

P N G O  
E  
T

مشروع تطوير أداء المنظمات الأهلية  
شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية

# الدليل الإعلامي المهني للعاملين في المنظمات الأهلية



ديسمبر 2004

مشروع تطوير أداء المنظمات الأهلية  
شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية

PINIGGIO  
E  
T

الدليل الإعلامي المهني للعاملين  
في المنظمات الأهلية

ديسمبر 2004

شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية

The Palestinian Non-Governmental Organization's Network

إعداد

الصحفي / محسن الافرنجي

---

**شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية**  
**The Palestinian Non-Governmental Organization's Network**

غزة - ش عز الدين القسام - بجوار برج الشفاء  
مقابل اتحاد لجان الأغاثة الطبية - الطابق الثاني  
تليفون: 2847518 - فاكس: 2835889

E-mail: [pngo@palnet.com](mailto:pngo@palnet.com)

[www.pngo.net](http://www.pngo.net)

# مقدمة

- 5 ..... مقدمة
- 5 ..... القسم الأول : كتابة و تحرير الاخبار
- 5 ..... مراحل صناعة الخبر
- 7 ..... كيف تحصل على الأخبار؟
- 9 ..... قواعد أساسية لكتابة الأخبار:
- 10 ..... لغة الخبر الصحفي :
- 11 ..... أولاً المقابلة الإعلامية
- 11 ..... المقابلة الصحفية
- 11 ..... كيف تجري حوارا صحفيا ناجحا؟!
- 12 ..... دليلك العملي إلى إجراء المقابلة
- 13 ..... ثانياً المقابلة الإذاعية والتلفزيونية
- 14 ..... المقابلة التلفزيونية
- 15 ..... المقابلات الميدانية

: تتشرف شبكة المنظمات الأهلية بأن تضع بين أيديكم الدليل الإعلامي المهني للعاملين الذي جاء ثمرة جهد وعمل دؤوب في إطار مشروع تطوير أداء المنظمات الأهلية - المرحلة الثانية .

لقد حمل هذا الدليل المتخصص الكثير من الأفكار والخبرات التي نأمل أن تساهم في بناء منظمات المجتمع المدني وتعزيز دورها بما يعمل على ترسيخ مفاهيم الشفافية والمساءلة والحكم الصالح ويفضى الى نشر الديمقراطية في مجتمعنا الفلسطيني .

وتقدم شبكة المنظمات الأهلية جزيل الشكر والتقدير الى جمعية المساعدات الشعبية النرويجية NPA لمواقفها المساندة لحقوق شعبنا الفلسطيني، ودعمها مشروع "تطوير أداء المنظمات الأهلية الفلسطينية" بالمرحلتين الأولى والثانية .

ونود كذلك أن نتوجه بالشكر لكل من ساهم وشارك في إعداد هذا الدليل .

شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية

2004

## مقدمة

يوماً بعد يوم تزداد أهمية الخبر في وسائل الاعلام الجماهيري. حيث يشغل حيزاً ومساحة واسعة وزمناً في كافة الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والالكترونية. خاصة أن الخبر يشكل الاساس الذي تقوم عليه كافة الفنون الصحفية.

تزان أهمية الخبر مع التوسع المضطرد فيمنظمات المجتمع المدني. فرضت على الاخيرة الاهتمام بمعرفة أصول العمل الاخباري ومقومات الكتابة الصحفية الاخبارية الجيدة على الصعيدين النظري والتطبيقي. وهذا الدليل الاعلامي المهني الذي نضعة بين أيديكم يقدم مايشبه “الوجبات السريعة” ولكن الدسمة بخصوص مراحل صناعة الخبر المختلفة والتي يمر بها. كما يتطرق الى اصول ومبادئ المقابلة الصحفية والاذاعية والتلفزيونية.

## القسم الأول

### كتابة وحرير الاخبار الصحفية

تعد الأخبار أهم الفنون الصحفية وأكثرها انتشاراً لأنها المادة الأساسية التي يستقي منها الجمهور معلوماته ويكون أفكاره وأجاءاته جأه القضايا والموضوعات المطروحة.

وثمة حاجة ملحة للمؤسسات المختلفة الأهلية منها والرسمية للاهتمام بالأخبار على صعيدين: أولهما: من منطلق الاهتمام بوجود أشخاص مؤهلين في المؤسسة لمتابعة فعاليتها ونقلها للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة، أما ثانيهما فيعود للاهتمام بإطلاع وسائل الإعلام مباشرة على فعاليتها ونشاطاتها حتى في ظل عدم وجود مثل هؤلاء الأشخاص.

ولن يتسنى لأية صحيفة أن توفد مندوبيها أو مراسليها لتغطية فعاليات كل المؤسسات خاصة في ظل الازدياد الواسع لها، مما يجعل تأهيل بعض الأشخاص من داخل المؤسسة لأداء هذه الرسالة مهمة أساسية وحاجة ملحة للحفاظ على قنوات الاتصال مع الجمهور بمختلف فئاته.

وكما يمثل الخبر الصحفي العمود الفقري للصحيفة والمادة الرئيسة للعاملين في مجال الإعلام فإنه يمثل فائدة قصوى ومتعددة للمؤسسة ذاتها. لذا فإن هناك حاجة لمعرفة أجديات صناعة الخبر من مصدره الرئيس حتى كتابته وحريره وفق الأسس الفنية الملائمة له.

ونستعرض فيما يلي عدداً من القواعد الأساسية لكتابة وحرير الأخبار لتمثل مرشداً للعاملين في هذا المجال داخل المؤسسات الأهلية.



### مراحل صناعة الخبر \* :

تشبه عملية كتابة الأخبار عمليات التصنيع في مجالات عدة من حيث توفر المادة الخام التي تقابلها المعلومات الأساسية والمصادر حتى إعداد المنتج النهائي الذي يتحول إلى خبر جاهز يتعلق بجاذبة أو موقف أو مشروع ... الخ.

وتنطلق أسس هذه الصناعة من زاويتين : زاوية أن الخبر يمثل ( كل جديد ) ثم زاوية ما ( يهم الناس ).

\* ملزيم من المعلومات حول ن الخبر الصحفي. يمكن مراجعة : دليل تطوير الأداء الإعلامي في المنظمات الأهلية الفلسطينية ( إصدار: شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية . 2003 ).

وتتم عملية صناعة الخبر بعدة مراحل وخطوات نوجزها في النقاط التالية :

- 1- ابدأ بوضع خطة أولية للتغطية تغطي كافة جوانب الموضوع من حيث التعرف على طبيعة الموضوع أو الفعالية ومستلزمات التغطية من جمع معلومات وإجراء أحاديث وغيرها , إلى تجهيز أسماء المعنيين والأرقام الخاصة بهم والتعرف على مكان الحدث توفيراً للوقت والجهد.
- 2- احرص دائماً على التواجد في موقع الحدث للإطلاع عن كثب على الحقائق والتفاصيل المتعلقة به لأنك أنت ستكون المصدر الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام فيما بعد .
- 3- توجه دائماً وأولاً إلى المصدر الرئيس للمعلومة قبل التوجه للمصادر الثانوية مع ضرورة عدم إغفال المصادر الأخرى.
- 4- حاول جاهداً توفير معلومات عن الحدث والشخصيات المرتبطة به من خلال الأرشيف الصحفي أو المكتبة أو المصادر الحية والدوريات , لأن ذلك يساعدك أكثر في تكوين صورة ذهنية عنه .
- 5- اهتم أكثر بذكر الأسماء صحيحة للأشخاص المتعلقين بالحدث ووصفهم الوظيفي دونما أخطاء لأن الأخطاء في هذا المجال تنعكس سلباً على الوسيلة الإعلامية.
- 6- احرص قدر الإمكان على نقل أجواء الحدث والمناخ العام المحيط به لكسر الجمود وعدم تقديم المعلومات بصورة جامدة جوفاء .
- 7- بعض أنواع التغطيات الصحفية تحتاج إلى عملية ربط بين الأحداث وغيرها وصولاً إلى علاقات وقواسم مشتركة أو متباينة فيما بينها تؤدي في بعض الأحيان إلى أفكار لموضوعات جديدة .
- 8- تأكد دائماً من صحة المعلومات الواردة في الخبر قبل نشرها , ويمكن تحقيق ذلك من خلال الحصول على معلومات متعلقة بالحدث من أكثر من مصدر ثم إجراء مقارنة سريعة بينها.
- 9- إذا حصلت على معلومات هامة وحساسة تتعلق بمصدر , ويجب عدم تجاهل الحصول على إذن المصدر لنشر الخبر .
- 10- لا تعتمد خلال كتابتك على مجرد السماع دون التكلف بمتابعة الموضوع ولو من خلال الهاتف أو وسائل الاتصال الأخرى المتوفرة تفادياً للوقوع في أي زلل أو أخطاء غير مقبولة .
- 11- احرص على تحقيق تغطية شاملة للموضوع من أكثر من زاوية مع وجود عدة آراء بمعنى استكمال كافة المعلومات المرتبطة بالحدث .
- 12- الشروع في مرحلة الكتابة الأولية مع انتقاء المعلومات اللازمة واستبعاد غير اللازمة أو المتكررة.
- 13- مرحلة الكتابة النهائية - التحرير - للخبر بعد صقل وتهذيب المادة ووضع عنوان ملائم وتقسيم الخبر إلى جمل وفقرات مترابطة ومتسلسلة وبضمن هذه المرحلة تأتي مرحلة المراجعة النهائية للتأكد من صحة ودقة المعلومات التي سيتم توزيعها على وسائل الإعلام .



### الأسئلة الستة ( أدوات العمل الصحفي ):

يتوفر للصحفي أو لمن يقوم مقامه في المؤسسات عدة أدوات عليه توظيفها بشكل مهني للاستفادة منها في جمع المعلومات الأساسية وتقديم صورة موضوعية شمولية عن الحدث .

## وهذه الأدوات تعرف بالأسئلة الستة وهي :

- ماذا حدث ؟
- من هم المشاركون في الحدث ؟
- أين الحدث ؟
- متى الحدث ؟
- لماذا الحدث ؟
- كيف الحدث ؟

وتركز معظم مقدمات الأخبار على البدء بالإجابة عن سؤال : ماذا حدث ثم تليها الإجابة عن سؤال من ؟ ثم تليها الإجابة عن سؤالي متى وأين .

## كيف نحصل على الأخبار ؟

تتعدد أنشطة مؤسستك وتتعدد معها سبل الحصول على الأخبار والوصول إلى مصادرها بهدف تزويد وسائل الإعلام بها وتسويق المؤسسة للمجتمع من خلال خدماتها وفعاليتها . ويتصور بعض العاملين في المؤسسات الأهلية كتابة أخبار عن المؤسسة مرتبط فقط بتنفيذ فعاليات وهو افتراض صحيح إلى حد ما ، لأنه يمثل القاعدة الأساسية للعلاقة مع وسائل الإعلام ، غير أنه بإمكانك الوصول إلى وسائل الإعلام وكتابة أخبار من سبل أخرى .

## \* ومن أهم الأساليب التي يمكن من خلالها الحصول على أخبار تتعلق بمؤسستك ؟

- 1- متابعة الفعاليات والأحداث المتعلقة بمؤسستك ميدانيا لتوفير تغطية حية لوسائل الإعلام .
- 2- متابعة تطورات وتداعيات بعض الفعاليات التي تمتد آثارها ولا تتوقف عند مجرد نشاط ليوم واحد ، وهو ما تغفله عادة وسائل الإعلام بحكم الأحداث المتسارعة والتغيرات المتوالية .
- 3- إصدار التصريحات على لسان أحد المسؤولين في المؤسسة حول قضية مطروحة أو ردا على شائعات أو معلومات مغلوطة يجري تداولها .
- 4- إبلاغ الصحفيين بمعلومات عن أحداث أو مشروعات وبرامج يتم التجهيز لها .
- 5- إجراء لقاءات مع مسئولين في المؤسسة شاركوا في نشاطات خارج نطاق الدولة ولم يتسن للصحفيين تغطيتها بصورة جيدة ، فيتم تزويد الصحف بالمعلومات اللازمة عنها .
- 6- كتابة خبر عن دراسة أو استطلاع أو تقرير أعدته المؤسسة .

## أجزاء الخبر :

يتكون الخبر عادة من جزئين رئيسيين إضافة إلى العنوان وهما : المقدمة وجسم الخبر وتفاصيله . ويمكن في بعض الأحيان كتابة خاتمة للخبر تعرف بالخاتمة الاستهلاكية حيث تحتوي على معلومات أقل أهمية وتمثل خلفية للموضوع وظيفتها الربط بين الحدث وما يتعلق به من أحداث سابقة .

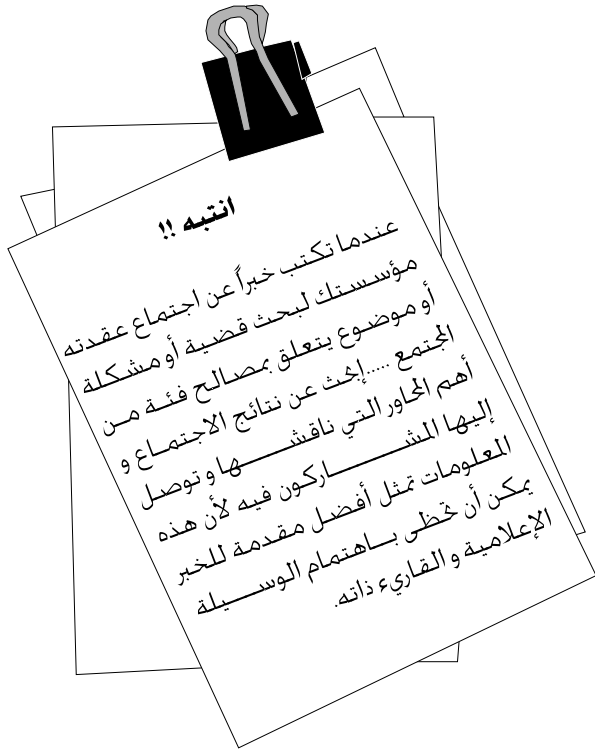
## ويمكن تلخيص الإرشادات المتعلقة بأجزاء الخبر على النحو التالي :

### 1-العنوان :

وهو أول ما تقع عليه عين القارئ ويعتبر بمثابة مفتاح للوصول إلى قلب الحدث , وعادة ما يكتب بعد الانتهاء من كتابة الخبر. وتتطلب كتابة عنوان الخبر عناية كبيرة ودقة في اختيار الألفاظ والكلمات المعبرة عنه . كذلك يجب الاهتمام بكتابة عناوين إيجابية بمعنى أن تقدم للقارئ معلومات مختصرة عن أهم ما ورد في سياق الخبر على عكس العناوين السلبية التي تفقد الخبر أهميته .

### ومن النصائح التي يمكن أن تقدم عند كتابة عناوين الأخبار هي :

- 1- تجنب المبالغة والإثارة التي تفقد الخبر مضمونه وتحرفه عن هدفه .
- 2- التركيز على أهم ما ورد من معلومات في الخبر .
- 3- عدم التركيز على وجهة نظر ثانوية في العنوان وإهمال المعلومات والوجهات الأساسية له .
- 4- استخدام الفعل المضارع والحرص على استخدام أفعال قوية بما يتناسب مع الموضوع .
- 5- الوضوح والبعد عن الغموض مع الحرص على عدم تكرار الكلمات الواردة فيه .
- 6- ضع نفسك مكان القارئ وتساءل: ما الذي تريده من عنوان هذا الخبر؟
- 7- لا تسمح لنفسك بالخطأ في لغة العنوان وأسلوبه وقواعده الإملائية لأن هذا الخطأ جسيم ولا يغتفر ويؤثر سلباً على القارئ.
- 8- تذكر المثل القائل : اقرأ المكتوب من عنوانه . للدلالة على أهمية العنوان .



### 2-المقدمة :

من العنوان ينتقل القارئ مباشرة إلى أهم أجزاء الخبر للوصول على معلومات وافية وشارطة للعنوان وهي المقدمة أو الاستهلال . والمقدمة عبارة عن صدر الخبر وبيدائه التي عادة ما تضم ما بين جملة إلى ثلاث جمل متتالية مترابطة .

### والمقدمة المهنية الجيدة هي :

- تعرض ملخصاً موجزاً ( الإيجاز مع البلاغة ) .
- تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن .
- تبرز الطابع المميز للخبر .
- تقدم آخر تفاصيل الحدث .
- تثير اهتمام القارئ لمتابعة الخبر .



وللمقدمات أنواع متعددة تستخدم مع كافة الفنون الصحفية ومن أهم هذه الأنواع للأخبار هي المقدمة الملخصة ( المكثفة ) والمقدمة التمهيدية وأحياناً المقدمة الإنسانية مع بعض أنواع الأخبار ذات العلاقة بالبعد الإنساني .

### 3-جسم الخبر:

عادة ما يحتوي جسم الخبر على مجمل التفاصيل المتعلقة به والمرتبطة بالحدث وزمانه ومكانه والأشخاص المرتبطين به، وما يستلزم من آراء وجهات مختلفة وحجج ومعلومات وأرقام وإحصاءات وغير ذلك .

### ومن أهم الإرشادات الخاصة بكتابة جسم الخبر:

- 1- تقسيم الجسم إلى عدة فقرات تضم عدة جمل قاسمها المشترك هو التسلسل الموضوعي للأحداث والترابط المنطقي بينها.
- 2- تفادي استخدام المصطلحات والتعبيرات والكلمات المتخصصة غير المألوفة وفي حال الاضطرار إلى ذكرها لابد من إيراد تفسير مختصر لها.
- 3- تجنب الحشو والحرص على انتقاء ما يلزم من معلومات واستبعاد ما لا يلزم ويشكل عبئاً على الخبر.
- 4- الابتعاد عن أسلوب الإطالة في الجمل لأنها مرهقة للقارئ وتفقد تسلسل المعلومات .
- 5- إذا احتوى الخبر على أرقام من الأفضل توضيح أهميتها وعدم الاكتفاء بذكرها كما هي ، مع الحرص على مقارنتها بأرقام سابقة - ما أمكن ذلك - كما يفضل جبر الأرقام أي تقريبها .

### قواعد أساسية لكتابة الأخبار:

عندما تكتب أخباراً عن نشاطات ومشروعات تنفذها مؤسساتك احرص على تطبيق القواعد التالية ما أمكن ذلك :

- 1- أن تتضمن المقدمة أهم المعلومات أو التصريحات المتعلقة بالحدث أو الموضوع الذي تكتب عنه لأن ذلك ينبه الصحيفة التي سترسل إليها الخبر أكثر لأهمية الموضوع وتدفعها للاهتمام به ونشره .
- 2- أن يحتوي الخبر على معلومات وافية عن الأطراف والجهات ذات العلاقة بالموضوع مع كتابة أسماء المصادر وتوصيفها الوظيفي بشكل صحيح ودقيق منعا للخطأ .
- 3- الابتعاد عن الصيغة الدعائية للمؤسسة أو لبعض مسؤوليها والاهتمام بالحقائق والمعلومات بمعنى الحرص على تقديم المؤسسة من خلال فعاليتها ونشاطاتها ومواقفها لا من خلال أسماء الشخصيات البارزة فيها مع أهمية الأخيرة للخبر .
- 4- الحرص على عرض تفاصيل الخبر بصورة متسلسلة حسب الأهمية وبما يتناسب - إلى حد ما -

- مع سياسة الصحيفة واهتمامات القراء .
- 5- توفير معلومات خلفية للاستفادة منها إذا لزم الأمر ولزيادة الإيضاح وربط القارئ وتذكيره بالأحداث السابقة ذات العلاقة.
- 6- الاهتمام بذكر تاريخ وزمن الخبر حتى لو مضى عليه أكثر من يوم.
- 7- الحرص على تدعيم الخبر بأرقام وإحصاءات وبيانات لازمة لموضوعه لزيادة الإقناع والأهمية وذلك بقدر احتياج الخبر لذلك دون إفراط.

### لغة الخبر الصحفي :

احرص على كتابة الأخبار بلغة الصحافة التي هي لغة العامة وليست لغة العامية أي اللغة الأقرب إلى الفهم ولكنها لا تصل إلى درجة الإسفاف.

ومن صفات لغة الخبر وأساليب كتابته :

- ▶ الوضوح دون الغموض.
- ▶ الإيجاز مع البلاغة.
- ▶ الدقة والبعد عن التحريف والتلوين.
- ▶ البساطة والبعد عن التعقيد.
- ▶ الاعتماد على الجمل القصيرة أكثر من الجمل الطويلة.
- ▶ تجنب اللغة المنمقة والتعابير الطنانة.
- ▶ اختيار الأفعال بعناية ( فمثلا الفعل دعا يختلف في مضمونه عن طالب أو ناشد).



## القسم الثاني

### أولاً: المقابلة الإعلامية المقابلة الصحفية

تعد المقابلات الصحفية ركنا أساسيا من أركان العمل الصحفي كونها تتعلق بعملية جمع المعلومات من مصادر مختلفة كما أنها تعكس قدرة ومهارة الصحفي على إدارة وتوجيه الحوار للحصول على المعلومات اللازمة للموضوع الذي يبحث فيه ويكتب عنه .

ويمكن تقسيم المقابلات الصحفية إلى الأنواع التالية:

- 1- المقابلة الإخبارية (مقابلة جمع المعلومات)
- 2- مقابلة الرأي (استطلاع الرأي)
- 3- المقابلة الشخصية (التسلية والإمتاع)
- 4- المؤتمر الصحفي .



### كيف تجري حوارا صحفيا ناجحا!؟

تعرف الصحافة على أنها فن التفاوض مع الآخرين حيث أن المقابلة الصحفية لا تعد فنا صحفيا قائما بذاته بل تتداخل مع كافة الفنون الصحفية فمن يكتب خيرا أو تقريرا أو تحقيقا يحتاج إلى إجراء مقابلة أو عدة مقابلات لجمع المعلومات واستطلاع الآراء حول الموضوعات المطروحة .

وعندما ترغب بإجراء مقابلة صحفية فاحرص على أن تتعلم:

- ✓ كيف تجمع المعلومات قبل المقابلة تحضيراً للإجرائها .
  - ✓ كيف تتمكن من إقناع المسئول بالتحدث إليك .
  - ✓ كيف تتصرف أثناء المقابلة من أجل السيطرة عليها والالتزام بهدفها الرئيس .
  - ✓ كيف تستمع جيدا وباهتمام إلى المتحدث، وتسجل وتدون ملاحظتك حولها ، وتوجه أسئلة جديدة وجيدة .
  - ✓ كيف تختار نص الكلمات التي أدلى بها المتحدث .
  - ✓ كيف تكتب ما يقوله المتحدث أثناء المقابلة .
- وستواجه خلال عملك ومحاولتك إجراء المقابلة الصحفية العديد من العراقيل منها ما يرتبط بالموضوع ذاته أو بالمتحدث أو البيئة المحيطة به... وما عليك سوى التفكير جيدا وتنظيم أمورك وأن تحسن تصرفك لإقناع الشخص المتحدث بإجراء المقابلة مع إبداء الاهتمام به... واجعله كذلك يثق بك قبل أن تبدأ في الحديث وعامله بلطف ولا تشعره بأنك تحاول ابتزازه أو انتزاع اعترافات منه حتى لا تفقده.

## طرق إجراء المقابلة الصحفية :

تتعدد الوسائل والطرق التي يتم من خلالها إجراء المقابلات الصحفية وأهم هذه الطرق هي :



2- عبر الاتصال الهاتفي



1- المقابلة الشخصية  
( وجها لوجه )



4 / عبر الانترنت ( الحوارات الحية )  
من خلال التحدث إلى الشخصية مباشرة  
أو عبر الكتابة الفورية



3- عبر الفاكس  
من خلال إرسال الأسئلة  
وتلقي الإجابات جاهزة

وإير الطريق نحو إجراء مقابلة صحفية ناجحة محطات ثلاث هي :

كتابة المقابلة وتهيئتها  
استكمال مادة الحوار  
وتحديد نقطة الانطلاق  
للمقدمة وأسئلة  
باقي المعلومات بطريقة



إدارة المقابلة  
توجيه الأسئلة والاستماع  
إلى الإجابات والسيطرة  
على الحوار وعدم الانحراف  
عن هدفه



الإعداد المسبق  
اختيار الفكرة  
والشخصية وتهيئ  
الأسئلة



## دليلك العملي إلى إجراء المقابلة:

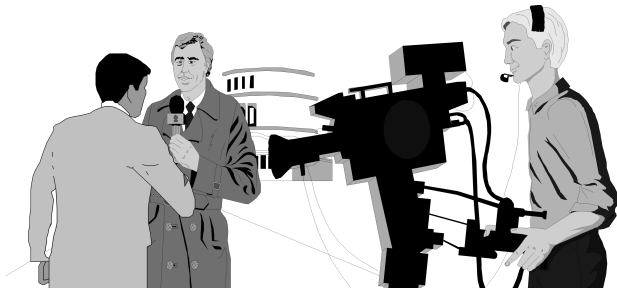
تحمل كل مقابلة يجريها الصحفي تجربة جديدة سواء مرتبطة بالموضوع أو الشخصية أو الزمان أو المكان أو الأحداث التي قد تقع خلال إجراء المقابلة .

## والتوجيهات التالية قد تساعدك على تحقيق أهدافك من المقابلة :

- جهز نفسك بأكثر قدر ممكن من المعلومات عن الموضوع والشخص الذي تنوي مقابلته .
- ارتد هنادما جيدا واطهر بصورة جيدة .
- تأكد من أن موعد المقابلة لم يتغير ، ومن المكان .

## بطاقة المعلومات الأساسية للمقابلة الصحفية

- ◆ ما موضوع المقابلة  
بالتحديد؟
- ◆ ما الهدف من إجرائها؟
- ◆ من الشخصية المرشحة و ما  
معلوماتك عنها؟
- ◆ ما أرقام هواتفه و عنوان  
عمله؟
- ◆ من الشخصية المتحدثة  
البديلة في حال اعتذاره أو  
رفضه التحدث؟
- ◆ ما الأسئلة الأساسية التي  
ستوجه للمتحدث؟



محدود من المقابلات التي قد لا يشعر القارئ أو المستمع أو المشاهد بها ولكن من يشرفون على العمل الإعلامي نفسه يعرفون ذلك ، بل من المؤكد أن الصحفي الجيد هو من يملك القدرة على إجراء مقابلة جيدة . والأمر له شقان: الموهبة أولاً ثم الخبرة والتجربة .

### \* الفرق بين المقابلة الصحفية والمقابلة الإذاعية والتلفزيونية:

#### المقابلة الصحفية

ليس جزءاً منها  
غالباً لا يتردد  
لا حواجز  
تحتاج إلى تدخل المحرر  
استعراض قول المصدر  
يتوسع في القصة  
يمكن مراجعتها مرات  
تبقى

#### المقابلة الإذاعية والتلفزيونية

الصحفي جزء من المقابلة  
المتحدث قد يتردد  
توجد حواجز المعدات  
الانطباعات تظهر  
صفة الفورية والوصول إلى مكان الحدث  
يضغطان المادة الصحفية  
يقدمان المعلومات لا الشرح  
القصة تمضي بسرعة

#### التركيز على الهدف:

لكل مقابلة هدف ولا بد من وضوح هذا الهدف دائماً مهما كانت الظروف لأن معيار النجاح هو مدى تحقيق الهدف من المقابلة وعدم التشتت عنه ويفضل تحضير الأسئلة مسبقاً لكن ليس شرطاً كتابتها ويفضل أن تتوقع الإجابات وبناء على الإجابات تقوم بالمتابعة لكن ليس الاستمرار في أسئلتك بغض النظر عن الإجابة.

#### المقابلة التلفونية:

في التلفزيون عادة تجرى إذا كان الحدث قرب موعد النشره وليس هناك صورة أو البرامج الحوارية من الأستوديو. لكن في الإذاعة تستخدم باستمرار.



التلفون وسيلة جيدة والناس عادة يوافقون بسهولة على إجراء المحادثات التلفونية فهي وسيلة مألوفة. لا تضايق أحداً. لا تضطر لتغيير جدول الأعمال . لا تجعله يقلق من جماهير المستمعين أو المشاهدين .

#### وخلال المقابلة تذكر الأمور التالية:

- 1- حاول أن تتبسط مع المتحدث
- 2- ابتسم من خلال التلفون
- 3- اشرح العملية للمتحدث .
- 4- حاول أن تطمئن المتحدث
- 5- اشرح الموضوع للمتحدث



- 6- تتبع الحوار جرحص وقاطع إذا لزم الأمر.
- 7- راقب عبارات آه ها
- 8- حاول تغيير تسلسل الاسئلة واعطاء فرصة للتفكير
- 9- استمع جيدا



### المقابلات الميدانية :

يوجد ثلاثة أنواع من المتحدثين :

- أولاً: الأشخاص المستقرين في الحدث.
- ثانياً: أشخاص اقل درجة في النظام.
- ثالثاً: أشخاص لا علاقة لهم بالنظام.

### مميزات المقابلات التي يتم تسجيلها في الاستوديو:

- ◆ استعداد جيد
- ◆ المحرر اكثر الماما \* هناك بحث مسبق
- ◆ في الاخبار اقصر وفي البرامج اطول
- ◆ عدد قليل يستطيع الصمود على الهواء لمدة ثلاثين دقيقة عادة يكررون انفسهم في الاستوديو تحتاج الى متحدث جيد حتى تنتج مقابلة جيدة
- ◆ المتحدث اقل تلقائية اذا قدم الى الاستوديو
- ◆ المشاهير يصعب وقفهم لتوجيه سؤال تال
- ◆ والمعروفون العامون يحاولون إلقاء الخطب بدلا من الإجابة على الأسئلة
- ◆ المواطنون العاديون تنقصهم الخبرة ويحتاجون إلى التهدئة وعدم القسوة
- ◆ بعض المتحدثين يتوترون ويشعرون بالمسؤولية والأفضل الاسترخاء والتلقائية

### تعليمات

#### قبل البرنامج :

جهز المتحدث حدد البرنامج أو الموضوع للضيوف التدقيق في الأسماء والألقاب هام جدا امنع الضيف من رواية المعلومات الممتعة قبل الحوار انصح بالإجابات القصيرة

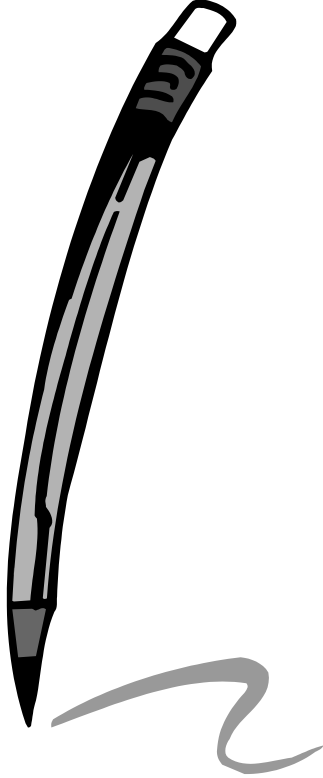
#### أثناء البرنامج :

- 1- انتبه للمتحدث
- 2- ابدأ بالأسئلة السهلة
- 3- الأسئلة قصيرة وتتابع منطقي
- 4- لا تصادق المتحدث أكثر من اللازم وكن جدليا
- 5- لا تتظاهر وقم ببعض البحث
- 6- وضح كل نقطة فورا وقدم معلومات خلفية
- 7- إعادة صياغة الإجابة الطويلة
- 8- قاطع المتحدث
- 9- واصل الأسئلة الصعبة
- 10- حاول أن تستغل قصر الوقت لصالحك
- 11- استخدم الصمت
- 12- لا تكن وقحا وأنت تمثل جمهور مستمعيك

## المراجع :

- 1- د.أيمن الاسكندراني , سنة أولى صحافة , الطبعة الأولى ( القاهرة : مكتبة ابن سينا , 2001).
- 2- جون كورد واين , الصحافة في وكالات الأنباء , الطبعة الأولى ( غزة : دارفلسطين للطباعة والنشر , 200).
- 3- د. حسني نصرود.سناء عبد الرحمن , الخبر الصحفي , الطبعة الأولى ( الإمارات العربية المتحدة : دارالكتاب الجامعي , 2003).
- د.سليمان صالح , صناعة الأخبار في العالم المعاصر , الطبعة الثانية ( القاهرة : دارالنشر للجامعات , 1998).
- 5- شيرلي بياجي , المقابلة الصحفية .. فن , الطبعة الأولى ( القاهرة : الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة , 1986).
- 6- محسن الإفرنجي , دليل تطوير الأداء الإعلامي في المنظمات الأهلية الفلسطينية , الطبعة الأولى ( غزة : شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية , 2003).

4



Shoreef Sarhan



شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية  
The Palestinian Non-Governmental Organization's Network

غزة - ش عز الدين القسام - بجوار برج الشفاء  
مقابل اتحاد لجان الاغاثة الطبية - الطابق الثاني  
تليفون: 2847518 - فاكس: 2835889

E-mail: [pngo@palnet.com](mailto:pngo@palnet.com)  
[www.pngo.net](http://www.pngo.net)



بتمويل من جمعية المساعدات الشعبية النرويجية  
Funded by: Norwegian People's Aid "NPA"