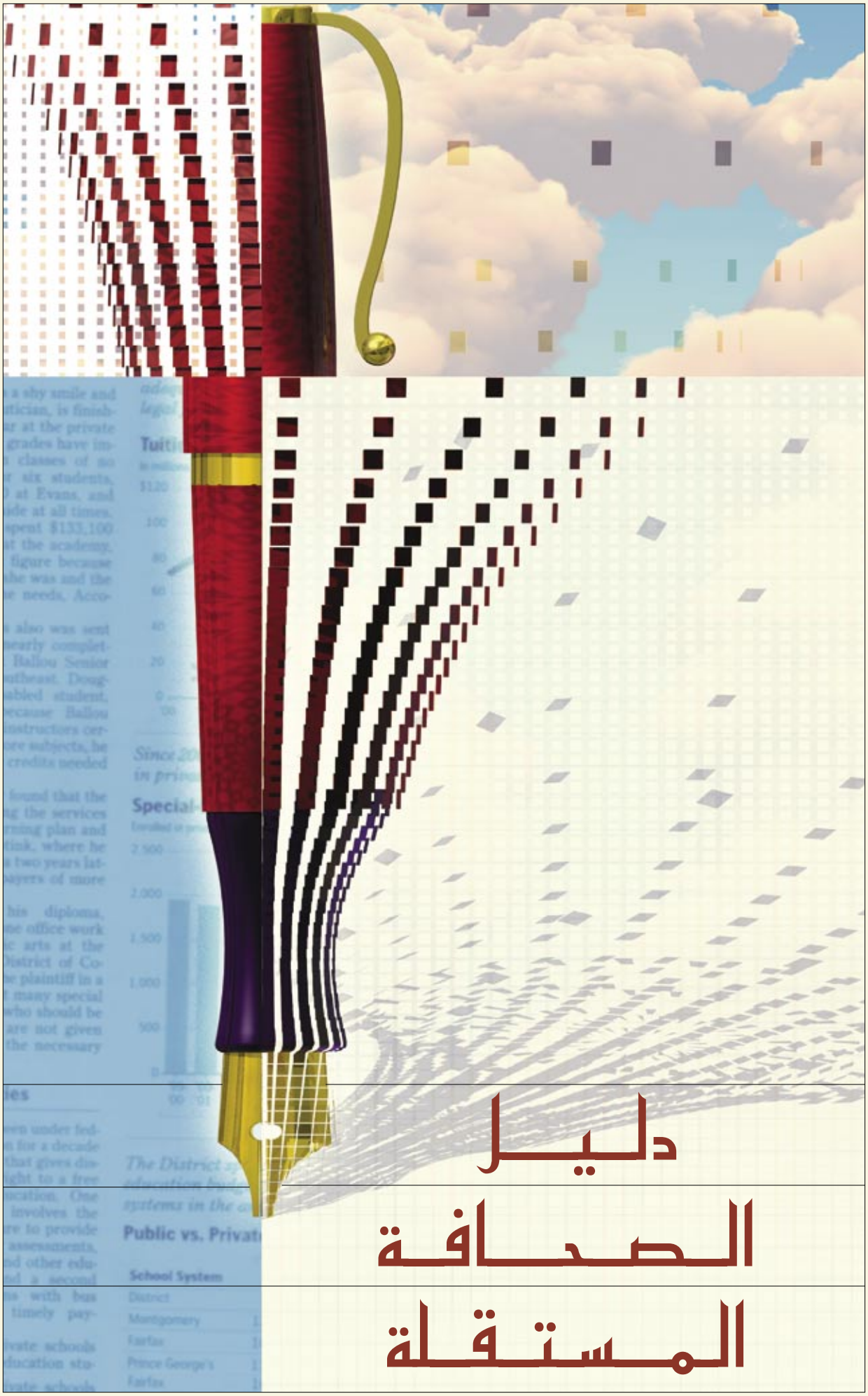
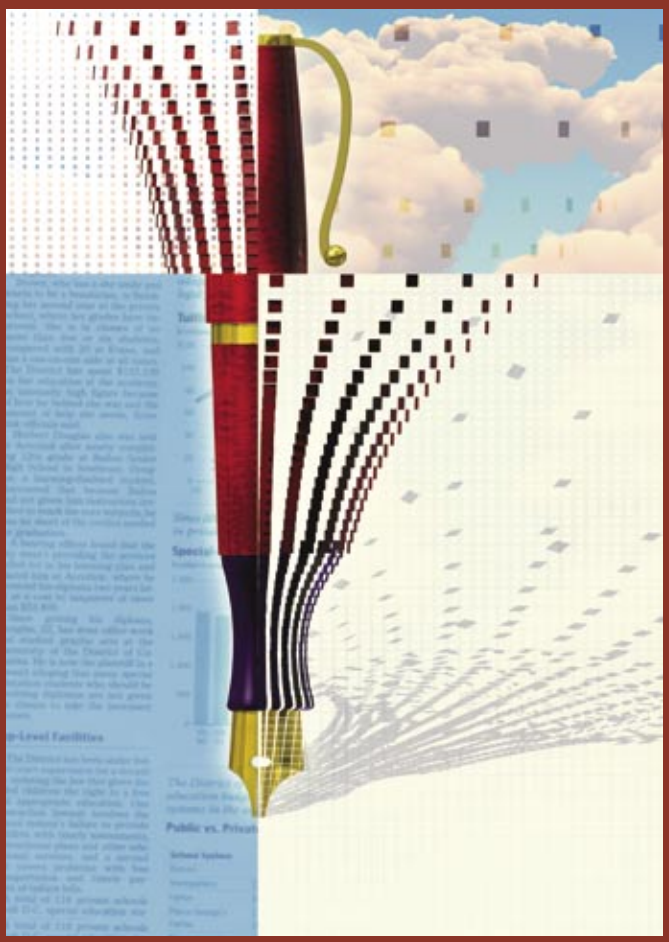


دليل الصحافة المستقلة



دليل الصحافة المستقلة

تأليف ديبرا بوتر

مؤلفة هذا الدليل، ديبورا بوتر، هي المديرة التنفيذية لمؤسسة نيوزلاب أو مختبر الأنباء (www.newslab.org)، وهي مركز موارد على خط الإنترنت الفوري المباشر للصحفيين في واشنطن العاصمة كانت قد أسسته في العام 1998. وقد درست بوتر موضوع الصحافة كعضو في هيئة التدريس بمعهد بوينتر (Poynter)وفي الجامعة الأميركية، وهي مديرة تنفيذية سابقة لمؤسسة مدراء أخبار الإذاعة والتلفزيون. وتدير بوتر ورش عمل للصحفيين في مكاتب التحرير في مختلف أنحاء الولايات المتحدة وشتى أنحاء العالم. وهي معلقة صحفية ينشر عمودها المنتظم الذي يحمل اسمها والمتخصص بأخبار الإذاعة والتلفزيون في مجلة أميركان جيرناليزم ريفيو (American Journalism Review)، وهي مؤلفة كتاب 'استعد وتهيأ وقُد: دليل موارد لزعماء الأخبار". وقد أمضت بوتر أكثر من 20 عاما في تغطية الأخبار لمحطات تلفزيونية مختلفة، من ضمنها 16 عاما كمراسلة لقسم الأخبار في شبكة سي بي إس وشبكة سي إن إن، وشملت تغطيتها البيت الأبيض ووزارة الخارجية الأميركية والكونغرس والتطورات السياسية الأميركية القومية وقضايا البيئة. كما كانت مضيفة سلسلة 'في فترة الذروة" التي عرضتها شبكة التلفزيون العامة (بي بي إس). وقد حصلت بوتر على شهادة البكالوريوس من جامعة نورث كارولينا في تشابيل هيل وعلى شهادة الماجستير من الجامعة الأميركية.

المحتويات

1

ما هي الأخبار؟
[4]

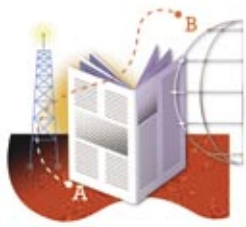
أنواع الأخبار
من أين تأتي الأخبار
دور الصحفي
الموضوعية والنزاهة
مزودو الأخبار

2

الحصول على الأخبار
[12]

الأسئلة الصحفية الستة
المشاهدة
الأبحاث
المصادر
المقابلات
القواعد الأساسية
العمل الصائب

3



صياغة القصة الإخبارية
[22]

بؤرة التركيز
الكتابة
الفقرات التقديمية
تركيبة القصة الصحفية
الخاتمة
نسبة الأقوال في القصة الصحفية
نقل الأقوال واللقم الصوتية
الأرقام

4

تحرير القصة الإخبارية
[30]

وظائف الصحف
وظائف الإذاعات
دور المحرر
تحرير النص
التدريب
العناوين، تعليقات الصور
جذب القارىء
الرسوم والعناصر البصرية
الإشراف

5

البث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني
[38]

أشكال وشروط الخبر المذاع
كتابة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية
الصوت
الصورة
النشرات الإخبارية
أخبار الإنترنت
أشكال القصة الخبرية على الإنترنت
كتابة الأخبار على الإنترنت

6

الصحافة المتخصصة
[46]

مهارات تغطية المهمات الصحفية
الحكومة والسياسة
التجارة والاقتصاد
الصحة، العلوم والبيئة
الشرطة والمحاكم
الرياضة
الأسئلة التي على الصحفيين توجيهها بشأن استطلاعات الرأي

7

المبادئ الأخلاقية والقانون
[54]

المبادىء الأخلاقية
اتخاذ القرارات الأخلاقية
القوانين الأخلاقية
أعراف المسلك
المعايير المجتمعية
القضايا القانونية

8

مصادر صحفية
[61]

جماعات العضوية
التقارير والتحرير
الصحافة المتخصصة
التدريب الصحفي
حرية التعبير
الكتب
القوانين الأخلاقية

المقدمة

الصحافة مهنة ومهارة، حيث أن الصحفيين يستخدمون مهارات متخصصة ويتقيدون بمعايير مشتركة. فما الذي يجعل مهنة الصحافة مختلفة عن المهن الأخرى كالطب أو المحاماة، اللتين يمكن وصفهما بشكل مماثل؟ لعل أكبر اختلاف هو الدور الخاص الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمعات الحرة.

وكثيرا ما وصفت الصحافة الحرة بأنها أكسجين الديمقراطية، لأنه ليس بوسع أي منهما البقاء بدون الآخر. وقد أشار الكاتب السياسي الفرنسي أليكسيس دي توكفيل إلى ذلك عندما زار الولايات المتحدة قبل 200 سنة تقريبا، حين كتب أنه "لا يمكن وجود صحف حقيقية بدون ديمقراطية، ولا يمكن وجود ديمقراطية بدون صحف". وقد ثبتت صحة هذا العرض البسيط للأمر منذ ذلك الحين في دول في جميع أنحاء العالم. وتعتمد الديمقراطيات، الوطيدة والناشئة على حد سواء، على موافقة مواطنين مطلعين على الحكومة وسياساتها، ووسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي للمعلومات التي يحتاج إليها الناس لكي يحكموا أنفسهم.

وقد وضعت دول كثيرة آليات حماية قانونية للصحافة الحرة لضمان قدرة الصحفيين على توفير تلك المعلومات. ففي الولايات المتحدة، مثلا، نجد أن الصحافة هي المهنة الوحيدة المذكورة في الدستور الذي ينص على ما يلي: "لا يجوز للكونغرس أن يضع أي قانون ... يحدّ من حرية الكلام أو الصحافة". وكما كتب توماس جيفرسون، الرئيس الثالث للولايات المتحدة، في العام 1787 "بما أن الأساس الذي تقوم عليه حكومتنا هو رأي الشعب، فإن الهدف الأول يجب أن يكون صيانة هذا الحق، ولو أنني خيّرت بين أن تكون لدينا حكومة بدون صحف، أو صحف بدون حكومة، لما ترددت لحظة في تفضيل الخيار الأخير".

ولا يتمتع الصحفيون في المجتمعات الحرة بحمايات قانونية معينة وحسب، وإنما تلقى على عاتقهم مسؤوليات أيضا. وفي حين يتم تحديد وإيضاح هذه المسؤوليات بشكل لا لبس فيه في بعض الدول، فإنها تكون مفهومة ضمناً في دول أخرى. ولكنها متماثلة في جميع الحالات تقريبا: تقع على عاتق الصحفيين، لإبقاء المواطنين مطلعين على بواطن الأمور، مسؤولية توفير المعلومات الدقيقة بطريقة نزيهة منصفة – ومستقلة – عن أي تدخل غير مشروع.

«الهدف الأساسي للصحافة هو تزويد المواطنين بالمعلومات الدقيقة والموثوقة التي يحتاجون إليها للعب دورهم في مجتمع حر.»

وقد أصبحت وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية حول العالم تؤدي وظيفة إضافية كحراس أو حماة يراقبون نشاطات السلطتين السياسية والقضائية في الحكومة. وحافظت وسائل الإعلام على بقاء الديمقراطيات ونجاحها بإعطاء صوت لمن ليس لهم صوت، وضمان عدم تمكن الأغلبية الحاكمة من الدوس على حقوق الأقلية. وقد قال الكاتب الأميركي الساخر فينلي بيتر دان في القرن التاسع عشر إن مهمة الصحفي هي "مواساة المصاب وتعذيب المرتاح". ولكن دور الصحافة الرئيسي في المجتمعات الحرة ظل هو نفسه ولم يتغير منذ أجيال. فعندما استطلعت "لجنة الصحفيين المعنيين بشؤون المهنة" وهي مجموعة تتخذ من الولايات المتحدة مقراً لها، آراء الصحفيين حول طبيعة مهنتهم في نهاية القرن العشرين، توصلت إلى هذه النظرة المشتركة بينهم: "الهدف الأساسي للصحافة هو تزويد المواطنين بالمعلومات الدقيقة والموثوقة التي يحتاجون إليها للعب دورهم في مجتمع حر".

ويقدم هذا الدليل مقدمة موجزة لأسس ومبادئ الصحافة كما تمارس في الأنظمة الديمقراطية – صحافة تحاول أن تستند إلى الحقيقة وليس إلى الرأي. وفي حين أنه يفسح المجال لإبداء الرأي، إلا أن ذلك يظل محصوراً في أفضل الصحف المحررة جيدا على صفحات الافتتاحيات وأعمدة كتاب مقالات الرأي (وهم كتاب ضيوف على الصحيفة). وهذا هو نوع الصحافة الذي مارسته بنفسي على مدى أكثر من 20 عاما كمراسلة وكمحررة، والذي أعلّمه الآن في ورش العمل المهنية في الولايات المتحدة وحول العالم. وهدفي هو تقديم دليل مفيد وعملي يساعد جميع الصحفيين على تقديم عمل أفضل للمجتمعات التي يخدمونها.

مؤلفة هذا الدليل

1 ما هي الأخبار ؟

قد يبدو الجواب على السؤال "ما هي الأخبار" واضحا. الأخبار هي ما هو جديد، وهي ما يحدث. وعندما يراجع المرء القاموس يجد أنه يعرف الأخبار على أنها «تقرير عن أحداث جديدة أو معلومات لم تكن معروفة سابقا». ولكن معظم الأشياء التي تحدث في العالم يومياً لا تجد طريقها إلى جريدة أو تبث في نشرة على الهواء.

فما الذي يجعل خبراً ما، إذن، مهماً بما فيه الكفاية بحيث يصبح جديراً بالنشر أو الإذاعة؟ الجواب الحقيقي هو أن ذلك يتوقف على طائفة من العوامل. ويمكن القول بشكل عام إن الأخبار معلومات مهمة بالنسبة لجمهورها المقصود، ولذا فإن ما قد يشكل نبأ هاماً في بوينس آيرس قد لا يعتبر نبأ في بيروت. ويقرر الصحفيون الأخبار التي سيغطونها استنادا إلى كثير من "المعايير الإخبارية" التالية:

عامل الزمن

هل وقع الأمر مؤخراً أو وصلتنا المعلومات عنه للتو؟ إن كان الأمر كذلك، فقد يجعله ذلك جديرا بالنشر أو البث. ويختلف معنى "مؤخراً"، باختلاف وسيلة الإعلام، بطبيعة الحال. فبالنسبة لمجلة أخبار أسبوعية، قد يعتبر كل ما يقع بعد صدور العدد السابق في الأسبوع السابق نبأ جديدا. أما بالنسبة لقناة أخبار كبلية تبث على مدى 24 ساعة يوميا فقد تكون أكثر الأخبار المناسبة زمنيا هي "الأخبار العاجلة التي ما زالت تتطور"، أي الأمر الذي يحدث في هذه اللحظة بالذات ويمكن لمراسل موجود في مكان وقوع الحدث تقديم تغطية حية له.

التأثير

هل يتأثر عدد كبير من الناس أم قلة منهم فقط بالحدث؟ سيكون لتلوث شبكة المياه التي تخدم سكان بلدتك البالغ عددهم 20 ألف شخص تأثير لأن ذلك يؤثر على جمهورك بشكل مباشر. كما سيكون لنبأ مقتل عشرة أطفال نتيجة شرب ماء ملوث في مخيم صيفي في مدينة بعيدة تأثير أيضا، لأن الجمهور سيتجاوب على الأرجح عاطفيا مع النبأ. أما كون أحد العمال قد قطع خط الكهرباء فليس خبرا مهما، ما لم يسبب ذلك انقطاع التيار الكهربائي لعدة ساعات في المدينة بأكملها.

القرب

هل حدث الأمر قرب البلد أو تعلق بأشخاص من هنا؟ إن سقوط طائرة في تشاد سيحتل العناوين الرئيسية في غامبيا، ولكن من غير المحتمل أن يتصدر الأنباء في تشيلي ما لم تكن الطائرة تقل ركابا تشيليين.

الخلاف

هل يختلف الناس في الرأي حول هذا؟ إن من الطبيعة البشرية أن يهتم الناس بالأخبار التي تثير صراعاً أو تضارباً في الآراء أو توتراً أو نقاشاً عاما. فالناس يحبون عادة الانحياز إلى جانب رأي أو آخر ومعرفة الموقف الذي سيسود. ولا يعني الصراع دائما انقساماً في وجهات النظر. فالأنباء المتعلقة بأطباء يقاومون مرضا أو مواطنين يعارضون قانوناً جائراً تدور هي أيضاً حول مصارعتهم لذلك.

البروز والشهرة

هل يتعلق الأمر بشخص مرموق؟ فقد تصبح النشاطات أو الهفوات المؤسفة العادية أخبارا إذا تعلق الأمر بشخصية مشهورة كرئيس وزراء أو نجم سينمائي. وحادث سقوط الطائرة في تشاد سيتصدر الأنباء حول العالم إذا كان أحد الركاب من نجوم موسيقى الروك المشهورين.

التداول والانتشار

هل يشكل الأمر موضوع حديث يتناقله الناس؟ قد لا يثير اجتماع للحكومة حول مأمونية الأوتوبيسات اهتماماً كبيرا، ما لم يصادف تحديد موعد ذلك الاجتماع بعد وقت قصير من وقوع حادث أوتوبيس مروع. وقد يبقى حادث وقع خلال مباراة لكرة القدم في نشرات الأخبار لعدة أيام لأنه الموضوع الرئيسي الذي تدور حوله أحاديث الناس في المدينة.

الغرابة

هل إن ما حدث شيء غير عادي؟ وكما يقال عادة "إذا عض كلب رجلا فذلك ليس خبرا. ولكن إذا عض رجل كلبا فذلك خبرا!". فالأشياء الغريبة وغير المتوقعة تجذب اهتمامنا وتثير فضولنا الطبيعي.

كما أن ما يعتبر خبرا يتوقف على تركيبة الجمهور المقصود، ليس فقط أين يعيش الناس بل من هم. فللفئات المختلفة في المجتمع أساليب حياة واهتمامات مختلفة، ما يثير اهتمامهم بأنواع معينة من الأخبار. فبرنامج الأخبار الإذاعي الذي يستهدف مستمعين صغارا في السن قد يشتمل على أنباء تتعلق بنجوم الموسيقى أو الرياضة التي قد لا تغطيها صحيفة اقتصادية تستهدف قراء أكبر سنا وأكثر ثراء. والمجلة الأسبوعية التي تغطي الأخبار الطبية ستنشر تقريرا عن اختبار عقار تجريبي لأنه يفترض أن النبأ سيثير اهتمام الأطباء الذين يشكلون قراء المجلة. ولكن معظم الصحف المحلية الموجهة للجمهور العام ستتجاهل ذلك النبأ ما لم يكن من المعتقد أن العقار سيؤدي إلى الشفاء من مرض معروف. وقد يكون هناك استثناء لذلك إذا كانت الصحيفة تصدر في المجتمع المحلي الذي تجري فيه الأبحاث المتعلقة بالعقار.

وتعتبر المؤسسات الصحفية عملها خدمة عامة، ولذا فإن الأخبار تتألف من معلومات يحتاج الناس إلى معرفتها لكي يواصلوا حياتهم اليومية وليكونوا مواطنين بنائين في مجتمع ديمقراطي. إلا أن معظم المؤسسات الصحفية هي أيضا مؤسسات تجارية يجب أن تحقق ربحا لكي يستمر وجودها، ولذا فإن الأخبار تشتمل أيضا على مواد تسترعي انتباه الجمهور: أخبار قد يرغب الناس في معرفتها لمجرد أنها مشوقة. وهاتان السمتان ليستا متناقضتين بالضرورة. فبعض أفضل الأنباء في أي يوم هي في الحقيقة أنباء مهمة ومشوقة في نفس الوقت. ولكن المألوف إلى حد ما هو أن تصنف المؤسسات الصحفية أخبارها في تصنيفين رئيسيين: الأخبار الأساسية المباشرة والأخبار الخفيفة المعروفة أيضا بالمقالات أو المواضيع الخاصة.

أنواع الأخبار

الأخبار الأساسية هي في الأساس أخبار اليوم. وهي ما تراه في الصفحة الأولى للجريدة أو في أعلى صفحة الشبكة الإلكترونية، وما تسمعه في بداية التقرير الإخباري الإذاعي أو التلفزيوني. فمثلا، الحرب والسياسة والأعمال والجريمة من مواضيع الأخبار الأساسية المتكررة. والإضراب الذي يعلنه اليوم سائقو الأوتوبيسات في المدينة والذي يترك آلاف الركاب بدون وسائل نقل للوصول إلى أماكن عملهم خبر أساسي. وهو خبر تنطبق عليه مواصفات الأهمية من حيث عامل الزمن وإثارة الجدل ومن حيث تأثيره الكبير وقرب الحدث من مكان وجود القراء أو المستمعين. ويحتاج المجتمع إلى المعلومات المتعلقة به في الحال لأنه يؤثر على حياة السكان اليومية.

وفي المقابل فإن نبأ يتعلق ببطل رياضي عالمي الشهرة نشأ في ملجأ للأيتام هو نبأ ينطبق عليه تعريف الأخبار الخفيفة. وهو نبأ يشبع فضول الناس ويتعلق بشخص مرموق كما أنه نبأ غير عادي من المرجح أن يتحدث عنه الناس مع أصدقائهم. إلا أنه لا يوجد سبب ملح لنشره أو إذاعته في أي يوم معين. وهذا يجعله من مواضيع الأنباء الخاصة. ولدى الكثير من الصحف ومواقع الأخبار على شبكة الحاسوب أقسام منفصلة لمواضيع الأنباء الخاصة المتعلقة بأسلوب الحياة والمنزل والأسرة والفنون والترفيه. وقد تصدر الصحف الكبرى ملاحق أسبوعية لأنواع خاصة من المقالات الصحفية المتعلقة بالطعام والصحة والتعليم، وما إلى ذلك.

ولا يشكل الموضوع الأمر الوحيد الذي يميز الأخبار الأساسية عن المقالات الصحفية الخاصة. ففي معظم الحالات تكتب الأخبار الأساسية والمقالات أو المواضيع الخاصة بأسلوبين مختلفين. فالأخبار الأساسية تكتب عادة بحيث يحصل الجمهور على أهم المعلومات بأسرع ما يمكن. أما كتّاب المقالات الصحفية الخاصة فغالباً ما يبدأون الموضوع برواية حدث أو مثال يهدف أساسا إلى جذب اهتمام الجمهور، مما يعني أن الكاتب قد يصرف وقتاً أطول قبل التطرق إلى النقطة الأساسية.

وتجمع بعض الأخبار بين هذين الأسلوبين. والأخبار التي لا تتأثر بعامل الزمن ولكنها تركز على قضايا هامة تعرف عادة بـ "المقالات الصحفية الإخبارية". فالخبر المتعلق بنضال مجتمع ما لمواجهة مرض الإيدز والعيش في ظله • مثلا- هو مقال صحفي إخباري. أما الخبر المتعلق بعلاج جديد لمرضى الإيدز فهو خبر أساسي. والمقالات الصحفية الإخبارية وسيلة فعالة لاستكشاف الاتجاهات أو المشاكل الاجتماعية المعقدة عن طريق رواية أنباء إنسانية فردية عن كيفية تأثر الناس بها والتعايش معها. (سنبحث هذه الأساليب المختلفة في الكتابة بمزيد من التفصيل في الفصل 3 "تقديم الخبر").

من أين تنبع الأخبار؟

يجد الصحفيون الأخبار في أماكن كثيرة مختلفة، ولكن معظم الأخبار تنشأ عن واحدة من ثلاث طرق أساسية:

- الأحداث التي تحدث بصورة طبيعية كالكوارث والحوادث.
- الأنشطة المخططة كالاجتماعات والمؤتمرات الصحفية.
- مبادرات وجهود الصحفيين.

كثيرا ما تصبح الأحداث غير المخطط لها أخبارا رئيسية. فغرق عبّارة أو سقوط طائرة أو وقوع إعصار تسونامي أو انزلاق أرضي يصبح خبرا هاما ليس فقط وقت حدوثه ولكن لعدة أيام وأسابيع بعد ذلك في كثير من الأحيان. ويتوقف نطاق التغطية جزئيا على قرب مكان وقوع الحادث والمتأثرين به. فوقوع حادث سيارة في باريس تنجم عنه وفيات قد لا يكون خبرا هاما في أي يوم، ولكن حادث سيارة في باريس في العام 1997 كان خبرا هاما جدا ليس في فرنسا وحسب بل وفي سائر أنحاء العالم أيضاً لأن الأميرة البريطانية ديانا كانت بين ضحاياه.

والمواطنون الذين يشاهدون كارثة ما كثيرا ما يتصلون بمنظمة إخبارية. ويعلم الصحفيون أيضا بهذه الأحداث من المستجيبين الأوائل من عمال النجدة: قوات الشرطة ورجال الإطفاء والمسؤولون عن الإغاثة والإنقاذ. ويمكن للمنظمات الإخبارية في بعض الدول مراقبة الاتصالات المتعلقة بحالات الطوارئ بين المستجيبين الأوائل من عمال الإنقاذ والنجدة وإرسال صحفيين إلى مواقع الأحداث بسرعة لكي يتابعوا التطورات بأنفسهم.

وأكثر مصادر الأخبار وضوحاً في كثير من مكاتب التحرير هو الجدول اليومي للأحداث في المدينة، الذي يتضمن اجتماعات الحكومة وافتتاح الأماكن التجارية ونشاطات المجتمع المحلي. وفي حين أن قائمة النشاطات هذه التي تدعى في الكثير من الأحيان 'الكتاب اليومي" ليست أنباء جديرة بالنشر بصورة أوتوماتيكية، إلا أنها توفر نقطة بداية جيدة ينطلق منها الصحفيون الباحثون عن الأخبار. ويقول الصحفيون الذين يتابعون تغطية أنواع معينة من القضايا أو المؤسسات، والمعروفون أيضا بالصحفيين المتخصصين بمجالات معينة، إنهم كثيرا ما يحصلون على الأفكار لتغطية خبر ما من خلال إلقاء نظرة على جداول الاجتماعات المقبلة.

ويمكن للبيانات الصحفية أن تشكل مصدرا آخر للأخبار، ولكنها هي أيضاً ليست سوى نقطة انطلاق. وتصل إلى مكاتب التحرير عشرات البيانات الصحفية كل يوم عن طريق البريد أو الفاكس أو حتى أشرطة الفيديو عن طريق الأقمار الصناعية. ويصدر المسؤولون الحكوميون والوكالات الحكومية الكثير من هذه البيانات الصحفية. ولكن المنظمات الكبيرة الأخرى كالشركات الخاصة والمؤسسات غير الربحية تصدر هي أيضا بيانات صحفية لإطلاع وسائل الإعلام على أنشطتها وأعمالها. وفي حين أن البيان الصحفي قد يكون مشابهاً للنبأ الإخباري إلا أنه من غير المرجح أن يقدم خبراً متكاملاً من جميع النواحي نظراً لكونه صادراً عن جهة لها مصلحة شخصية بالموضوع. فقد تكون البيانات الصحفية دقيقة من ناحية صحة الحقائق التي تتضمنها، ولكنها تتضمن عادة فقط تلك الحقائق التي تقدم صورة إيجابية عن الشخص أو المنظمة المرتبطة بالبيان الصحفي. وحتى عندما يبدو البيان الصحفي جديراً بأن يصبح خبراً يتعين على الصحفي المحترف أن يتحقق أولاً من صحته، ثم يبدأ بطرح الأسئلة لتحديد الخبر الفعلي قبل أن يقرر ما إذا كان جديرا بإصداره كخبر.

والأحداث المعدّة مسبقا كالمظاهرات يمكن أن تسفر عن أخبار، إلا أنه يتعين على الصحفيين أن

يتوخوا الحذر لكي لا يستغلهم منظمو المظاهرات الذين يبغون عرض وجهة نظرهم فقط في ما يتعلق بالقضية. وقد أصبح السياسيون بارعين في تنظيم نشاطات و"فرص التقاط الصور" لجذب التغطية لنشاطاتهم، حتى عندما تخلو من أي قيمة إخبارية حقيقية. وهذا لا يعني أنه ينبغي على الصحفيين تجاهل هذه الأحداث، ولكنهم يحتاجون إلى جمع وتقديم مزيد من المعلومات لتغطية الخبر كاملا.

ويقول معظم الصحفيين إن أفضل تقاريرهم الإخبارية تأتي نتيجة مبادراتهم وجهودهم الشخصية. وتأتي الاقتراحات المتعلقة بالأخبار أحيانا من غرباء، ممن قد يزورون مكتب التحرير أو يجرون اتصالات هاتفية أو يرسلون رسائل عبر الإنترنت للشكوى أو التعبير عن قلقهم أو اهتمامهم. وتسعى بعض المؤسسات الصحفية بنشاط للحصول على أفكار من الناس الذين يعيشون في المجتمعات التي تخدمها عن طريق توفير رقم تليفون أو عنوان إلكتروني لتقديم الاقتراحات. ويمضي الصحفيون الكثير من الوقت في إقامة علاقات مع الأشخاص الذين يمكن أن يزودوهم بالمعلومات. (سنبحث إقامة العلاقات مع المصادر في الفصل 2 "الحصول على الخبر").

وكثيرا ما يعثر الصحفيون على الخبر الذي سيدور حوله تقريرهم من مجرد الالتفات إلى ما يدور حولهم والإصغاء إلى أحاديث الناس. وقد يتحول ما تسمعه في حدث رياضي أو أثناء وقوفك في الطابور في مكتب البريد إلى موضوع إخباري. اسأل الأشخاص الذين تلتقي بهم خارج تأديتك لعملك عما يجري في حياتهم أو في أحيائهم وقد تعثر على قصة إخبارية لم يقم أي شخص آخر بتغطيتها.

وهناك طريقة أخرى للعثور على الأخبار وهي السؤال عما حدث منذ آخر مرة نشر فيها خبر ما في الجريدة أو تم بثه على الهواء. وكثيرا ما تقود المتابعة إلى تطورات مفاجئة تكون أكثر أهمية من الناحية الإخبارية من النبأ الأصلي. فمثلا، قد يطلعك نبأ عن حريق في اليوم الذي يلي وقوعه على عدد الأشخاص الذين راحوا ضحيته ومدى الأضرار التي سببها. إلا أن المتابعة بعد عدة أسابيع قد تكشف أن خللا في الاتصال اللاسلكي جعل من المستحيل على رجال الإطفاء الاستجابة بسرعة كافية لإنقاذ مزيد من الأرواح.

وقد تؤدي الوثائق والبيانات والسجلات العامة إلى أنباء هامة أيضا. ذلك أنه يمكن للصحفيين استخدامها للبحث عن الاتجاهات العامة أو لاكتشاف مخالفات. ويتطلب هذا النوع من العمل جهداً أكبر، ولكن النتائج تكون دائما تقريبا جديرة بذلك المجهود. ويكون الأمر أسهل بكثير بالطبع حين تكون البيانات متوفرة بالوسائل الإلكترونية، ولكن من المعروف عن الصحفيين أنهم يدخلون البيانات من سجلات الصحف إلى برامج قاعدة بيانات الحاسوب لكي يتمكنوا من البحث عن أهم المعلومات الواردة في كم هائل من الإحصاءات. فمثلا، قد تؤدي قائمة بأسماء الأشخاص الذين ضبطوا يقودون سياراتهم متجاوزين حد السرعة القصوى إلى قصة إخبارية إذا تم تصنيفها بالاسم بدلا من التاريخ. وقد كانت هذه هي الطريقة التي تمكنت من خلالها المراسلة التلفزيونية نانسي إيمونز من اكتشاف أن سائقا في مدينتها ضبط مخالفاً لقوانين السير اثنتي عشرة مرة خلال ثلاث سنوات وسبّب حادثا أدى إلى مقتل سائق آخر دون أن يفقد رخصة القيادة. وعندما حققت في الموضوع اعترف المسؤولون في مدينتها بأنهم أخفقوا في أداء واجبهم.

دور الصحفي

أصبح من الممكن بفضل التكنولوجيات الجديدة لأي شخص يملك جهاز كمبيوتر أن ينشر المعلومات على نطاق واسع أسوة بأكبر المؤسسات الصحفية. إلا أن موقع الإنترنت المصمم جيدا، مهما كان أسلوب الكتابة فيه جيداً ومهما تكرر تحديث المعلومات فيه، لا يشكل بالضرورة مصدرا موثوقا للأخبار. والحقيقة هي أن دور الصحفي أصبح الآن مهما أكثر من أي وقت مضى بعد أن أصبحنا نعيش في عالم معقد لم تعد المعلومات فيه سلعة نادرة.

والحقيقة هي أن دور الصحفي أصبح الآن مهما أكثر من أي وقت مضى بعد أن أصبحنا نعيش في عالم معقد لم تعد المعلومات فيه سلعة نادرة.

فالصحفي، خلافا لمروّج الدعاية أو ناشر الشائعات، يمحص المعلومات المتوفرة ويحدد ما هو مهم وموثوق منها قبل أن يمررها للجمهور. ويتعين أن تكون التقارير والقصص الإخبارية دقيقة، سواء كانت تقارير أخبار أساسية أو مقالات صحفية خاصة. ويتعين على الصحفيين لا مجرد جمع المعلومات لنقل الأخبار وحسب، وإنما أيضاً التحقق من صحتها قبل استخدامها. ويعتمد الصحفيون على المراقبة المباشرة حينما يكون ذلك ممكنا ويرجعون إلى مصادر متعددة للتأكد من موثوقية المعلومات التي يحصلون عليها. كما أنهم يقومون، إلا في حالات استثنائية نادرة، بذكر المصادر التي استقوا منها معلوماتهم لكي يتمكن الجمهور من تقييم مصداقيتها.

إلا أن الصحافة أكثر من مجرد توزيع للمعلومات المبنية على حقائق. فالدعاية قد تكون مبنية أيضا على حقائق، ولكن تلك الحقائق تقدّم بطريقة تهدف إلى التأثير على آراء الناس. وكما نوهنا سابقاً فإن المحترفين في مجال العلاقات العامة يستخدمون الحقائق أيضا، ولكنهم قد يعرضون جانباً واحداً من القضية. أما الصحفيون فيجهدون لتقديم قصة إخبارية متكاملة ومنصفة. ويجهدون لتقديم قصة دقيقة وصحيحة، تعكس الحقيقة، وليس تصورهم لها أو تصور أي شخص آخر.

ومن الفروق الأخرى التي تميز الصحافة عن أشكال الإعلام الأخرى كون الصحفيين يجهدون لضمان استقلالهم عن الناس الذين يغطونهم في أخبارهم. فليس من المحتمل أن يضمّن موظف العلاقات العامة الذي يعمل في المنظمة التي يكتب هو أو هي عنها معلومات في ما يكتبه تظهر المنظمة بصورة سيئة. أما الصحفي فسيحاول تقديم صورة كاملة، حتى لو لم تكن إيجابية تماما.

وليس الصحفيون مجرد أحزمة نقل لوجهات نظرهم الشخصية أو لمعلومات يقدمها آخرون. فهم يقدّمون تغطية أصلية للأخبار، ولا يخلطون بين الحقيقة والرأي أو الإشاعة، كما أنهم يتخذون قرارات تحريرية سليمة. ويقول بيل كيلير، المحرر التنفيذي لصحيفة نيويورك تايمز، إن من المسؤوليات الصحفية الرئيسية "الحكم على المعلومات".

ويدين الصحفيون بولائهم الرئيسي للجمهور، وذلك خلافا لغيرهم من ناقلي المعلومات. وكما تقول صحيفة مونتريال غازيت الكندية في مدونة مبادئها للسلوك "إن أعظم رصيد تملكه أي صحيفة هو نزاهتها. واحترام تلك النزاهة يُكتسب بعد جهد جهيد ويُفقد بسهولة". وللمحافظة على تلك النزاهة يبذل الصحفيون جهودا كبيرة لتفادي تضارب المصالح، سواء كان فعليا أو متخيلا. (سنتحدث عن ذلك بمزيد من التفصيل في الفصل 7 "مبادىء الأخلاق والقانون").

الموضوعية والنزاهة

تطور مفهوم الموضوعية في الصحافة منذ قرن تقريبا كرد فعل على التغطية الصحفية التي تهدف إلى الإثارة بدافع الأهواء والآراء الشخصية، وهي طريقة التغطية التي كانت شائعة في معظم صحف تلك الأيام. واستخدم تعبير "الموضوعية" أصلا لوصف نهج أو أسلوب صحفي؛ بحيث يسعى الصحفيون إلى تقديم الأخبار بطريقة موضوعية لا تعكس تحيز الصحفي نفسه أو المؤسسة التي تملك وسيلة الإعلام.

ومع مرور الوقت أصبحت الموضوعية صفة مطلوبة من الصحفيين أنفسهم. وقد أخذ المحرر التنفيذي لصحيفة الواشنطن بوست الأميركية، لينارد داوني، هذا المفهوم مأخذ الجد التام حتى أنه رفض تسجيل اسمه للتصويت في الانتخابات. غير أن صحفيين كثيرين يقرون الآن بأن الموضوعية التامة مستحيلة. وقد أسقطت الجمعية الأميركية للصحفيين المحترفين في العام 1996 كلمة "موضوعية" من مدونة مبادئ السلوك الخاصة بها. فالصحفيون بشر مثلهم مثل غيرهم، وهم يهتمون بعملهم ولهم آراؤهم. والادعاء بأنهم موضوعيون كليا يوحي بعدم وجود

قيم لديهم. وقد اتفق الصحفيون، عوضا عن ذلك، على أنه ينبغي عليهم أن يكونوا واعين لآرائهم الشخصية لكي يتمكنوا من ضبطها وضمان عدم تأثيرها على ما يكتبونه. وينبغي ألا يتمكن الجمهور من معرفة رأي الصحفي من خلال تقريره الإخباري. وبوسع الصحفيين، عن طريق استخدام نهج موضوعي وعلمي للتحقق من المعلومات، تقديم تقارير إخبارية لا تعكس وجهات نظرهم الشخصية. وبمعنى آخر، يتعين أن يكون التقرير الإخباري نفسه غير متحيز ونزيها.

ويسعى الصحفيون أيضا لأن يكونوا نزيهين ومنصفين في تغطيتهم الإخبارية من خلال عدم تقديم تقارير إخبارية تقدم وجهة نظر جانب واحد، بل يسعون إلى معرفة الآراء المناقضة لذلك الرأي وعرضها هي أيضاً بدون التحيز لأحد الجانبين. وهم لا يكتفون بالتأكد من صحة الوقائع بل يسعون إلى معرفة وعرض الآراء المتباينة في الحالات التي تكون فيها الوقائع موضع جدل وخلاف.

غير أن النزاهة والإنصاف تختلف عن التوازن. فالتوازن يوحي بأن هناك جانبين فقط لأي خبر، وهو شيء نادر، وبأنه يجب إعطاؤهما أهمية متساوية في التغطية. والصحفيون الذين يسعون لتحقيق هذا النوع من التوازن المصطنع في تقاريرهم الصحفية قد ينتجون تغطية تفتقر بشكل أساسي إلى الدقة. فمثلا، قد تتفق الأغلبية الساحقة من علماء الاقتصاد المستقلين على نتائج سياسة إنفاق معينة في حين أن أقلية صغيرة تملك رأيا مختلفا ثبت خطؤه من تجارب الماضي. وسيكون التقرير الإخباري الذي يعطي وقتا أو مساحة متساوية لوجهات نظر المجموعتين مضللا.

والتحدي الذي يواجهه الصحفيون هو تغطية جميع وجهات النظر المهمة بطريقة نزيهة منصفة بالنسبة للمعنيين بالموضوع وتقدم أيضا صورة كاملة وأمينة للجمهور. ويقول الصحفي وكاتب المدونة الإلكترونية دان غيلمور إن 'النزاهة والإنصاف يعنيان، من بين أمور أخرى، الاستماع لوجهات النظر المختلفة ودمجها في الصحافة. إن النزاهة والإنصاف لا يعنيان تكرار الأكاذيب أو التحريفات لتحقيق تلك المساواة الكسولة التي تقود بعض الصحفيين إلى الحصول على تصريحات مناقضة يستشهدون بها حين تكون الوقائع مؤيدة لجانب واحد بصورة لا تقبل الشك".

مزودو الأخبار

يشترك الصحفيون في جميع أنحاء العالم بصفات معينة. فهم فضوليون ومثابرون. وهم يريدون معرفة سبب حدوث الأمور ولا يستسلمون بسهولة لمن يرفض الكشف عن المعلومات. كما أنهم لا يرهبون أصحاب السلطة والنفوذ ويحرصون على العمل الذي يمارسونه حرصاً شديدا. ويقول كيفين مارش، وهو محرر في هيئة الإذاعة البريطانية – راديو 4، إن الصحفي الجيد يملك 'القدرة على فهم الحقائق الكبيرة والتواضع اللازم للتخلي عنها حين لا تكون الوقائع متساوقة معها." وينطوي عمل الصحفي على صعوبات وتعقيدات. وكما قال فيليب جراهام، رئيس مجلس إدارة شركة الواشنطن بوست الراحل ذات مرة '(تقع على عاتق الصحفي) المهمة المستحيلة التي لا مفر منها لأن يقدّم كل أسبوع مسودة تاريخ لن يكتمل أبدا عن عالم لا يمكننا فهمه أبدا".

وتتوفر للصحفيين اليوم وسائل لتسويق نتاجهم تفوق ما كان متوفراً في أي وقت مضى، من صحف المجتمعات الصغيرة إلى قنوات الأخبار التلفزيونية التي تبث على نطاق عالمي ومواقع الأخبار على شبكة الإنترنت. وتتصف كل وسيلة من هذه الوسائل بمواطن ضعف وقوة مختلفة.

ففي معظم الدول، توظف الصحف اليومية أكبر عدد من الموظفين وتقدّم مواضيع أكثر عمقا وأوسع نطاقا من وسائل الإعلام المرئي والمسموع. وقد بدأت صحف كثيرة بالتغلب على المحدودية التي كان يفرضها عليها العرف التقليدي بإصدار عدد واحد في اليوم من خلال إنشاء مواقع ويب تابعة لها على الإنترنت. ولكنها لا تصل أساساً إلا إلى جمهور مثقف وميسور، أي إلى أشخاص يستطيعون القراءة ويملكون ما يكفي من المال لشراء الجريدة أو يستطيعون استخدام جهاز كمبيوتر لقراءة الجريدة على خط مباشر على الإنترنت.

ويتمتع الراديو الذي يعدّ واحدا من أكثر مصادر الأخبار استخداماً في العالم بميزة السرعة وسهولة توفير الأنباء. ويمكن للصحفيين الإذاعيين بث الأخبار على الهواء بسرعة كما يمكن لكل من يملك راديو بطارية أن يسمع الأخبار في أي مكان تقريبا وفي أي وقت. ويقدّم الصحفيون الإذاعيون الأخبار من خلال المقاطع الصوتية علاوة على الكلمات، وبذلك يشعر المستمعون بأنهم خبروا بالفعل جزءاً مما كان عليه الحدث حقا. وبما أن الأخبار تذاع عدة مرات في اليوم، فإنه يتم تحديثها بصورة متكررة. إلا أن معظم محطات الإذاعة لا توفر

سوى فترة محدودة جداً من الوقت لنشرة الأخبار التي تميل عادة لأن تكون موجزا مختصرا لأبرز الأنباء، بدون التعمق والإفاضة المتوفرين في الجريدة.

أما نشرات الأخبار التلفزيونية فيمكنها، باستخدام الصوت والصورة، أن تعرض على المشاهدين ما يحدث لا أن تبلغهم عنه فقط. ومن مواطن قوة التلفزيون قدرته على نقل المشاعر وتشاطر الحدث مع المشاهدين. وقد أتاح التقدم التكنولوجي – الكاميرات الأصغر حجما والمونتاج الرقمي ووصلات الاتصال المتنقلة – للتلفزيون أن يبث الأنباء بسرعة تكاد تعادل سرعة الراديو. إلا أن اعتماد هذه الوسيلة الإعلامية على الصور قد يشكل عائقا: تتفادى نشرات الأخبار التلفزيونية أحيانا تغطية الأخبار المعقدة لأنها غير مغرية من الناحية البصرية.

وقد بدأت الحدود بين التصنيفات التقليدية لأخبار الصحافة المطبوعة والمرئية والمسموعة بالتداخل والتلاشي مؤخرا. وتقدّم منظمات إخبارية عديدة في الولايات المتحدة وفي غيرها من الدول الأخبار في طائفة من الوسائل الإعلامية، بما في ذلك الإنترنت. وبما أن الإنترنت قابلة للتوسع بدون حدود، فإن الأخبار المبثوثة عبرها ليست خاضعة بالضرورة لنفس قيود المساحة والوقت المفروضة على وسائل الصحافة المطبوعة والمرئية والمسموعة. ويمكن لمواقع الأخبار أن تقدّم قدراً أكبر من المعلومات وأن تحافظ على توفرها لمدة أطول. كما يمكنها أن تتيح للمستخدمين البحث عن الأخبار التي تهمهم أكثر من غيرها.

وقد تبدو مواقع الأخبار على الإنترنت التابعة للصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون متشابهة جدا. فهي توضح أخبارها بالصور ويقدم العديد منها أشرطة فيديو متتابعة متدفقة باستمرار واطراد للأخبار أو نشرات أخبار كاملة. وقد تقدّم أيضا صيغة "نشرة مجمّعة" (بودكاسب)، فتنشر ملفاتها على الإنترنت بحيث يمكن للمشتركين فيها إنزال أو تحميل الملفات من الإنترنت على جهاز حاسوب أو على مسجل محمول لوسائل الإعلام لاستخدامه في وقت لاحق. ويمكنك في بعض المواقع قراءة نص الخبر بنفسك أو الإصغاء لكاتبه يتلوه عليك بصوته. وقد بدأت مؤسسات الأخبار تنشئ حتى مدونات إلكترونية خاصة بها، تعرف اختصاراً باسم بلوغز. وتتيح للصحفيين الفرصة لتدوين مفكرات على الخط عن الأخبار التي يغطونها أو القرارات التي تتخذ في مكتب التحرير.

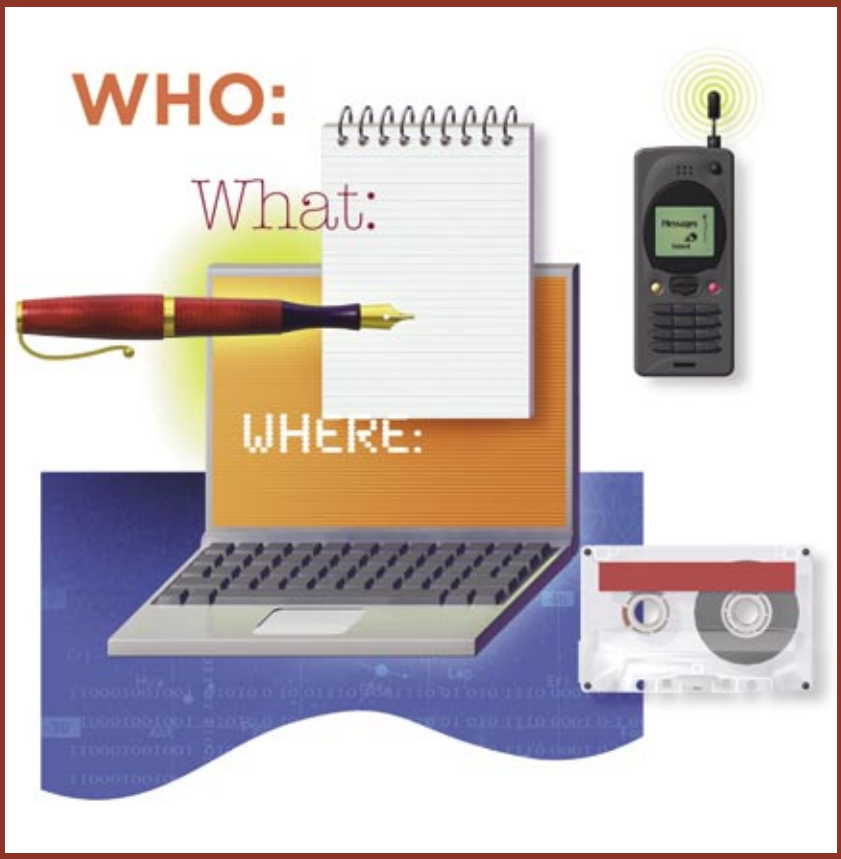
ويجد صحفيون كثيرون في عالم الأخبار المتطور هذا أنهم يحتاجون إلى مهارات إضافية لأداء العمل المتوقع منهم. وقد يتوقع من الصحفيين أن يلتقطوا صورا لاستخدامها على الإنترنت، بالإضافة إلى إجراء المقابلات مع المصادر وإعداد التقارير الإخبارية للصحيفة. وقد يطلب من المحررين أن ينشروا أخبارا على الإنترنت، بالإضافة إلى مراجعة أخبار الصحفيين وكتابة عناوين الأخبار. وقد يتعين على المصورون تصوير شريط فيديو بالإضافة إلى التقاط الصور، كما قد يتعين عليهم كتابة نصوص لشرح صورهم. وتوفر منظمات إخبارية عديدة التدريب للصحفيين الذين يقومون بأدوار جديدة في قسم الأخبار. ويقدم بعض أساتذة الصحافة الآن ما يسمونه 'منهاجا دراسيا مجمّعا" لمساعدة الطلاب على تعلم مهارات متعددة قد يحتاجون إليها في المستقبل.

لكن، ورغم كل هذه المتطلبات الجديدة، يبقى جوهر الصحافة الجيدة هو نفسه دون تغير. فكما قال بيل كوفاك وتوم روزينستيل في كتابهما 'مبادئ الصحافة: ما يجب على الصحفيين معرفته ويجب على الناس توقعه"، هناك بعض المبادئ الواضحة التي يتفق الصحفيون في المجتمعات الديمقراطية عليها والتي يحق للمواطنين توقعها:

- التزام الصحافة الأول هو إزاء الحقيقة.
- ولاؤها الأول هو للمواطنين.
- جوهرها هو نظام التحقق والتثبت.
- على ممارسيها أن يحافظوا على استقلاليتهم عن الأشخاص الذين يغطونهم.
- على الصحافة أن تلعب دور مراقب مستقل للسلطة.
- يجب أن توفر منبراً للنقد العام والحلول الوسط.
- يجب أن تسعى لجعل الأمور المهمة مشوقة ووثيقة الصلة بالموضوع.
- يجب أن تبقي الأخبار شاملة ومتناسبة.
- يجب أن يتاح لممارسيها أن يحكّموا ضميرهم الشخصي.

وتميز هذه القيم والمعايير الصحافة عن جميع أنواع الاتصال وتبادل الآراء. والتقيد بها ليس سهلا. ويواجه الصحفيون ضغوطا لتقديم تنازلات بخصوص هذه المعايير كل يوم تقريبا. ولكن تذكّر هذه المعايير دائما هو أفضل سبيل لضمان كون الصحافة قادرة على تأدية وظيفتها الأساسية، وهي تزويد المواطنين بالمعلومات التي يحتاجون إليها لاتخاذ قرارات تتعلق بحياتهم.

2 الحصول على الأنباء



جاء طرف الخيط في رسالة إلكترونية من مسؤول حكومي سابق اقترح إلقاء نظرة على موضوع توفر إمدادات طوافات النجاة في العبّارات بولاية واشنطن. وقرر المراسل الصحفي إريك نالدر، الذي كان يعمل آنذاك في جريدة سياتل تايمز، أن يستطلع الأمر. وكان أول اتصال أجراه مع مدير سلامة نظام العبّارات، الذي كان جديدا في وظيفته، ولكنه زود نالدر باسم ومكان سلفه.

ولكنه زود نالدر باسم ومكان سلفه. وعندما اتصل نالدر بالمدير المتقاعد هاتفيا أكد له وجود نقص في طوافات النجاة. ولكن ذلك لم يكن يعني أن نالدر قد كشف عن قصة إخبارية جيدة بأي شكل من الأشكال بل كان يعني أنه أصبح في بداية الطريق إليها.

وللحصول على القصة الإخبارية كاملة كان نالدر بحاجة إلى وثائق تظهر عدد طوافات النجاة الموجودة على كل عبّارة، وسعة كل طوف، وعدد الركاب الأقصى الذين تستطيع العبّارة نقلهم. وكان عليه أن يحلل البيانات لكي يقرر خطورة هذا النقص. كما أراد أن يركب العبّارات وأن يتحدث مع الركاب وأطقم الملاحين. وبعد كل ذلك فقط كان جاهزا لكتابة قصته الإخبارية التي احتلت الصفحة الأولى في الجريدة، والتي أظهرت أن العبّارات في ولايته كانت تحمل طوافات نجاة كافية لإجلاء واحد من كل سبعة ركاب فقط.

إن تغطية الأخبار عملية تتطلب المثابرة في جمع المعطيات وتمحيصها بدقة للتأكد من صحتها. وفي حين يشهد الصحفيون أحيانا الأخبار مباشرة بأنفسهم، إلا أنهم يحصلون على التفاصيل عادة من آخرين عايشوا أمراً ما بصورة مباشرة أو من خبراء في الموضوع. وتتعزز تلك المعلومات أو تدعم بالأدلة من مصادر إضافية، ويتم التدقيق فيها بمقارنتها مع أدلة موثقة في السجلات العامة أو التقارير أو الأرشيف.

ويتعين أن تجيب المعلومات التي يجمعها الصحفي على الأسئلة التقليدية المتعلقة بمن وماذا وأين ومتى ولماذا وكيف. وقد يسأل الصحفي هذه الأسئلة بعدة طرق مختلفة، ويتوقف ذلك على مدى تعقيد القصة الإخبارية.

من:

- من هم الأطراف في هذه القصة الإخبارية؟
- من يتأثر بها؟
- من هو أفضل شخص يتحدث عن القصة الإخبارية؟
- من هو الغائب عن هذه القصة الإخبارية؟ من لديه المزيد من المعلومات عن هذا؟
- من هم أطراف النزاع في هذه القصة الإخبارية؟ وهل هناك أي شيء مشترك بينهم؟
- من هم الآخرون الذين يجب أن أتحدث معهم عن هذا أيضا؟

ماذا:

- ما الذي حدث؟
- ما هي النقطة الأساسية في هذه القصة الإخبارية؟ ما الذي أحاول قوله حقا؟
- ما الذي يحتاج القارىء أو المشاهد أو المستمع إلى معرفته لكي يفهم هذه القصة الإخبارية؟
- ما الذي فاجأني؟ ما هي أهم حقيقة أو معلومة عرفتها؟
- ما هو التاريخ أو الخلفية هنا؟ ما الذي سيحدث الآن؟
- ما الذي يستطيع الناس أن يفعلوه حيال الأمر؟

أين:

- أين حدث هذا؟
- إلى أين يجب أن أذهب أيضا لكي أحصل على القصة الإخبارية كاملة؟
- إلى أين تتجه هذه القصة الإخبارية بعد ذلك؟ وكيف ستنتهي؟

متى:

- متى حدث هذا؟

- متى حدثت نقاط التحول في هذه القصة الإخبارية؟
- متى يجب أن أقدم تقريري عن هذه القصة الإخبارية؟

لماذا:

- لماذا يحدث هذا؟ هل هو قضية مسألة واحدة منفردة أم جزء من اتجاه عام؟
- لماذا يتصرف الناس بهذه الطريقة؟ ما هي دوافعهم؟
- ما هو سبب أهمية هذه القصة الإخبارية؟ لماذا يتعين على أحد أن يشاهدها أو يقرأها أو يستمع إليها؟
- ما الذي يجعلني متأكداً من أنني مصيب بشأن هذه القصة الإخبارية؟

كيف:

- كيف حدث هذا؟
- كيف ستصبح الأمور مختلفة عما كانت عليه بسبب ما حدث؟
- كيف ستساعد هذه القصة الإخبارية القارىء أو المستمع أو المشاهد؟ والمجتمع؟
- كيف حصلت على هذه المعلومات؟ هل الاستشهاد بالأقوال ونقلها واضح؟
- كيف سيصف شخص ما هذه القصة الإخبارية لصديق؟

يستخدم الكثير من الصحفيين قوائم كهذه يحفظونها في ذهنهم للتأكد من أنهم غطوا جميع العناصر المهمة للقصة الإخبارية.

المراقبة والملاحظة

تعد المراقبة والملاحظة في موقع الحدث من العناصر الأساسية في التغطية الإخبارية الجيدة. ويرغب الصحفيون في مشاهدة الأحداث بأنفسهم حين يكون ذلك ممكنا لكي يصفوها بدقة للجمهور. ويستخدم الصحفيون الجيدون كل حواسهم في موقع الحدث. فهم ينظرون ويستمعون ويشمون ويتذوقون ويتحسسون القصة الإخبارية لكي يتمكن الجمهور من ذلك أيضا.

ويتعين على الصحفيين، للقيام بذلك على نحو جيد، تسجيل ملاحظاتهم بدقة. والصحفي الذي يعمل في الصحافة المطبوعة يستطيع أن يؤدي عمله/عملها باستخدام دفتر ملاحظات وقلم رصاص أو قلم حبر. ولكن الكثيرين منهم يحملون

ويستخدم الصحفيون الجيدون كل حواسهم في موقع الحدث.

أجهزة تسجيل صوتية أو كاميرات أيضاً، خاصة إذا كان متوقعاً منهم تقديم قصص إخبارية لطبعة إلكترونية أيضا. أما بالنسبة للراديو فإن الصحفيين يحتاجون إلى تسجيل الصوت، وبالنسبة للتلفزيون يحتاجون إلى الصوت والفيديو.

واستخدام جهاز التسجيل وسيلة للتأكد من دقة أي أقوال قد تستشهد بها وتنقلها. ولكن الأجهزة الإلكترونية معرضة للخلل والتوقف عن العمل ولذا فإن من المهم لجميع الصحفيين أن يكونوا مدوني وقائع ماهرين. وفيما يلي بعض الأفكار المفيدة حول تدوين الوقائع من صحفيين متمرسين:

- دوّن الحقائق والتفاصيل والآراء والأفكار. أوضح الفرق بينها ومصدر كل منها.
- أرسم رسوما بيانية للغرف أو المشاهد أو المواد تظهر علاقتها ببعضها بعضا.
- احرص دائما على الحصول على التهجئة الصحيحة للأسماء وعلى الألقاب الصحيحة والمعلومات الصحيحة المتعلقة بالاتصال بالأشخاص. اسأل عن تاريخ الميلاد والسنة التي ولد فيها الشخص لضمان كونك حصلت على عمره الصحيح.
- أوضح القواعد التي أجريت المقابلات على أساسها في دفتر الملاحظات.
- لا تحشو المعلومات حشواً بل أترك مساحة لإضافة الحواشي والملاحظات التفسيرية.
- أترك الغلافين الداخليين فارغين لكي تكتب فيهما الأسئلة التي ستسألها في وقت لاحق.
- أضف الحواشي والملاحظات التفسيرية بأسرع ما يمكن.

يستخدم صحفيون كثيرون مختصراتهم الشخصية للكلمات المألوفة لكي يتمكنوا من كتابة الملاحظات بسرعة. ثم يذيّلون ملاحظاتهم، ويفصّلون المختصرات لتفادي التشوش فيما بعد. كما يعلّمون على أهم المعلومات التي حصلوا عليها والأقوال الجيدة التي قد ينقلونها

للاستشهاد بها في القصة الإخبارية، وأي شيء يحتاجون لمتابعته أو التحقق من صحته، والأسئلة التي ما زالت بحاجة إلى إجابة.

ويتعين على الصحفيين، وقد يبدو هذا أمراً بديهياً لا حاجة لذكره، أن يكونوا متأكدين من أنهم يحملون معهم الأدوات التي يحتاجون إليها قبل التوجه لتغطية القصة الإخبارية: دفتر ملاحظات، قلم، جهاز تسجيل أشرطة أو جهاز تسجيل رقمي وبطاريات جديدة. فليس هناك شيء أكثر إحراجا من الوصول إلى مكان الحدث ثم اكتشاف عدم وجود فيلم أو شريط في الكاميرا، أو أن القلم الوحيد في جيبك خال من الحبر. وكثيراً ما يحمل الصحفيون في هذه الأيام أدوات إضافية: تليفون جوال وجهاز كمبيوتر شخصي صغير نقال. وهناك بعض المواد البسيطة الأخرى التي قد تكون مفيدة أيضا. فوضع رباط مطاط حول دفتر الملاحظات، للتأشير على الصفحة الفارغة التالية، يسهل العثور عليها بسرعة. وسيقي كيس بلاستيك دفتر ملاحظاتك من المطر، وبذلك تبقى الصفحات جافة ولا يسيل الحبر عليها. ويساعدك وجود منظار صغير على مشاهدة ما يحدث حتى إذا لم تستطع الاقتراب من موقع الحدث. وسيساعدك وجود آلة حاسبة لديك على تحويل المعلومات كعدد أطنان الوقود الذي تحمله طائرة إلى تعابير مألوفة لدى الجمهور، وفي هذه الحالة إلى لترات أو غالونات.

البحث عن المعلومات

يميل الصحفيون إلى جمع معلومات تزيد كثيرا عما يحتاجون إليه في كتابة قصة إخبارية، إلا أن تلك المعلومات تساعدهم دائما على فهم الحدث أو القضية التي يغطونها على نحو أفضل. وقد ذكر إريك نالدر في تقريره حول طوافات النجاة أن المياه التي تمخر فيها العبارات من البرودة في شهر كانون الثاني/يناير بحيث تؤدي إلى وفاة الإنسان في غضون نصف ساعة. وتضع مثل هذه المعلومات النبأ الخاص بالنقص في طوافات النجاة في السياق الضروري من خلال شرح أهميتها بشكل أكثر وضوحا. وهذا هو بالضبط نوع المعلومات التي يبحث عنها الصحفيون عندما يجرون أبحاثا حول القصة الإخبارية، إما قبل أن يغادروا مكتب التحرير أو في الطريق عندما تخطر الأسئلة على بالهم.

وتتوفر للصحفيين اليوم، بفضل أجهزة الكمبيوتر والإنترنت، أدوات بحث تفوق ما كان متوفراً في أي وقت مضى. والكثير من هذه الأدوات هو مجرد صيغ تكنولوجية متقدمة للأدوات الأساسية للمهنة: سجلات الأسماء والعناوين وأرقام الهاتف وكتب المعلومات السنوية والموسوعات والخرائط. أما البعض الآخر فهو بيانات قواعد وتقارير كان من الصعب الرجوع إليها في أيام ما قبل الإنترنت، وكان الاطلاع عليها يستدعي القيام بزيارة للمكتبة أو لمبنى حكومي. وهناك أدوات أخرى أيضاً لم يكن بإمكان الكثيرين تصورها قبل عقدين من الزمن عندما كانت الإنترنت في أيامها الأولى: محركات البحث والمدونات الإلكترونية (البلوغز) وغرف المحادثة الإلكترونية ولوائح البريد الإلكتروني. وجميع هذه الموارد مفيدة للصحفيين الساعين إلى جمع معلومات تتعلق بخلفية القصة الإخبارية. ولكن واحدة من أهم أدوات البحث الأساسية ما زالت كما هي لم تتغير منذ قرن: مكتبة المؤسسة الإخبارية التي تضم التقارير الإخبارية التي سبق نشرها أو بثها على الهواء. وسواء كانت هذه التقارير قد حفظت على الورق في دروج الملفات أو في ملفات الحاسوب، فهي مكان مفيد يمكن الانطلاق منه لمختلف أنواع القصص الإخبارية. ويحتفظ الكثير من الصحفيين بملفات قصاصات شخصية تتضمن تقارير وأنباء جمعوها عن مواضيع محددة.

تخيل أن الرئيس السابق لدولة مجاورة قد توفي. سيحتاج الصحفي المكلف بكتابة التقرير الإخباري حول ذلك إلى معرفة بعض الحقائق الأساسية: العمر وسبب الوفاة وأين ومتى حدثت الوفاة. كما أن الصحفي سيحتاج إلى الحصول على معلومات تتعلق بفترة تولي ذلك الرئيس منصبه وكيف تغيرت الدولة منذ أن كان رئيسها. والخطوة الأولى هي الاطلاع على التقارير الصحفية السابقة، إما في أرشيف مكتب التحرير أو على الإنترنت. وقد تذكر تلك التقارير شخصا كان مقربا من الرئيس السابق يمكن للصحفي أن يطلب إجراء مقابلة معه. ويحتاج الصحفي إلى معلومات عن خلفية ذلك الشخص قبل إجراء المقابلة، وقد يعلم أن صديق الرئيس السابق قد احتفظ بجميع رسائله، التي قد تكشف عن بعض المعلومات الجديدة المفاجئة.

وإجراء مقابلة صحفية بدون القيام بأي بحث مسبق أشبه ما يكون بقيادة سيارة إلى مكان غير مألوف بدون الاستعانة بخريطة. فقد تصل إلى المكان المقصود، ولكن هناك احتمالا كبيراً بأن يفوتك منعطف في الطريق.

المصادر

يستخدم الصحفيون المصادر الأولية والثانوية في تغطيتهم للأخبار. وقد يكون المصدر الأولي مقابلة مع شخص تعامل مباشرة مع الحدث أو الموضوع، أو وثيقة أصلية تتعلق بذلك الموضوع. كما أن الصحفي كشاهد عيان يعتبر مصدرا أوليا. وقد يكون المصدر الثانوي تقريراً مكتوبا يستند إلى الوثيقة الأصلية. ففي حالة وقوع حريق، مثلا، يكون الشخص الذي احترق منزله مصدرا أوليا. كما أن الإطفائي الذي شارك في إخماد الحريق يعتبر هو أيضاً مصدراً أولياً. ولكن البيان الصحفي الصادر عن محطة الإطفاء في اليوم التالي مصدر ثانوي.

ومن المبادئ السائدة التي يعتمدها الصحفيون أثناء إجراء بحث يتعلق بخبر ما هو أنه لا يمكن لمصدر واحد أن يقدّم كل المعلومات التي قد يحتاجون إليها. وفي حالة الرئيس السابق فإن كل مصدر تعامل معه الصحفي قاده إلى مصدر آخر. وتناقض المصادر بعضها البعض أحيانا. وللتغلب على التناقضات قد يتعين على الصحفيين إما أن يتوصلوا إلى معرفة الموقف الذي تدعمه البراهين أكثر من غيره أو أن يستعينوا بمصادر أصلية، كالوثائق، لكي يقرروا أي من الروايات هي الرواية الصحيحة. والمصادر الثانوية تكون مفيدة جداً كوسيلة لتأكيد المعلومات التي يتم الحصول عليها من مصادر أولية.

والصحفيون الجيدون يتصلون بمصادرهم بشكل منتظم، ويسألونهم عما إذا كان هناك ما يثير الاهتمام.

ومهما كانت المصادر التي تستخدمها لإجراء بحث يتعلق بخلفية قصة إخبارية فإن العنصر الحاسم الأهمية هو أن تأخذ صحة أو مصداقية المصدر بعين الاعتبار. ويمكن لأي شخص في هذه الأيام أن يصمم موقعا إلكترونيا يبدو وكأنه موقع محترف، أو يرتب لإرسال رسالة إلكترونية تبدو أصلية ولكنها تكون في الحقيقة خدعة. فمجرد وجود الأشياء على الإنترنت لا يعني أنها صحيحة. ويتعين على الصحفيين التحقق من مصدر جميع المعلومات لكي يقرروا ما إذا كانت جديرة بالثقة إلى درجة كافية لاستخدامها في قصة إخبارية.

ويشكل اختيار المصادر التي سيستخدمها الصحفي جزءا كبيرا من مهمته. وفيما يلي بعض الأسئلة المفيدة لتقييم ما إذا كنت قد اخترت المصدر الصحيح أو أفضل مصدر لقصتك الإخبارية.

- كيف يعرف هذا المصدر ما يعرفه؟ (هل هذا الشخص في موقع، شخصي أو مهني، يتيح له معرفة هذه الأمور؟)
- كيف يمكنني أن أحقق من صحة هذه المعلومات عن طريق مصادر أخرى أو عن طريق الاستعانة بوثائق؟
- هل تمثل وجهة نظر مصدري وجهة نظر فئة كبيرة؟ (هل هذا مجرد شخص يشكو بصوت عال ضد مالك منزله بسبب وجود مشكلة شخصية بينهما؟ أم أن هذا هو صوت يجيد التعبير ويتحدث باسم مجموعة كاملة من المستأجرين الذين يواجهون مشاكل خطيرة ومشروعة؟)

- هل كان هذا المصدر جديراً بالثقة ومتصفاً بالمصداقية في الماضي؟
- هل أستخدم هذا المصدر لأنه سبيل سهل لطلب المعلومات أو لأنني أعرف أنني سأحصل على شيء ما يمكنني استخدامه؟
- ما هو دافع المصدر لتقديم المعلومات؟ (هل يحاول هذا الشخص إظهار نفسه بصورة جيدة أو إظهار رئيسه بصورة سيئة؟؟ لماذا قرر/قررت أن يتحدث معي أساسا؟)

وعندما تكتشف مصدرا مفيدا للمعلومات لقصة إخبارية يجدر بك البقاء على اتصال به على المدى الطويل. واجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن كيفية الاتصال بكل مصدر، ولا تكتفي بمجرد عنوان المكتب ورقم التليفون، بل أطلب أيضا رقم التلفون النقال (المحمول) ورقم تليفون المنزل، بالإضافة إلى العنوان الإلكتروني. والصحفيون الجيدون يتصلون بمصادرهم بشكل منتظم، ويسألونهم عما إذا كان هناك ما يثير الاهتمام. وسهّل على المصادر طريقة الاتصال بك أيضا بإعطاء بطاقتك الشخصية لكل شخص تقابله أثناء تغطية القصة الإخبارية.

ويمكن أن يكون أي شخص يستطيع الحصول على المعلومات، بمن في ذلك السكرتيرات والكتبة، مصدراً مفيداً للصحفي. إذ يمكنهم تقديم نسخ عن الوثائق، كما أنهم يعرفون عادة اسم الشخص الأكثر اطلاعاً على موضوع معين. والصحفي الذي يعاملهم باحترام قد يجد أن طلبه/طلبها مقابلة مع مدير السكرتيرة سيحظى بالموافقة عليه بشكل أسرع.

المقابلات

تقول الصحفية الأميركية كريستين غيلغر إن "إجراء المقابلات بمهارة هو أساس كل تغطية وكتابة صحفية جيدة". وتعرّف المقابلة بأنها المعلومات أو الرأي أو الخبرة التي يتشاطرها المصدر في محادثة مع الصحفي. وما يجعل المقابلة مختلفة قليلا عن الحديث العادي هو أن الصحفي يحدد اتجاه الأسئلة.

والحصول على مقابلة ليس سهلاً دائما. فقد لا يرغب الناس في التحدث مع صحفي، خاصة إذا كانت القصة الإخبارية مثيرة للجدل. وعند التعامل مع المسؤولين الحكوميين ابدأ من الافتراض بأن للجمهور الحق في معرفة ما يفعله المسؤولون. وقد وجد الصحفيون المتمرسون أن بإمكانهم إقناع حتى أكثر المسؤولين ترددا بالموافقة على المقابلة عن طريق توقع الأعذار والعقبات التي قد يستخدمونها.

- **ليس لديهم الوقت الكافي.**
يستطيع الصحفي أن يعرض الالتقاء مع الشخص الذي يريد إجراء حديث معه في أكثر الأوقات أو الأماكن مناسبة لذلك الشخص. كما أن تحديد الفترة الزمنية المطلوبة قد يساعد في إقناعه.
- **إنهم خائفون لأنهم يعتقدون بأن القصة الإخبارية ستجعلهم يظهرون بصورة سيئة.**
معاملة الناس باحترام وتحديد سبب رغبتك في التحدث إليهم ستخفف قلق المصادر.
- **إنهم لا يعرفون ماذا يقولون.**
على الصحفيين أن يكونوا واضحين حول سبب احتياج القصة الإخبارية إلى وجهة نظر شخص معين.
- **من الصعب الاتصال بهم.**
يتعين على الصحفيين في كثير من الأحيان أن يتصلوا بالشخص الذي يرغبون في إجراء مقابلة معه عبر السكرتيرة أو مسؤول العلاقات العامة. وإذا خامرهم الشعور بأن المساعدين لم يحولوا طلبهم إلى المسؤول، يعمد بعض الصحفيين إلى كتابة رسالة إلى المصدر نفسه أو الاتصال به خلال فترة الغداء أو بعد ساعات العمل في محاولة للوصول إليه.

وبعد أن تحصل على الموافقة على المقابلة وتجري البحث الضروري عن الشخص والموضوع، يبقى هناك المزيد من التحضير الضروري. ويضع معظم الصحفيين قائمة بالأسئلة أو الموضوعات التي يريدون إثارتها ويأخذونها معهم ولكنهم لا يقرأون منها أثناء المقابلة. ولا يرجعون إلى القائمة إلا عند قرب انتهاء المقابلة ليتأكدوا من أنهم لم ينسوا شيئا هاما. كما تشتمل القائمة على معلومات

«إجراء المقابلات بمهارة هو أساس كل تغطية وكتابة صحفية جيدة.»

أخرى أو وثائق أو صور يرغبون في الحصول عليها من ذلك المصدر.

والأسئلة هي الجزء الأهم من المقابلة. فهي الدفة التي تدفع سفينة الحديث في الاتجاه الصحيح. ويمكن للأسئلة الجيدة أن تكافئك بأجوبة غير متوقعة ومعلومات وافرة ومفاجآت. أما الأسئلة السيئة فيمكن أن تترك في نفسك تساؤلات عن سبب إضاعتك الوقت بالتحدث مع ذلك الشخص. والأسئلة المحددة للغاية قد تقودك في الطريق الخطأ.

والسؤال الأول في المقابلة مهم لأنه يحدد مسار ما سيليه. ويفضل صحفيون كثيرون بدء المقابلة بسؤال "يلطّف الجو" ويبعث الراحة في نفس المصدر، لأنه سؤال لا تقلقهم الإجابة عنه. وفي الحقيقة أنه قد لا يكون لهذا السؤال أي علاقة بسبب وجودك هناك. ولكنه كثيرا ما يساعد على تثبيت مصداقيتك لدى المصدر، وهذا بدوره يمكن أن يقيم إحساسا بالثقة والصراحة.

وتكون أفضل الأسئلة في معظم الأحيان أسئلة مفتوحة لا يمكن الإجابة عليها بنعم أو لا. كما أنها لا تحكم على الموضوع، من حيث أنها لا تحدد وجهة نظر الصحفي. وهي الفرق بين أن تسأل "ما رأيك في ذلك؟" و"ما الذي دفعك إلى ذلك!". ومع أنه من المهم توجيه أسئلة جيدة فإنه من المهم أيضا أن تلتزم الهدوء وتدع المتحاور يتحدث. والصحفيون الجيدون مستمعون جيدون، وكثيرا ما يطلعون على أهم المعلومات أثناء صمتهم. وما تسمعه قد يؤدي أيضا إلى أسئلة إضافية قد لا تكون قد خطرت على بالك.

ويروي روبرت سيغيل الذي يعمل في هيئة الإذاعة القومية الأميركية في واشنطن العاصمة حكاية عن مقابلة أجراها مع دبلوماسي تركي بعد أن أطلق مواطن تركي النار على البابا يوحنا بولس الثاني في روما وأصابه بجراح. وكان أول سؤال سأله هو "هل تعرف أي تفاصيل تتعلق بهذا الرجل محمد علي آغا، أين عاش في إيطاليا، وما الذي كان يفعله هناك وما هو نوع التأشيرة التي منحها الإيطاليون له؟ وكانت الإجابة عن جميع هذه الأسئلة كلمة واحدة هي كلا. وبعد عدة محاولات أخرى صمت سيغيل قليلا بعد أن كاد ييأس من الحصول على أي معلومات. إلا أن الدبلوماسي خرق الصمت بقوله"... غير أنه أشهر مجرم مدان في تركيا، وقد فر من السجن بعد أن اغتال محرر إحدى صحفنا الكبرى". ويقول سيغيل إنه كاد أن يفقد قصة إخبارية جيدة حين سأل أسئلة محددة جدا. ويقرّ بأن الطريقة الأفضل لبدء المقابلة ربما كانت بالقول "حدثني عن هذا الرجل".

ويمكن للصحفيين إجراء المقابلات إما شخصيا أو عن طريق التليفون أو عن طريق الرسائل الإلكترونية أو الرسائل الفورية. ولكل طريقة حسنات وسيئات. فالمقابلة الشخصية تتيح للصحفي تكوين فكرة أكثر تكاملاً عن الشخص. ما هي الصور المعلقة على الجدار؟ هل مكتبه مرتب أم أن الأوراق مبعثرة فوقه دون ترتيب؟ ما نوع الكتب الموجودة في خزانة الكتب؟ كما أن اللقاء الشخصي يعطي الصحفي القدرة على الحكم على مصداقية المصدر استنادا إلى تصرفاته. هل يبدو عصبي المزاج أم مرتاحا؟ هل هي مستعدة للنظر صراحة إلى الصحفي أم أنها تشيح ببصرها عنه؟

ويروي كريستوفر (تشيب) سكانلان، مدير ورش العمل المتعلقة بالكتابة لمعهد بوينتر، وهو كلية للصحافة في الولايات المتحدة، ما حدث في مقابلة أجراها مع سيدة فقدت زوجها بعد إصابته بمرض السرطان. فقد أخذته السيدة في جولة في

المنزل وقالت له في غرفة النوم "في كل ليلة أضع قطرات من كولونيا (زوجي) على الوسادة، لكي أعتقد أنه ما زال معي". إنها تفاصيل يستطيع القارئ أن يشمها ويشعر بها، وهي معلومات لم يكن سكانلان سيحصل عليها إطلاقاً لو أجرى المقابلة عبر الهاتف أو الإنترنت.

أما المقابلات التليفونية فتتطلب قدرا أقل من الوقت، ويجد بعض الصحفيين أنه من الأسهل عليهم تدوين ملاحظات جيدة حين لا يضطرون إلى التركيز على النظر إلى المصدر. ويمكنهم حتى طبع ملاحظاتهم على الكمبيوتر. والمقابلات من خلال البريد الإلكتروني مفيدة للوصول إلى الأشخاص الموجودين في أماكن بعيدة، ولكن الصحفي لا يستطيع أن يصغي لما يقال وطرح سؤال متابعة "فورا". أما الرسائل الفورية عن طريق الإنترنت فهي مشابهة جداً للمقابلة عبر الهاتف. إلا أن هاتين الطريقتين عبر الإنترنت تثيران تساؤلاً حول ما إذا كان الشخص الذي يبدو أنه مصدر الإجابات هو الذي أرسلها بالفعل.

ونتيجة لهذه الهواجس وضعت جريدة فرجينيان – بايلوت في نورفوك، بولاية فرجينيا، هذه السياسة التي يعتمدها قسم الأنباء فيما يتعلق بالتغطية الإخبارية الإلكترونية: "عندما نستشهد بقول حصلنا عليه من اتصالات إلكترونية، سنتأكد من أن الاتصال والرأي حقيقيين، نظراً لكونه من السهل تزييف عناوين عائدة على الإنترنت أو دخول شخص إلى الشبكة منتحلاً شخصية شخص آخر. فالإنترنت لا تخضع للضبط كوكالات الأنباء (مثل رويترز والأسوشييتدبرس)؛ ويمكن للخداع أن يصدر من أي مكان".

ويتعين على الصحفيين الذين يستخدمون البريد الإلكتروني أو أي شكل من أشكال الاتصالات الإلكترونية أن يتبعوا المعايير المهنية نفسها التي يتبعونها في الأحوال الأخرى. يتعين عليهم أن يعرفوا على أنفسهم كصحفيين وأن يذكروا المعلومات التي يسعون للحصول عليها وسبب ذلك. ومن الضروري أن يستخدموا نفس مهارات التثبت من صحة المعلومات ومهارات شحذ الذهن والفطنة التي يستخدمونها لدى تعاملهم مع أي مصدر معلومات آخر.

ومهما كانت الوسيلة التي يعتمدها الصحفيون لإجراء المقابلة فإنهم يحتفظون عادة ببعض الأسئلة لطرحها قرب نهايتها. أولا، قد يوجزون المحادثة للتأكد من أنهم لم يخطئوا في سماع أي شيء ورد فيها. ثم يسألون عما إذا كان لدى الشخص الذي يجرون معه المقابلة أي شيء يرغب في إضافته. كما أنهم يسألون عن أفضل الطرق للاتصال مجدداً بالشخص، خاصة بعد ساعات الدوام في العمل ويشكرون الشخص على منحهم فرصة مقابلته/مقابلتها. ويطرح الكثير من الصحفيين سؤالاً أخيراً في كل مقابلة هو "هل من آخرين تعتقد أنه ينبغي علي التحدث إليهم حول هذا؟"

القواعد الأساسية للمقابلات

تجراء معظم المقابلات "للنشر"، أي أن باستطاعة الصحفي أن يستخدم أي شيء يقال وأن يعزوه مباشرة إلى الشخص الذي يتحدث معه. ومن المهم التأكد من أن المصدر يعلم هذا، خاصة عندما يتعامل الصحفي مع أشخاص عاديين غير معتادين على أن تنقل أقوالهم في الجريدة أو على الهواء.

وإذا لم تكن المعلومات للنشر، فيتعين على الصحفي والمصدر أن يتفقا مقدما على الشروط التي يسمح بموجبها باستخدام المعلومات. والمقابلة التي تجرى على أساس "عدم عزوها إلى المصدر" تعني بشكل عام أنه يمكن استخدام المعلومات في التقرير الإخباري ويمكن حتى الاستشهاد بعبارات المصدر مباشرة وعزوها إلى مصدر، دون ذكر اسمه أو اسمها. إلا أنه يسمح بالتعريف بالمصدر بشكل عام، فمثلا يمكن القول "مسؤول في وزارة الخارجية" أو "مهندس في الشركة" – طالما أن المصدر والصحفي متفقان على الوصف المستخدم.

والأسئلة هي الجزء الأهم من المقابلة.

وقد وضعت مؤسسات صحفية كثيرة سياسات مكتوبة فيما يتعلق باستخدام مصادر دون ذكر الاسم. وتقول صحيفة النيويورك تايمز، مثلا، "إن استخدام المصادر المجهولة الاسم يجب أن يقتصر على الحالات التي لا يمكن فيها للصحيفة أن تنشر معلومات تعتبرها موثوقة وجديرة بالنشر بدون استخدامها. وعندما نستخدم مثل هذه المصادر نتقبل الالتزام ليس فقط بواجب إقناع القارئ بكون المصادر جديرة بالثقة وإنما أيضاً بنقل ما نتمكن من معرفته عن دوافعها إلى القراء".

ويجب على الصحفيين أن لا يتسرعوا في الموافقة على التحدث مع المصدر على أساس استخدام المعلومات دون ذكر اسم المصدر لأن المصادر تحاول أحيانا أن تستخدم ذلك كتغطية لتهجم شخصي أو حزبي، وذلك لعلمهم بأنه لا يمكن تعقب التصريحات ومعرفة كونهم مصدرها. كما أن استخدام مصدر بدون اسم يجعل من الأصعب على الجمهور تقييم مصداقية المعلومات.

ولكن الصحفيين يضطرون في بعض الأحيان إلى الحصول على معلومات دون ذكر اسم المصدر لأنها الطريقة الوحيدة التي يوافق فيها المصدر على التحدث. فالمصدر التي تخشى على سلامتها إذا علم آخرون أنها تحدثت مع صحفي قد لا توافق على تقديم المعلومات إلا على أساس عدم ذكر اسم المصدر. وفيما يلي بعض الإرشادات التي يمكن الاهتداء بها لتقرير قبول الحصول على معلومات واستخدامها دون ذكر اسم المصدر أم لا:

- القصة الإخبارية تعالج موضوعاً بالغ الأهمية للشعب.
- ليست هناك أي طريقة أخرى للحصول على المعلومات مع ذكر اسم المصدر.
- المصدر في موضع يتيح له معرفة الحقيقة.
- أن تكون مستعدا لأن توضح (في قصتك الإخبارية) سبب عدم تمكن المصدر من الإفصاح عن اسمه.

يتحدث المسؤولون الحكوميون في بعض العواصم مع الصحفيين على أساس عدم عزو الخبر إلى مصدر معين بالاسم بل إلى مصدر مسؤول أو على أساس عدم ذكر أي مصدر، مما يعني في هذه الحالة الثانية أنه يمكن استخدام المعلومات إلا أنه لا يجوز الاستشهاد بعبارات محددة ولا يجوز حتى التعريف بالمصدر دون ذكر اسمه. ويمكن للصحفي أن يقول فقط إن المسؤولين يعتقدون بشيء ما أو آخر. أما المعلومات التي تقدّم على أساس أنها "ليست للنشر" فلا يجوز استخدامها على الإطلاق. لذا فإن معظم الصحفيين سيقاومون هذا الترتيب ما لم يكن المصدر مهما جدا بالنسبة للقصة الإخبارية بحيث لا يكون أمامهم أي خيار آخر. ولا يجوز حتى ذكر هذه المعلومات غير القابلة للنشر أمام مصدر آخر، ولكنها قد تنبه الصحفيين إلى نبأ يستحق المتابعة.

ومهما كان الترتيب، فإن مهمة التأكد من أن الجانبين يدركان ويوافقان على القواعد الأساسية قبل إجراء المقابلة تقع على عاتق الصحفي. وتحاول المصادر أحيانا تغيير القواعد في منتصف الطريق بإبلاغ الصحفي شيئا مهما ثم يضيفون 'ولكن لا يمكنك استخدام هذا بطبيعة الحال". ولهذا السبب فإنه من المفضل توضيح الأمور من البداية وعدم الموافقة على الامتناع عن نشر أي معلومات إلا بعد التوصل إلى اتفاق منفصل بشأنها قبل مواصلة المقابلة.

كما يجب أن يوضح الصحفيون الحد الذي سيذهبون إليه لحماية هوية مصدرهم. وقد يعرض الصحفيون أنفسهم في بعض الدول لخطر زجهم في السجن إن هم امتنعوا عن كشف معلومات تتعلق بمصدرهم السري في محكمة قانونية. وإذا لم يكن الصحفي مستعدا لمواجهة السجن لحماية مصدر ما فيجب عليه أو عليها أن يقولا ذلك.

ويتمتع بعض الصحفيين بمقدرة في تحويل المعلومات غير القابلة للنشر إلى معلومات قابلة للنشر. وإريك نالدر واحد من هؤلاء الصحفيين. وعندما تنتهي المقابلة غير القابلة للنشر يعيد قراءة اقتباس غير ضار منها ثم يسأل ' لماذا لا تقول ذلك للنشر؟" وعندما يوافق المصدر على ذلك فإنه يعود إلى ملاحظاته المكتوبة ويعيد قراءة أقوال أو مقاطع منها ويحصل على الموافقة على استخدامها. وقال إنه تمكن ذات مرة من تغيير مقابلة كاملة من مادة غير قابلة للنشر إلى

إن المصداقية هي أهم رصيد يملكه الصحفي، والدقة هي أفضل طريقة لحماية ذلك الرصيد.

مادة قابلة للنشر. ويعود ذلك جزئيا إلى أن المصدر أصبح يثق في دقته لأنه سمع أقواله التي سيتم الاستشهاد بها تقرأ له من جديد.

ومن القواعد الأساسية الأخرى المهمة التي يجب أن يفهمها الصحفيون هي معنى 'الحظر" المفروض على المعلومات التي يقدّمها المصدر. وهذا يعني أن المعلومات مقدّمة بشرط أن لا تستخدم إلا في موعد معين. وقد تقوم وكالة حكومية في سياق إعلانها عن سياسة جديدة بتقديم ملخص مكتوب قبل عدة ساعات أو حتى قبل يوم كامل من إعلانها. وهذا يتيح للصحفيين الوقت لاستيعاب المعلومات قبل المؤتمر الصحفي الذي تكتسب فيه تلك السياسة صفتها الرسمية. والصحفيون الذين يقبلون المعلومات التي يفرض عليها الحظر ملزمون بالتقيد بذلك ما لم يعلن الخبر قبل الموعد المحدد.

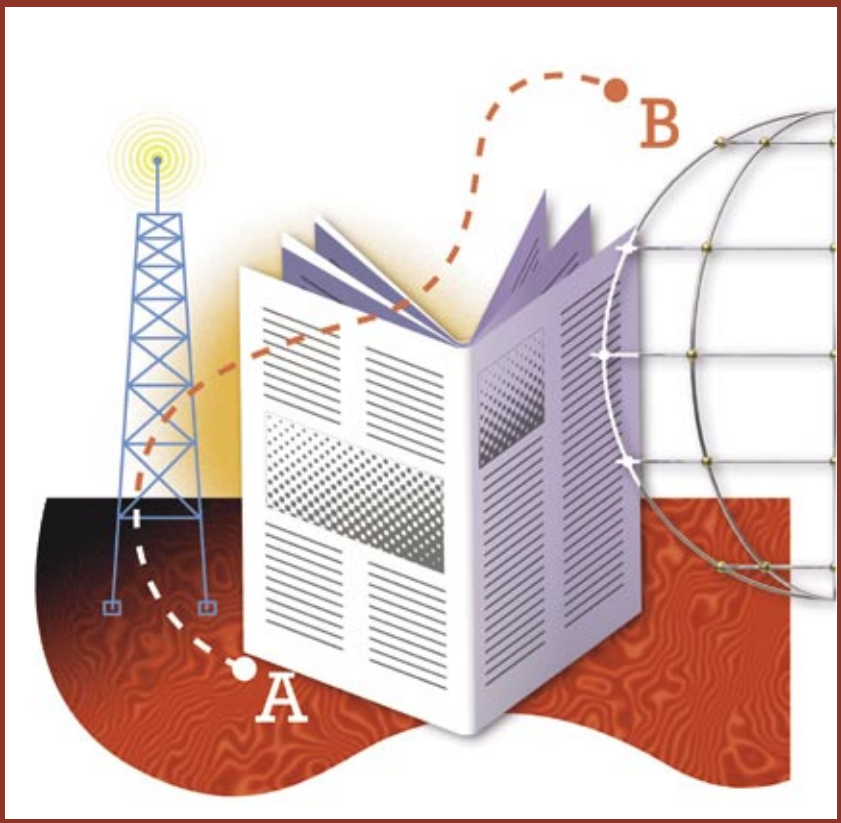
الدقة في نقل الأخبار

إن المصداقية هي أهم رصيد يملكه الصحفي، والدقة هي أفضل طريقة لحماية ذلك الرصيد. وللتأكد من توخي الدقة يجب على الصحفيين أن يتحققوا وأن يعيدوا التحقق من صحة جميع المعلومات التي يجمعونها للقصة الإخبارية. ويستحيل ألا يرتكب الصحفيون أي أخطاء، إلا أنه يجب أن تكون الأخطاء نادرة. وعندما درست جريدة أميركية هي الأوريغونيان التي تصدر في بورتلاند أخطاءها خلص محرروها إلى أن تلك الأخطاء حدثت أساسا لثلاثة أسباب:

- الاعتماد في العمل على الذاكرة.
- اعتماد افتراضات.
- التعامل مع مصادر ثانوية.

سوف نسهب في التحدث عن الدقة في تقديم الخبر الصحيح في الفصل 4 ('التحرير"). ولكن الصحفيين هم خط الدفاع الأول ضد الأخطاء في المؤسسة الصحفية. والصحفيون الذين يدونون ملاحظات ممتازة ويراجعونها على الدوام، والذين يبحثون عن مصادر أولية حينما يكون ذلك ممكنا يكونون أقدر على التقيد بقواعد الصحافة الثلاث التي حددها الناشر الأميركي الراحل جوزيف بيولتزر: 'الدقة والدقة ثم الدقة".

3 صياغة القصة الإخبارية



تتألف جميع القصص الإخبارية من حقائق وملاحظات واقتباسات وتفاصيل. وبما أن الصحفيين يجمعون دائما تقريبا أكثر مما يمكنهم استخدامه من المعلومات، وبما أنهم يبذلون مجهودا كبيرا في جمع كل تلك المعلومات فإنهم ينزعون بشكل طبيعي نحو استخدام أكبر قدر منها في قصصهم الإخبارية. إلا أن حشد جميع الحقائق التي يمكن حشدها يندر أن يؤدي إلى قصة إخبارية

جيدة الصياغة تستحوذ على اهتمام الجمهور. فمن الأصعب على القارئ أو المستمع فهم التقارير الإخبارية المحشوة بالمعلومات بشكل مفرط. والصحفي الذي يحاول أن يشرح كل شيء قد لا ينجح إلا في تشويش الجمهور. وعلاوة على ذلك فإن الجرائد تشتمل على مساحة محدودة، ولا يخصص للبرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون سوى فترات زمنية محدودة. كما أنه ليس لدى القراء والمستمعين والمشاهدين سوى وقت واهتمام محدودين لمتابعة الأخبار.

وما تتصف به الصحافة الجيدة هو انتقاء المعلومات لا ضغطها. ويتعين على الصحفيين أن يستعملوا حنكتهم الصحفية لكي يقرروا أهم ما يجب تضمينه في القصة الإخبارية والترتيب الذي يوضع فيه. ويعتبر الكثير من الصحفيين تحديد المعلومات التي سيغفلونها أصعب جزء في صياغة القصة الإخبارية. ومن الطرق المتبعة في اتخاذ هذه القرارات اختيار نقطة رئيسية أو فكرة رئيسية للتقرير الإخباري، وهو ما يعرف أيضاً بنقطة التركيز أو محور القصة.

المحور

إن محور القصة أو نقطتها الرئيسية هو في الأساس الجواب على السؤال التالي: "حول ماذا تدور هذه القصة بالفعل؟" ويقترح أستاذ الكتابة في معهد بونتر، تشيب سكانلان، طرح خمسة أسئلة إضافية لتحديد المحور:

- ما هو الخبر؟
- ما هي القصة الإخبارية؟
- ما هي الصورة؟
- كيف يمكنني أن أرويها في ست كلمات؟
- وما هي أهمية ذلك؟

تخيل أنك تغطي نبأ حريق هائل ينتشر بسرعة. وقد أمضيت النهار في التحدث مع الناس ومشاهدة الأضرار التي سببها الحريق. وعليك الآن تحديد المحور الذي سيدور حوله تقريرك الإخباري قبل أن تبدأ في الكتابة. يمكنك استخدام أسئلة سكانلان على النحو التالي للتوصل إلى المحور الذي سيركز عليه تقريرك ويدور حوله:

- **ما هو الخبر؟**
  دمر حريق منزلين في الجبال شرق المدينة، إلا أن أحداً لم يصب بأي أذى ولم يمس الحريق المنطقة التجارية.
- **ما هي القصة الإخبارية؟**
  أصبحت أسرتان بدون مأوى ولكنهما سعيدتان لأنهما على قيد الحياة.
- **ما هي الصورة؟**
  أفراد الأسرة يعانقون بعضهم بعضاً قرب ركام منزلهم الذي ينبعث منه الدخان.
- **كيف يمكنني أن أذكرها في ست كلمات أو أقل؟**
  حريق يقضي على المنازل لا الأرواح.
- **وما أهمية ذلك؟**
  كانت الأضرار التي أصابت الممتلكات من حريق خطر محدودة.

لقد أصبح الصحفي المكلف كتابة هذه القصة الإخبارية يعرف الآن أنه سيفتتح الخبر بذكر الأسرتين اللتين فقدتا منزليهما، وأنه سيستشهد في بداية القصة الإخبارية بقول من أحد أفراد الأسرة يعبر فيه عن سعادته لأن الجميع نجوا من الحادث، وأنه سيضمن القصة أيضاً معلومات عامة عن الأضرار التي لحقت بالممتلكات. ويعرف الصحفي أن بإمكانه إغفال بعض المعلومات التي جمعها عن عدد رجال الإطفاء الذين هرعوا إلى المنطقة التجارية، ولكنه قد ينقل بعض ما صرح به رئيس دائرة الإطفاء كاقتباس مباشر يستشهد به.

وليس المقصود من نتائج هذا التدريب على تحديد محور القصة الإيحاء بأن لكل قصة إخبارية

محوراً أو نقطة رئيسية واحدة مقبولة. فالحقيقة هي أن الأمر على العكس من ذلك، إذ قد يأخذ صحفيون من مؤسسات صحفية مختلفة الوقائع الأساسية نفسها ويكتبون قصصا إخبارية مختلفة تماما لأنهم قرروا اختيار محاور مختلفة تركز عليها قصصهم الإخبارية. وفي حالة خبر الحريق الهائل بوسع الصحفي أن يستخدم الأسئلة الخمسة نفسها للوصول إلى محور مختلف.

- **ما هو الخبر؟**
  نجت المحلات التجارية في مدينتنا من التعرض لأضرار من حريق هائل دمر منزلين في الجبال الواقعة شرق وسط المدينة.
- **ما هي القصة الإخبارية؟**
  أصحاب المحال التجارية سعداء لأن الحريق لم يؤذهم هذه المرة.
- ما هي الصورة؟
  أحد أصحاب المحال التجارية يصافح أحد رجال الإطفاء خارج محله.
- كيف يمكنني أن أرويها في ست كلمات؟
  الحريق لم يستطع شل النشاط التجاري.
- وما أهمية ذلك؟
  كان الأثر الاقتصادي لحريق خطر محدودا.

ستبدأ هذه الصيغة للقصة الإخبارية بالتعبير عن شعور أصحاب المحال التجارية بالارتياح، وستنقل جملة أو عبارة قالها أحد رجال الأعمال الذين لم يصب الحريق مؤسساتهم في بداية القصة الإخبارية. وستشتمل كلتا القصتين الإخباريتين على المعلومات الأساسية نفسها – وهي أن منزلين دمرا في حين أن المحال التجارية لم تتأثر • ولكن محور تركيزهما سيكون مختلفا. وتساعد معرفة ما ينبغي التركيز عليه قبل بدء الكتابة الصحفي على أن يقرر الحقائق والأقوال التي ينبغي أن يستشهد بها أو يغفلها. وكما يشير وليام زينسر في كتابه "حول الكتابة جيدا" "يتحول التفكير الجلي إلى كتابة جلية، ولا يمكن لأحدهما التواجد بدون الآخر".

ولا ينتظر الصحفيون المتمرسون حتى نهاية اليوم، بعد أن يكونوا قد أنهوا بحثهم ومقابلاتهم ومراقبتهم، قبل محاولة التوصل إلى المحور الذي ستركز عليه قصتهم، بل يمكن أن يبدأوا في الواقع عملية التغطية الإخبارية بوجود نقطة أساسية في ذهنهم يركزون عليها، مما يساعدهم في تحديد الأماكن التي سيذهبون إليها والأشخاص الذين سيجرون مقابلات معهم. وبطبيعة الحال، قد يتغير المحور الذي يركزون عليه أثناء قيامهم بجمع مزيد من المعلومات، وكثيرا ما يحدث ذلك. ولكن الأمر الذي يفوق كل ما عداه أهمية هو أن يحدد الصحفي محور القصة الإخبارية قبل أن يشرع في الكتابة.

ولا يشكل وجود نقطة أساسية في ذهن الصحفي سوى الخطوة الأولى في التخطيط لكتابة القصة الإخبارية. والخطوة الثانية هي تنظيم القصة الإخبارية بحيث تعرف كيف توزع المعلومات. ابدأ بوضع قائمة بالمعطيات الأساسية للقصة الإخبارية وقرر ما يجب أن يكون في بدايتها وفي نهايتها وفي وسطها. اختر أفضل اللقم الصوتية أو الأقوال التي ستستشهد بها من مقابلاتك وقرر مكانها في القصة الإخبارية. دوّن أي تفاصيل تريد ضمان احتواء القصة عليها. ويجد بعض الصحفيين أنه من المفيد لهم أن يضعوا، قبل البدء بالكتابة، ملخصاً للخطوط العريضة يستخدمونه كنوع من خريطة الطريق إلى القصة الإخبارية.

الكتابة

تتصف الكتابة الإخبارية الجيدة بالإيجاز والوضوح والدقة. ويبدو ذلك بسيطا في الوهلة الأولى ولكنه في الحقيقة أمر صعب جدا. فكما سبق وأشرنا، يميل الصحفيون إلى تضمين قصصهم الإخبارية كل المعلومات التي حصلوا عليها. ولكن القصص الإخبارية التي تذكر الفكرة الرئيسية مباشرة تروق أكثر لمستهلكي الأخبار المشغولين بأعمالهم وأمورهم، والمؤسسة الصحفية التي تسمح بالقصص الإخبارية الطويلة أكثر مما ينبغي ستجد نفسها مفتقرة إلى المساحة أو الوقت الكافي لتغطية أخبار أخرى.

ويمكن القول بصورة عامة إن القصص الإخبارية تشتمل على جمل وفقرات أقصر من معظم أنواع الكتابة الأخرى. وتشتمل كل فقرة على فكرة رئيسية واحدة. وتبدأ الفقرة الجديدة عند تقديم فكرة أو شخصية أو وضع جديد.

ويستخدم الصحفيون لغة بسيطة ومباشرة يسهل فهمها تشتمل على أسماء وأفعال أكثر من الصفات وظروف المكان والزمان. ولا تكون القصص الإخبارية المكتوبة جيدا غامضة أو مبهمة أو متصفة بالتكرار لأن كل كلمة فيها محسوبة ولها أهميتها. وكما يشير إي. ب. وايت في كتابه الشهير الذي أصبح مرجعاً موثوقا، "مبادئ الإبداع في الأسلوب"، إن أحد القواعد الأساسية للكتابة ببساطة هي: "أغفل الكلمات التي لا لزوم لها".

ويبذل الكتّاب الجيدون دائما جهدا لاختيار أنسب الكلمات للتعبير عما يقصدون. وكما قال الكاتب الأميركي مارك توين في القرن التاسع عشر "الفرق بين الكلمة الملائمة والكلمة الملائمة تقريبا هو كالفرق بين البرق واليراعة (الحشرة المضيئة)". ويستخدم الصحفيون القواميس وكتب

تتصف الكتابة الإخبارية الجيدة بالإيجاز والوضوح والدقة.

المراجع بصورة روتينية للتأكد من أن الكلمات التي يختارونها تعني فعلا ما يعتقدون أنها تعنيه.

ويحاول الصحفيون تجنب الاصطلاحات ولغة المتخصصين أو المصطلحات الفنية غير المألوفة لدى معظم الناس لأنهم يكتبون قصصهم الإخبارية للجمهور العام. وقد يصف متحدث باسم مستشفى شخصا ما بأنه يعاني من "تشريطات وجروح رضية"، ولكن يتعين على الصحفي أن يستخدم عبارات أبسط مثل "جروح وكدمات". وإذا ما كان من الضروري استخدام تعبير فني توخيا للدقة فإن من الأفضل أن يقوم الصحفي بإيضاح ما يعنيه ذلك التعبير. فالقصة الإخبارية التي تدور حول قضايا الطاقة العالمية وتستخدم تعبير "الوقود الأحفوري،" يجب أن تتضمن لائحة قصيرة بأنواعه: الفحم والنفط والغاز الطبيعي. كما يتعين على الصحفيين أن يتجنبوا الكلمات الملطفة لأشياء بغيضة – كلمات وعبارات قد تشوش أو تضلل الجمهور. فإذا صوت المجلس البلدي بالموافقة على "مرفق دفن جديد"، فإن القصة الإخبارية التي تذاع من الراديو أو تنشر في جريدة اليوم التالي يجب أن تخبر السكان بأن المدينة "تخطط لبناء مقبرة جديدة".

ومن المبادئ الأساسية لكتابة الأخبار أن تصور للجمهور ما حدث بدلا من إبلاغهم فقط بما حدث. فمثلا، بدلا من أن تقول إن أفراد الأسرة الذين حضروا الجنازة كانوا حزانى، تصور القصة الإخبارية المكتوبة جيدا حزن أفراد الأسرة عن طريق وصف عناقهم لبعضهم البعض ونحيبهم. وبدلا من مجرد إبلاغ القارئ أن شخصا ما طويل القامة يذكر الكاتب الجيد أن الرجل يضطر إلى الانحناء لكي يدخل باب المنزل.

والدقة حاسمة الأهمية في الكتابة الصحفية. والقصة الإخبارية الدقيقة تتسم بصحة الأمور الأساسية فيها: النحو والصرف والتهجئة واللفظ والتواريخ والعناوين والأرقام وجميع التفاصيل الأخرى التي تدخل في القصة الإخبارية. وكتابة اسم شخص ما أو عمره خطأ من نوع الأخطاء التي تضعف مصداقية الصحفي. كما أن القصة الإخبارية الدقيقة تقدم قصة كاملة متكاملة، وليس مجرد جانب واحد أو آخر. ولكن هذا لا يعني أن أي قصة إخبارية يجب أن تشتمل على كل شيء يمكن قوله عن الموضوع، بل يعني أن على الصحفيين أن لا يغفلوا أي معلومات أساسية قد تحرف معنى القصة الإخبارية. فمثلا، إذا كتب الصحفي إن هناك فحصاً جديداً يسهّل اكتشاف الإصابة بسرطان الفم فإن ذلك يوحي بأنه لم يكن بالإمكان التعويل على الفحص القديم. ولكن إن كانت ميزة الفحص الجديد هي مجرد أنه أسرع فإنه يتعين على الصحفي قول ذلك. وسوف نتحدث بمزيد من التفصيل حول الدقة في الفصل 4 "التحرير".

الفقرة الافتتاحية

تعرف بداية القصة الإخبارية بالفقرة الافتتاحية. والمقصود منها هو أن تشد الانتباه وتجذب القارئ أو المستمع أو المشاهد إلى القصة الإخبارية. وهناك نوعان أساسيان من الافتتاح: الإخباري المباشر والإخباري الوصفي. ويلخص الافتتاح الإخباري المباشر معطيات القصة الأساسية، أي أنه يحدد من ومتى وأين وماذا ولماذا وكيف التي تطرقنا إليها في الفصل 2، في حين أن الفقرة الافتتاحية الإخبارية الوصفية قد تقدم شخصية ما أو تمهد الطريق لرواية الخبر. وهناك طريقة أخرى للنظر إلى الفرق بين هذين النوعين من الفقرات الافتتاحية هي اعتبار الإخبارية المباشرة إجابة على السؤال: "ما الخبر؟" واعتبار الإخبارية الوصفية إجابة على السؤال "ما القصة؟"

ويمكن استخدام أي نوع منهما كافتتاح لقصة أخبار أساسية. فمثلا، يمكن كتابة قصة إخبارية عن انتخاب رئيس وزراء جديد بواحدة من عدة طرق مختلفة. وقد تكون الفقرة الافتتاحية الإخبارية المباشرة كالتالي:

انتخب زعيم المتمردين السابق جوشوا سميث رئيسا للوزراء هذا المساء، وفاز بأكثر من 80 بالمئة من الأصوات في أول انتخابات ديمقراطية تجرى في البلاد منذ العام 1993.

أما الفقرة الافتتاحية الوصفية فتتبع نهجا مختلفا:

كان الطفل جوشوا سميث، أثناء ترعرعه في مدينة يونغتاون، صبيا صغيرا تراوده أحلام كبيرة. ويقول إنه كان دوماً صغير الحجم بالنسبة لعمره وإن الأولاد الأضخم حجماً في المدرسة كانوا يضايقونه. وعندما أبلغ معلمته في المدرسة الابتدائية أنه سيصبح رئيسا للوزراء في يوم من الأيام، ضحكت عليه.

إلا أنه لم يعد هناك من يضحك عليه الآن. فقد فاز سميث بانتخابات الأمس بحصوله على أكثر من 80 بالمئة من الأصوات، وأصبح أول زعيم ينتخب بطريقة ديمقراطية في بلده منذ العام 1993.

وكما ترى فإن الفقرة الافتتاحية الإخبارية المباشرة تميل إلى أن تكون أقصر من الافتتاح أو المدخل الإخباري الوصفي، وتتألف عادة من جملة واحدة. ومع أن الفقرات الافتتاحية الإخبارية الوصفية تكون أطول فإن كل جملة فيها تدعم النقطة الرئيسية للقصة الإخبارية. ويتضمن كلا النوعين من الفقرات الافتتاحية أهم العناصر في القصة الإخبارية.

ويتوقف اختيار النوع المناسب للفقرة الافتتاحية على عدة عوامل، بما في ذلك أهمية وتوقيت القصة الإخبارية ونوع المؤسسة الإخبارية أو المطبوعة أو محطة الإذاعة أو التلفزيون المعنية. وبصورة عامة، تستخدم وكالات الأنباء ومواقع الأخبار الإلكترونية ونشرات الأخبار الإذاعية التي تتميز بسرعة نقل الأنباء الفقرات الافتتاحية المباشرة. أما برامج الأخبار الأسبوعية والمجلات الأسبوعية فتميل إلى استخدام الفقرات الافتتاحية الوصفية، لافتراضها أن معظم الجمهور يعرف المعطيات الأساسية في القصة الإخبارية.

ولعل أكثر أنواع الفقرات الافتتاحية شيوعاً هو رواية حكاية أو نادرة، كما في المثال المستخدم في القصة الإخبارية عن رئيس الوزراء. والنادرة، كما يستدل من اسمها، هي حكاية قصيرة؛ وعندما تستخدم النادرة كفقرة افتتاحية فإنها توضح أو تؤذن بالقصة الإخبارية الكاملة. وقد تبدأ قصة إخبارية تتعلق باتجاه اجتماعي بعدة قصص مسلية أو أمثلة ذات علاقة. وفي بعض المناسبات النادرة قد يكون اقتباس قول ما أو طرح سؤال ما هو أفضل طريقة لبدء القصة الإخبارية. ويمكن وصف جميع هذه الأنواع المختلفة من المدخل إلى القصة الإخبارية بأنها افتتاحات "متأخرة" لأنه يتعين على القارئ أن ينتظر لعدة جمل قبل أن يعرف جوهر القصة الإخبارية.

بنية القصة الإخبارية

جميع القصص الإخبارية بنية أو هيكلية أساسية ترتكز إليها. وبدون هذه الهيكلية، تبقى القصة الإخبارية خليطاً من الحقائق والوقائع غير المتماسكة. والهيكلية ضرورية لكي تكون القصص الإخبارية مفهومة وذات معنى، ولكن هذا لا يعني أنه يجب اعتماد نفس البنية أو الهيكلية لبناء جميع القصص الإخبارية على أساسها. والكاتب الجيد يختار أفضل هيكلية تناسب قصته ويبنيها على أساسها.

الهرم المعكوس

يبدأ العديد من القصص الإخبارية بأهم المعلومات، معتمداً هيكلية قصة تقليدية تم وضعها منذ أكثر من 100 عام هي الهرم المعكوس. وتضع هيكلية "الهرم المعكوس" أهم المعلومات في البداية بحيث تليها المعلومات الأخرى متسلسلة حسب أهميتها. وهذه البنية مفيدة عند نقل أخبار مهمة أو عاجلة ما زالت تشهد تطورات، وحين يكون عامل الوقت هو العامل الأساسي. فإن كنت أول من ينقل تطورا مهما ستريد أن تبلغ الجمهور بما حدث في بداية قصتك الإخبارية. فالتقرير الإخباري المتعلق بعاصفة هائلة، مثلا، سيبدأ على الأرجح بذكر عدد الوفيات وموقع أكثر المناطق تضررا. والكتّاب الذين يقاومون استخدام هذا البنيان عندما تكون هناك حاجة إليه قد يتهمون "بدفن الفقرة الافتتاحية"، مما يصعّب على الجمهور عملية تحديد أهمية القصة الإخبارية.

في بنيان الهرم المعكوس يتم التوسع في المعلومات التي وردت في الفقرة الافتتاحية وتطوير النقطة الأساسية التي ذكرت فيها. ففي التقرير المتعلق بالعاصفة، على سبيل المثال، قد يصف الكاتب المشهد الأكثر دمارا، ثم يستشهد بقول من أحد الناجين أو من أحد عمال الطوارئ. وتسهب الفقرات الداعمة في بحث الموضوع مضيفة مزيدا من التفاصيل وموفرة معلومات عن خلفية العاصفة. وقد يضمّن الصحفي قصة إخبارية أطول معلومات ثانوية مرتبطة بالموضوع الأولي ولكن ليس بشكل مباشر. فقد تتضمن القصة الإخبارية عن العاصفة، مثلا، معلومات عن جهود الإغاثة الدولية واحتياجات الناجين الفورية وعلى المدى الطويل. وأحد أسباب شيوع هذه البنية وتحبيذها هو أن المحررين يستطيعون الحذف من الأسفل لتوفير المساحة والوقت بدون أن يشعروا بأي قلق من أن ذلك قد يعني حذف معلومات حيوية.

الساعة الرملية

وهناك شكل معدل للهرم المعكوس يعرف بهيكلية "الساعة الرملية". ويبدأ هذا الشكل بالطريقة العادية، وهي أهم المعلومات – ولكنه ينعطف بعد بضعة فقرات ويصبح سردا، يروي الأحداث عادة حسب تسلسلها الزمني. ولو عدنا إلى مثال القصة الإخبارية المتعلقة بالعاصفة

الهائلة، فإنه سيمكن للصحفي أن يبدأ بفقرة افتتاحية إخبارية مباشرة ويقدّم بضعة فقرات داعمة ثم يقدّم قصة العاصفة كما رآها أحد الناجين. ويتطلب هذا النوع من الهيكلية نقلة واضحة بين الجزء الافتتاحي والقسم السردي في القصة الإخبارية. وقد يكتب الصحفي شيئا مثل "المزارع إقبال خان كان في حظيرته عندما هبت الريح بقوة ... " لبدء النصف السفلي لقصة "الساعة الرملية" الإخبارية. وقد يكتب بعض القصص الإخبارية بشكلٍ تسلسل زمني محض، ولكن هذه الهيكلية غالباً ما تستخدم في المقالات الخاصة.

ألماسة

من الهيكليات الأخرى للقصة الإخبارية هيكلية تعرف ببنية "الماسة". ويبدأ الصحفي الذي يستخدم هذه الهيكلية بقصة مسلية، ويقدّم شخصية تصور تجاربها الشخصية وخبرتها ما تدور حوله القصة. ثم تتوسع هذه الحكاية الصغيرة بعد ذلك لإظهار أهميتها الأوسع. وعند النهاية، يعود الصحفي إلى قصة الشخصية الفردية كوسيلة لإنهاء السرد.

وكثيرا ما يستعمل الصحفيون الذين يستخدمون هذه البنية وسيلة تعرف بالفقرة "الأساسية" (أو الفقرة اللب) لتوضيح سبب أهمية القصة الإخبارية. ويقول جاك هارت مدير تحرير جريدة أوريغونيان التي تصدر في مدينة بورتلاند إن الفقرات الأساسية "يمكن أن تجيب عن أي أسئلة تثيرها الفقرات الافتتاحية، وتوضح سبب أهمية القصة الإخبارية، وتضع القصص الإخبارية في سياقات ذات مغزى". وينبغي أن تأتي الفقرة الأساسية في مرحلة مبكرة من القصة الإخبارية لكي توضح للقارئ السبب الذي يدعوه أو يدعوها لمواصلة القراءة.

وكثيرا ما تستخدم هيكلية الماسة في أخبار التلفزيون وفي تقارير الصحف. فمثلا، قد يبدأ الصحفي تقريره عن علاج جديد لمرض الإيدز بتقديم مريض يحتاج إلى العلاج، ثم يصف العقار التجريبي وكيف يعمل، ويختتم بالتنويه بأن الأطباء يقدرون أن المريض الذي تعرفنا على مشكلته سابقا لن يبقى على قيد الحياة إلا فترة قصيرة ما لم يكن العلاج الجديد ناجعا. ومهما كان الشكل الذي تختاره، يجب أن يحافظ الجزء الأوسط من القصة الإخبارية على انتباه الجمهور واهتمامه. وكما قال أحد محرري المجلات ذات مرة فإن الكتابة الجيدة تجعل القارئ متلهفاً لمعرفة ما يحدث بعد ذلك.

النهايات

ما لم تكن تستخدم أسلوب الهرم المعكوس التقليدي وتتوقع للجزء السفلي من قصتك الإخبارية أن يحذف من قبل المحرر فمن الأفضل أن تكون في ذهنك نهاية تختتم بها المقال تماماً كما تفيدك معرفة المكان الذي تقصده حين تبدأ رحلة ما. وهذا مهم بشكل خاص في أخبار الإذاعة والتلفزيون بسبب الطريقة التي تقدم فيها. فالأخبار الإذاعية والتلفزيونية طولية كالخيط المنساب، وبخلاف أخبار الصحافة المطبوعة أو الإلكترونية، لا يستطيع الجمهور اختيار الترتيب الذي يتلقى فيه المعلومات. وقد توصلت الأبحاث إلى أن المشاهدين والمستمعين يميلون إلى تذكر آخر شيء سمعوه أكثر من تذكر غيره. ولهذا السبب يختتم الكثير من القصص الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية بموجز يعزز النقطة الرئيسية في التقرير الإخباري.

وكثيرا ما تكرر النهايات البدايات، من حيث أنها تعود إلى موقع أو شخص مهم. وفي السرد المستند إلى التسلسل الزمني تكون النهاية هي آخر ما يحدث. وإذا ما أثارت القصة الإخبارية مشكلة فإن النهاية قد تقدّم حلا لها. وتتطلع النهايات في كثير من الأحيان نحو المستقبل، إلى ما قد يحدث بعد ذلك. وقد تنتهي القصة الإخبارية أحيانا باقتباس قوي أو لقمة صوتية. إلا أن ذلك يبقى أمراً لا مبرر له ويجب ألا يستخدم إلا حين تكون العبارات التي يتم الاستشهاد بها من القوة بحيث أن كتابة أي شيء إضافي ستكون مخيبة للجمهور.

العزو

الفرق الأساسي بين القصة الإخبارية والمقال الافتتاحي أو مقالة الرأي هو في استعمال العزو. والعزو يجيب ببساطة على السؤال "من يقول ذلك؟" وهو يحدد مصدر المعلومات المذكورة، خاصة أي بيانات مثيرة للجدل أو معلومات مثيرة للشك.

وقد يكون العزو واضحا أو ضمنيا. وفي ما يلي مثال على العزو الواضح أو المباشر: "قال رقيب الشرطة أنتونيو كوستا إن الرجل اعتقل واتهم بارتكاب جريمة". وإذا أعيدت صياغة الجملة باستخدام العزو الضمني أو غير المباشر تصبح كالتالي "اعتقل رجال الشرطة الرجل واتهموه بارتكاب جريمة". وفي كلتا الحالتين يدرك الجمهور أن مصدر المعلومات هو الشرطة.

وأحد الأسباب الرئيسية لعزو المعلومات في معظم القصص الإخبارية هو إتاحة المجال للقراء والمستمعين والمشاهدين لأن يقرروا بأنفسهم ما إذا كانوا يصدقونها. فمثلا، قد يعتبر بعض الناس نبأ يفيد بأن كوريا الشمالية قررت تعليق برنامجها النووي أمراً يمكن تصديقه بشكل عام، ويتوقف ذلك على المصدر الذي ينقل عنه ذلك النبأ: مسؤول صيني زائر أو فريق دولي من العلماء.

ومن الأسباب الأخرى للعزو إعادة مسؤولية تصريح مثير للجدل إلى صاحبه، إلى الشخص الذي صرح به، وليس إلى الصحفي أو المؤسسة الصحفية. ولا ينطوي ذلك على أي مدلول بالحصانة من الدعاوى القضائية، حيث أن الحماية القانونية تتفاوت من دولة إلى أخرى. ولكن توضيح الجهة التي تصدر الادعاءات أو تتخذ موقفا معينا ممارسة صحفية جيدة.

إلا أنه من غير الضروري عزو جميع المعلومات الواردة في قصة إخبارية. فتحديد مصدر كل معلومة من المعلومات سيجعل القصص الإخبارية شيئا يكاد يكون فهمه مستحيلا. ويمكن إيراد الوقائع التي شاهدها الصحفي بنفسه بدون عزو. كما أن الحقائق المسلّم بها والمقبولة تماماً لا تحتاج إلى العزو. فمثلا، يمكن للصحفي أن يذكر اسم الفريق الفائز في مباراة كرة القدم بدون عزو ذلك إلى أي مصدر لأن النتيجة النهائية لن تكون موضع شك. إلا أن القول بأن مرشحا فاز في المناظرة السياسية على خصمه يحتاج إلى عزو، وإلا فإنه سيتخطى الحد الفاصل بين الحقيقة الواقعة والرأي.

نقل الأقوال واللقم الصوتية

تقدّم القصص الإخبارية أساسا بكلمات الصحفي، ولكن معظم القصص الإخبارية تشتمل أيضا على كلمات لأشخاص آخرين ضمن اقتباسات أو مقاطع صوتية. وحين يستخدم نقل الأقوال بصورة فعالة يعزز القصص الإخبارية من خلال تشاطر الخبرة المباشرة التي يتحلى بها شخص شارك في الحدث. واستخدام نقل الأقوال في مستهل القصة الإخبارية قد يجعلها أكثر إثارة لاهتمام الجمهور، وذلك لأن نقل الأقوال يربط القصة بشخص.

والاقتباس أو الاستشهاد بقول شخص ما يعني بالضرورة عزو القول إليه لكي يعرف الجمهور القائل. ونقل الأقوال المباشر يشتمل على جملة واحدة على الأقل ويقدم بكلمات المتحدث بعينها، ويستخدم حين يكون معظم ما قاله المتحدث يستحق التكرار. أما نقل الأقوال الجزئي، المستخدم أساسا في الصحافة المطبوعة، فيمكن أن يكون كلمة واحدة أو جملة غير تامة. وهو يستعمل عندما تكون الجملة التامة بالغة الطول أو يمكن أن تؤدي إلى تشوش القراء أو المستمعين. ويتحمل الصحفي مسؤولية نقل الأقوال جزئياً في سياقها بحيث لا يتغير معنى ما قاله المتحدث. فمثلا، حين خاطب الرئيس الفرنسي جاك شيراك البلاد بعد أسابيع من وقوع الاضطرابات الاجتماعية، قال: " لن نبني شيئا دائما بدون محاربة التمييز، الذي هو سم للمجتمع". وقد نقل بعض الصحفيين تل الجملة الكاملة بشكل مباشر في قصصهم الإخبارية. إلا أن كلمة واحدة من تلك الجملة ظهرت في الفقرة الافتتاحية في تقرير جريدة الغارديان اللندنية: "جاك شيراك „ وجّه نداء لمحاربة "سم" التمييز العنصري".

وليس كل شيء يقوله شخص ما في مقابلة جديرا بالنقل المباشر. فكيف تختار ما ستنقله مباشرة من أقوال؟ القاعدة الأساسية بسيطة: لا تنقل قولاً مباشرا أو لقمة صوتية إذا كان باستطاعتك أن تقول ذلك بنفسك بشكل أفضل. وهناك قصص إخبارية كثيرة جدا محشوة بالأقوال المنقولة التي تفشل في اجتياز هذا الاختبار، والتي يخرج معظمها من أفواه المسؤولين. تجنب نقل الأقوال التي تقتصر على سرد الحقائق، خاصة بلغة بيروقراطية. فمن يا ترى يريد أن يسمع رئيس البلدية يقول بصوته "إننا نتوقع التوصل إلى قرار في الأسبوع المقبل فيما يتعلق بخطط الطوارئ الخاصة بتوزيع أموال من البلدية على ذوي الدخل المحدود"؟ وذلك النوع من المعلومات سيكون أفضل بصيغة معادة، أي إذا أعاد الصحفي كتابته بلغة واضحة ودقيقة. وفي هذه الحالة ربما كتب الصحفي "قال رئيس البلدية إنه لا يمكن للناس توقع الحصول على مال من البلدية إلا بعد أسبوع على الأقل."

وأفضل الأقوال المنقولة هي آراء شخصية غير موضوعية، وهي تضيف بصيرة ووجهة نظر إلى القصص الإخبارية. ويستخدم قائلوها لغة حيوية تجسد تجربة شخصية أو معرفة خبير. ويقول الصحفي توني كوفاليسكي، المتخصص بالتحقيقات الصحفية التلفزيونية، إنها تعبر عن عواطف قوية. ويقول أيضا "حاول أثناء المقابلات أن تقتنص تلك العواطف. وأثناء الكتابة تأكد من أنك لن تفقدها". ومن القواعد الأساسية أن تستعمل الأقوال التي تبدو أصيلة، وليس كأنها تقرأ من نص مكتوب.

وبعد أن تختار أفضل الأقوال التي ستنقلها بشكل مباشر، قم بصياغة قصتك الإخبارية حولها. إلا أن الصحفي بوب دوتسون الذي يعمل

مع شبكة إن بي سي التلفزيونية الأميركية يحذر قائلا "لا تستخدم اللقم الصوتية كبديل لسرد أكثر فعالية للقصة الإخبارية". والصحفيون الذين لا يقومون بأكثر من الربط بين الأقوال المنقولة مباشرة واللقم الصوتية هم صحفيون يبحثون عن السبيل السهل ويتجنبون بذل الجهد.

الأرقـــام

لقد وصفت معلمة صحافة طلابها ذات يوم بأنهم "فاعلو خير يكرهون الرياضيات". ومعظم الصحفيين لن يحبوا الرياضيات أبدا، ولكنهم بحاجة إليها، ويتعين عليهم أن يعرفوا سبب ذلك. فالأرقام تبدو صلبة وحقيقية، ولكنها ليست معصومة عن الخطأ. والصحفيون بحاجة إلى الكفاءة الرقمية لكي يدركوا الفرق بين رقم لا قيمة له ورقم مهم، وإلا فإنهم يجازفون بكتابة قصص إخبارية ستكون في أفضل الأحوال مضللة ومشوشة، وفي أسوأ الأحوال خاطئة تماما.

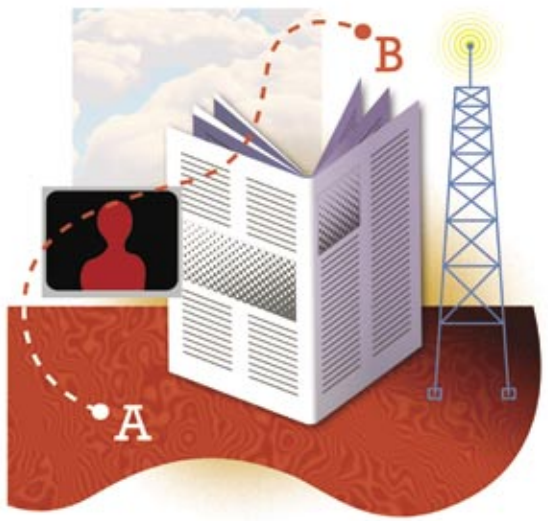
ومن الضروري أن يملك الصحفيون الحدس الرياضي ليعرفوا أن الأرقام التي ينظرون إليها لا تمثل الصورة الحقيقية للوضع. وهم بحاجة إلى آليات رياضية لمعرفة المعنى الكامن وراء الأرقام والبيانات. وهم بحاجة إلى مفاهيم رياضية لكي يفهموا عمل المصارف والأعمال التجارية والإفلاس وأوقات الازدهار. وبعبارة بسيطة، إن الصحفيين بحاجة إلى مهارات في الرياضيات لكي يفهموا الأرقام تماما كما يحتاجون إلى مهارات لغوية لكي يفهموا الكلمات.

والصحفيون المؤهلون يجمعون بين فهم الأرقام والحذر في التعامل معها. وهم قادرون على اكتشاف الرقم غير القابل للتصديق بسرعة، ويملكون من المعرفة الأساسية للحساب والإحصاءات ما يمكنهم من التثبت من صحة شكوكهم. وهم يعرفون كيف يحسبون النسب المئوية والمعدلات ومعدلات التغير، وغير ذلك من العلاقات بين الأرقام التي تقدم قصصا إخبارية أفضل من البيانات الخام. وهم يستطيعون، بل ويتعين عليهم أن يكونوا قادرين على، ترجمة الأرقام إلى عبارات يفهمهما القراء والمشاهدون بسهولة.

والصحفيون الذين يتمتعون بالكفاءة الرقمية هم الآن أهم من أي وقت مضى في عالم اليوم المتقدم تكنولوجيا. وهم الكتّاب والمحررون الذين يستطيعون تقييم وتوضيح التطورات العلمية والطبية والتكنولوجية والاقتصادية. وهم الصحفيون الذين يستطيعون العثور على الأنباء في قواعد البيانات عن طريق تحليل الأرقام بأنفسهم بدلا من انتظار قيام شخص له مصلحة شخصية في الموضوع بذلك.

وبعد أن يتم التحقق من الأرقام وإعادة التحقق منها يتعين على الصحفي أن يقرر كيف يستخدمها في قصة إخبارية. والقاعدة الأساسية هي: كلما كان عدد الأرقام أقل، كلما كان ذلك أفضل. ويجب تدوير الأرقام بغية تبسيطها، ووضعها في السياق الملائم بغية إيضاح مغزاها. ويقول بول هيمب مؤلف كتاب "عشر أفكار عملية للتغطية الصحفية التجارية والاقتصادية في الاقتصادات النامية" "إن الرقم وحده لا ينطوي على مغزى كبير. إن معناه الحقيقي يكمن في قيمته النسبية". لذا فإن القصة الإخبارية التي تدور حول ارتفاع في نفقات المدارس قد تترجم الأرقام الخام إلى المبلغ الإضافي الذي سينفق على كل طفل. والقصة الإخبارية عن عدد الناس الذين يموتون بسبب مرض سرطان الرئة كل عام قد تشير إلى أن ذلك يعادل سقوط طائرة ركاب ضخمة كل يوم.

والصحفيون الذين لا يكتسبون مهارة الرياضيات يفتقرون إلى مهارة أساسية ضرورية لتوضيح الكثير من المعلومات في العالم المحيط بهم، كإحصاءات الجرائم ومعايير التلوث ومعدلات البطالة. ومن المحتم أن يقصر الصحفيون الذين يفتقرون إلى المهارات الرياضية الملائمة للمجال الذي يغطون أنباءه في تحقيق الدقة التي يصبون إليها.



4 تحرير القصة الإخبارية

الساعة الآن التاسعة صباحا، ويبدأ اجتماع هيئة التحرير في قسم الأخبار بمناقشة القصص الإخبارية التي يعدّها كل شخص لذلك اليوم. وقد كلف بعض الصحفيين والمصورين بمهمات بالفعل وخرجوا لتغطية أخبار اليوم. وكلف البعض بمهماتهم مساء أمس، في حين أرسل البعض الآخر صباح اليوم الباكر بعد اجتماع عبر التليفون شمل كبار مديري أقسام الأخبار.

والصحفيون الذين لم يكلفوا بتغطية قصص إخبارية حتى الآن يطرحون أفكاراً عن قصص إخبارية في الاجتماع، سعيا للحصول على موافقة أحد مدراء التحرير كي يقوموا بإعداد تلك القصص الإخبارية لنشرة المساء أو لجريدة الغد. ويستعرض محرر مكتب المراسلين قائمة الأحداث المدرجة التي قد تستحق أو لا تستحق التغطية. وبعد اتخاذ القرارات يضع مدراء التحرير "ميزانية" أو لائحة بالتقارير الإخبارية التي يأملون في أن تصبح متوفرة بسرعة للنشر أو للبث.

وقد تعتقد أنه سيصبح بإمكان مدراء التحرير الجلوس والاسترخاء لدى وصولهم إلى هذه المرحلة. ولكن الحقيقة هي أنه ما من قرار يتخذ في قسم الأخبار ويكون دائما. فمن المحتم تقريبا أن تتغير الخطط. فستظهر أخبار غير متوقعة، وستلغى قصص إخبارية لأنها لم تتطور كما كان متوقعا. وسيحتاج بعضها إلى مزيد من التغطية ولن يكتمل اليوم. والقرارات المتعلقة بما سينشر وما سيلغى وما سيحفظ هي مسؤولية تقع على عاتق مدراء الأخبار والمحررين والمنتجين. وسوف يختارون ويغيرون القصص الإخبارية لذلك اليوم بناء على أهميتها واهتمام الجمهور بها والتطورات الجديدة فيها والوقت والمساحة المتوفرين.

ولكن مهمة المحرر لم تكتمل بعد. فقبل طباعة الصحيفة أو بث النشرة على الهواء يلعب المحررون دورا حاسما آخر، إذ تشتمل مهمتهم على التأكد من أن القصص الإخبارية المقدمة للجمهور مكتوبة ومقدمة بشكل جيد بالإضافة إلى كونها دقيقة وشاملة متكاملة ونزيهة.

وفي معظم مكاتب التحرير أكثر من محرر. فليس بوسع شخص واحد أن يتعامل مع حجم القصص الإخبارية التي تنتجها معظم المؤسسات الصحفية كل يوم. وقد يكون في مكاتب التحرير الكبيرة عدة طبقات من المحررين الذين يتعاملون في النهاية مع الشخص المسؤول عن قسم الأخبار أو رئيس تحرير الجريدة أو مدير الأخبار في الإذاعة والتلفزيون. وتتطلب وظيفة المحرر، كما سنرى، طائفة من المهارات ودرجة عالية من الثقافة والاطلاع بالإضافة إلى القدرة على التعامل مع جدول أعمال متغير والعمل بدون كلل تحت الضغط.

الوظائف في الصحف

يعمل في الجريدة اليومية العادية عدد من الصحفيين الذين يغطون طائفة واسعة من الأخبار. ويعمل معظم الصحفيين في الجريدة المحلية لمكتب "المدينة" أو "منطقة المدينة" ويغطون قصصا إخبارية في المجتمع الذي تخدمه الجريدة. وتضيف الجريدة الكبيرة التي توزع على الصعيد القومي مكتبا للأخبار القومية وآخر للأخبار الدولية أو الأجنبية، بحيث يعمل لديها مراسلون مقرهم في عاصمة البلد نفسه وفي الدول الأخرى. ويعمل بعض الصحفيين في أقسام متخصصة من الجريدة ويغطون الرياضة أو الاقتصاد أو المقالات الخاصة. ويرأس كلا من هذه المكاتب أو الأقسام محرر يشرف على عمل الصحفيين وقد يساعده في عمله محرر مساعد أو أكثر.

ويكلف محررو الجريدة الصحفيين بمهماتهم ويحررون الأخبار المكتوبة ويشرفون على تصميم الصفحات. ويتخصص المحررون في معظم الصحف الكبرى بواحدة من هذه المهمات، ولكن شخصا واحدا قد يقوم بها جميعا في الصحف الصغيرة. كما أنه قد يكون لدى الصحف محرر للصور يشرف على مجموعة من المصورين، ومحرر غرافيك يشرف على عمل الفنانين الذين يرسمون الخرائط والمخططات البيانية وغيرها من الرسوم البيانية الإيضاحية والإعلامية. ولدى الصحف الكبرى أيضا مجموعة من البحاثة الذين يساعدون الصحفيين في العثور

على معلومات عامة تتعلق بالقصص الإخبارية والذين يعتبرون مسؤولين عن مكتبة أو أرشيف للقصص الإخبارية التي نشرتها الجريدة في الماضي.

الوظائف في الإذاعة والتلفزيون

مكاتب التحرير في الإذاعة والتلفزيون ليست منظمة على غرار المكاتب في الجرائد. ومعظم الصحفيين في الإذاعة والتلفزيون لا يتخصصون بتغطية نوع محدد من القصص الإخبارية، ولكنهم قد يكلفون ببرامج إخبارية معينة كنشرة أخبار الصباح الباكر أو نشرة أخبار المساء في الساعات المتأخرة. ويتم جمع كل من هذه البرامج من قبل مخرج يقرر القصص الإخبارية التي ستبث على الهواء وطولها وترتيبها. ويشرف مخرج تنفيذي في أقسام الأخبار الأكبر على عمل المخرجين.

ويعمل في قسم الأخبار في الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى المراسلين الصحفيين، مقدمو الأخبار أو 'كبيرو المذيعين" الذين يظهرون على الهواء ويقدمون القصص الإخبارية التي غطاها الصحفيون في ذلك اليوم. ويظهر مقدمو البرامج في الراديو والتلفزيون عادة في أكثر من برنامج أخبار واحد كل يوم.

ويمنح لقب محرر في قسم الأخبار في التلفزيون أحيانا للشخص المسؤول عن الإنتاج الفني للقصص الإخبارية، أي الشخص الذي يمزج الفيديو والصوت معا لتقديم الإنتاج النهائي الذي يبث على الهواء. وفي كثير من أقسام الأخبار يقوم المصور الصحفي الذي صور الفيديو بالمونتاج على أساس النص المكتوب المسجل بصوت الصحفي.

دور المحرر

تضمن إعلان وظيفة محرر في جريدة صغيرة مؤخرا على ما يلي 'يجب أن يملك هذا الشخص مهارات قوية في الكتابة والتحرير والتصميم... ويجب أن يتحلى/تتحلى بالدقة والمسؤولية والقدرة على العمل ضمن جو الفريق ويمكنه الإشراف على عمل آخرين." واشترطت محطة تلفزيون كبرى تبحث عن مخرج جديد توفر 'خبرة في الحكم على أهمية الأخبار... مهارات كتابة فائقة... ويجب أن تتوفر لديه مهارات إدارية، ويجب أن تتوفر لديه مقدرة على القيام بعدة مهمات وأن يكون منظما في عمله".

وكما ترى، يتعين على المحررين أن يكونوا صحفيين أكفاء وقياديين في مكاتب التحرير. وهم ينخرطون في عملية الأخبار من البداية حتى

يتعين على المحررين أن يكونوا صحفيين أكفاء وقياديين في مكاتب التحرير.

النهاية. ويحتاج المحررون إلى مقدرة جيدة في الحكم على الأخبار لأنهم يقومون بدور مدراء مكاتب توزيع العمل على الصحفيين وهم مسؤولون عن تحديد الأنباء التي ستتم تغطيتها والصحفيين الذين سيغطونها. كما يجب أن يكونوا كتّابا جيدين لكي يساعدوا في صياغة القصة الإخبارية أثناء تطورها، وفي مناقشتها مع الصحفيين في الميدان واتخاذ القرارات المتعلقة بإرسال مزيد من الأشخاص لتغطية جوانب إضافية في القصص الإخبارية. ويشترك المحررون بصورة مباشرة في القرارات المتعلقة بتقديم القصص الإخبارية وكتابة أو اختيار العناوين والصور والشروحات المرافقة للصور والرسوم الإيضاحية. كما يجب أن يكونوا قادرين على قيادة وحفز الموظفين الذين يعملون لديهم.

ويعمل المحررون والمخرجون عن كثب مع الصحفيين ويبحثون ويراجعون معهم قصصهم الإخبارية. ويدقق محررو الجرائد في التقارير ويختارون الرسوم الإيضاحية – من رسوم وتخطيطات بيانية وصور – ويقررون كيف سيتم تصميم القصة الإخبارية في الصفحة وكيف سيتم تصميم العنوان. وفي معظم مكاتب التحرير في الإذاعة والتلفزيون لا يسجل الصحفيون قصصهم الإخبارية أو يجمعونها إلا بعد أن يوافق مخرج على المحتويات. كما يقرر المخرجون ترتيب القصص الإخبارية في نشرة الأخبار والمدة الزمنية المخصصة لكل قصة إخبارية.

تحرير المواد

يقوم المحررون بدور عينين إضافيتين تبحثان عن أي أخطاء في القصة الصحفية. والتأكيد هنا هو على عينين إضافيتين، وذلك لأن على الصحفيين دائما أن يدققوا في تقاريرهم للتأكد من دقتها قبل تقديمها للمحرر. ويعتبر إعداد صيغة أولى بداية جيدة، ولكنها ليست سوى بداية. الصيغة الأولى هي ذلك فقط لا غير. ويجب أن يترك كل كاتب لنفسه بعض الوقت لتنقيح تقريره. والكتابة الجيدة تحتاج إلى إعادة كتابة وتنقيح.

والتثبت من صحة المعلومات هو أول خطوة في تحرير الأخبار. ويبحث المحررون عن الأخطاء في النحو والصرف واستخدام الكلمات، إضافة إلى الأخطاء في التهجئة. وهم يهتمون بشكل خاص بتوافق الفعل والفاعل وتوافق الفاعل والضمير. ويدقق المحررون في صحة جميع الأرقام الواردة في القصة الإخبارية: العناوين وأرقام التليفونات والأعمار والتاريخ والمراجع المتعلقة بالوقت. ويعيدون القيام بأي عمليات حسابية قد يكون الصحفي أجراها للتأكد من صحة النتيجة التي خرج بها. ويتثبتون من أن الصحفي استخدم الألقاب المناسبة لكل شخص تم نقل أقواله. كما يراجعون استعمال العزو طوال القصة الإخبارية.

كما يبحث المحررون عن كثب عن أي أخطاء في الحقائق أو القضايا المتعلقة بالنزاهة والإنصاف. والمحررون المدققون في عملهم يقرأون القصص الإخبارية بعين متشككة ومع إبقاء أسئلة كالأسئلة التالية دوماً في بالهم:

- كيف يعرف الصحفي ذلك؟
- ما الذي سيدفع الجمهور إلى تصديق ذلك؟
- هل تم دعم النقطة الرئيسية في القصة الإخبارية بالمعلومات؟
- هل كل الأقوال المنقولة صحيحة، وهل تعبر عما قصده الشخص بالفعل؟
- هل عالج التقرير جميع جوانب القصة؟
- هل ينقص القصة شيء ما؟
- هل هذه قصة إخبارية منصفة نزيهة؟

كما يهتم المحررون بالمسائل المتعلقة بالذوق واللغة، التي تختلف باختلاف الثقافة المحلية. (سنبحث ذلك بمزيد من التفاصيل في الفصل 7 "المبادئ الأخلاقية والقانون".) ويتعين على المحررين والصحفيين أن يقرأوا التقرير بصوت مرتفع – خاصة في مكاتب تحرير الإذاعة والتلفزيون – وأن يصغوا بانتباه لاكتشاف الجمل مفرطة الطول والحشو والعبارات المربكة التي يصعب النطق بها والمعاني المزدوجة. ويتمتع المحررون في العديد من مكاتب التحرير بسلطة تغيير تقرير الصحفي بدون التشاور معه لتصحيح هذه الأنواع من المشاكل الأساسية.

غير أن المحررين ليسوا مجرد مصححين للأخطاء اللغوية والمطبعية بل هم صحفيون بكل ما في الكلمة من معنى. ولدى معظم المحررين والمخرجين إما خبرة في تغطية الأخبار أو مهارات التغطية الإخبارية. لذا فإنهم يبحثون، لدى قراءة قصة الصحفي الإخبارية، عن أكثر من الدقة الأساسية. إنهم يريدون معرفة ما إذا كانت القصة الإخبارية

مفهومة لشخص لا يعرف شيئا عن الموضوع. وهم حريصون على ضرورة أن تكون القصص الإخبارية جذابة ومثيرة للاهتمام.

وإذا كانت القصة الإخبارية ضعيفة، فيجب أن يكون المحرر أو المخرج قادرا على العمل مع الصحفي لتحسين النتيجة النهائية. وهنا تظهر مهاراتهم القيادية، عندما يستخدمون عملية تدعى "الإرشاد".

الإرشاد

الإرشاد هو طريقة يتبعها المحررون لمساعدة الصحفيين على حل مشاكل القصة الإخبارية بأنفسهم. ويتجنب الإرشاد الاستياء الذي يشعر به الصحفيون في كثير من الأحيان حين يحل المحرر المشاكل بإعادة كتابة القصص الإخبارية. كما أنه يساعد الصحفيين على أن يتعلموا كيف يحسنون عملهم بدلا من تكرار الأخطاء نفسها والسماح للمحرر بالتدخل لحلها. وتقول جويس بازيرا محررة الأخبار في جريدة ألاسيري بتنزانيا "إن المحرر الجيد يرشد الصحفيين عن طريق التحدث معهم أثناء تغطيتهم الخبر وكتابة التقرير. ويمكن للكتّاب أيضا عن طريق الإرشاد... أن يناقشوا المشاكل التي يواجهونها خلال إنجاز مهامهم فيما يحاول المحرر أن يحلها".

والمهارات المستخدمة في الإرشاد هي بعض المهارات نفسها التي تميز الصحفي الجيد: الإصغاء بانتباه وتوجيه الأسئلة الجيدة. وينجح الإرشاد لأن الصحفيين يعرفون بشكل عام المشاكل التي يواجهونها في كتابة القصة الإخبارية، حتى ولو أنهم لا يستطيعون أن يقرروا ما ينبغي أن يفعلوه حيالها. وعمل المرشد هو توجيه الأسئلة والإنصات، ومساعدة الصحفي على تحسين مستوى العمل.

وهذا يختلف اختلافا كبيرا عن دور 'المصحح مسوّي المشاكل" الذي يلعبه بعض المحررين:

المرشد	المصحح مسوي المشاكل
يساعد الكاتب	يصحح القصة الإخبارية:
يساعد طوال العملية:	يصحح في المهلة المتاحة:
يطور قدرات الكاتب:	يقلل من قيمة الكاتب:
يعزز مواطن القوة:	يكشف مواطن الضعف:
يعزز الاستقلالية:	يخلق الاستياء:
يتشاطر سلطاته مع الكاتب	يحصر ممارسة السلطات بنفسه

ويقاوم كثير من المحررين إرشاد الصحفيين لأنهم يعتقدون بأن ذلك يستغرق وقتا طويلا. وهم يعتقدون بأنه من الأسرع القيام بالتغييرات بأنفسهم. وعندما يقترب الموعد النهائي قد يكون الإرشاد غير عملي. فالجريدة يجب أن تطبع في الوقت المحدد، والنشرة الإخبارية يجب أن تبث على الهواء، ولا يمكن السماح للأخطاء بأن تمر. ولكن المحررين لا ينتظرون حتى الدقيقة الأخيرة للتدقيق في القصة الإخبارية التي كتبها الصحفي في مكاتب التحرير الملتزمة بالإرشاد. ويساعد المحررون الصحفيين، بالعمل معهم طوال العملية، على إنتاج قصص إخبارية أفضل تتطلب قدرا أقل من الوقت للتحرير عند نهاية العملية.

ويقول الصحفي رودريك موكومبيرا، الذي يعمل حاليا في جريدة نغامي تايمز في بوتسوانا، إنه يعتبر الإرشاد جزءا أساسيا من عمله كمحرر للأخبار. ويضيف: 'يجب على المحرر أن لا يكلف الصحفي بمهامه ويصحح الأخطاء في مسودته النهائية فحسب، وإنما يجب عليه أن يتدخل أيضاً في عملية التغطية الإخبارية – حين يناضل الصحفي للتوصل إلى فقرة افتتاحية – لتوفير الوقت عند تلقيه التقرير النهائي".

ويتحدث المحرر المرشد مع الصحفيين قبل أن يغادروا مكتب التحرير، وحين يتصلون من الميدان، وفور عودتهم إلى المكتب، قبل أن يبدأوا الكتابة. ويوجّه المحرر المرشد أسئلة بسيطة يمكن أن تساعد الصحفي على التركيز على القصة الإخبارية، مثل:

- ماذا حدث ؟
- ما الذي تدور حوله قصتك الإخبارية؟
- ما الذي يحتاج الجمهور إلى معرفته؟
- كيف يمكن أن توضح ذلك؟
- ما هو رأيك في قصتك الإخبارية حتى الآن؟
- ما الذي يحتاج إلى مزيد من العمل؟
- ما الذي تحتاج أن تفعله بعد ذلك؟
- كيف يمكنني أن أساعدك؟

ويدأب المحررون الذين يمارسون الإرشاد على البحث عن شيء ما للثناء على الكاتب وتشجيعه في كل قصة إخبارية، وحين يشيرون إلى مشاكل يركزون على عدد قليل منها في كل مرة. وتقول جيل غايسلر من معهد بوينتر إنها تجلس على يديها عندما تدرب. فهي لا تريد كمدربة أن تلمس تقرير الصحفي بل تريد أن تدع الصحفي يتحدث عن قصته الإخبارية لكي تنصت للوضوح في القصة وتثير أسئلة يحتاج الكاتب إلى الإجابة عنها.

ويخلق الإرشاد صحافة أفضل وأقوى في مكتب تحرير يعمه جو أكثر إنسانية. وهو يجعل الحوار مكافأة وليس عقابا. وبما أن الناس يتذكرون ما يمارسونه فإن الإرشاد يساعد الصحفيين في نهاية المطاف على تحسين مستوى عملهم.

العناوين الرئيسية وشروحات الصور وعبارات التشويق

تقع على عاتق المحررين مسؤولية توفير مادة إضافية ترافق القصص الإخبارية علاوة على تحرير القصص الإخبارية التي وضعها الصحفيون. ففي مكاتب التحرير في الجرائد والإنترنت يكتب المحررون العناوين الرئيسية للقصص الإخبارية والتعليقات للصور. والعنوان الرئيسي هو موجز ودعاية في آن واحد. فهو يعطي الجمهور فكرة سريعة عن مضمون القصة الإخبارية ويخبر القراء لماذا ينبغي عليهم الاهتمام بقراءة التقرير الكامل. أما شرح الصورة فهو بمثابة عبارة تصنيفية تبلغ القراء ما تظهره الصورة أو الشكل. وفي مكاتب التحرير في الإذاعة والتلفزيون قد يكتب المخرجون عناوين الأخبار وأيضا ما يعرف بعبارات التشويق، وهي أوصاف قصيرة للقصص الإخبارية القادمة تهدف إلى ترغيب المستمعين أو المشاهدين في مواصلة الاستماع أو المشاهدة لكي يحصلوا على التقرير كاملا.

والعناوين، كما يستدل من اسمها، قصيرة وجذابة. ويلخص العنوان الرئيسي في الصحافة المطبوعة القصة الإخبارية ويجذب انتباه القارئ ويساعد على تنظيم الأخبار في الصفحة المطبوعة، ويشير إلى الأهمية النسبية لكل قصة إخبارية عن طريق استخدام الأحجام المختلفة للأحرف. ويحاول المحررون الجيدون تقديم النقطة الأساسية للقصة الإخبارية في العنوان الرئيسي، ولذلك فهم بحاجة إلى فهم القصة الإخبارية كليا قبل أن يحاولوا كتابة العنوان الرئيسي.

والعناوين، كما يستدل من اسمها، قصيرة وجذابة.

ويتعين على المحرر أن يقرأ القصة الإخبارية من بدايتها حتى نهايتها وأن ينظر إلى الفقرات والرسوم التصويرية التي سترافق القصة الإخبارية. وإذا لم تكن النقطة الرئيسية واضحة فيتعين على المحرر أن يتشاور مع الصحفي بدلا من التخمين والمجازفة بطبع عنوان رئيسي مضلل أو خاطئ. يضاف إلى ذلك أن المحرر المشوش هو من المؤشرات على أن القصة الإخبارية ربما كانت بحاجة إلى مزيد من العمل.

ويجب أن تكون اللغة المستعملة في العناوين الرئيسية بسيطة ومباشرة. استخدم أسماء العلم والفعل المضارع. ومن المقبول عادة عدم استخدام أحرف العطف وأل التعريف وأفعال الوصل مثل 'يكون" و"يكونون" . فالقصة التي تتحدث عن كيفية إلقاء القبض على امرأة وصديقها بسبب اشتراكهما في سلسلة من عمليات السطو على البنوك قد تحمل العنوان الرئيسي التالي: 'لصة، صديق معتقلان في عمليات سطو". ولكن تجنب ما يدعوه المحررون لغة العناوين الرئيسية، وهي الأفعال التي تروق لكتّاب العناوين الرئيسية لمجرد أنها قصيرة. ويندر أن تستخدم أفعال مثل 'يتفحص" و"يحدق" ويقبض" و"يحشد" في الحديث اليومي، لذا فهي لا تصلح للعناوين الرئيسية.

ويجب أن يناسب العنوان الرئيسي نوع القصة الإخبارية. وتتطلب القصص الإخبارية الأساسية المباشرة موجزا مباشرا، كهذا العنوان الرئيسي في جريدة 'ذي زمبابوي انديبندنت" 'المهربون يبتلعون بعض إنتاج الذهب في زمبابوي". وقد ضمن العنوان الرئيسي تعريف القارئ بدقة على فحوى القصة الإخبارية. أما العناوين الرئيسية للمقالات الخاصة فقد تشير، من الناحية الأخرى، بطريقة غير مباشرة إلى فحوى القصة، حيث أنها مكتوبة أساسا لإثارة فضول القارئ. فمثلا، نشرت جريدة بوينس آيرس هيرالد الأرجنتينية هذا العنوان الرئيسي فوق عرض لتسجيل غنائي جديد: 'مادونا المرحة تعيد عقارب الساعة إلى الوراء".

وبما أن العناوين الرئيسية يجب أن تناسب مساحة محدودة فإن محرر الجريدة يكتب عناوين الأنباء بالطريقة التي تبني فيها أحجية الصورة المتقطعة. ويقول جول بيسيتزنر محرر جريدة نيوارك ستار – ليدجر الأميركية 'إنني أضع الكلمات مع بعضها كجمع رسالة متقطعة تتعلق بحادث اختطاف. أمزج وأعيد المزج وأخلط ثم أطابق". ومع أن ذلك قد يكون شيئا ممتعا فإن المحررين يقولون إنه من المهم دائما إبقاء القارئ في البال. تجنب التعابير البالية أو المستهلكة وتوخى الحرص التام في ما يتعلق باستعمال التورية والمعاني المزدوجة. والعناوين الرئيسية التي تفرط في السعي لأن تكون هزلية أو ذكية أو مستحوذة على الانتباه كثيراً ما تمنى بالفشل. فقبل كل شيء، يجب أن تكون العناوين الرئيسية دقيقة وصادقة، لا مضللة. وما يرد في العنوان الرئيسي يجب أن يكون في القصة الإخبارية. وليس هناك ما يزعج القارئ أكثر من القصة التي لا تحتوي على ما وعد به العنوان الرئيسي.

وتهدف العبارات المشوقة في الإذاعة والتلفزيون، مثلها في ذلك مثل العناوين الصحفية، إلى جذب اهتمام المشاهد للجزء الباقي من القصة الإخبارية. والعبارات المشوقة تخضع للكثير من القواعد نفسها كالعناوين الرئيسية. ويتعين على المخرجين أن يشاهدوا القصة الإخبارية وأن يتحدثوا مع الصحفي قبل كتابة العبارات المشوقة. والكلمات البالية والمتحذلقة لا تصلح للعبارات المشوقة كما هو حالها بالنسبة للعناوين الرئيسية. كما يجب ألا تبالغ العبارات المشوقة في تقديم الوعود وزيادة التوقعات المتعلقة بمحتوى القصة الإخبارية.

وتختلف عبارات التشويق عن العنوان الرئيسي في الجريدة من حيث أنها تكتب بجمل كاملة. وهي مستقلة بذاتها وتفصلها عن القصة الإخبارية أخبار أخرى أو مادة إعلانية. ولا تلخص عبارات التشويق عادة القصة الإخبارية كما يفعل العنوان الرئيسي لأن هدفها هو شد المشاهد إليها ومواصلة متابعة برامجها لمعرفة المزيد. ولذا يستخدم المخرجون عبارات التشويق التي تترك بعض الأسئلة بدون إجابة، أو أنهم يخلقون إحساسا بالترقب بأن يعدوا بتقديم شيء خاص للمشاهد الذي يتابع مشاهدة البرامج.

ولتوضيح الفرق أنظر إلى الفقرة الافتتاحية في هذه القصة الإخبارية من صحيفة لوس آنجيلس تايمز الأميركية والواردة من عمان بالأردن: 'ظهرت امرأة عراقية على التلفزيون الأردني الرسمي يوم الأحد واعترفت بأنها كانت العضو الرابع في فريق التفجير الانتحاري لتنظيم القاعدة الذي هاجم ثلاثة فنادق هنا في الأسبوع الماضي

مما أدى إلى مقتل 57 شخصا". وكان العنوان الرئيسي لهذه القصة الإخبارية في الجريدة 'امرأة عراقية تعترف بهدوء كيف حاولت نسف فندق". ولكن عبارات التشويق لتلك القصة الإخبارية على برنامج الأخبار المسائي لشبكة إن بي سي التلفزيونية كان كما يلي: 'من هي؟ ولماذا وافقت على أن تكون العضو الرابع في مجموعة مفجرين انتحاريين لنسف فندق في عمان؟ التفاصيل الجديدة في نشرة أنباء هذا المساء". ولم تذكر عبارات التشويق التلفزيونية اعتراف المرأة، ولكنها وعدت عوضا عن ذلك بالإجابة عن أسئلة المشاهد حول دورها.

كما أن لشروحات الصور هدفا مختلفا عن العناوين الرئيسية. فبدلا من تلخيص المحتوى كما يفعل العنوان الرئيسي يساعد تعليق الصور القارئ على إدراك ما هو داخل إطار الصورة. وتشكل الصورة مع التعليق قصة صغيرة يمكن للقارئ أن يفهمها بدون أن يقرأ نص القصة الإخبارية التي ترافقها.

ويجب أن تحدد تعليقات الصور هوية الأشخاص الرئيسيين في الصورة. وإذا ظهر فيها أشخاص عديدون فمن الأفضل تعريف القارئ بأن الشخصية الرئيسية هي من 'يلبس قبعة" أو 'من يقف إلى اليمين". ويجب أن لا تكرر التعليقات كلمات العنوان الرئيسي نفسها أو تنقل جملة من القصة الإخبارية مباشرة. ولا يحتاج كتّاب تعليقات الصور إلى توضيح ما يرى بوضوح في الصورة. والتعليق القائل بأن 'كارلوس فرنانديز يبتسم وهو يغادر الطائرة" أقل تأثيرا من التعليق الذي يقول 'كارلوس فرنانديز المبتهج يعود بعد 15 عاما في المنفى".

ومعظم تعليقات الصور تكون قصيرة، بحيث لا تتعدى سطرا أو سطرين بالقطع الصغير. ولكن الجريدة أو الموقع الإلكتروني قد يعرضان في بعض المناسبات عدة صورٍ مع تعليقات أطول في مقال مصور يشكل تقريراً إخبارياً كاملا. ويمكن في تعليقات الصور الطويلة اقتباس أقوال للأشخاص الذين يظهرون في الصور.

الرسوم البيانية والمرئيات

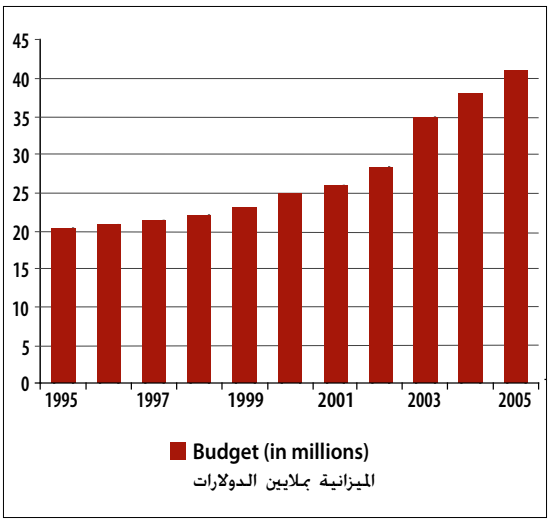
يشعر الصحفيون العاملون في الجرائد أحيانا بالاستياء من استخدام الرسوم البيانية لأنها تحتل مساحة كبيرة، مما يرغمهم على تقصير القصص الإخبارية. ولكن الرسم البياني الجيد يزيد من جاذبية المقال البصرية ويجذب اهتمام القراء ويساهم في توضيح القصص الإخبارية وتيسير فهمها. وهي تدعم تقارير المراسلين الإخبارية ولا تضعفها. والرسوم البيانية، كما يقول مصمم الجرائد رون ريزون، 'معلومات لا زخرف".

ويجب أن يكون هناك غرض من وراء كل رسم بياني. ولا يشكل ملء المساحات الفارغة أو الوقت على الهواء سببا كافيا لاستخدام الرسوم البيانية، بل يجب أن تعزز قدرة القارئ أو المشاهد على فهم القصة الإخبارية، مما يعني أنه يتعين على المحرر أن يستوعب القصة الإخبارية كليا قبل تصميم أو اختيار الرسم البياني المناسب لها. وفنانو الرسوم البيانية هم الذين ينتجون عادة الرسومات والصور الإيضاحية؛ ودور المحرر هو صياغة الفكرة الرئيسية، والتوصل إلى المعلومات التي يجب أن تشتمل عليها أو تصورها ثم التأكد من دقتها.

ويمكن للرسوم البيانية والصور الإيضاحية أن تعرض حقائق أساسية أو أن تصور عملية. تخيل أنك تقدم تقريرا عن تلوث الهواء في بلادك. يمكن استخدام خريطة لإظهار الأماكن التي تعاني من أسوأ مستويات التلوث. ويمكن استخدام رسم إيضاحي لإظهار كيفية تأثير تلوث الهواء على الرئتين. ويصلح هذان النوعان من الرسوم الإيضاحية للاستخدام في البث التلفزيوني وفي الصحف أيضا.

وعليك بتجنب الرسوم البيانية المحشوة بالكثير من المعلومات مهما كانت الوسيلة الإعلامية التي تعمل فيها. ويجب أن يكون بإمكان القارئ أو المشاهد النظر إلى الرسم البياني الإيضاحي والخروج منه بفكرة رئيسية واحدة. اعتبر الرسم البياني لوحة إشارة على طريق رئيسي • حيث لا تتاح للسائق فرصة التمعن بها لأن الأشياء تمر بسرعة كبيرة، ولذا يتعين أن تكون المعلومات واضحة وسهلة الاستيعاب.

لنفترض أن لديك قصة إخبارية تقول إن الميزانية السنوية للمدينة تبلغ ضعفي ما كانت



عليه منذ عشر سنوات. ولكن عند قراءتها بتمعن تجد أن معظم الزيادة حصلت خلال السنوات الثلاث الأخيرة. إن استخدام رسم بياني يوضح حجم الميزانية لكل من السنوات العشر الماضية سيكون طريقة سهلة لتوضيح ذلك.

من الأسهل بالنسبة للقراء والمشاهدين استيعاب المعلومات المقدمة بأشكال بدلا من أرقام خام. فمثلا، يمكنك عند تقديم قصة إخبارية تتعلق بنزوح السكان الناتج عن توسع الأعمال التجارية في المدينة أن تذكر عدد المباني السكنية وعدد مباني المكاتب ومؤسسات الأعمال في المنطقة. ولكن استخدام دائرة تظهر حصة كل منهما وتقارن بين الحصتين من خلال الرسم أكثر فعالية. قارن المعدلات بدلا من الأرقام الخام كلما أمكن ذلك. فمن المضلل أن تظهر أن عدد الوفيات الناتجة عن مرض الإيدز في بلدة ما يبلغ ضعف العدد في بلدة أخرى إذا كان عدد سكان البلدة الأولى يبلغ عشرة أضعاف عدد سكان البلدة الثانية. احسب نسبة الوفيات مقارنة بعدد السكان لكي تتمكن من تقديم مقارنة صحيحة منصفة. ويتعين أن يكون المحررون الذين يتعاملون مع الرسوم البيانية والصور الإيضاحية قادرين على فهم الإحصاءات وملتزمين بتوظيفها بشفافية وبدقة لتعزيز قدرة المشاهد أو القارئ على فهم الموضوع.

الإشراف

كما أشرنا سابقا، المحررون إداريون مشرفون بالإضافة إلى كونهم صحفيين. وهم يقومون، أثناء عملهم مع الصحفيين على إنتاج التقارير الإخبارية اليومية، بالإشراف على تقدمهم على المدى الطويل. وهم يتحينون الفرص لإبداء الرأي البناء – سواء شخصيا أو كتابة – الذي يساعد الصحفيين على تحسين مستوى عملهم. كما أن هناك الكثير من المحررين المسؤولين عن تقييم الأداء السنوي للموظفين الذين يشرفون عليهم، وهو نوع من إبداء الرأي ولكنه رسمي إلى حد أكبر.

ويتصف إبداء الرأي الفعال بالعمل بكونه محدداً ويتم في الوقت المناسب. ويمكن إبداؤه إما شخصياً أو خطيا. ويؤمن معظم المحررين بضرورة إبداء بعض الآراء الإيجابية حول ما أنتجه الصحفي علنا، والإبقاء على جميع التعليقات النقدية السلبية سراً بينهما. ويجد معظم المحررين المنهمكين في عملهم أن تحديد جلسات منتظمة لإبداء الرأي هي الطريقة الوحيدة التي يمكنهم عبرها ضمان حصول موظفيهم على رأيهم في ما قدموه وجهاً لوجه، وهو أمر من

حقهم الحصول عليه. وإتاحة الفرصة للموظفين لكي يعرفوا مستوى تأديتهم لعملهم بصورة روتينية طريقة جيدة لتجنب المفاجآت غير السارة عند موعد وضع تقارير التقييم السنوي.

ويتعين على مدراء الأخبار أن يجدوا طريقة للحصول على تقييم نزيه من الموظفين لأدائهم. ويمكن تحقيق ذلك من خلال المحادثات غير الرسمية أو عن طريق تكليف الموظفين بملء استطلاع بدون ذكر الاسم. والمهم في كلتا الحالتين هو أن يشدد المدير على أنه يريد آراء صريحة، وأن يتفادى حمل الضغائن إذا لم تكن النتائج في صالحه تماما. فالأمر الأساسي بالنسبة للمحررين هو معرفة مستوى أدائهم لكي يحسنوه.

والمحررون ومدراء الأخبار هم الذين يصوغون الجو في مكتب التحرير ويساعدون على خلق ثقافة إيجابية فيه، ويضعون ويعززون المعايير والقيم المشتركة للموظفين. ويتجنب المحررون المحاباة في مكتب التحرير جيد الإدارة. ويشجعون على التفاهم وتبادل الآراء الصريح ويعقدون اجتماعات منتظمة للتأكد من أن كل الموظفين يدركون أهداف المؤسسة الصحفية. ويتعين على المحررين أن يكرسوا الكثير من اهتمامهم لمعنويات الموظفين وبذل الجهود لرفعها وتعزيزها بالاحتفال بالنجاح ومكافأة الإنجازات المتفوقة. فتقدير العمل الجيد علناً أمام جمهور من المشاركين طريقة جيدة للحصول على المزيد منه.

5 البث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني

الصحافة الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية أنواع متخصصة لها متطلبات ومقتضيات إضافية تزيد على تلك التي بحثناها حتى الآن. والصحفيون في الإذاعة والتلفزيون لا يستعملون الكلمات فحسب بل اللقم الصوتية والصوت الطبيعي والفيديو أيضاً في إعداد قصصهم الإخبارية. ويجب أن يُكتب ما يكتبونه ليسمعه الجمهور لا ليقرأه. ويمكن لصحفيي الإنترنت، مثلهم في

ذلك مثل نظرائهم في التلفزيون، أن يضمنوا تقاريرهم الإخبارية صوتاً ولقماً صوتية وصور فيديو، بالإضافة إلى عناصر تفاعلية تسمح للقارئ بمطالعة التقرير وتمحيصه بالسرعة التي يختارها.

وسنستخدم، بهدف التبسيط، كلمة 'البث" في هذا الفصل لوصف جميع الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، سواء أرسلت على الهواء أو الكبل أو عن طريق قمر صناعي.

أشكال وشروط القصة الإخبارية المذاعة

الأشكال

الأساسية للقصة الإخبارية المذاعة هي 'القراءة" أو 'القارئ"، و"صوت الراوي" دون ظهور صورته و"الصُرّة" أو 'الرزمة". والقصة الإخبارية من نوع 'القارئ"" هي تماما ما تدل عليه تسميتها – أي قصة إخبارية بدون مقاطع صوتية إضافية أو فيديو – يقدّمها عادة المذيع أو كبير المذيعين في الأستوديو. وصوت الراوي هو تعبير تلفزيوني لقصة إخبارية تقدّم مع فيديو ولكن بدون 'لقم صوتية". واللقمة الصوتية هي الاستشهاد بقول شخص ما بصوته. وفي هذا النوع، يقرأ المذيع أو كبير المذيعين نص القصة الإخبارية دون ظهور صورته على الشاشة فيما يتم عرض الفيديو. وتحوّل إضافة لقمة صوتية إلى القصة هذا النوع إلى ما يعرف بصوت الراوي– وصوت على الشريط. ومع أن محطات كثيرة في هذه الأيام تقدّم جميع أشرطة الفيديو رقميا بدون استعمال أشرطة فإن التعبير الذي استخدمناه، وهو صوت على الشريط، ما زال مستخدما. وهذه الأنواع من القصة الإخبارية المبثوثة – القارئ وصوت الراوي وصوت الراوي مع صوت على شريط تميل إلى أن تكون قصيرة: طولها عادة أقل من دقيقة، وأحيانا 10 ثوان أو 15 ثانية.

القصة الإخبارية المتكاملة التي يقدمها المراسل الصحفي تعرف باسم 'الصرة" في الراديو و"الرزمة" في لغة أخبار التلفزيون. وهي تتألف من رواية أو سرد الصحفي، أو 'التسلسل"، وتشتمل عادة على لقم صوتية ومقاطع صوتية طبيعية، أي الأصوات التي تحدث بشكل طبيعي في الموقع. وتشتمل القصة التلفزيونية بالطبع على الفيديو. وقد يشتمل الفيديو على رسوم وصور إيضاحية إما ساكنة أو متحركة. ويمكن تقديم هذه الأنواع من التقارير الإخبارية إما بالبث الحي على الهواء أو بعد تسجيلها مسبقا، وهي تميل إلى أن تكون أطول من الأنواع الأخرى — تصل أحيانا إلى ست أو سبع دقائق، ويتوقف طولها على البنية المعتمدة للنشرة الإخبارية. وتشتمل كل رزمة أيضاً على مقدمة يقرأها مذيع نشرة الأخبار. كما يشتمل الكثير منها أيضاً على 'ملحق ختامي" يقدّم مزيدا من المعلومات في نهاية الرزمة التي أعدها المراسل.

وهناك نوع آخر من القصة الإخبارية المذاعة أو المبثوثة يعرف باسم 'الصوت الطبيعي". ويستخدم هذا النوع أكثر ما يستخدم في التلفزيون، وإن كان يستخدم أحياناً أيضاً في الراديو. ولا يشتمل هذا النوع على أي قراءة أو 'تسلسل" بصوت الصحفي، بل يقوم الأشخاص المقدمون في القصة الإخبارية برواية الأحداث أو بالسرد. وقد يتطلب هذا الأسلوب قدراً أكبر من التخطيط وتغطية لا تقل عن التغطية في أي قصة إخبارية أخرى، ولكن النتائج قد تكون قوية مؤثرة جداً. وعلى الصحفيين المصورين، الذين يقومون أحياناً بإنتاج هذا النوع من التقارير الإخبارية وحدهم بدون مراسل صحفي، التأكد من أن كل جزء من المعلومات الضرورية للقصة الإخبارية مسجل على الشريط، وإلا كان الناتج النهائي بلا معنى.

تكتب القصص الإخبارية للراديو والتلفزيون لأذن المستمع، وليس لعين القارئ.

الكتابة للراديو والتلفزيون

تكتب القصص الإخبارية للراديو والتلفزيون لأذن المستمع، وليس لعين القارئ. ويتعين على الكتّاب أن يكتبوا الخبر الذي يمكنهم قراءته بصوت مرتفع: خبر واضح يقدّم بلغة بسيطة ويفهم بسهولة. وبعكس قراء الجريدة أو الإنترنت فإن جمهور البث لا يستطيع الرجوع لإلقاء نظرة ثانية أو لمعاودة الاستماع لقصة إخبارية لم يفهمها في المرة الأولى. وقد كتب إد بليس محرر الأخبار في شبكة سي بي إس (التلفزيونية الأميركية) ذات مرة 'الكلمات تنطق، وبعد أن يتم النطق بها، لا يمكن استرجاعها".

ويكتب صحفيو البث بأسلوب أكثر إيجازاً من أسلوب زملائهم في الصحف. وهم مضطرون إلى ذلك. فالمادة المطبوعة لنشرة أخبار طولها نصف ساعة لن تملأ أكثر من صفحة أو اثنتين في الجريدة. ولا يمكن لافتتاحية النشرة أن تغطي جميع النقاط الأساسية الست، أي من ومتى وأين وماذا ولماذا وكيف، التي ناقشناها في الفصل 2، لأنها ستصبح طويلة جداً وستصعب متابعتها. ويختار كاتب الأخبار المبثوثة أو المذاعة، عوضا عن ذلك، أهم نقطتين أو ثلاث نقاط أساسية ليستخدمها في الجملة الافتتاحية، ويغطي النقاط الأخرى في الجملة التالية. وتميل تقارير الأنباء المذاعة أيضاً إلى إغفال بعض التفاصيل، كالأعمار والعناوين، التي توجد بشكل روتيني في الصحافة المطبوعة. ويكتب المذيعون جملا أقصر لكي يتمكنوا من قراءتها بصوت عال في نفس واحد دون لهاث أو انقطاع نفس.

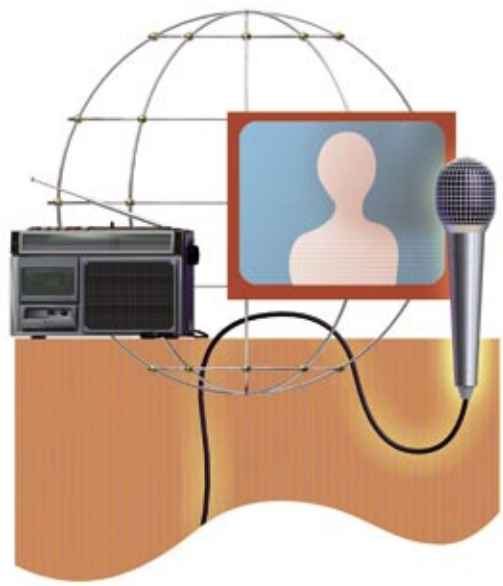
ويتعين على الصحفيين في الراديو والتلفزيون أن يكونوا قادرين على تحسس وقع الكلمات التي يستخدمونها على السمع. وهم متيقظون دوماً، على غرار الشعراء، للسرعة والإيقاع. فكّر في هذه الجملة من نص لإدوارد آر. مرو مراسل شبكة سي بي إس الشهير الذي غطى الحرب العالمية الثانية من لندن 'يمتد انقطاع الكهرباء من بيرمنغهام إلي بيت لحم، ولكن السماء في بريطانيا صافية هذا المساء". هذه جملة كُتبت لسماعها لا قراءتها. فكلماتها بسيطة، ونهايتها واضحة جازمة.

ويجب على كتّاب البث أن يحذروا اللغة التي قد تكون صحيحة في الصفحة المطبوعة، ولكنها تبدو سخيفة عندما تقرأ بصوت عال. وعندما توفيت الممثلة الأميركية والكوميدية التلفزيونية لوسيل بول وصفتها قصة إخبارية في الصحافة المطبوعة بأنها 'بول (أي الكرة بالعربية) البالغة الثالثة والثمانين من العمر". وجاء في الخبر المذاع في الراديو 'كانت لوسيل بول في الثالثة والثمانين من العمر". (وبذلك تجنبت التشوش الناجم عن المعاني الأخرى لكلمة 'بول" باللغة الإنجليزية). كما يتعين على كتّاب البث أن يتفادوا استخدام الكلمات المتشابهة اللفظ المختلفة المعنى. ففي اللغة الإنجليزية يمكن الخلط بسهولة بين كلمة (Miner) أي: 'عامل منجم" وكلمة (Minor) أي: 'قاصر؛ أو، موضوع ثانوي." ويجب استخدام مثل هذه الكلمات في السياق المناسب لكي يكون معناها واضحا. ويعود الصحفيون العاملون في البث أنفسهم على قراءة تقاريرهم بصوت عال قبل قراءتها على الهواء لاكتشاف مثل هذه المشكلة، واكتشاف المعاني المزدوجة المحتملة المحرجة التي لا تكون واضحة على الورق. وعند تغطية خبر مباراة غولف يخصص ريعها للأعمال الخيرية فإنك لا تريد أن تقول 'لعب جولة مع رئيس الوزراء". (الخلط المحتمل هنا هو بين 'Played a round" باللغة الإنجليزية والتي تعني 'لعب جولة" و"Played around" وتعني تلميحا 'أساء التصرف").

ومع أن نصوص البث مكتوبة لكي تقرأ بصوت عال فإن أهمية التهجئة الصحيحة فيها لا تقل عما هي عليه في الصحافة المطبوعة. وكثيرا ما تؤدي التهجئة غير الصحيحة إلى تلعثم أو خطأ في اللفظ على الهواء. ولكي يضمن الصحفيون العاملون في البث أنهم سيلفظون الكلمات الصعبة لفظا صحيحا فإنهم كثيرا ما يضمنون نصوصهم تهجئة لفظية للكلمة. ومما زاد من أهمية التهجئة الصحيحة في هذه الأيام كون الكثير من المحطات تقدم قصصها الإخبارية على

الإنترنت. كما أن لدى بعض المحطات التلفزيونية برمجيات في أجهزة الكمبيوتر تحوّل النصوص المقروءة أوتوماتيكيا إلى جمل تظهر على الشاشة كخدمة للمشاهدين الصم. وفي كلتا الحالتين تعطي أخطاء التهجئة صورة سلبية عن الصحفيين والمحطة.

وتكتب أخبار الراديو والتلفزيون بأسلوب أبسط وأقرب إلى أسلوب الحديث مما هو الحال في الصحافة المطبوعة. وبعبارة أخرى، يتعين على الصحفيين العاملين في البث أن يكتبوا بالطريقة التي يتحدثون بها. وقد تقول القصة الإخبارية في الجريدة 'فر الرجل في شاحنة تويوتا حمراء، بحسب ما قالت الشرطة." ولكن العزو يأتي في البداية في حالة البث، ولذا يقول النص المذاع في الراديو أو التلفزيون 'يقول الشرطة إن الرجل فر في شاحنة تويوتا حمراء". وللمحافظة على أسلوب المحادثة لا يحتاج الإذاعيون إلى استخدام الأسماء والألقاب كاملة في القصص الإخبارية. ويمكن القول بشكل عام إن الأحرف الأولى للاسم الأوسط لا تستخدم على الهواء ما لم يكن ذلك الحرف جزءا أساسيا من الاسم. وفي بعض الأحيان قد لا يكون حتى الاسم ضروريا. فعلى سبيل المثال، سيشير تقرير إخباري في الصحافة المطبوعة إلى أن 'وزير الخارجية الباكستاني خورشيد محمود كاسوري اجتمع مع نظيره الإسرائيلي سيلفان شالوم في إسطنبول بتركيا يوم الخميس"، ولكن النبأ المذاع في الراديو قد يقول ببساطة 'اجتمع وزيرا الخارجية الباكستاني والإسرائيلي اليوم في تركيا."



وتعد الآنية مقوماً أساسيا في أخبار البث. فإذا حدث شيء وأنت على الهواء يمكنك، بل ويجب عليك، أن تقول ذلك: 'يتوجه الرئيس حالياً بطريق الجو إلى كيبتاون..." لأن عنصر الآنية في هذه الجملة أقوى من قولك: 'يتوجه الرئيس اليوم بطريق الجو إلى كيبتاون". ويمكن القول بشكل عام إن الصحفيين العاملين في الراديو والتلفزيون يتجنبون استخدام المراجع الزمنية في افتتاحاتهم ما لم يكن الحدث قد وقع اليوم. وفي حين أن جريدة الأربعاء ستنشر هذه الجملة الافتتاحية: 'توجه الرئيس مبيكي بطريق الجو إلى كيبتاون الثلاثاء"، فإن النشرة الإذاعية لصباح الأربعاء ستقدم النبأ بشكل مختلف إذ ستقول: 'وصل الرئيس مبيكي إلى كيبتاون". والأفضل من ذلك أن يستكشف الكاتب نشاطات الرئيس في كيبتاون يوم الأربعاء بحيث يمكنه كتابة التقرير الإخباري بالفعل المضارع، فيقول: 'يجتمع الرئيس مبيكي هذا الصباح مع الطلاب في جامعة كيبتاون".

الصوت

تعادل اللقم الصوتية التي يستخدمها الصحفيون العاملون في الراديو والتلفزيون في قصصهم الإخبارية نقل الأقوال في الصحافة المطبوعة، ولكن اختيارها يتطلب خطوة أخرى في اتخاذ القرار. فليس كافيا أن تكون اللقمة الصوتية منطقية على الورق، بل يجب أيضا أن تكون واضحة بما يكفي لفهمها في الراديو والتلفزيون. ويجب أن يلتفت الصحفيون العاملون في البث إلى طول اللقمة الصوتية. فما يبدو قصيرا على الورق قد يتطلب من شخص ما وقتا طويلاً لقوله، وقد تكون اللقمة الصوتية من الطول في بعض الأحيان بحيث لا يمكن استخدامها بكاملها بدون تجاوز التقرير الإخباري الوقت المحدد له.

ويولي الكتاب العاملون في البث اهتماماً خاصاً لوصلات الانتقال إلى اللقم الصوتية والخروج منها. وهدفهم هو خلق سرد سلس يحتفظ بانتباه الجمهور طوال القصة الإخبارية. وعلى سبيل المثال، إذا كانت اللقمة الصوتية تبدأ بضمير، يتعين على الكاتب أن يجعل المعنى واضحا في البداية، بصياغة الجملة بحيث تحصل الأذن على المعلومات الضرورية لتوضيح ما سيلي. لنفترض أن القمل تفشى في رؤوس تلاميذ المدارس المحلية. وتقول ممرضة في إحدى المدارس في لقمة صوتية 'إنهم يأتون إلى هنا وهم يحكون رؤوسهم ونحن نعلم ما هي المشكلة، لأنها واضحة جدا". وحين تقول

'هم" فهي تعني تلاميذ المدارس. ولن يكفي ذلك إذا كان المقطع الصوتي قبل ذلك يقول 'تقول ممرضات المدارس إنهن يواجهن تفشياً مروعاً للقمل" لأن الضمير في بداية اللقمة الصوتية لا يتطابق مع الجملة السابقة. ويمكن للصحفي أن يقول، بدلا من ذلك، إن 'انتشار قمل الرأس يعني أن الممرضات مثل ماري سميث يعالجن اليوم عددا كبيرا غير عادي من الأطفال".

وبالإضافة إلى اللقم الصوتية قد تتضمن القصص الإخبارية على الراديو والتلفزيون ما يسمى بالصوت 'الطبيعي" أو 'الخام". وهذا هو الصوت الذي يسجل أثناء تغطية القصة الإخبارية: صفير الريح وصفارة الشرطة والأطفال وهم يهللون مبتهجين. واستخدام هذا الصوت في تقديم القصة الإخبارية ممارسة عادية في بعض أنحاء العالم. ويتيح استخدام الصوت الطبيعي للمستمعين أو المشاهدين الإحساس وكأنهم شاهدوا المكان والوضع بأنفسهم، بدلا من أن يحدثهم الصحفي عنهما. كما يمكن أن يوفر الصوت الوصلة الانتقالية من موقع لآخر، مما يقود الجمهور إلى المشهد التالي.

ويمكن استخدام الصوت الطبيعي على مستوى منخفض للصوت تحت كلمات الصحفي، أو 'رفعه إلى المستوى العالي" بحيث يسمع بوضوح. وفي كلتا الحالتين يساعد الصوت الصحفي على سرد القصة الإخبارية. والصوت الطبيعي، مثله كمثل طين البناء بين قطع اللبن، يحافظ على تماسك بنية القصة الإخبارية. ويقول الصحفي المصور الأميركي ستيف سوايتزر إن استخدام الصوت الطبيعي في التلفزيون ضروري لسرد قصة كاملة، ويضيف أن 'الصوت هو الجزء الآخر من الصورة".

يتعين على الصحفيين العاملين في البث أن يكتبوا بالطريقة التي يتحدثون بها.

الصور

التلفزيون

وسيلة إعلام أكثر بكثير من مجرد راديو مع صور. وصحفيو التلفزيون المهرة يجمعون بين الكلمات والفيديو لسرد قصة أقوى. والصور ليست مجرد فيديو 'ورق جدران" للزينة، بل هي جزء أساسي من القصة الإخبارية. والبصريات هي كناية عن 'ماذا" القصة الإخبارية، بينما تسرد الكلمات 'لماذا". ولنقتبس ما قاله إد بليس مرة أخرى 'المشاهدة قد تعني التصديق، ولكنها لا تعني الفهم".

وعلى الصحفيين العاملين في التلفزيون معرفة صور الفيديو التي سيستخدمونها في القصة الإخبارية قبل بدء الكتابة. ويتعين عليهم، حينما يكون ممكنا، مشاهدة الفيديو بأكمله أولا كي يضمنوا أن ما يكتبونه سيكون متساوقاً مع الصور. وهذه ليست مجرد مسألة أسلوب. فقد أظهرت الأبحاث أن المشاهدين يفهمون ويتذكرون القصص الإخبارية على نحو أفضل حين تتلاءم الكلمات والفيديو، أي حين يروبان القصة الأساسية نفسها. أما عندما لا يتلاءم الفيديو مع الكلمات فإن المشاهدين يميلون إلى أن يتذكروا قدرا أكبر مما يشاهدونه مقارنة بما يسمعونه. تخيل مثلا قصة إخبارية عن تأثير عاصفة كبرى على إمدادات الوقود لدولة ما. فإذا أظهر الفيديو الأضرار التي سببتها العاصفة وما نجم عنها من عواقب، قد تفوت النقطة الأساسية، توقف إمدادات الوقود، المشاهد. وستكون متابعة القصة الإخبارية أسهل إذا أظهر الفيديو الدمار الذي سببته العاصفة أثناء حديث الصحفي عن عواقبها ثم انتقل إلى صور شاحنات الوقود التي لا تستطيع مواصلة سيرها أو الناس المنتظرين في طوابير يحاولون شراء البنزين فيما يصف الصحفي تأثير العاصفة على إمدادات الوقود.

ولا يعني تساوق الكلمات والصور أن على الصحفيين أن يكتفوا بوصف ما يمكن للمشاهد أن يراه. لنفترض أن الفيديو يظهر شاحنة مزرعة تنطلق عبر طريق ترابي. فليس هناك جدوى من أن يقول الصحفي شيئا واضحا مثل 'تعيش أسرة روبرتسون في نهاية طريق ريفي طويل". وما يجب أن تقدمه الرواية الصوتية بدلاً من ذلك هو أن تضع الصورة في سياق وتضيف معلومات إليها. وفي هذه الحالة، يمكن للصحفي أن يقول 'كان الجفاف شديدا جدا إلى درجة أنه لم يكن لدى أسرة روبرتسون محاصيل لتبيعها هذا العام".

نشرات الأخبار

يتحكم قراء الجرائد ومواقع الأخبار على الإنترنت على نحو كبير بكيفية تلقيهم للأخبار. ولكن تحكم مستمعي الراديو ومشاهدي التلفزيون أقل من ذلك بكثير. فباستطاعة قارئ الجريدة أن يختار البدء بالصفحة الأولى، أو قسم الرياضة أو قسم الوفيات. وبوسع قارئ الأخبار على الإنترنت أن يستعرض محتويات موقع الشبكة قبل أن يقرر المادة المحددة التي يريد قراءتها من بدايتها حتى نهايتها. ولكن يتعين على مستمع الراديو أو مشاهد التلفزيون أن يستهلك الأخبار كما يتم توفيرها، فترتيب القصص الإخبارية مقرر مقدما من قبل مخرج نشرة الأخبار.

وتبدأ نشرات الأخبار عادة بما يعتقد المخرج أنه النبأ الرئيسي لذلك اليوم. وهذا لا يعني أن كل قصة إخبارية بعد النبأ الأول تعتبر أقل أهمية بقليل من الخبر الذي سبقها. ويتعين على المخرج أن يأخذ بالاعتبار تأثير نشرة الأخبار ككل متكامل، وليس كل قصة إخبارية بمفردها فقط. ويضع المخرجون في كثير من الأحيان قصة إخبارية هامة أو غير عادية في مكان متأخر في ترتيب نشرة الأخبار ويستخدمون 'عبارات التشويق" وإثارة الفضول لمعرفة تفاصيل ما سيلي كوسيلة للاحتفاظ باهتمام المشاهدين ودفعهم إلى متابعة المشاهدة. (تحدثنا عن عبارات التشويق في الفصل 4).

ويضع مخرج نشرة أخبار التلفزيون، من خلال عملية تشبه تقرير محرر الصحيفة تصميم الصفحات، لائحة بالأخبار التي ستتضمنها النشرة، يدرج فيها جميع القصص الإخبارية حسب الترتيب الذي ستبث فيه. ومهمة المخرج هي معرفة طول كل قصة إخبارية بدقة لأن نشرة الأخبار يجب أن تبدأ وتنتهي في وقت محدد. وبمجرد أن يبدأ البرنامج، يعمل المخرج على ضمان استمراره حسب الجدول. وفي حال تجاوز قصة ما الوقت المحدد لها، يتعين على المخرج أن يقرر ما سيقطع للتعويض عن ذلك. وإذا ما ألغيت قصة إخبارية، يتعين على المخرج أن يقدّم مادة لملء الفراغ الذي خلفته.

الأخبار الإلكترونية

تشترك الصحافة الإلكترونية ببعض الخصائص مع الصحافة المطبوعة وبخصائص أخرى مع صحافة البث، وإن كانت تتصف أيضاً بخصائص تنفرد بها الشبكة الإلكترونية. فكثيرا ما تقدم مواقع الشبكة الإلكترونية مقالات صحفية للقراءة، تماماً كما لو كانت في الجريدة. ويمكن للجمهور في أوقات أخرى أن يختار مقطع فيديو لمشاهدته، مما يجعل الموقع الإلكتروني شبيهاً بالبث التلفزيوني. وتسمح القصة الإخبارية التي تستفيد كليا من الوسيلة الإعلامية الجديدة للقارئ بأن يصبح مشاركا يختار كيفية تعامله/تعاملها مع المعلومات المقدمة. وتقول نورا بول مديرة معهد دراسات وسائل الإعلام الجديدة التابع لجامعة منيسوتا 'لا يتحقق وجود شكل جديد من القصة الإخبارية إلا عندما يتوفر تحكم المستخدم بالمادة إلى حد ما."

ويقول جوناثان دوب ناشر (CyberJournalist.net)، وهو موقع يركز على الكيفية التي أخذت فيها الإنترنت والتكنولوجيات الأخرى بتغيير وسائل الإعلام، إنه "يتعين على صحفيي الإنترنت أن يفكروا على مستويات متعددة في الوقت نفسه: الكلمات والأفكار وبنيان القصة والتصميم ومواد التفاعل والصوت والفيديو والصور والحكم على أهمية الأخبار. وجوهر التلفزيون هو عرض الأخبار. في حين أن الصحافة المطبوعة تركز على نحو أكثر على الإبلاغ والتوضيح. أما الصحافة على خط الإنترنت فتتضمن العرض والإبلاغ والتصوير والتفاعل".

ولجعل ذلك ممكنا، يقدم صحفيو الإنترنت المعلومات على مستويات متعددة، مستخدمين طائفة من أنواع القصص الإخبارية المختلفة.

أنواع القصص الإخبارية الإلكترونية

لقد وصف أبسط شكل من أشكال القصص الإخبارية الإلكترونية بـ "الصحافة المطبوعة زائد"، وهو قصة إخبارية نصية تشتمل على عناصر إضافية كالصور والصوت والفيديو أو الوصلات الإضافية للحصول على المزيد من المعلومات. ويستطيع الصحفي، من خلال دمج الوصلات في قصته، أن يقدّم للقارئ معلومات إضافية على مواقع ويب منفصلة على الشبكة، يعود بعضها إلى مصادر خارج المؤسسة الصحفية، توفر مزيداً من الخلفية أو المعلومات التاريخية حول الحدث. ويمكن تعزيز القصص الإخبارية الإلكترونية بتضمينها وصلات إلى قواعد البيانات التي يمكن للمستخدم البحث فيها. فمثلا، يمكن ربط قصة إخبارية عن انخفاض معدل نتائج الاختبارات في المدارس الثانوية في جميع أنحاء البلد بقاعدة بيانات للنتائج من جميع المدارس. ويمكن للمستخدم بذلك أن يبحث عن نتائج طلبة مدرسة معينة، أو عن جميع المدارس في مدينة معينة أو أن يقارن نتائج المدارس المختلفة.

ويستخدم أحد الأساليب المبتكرة "تفاعلات بالكبس" أو الرسوم البيانية والصور الإيضاحية متعددة الوسائل الإعلامية المصممة خصيصا لإيضاح قصة إخبارية. وتوضع عناصر هذه الرسوم والصور الإيضاحية في لائحة بشكل طولي. ولكن يمكن للقارئ أن يتفحص كلاً منها على حدة بالترتيب الذي يختاره. وينطبق الشيء نفسه على معظم "عروض الشرائح الزجاجية" المتوفرة على الإنترنت والتي تجمع النص والصوت مع صور فوتوغرافية بحيث تتيح للقارئ تجربة شكل جديد يتصف بتعددية وسائل الإعلام.

ويمكن للأدوات التي تسمح للقارئ بأن يتحرك عبر مشهد واسع على امتداد 360 درجة في موقع ما أن تعزز هي أيضاً التغطية الإخبارية الإلكترونية. وتقوم بذلك أيضاً رسوم فلاش المتحركة، وهي من برامج الكمبيوتر التي تتيح للمرء تصميم محتوى التفاعلات: فيديو ورسوم بيانية وصور إيضاحية ورسوم متحركة. فمثلا، أوجدت هيئة الإذاعة البريطانية في لندن موقعا إلكترونيا حول المخدرات غير المشروعة والمشروبات الكحولية، أتاح للقارئ فرصة "اختيار" مخدر معين وجرعة منه ثم اختيار عضو في الجسم • كالدماغ أو القلب- لكي يقرأ عن تأثير المخدر على ذلك العضو. بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بالسلامة. وقد عمدت المواقع الإلكترونية حتى إلى استخدام اختبارات قصيرة أو ألعابا لتقديم القصص الإخبارية عن طريق تقسيم المعلومات إلى أسئلة وأجوبة والسماح للمستخدم باكتشاف ما سبق للصحفي أن جمعه من معلومات.

الكتابة لمواقع الأخبار الإلكترونية

يقول جوناثان دوب إن الكتابة للصحافة الإلكترونية هي مزيج بين كتابة الصحافة المطبوعة والكتابة الإذاعية والتلفزيونية. ويؤكد أن أسلوب الكتابة الموجزة والبسيطة الذي يفضله الإذاعيون يسهّل قراءة واستيعاب الكتابة الإلكترونية. ولكنه يقول إن العديد جداً من مواقع الشبكة الإلكترونية يتجاهل القواعد الأساسية للكتابة الجيدة. ويشير دوب إلى أن استخدام العبارات البسيطة وكأن المرء في حديث أمر جيد، إلا أن القواعد اللغوية والتهجئة ما زالت مهمة. ويقول مدير أخبار التلفزيون سكوت أتكنسون إن أفضل نصيحة يقدّمها هي أن تكتب للإنترنت كما تكتب رسالة إلكترونية لصديق. ويقول "هذا لا يعني أن بوسعك أن تخطئ في تهجئة الكلمات أو تتجاهل بنيان القصة الإخبارية أو تلغي السياق. إن ما يعنيه ذلك هو أن عليك أن تكتب بأفضل أسلوب حميم يمكنك التوصل إليه."

وبما أن مواقع الأخبار الإلكترونية تميل إلى تقديم خيارات عديدة للقراء فإن على الكتّاب أن يتجنبوا تأخير الإشارة إلى جوهر النبأ ويتفادوا الفقرات الافتتاحية التي تروي قصة طريفة دون الإشارة بسرعة إلى فحوى القصة الإخبارية. ويجب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يقنع القارئ على مواصلة القراءة، وإلا فإنه سيكبس على قصة إخبارية أخرى. وتكون القصص الإخبارية الإلكترونية بشكل عام أقصر من القصص

الإخبارية في الجرائد. ومن الإرشادات الجيدة بهذا الشأن قصر طول القصة الإخبارية الإلكترونية على حوالي 800 كلمة والتأكد من إبقائها ضمن صفحة واحدة. فقد وجدت الدراسات أن القراء مستعدون لمتابعة تصفح النص على الإنترنت، وما من ضرورة تدعو لإرغامهم على الكبس على صفحات إضافية لقراءة المزيد عن القصة الإخبارية نفسها. ولكن دوب يقترح على كتاب الإنترنت، لتسهيل استيعاب النص، تقسيم النص إلى مزيد من الأجزاء واستعمال مزيد من العناوين الفرعية والنقاط المبرزة لفصل الأفكار على نحو أكثر مما يفعلونه في الصحافة المطبوعة.

وقد تسمح الصحافة الإلكترونية للقراء بأن يستجيبوا على الفور وبصورة مباشرة للكاتب أو المحرر عن طريق الرسائل الإلكترونية أو حتى في محادثة حية. كما أن العديد من المواقع يوفر مساحة للقراء لتقديم آرائهم، لكي يقرأ آخرون ما كتبوه ويردوا عليهم. ويحث الراديو العام بولاية منيسوتا في الولايات المتحدة السكان على المساهمة بمعلومات للقصص الإخبارية على الهواء وعلى الإنترنت. ويدعى المستمعون إلى تقديم المعلومات الإضافية للقصة الإخبارية إما من خلال الاتصال هاتفياً أو بالبريد الإلكتروني. وتشتمل القصص الإخبارية على موقع الشبكة الإلكترونية لهذه المحطة على وصلة "ساعدنا في تغطية هذه القصة الإخبارية"، كي يتمكن الجمهور من إضافة تعليقاته وبصيرته.

كما يستطلع الراديو العام بولاية منيسوتا رأي المستمعين قبل إنتاج البرامج الخاصة، كبرنامج يحلل وضع وإمكانات اقتصاد الولاية. ويقول نائب رئيس المحطة لشؤون الأخبار، بيل بوزينبيرج، إن إسهامات المستمعين تؤدي إلى تغطية إخبارية أكثر تعقيداً بكثير وأكثر تعمقاً وتتضمن الكثير من الأمثلة والأصوات المأخوذة من واقع الحياة اليومية."

6 الصحافة المتخصصة

تكلف مؤسسات صحفية عديدة الصحفيين بتغطية مجالات معينة يتخصصون فيها، تكون إما منطقة جغرافية أو موضوعاً معينا، وتعرف "بمجالات التخصص". وقد استخدم هذا التعبير (باللغة الإنجليزية) في الأصل لوصف طريق معين منتظم لحارس أو شرطي يكون مسؤولاً عن أمنه.

وتفسح هذه الطريقة المجال للصحفيين للتعرف على المنطقة والناس الذين يشكلون منطقتهم، ويكون عليهم في الكثير من الحالات تعلم مفردات متخصصة لكي يفهموا مصادرهم. ولكن هذا لا يعني أنهم يستخدمون تلك المفردات في قصصهم الإخبارية، بل على العكس من ذلك يصبح الصحفيون الأكفاء المتخصصين بتغطية موضوع معين أو منطقة محددة مترجمين ومفسرين، يحولون المعلومات المبهمة إلى معلومات يسهل على الجمهور العام فهمها.

والتخصص نادر في مكاتب التحرير الصغيرة، حيث يتوقع من كل صحفي أن يغطي كل نوع من أنواع القصص الإخبارية. ولكن الوضع مختلف في المؤسسات الصحفية الكبيرة، حيث تتاح للصحفيين في الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية الفرصة للتركيز على نوع معين من الأخبار. وبعض مجالات التخصص في التغطية تقليدية: الحكومة والشرطة والمحاكم والأعمال التجارية، على سبيل المثال. والبعض الآخر يتفاوت بتفاوت الأوضاع. فقد يعهد إلى الصحفيين التخصص، بناء على تركيبة المجتمع المحلي، في تغطية أنباء البيئة أو المسنين أو التعليم.

وتقع على الصحفيين الذين يغطون مجالات محددة مسؤولية أساسية واحدة لا غير: البقاء مطلعين تماماً في جميع الأوقات على أحدث المستجدات في مجال تخصصهم. ويتوقع منهم أن يغطوا مصادر القصص الإخبارية التي تظهر في مجال اختصاصهم — الاجتماعات والتقارير المطبوعة ومواقع الشبكة الإلكترونية وغيرها من الأحداث الروتينية — كما أنهم مسؤولون أيضا عن البحث عن الأخبار التي تتجاوز ما هو واضح للعيان. ويطور الصحفيون المتخصصون قصصهم الإخبارية عن طريق مبادراتهم الشخصية من خلال إقامة علاقات مع المصادر التي تبقيهم على اطلاع على ما يجري، ليس فقط في العلن، بل أيضا وراء الكواليس. وهم ينتجون تشكيلة واسعة من القصص الإخبارية، من الأخبار العاجلة التي ما زالت تشهد تطورات إلى المقالات الخاصة. ويقول تشيب سكانلان، وهو صحفي متخصص سابق عمل في صحف نايت ريدر ويعمل حاليا في معهد بوينتر إن 'أفضل الصحفيين المتخصصين الذين عرفتهم منظمون جدا ويتصفون بالتصميم والعزم ويتمتعون بفهم واضح لمهمتهم ولديهم مصادر كثيرة متنوعة".

مهارات التغطية الصحفية المتخصصة

هنالك مهارة أساسية يجب توفرها في الصحفي المتخصص، مهما كان المجال الذي يختار أو يكلَف التخصص في تغطيته- سواء كان مجالاً جغرافياً أو موضوعاً محددا: القدرة على فهم المؤسسات التي تهيمن على المجال الذي يتخصص في تغطيته. ويتطلب تعلم كيفية عمل النظام تكريس الوقت والجهد له ولكن الصحفي ومؤسسته يكافأان على ذلك بقصص إخبارية لا يستطيع الصحفيون الذين لا يتخصصون في تغطية موضوعه أو منطقته إنتاج مثلها. ويستخدم إريك نالدر، وهو الصحفي الذي كشف قصة طوافات النجاة التي نوقشت في الفصل 2، الأسئلة التالية لبدء التعرف على مجال تخصصه:

- من هم اللاعبون الرئيسيون؟
- من هو المسؤول؟
- من هم المنظمون؟
- ما هي القواعد المتبعة؟
- كيف تنجز الأمور؟
- أين تسجل الأخطاء؟

يتعين على الصحفي أن يبذل مجهودا كبيرا وأن "يثابر على التعرف على مجاله."

- أين يسجل الإنفاق؟
- من هو الشخص الذي يعرف القصة الحقيقية وكيف يمكنني الحصول عليها؟

وللحصول على أجوبة لهذه الأسئلة يتعين على الصحفي أن يبذل مجهودا كبيرا وأن 'يثابر على التعرف على مجاله." اقرأ كل ما يمكنك عن موضوع تخصصك، واجمع جداول مواعيد وبرامج عمل الاجتماعات واشترك في المطبوعات المتخصصة. ولكن الأهم من كل شيء هو أن تنهض وتنطلق بحثاً عن الأنباء. ولا يمكن للصحفيين المتخصصين الاعتماد على الهاتف وحده؛ بل يتعين عليهم التعرف على مجالهم، التعرف على الناس والتحدث معهم. ويقول مايك ماثر، وهو صحفي متخصص في التحقيقات الصحفية في محطة (WTKR-TV) التلفزيونية في نورفوك بولاية فرجينيا 'لم يحصل أحد أبدا على قصة إخبارية وهو جالس في مكتب التحرير. تعرف على كل من يمكن أن يستطيع مساعدتك — من المسؤولين إلى الكتبة — ووزع بطاقتك الشخصية على كل من تقابل في مجال تخصصك. ضع قائمة بالمصادر تشتمل على أكبر قدر يمكنك الحصول عليه من المعلومات الخاصة بالاتصال بها، وابق على اتصال بهؤلاء الأشخاص عن طريق الزيارات المنتظمة. ويتحرى الصحفي الجيد، بالإضافة إلى تغطية اللاعبين الرئيسيين في مجال اختصاصه، تأثير تصرفاتهم وإجراءاتهم على الناس في مجتمعهم.

وتتطلب تغطية مجالات التخصص مهارات تنظيمية وشخصية قوية. ويعني تحقيق التنظيم استخدام تقويم (أو رزنامة) لتسجيل مواعيد الاجتماعات وجلسات المساءلة والاستماع والمواعيد المحددة لتقديم التقارير وتصريف الأعمال. كما يعني وجود نظام موثوق نقال لحفظ واسترجاع المعلومات الخاصة بالمصادر التي يمكن الاتصال بها، خاصة أرقام التليفونات وعناوين البريد الإلكتروني. كما يعني حفظ ملف للأفكار المتعلقة بالقصص الإخبارية المستقبلية، مع قوائم يومية بالأمور التي تنبغي متابعتها.

ويحتفظ صحفيون كثيرون بهذه المعلومات الآن في أجهزة الكمبيوتر، مستخدمين البرامج التي تسهّل البحث عن الأشخاص والتواريخ. ولكنهم يحتاجون إليها أيضا حين لا يكونون في المكتب، ولذا فإنهم يحملون أوراقا مطبوعة أو جهاز كمبيوتر شخصي صغير يمكن حمله أو ذلك الجهاز المحمول يدويا والمفيد الذي يسمح بالوصول من بعد إلى الشبكة الإلكترونية وهو المساعد الرقمي الشخصي (PDA). وبما أنه التكنولوجيا قد تصاب بخلل ولا يمكن الاعتماد عليها تماماً فإن من المهم تصوير نسخة احتياطية للمعلومات بصفة متكررة.

والتخصص بتغطية مجال معين يعني إقامة صلة وثيقة بالناس بحيث يثقون بك، مع المحافظة في الوقت نفسه على مسافة مهنية بينك وبينهم. ويقول سكانلان إن أصعب جزء من عمل الصحفي المتخصص في مجال معين هو 'التعامل مع المصادر التي عليك أن تعود إليها كل يوم، حتى ولو أنك كتبت قصة إخبارية لا تروق لها".

الحكومة والسياسة

يجب على الصحفيين الذين يغطون الحكومة أن يفهموا كيفية عملها من الداخل وأن يتقصوا تأثير القرارات الحكومية. والصحفيون الذين يسألون السؤال الأساسي 'من يهتم بذلك؟" عند تغطية الحكومة يكونون قادرين على إيجاد أشخاص تتأثر حياتهم بما تتخذه الحكومة من إجراءات. والقصص الإخبارية التي تتعلق بهؤلاء الأشخاص تعدّ أكثر تشويقا وإثارة لاهتمام الجمهور.

وينجز الكثير من أعمال الحكومة في اجتماعات، ولذا ينبغي على الصحفيين المتخصصين بتغطية أنبائها توقع تغطية الكثير من هذه الاجتماعات. إلا أن الاجتماع الممل لا يبرر كتابة قصة إخبارية مملة. ويعتمد الجمهور على الصحفي لكي يخبره الأمور المهمة فقط، وليس كل ما حدث حسب التسلسل الزمني. ولا تركز أفضل القصص الإخبارية المتعلقة بالاجتماعات على ما حدث في غرفة الاجتماع، بل على الناس الذين يتأثرون بما حدث.

ومن المهم جدا بالنسبة للصحفيين الذين يغطون أنباء الحكومة أن يعرفوا كيف يقرأون ويفسرون الميزانية وغيرها من البيانات المالية. وفي حين أن النصيحة القائلة 'تتبع المال" نصيحة جيدة لجميع الصحفيين، إلا أنها مهمة بشكل خاص للذين يغطون الأنباء الحكومية والسياسية. ورغم أن القصص الإخبارية المتعلقة بالتمويل الحكومي قد تبدو جافة، إلا أن للضرائب والإنفاق تأثير مباشر على الجمهور ويحتاج الناس إلى معرفة الطريقة التي تنفق فيها أموالهم. وتشكل الوثائق بصورة عامة عصب حياة الحكومة، لذا يتعين أن يكون الصحفي المتخصص بتغطية أنبائها قادراً على الحصول عليها وفهمها.

وللصحفيين السياسيين في الدول الديمقراطية مهمة أساسية واحدة: تزويد المواطنين بالمعلومات التي يحتاجون إليها لاتخاذ قرار مستنير مبني على حسن الاطلاع للاختيار بين المرشحين لمنصب انتخابي. ولتحقيق ذلك، يتعين على الصحفيين أن يتحروا خلفيات المرشحين ومؤهلاتهم ومواقفهم إزاء القضايا الرئيسية وما يقولونه خلال حملاتهم الانتخابية وفي إعلاناتهم الدعائية. والصحفيون الذين يغطون القضايا السياسية يلتفتون أيضاً إلى مؤيدي المرشحين، حيث أن مصالحهم تلقي في كثير من الأحيان ضوءا على ما سيفعله المرشح السياسي إذا ما تم انتخابه.

وتعد استطلاعات الرأي العام عنصراً أساسيا في تغطية الحملات الانتخابية، ولكن يتعين على الصحفيين أن يمعنوا النظر قبل أن يقرروا ما إذا كانت نتائج الاستطلاع جديرة بالتغطية (أنظر المعلومة الجانبية 'أسئلة يجب أن يسألها الصحفيون عن الاستطلاعات"). واستطلاعات 'سباق الخيل" أو 'المتابعة" التي تعطي النسبة المئوية من الناخبين الذين يؤيدون كل مرشح في وقت معين محدودة الأهمية باستثناء كونها توفر نظرة عابرة على المنافسة بين المرشحين في يوم معين. ويعتقد بعض الصحفيين أن هذه الاستطلاعات قد تؤثر في الناخبين لصالح المرشح المتقدم لأن الناس يرغبون عادة في تأييد الفائز. ولكن البحاثة في الولايات المتحدة توصلوا إلى أن الناخبين الذين يهتمون بأمر الاستطلاعات يحصلون أيضا على معلومات إضافية عن القضايا المطروحة في الحملة الانتخابية. ونصيحة البحاثة للصحفيين هي أن يواصلوا تغطية أنباء نتائج استطلاعات المتابعة المسوغة طوال الحملة الانتخابية، ولكن دون جعلها نقطة تركيز رئيسية في تغطيتهم.

وفي ما يتعلق بقضايا الحملة الانتخابية، يتعين على الصحفيين أن يصبوا اهتمامهم ليس فقط على ما يقوله المرشحون وإنما أيضا على ما يريد الناخبون معرفته. وتجري مؤسسات صحفية عديدة 'استطلاعات تتعلق بالقضايا" للتعرف على القضايا التي تحظى باهتمام الجمهور خلال السنة الانتخابية. وقد يحاول المرشحون أحيانا تجنب مناقشة قضية مثيرة للجدل ولكنها مهمة جدا بالنسبة للناخبين. وفي تلك الحالة، يتعين على الصحفيين أن يثيروا الأسئلة التي يسألها الجمهور. ولا يكتفي الصحفيون السياسيون الجيدون بالإشارة إلى موقف المرشحين حيال القضايا، بل يسألون عما أنجزه المرشحون حول تلك القضايا في مناصبهم المنتخبة السابقة أو في المناصب الأخرى التي ربما كانوا قد شغلوها. ولترجمة القضايا إلى واقع من الحياة، يبحث الصحفيون عن أشخاص تصور قصصهم الفردية سبب أهمية القضايا والاختلاف الذي سيحدثه فوز مرشح أو آخر في الانتخابات.

الأعمال والاقتصاد

يمس مجال الأعمال التجارية حياة كل شخص تقريبا. فالبطالة وتكاليف المواد الغذائية والوقود والمدخرات الشخصية والاستثمار أمور لا تهم كبار رجال الأعمال فحسب، بل تهم أيضا العمال والمستهلكين. والتخصص في تغطية أنباء النشاطات التجارية والصناعية المحلية يعني تغطية أخبار أصحاب العمل والعمال ونشاطات البناء وبيع العقارات، بالإضافة إلى القطاعات التي تمد الاقتصاد المحلي بالقوة والاستمرارية، سواء كانت الزراعة أو الصناعة أو التعدين أو الرعاية الصحية. وعلى الصعيد القومي، يغطي صحفيو الأعمال والتجارة مواضيع أكثر صعوبة بالنسبة للجمهور كأسواق المواد الأولية والبورصة ومعدلات الفائدة وديون المؤسسات.

ويتعين على الصحفيين الذين يغطون الأعمال التجارية والاقتصاد أن يجعلوا قصصهم الإخبارية مفهومة للجمهور العام غير المتخصص. ويجب أن يفهموا المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية وأن يكونوا قادرين على تعريفها وإعادة تقديمها بلغة بسيطة. وهذه عادة حسنة حتى للصحفيين الذين يعملون في المطبوعات المتخصصة أو الراديو أو التلفزيون والذين قد يتوقع من جمهورهم أن يكون ملما بهذه المصطلحات. ففي الولايات المتحدة، مثلا، تستهدف جريدة وال ستريت جورنال القراء المطلعين في مجال الأعمال، ولكن الجريدة مع ذلك توضح معنى مصطلحات مألوفة مثل 'الناتج القومي الإجمالي"، أي القيمة الكلية لإنتاج البلاد من السلع والخدمات. ويطور الصحفيون الذين يغطون الأعمال التجارية مع مرور الوقت قائمة خاصة بهم تتضمن تعريفاً دقيقاً بالمصطلحات المختلفة يمكنهم استخدامه في قصصهم الإخبارية. وسوف يقدّر الجمهور تعريفاً واضحا لما يعنيه 'تحويل الدين" و"تخفيض قيمة العملة" و"الخصخصة" وغيرها من المصطلحات الاقتصادية. كما سيقدّرون القصص الإخبارية التي توضح سبب أهمية هذه الأمور بالنسبة للأفراد والشركات والحكومات على حد سواء.

ومن الضروري أن يكون الصحفيون الذين يغطون أنباء النشاطات التجارية والاقتصادية قادرين على قراءة واستيعاب البيانات المالية والميزانية العامة والتقارير السنوية. وكثيرا ما يجدون قصصا إخبارية عندما يدرسون التغير في الدخل أو الإنفاق من سنة لأخرى. وهم يقومون بمقارنة أداء الشركات مع غيرها في الصناعة نفسها أو في المنطقة نفسها. فمثلا، عندما تفلس مؤسسة أعمال أو يتم إغلاقها لا يسأل الصحفيون فقط عن عدد الأشخاص الذين فقدوا وظائفهم وإنما أيضا عن الأثر الذي سيتركه إغلاقها على المجتمع المحلي. وللإجابة على ذلك السؤال الأكثر شمولا فإنهم يحتاجون إلى معرفة ما إذا كانت الشركة واحدة من أكبر الشركات في المنطقة من حيث عدد موظفيها، وما إذا كانت الشركات المحلية الأخرى توفر المنتجات والخدمات نفسها، ومعدل البطالة في المنطقة، وما إلى ذلك.

ويتطلب التخصص في تغطية قطاع الأعمال معرفة أعمق بالرياضيات والإحصاءات مما تتطلبه معظم مجالات التخصص الأخرى. إلا أنه يتعين على الصحفيين المتخصصين في تغطية أنباء قطاع الأعمال أن يستخدموا الأرقام بتحفظ في قصصهم الإخبارية لأن كثرة الأرقام تجعل القصة الإخبارية جافة ومملة. وتظهر أكثر القصص الإخبارية المتعلقة بقطاع الأعمال تشويقا أهمية التطورات من خلال وضعها في سياق إنساني بحيث تصف كيف ما كان لها من تأثير، أو ما سيكون لها من تأثير، على أفراد معينين.

الصحة والعلوم والبيئة

للقصص الإخبارية المتعلقة بالصحة والبيئة ارتباط مباشر بحياة الناس. والصحفيون الذين يغطون مرض الإيدز يعرفون أن الجهل قد يكون بخطورة المرض نفسه. ويمكن لقصصهم الإخبارية أن تثقف الناس لكي يقوا أنفسهم من الإصابة به. والصحفيون الذين يغطون مجال الصحة والعلوم والبيئة قد يغطون كل شيء من إنفلونزا الطيور إلى الخريطة الجينية للإنسان وما لإقامة السدود على الأنهار من تأثير على البيئة وحياة الناس. والقضايا الأساسية في كل من هذه المواضيع معقدة، ومهمة الصحفي هي تبسيطها وتفسيرها بوضوح.

وعند التعامل مع هذه الأنواع من القصص الإخبارية، من الضروري أن يكون الصحفيون ملمين بلغة العلماء والبحاثة الطبيين التي يمكن أن تكون مشوشة للأشخاص العاديين. وينصح الصحفي دنيس بيكيرت، من وكالة الأنباء الصحفية الكندية، بعدم الشعور بالرهبة من هذه اللغة والمصطلحات العلمية وبعدم استخدامها في تقارير الأخبار. والصحفيون المتخصصون في مجال العلوم، مثلهم مثل الصحفيين المتخصصين في تغطية النشاطات التجارية والصناعية، يضعون قائمة خاصة بهم تعرف بالمصطلحات المعقدة وتوضحها كي يمكنهم كتابة قصص إخبارية يفهمها الجمهور العام.

ومن الضروري أن يكون الصحفيون المتخصصون في تغطية المواضيع العلمية ملمين بالأسلوب العلمي والرياضيات الأساسية والإحصاءات، لكي يتحققوا من صحة نتائج دراسات الأبحاث. وفي الوقت نفسه، يتعين عليهم أن يقاوموا الرغبة الشديدة في تحويل كل تطور إلى تقدم مفاجئ مهم أو اختراق، وأن يقاوموا الرغبة في الإلحاح للحصول على أجوبة "نعم" أو "لا" بدلا من قبول الاحتمالات. وقد لا تبدو قصصهم الإخبارية، نتيجة لذلك، مثيرة جداً ولكنها ستكون أكثر دقة.

والصحفيون المدربون على تغطية جميع جوانب القصة الإخبارية كثيرا ما يقعون في فخ عندما يغطون العلوم. فتقديم تغطية متوازنة للآراء العلمية المختلفة المتناقضة قد يؤدي في الواقع إلى تضليل القراء أو المستمعين أو المشاهدين. فمثلا، تعتقد الأغلبية الساحقة من العلماء بأن التعرض للرصاص يمكن أن يلحق الضرر بمستويات الذكاء عند الأطفال. ولا تخالف هذا الرأي سوى حفنة من العلماء. وفي حين أنه يمكن للصحفي أن يذكر وجهتي النظر إلا أن عليه ألا يفعل ذلك بشكل يوحي بعدم وجود إجماع علمي حول القضية.

وتقدم كارول روجرز، أستاذة الصحافة بجامعة ماريلاند ومحررة لكتب عن الكتابة العلمية، اقتراحين مفيدين للصحفيين المتخصصين بتغطية مجالات معينة. أولا: التعريف بالمصدر مهم. فكثيراً ما ينقل الصحفيون أقوال خبراء بدون التعريف بهم كما ينبغي. ومن حق الجمهور أن يعرف لماذا تنقل أقوال شخص معين. فمثلا، نقلت قصة إخبارية حول مؤتمر دولي عن تغير المناخ أقوالاً لمدير مكتب العلوم والتكنولوجيا في البيت الأبيض، ولكنها لم تذكر أنه من علماء المناخ المرموقين. وكان من شأن ذكر ذلك أن يتيح المجال للجمهور لتقييم صحة تعليقاته بشكل أفضل.

ثانيا، تقول روجرز إن الجماهير لا يلمّون بخلفية المواضيع التي يضيفها الصحفيون إلى القصة الإخبارية، وخاصة المعقدة منها. لذا يجب ألا يفترض الصحفي الذي يقوم بتغطية مؤتمر علمي مثلا أن جمهوره قد سمع أو قرأ القصة الإخبارية التي ظهرت في اليوم السابق، أو أنهم سيسمعون أو يقرأون القصة الإخبارية التي ستظهر في اليوم التالي. وعليه بالتالي أن يقدم لهم الخلفية التي يحتاجون إليها لكي يفهموا القضية وأن يفعل ذلك وكأن قصته الإخبارية هي الوحيدة التي سيقرأه الجمهور أو يسمعها حول الموضوع، فقد تكون كذلك بالفعل.

الشرطة والمحاكم

ينبغي أن يكون الصحفيون المتخصصون في مجال تغطية أنباء الجرائم والمحاكم مدركين لكيفية عمل نظامها. وليس لدى سوى عدد قليل من الصحفيين أي خبرة في العدالة الجنائية، ولكن الصحفيين المتمرسين المتخصصين في تغطية نشاطات الشرطة يقترحون على الصحفيين دراسة مساق واحد على الأقل حول الموضوع. وقد اشتهر رجال الشرطة بممانعتهم وكرههم تزويد الصحفيين بأي معلومات، ولكن إذا كنت ملمّا بقوانينهم وأنظمتهم وإجراءاتهم فسيكون بوسعك توجيه أسئلة أفضل وتحسين فرصك للتوصل إلى ما تريد معرفته.

والصحفيون الذين يغطون أنباء نشاطات الشرطة بحاجة إلى أن يعرفوا على وجه التحديد كيف تعرّف الجرائم في المجتمع الذي يغطونه. ففي الولايات المتحدة، مثلا، "السطو" و"السلب" أمران مختلفان. فالسطو يعني دخول مبنى لارتكاب جريمة. أما السلب فهو سرقة مال أو ممتلكات بالقوة. وقد يحول وضع لائحة بالمصطلحات الأساسية دون ارتكاب أخطاء محرجة. وقد يوفر بيان صحفي تصدره الشرطة الحقائق الأساسية المتعلقة بجريمة، ولكن الصحفي الجيد يبحث عن المزيد من المعلومات، ويذهب إلى مسرح الجريمة للبحث عن التفاصيل ويتحدث مع الجيران أو مع شهود عيان، حينما يكون ذلك ممكنا.

ويتعين على الصحفيين المتخصصين بتغطية أنباء المحاكم أن يكونوا ملمين بجميع الإجراءات وكيفية سير العملية بكاملها من بدايتها حتى نهايتها، أي أنه ينبغي أن يكونوا ملمين بما يحدث عندما يلقى القبض على مشتبه به ويتهم ويستدعى إلى المحكمة ويحاكم ويصدر حكم ضده أو يطلق سراحه. ويقول الصحفيون المتمرسون إن أفضل طريقة للإلمام بالعملية هي قضاء وقت في قاعات المحاكم. ابدأ بكتبة المحاكم الذين يتابعون لائحة القضايا التي ستنظر فيها المحكمة والجدول الزمني. اسأل عن كيفية الحصول على نسخ لسجل المحكمة والملفات والشهادات. اقرأ ملفات القضايا — بما في ذلك الطلبات الموجهة إلى المحكمة أو القاضي ومذكرات الخصوم قبل المحاكمة — وتابع ما ينشر عن القضية إذا لم تتمكن من الحضور إلى المحكمة كل يوم، وهو ما يحدث في كثير من الأحيان.

ومحامو الدفاع من أفضل مصادر المعلومات للصحفيين المتخصصين في تغطية المحاكم. وكثيراً ما يكونون أكثر استعداداً من المدعين العامين للتحدث مع الصحفيين حول القضايا التي يعملون عليها. ابذل ما استطعت من جهود لفهم المصطلحات القانونية، ولكن تجنب استخدامها في قصصك الإخبارية. وتقول إس. إل. أليكزاندر مؤلفة كتاب 'تغطية المحاكم: دليل للصحفيين" إن 'المحامين ينصحون باستخدام كلمات كبيرة لتشويش الصحفيين. فإذا لم تفهم معنى شيء ما قم بسؤال الشخص الذي تجري معه المقابلة عن معناه".

الرياضة

يقدّم الصحفيون المتخصصون بمجال الرياضة بعض أفضل ما يكتب في الصحافة. ويقول الصحفي التلفزيوني المتخصص بالمجال الرياضي بيل شوانبيك، الذي يعلّم الآن في جامعة كوينيبياك بولاية كنيتيكت، إن قصصهم الإخبارية تشتمل بطبيعة الحال على المواقف والأحداث المثيرة والعواطف والشخصيات الشهيرة. وكتّاب الرياضة الجيدون يفعلون أكثر بكثير من مجرد إعلان عدد الأهداف في مباراة أو نتائج سباق رياضي. فهم يقدّمون الأساسيات، بطبيعة الحال، ولكنهم يقدّمون أيضا وجهة نظر وسياقا لا يحصل عليه الجمهور من حضوره للمباراة أو مشاهدتها على التلفزيون. ويوضح الصحفيون المتخصصون في المجال الرياضي عنصري 'لماذا" و"كيف" في الحدث الرياضي، وليس عنصري 'من" و"ماذا" فقط. كما أنهم يغطون الجانب التجاري في مجال الرياضة ويكتبون مقالات خاصة عن الرياضيين وأصحاب الفرق الرياضية والمعجبين.

إلا أنه يتعين على كتّاب الرياضة أن يبدأوا، مع ذلك، بالأساسيات. ومن الضروري أن يكونوا ملمين بجميع الرياضات، وأن يفهموا قواعد اللعبة أو الرياضة التي يقومون بتغطيتها وكيف يتم تسجيل الهدف. ويتعين على هؤلاء الصحفيين إعداد تقاريرهم ضمن مهلة زمنية قصيرة محددة، خاصة عندما يغطون المباريات المسائية. كما يتعين عليهم أن يتابعوا تسجيل الأهداف ويدونوا الملاحظات في الوقت نفسه، وهي ليست مهمة سهلة خلال مباراة يتحرك فيها اللاعبون بسرعة. والأهم من كل ذلك هو أن عليهم إيجاد موضوع أو فكرة رئيسية لكل قصة إخبارية وبناء التفاصيل حولهما.

وفي كثير من الحالات لا تكون أفضل القصص الصحفية عما يحدث في الملعب. فالصحفي الجيد المتخصص بتغطية الأنباء الرياضية يكتشف ما يحدث وراء الكواليس، ويحاول معرفة الجو في غرفة تغيير الملابس، أو أي توتر بين لاعبين قد يؤثر على الفريق كله. ويعامل الصحفيون اللاعبين والمدراء باحترام، ولكنهم لا يؤخذون ببطل رياضي. وهم يتمتعون عادة بالرياضات التي يغطونها، ولكنهم ليسوا من المعجبين أو المناصرين لأي فريق. وكجميع الصحفيين، يتعين عليهم أن يكونوا نزيهين ومراقبين مستقلين للقصص التي يغطونها.

وكما يتجنب صحفيو الأعمال التجارية والعلوم المصطلحات الاقتصادية والتجارية، فإن على كتاب الرياضة أن يتجنبوا المصطلحات التي لا يعرفها سوى أكبر المعجبين المتحمسين أو المدربين. ويقول الصحفي الرياضي السابق مايك رايلي، وهو الآن ناشر للموقع الإلكتروني 'صندوق أدوات الصحفي" 'حافظ على البساطة، ولا تحاول أن تكون متحذلقا". كما يحذر الصحفيين الشباب بأن يتوقعوا أن تتحول بعض المقابلات مع الرياضيين والمدربين إلى مجابهات، خاصة بعد خسارة إحدى المباريات. ويضيف رايلي أن الكثير من الرياضيين المحترفين يجدون متعة في ترهيب الآخرين، لذا كن مستعدا للصمود والدفاع عن موقفك.

معلومة جانبية: أسئلة يجب أن يسألها الصحفيون عن الاستطلاعات

- من أجرى الاستطلاع؟ هل هي منظمة استطلاعات شرعية؟ وما هي الجهات الأخرى التي تجري هذه المنظمة استطلاعات لها؟
- ما هي الجهة التي موّلت هذا الاستطلاع؟ وما هي أجندتها السياسية؟
- ما عدد الأشخاص الذين استُطلع رأيهم؟
- كيف تم اختيارهم؟
- ما نوع الأشخاص الذين استطلع رأيهم؟
- هل النتائج مبنية على أجوبة جميع أو بعض من استطلعت آراؤهم؟
- متى أجري الاستطلاع؟
- كيف أجري الاستطلاع؟
- ما هي الأسئلة التي طرحت؟
- ما هو هامش الخطأ؟ وما هي الأرقام الخام؟
- هل النتائج مختلفة عن نتائج الاستطلاعات الأخرى، وإذا كان الأمر كذلك، فلماذا؟
- هل يستحق هذا الاستطلاع التغطية الصحفية؟

(اقتبست بعد الحصول على الموافقة من "20 سؤالا يجب على الصحفي أن يسألها عن نتائج الاستطلاعات"، الطبعة الثالثة، تأليف الدكتور شيلدون آر. غاويزر وجي. إيفانز ويت. (http://www.ncpp.org

7 المبادئ الأخلاقية والقانون

تتمتع الصحافة الحرة بقوة هائلة، إذا ما كانت القوة تعرّف بالقدرة على التأثير على الآخرين. ولوسائل الإعلام في الدول الديمقراطية الحق في نشر المعلومات بدون موافقة مسبقة من الحكومة. وتوفر دول كثيرة حمايات قانونية للصحفيين ليتمكنوا من ممارسة ذلك الحق. ولكن الحقوق تكون مصحوبة

بمسؤوليات. والمسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق الصحفيين في أي مجتمع حر هي نقل المعلومات بدقة ونزاهة وإنصاف، أي ممارسة الصحافة الشريفة.

والمبادئ الأخلاقية هي نظام من المبادئ التي ترشد وتوجه العمل. وفي حين أن القانون يحدد ما يمكنك وما لا يمكنك القيام به في وضع معين، فإن المبادئ الأخلاقية تحدد لك ما يجب أن تفعله. وهي مبنية على قيم — شخصية ومهنية واجتماعية وأخلاقية — وتنشأ عن التفكير السليم. واتخاذ القرارات الأخلاقية يعني ببساطة تطبيق هذه القيم في عملك اليومي.

ويوضح إعلان تشابولتيبيك، الذي وافقت عليه الدول الأميركية في العام 1994 لمواجهة الضغوط التي تتعرض لها حرية التعبير في نصف الكرة الغربي، أن الصحافة المبنية على المبادئ الأخلاقية عنصر أساسي لنجاح وسائل الإعلام على المدى الطويل. وقد جاء في الإعلان:

> **ترتبط مصداقية الصحافة بالتزامها بالحقيقة، وبالتزامها السعي لتحقيق الدقة والنزاهة والموضوعية والتمييز الواضح بين الأخبار والدعاية. ولا يجوز فرض تحقيق هذه الأهداف واحترام القيم الأخلاقية والمهنية. فهذه المسؤولية ملقاة حصرا على عاتق الصحفيين ووسائل الإعلام. والرأي العام هو الذي يكافئ أو يعاقب في المجتمعات الحرة.**

إن الزلات الأخلاقية تحدث في الصحافة. وقد لفق صحفيون معلومات. وقبل محررون أموالاً من بعض المصادر. ونشرت مؤسسات صحفية دعايات مظهرة إياها وكأنها أخبار. وعندما يحدث ذلك فإن للجمهور الحق في أن يشك في كل شيء يظهر في وسائل الإعلام. ويتضرر جميع الصحفيين وجميع المؤسسات الصحفية عندما يسلك صحفيون سلوكا غير أخلاقي لأن سلوكهم يثير الشكوك في مصداقية المهنة. وعندما تتضرر المصداقية تتضرر أيضا قدرة المؤسسة الصحفية الاقتصادية على البقاء والاستمرار.

المبادئ الأخلاقية

قال الصحفي الراحل والروائي الفائز بجائزة بولتزر، جون هيرسي، الذي غطى نتائج إلقاء القنبلة الذرية على هيروشيما 'إن هناك قاعدة واحدة مقدسة للصحافة، وهي أن الكاتب يجب ألا يلفق. ويجب أن يحمل الترخيص الذي يحمله عبارة 'لم يلفق أياً من هذا". والصحفيون المتقيدون بآداب المهنة لا ينسبون للناس كلمات لم يتفوهوا بها ولا يدّعون أنهم كانوا موجودين في مكان لم يكونوا موجودين فيه. كما أنهم لا يقدمون عمل الآخرين موهمين المسؤولين والجمهور بأنه عملهم. وفي حين يعتبر التلفيق والانتحال انتهاكاً للمعايير الصحفية الأساسية في جميع أنحاء العالم هناك بعض الانتهاكات التي لا تكون واضحة للعيان.

ويواجه الصحفيون معضلات أخلاقية كل يوم في عملهم تحت ضغط مالكي المؤسسة الصحفية والمنافسين والمعلنين والجمهور. وهم بحاجة إلى عملية لحل هذه المعضلات لكي تكون الصحافة التي ينتجونها أخلاقية. كما أنهم بحاجة إلى أسلوب للتفكير بالقضايا الأخلاقية يساعدهم على اتخاذ قرارات صائبة، حتى قبل الموعد النهائي لتقديم القصة الإخبارية.

ويقوم أسلوب التفكير هذا على أساس من المبادئ التي يعتمد الصحفيون عليها. وفي ما يلي المبادئ الأساسية للجمعية الأميركية للصحفيين المحترفين، وهي منظمة صحفية ينتمي إليها من يشاء من الصحفيين باختياره:

المسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق الصحفيين في أي مجتمع حر هي نقل المعلومات بدقة ونزاهة وإنصاف.

- ابحث عن الحقيقة وقم بنقلها.
يجب على الصحفيين أن يكونوا أمناء ونزيهين وشجعانا في جمع وتقديم وتفسير المعلومات.
- قلّل الضرر إلى أدنى حد ممكن.
يعامل الصحفيون الأخلاقيون مصادرهم والأشخاص الذين يتناولونهم في تقاريرهم وزملاءهم كبشر يستحقون الاحترام.
- تصرف بشكل مستقل.
يجب أن يكون الصحفيون متحررين من الالتزام لأي مصلحة فيما عدا حق الجمهور في المعرفة.
- كن خاضعاً للمساءلة.
الصحفيون معرضون للمساءلة والمحاسبة من قبل قرائهم ومستمعيهم ومشاهديهم وزملائهم.

قد يبدو للوهلة الأولى أنه من السهل التقيد بهذه المبادئ. فمن الطبيعي أنه ينبغي على الصحفيين أن يسعوا إلى الحقيقة وأن يعاملوا مصادرهم باحترام. ولكن المبادئ نفسها قد تتضارب في كثير من الأحيان. فقد يكتشف الصحفيون الساعون إلى الحقيقة معلومات ستؤذي أسرة شخص متورط في إساءة. وقد يتيح انتماء صحفية إلى منظمة غير حكومية لها الاطلاع على قدر أكبر من المعلومات المتعلقة بقصة إخبارية للمنظمة دور فيها، ولكن ارتباطها بالمنظمة قد يهدد أيضاً استقلاليتها ويكون صعب التبرير للجمهور. وفي كثير من الحالات، يعني اتخاذ قرار أخلاقي الاختيار ليس بين الصواب والخطأ ولكن بين الصواب والصواب.

فكيف إذن يستطيع الصحفيون أن يتخذوا قرارات أخلاقية صائبة؟ إن أفضل طريقة لمعالجة بعض الأوضاع هو تجنبها منذ البداية. فمثلا، يمكن أن يقرر الصحفيون عدم الانتماء لأي منظمات خارجية، أو إعلان عدم أهليتهم لتغطية القصص الإخبارية التي تتعلق بأي من المنظمات التي ينتمون إليها. وفي بعض الحالات الأخرى يجب على الصحفي أن يسعى لتحقيق أفضل توازن ممكن بين المبادئ المتناقضة، دون أن تغيب عن باله إطلاقاً أهمية السعي إلى الحقيقة وخدمة الجمهور.

عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية

تعالج بعض مكاتب التحرير المآزق الأخلاقية بأسلوب إصدار التعليمات من القمة إلى القاعدة. فعندما تنشأ قضية أو معضلة يقرر أحد كبار المسؤولين ما ينبغي عمله. وفي حين أن هذا الأسلوب يتميز بحسنة السرعة، إلا أنه يمكن أن يكون اعتباطيا. وهو لا يساعد الصحفيين بأي شكل من الأشكال على اتخاذ قرارات جيدة عندما يكونون في الميدان أو عندما لا يكون المدير موجودا. ولهذا السبب تبنت مكاتب تحرير كثيرة عملية اتخاذ قرارات أخلاقية يشارك فيها عدد أكبر وتساعد جميع الصحفيين على اتخاذ قرارات جيدة في الظروف مختلفة.

والخطوة الأولى في العملية هي تحديد المعضلة. ويدرك معظم الناس متى يواجهون مأزقا أخلاقيا. إذ يرن جرس إنذار داخلي فيهم. ويشعرون بأن هناك أمراً ما لا يبعث على الارتياح في وضع معين. ومن المهم عندما يحدث ذلك أن توضح ما يضايقك. ما هي القيم التي قد تصبح مهددة؟ ما هي القضايا الصحفية المعرضة للخطر؟ وكثيرا ما يكون الأمر عبارة عن توتر بين هدف صحفي وموقف أخلاقي. فالصحفي الذي تفرد في الحصول على قصة لم يحصل عليها أحد غيره يرغب في نشرها بسرعة قبل أن يحصل عليها أي شخص آخر، ولكنه بحاجة أيضا إلى التمعن في العواقب المحتملة. ماذا لو تبين أن القصة غير صحيحة؟ ويتعين على الصحفيين ألا يضحوا بقيمهم الأخلاقية في سبيل تحقيق أهداف أخرى كتحقيق سبق صحفي على منافسيهم.

والخطوة الثانية بعد تحديد المشكلة هي جمع المزيد من المعلومات لمساعدتك في اتخاذ قرار صائب. راجع سياسات وإرشادات مكتب التحرير، إن كانت هناك سياسات وإرشادات، وابحث المعضلة مع آخرين. ابدأ بالتشاور مع الزملاء والمشرفين في مكتب التحرير، ولكن لا تتوقف عند ذلك الحد، ذلك أنه من المفيد جداً في كثير من الأحيان شمل أصوات أخرى في العملية، كالأشخاص الذين لا يلعبون دوراً مباشراً في القصة الإخبارية ولكنهم مطلعون على الظروف.

ومن المهم الإشارة إلى أنه لا يُتوقع من الصحفيين، خلافا للأطباء، التعهد بعدم إلحاق الأذى. وكثير من القصص الإخبارية الدقيقة والمهمة تؤذي مشاعر الناس أو سمعتهم. وهذا شيء لا مفر منه. ولكن الصحفيين يحاولون تقليل الأذى إلى أقصى حد ممكن عن طريق عدم تعريض الناس لمخاطر غير ضرورية. ويطرح بوب ستيل الذي يعلّم أخلاقيات الصحافة في معهد بوينتر السؤال التالي: 'ماذا لو أن الأدوار انعكست؟ كيف سيكون شعوري؟"

لنفترض أن صحفيا اكتشف مصنعا في بلد ما يعمل فيه أولاد دون سن الثانية عشرة على مدى عشر ساعات في اليوم وستة أيام في الأسبوع بأجور أقل من نصف الحد الأدنى للأجور. ويحظر دستور ذلك البلد على أصحاب العمل توظيف أي شخص دون سن الرابعة عشرة، ومن غير المشروع أن يعمل أي شخص أكثر من 45 ساعة في الأسبوع. إن عثور الصحفي على المصنع يعني أن لديه برهانا على استغلال الأطفال. ولكن ما هي الأمور الأخرى التي يتعين عليه معرفتها قبل نشر أو بث القصة الإخبارية؟

من المؤكد أن نشر الحقيقة عن المصنع سيكون له عواقب، وقد يسبب بعضها أضراراً أو أذى. وقد يكون من المفيد عند مواجهة هذا النوع من القصص الإخبارية، وضع قائمة بأسماء الأشخاص والمؤسسات الذين قد يتأثرون بالقصة الإخبارية والتفكير ملياً في ما سيكون للقصة من تأثير. وسوف تؤثر القصة الإخبارية عن المصنع على الأولاد بشكل مباشر، بطبيعة الحال، ولكنها ستؤثر أيضا على أسرهم وعلى صاحب المصنع. ويمكن للصحفيين، بعد معرفة العواقب المحتملة، البدء في التفكير بالبدائل المتاحة أمامهم لعرض المعلومات بحيث تظل القصة الإخبارية معبرة عن الحقيقة، ولكن دون أن تسبب نفس القدر من الضرر والأذى. وفي حالة المصنع، قد يقرر الصحفي استخدام صور الأطفال، ولكن دون ذكر أسمائهم، وذلك في محاولة للحد من الضرر المحتمل الذي قد تسببه القصة الإخبارية.

وهذا مجرد مثال واحد على قرار صحفي قد تكون له عواقب أخلاقية. وهناك أمثلة أخرى بينها تلك المتعلقة بنوع التغطية وموقعها، بالإضافة إلى لهجتها. فالتأثير الذي يتركه نشر قصة إخبارية في الصفحة الأولى باستخدام مانشيت كبير وصورة كبيرة سيكون أكبر بكثير من تأثير قصة إخبارية صغيرة تنشر في صفحة داخلية. وسيكون لقصة إخبارية تلفزيونية يعلن عنها عدة مرات قبل أن تبث تأثير أكبر، وبالتالي عواقب أخلاقية أكبر، من قصة إخبارية تقدّم مرة واحدة ضمن النشرة الإخبارية.

ويضع اعتماد عملية لاتخاذ القرارات الأخلاقية الصائبة الصحفيين والمؤسسات الصحفية في موقف يتيح لهم تبرير أعمالهم بوضوح. ويمكن للصحفيين، من خلال توضيح ما تم القيام به وسبب القيام به، تعزيز مصداقيتهم وإثبات كونهم أهلاً لثقة الجمهور.

ومكاتب التحرير التي تقيّم العملية الأخلاقية في اتخاذ القرارات تضمن أن هذه المسائل تناقش فيها دوما وليس فقط عندما تحدث المعضلة. وتعقد بعض مكاتب التحرير اجتماعات منتظمة لمناقشة ما ينبغي عمله في حالات افتراضية. ويمكن للصحفيين الذين يقومون بالإصغاء لما يدور بعقل منفتح والذين يضبطون عواطفهم ويتجنبون تحولهم إلى متصلبين يفتقدون إلى المرونة في مواقفهم أن يصبحوا قادرين على استخدام هذه المهارات عندما يواجهون مشكلة أخلاقية فعلية.

الصحافة المبنية على المبادئ الأخلاقية عنصر أساسي لنجاح وسائل الإعلام على المدى الطويل.

القواعد الأخلاقية

لقد وضعت جمعيات واتحادات الصحافة في مختلف أنحاء العالم قواعد أخلاقية لإرشاد وتوجيه عمل أعضائها الصحفيين. ويمكن للقواعد الأخلاقية أن تغطي كل شيء من انتحال أعمال الغير إلى الخصوصية ومن التصحيح إلى السرية. وبعضها موجز ومكتوب بصيغة مبهمة، في حين أن بعضها الآخر طويل وواضح لا إبهام فيه. ويقول كلود — جون بيرتران، وهو أستاذ بمعهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس، وقد درس القواعد الأخلاقية من دول عديدة، إن معظمها يشتمل على العناصر الأساسية الثلاثة التالية:

- القيم الأساسية، بما في ذلك احترام الحياة والتضامن الإنساني.
- محظورات أساسية، بما في ذلك أن لا تكذب أو تسبب أذى غير ضروري أو تنتحل لنفسك أعمال شخص آخر.
- مبادئ صحفية، بما في ذلك الدقة والنزاهة والاستقلالية.

وتكون هذه القواعد أحيانا طوعية لا يتعرض منتهكوها لعواقب واضحة. إلا أنه من المتوقع أن يحاسب أقران الصحفيين الذين لا يتصرفون بطريقة غير أخلاقية وأصحاب المؤسسات التي يعملون فيها المخطئين على سلوكهم. وتنظر مجالس الصحافة في بعض الدول في الشكاوى المقدمة ضد الصحفيين وقد توصي بإجراءات لتصحيح الأخطاء. كما تلعب مجلات مراجعة ومعاينة التأدية الصحفية دوراً تقويمياً بكشف سلوك الصحفيين الذين لا يتقيدون بالمعايير الأخلاقية. ولدى بعض المؤسسات الصحفية موظف يعرف عادة باسم 'الناظر في الشكاوى" يراقب الأخطاء والزلات الأخلاقية ويقوم بدور ممثل للجمهور داخل مكتب التحرير.

وفي الدول التي تتطلب انتماء الصحفيين إلى اتحاد أو جمعية، تشتمل القواعد الأخلاقية على بند لتطبيق القرارات. فمثلا، تضم جمعية الصحفيين الأستراليين لجاناً تحقق في التهم المتعلقة بسلوك الصحفيين غير الأخلاقي. وقد يتعرض الصحفي الذي يثبت انتهاكه للقواعد الأخلاقية للتوبيخ أو الغرامة أو الطرد من الجمعية.

قواعد السلوك

لدى الكثير من المؤسسات الصحفية قواعد للسلوك أو معايير خاصة بها تتوقع من الصحفيين العاملين فيها التقيد بها بالإضافة إلى تقيدهم بالقواعد الأخلاقية القومية والإقليمية. وقد تنص هذه القواعد على إجراءات أو نشاطات محددة يشجع عليها أو تحظر على الصحفيين، وأخرى تتطلب موافقة أحد المدراء.

وتفرض مؤسسات صحفية كثيرة قيوداً على ما يمكن للصحفيين القيام به أثناء العمل أو خارج نطاقه. والسبب الرئيسي لهذه القيود هو الحفاظ على مصداقية المؤسسات الصحفية. وقد يبلغ الصحفيون والمصورون بصراحة أنه لا يمكنهم التلاعب أو 'ترتيب" الأخبار عن طريق مطالبة الناس بأن يفعلوا شيئا لقصة إخبارية لا يفعلونه عادة. ولا يسمح للصحفيين بإخفاء هويتهم للحصول على قصة إخبارية، ما لم تكن هناك مصلحة عامة واضحة وملحة في كشف المعلومات ولا يمكن الحصول عليها بأي طريقة أخرى. وقد تمنع محطة تلفزيونية صراحة استخدام كاميرات مخفية أو تسجيلات خفية أثناء جمع الأخبار، ما لم يوافق أحد المدراء على ذلك لأسباب تتعلق بالمصلحة العامة.

ومع ظهور التصوير الرقمي وبدء استخدامه، أضيفت معايير جديدة لمنع تغيير الصور أو الفيديو بأي طريقة قد تضلل الجمهور. وقد أسهمت عدة حوادث حظيت بتغطية واسعة في الدفع إلى وضع هذه السياسات الجديدة، بما في ذلك صورة ظهرت على غلاف مجلة ناشنال جيوغرافيك في الثمانينيات من القرن الماضي وقرّبت المسافة بين أهرامات الجيزة في مصر باستخدام الوسائل الرقمية.

ويعالج الكثير من أنظمة قواعد السلوك في مكاتب التحرير قضايا الاستقلال الصحفي. وقد يحظر على الصحفيين، بهدف تجنب حتى ما قد يبدو وكأنه تضارب في المصالح رغم أنه ليس كذلك في الواقع، تغطية أخبار شركة يملكون أسهماً فيها أو تربطهم مصلحة أو علاقة شخصية بها. ولا يسمح للصحفيين باتخاذ موقف علني حيال قضية سياسية أو دعم مرشح لمنصب علنا. وقد تمنع المؤسسة الصحفية الصحفيين من إقامة علاقة عمل مع أي مصدر يزودهم بالأخبار أو ممارسة أي عمل خارجي لقاء أجر ما لم يوافق على ذلك أحد المدراء.

وتوضح السياسة الأخلاقية لجريدة ديترويت فري بريس، وهي صحيفة أميركية تصدر في ولاية

ميشيغان، ما ستقوم به الصحيفة وما لن تقوم به. وهي تمنع دفع المال لمصادر الأخبار ولا تسمح للمصادر بمراجعة المادة قبل نشرها. ولشركة الإذاعة والتلفزيون الكندية (سي بي سي) دليل معايير مطول يفرض على الموظفين رفض الهدايا التي قد تبدو أنها تؤثر على قرارات الشركة. ولا يسمح لهم بقبول أي هدايا سوى الهدايا الودية المتواضعة أو الضيافة التي تقدّم خلال تصريف الأعمال العادية. ولا يجوز لموظفي شركة (سي بي سي) قبول عروض السفر المجاني أو الإقامة المجانية لتغطية قصة إخبارية.

وقد لا يكون من الممكن تجنب كل تضارب محتمل، إلا أنه يتعين على الصحفيين أن يدركوا أنه قد يكون لسلوكهم تأثير سلبي على المؤسسة الصحفية. وعندما يشعر الصحفيون بأنه من الممكن نشوء تضارب ينبغي توقع قيامهم بتبليغ رؤسائهم بذلك. ومن الممكن أن يطلب صحفي له علاقة شخصية بقصة إخبارية إسناد مهمته لصحفي آخر. وتمارس مؤسسات صحفية كثيرة عادة مطالبة الصحفيين بالكشف عن أي علاقات في قصصهم الصحفية قد توحي بوجود تضارب في المصلحة، حتى لو لم يكن هناك أي تضارب.

وتكون قواعد السلوك عادة وثائق داخلية، إلا أن عددا متزايدا من المؤسسات الصحفية بدأ ينشرها على مواقعه على الشبكة الإلكترونية لكي يعرف الجمهور ما يمكنه توقعه ويخضع الجريدة أو المحطة للمساءلة والمحاسبة إذا ما تم انتهاك معاييرها.

معايير المجتمع

كثيرا ما تواجه المؤسسات الصحفية تضاربا بين أهمية الأخبار ومعايير المجتمع، ويتطلب حل مثل هذا التضارب ممارسة عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية بمهارة. لنفترض أن مسؤولا منتخبا استخدم عبارة إساءة عنصرية أثناء تحدثه عن عضو في الحزب المعارض. قد تنشر بعض الجرائد الكلمات التي استخدمها المسؤول بدقة. وقد تستخدم جرائد غيرها بعض الأحرف وتتبعها بنقاط لكي تشير إلى ما قاله بدون نشر الكلمة بكاملها. في حين ستكتفي بعض الصحف الأخرى على الأرجح بالقول إن المسؤول استخدم لغة مسيئة. ويختار محررو الصحف حلولا مختلفة، على أساس ما يعتقدون بأن القارئ سيكون مستعدا لتقبله. إلا أنهم يتخذون أحيانا قرارا يدركون أنه سيزعج بعض القراء. ويواجه المحررون خيارات صعبة مماثلة عندما يتعلق الأمر بالصور أو الفيديو التي تصدم المشاعر والتي قد يجدها الجمهور منفرة، ولكنها قد تكون أقوى وسيلة لنقل قصة إخبارية مهمة.

وللحد من الضرر الذي قد يسببه مثل هذا الخيار، يقرر كثير من مدراء الأخبار في هذه الأيام أن يوضحوا لماذا اتخذوا قرارهم، إما في سياق القصة الإخبارية نفسها أو في ملاحظة منفصلة للمحرر تنشر إلى جانب القصة الإخبارية. فمثلا، يسبب نشر صورة امرأة تحمل جسد ابنها الهزيل الذي توفي متأثرا بالمجاعة إزعاجا بكل تأكيد. وبدلا من انتظار مكالمات هاتفية غاضبة والرد على كل شكوى على حدة فقد تذكر ملاحظة المحرر أن هذه الصورة للمعاناة تروي قصة المجاعة بوضوح أكبر من الكلمات وحدها. وهكذا يفي الصحفيون بالتزامهم بمبدأ المساءلة عن طريق توضيح قراراتهم للجمهور.

القضايا القانونية

يعد البند 19 في ميثاق الأمم المتحدة الركن الأساسي للمعايير الدولية الخاصة بوسائل الإعلام. وينص هذا البند على ما يلي:

لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير عنه. ويتضمن هذا الحق حرية اعتناق الآراء بدون تدخل خارجي وحرية البحث وتلقي وتوزيع المعلومات والأفكار بكافة وسائط النشر والإعلام وبصرف النظر عن الحدود.

والدول الأعضاء في الأمم المتحدة ملتزمة بالتقيد بالميثاق، بما في ذلك البند 19. إلا أن ذلك لم يمنع بعض الدول من قمع وسائلها الإعلامية ومنع الحصول على الأخبار العالمية. وقد تم في بعض الحالات قتل وسجن ونفي الصحفيين لمحاولتهم أداء وظائفهم.

ويقول دانيلو أربيا من جمعية الصحافة بين الأميركتين وجريدة بوسكويدا بأوروغواي إن أفضل قانون للصحافة هو عدم وجود أي قانون على الإطلاق. ويضيف أن التشريعات التي تحكم الحرية الصحفية، في عالم مثالي، لن تتجاوز الصفحتين، بحيث 'تتضمن فقرات مكتوبة بوضوح وصراحة تمنع أي محاولة لضبط ... حرية التعبير". وغني عن القول إن العالم ليس مكانا مثاليا. وتتفاوت قوانين الصحافة حول العالم إلى حد يجعل من غير الممكن إيجازها جميعا. وفي بعض الدول الديمقراطية قوانين لضمان قدرة حصول الصحفيين على المعلومات الحكومية غير السرية، في حين أن غيرها يحدّ من المعلومات التي يمكن نشرها أو بثها على الهواء. ويعد ذكر اسم ضحية جريمة جنسية أو كشف هوية أحداث متهمين بنشاط إجرامي غير قانوني في بعض الدول. وحتى داخل الدولة الواحدة نفسها، قد تكون هناك قوانين محلية مختلفة تغطي قضايا مثل ما إذا كان الصحفي مرغما على تسمية مصدره السري أو تقديم الملاحظات التي دونها لمحكمة قانونية، وفي ظل أي ظروف. ويكفي القول إن على الصحفيين الإلمام بقوانين الدول التي يعملون فيها، وبالجهود المتواصلة لرفع القوانين المقيدة لحرية الصحافة.

ومن أكثر أنواع القضايا القانونية التي يواجهها الصحفيون قضايا التشهير أو القذف. والقذف في الولايات المتحدة هو نشر أو إذاعة مواد عارية عن الصحة من حيث الجوهر عن شخص يمكن تحديد هويته وتميل إلى الإساءة إلى سمعة ذلك الشخص. ويدعى القذف 'تشهيرا" عندما تُنشر المادة و"قدحا" عندما تبث. ولكن المعطيات الأساسية التي تحددها هي نفسها. ويمكن القول بشكل عام إنه إذا كانت المادة صحيحة فإن ذلك لا يمكن أن يكون قذفا. ولذا، يتعين على الصحفيين أن يتحققوا بشكل مستقل من صحة ما تقوله مصادرهم، إذا كان يمكن لتلك الأقوال أن تشوه سمعة شخصٍ آخر وتعتبر قذفا.

وتتم حاليا إعادة النظر في قوانين وسائل الإعلام بعد أن أخذت التكنولوجيا الجديدة تغير الطريقة التي يؤدي بها الصحفيون عملهم. وفي مقدمة ذلك أسئلة مثل: هل يجب منح صحفيي الإنترنت الحقوق والحمايات نفسها التي تمنح للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية الوطيدة المعترف بها؟ وهل يجب منح تلك الامتيازات نفسها لكتاب المدونات الإلكترونية (البلوغرز)؟ وستبقى هذه الأسئلة على الأرجح معلقة دون البت فيها لبعض الوقت.

ومن الواضح أن الصحفيين يخضعون لقوانين أخرى تنطبق على الأفراد في دولة معينة، كالقوانين التي تحكم الخصوصية. فلا يمكن للصحفي الذي يريد الحصول على معلومات دخول ممتلكات خاصة، أو أخذ وثائق بدون إذن، أو التنصت على المحادثات التي تجرى من هاتف معين، دون أن يتوقع مواجهة عواقب قانونية. وقد تقرر مؤسسة صحفية أن بعض القصص الإخبارية مهمة جدا بحيث تستحق المخاطرة بالعقوبات القانونية، ولكن هذه مسألة مختلفة يجب أن تتخذ من خلال قرار جماعي يشارك في التوصل إليه المحررون والصحفيون والإدارة بعد التمعن في الأمر.

8 مصادر صحفية

Radio-Television News Directors Association
http://www.rtnda.org
Membership group for electronic journalists worldwide.

Society of Professional Journalists
http://www.spj.org/
The Society of Professional Journalists works to improve and protect journalism. SPJ also promotes the free practice of journalism and high ethical standards of behavior. Encourages the free flow of information vital to a well-informed public, works to educate the next generation of journalists, and protects First Amendment guarantees of freedom of speech and press.

Society for News Design
http://www.snd.org/
Represents designers, graphic artists, illustrators, and other visual journalists.

Reporting and Editing

Cyberjournalist.net
http://www.cyberjournalist.net/tips_and_tools/
CyberJournalist.net is a resource site that focuses on how the Internet, convergence (see note), and new technologies are changing the media. The site offers tips, news, and commentary about online journalism, citizen's media, digital storytelling, converged news operations, and using the Internet as a reporting tool.

Membership Groups

American Society of Newspaper Editors
http://www.asne.org/
Represents daily newspaper editors in the Americas.

Association for Women Journalists
http://www.awjdfw.org/index.html
Promotes fair treatment of women in the media and the newsroom through a scholarship program, career grants, networking, advocacy, career seminars, and the annual Vivian Castleberry Awards Competition.

International Federation of Journalists
http://www.ifj.org/
Represents around 500,000 members in more than 100 countries.

Investigative Reporters and Editors, Inc.
http://www.ire.org/
Represents investigative journalists.

National Press Photographers Association
http://www.nppa.org/
Serves print and television photojournalists.

Online News Association
http://www.journalists.org/
Serves online-media journalists.

Organization of News Ombudsmen
http://www.newsombudsmen.org/
International association of ombudsmen, or internal newsroom critics.

INVESTIGATIVE: International Consortium of Investigative Journalists
http://www.publicintegrity.org/icij/

SCIENCE: International Science Writers Association
http://internationalsciencewriters.org/

SPORTS: Associated Press Sports Editors
http://apse.dallasnews.com/

Journalism Training

American Press Institute
http://www.americanpressinstitute.org/
Training center for print journalists based in the United States. Site offers resources, including useful links at *The Journalist's Toolbox*.

CIESPAL
http://www.ciespal.net/
International journalism center for Latin America, based in Ecuador. (Site is in Spanish.)

European Journalism Centre
http://www.ejc.nl/
Training institute based in The Netherlands, has background information on European media and resources.

IFRA Newsplex
http://www.newsplex.org/home.shtml
Training centers in the United States and Germany.

Independent Journalism Foundation
http://www.ijf-cij.org/
Supports free press in Eastern Europe with training at four regional centers.

International Center for Journalists
http://www.icfj.org
Training center based in the United States also has links to worldwide training and

Note: Convergence in the media refers to cross-platform reporting. For example: newspaper reporters file stories for the newspaper, the paper's Web site, and even a TV or radio station owned by the newspaper.

Journalism.net
http://www.journalismnet.com
A full service site with dozens of useful links, developed by a Canadian reporter.

NewsLab
http://www.newslab.org
Resources, story background, and training for television and radio journalists.

Project for Excellence in Journalism
http://www.journalism.org
U.S. non-profit organization has resources and research.

Reporter.org
http://www.reporter.org
Resources for journalists, including beat-related links.

Specialized Journalism

Most of these groups are membership organizations that offer training at regularly scheduled conferences and resources on their Web sites.

BUSINESS: National Center for Business Reporting
http://www.businessjournalism.org/

CONFLICT: Center for War, Peace, and the News Media
http://www.bu.edu/globalbeat/

ENVIRONMENT: International Federation of Environmental Journalists
http://www.ifej.org/

Freedom of Expression

Article 19
http://www.article19.org/
International non-profit group supports freedom of expression and the free flow of information as fundamental human rights.

Canadian Journalists for Free Expression
http://www.cjfe.org/
Nongovernmental group defends the rights of journalists throughout the world.

Freedom Forum
http://www.freedomforum.org/
News outlet dealing primarily with U.S. First Amendment and Freedom of Information issues.

Inter American Press Association
http://www.sipiapa.org/
Supports free press in the Western Hemisphere.

Journalists for Human Rights
http://www.jhr.ca/
Canadian-based nonprofit, focused on reporting in Africa.

The Reporters Committee for Freedom of the Press
http://www.rcfp.org/
A nonprofit organization dedicated to providing free legal assistance to journalists.

Reporters Without Borders
http://www.rsf.org/
International press freedom organization, based in Paris. Resources in English, French, and Spanish.

World Press Freedom Committee
http://www.wpfc.org/
International umbrella group defends and promotes press freedom.

fellowship opportunities on its International Journalists' Network: http://www.ijnet.org/

Internews
http://www.internews.org/
U.S. non-profit group offers journalism training around the world.

Institute for the Advancement of Journalism
http://www.iaj.org.za/
South African media training institute.

Institute for War and Peace Reporting
http://www.iwpr.net
Special reports by region from this London-based non-profit, in multiple languages.

John S. Knight Fellowships
http://knight.stanford.edu/program/index.html
Offers one-year professional journalism fellowships at Stanford University for outstanding mid-career journalists.

Journalismtraining.org (Society of Professional Journalists)
http://www.journalismtraining.org/action/home
Provides a centralized location for journalists seeking information about professional development. The centerpiece of the site is a searchable database of local, regional, and national journalism training programs.

No Train-No Gain
http://www.notrain-nogain.org/
Newspaper training editors share ideas and exercises on this site.

The Poynter Institute
http://www.poynter.org/
A school for journalists, based in the United States. Web site provides resources, story background information, and plenty of links.

Ethics Codes

American Society of Newspaper Editors
ASNE Statement of Principles. Reston, VA: American Society of Newspaper Editors, 2002.
http://www.asne.org/kiosk/archive/principl.htm

International Center for Journalists
Code of Ethics (by country and region). Washington, DC.
English version: http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics

Radio-Television News Directors Association
Code of Ethics and Professional Conduct. Washington, DC: Radio-Television News Directors Association, 2000.
http://www.rtnda.org/ethics/coe.shtml

Society of Professional Journalists
SPJ Code of Ethics. Indianapolis, IN: Society of Professional Journalists, 1996.
http://spj.org/ethics.asp

The U.S. Department of State assumes no responsibility for the content and availability of the resources from other agencies and organizations listed above. All Internet links were active as of Fall 2006.

Books

Clark, Roy Peter and Cole C. Campbell (eds.) *The Values and Craft of American Journalism: Essays From The Poynter Institute.* Gainesville, FL: University Press of Florida, 2005.

The First Amendment Handbook. Arlington, VA: The Reporters Committee for Freedom of the Press, 2003.
http://www.rcfp.org/handbook/index.html

Hachten, William A. *Troubles of Journalism: A Critical Look at What's Right and Wrong With the Press*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 3rd edition, 2004.

Hamilton, James T. *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information Into News*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2003.

Overholser, Geneva, and Kathleen Hall Jamieson. *The Press*. New York, NY: Oxford University Press, 2005.

Sloan, W. David and Lisa Mullikin Parcell (eds.)
American Journalism: History, Principles, Practices. Jefferson, NC: McFarland & Company, 2002.

Sullivan, Marguerite H. *A Responsible Press Office: An Insider's Guide*. Washington, DC: U.S. Department of State, International Information Programs, 2001.
http://usinfo.state.gov/products/pubs/pressoffice/

المحرر التنفيذي: جورج كلاك
المؤلف: ديبرا بوتر
المحرر: ملدريد سولا نيلي
مدير تحرير الطبعة العربية: مفيد الديك
المدير الفني/ التصميم: مين تشيه ياو
الرسوم التوضيحية: بريان لايستر

تتمم هذه المطبوعة مجموعة من دليلين حمل الأول منهما عنوان 'مكتب صحفي مسؤول: دليل للمطلع" تأليف مارغريت إتش. سليفان (http://usinfo.state.gov/products/pubs/pressoffice/.)

الآراء المعبر عنها في هذه المطبوعة لا تعكس بالضرورة آراء أو سياسات الحكومة الأميركية.

راجع أيضاً نص حوار ديبورا بوتر حول الصحافة المستقلة على الشبكة العنكبوتية.

مكتب برامج الإعلام الخارجي
وزارة الخارجية الأميركية
http://usinfo.state.gov/
2006

مكتب برامج الإعلام الخارجي
وزارة الخارجية الأميركية
http://usinfo.state.gov/