

جامعة العربي بن مهيدي أو البوافي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية



محاضرات في مقياس فنيات التحرير الإعلامي 2



موجهة لطلبة السنة 02 ليسانس علوم الإعلام والاتصال

إعداد: د. نور العابدين قوجيل

السنة الجامعية 2024/2025

الأنواع الصحفيةثالثا: المقابلة:ا. المقابلة الصحفية:

1- تعريف المقابلة الصحفية:

"هي فن صحفي يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات للحصول على معلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو جوانب طريفة أو مهمة"

2- أنواع المقابلات الصحفية:

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص 03 أنواع من المقابلات الصحفية هي:

أ. المقابلة الخبرية: هي المقابلة التي يجريها الصحفي مع شخصية ما بهدف الحصول على معلومات وأخبار حول موضوع أو قضية ما.

ب. مقابلة الرأي: هي المقابلة التي يجريها الصحفي مع شخصية ما بهدف التعرف على رأيها أو وجهة نظرها حول قضية ما.

ج. مقابلة الشخصية: هي المقابلة التي يجريها الصحفي مع شخصية ما بهدف تسليط الضوء عليها والكشف عن جوانب خفية فيها.

3- وظائف المقابلة الصحفية:

تؤدي المقابلة الصحفية الوظائف الأساسية للإعلام المتمثلة في: الإعلام، الشرح والتفسير، التوجيه والإرشاد، التثقيف والتعليم، تنمية المجتمع، التسلية والإمتاع، التسويق والإعلان.

4- خطوات التحضير لإجراء المقابلة الصحفية:

يتوقف نجاح المقابلة الصحفية على التحضير الجيد لها، وهناك عدة خطوات يجب على الصحفي اتباعها هي:

- تحديد الموضوع الذي ستدور حوله المقابلة؛
- تحديد الشخصية التي ستجري معها المقابلة ويُشترط أن تكون لها علاقة مباشرة بالموضوع؛
- جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات حول الموضوع وحول الشخصية؛
- تحديد مكان وزمان إجراء المقابلة وهنا تجب الإشارة إلى ضرورة التحلي بالصبر والإصرار إلى غاية الحصول على الموافقة؛
- إعداد وتحضير الأسئلة، وهنا يجب الالتزام بما يلي:

- يجب أن تكون الأسئلة دقيقة وواضحة وتركز على الموضوع الرئيسي للمقابلة؛

- يجب أن تكمل الأسئلة بعضها البعض وتكون متسلسلة تسلسلا منطقيًا.

➤ تسجيل المقابلة؛

➤ كتابة المقابلة وتحضيرها للنشر.

5- الأسس الفنية لتحرير المقابلة الصحفية:

تكتب المقابلة الصحفية وفق القوالب الفنية المستخدمة في باقي الأنواع الصحفية، لكن هناك شبه إجماع

على أن القالب الأنسب هو قالب الهرم المعتدل، وفيما يلي توضيح للقوالب المستخدمة:

أ. قالب الهرم المعتدل:



المقدمة

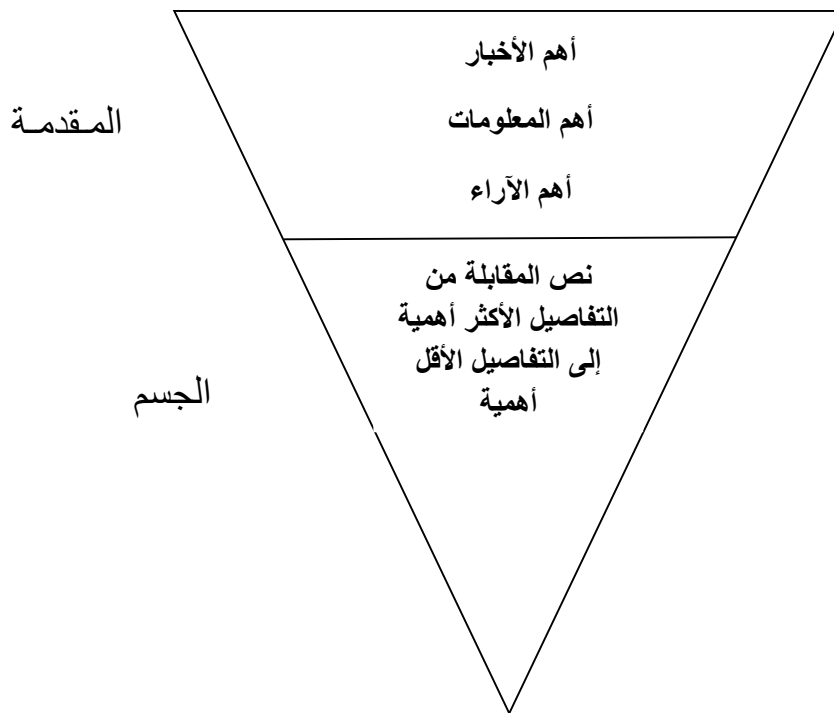
الجسم

الخاتمة

تلخيص أهم الأخبار أو الأنباء
أو تقييم المحرر لتصريحات المتحدث
أو انطباعات المحرر عن شخصية المتحدث

شكل رقم (06): قالب الهرم المعتدل

ب. قالب الهرم المقلوب:



شكل رقم (07): قالب الهرم المقلوب

وعموما فإن بنية المقابلة تتكون من:

- **العنوان:** يكون عنوان المقابلة الصحفية في العادة عنوانا اقتباسيا من كلام الشخصية، ويمكن أن تحتوي المقابلة على عناوين فرعية تكون غالبا في شكل جمل قالها المتحدث.
- **المقدمة:** تتكون عادة من عدة فقرات تتضمن جوهر المقابلة كتقديم المتحدث وذكر الأسباب التي دعت إلى إجراء المقابلة.
- **الجسم:** تتوقف كتابته على الطريقة التي اختارها المحرر، فإما أن تكون سردية خبرية أو في شكل سؤال/جواب.
- **الخاتمة:** قد تكون تلخيصا لما جاء من آراء وأفكار، وقد تكون في شكل سؤال إذا كان الحديث يتضمن موضوعا مطروحا للبحث العام.

6- أنواع الشخصيات:

يلتقي الصحفي أثناء إجرائه للمقابلات بجميع فئات المجتمع وهو ما يجعله يتعامل مع شخصيات مختلفة يمكن تصنيفها إلى 03 فئات رئيسية هي:

- أ. فئة متعاونة: هي الفئة التي تحترم الصحافة وتعرف دورها في تنوير الرأي العام.
- ب. فئة مترددة: هذه الفئة تريد الحديث مع الصحافة لكنها تخشى من تبعات المسؤولية، وهذا يفرض على الصحفي بذل جهد إضافي للقضاء على هذا التردد ومنح الطمأنينة للمتحدث.

ج. فئة متشددة: هي فئة تكره الحديث للصحافة ولا تثق بها، وأمثال هؤلاء يحتاجون إلى معاملة خاصة، حيث يمكن للصحفي أن يوحي إليهم أنهم هم الذين يعرفون كل شيء عن الموضوع وأن لا أحد غيرهم يمكنه أن يتحدث عنه.

7- توجيهات عامة:

- الحصول على موافقة المتحدث لاستخدام آلة التسجيل؛
- يجب البدء بالأسئلة التي يرتاح المتحدث بالإجابة عنها؛
- يجب تفادي الأسئلة التي يكون قد أجاب عنها المتحدث من قبل سواء في مقابلات سابقة أو في الأسئلة

السابقة؛

- تفادي عبارة "سأحاول أن أكون مختصرا" لأنها قد تجعل المتحدث يفقد الاهتمام؛
- تفادي المقدمات المطولة في بداية الأسئلة؛
- تفادي الاعتذار قبل تقديم السؤال مهما كان يبدو محرجا؛
- عدم إهمال أخذ الصورة الإثباتية للمقابلة، والأفضل أن يكون ذلك قبل المقابلة أو بعدها مع ترك اختيار المكان للمتحدث في تحديد مكان أخذها؛
- تفادي مقاطعة المتحدث أو التصحيح له؛
- التمتع بالفطنة للتمكن من استخراج أسئلة جديدة من إجابات المتحدث؛
- تكييف الأسئلة مع الوقت المحدد للمقابلة؛

- الاهتمام بالمظهر والهيئة وإعطاء الانطباع بالثقة؛
- الإنصات جيدا للمتحدث لأن ذلك سيشجعه على الحديث بانفتاح وطلاقة، والتذكر دائما أن الهدف من إجراء المقابلة هو الحصول على المعلومات وليس تقديم معلومات للمتحدث؛
- عدم التردد في مقاطعة المتحدث عند ملاحظة أنه يبتعد عن الاتجاه المحدد للمقابلة أو أنه يستغل الحديث لمصلحة خاصة، وحتى في هذه الحالة يجب اختيار الوقت المناسب للمقاطعة مع التزام أقصى قدر من اللباقة والاحترام.

II. المقابلات الإذاعية والتلفزيونية:

تشارك المقابلات الإذاعية والتلفزيونية في العديد من العناصر والخصائص، وهي تعدُّ معيارًا أساسيًا يُمكن من خلاله التمييز بين المذيع متعدّد المواهب وبين قارئ الأخبار فحسب؛ فالمذيع الذي لديه مواهب متعدّدة، يتميَّز عن قارئ الأخبار بكونه صحفيًا، إعلاميًا، متابعًا للتطورات ومطلعًا على الأحداث، كما أن المذيع متعدد المواهب هو ذلك الإعلامي الذي لديه ثقافة سياسية واسعة، وهذا يتوقف بالطبع على نوعية المقابلات التي يجريها، لذلك، فالمقابلات هي فاكهة التقديم التلفزيوني التي يمكننا بواسطتها أن نقيم المذيع، إيجابيًا أو سلبًا.

1) أنواع المقابلات الإذاعية والتلفزيونية:

هناك قاعدة ذهبية فيما يتعلّق بالمقابلات الإذاعية والتلفزيونية، تقول:

"لا توجد مقابلة تشبه الأخرى، ولا ضيف يشبه الآخر"

فالمقابلات أنواع، والضيف كذلك، وهناك قواعد تتعلّق بكل نوع، أي أنه لا توجد قاعدة تنطبق على المقابلات كلها.

مثال:

قد تطرح سؤالاً على ضيف معين فأقول لك: "أحسننت، كان سؤالاً رائعاً"، وقد تطرح السؤال نفسه بالطريقة نفسها على ضيف آخر فأقول لك: "للأسف، لم يكن سؤالاً موقفاً".

عندما نتحدّث عن تفجير أو انقلاب أو انتخابات، ونأتي بفاعل سياسي، رئيس وزراء، رئيس دولة، رئيس حزب، شخصية سياسية عامّة، يحتاج هذا النوع من المقابلات إلى مهارات معيّنة لإجراء حوار سياسي معمّق مع هذه الشخصية، يجب أن نسعى في هذه الحالة للحصول على مواقف الضيف السياسية، سواء أكان من السلطة أم المعارضة.

عندما نستضيف محللاً سياسياً، يجب أن نسعى للوصول إلى جوانب تحليلية تعمق معرفتنا بحيثيات هذه الانتخابات، أو الانقلاب، أو بهذا الحدث الذي نستضيف المحلل السياسي من أجل الحديث عنه.

لاحظ أننا، في المقابلة مع السياسي، نسعى لمعرفة موقف الضيف من هذا الحدث، وفي المقابلة مع المُحلل، نسعى لتحليل سياسي، نفهم من خلاله هذا الحدث.

وفي المقابل، عندما نستضيف مراسلاً أو صحفياً أو شاهد عيان، فيجب أن نسعى للحصول على المعلومة فحسب، مثال: وقع تفجير في أحد شوارع بغداد، ومعنا شاهد عيان.

لن ندخل مع شاهد العيان في تفاصيل الحياة السياسية في العراق، ولن نسأله عن موقفه من الحكومة والنظام، وإنما سنسأله عن مشاهداته فحسب، ماذا رأيت؟ هل وصلت سيارات الإسعاف؟ ما حجم الخسائر المادية والبشرية؟ أين وقع التفجير؟ ... وهكذا.

هناك نوعية أخرى من المقابلات، كأن نستضيف ممثلاً أو فنانياً أو لاعب كرة قدم، في هذه النوعية، لن نسعى للحصول على موقف معين ولا فهم تحليل سياسي، ويُسمى هذا النوع من المقابلات بالمقابلات الشخصية، ونطرح من خلاله أسئلة شخصية من قبيل: أين درست؟ ما ذكريات الطفولة لديك؟ كيف دخلت عالم التمثيل (إن كان الضيف ممثلاً)؟ أو، ما الفرق التي تحبها (إن كان رياضياً)؟ ومن اكتشف موهبتك الرياضة إن كان الضيف لاعب كرة قدم؟ وهكذا.

أخيراً، علينا في بداية كل مقابلة أن نحدّد مَنْ ضيفنا؟ وماذا نريد منه؟ وبناءً على ذلك، ندير المقابلة، لأن طبيعة الأسئلة التي تُطرح على الوزير تختلف عن لاعب كرة القدم، وعن المحلل السياسي وعن شاهد العيان.

(2) أساسيات المقابلة الإذاعية والتلفزيونية الناجحة:

هناك مثلث ذهبي يلخص عناصر نجاح المقابلة الإذاعية والتلفزيونية وهو يرتكز على أضلاع ثلاثة، هي:

❖ الاستعداد

❖ الاستماع

❖ التفاعل

وضعف أي ضلع من هذه الأضلاع يؤثر في جودة المقابلة، فعدم الاستعداد الجيد يجعل الصحفي غير ملم بموضوع المقابلة، كذلك لا يمكن إجراء مقابلة من دون التركيز التام في الاستماع للضيف، وحتى في حالة الاستعداد والتركيز، فلا تنجح المقابلة من دون التفاعل، فعدم التعقيب على أي شيء يقوله الضيف والاكتفاء بسررد الأسئلة يحكم على المقابلة أيضاً بالفشل.

ولكن كيف ننجح في ترجمة هذا المثلث النظري إلى واقع تطبيقي يوصلنا إلى مقابلة ناجحة؟

يجب أن نعرف جيداً كيف نسأل، وما الصيغة الأمثل للسؤال؟ وما معايير السؤال الأمثل؟

- أولاً: يجب أن يكون السؤال واضحاً: فمن أسوأ الأسئلة، ذلك السؤال الذي يعجز الضيف عن فهمه لتعقيده وضبابيته.
- ثانياً: أن يكون السؤال مختصراً: فالسؤال الذي يأخذ وقتاً طويلاً، ويتكوّن من جُمْل متشعبة ومتعدّدة، يعدّ سؤالاً غير موفقٍ.
- ثالثاً: يجب أن يكون السؤال مباشراً: فمن السيئ أن يشتت المذيع انتباه ضيفه؛ بالالتفاف حول السؤال وإعطاء مبررات ومقدمات للسؤال قبل طرحه على الضيف، قد يحدث ذلك، مثلاً، في حالة طرح المذيع من طرح السؤال على شخصية مهمّة، فإذا طرحت سؤالاً فيجب أن يكون بصيغة مباشرة.
- رابعاً: يجب ألا يكون السؤال مركباً: فالسؤال المركب والمكوّن من أسئلة عدّة، يعدّ من الأسئلة المعقّدة وغير الموفّقة، في حين أن السؤال يجب أن يكون بسيطاً ووحيداً.
- خامساً: ألاّ يحمل السؤال موقفاً مسبقاً: مثال: قد يطرح المذيع سؤالاً على الوزير قائلاً: "اشرح لنا هذا الموقف الشهم الذي اتخذته الحكومة"، هنا حكم المذيع على موقف الحكومة بالشهامة من دون انتظار رأي الوزير! هذا النوع من الأسئلة غير مقبول؛ لأن المذيع يجب ألا يتخذ موقفاً من الحدث، سواء كان ذلك الموقف سلبياً أو إيجابياً.
- إذا حافظنا على هذه النقاط في أي حوار، سواء كان في النشرات الإخبارية أو في المقابلات، سنكون قد تمكّنا من تحقيق أساسيات المقابلة الناجحة، هذا إضافة إلى تحقيق عناصر مثل حضور البداية، القدرة على التعقيب، تصحيح المعلومات، فتلك مسائل أخرى تساعد على طرح الأسئلة الناجحة.

مواصفات السؤال الأسوأ:

هناك بعض الأسئلة، يجب على المذيع تجنّبها؛ لأنها غير موفّقة، وتقلل من مستوى المقابلة، ما هذه الأسئلة؟ وهل لصوغ السؤال علاقة بجودة الإجابة؟

يوجد بعض الأسئلة التي ينبغي تجنّبها؛ لأنها أسئلة غير موفّقة.

- السؤال الفضفاض الذي لا بداية له ولا نهاية.

قد يُطرح، مثلاً، سؤال: "ما رأيك في واقع الاعلام العربي؟"

هذا سؤال واضح ومختصر، إلا أنه غير موفق؛ لأن المذيع لم يحدد نوعية الإعلام الذي يقصد، هل هو إعلام مكتوب، إذاعي، تلفزيوني،

أم هو الإعلام الجديد؟ وهل هذا الإعلام في المغرب، تونس، السعودية، الصومال، ... أم في أي بلد؟

السؤال عن واقع الإعلام العربي سؤال عام لا يدري المجيب عليه من أين يبدأ ولا أين ينتهي.

مثال آخر على سؤال فضفاض: "ما رأيك في واقع المرأة العربية؟"

هذا سؤال عام وغير موفق أيضاً؛ لأن واقع المرأة في السعودية، يختلف عن واقعها في المغرب، وواقعها في لبنان وتونس يختلف عن واقعها في قطر، وواقعها في قطر يختلف عن واقعها في الكويت، وهكذا.

لذا على المذيع أن يسأل سؤالاً دقيقاً ومحددًا ويتجنب الأسئلة العامة والفضفاضة.

• الأسئلة الموجهة: وهي الأسئلة التي تهدف إلى الخروج بإجابة، بعينها، من الضيف

كأن يسأل المذيع ضيفه قائلاً: "حدثنا عن هذه النهضة العمرانية التي تشهدها بلادنا وهذا الجهد، والإنجازات الكبيرة التي قامت بها

الحكومة في تطوير البنية التحتية، على المستويين؛ الاقتصادي والاجتماعي؟"

لا يعدّ هذا سؤالاً، لأن المذيع ببساطة يدفع ضيفه دفعا للإشادة بالحكومة وإنجازاتها.

• الأسئلة ذات التوجه العدائي أو العنصري أو الطائفي

هذا النوع من الأسئلة محظور تماماً، وهي الأسئلة التي توحى بازدراء دين أو طائفة أو لون أو عرق، هذا النوع يعدّ من الكبائر في عمل المذيع.

مثال: ما رأيك في ممارسات هؤلاء المتدينين التي تعبر عن تخلف وجهل كبيرين؟!

هذا سؤال غير مقبول لأن المذيع يجب أن يحترم الأعراق والأديان والثقافات كلها.

• الأسئلة التي تعطي خيارات للضيف

وهذه من المصائب الإعلامية الكبرى؛ لأنها من الأخطاء المتفشية والشائعة.

مثال 1: "هل تعتقد أن هذه القضية تتطلب موقفاً من الحكومة أم لا؟"

هذه "أم" هي المشكلة؛ لأنها تعطي الضيف خيارات في الإجابة.

مثال 2:

بعد الإفراج عن أحد السجناء المشهورين في أحد البلدان، وسأله المذيع: "هل تم الإفراج عنك بناءً على شروط، وصفقة معينة؟". لو

توقف المذيع هنا لكان السؤال جيداً، إلا أن السؤال كان كالاتي:

هل تم الإفراج عنك بناءً على شروط، وصفقة معينة أم أفرج عنك لانتهاج عقوبتك؟

هنا أجاب السجين بكل أريحية: "أفرج عني لانتهاء عقوبتي"، لو لم يقدم المذيع خيارات للسجين، لكان من الممكن أن يتوصّل إلى معلومات مهمّة حول الصفقة والشروط التي أفرج عنه وفقًا لها.

• الأسئلة المغلقة

وهي الأسئلة التي تكون الإجابة عنها بلا أو نعم. هذا النوع من الأسئلة قد يكون مفيدًا في التحقيقات البوليسية، ولكن لا يمكن أن يعدّ سؤالًا إعلاميًا، إلا في حالات نادرة جدًا.

مثال: في خضم الحديث عن زيارة الرئيس المصري السابق محمد أنور السادات إلى إسرائيل، سأله المذيع قائلاً: سيدي الرئيس، هل ستزور إسرائيل، نعم أم لا؟

في ذلك الوقت كان هذا السؤال موقّفًا، وكان طلب الإجابة بنعم أو لا مبررًا؛ لأنه من خلال الإجابة سيحسم الجدل نهائيًا حول هذه الزيارة، لكن الأسئلة المغلقة، في معظم الحالات، لا تعدّ أسئلة جيدة.

وأخيرًا يمكننا القول: كلما وقّق المذيع في اختيار الصيغة الأمثل للسؤال، ظفر بالإجابة المثلى.

أسئلة المتابعة:

من السيئ أن تقتصر المقابلة على سؤال وجواب من دون تفاعل المذيع مع إجابات الضيف، لماذا قد يكون التفاعل مع إجابات ضيفك أهم من أسئلتك التي حضرتها؟ وكيف تستخدم أسلوب التفاعل من دون مبالغة؟

بعد أن اتفقنا على أن المثلث الذهبي لنجاح المقابلة يتكوّن من ثلاثة أضلاع، هي: الاستعداد، والاستماع، والتفاعل، دعونا نتناول موضوع التفاعل بشيء من التفصيل.

التفاعل من الأمور المهمّة في كل مقابلة، إذ إنه من السيئ جدًا أن تقتصر المقابلة على سؤال وجواب، من دون تفاعل من المذيع مع إجابات الضيف.

ويعود غياب التفاعل في المقابلات إلى تحضير المذيع لقائمة من الأسئلة، عوضًا عن التحضير بوضع خطة وأهداف ومفاتيح معيّنة لإدارة المقابلة.

قد تكون الأسئلة جيدة ولا تكون المقابلة كذلك؛ لأن المذيع قد يرمى أسئلته من دون تفاعل مع الضيف وكأنه يريد التخلّص من هذه الأسئلة فحسب.

مثال: قد يستضيف المذيع وزيرًا؛ للحديث عن الوضع السياسي للبلد، ويعطيه هذا الوزير تقييمًا سلبيًا للوضع مضيئًا: إذا استمر الوضع على ما هو عليه سأقدم استقالتي.

في هذه اللحظة لو انتقل المذيع إلى طرح سؤال جديد من دون التفاعل مع هذه الإجابة، فسيكون ذلك خطأ كبيرًا، لأنه من المفترض أن يترك كل الأسئلة التي حضرها للمقابلة ويتفاعل مع إجابة الوزير بطرح أسئلة، مثل:

لماذا تستقيل؟ أو، وما معنى أن تستقيل في هذا الظرف؟ أو، ولماذا لم تقدم استقالتك في السنة الماضية حين مرّ البلد بوضع مماثل؟ أو، هل هناك وزراء سيقدمون استقالتهم معك؟ وهكذا.

في هذه الحالة، يجب أن تكون الاستقالة محور المقابلة، ولو تجاوزها المذيع وقام بطرح سؤال آخر سيكون قد تسبّب بفشل المقابلة. إن التفاعل مع الضيف من خلال أسئلة المتابعة، هو ما يُظهر قدرة المذيع على إجراء المقابلات، ويثبت إن كان المذيع محاورًا جيدًا أم لا. المحاور الجيد يستمع ولا يفوت أي نقطة مهمة من رد ضيفه، وخصوصًا إذا كان الضيف شخصية سياسية؛ لأن السياسيين مراوغون ومعتادون على الاجتماعات والحوارات والتفاوض والتلاعب بالإجابات، لذلك يحتاج السياسي إلى انتباه وتركيز كبيرين.

3) توجهات عامة لنجاح المقابلة الإذاعية والتلفزيونية:

تهيئة الضيف للمقابلة:

لا يمكن للمقابلة أن تنجح من دون تهيئة الضيف لها كاملاً، سواء تهيئة نفسية، أو التهيئة بمشاركة محاور المقابلة، أو حتى تهيئة المظهر، كيف تهيئ ضيفك في كل هذا؟ وما المساحة التي يمكن أن تشاركه فيها محتوى مقابلتك من أسئلة؟ فإعداد الضيف يعدّ من أهم العوامل التي تساعد على إنجاح المقابلة، لذلك؛ فإن ما يجري قبل المقابلة يؤثر في نوعيتها.

كيف نُهيئ الضيف للمقابلة؟

ضيف نشرة الأخبار يختلف عن ضيف البرنامج الحواري، ذلك أن المقابلة في نشرة الأخبار تتراوح مدتها ما بين ثلاث دقائق وخمس. وعلى المذيع أو المسؤول عن المقابلات أن يخبر الضيف بذلك، وأن يطلب منه إجابات مركزة ومختصرة، وأن يستعدّ للمقابلة وفق هذا الأساس، حتى لا يقاطعه المذيع.

بعض الضيوف المتمرسين لا يحتاجون إلى إعداد كبير؛ لأنهم معتادون على دخول الأستديو وإجراء المقابلات، ويعرفون طبيعة الإجابة على مختلف الأسئلة وما يتطلّب اختصارًا منها، وما يتطلّب إسهابًا، أما الضيوف الذين لم يعتادوا على دخول الأستديو وإجراء المقابلات، فهؤلاء يجب أن يشرح لهم المذيع طبيعة البرنامج وأن يعمل على إزالة توترهم.

كيف ننادي الضيف؟

ليست هناك قواعد صارمة فيما يتعلّق بمخاطبة الضيف وتسميته أثناء المقابلة، فلكل مقام مقال.

فلا يمكن للمذيع أن يخاطب وزيرًا باسمه بعيدًا عن لقبه، أما إذا كان يسأل مراسله فيمكنه أن يخاطبه باسمه قائلًا: أخبرنا يا وليد، حدثنا يا شرين، وهكذا.

يجب أن يحفظ المذيع للضيف لقبه

إذا كان وزيرًا: معالي الوزير.

رئيسًا: فخامة الرئيس.

ملكًا: جلالة الملك.

وفي المقابل، لا يجب أن يبالغ في تمجيد الضيف حتى لا يصل إلى درجة التملق والنفاق، فيكفي أن يخاطبه بلقبه في بداية الحلقة ومنتصفها، وفي نهايتها أثناء شكره على قبول الاستضافة.

إعداد الضيف

إعداد الضيف ليس مئةً يمتهن المذيع عليه، بل هو حق من حقوقه، إذ لا يعقل أن يجلس رئيس دولة مع مذيع في مقابلة لمدة خمسين دقيقة، وهو لا يعرف عن ماذا سيتحدث.

من حقه أن يعرف محاور المقابلة، وهنا ينبغي أن نميز بين المحاور والأسئلة.

قد يطلب الوزير أو الرئيس الاطلاع على الأسئلة، وهنا يجب أن يرفض المذيع ذلك، لأن الضيف من حقه أن يطلع على المحاور فحسب.

مثال:

قد نستضيف الرئيس التركي، ونخبره أثناء التحضير للحلقة أن هذه الحلقة تمتد خمسين دقيقة:

• المحور الأول: مدته خمس عشرة دقيقة، ويتحدث عن الاستفتاء الذي جرى مؤخرًا في تركيا.

• المحور الثاني: يتناول علاقتكم بأمريكا.

• والمحور الثالث: يتناول علاقتكم بأوروبا.

بهذا نكون قد أعطينا المحاور، ليدخل على علم بالموضوعات التي سنتحدث عنها، ولا يمكننا أثناء الحلقة أن نسأله عن الوضع الاقتصادي

أو إنتاج النفط في تركيا؛ لأن هذا ليس من ضمن المحاور التي قدمناها له، وهذا سؤال يحتاج إلى تحضير بعض الأرقام والإحصاءات المتعلقة

بالمجال الاقتصادي.

أما طبيعة الأسئلة التي يتضمّنها كل محور فتُخفّفها عن ضيفنا؛ حتى لا تفقد المقابلة حيويّتها؛ لأنّ المقابلات التي يطّلع الضيف على أسئلتها قبل البرنامج، لا تخفى على المشاهدين، وتبدو من الدقائق الأولى أنّها مقابلة مرتبّة، وتظهر المذيع في ثوب المتواطئ مع الضيف. ومن تهيئة الضيف كذلك، أن يطلب منه المذيع أن لا يجيء إلى المقابلة بمقيص ملوّن، ولا سترة عليها مرتبّعات كثيرة، لأنّ هذا يسبب بعض التموجات في الصورة.

أخيراً: تهيئة الضيف حق من حقوقه، وتشمل المظهر والمحاوّر وطبيعة الإجابات إن كانت مختصرة أم مفصّلة. نجاح المذيع في تأمين هذه الأشياء قبل تسجيل المقابلة يضمن أن تسير الأمور على نحو صحيح خلال المقابلة.

المقابلة داخل الاستوديو:

بعد مرحلة اختيار الضيف وتحديد الأسئلة، تبدأ مهمة أخرى، وهي إدارة المذيع للمقابلة داخل الاستوديو، كيف يمكنه التعامل مع المخرج ومساعد المخرج والمنتج والضيف في آن واحد؟ وكيف يستطيع التعامل مع الكاميرا ببراعة؟

بعد أن نؤمن كل ظروف نجاح المقابلة من حيث المضمون -بمعنى أن نحدّد الضيف، نحضّر جيّداً للمقابلة، ونخبر ضيفنا بمحاوّر البرنامج،... إلخ- ندخل الاستوديو لنبدأ مهمّة أخرى.

ما هذه المهمّة؟

تتمحور هذه المهمّة في التركيز- في آن واحد- في نقاط عدّة، باللغة الأهمية أثناء إدارة المقابلة وهي:

❖ السّماعَة:

السماعة همزة الوصل بين المذيع والمخرج الذي يعطيه بواسطتها التعليمات، وهي حلقة الوصل بينه وبين مساعد المخرج الذي يذكّره

بالوقت، وبينه وبين المنتج الذي يتدخّل أحياناً ليثير انتباهه إلى نقطة مهمّة.

يجب على المذيع أن يركّز في السّماعَة، من دون أن يكون ذلك على حساب تركيزه في الضيف.

أمثلة:

- قد يقول المخرج للمذيع: عليك الانتباه؛ لأننا سنوجّه الكاميرا نحوك، في هذه الحالة يجب أن يستعدّ المذيع لذلك.
- قد يقول مساعد المخرج للمذيع: بقيت دقيقة أو نصف دقيقة من وقت المقابلة، في هذه الحالة من الأفضل أن يترك المذيع ضيفه ليكمل إجابته، وبعد ذلك يتوجّه بالشكر إليه وينهي المقابلة.

• قد يقول المنتج للمذيع: اسأل الضيف مجددًا عن الموضوع السابق، لم تكن إجابته شافية، في هذه الحالة يطرح المذيع السؤال الذي طلبه المنتج.

أحيانًا يسأل أحدهم المذيع: هل تُملئ عليك الأسئلة التي تطرحها بواسطة السّماعة؟ هذا السؤال يعدّ إهانة للمذيع؛ لأنّ السائل يعدّ المذيع واجهة فحسب، في حين أنه هو من يحضّر للمقابلة، وهو من يطرح الأسئلة.

لكن هذا لا يعني أن المذيع لا يتلقى أي مساعدة، وأنه ليس بحاجة إلى ذلك؛ لأنّ المنتج أحيانًا يلفت انتباهه إلى سؤال معين أو إلى إجابة لم تكن واضحة، وتتطلب بعض التفصيل.

❖ الضيف:

عندما يكلم المذيع ضيفه يجب أن يكون نظره موجّهًا إلى عيونه مباشرة، لأنه من السيء أن يتوجّه بالنظر إلى أوراقه متفقدًا أسئلته في الوقت الذي يجيبه الضيف عن سؤال طرحه عليه.

يجب أن يتابع المذيع ضيفه وأن يتفاعل معه؛ لأنّ هذا يريح الضيف نفسيًا، ويشعره باحترام المذيع له.

❖ الكاميرا: (المقابلات التلفزيونية)

يوجد في الأستديو كاميرات عديدة، وعلى المذيع أن ينتبه إلى الكاميرا التي يتكلم من خلالها.

إذا كان الضيف معه في الأستوديو فيجب أن يتوجه بنظره إلى عيونه مباشرة، وهناك كاميرا ستأخذه من زاوية جانبية.

وبعد ذلك قد يقول له المخرج: ودّع الضيف وتوجّه بالنظر إلى الكاميرا رقم 3 التي ستأخذ المذيع من زاوية أمامية لينظر إلى المشاهد مباشرة، في هذه اللحظة على المذيع أن يتّبع تعليمات المخرج، ويتوجه إلى الكاميرا المذكورة.

أما إذا كانت المقابلة تجري عبر الأقمار الصناعية، فيجب على المذيع أن يبدو وكأنه يحاور شخصًا أمامه، تمامًا كما أفعل أنا الآن، أنتم الذين تتابعوني الآن لستم موجودين معي، إلا أنني أتحدّث إلى الكاميرا وكأنكم أمامي مباشرة.

في المقابلات التي تجري عبر الأقمار الصناعية يجب على المذيع أن يكون متفاعلًا في ملامحه وكلامه وفي طريقة إلقائه للأسئلة، وكأنه يخاطب شخصًا أمامه.

هناك مذيع فرنسي قال، إنه، في بداياته، كان متوترًا وخائفًا من الجلوس أمام قطعة حديدية (الكاميرا) ومخاطبتها طوال الوقت كالمغفل، فماذا فعل؟

أحضر صورة لزوجته وابنه وقام بثبتيها تحت الكاميرا، فارتاح نفسيًا، لأنه شعر وكأنه يكلمهما.

التعامل مع الكاميرا مسألة معقدة، ولكن على المذيع أن يكون على طبيعته، بعيداً عن التكلّف والتصنّع، وأن يتعامل مع الكاميرا بناءً على تعليمات المخرج، وأن يحترم ضيفه من خلال التفاعل معه وعدم الانشغال عنه.

كما عليه أن يكون منضبطاً ومركزاً، كي لا يخطئ في الانتقال بين الكاميرات.

هناك بعض المذيعين الموهوبين، يتقنون التعامل مع الكاميرا من أول يوم، وهناك من يواجه صعوبة في التعامل معها في البداية.

التعامل مع الكاميرا عموماً يتطلب بعض الخبرة والممارسة، وتتوطّد علاقة المذيع بالكاميرا مع مرور الوقت، لذلك عليه ألا ينزعج إن واجه بعض المشكلات في البداية، فبالتمرين والتجربة تصبح علاقته بالكاميرا علاقة أليفة، وكلما كانت أليفة وطبيعية، كانت جميلة للمشاهدة.

إنهاء المقابلة:

يعدّ إنهاء المقابلة من الأهميّة بمكان، سواء كانت هذه المقابلة في نشرة إخبارية أو في برنامج حوار.

البداية، عادة، تكون واضحة، لأنه يكفي أن يعرف المذيع المشاهدين على ضيفه ويبدأ برنامجه، ولكن، كيف ننهي المقابلة؟

المقابلة تشبه رحلة الطيران، فيها عملية إقلاع وطيران مستمر وفيها عملية هبوط، وكلما كان هذا الهبوط سلساً وجميلاً، كانت نهاية المقابلة أجمل؛ لأنه من السيئ أن تنتهي المقابلة على نحو حاد، وأن تنقطع فجأة.

يتواصل المذيع مع المخرج ومساعد المخرج، ليُخبراه بانتهاء الوقت وبآخر سؤال، لذلك، يجب على المذيع أن يؤمّن هذا الهبوط السلس للمقابلة.

إذا قال المخرج للمذيع، هناك دقيقة متبقية على نهاية الوقت، ففي هذه الحالة، ينبغي على المذيع ألا يسأل الضيف سؤالاً جديداً؛ لأنه لن يجد الوقت الكافي للإجابة، وإنما عليه أن يشكر الضيف وينهي المقابلة على نحو سلس.

ومن النهايات غير المقبولة للمقابلات، أن يقاطع المذيع الضيف وسط إجابته، لأنه قد يكون في تلك اللحظة بالذات يتكلم عن فكرة في غاية الأهمية، أو أن ينهي المذيع مقابله بحكم سلبه على أداء الضيف أثناء المقابلة ويحرمه من الرد.

كأن ينهي المذيع مقابله قائلاً: "في نهاية هذه الحلقة نشكرك ضيفنا، على كل حال لم تجبنا على أي من الأسئلة التي طرحناها عليك، وكانت إجاباتك سطحية ولا قيمة لها"، هذه نهاية سيئة وليس هذا تصرفاً مهنيًا من المذيع.

فالألحظ في المقابلة تترك انطباعاً لدى المشاهدين، لذلك، ينبغي ألا يترك المذيع انطباعاً سلبياً لدى مشاهديه.

أحياناً تكون المقابلة عبر الأقمار الصناعية، والأقمار الصناعية تُحجز لتوقيت محدد لا يمكن أن تتجاوزه المقابلة أبداً، في هذه الحالة،

يطلب المخرج من المذيع إنهاء المقابلة فوراً، لأنه إذا لم يفعل ذلك سينقطع الإرسال وستظهر شاشة سوداء، لذلك قد يضطر المذيع إلى

مقاطعة ضيفه وإنهاء المقابلة مجبراً.

إذًا، كما بدأت المقابلة على نحو جيد، يجب أن تنتهي، كذلك، على النحو نفسه.

رابعاً: التحقيق الصحفي

مقدمة:

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، وهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، إذ يجمع بين الخبر والحديث والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية ويتطلب مقدرة وكفاءة عاليتين من المحرر، لذلك يعدّ المحقق من أهم الصحفيين في المؤسسة الإعلامية، والمفروض أن يكون قد تمرّس في العمل الصحفي لمدة طويلة حتى يعرف كيف يحصل على الخبر وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء وكيف يوازن بينها ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً شاملاً.

1- تعريف التحقيق الصحفي:

كلمة تحقيق في اللغة العربية معناها السعي لليقين، وإلى الوقوف على حقيقة الخبر، ومنه يمكن تقديم عدّة تعاريف للتحقيق الصحفي نذكر منها:

✚ "هو الفن التحريري الذي يتناول خبراً أو قضية أو فكرة بنوع من الشرح والتفصيل وسرد البيانات والمعلومات والآراء ووجهات النظر المختلفة للوصول إلى قرار أو حل أو رأي في القضية أو الموضوع المطروح."

✚ "يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع ثم يزاوج بينهما للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق."

2- خصائص التحقيق الصحفي:

من خلال التعاريف السابقة يمكن تلخيص خصائص التحقيق الصحفي فيما يلي:

- التحقيق الصحفي ليس مجرد تغطية للحدث؛
- الهدف من التحقيق الصحفي هو التميز؛
- يقوم التحقيق الصحفي على فكرة أو خبر أو مشكلة أو قضية موجودة في المجتمع؛
- التحقيق يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل التي تقف وراء الفكرة أو الخبر أو المشكلة؛
- التحقيق الصحفي مرتبط بالمصطلحات التالية: الاستقصاء، التحري، البحث، الكشف.

3- مصادر التحقيق الصحفي:

يمكن للمحرر أن يستلهم أفكار تحقيقاته من المصادر التالية:

- ما تقدمه وسائل الإعلام من مواد إخبارية؛
- المشاهدات المختلفة للصحفي وتجاربه أو تجارب غيره؛
- المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة؛
- القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة؛
- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة

وبصفة عامة فإن الصحفي النشيط يمكن أن يحصل على أفكار موضوعاته من كل ما تقع عليه عيناه، وأفضل التحقيقات هي تلك التي تكون متصلة بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

4- أركان التحقيق الصحفي: يركز التحقيق الصحفي على 06 أركان هي:

أ- الفكرة: هي الركن الأبرز من أركان التحقيق ويجب أن تتوفر فيها صفة الإبداع، وعموماً يجب

أن تكون فكرة التحقيق واحدة من ثلاث:

- موضوعاً جديداً يُطرح لأول مرة؛

- حلقة جديدة من مسلسل أحداث؛

- سلوك أو ظاهرة منتشرة بين الناس دون أن يُدركوا خلفياتها وأسبابها.

ب- الواقعية: يجب على الصحفي أن يجعل القارئ يشعر وكأنه داخل الحدث، كما عليه أن

يقنعه بأن القضية قضيته.

ج- الموضوعية: الموضوعية قاسم مشترك بين جميع الأنواع الصحفية والمواد الإعلامية، وهي

شرط أساسي من شروط نجاح العمل الإعلامي، والموضوعية لا تعني الحيادية فالصحفي

صاحب رأي قبل كل شيء، بل تعني طرح جميع الآراء المتعلقة بالفكرة أو الموضوع بعيداً عن

الرأي الشخصي للصحفي.

د- الأدلة: تعتبر الأدلة الشغل الشاغل للمحقق، ومن دونها لا يستطيع الوصول إلى أي حقيقة،

وغيابها سيجعل تحقيقه فاقداً للمصداقية، والأدلة يجب أن تكون دامغة ومباشرة وواضحة

لا لبس فيها.

هـ- النتيجة: هي خاتمة التحقيق وهي تحمل الاستنتاج النهائي الذي يحتاج الرأي العام معرفته.

و- التشويق: على الصحفي قبل نشر تحقيقه أن يطرح على نفسه السؤال التالي: هل يتمتع

تحقيقي بقدرة كافية على جذب الجمهور؟

فالتحقيق لا يكفي أن يكون موضوعيا وواقعيًا ومبنيًا على أدلة، بل ينبغي أن ينجح في إثارة

الفضول والاهتمام والرغبة في المتابعة.

5- وظائف التحقيق الصحفي:

يلبي التحقيق الصحفي الوظائف الأساسية للصحافة المتمثلة في:

أ- وظيفة الإعلام: التحقيق الصحفي يقوم بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة.

ب- وظيفة تفسير الأنباء: التحقيق الصحفي يقوم بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها.

ج- وظيفة التوجيه والإرشاد: وذلك برصده لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث عن حلول لها.

د- التسلية والإمتاع: التحقيق الصحفي كثيرا ما يركز على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

هـ- الإعلان: قد نجد في التحقيق نوعا من الإشادة بمشروع معين وهو ما يسمى "التحقيقات الإعلانية".

6- مراحل إعداد التحقيق:

➤ اختيار الفكرة: المقصود هو اختيار فكرة أو موضوع التحقيق وهنا يجب الالتزام بجملة من الشروط:

• أن يعبر الموضوع عن حدث أني ومهم الرأي العام؛

• يجب أن تكون فكرة التحقيق جديدة ومبتكرة ومثيرة للاهتمام؛

• يمكن أن تكون الفكرة قديمة لكن يجب تناولها من زاوية جديدة.

➤ تحديد الزوايا الفرعية التي يجب معالجتها في التحقيق؛

➤ وضع خطة العمل والمدة الزمنية لتنفيذها؛

➤ جمع المادة الأولية للتحقيق (المعلومات)، والبحث في تفاصيل الموضوع وأخذ آراء جميع الأطراف؛

➤ تنفيذ التحقيق.

وهناك شروط عامة لكتابة التحقيق تتمثل في:

• جمع المتشابهات من الأحداث والمعلومات والأقوال ودمجها معاً لتجنب التكرار الذي قد يسبب الملل؛

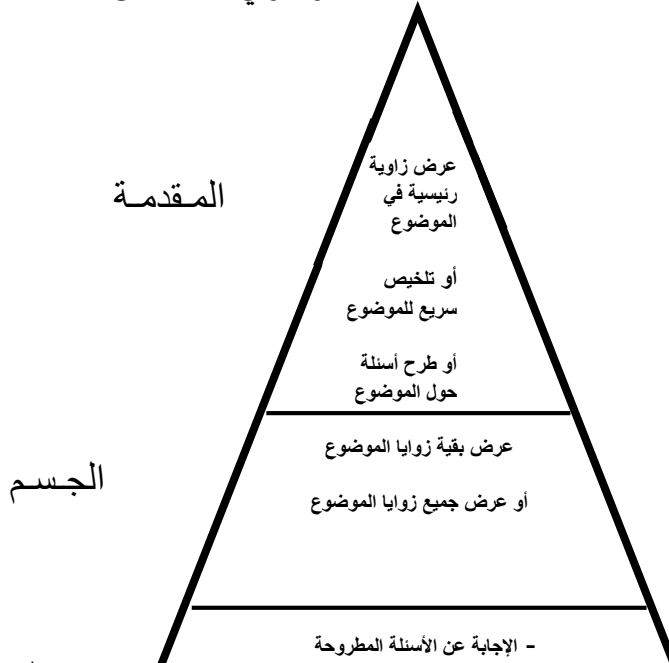
• ترتيب أقوال المتحدثين حسب أهمية الحديث والمتحدث وحسب ترتيب الزوايا

7- القوالب الفنية لكتابة التحقيق الصحفي:

هناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل وهي:

أ- قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:

في هذا القالب يعرض المحرر المشكل أو القضية بشكل موضوعي وذلك وفق الشكل التالي:



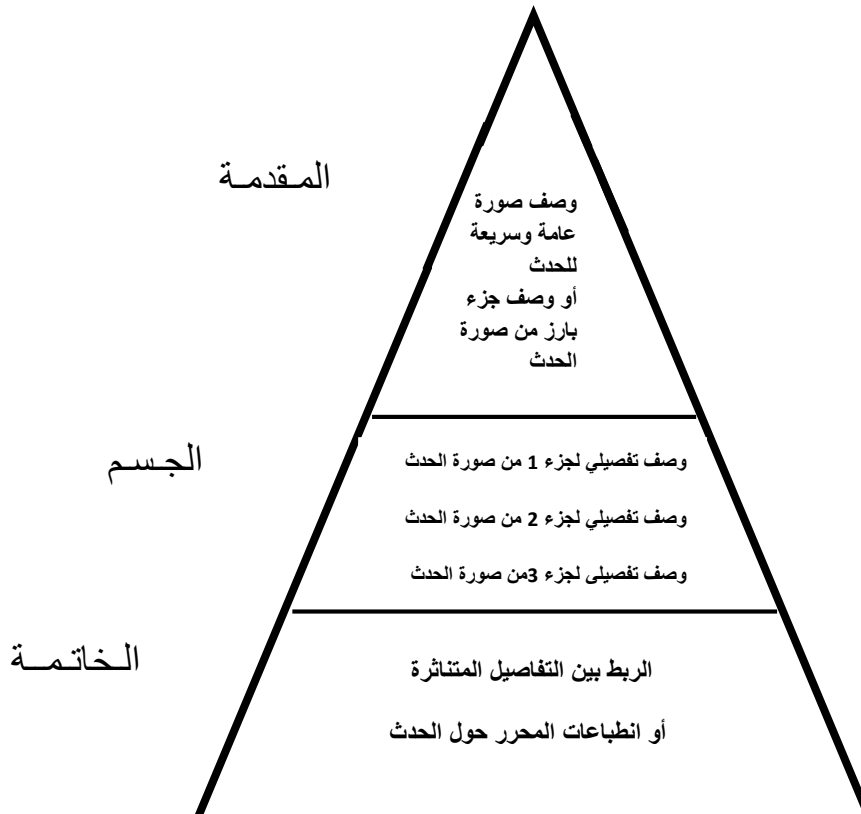
شكل رقم (03): قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي

ب- قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:

في هذا القالب يصف المحرر في مقدمة التحقيق صورة عامة وسريعة عن الحدث، أو يصف جزء بارزا منه بينما يترك الوصف التفصيلي للجسم، أما الخاتمة فهي إما تربط بين التفاصيل المتناثرة للحدث بحيث تقدم لنا الصورة الكاملة له، أو تقتصر على الانطباعات الأخيرة للمحرر.

ويصلح هذا القالب لكتابة التحقيقات الصحفية التي تدور حول الرحلات، المسابقات الرياضية، المناقشات البرلمانية، الاحتفالات والمهرجانات... الخ.

والشكل التالي يوضح طريقة كتابة التحقيق الصحفي وفق هذا القالب:

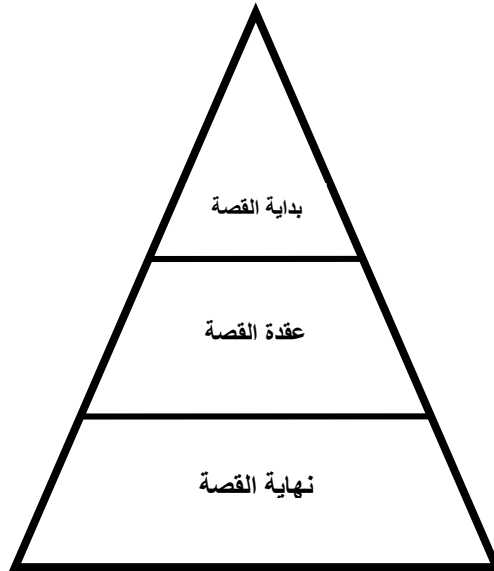


شكل رقم (04): قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي

ج-قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي:

في هذا القالب يكتب المحرر تحقيقه في شكل قصة يسردها كما تسرد القصص الأدبية، وبالرغم من أن هذا القالب يشترك مع القصة في كونه يتكون من بداية وعقدة ونهاية، إلا أنه يختلف عنها في كونه يسرد قصة واقعية، ويستعمل هذا القالب في التحقيقات الصحفية التي تتناول المواضيع الإنسانية والحوادث والكوارث والجرائم.

والشكل التالي يوضح طريقة كتابة التحقيق وفق هذا القالب:



شكل رقم (05): قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي

8- أنواع التحقيقات الصحفية:

أ- التحقيق الصحفي المفصل:

في هذا النوع من التحقيقات تكون الكلمة المكتوبة هي الأساس مع الاستعانة بالمادة المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية)، ويعتمد المحقق في تحقيقه على المصادر الحية من خلال لقاءات مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة، وكذلك المصادر غير الحية (التوثيقية) من وثائق، بيانات، وإحصاءات متعلقة بالموضوع.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به ويحاول الحصول على إجابات عنها.

ب- التحقيق الصحفي المصور:

يعتمد هذا النوع من التحقيقات على المواد المصورة كعنصر أساسي والكلمة المكتوبة فيه تكون عاملاً مساعداً.

ج- التحقيق الصحفي التشويقي:

هو التحقيق الذي يدور حول الأمور والموضوعات الغريبة والطريفة.

د- التحقيق الصحفي التعليمي:

هو التحقيق الذي يتناول الموضوعات العلمية (الاختراعات، الاكتشافات، قضايا التربية والتعليم... الخ).

هـ- التحقيق الصحفي الإعلاني:

هو التحقيق الذي يتم استخدامه للتسويق والترويج لبعض السلع أو الخدمات أو الجهات السياحية أو المشاريع الهامة.

خامسا: الصحافة الاستقصائية

تعتبر الصحافة الاستقصائية من أصعب الأنواع الصحفية وأشملها وذلك نظرا لما تتطلبه من كفاءات ومهارات خاصة، ورغم أهميتها البالغة في المجتمعات خاصة المتقدمة منها نظرا لكونها أداة للرقابة على أجهزة التسيير والتنفيذ، وكذا دورها الكبير في كشف التجاوزات الحاصلة فيها، إلا أنها لم تحض بالاهتمام اللازم في الدول العربية، بالإضافة إلى وجود العديد من العوائق التي تعترض نجاحها في هذه الدول على غرار الجانب القانوني وكذا صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات والحصول عليها.

1) مفهوم الصحافة الاستقصائية:

اختلف العلماء والباحثون والصحفيون حول إيجاد تعريف شامل للصحافة الاستقصائية، وهذا رغم اتفاقهم على أن هذه الأخيرة نوع صحفي يعتمد التعمق في التفسير لأجل الوقوف على أوجه الفساد المختلفة، ومحاولة الوصول إلى الحلول المناسبة لها اعتمادا على التوثيق، بعيدا على ضغوط الوقت لأنها تعمل على آجال طويلة.

والاستقصاء لغة: يعني طلب الشيء والبحث عنه، وجاء في معجم المعاني الجامع: "استقصاء تفاصيل الموضوع كلها، بحث تفاصيل الموضوع جملة وتفصيلا، والاستقصاء طريقة في البحث تقوم على ملاحظة عدد من الأفراد يطلق عليهم اسم عينة، واستقصى الأمر: بلغ أقصاه في البحث عنه، واستقصى الموضوع من كل جوانبه: بحث فيه بحثا شاملا وقد بلغ الغاية."

أما اصطلاحا: فقد وردت العديد من التعريفات للصحافة الاستقصائية نورد منها ما يلي:

- الصحافة الاستقصائية تعني "كشف أمور خفية للجمهور، أمور إما أخفاها شخص ذو منصب في السلطة، أو اختفت صدفة خلف ركام فوضوي من الحقائق والظروف التي أصبح من الصعب فهمها، وتتطلب استخدام مصادر معلومات ووثائق سرية وعلنية."
- ويقول كابن أنها نهج منظّم لحدس، يتطلّب الغوص في العمق، والبحث الفعلي الذي يقوم به الصحفي بنفسه، بالإضافة إلى التغطية الصحفية. يتناول طريقة علمية في البحث، معتمدة على وضع فرضية واختبار مدى صحتها، والتأكد من الحقائق المحاطة بهذه الفرضية، ونبش الأسرار المغمورة، ووضع ركائز العدالة الاجتماعية والمساءلة، بالإضافة إلى الاستخدام المفرط للتسجيلات المعلنه وعادةً ما تكون على شكل بيانات."
- ويعرفها فاضل البدراني على أنها: "ذلك العمل المنهجي الذي تتوافر فيه ملايين المعلومات والوثائق الرسمية بجانب توفير التحريات اللازمة من قبل الجهات الرسمية وإعدادها في تحقيقات محكمة قانونيا لتجنب الإشكالات وأية تبعات تعرقل عمل وجهود المؤسسة والمحرر المكلف، ولكل منها مصادره ونقاده، ويستهدف التحليل والتعمق في حيثيات الظاهرة أياً كان نوعها، اقتصاديا أم اجتماعيا أم سياسيا... الخ."
- أما سناء دياب فتعرفها بقولها: "يمكن تعريف الصحافة الاستقصائية بأنها أخبار ذات صفات معينة، منها أنها تقوم على عمل أصلي وليس تحقيقات مسربة من السلطات الرسمية وأنها تظهر نمطا لمشاكل متكررة وليس فقط حادثة واحدة معزولة وتكشف عن سبل تصحيح الأخطاء وتفسر قضايا اجتماعية معقدة، وتكشف عن الفساد والأعمال المخالفة للقانون وعن إساءة استخدام السلطة."

(2) نشأة الصحافة الاستقصائية:

يُرجع المهتمون بتاريخ العمل الصحفي ظهور الصحافة الاستقصائية بالولايات المتحدة الأمريكية قبل أكثر من نصف قرن مضى، وقد ظهرت الصحافة الاستقصائية مع بداية تطور مفهوم ودور الصحافة في المجتمع واتجاهها في الإبراز والتركيز والتحري عن قضايا معينة تحدث في المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد ونتيجة لذلك سمي محررو هذا اللون بالمنقبين عن الفساد، وقد أطلق هذا الاسم على مجموعة من الصحفيين الذي قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد، واعتمد هؤلاء الملقبون بالمنقبين عن الفساد في حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفية الكاشفة المبنية على وثائق رسمية وخاضعة لمراقبة الخبراء."

وقد انتشرت الصحافة الاستقصائية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال فترة السبعينات من القرن العشرين لأسباب متعددة منها: الدعم المالي الذي حصلت عليه الصحافة في أوائل السبعينات، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عام 1968 بشكل غير منتظم، وأصبح هناك منظمة أو صندوق مستقل هو Fund Of Investigative Journalism، تموله المؤسسات والأفراد، وقد نجح هذا الصندوق في تمويل أكثر من 60 مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام 1971 وحتى سبتمبر 1973، كشفت عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المريبة في النشاط الاقتصادي والحياة السياسية، وعن فسادا لحكومة.

وفي عام 1976 تأسس اتحاد المندوبين والمحريين الاستقصائيين "IRE" Investigative Reporters & Editors كجماعة صحفية لا تهدف إلى الربح، وذلك على يد مجموعة من المحريين الاستقصائيين بهدف تشجيع الصحافة الاستقصائية وتنميتها، وخطط لتطوير مركز للموارد يضع خدمات ونشرة إخبارية عن الموضوعات الاستقصائية إلى جانب دليل للخبراء وبعض الخدمات الأخرى، ومع نهاية عام 1976 شكلت الجماعة فريق عمل صحفي بقيادة محرر جريدة Newsday الشهير "Robert Green" لإجراء تغطية استقصائية عن الجرائم التي أدت إلى اغتيال Ballston محرر جريدة Arizona Republic الذي كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة في ولايته أريزونا، حيث وضعت قنبلة في سيارته، ومنذ ذلك الوقت يتعرض الصحفيون المنقبون عن الفساد للخطر من أجل تعزيز الشفافية والحكم المسئول والتصرف المشترك والحد من الفساد، وقد اغتيل ثمانية

وستون صحفياً عام 2001 ويرجع سبب اغتيال خمسة عشر (15) صحفياً منهم إلى أعمال استقصاء عن قضايا الفساد وهذا رقم ينذر بالخطر."

(3) أهمية الصحافة الاستقصائية:

تنبع أهمية الصحافة الاستقصائية من الوظيفة التي تؤديها، فهي تُعدّ:

- جزء من العمل الرقابي التخصصي، الذي ممكن أن يصنع رأي عام بين الجمهور خاصة إذا تبنت نتائجه بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام؛
- كاشفة لجرائم وفضائح وفساد الساسة والمسؤولين؛
- أداة للوصول للحقيقة من مصدرها الأصيل، والوقوف على صدقها من كذبها؛
- بوابة مهمة لشرع أجهزة الدولة في فتح التحقيقات في جرائم المال والإدارة؛
- تشكل مركز معلومات المؤسسة وقاعدة بياناتها؛
- تمثل صحافة العمق، وهو مستقبل الصحافة الحية الناجحة المؤثرة مستقبلاً، كما يقول الصحفي الأمريكي (سيمون هيرش): "مستقبل الصحافة في صحافة العمق، لذا فإن الصحافة الاستقصائية ضرورة لنهوض صحافة مؤسساتنا الإعلامية تحديداً، وهي مبرر لوجودها."

(4) قواعد الصحافة الاستقصائية:

- ✓ انتقاء الأخبار والانطلاق من خبر حقيقي قيم بعيداً عن الخداع والأكاذيب والقصاص المزعومة؛
- ✓ يتعين على الصحفي الاستقصائي أن تكون عيناه وأذناه مفتوحتين دوماً، لالتقاط كل خبر وكل معلومة، ويجب عليه أن يستمع لكل ما يدور حوله، ولا يدع أي قصة تفلت منه؛
- ✓ جمع الحقائق المخفية ذات الصلة بموضوع الاستقصاء والتأكد من صحتها؛
- ✓ ربط الحقائق ببعضها ببعض، والتأكد من أنها تشكل معاً أمراً ذا قيمة ومعنى؛

✓ ضرورة التحقق من الوقائع والمعلومات والتأكد من صحتها، ويجب على الصحفي الاستقصائي أن يعلم أن تلقي المساعدة في الصحافة الاستقصائية غير متوقع؛ لذلك يجب الابتعاد عن استخدام أية واقعة إلا بعد التأكد جيداً من صحتها ودقتها؛

✓ يتعين على الصحفي الاستقصائي الاعتماد على أدلة متعددة وملموسة في ذات الوقت، وألا يقتصر على جمع الحقائق، بل يجب جمع الأدلة التي تدعم هذه الحقائق وتؤكددها؛

✓ يجب الحفاظ على سرية المصادر وحمايتها ما دام ذلك ممكناً؛

✓ لا يجب أن يقف الصحفي الاستقصائي صامتاً إذا ما تلقى تهديداً، حيث إن كثيرين من المعنيين بتقييد الصحافة الاستقصائية سيسعون لوقف الصحفي الاستقصائي عن إنجاز مهمته، وقد يتلقى في هذا الصدد تهديدات عدة، ومن الضروري إبلاغ المؤسسة، وتقاسم عبء القلق معها؛ حيث سيشكل ذلك حماية إضافية، عدا عن إمكانية الاستفادة من الشاهد على التهديدات في القصة عند إنجازها؛

✓ تعمل الصحافة الاستقصائية في إطار القانون، وخلافاً لرجال الشرطة لا يمكن للصحفي الاستقصائي أن يستمع لمكالمات الآخرين، أو أن يسجلها دون علمهم، ولا يمكنه دخول مباني دون موافقة مالكها أو ضد رغبتهم، و يجب أن يعمل الصحفي الاستقصائي في حدود القانون، وأن يبتعد عن استخدام الأساليب غير الأخلاقية للحصول على معلومات.

5) عوائق وتحديات الصحافة الاستقصائية:

تتمثل أبرز عوائق الصحافة الاستقصائية في:

✓ عدم التكوين الكافي والتأهيل اللازم للصحفيين حتى يستطيعون القيام بالتحقيقات الاستقصائية، فقد لاحظنا ولاحظ الكثير غيرنا أن صحافيينا ينجزون تقارير صحفية ظناً منهم أنها تحقيقات صحفية، وهو يرجع إلى عدم اكتساب المعرفة الكافية، والممارسة المتمكنة من هذا الفن الصحفي، وهذا ما يمثله وجود تخصص وحيد في الوطن العربي في الصحافة الاستقصائية على مستوى جامعة منوبة بتونس؛

✓ ضعف المنظومة القانونية وعدم قدرتها على توفير الحجم الكافي من الحريات للصحفيين؛

✓ محدودية الموارد المالية للصحفيين والمؤسسات الإعلامية العاملين بها، مما يجعلهم غير قادرين على مسايرة النفقات التي يتطلبها هذا النوع من الصحافة؛

✓ صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات المتعلقة على وجه الخصوص بالفساد الإداري وسوء استخدام السلطة السياسية والتعدي على المال العام، نظراً للضغوطات الكبيرة التي يجدها الصحفي المتقصي لدرجة قد تصل به إلى السجن والتهديد بالقتل له ولأفراد عائلته.

وعن عوائق وتحديات الصحافة الاستقصائية في الدول العربية يقول الباحث (حسين ربيع):

- ✓ "الصحافة الاستقصائية في الدول العربية تواجه بصورة عامة التحديات التالية:
- ✓ قوانين النشر التي ترهب أي عمل صحفي جاد يتعرض للفساد، وبخاصة فساد النخبة التي تمثل جماعات ضغط داخل المجتمع؛
- ✓ افتقار الصحف إلى سياسات تحريرية للقيام بمثل هذا الدور من قبل كوادر صحفية تمتلك الكفاءة العالية للقيام بحملات الاستقصاء؛
- ✓ عدم تجاوب الأنظمة السياسية بشكل كبير مع ما تناوله الصحف عن وقائع وحملات الفساد، فغالبًا لا تؤدي الحملات في الصحف بالفعل لمحاكمات حقيقية لرموز الفساد أو لتخليهم عن مناصبهم بعد أن تحوم حولهم الشبهات، وفي الغالب تنتهي هذه الحملات بحفظ قضاياها، وباستثناء ذلك يمكن أن نطلق على ما يطرح في الصحافة من أشكال استقصائية بأنها موضوعات شبيهة بالصحافة الاستقصائية لم تصل بعد إلى هذا المفهوم سواء من حيث الشكل أو المضمون.

سادسًا: أنواع الرأي

- جرت العادة على تقسيم العمل الصحفي إلى قطبين رئيسيين قطب الخبر (الأنواع/ الأشكال الإخبارية) وقطب الرأي (أنواع/ أشكال الرأي)، ويمثل كل قطب نشاطًا مهنيًا مستقلًا سواء من ناحية الأهداف أو من ناحية طبيعة الدور الصحفي أو من ناحية نوعية الأشكال الصحفية.
- ففي حين يهدف قطب الخبر الذي تتفرع منه أشكال: الخبر والحديث الصحفي والتقارير الإخباري والتقارير الحي (أو الاستطلاع) والتحقيق إلى وصف العالم ورواية ما يجد من أحداث ونقل الوقائع.
- فإن قطب الرأي يتجاوز مجرد وصف العالم الخارجي عن طريق سرد الأخبار ليعطي معنى للأحداث ويحاول تفسيرها مثلما سيقع تدقيق ذلك لاحقًا، والأشكال الصحفية المتفرعة عن هذا القطب هي: الخاطرة، العمود الصحفي، الافتتاحية، المقال النقدي (بمختلف أصنافه: النقد الأدبي، عرض الكتب، نقد مسرحي...)، والتحليل.

(1) وظائف مقال الرأي

يتفق خبراء الصحافة على تحديد الوظائف التالية لمقالات الرأي:

- وظيفة تعبيرية: الرأي على عكس الخبر هو إقحام الأنا في العالم، كيف أفاعل مع هذا الذي يجري حولي؟ كيف ينعكس العالم الخارجي على العالم الداخلي لكل واحد منا؟ ماذا تثير المنبهات الخارجية في نفسي من أحاسيس وأفكار متنوعة ومتناقضة بين الموافقة والرضا والرفض والإعجاب.
- وظيفة إقناعية: في الخبر يقوم الصحفي بإعلام الآخرين بما جرى وفي الرأي يعلمهم بما يفكر فيه وتعرض الأفكار الشخصية في سياقات أشمل مثل المدارس والمذاهب الفكرية والتيارات الكبرى التي ينتمي إليها الكاتب. ولكن مجرد الاطلاع على الرأي لا يكفي لأنه ينتظر من الآخرين أن يقبلوا هذا الرأي ويسلموا به وإذا قبلوه فهو يريد من مقاله أن ينشئ تحولا ذهنيا في عقولهم بإضافة رأي جديد حول موضوع لم يسبق لهم التفكير فيه أو استبدال رأيهم برأي آخر مختلف أو مخالف.
- هذا التحول الذهني هو ما يعبر عنه بمصطلح الإقناع. وعلى الكاتب أن يوظف مختلف أدوات الإقناع ويعرض الحجج الكافية لدعم رأيه.
- وظيفة تفسيرية: مجال الفهم لماذا يكون العالم على هذا الشكل؟ ما هي الأسباب الكامنة وراء الأحداث؟ فالكاتب يسعى أحيانا إلى شرح الأحداث للقارئ ليساعده على تجاوز ظواهر الأشياء عن طريق مفاتيح معرفية، فنجده حريصا على الرجوع إلى التاريخ لإضاءة الحاضر بالماضي أو الاعتماد على المعارف الاجتماعية الأخرى مثل الاقتصاد والاجتماع والسياسة وهذا ما يسميه أهل المهنة الخلفية.
- وظيفة توقعية: ما هو مصيرنا كيف سيكون مستقبلنا؟ هل يمكن رسم معالم الزمن القادم على ضوء المعرفة المتوفرة حول الحاضر والماضي؟ ما هي نتائج قرارات اليوم على مدى متوسط أو بعيد؟
- وظيفة دعائية: يتبنى الكاتب بصفة علنية ومباشرة أو بصفة ضمنية وغير واعية أحيانا رؤى فكرية تجعل مواقفهم قريبة أو مساندة للأطراف الفاعلة في الحياة العامة مثل السلطة أو الأحزاب والجمعيات ويتدخلون عبر مقالات الرأي في الشأن العام مدافعين عن شخصية سياسية أو مناهضين لمشروع قانون أو مساندين لبرنامج حكومي أو

مدافعين عن موقف جهة معارضة. فهم طرف مباشر في صياغة المواقف العلنية وهم حلقة من حلقات تشكّل الرأي العام.

- وظيفة تمرير القيم: القيم الاجتماعية حاضرة بصفة بارزة أو خفية في كل المواضيع التي تتناولها مقالات الرأي، فهناك قيم محل وفاق عام ولكن تجسيدها في الأفعال والأقوال يخضع إلى الاجتهاد الذي يفتح باب التنوع والاختلاف والتصادم أحيانا. وهناك قيم متناقضة يتمسك بها البعض ويرفضها البعض الآخر. ويصعب التمييز بين مجال الأفكار ومجال القيم لما بينهما من ترابط وتداخل.
- وتلعب مقالات الرأي دورا رئيسيا في التذكير بالقيم وترسيخها كما تكون مساحة عرض القيم الناشئة أو البديلة قصد غرسها وترويجها.

(2) اختيار موضوع المقال وتحديده:

يمكن اختيار المواضيع من ثلاثة مجالات كبرى:

- مجال الأحداث الجارية:

كثيرا ما ينطلق مقال الرأي من خبر فينتقي الصحفي من سيل الأحداث بعض الأحداث التي لا يريد أن يتركها تمر دون إبداء تعليق أو محاولة شرحها وتحليلها وهو بهذه الطريقة يعطيها حجما أكبر ويطيّل في أجل تداولها وقد تتحول إلى قضايا رئيسية تشغل العديد من الصحفيين والقراء.

لذلك وجب التذكير بوجوب المتابعة المنتظمة لأحداث اليوم عن طريق كل الوسائل المتاحة من مكتوبة وإذاعية وإلكترونية.
- مجال الأحداث المتوقعة:

على ضوء أجدده الأحداث المعلنة مسبقا من قبل مختلف الجهات الحكومية والأهلية يمكن الاستعداد لإنجاز مقالات رأي وتحليلات يتم نشرها قبيل وقوع الحدث أو بصفة موازية لوقوعه.
- مجال الذات:

العديد من المواضيع تنشأ نتيجة تفاعل الكاتب مع محيطه الإنساني والثقافي بمختلف مستوياته:

- المستوى الذاتي والشخصي خاصة بالنسبة إلى الخواطر التي تتغذى من التجارب والأحاسيس

- مستوى العلاقات الاجتماعية وكل ما ينشأ من ملاحظات ومناقشات

• قيم الخبر صالحة لمقالات الرأي أيضا:

عند البحث عن موضوع مقال رأي لا يجب أن يغيب عن الكاتب قيم الخبر فهي صالحة أيضا لمقالات الرأي، فكل

موضوع يشتمل على قيمة إخبارية أو أكثر له حظوظ الوصول إلى القراء:

الأنية أو الحالية ?

الجدّة ?

الأهمية ?

القرب بمختلف أصنافه : جغرافي، عاطفي، اجتماعي ?

الصراع ?

الطرافة ?

3) تعريف بعض أنواع الرأي:

تسعى صحافة الرأي إلى شرح الأخبار اليومية الجارية وتفسيرها والتعليق عليها، بما يوضح أبعادها وجوانبها المختلفة. فهي

صحافة تربوية توعوية تهدف إلى توجيه الرأي العام والتأثير في اتجاهه ودفعه إلى اتخاذ مواقف من مختلف القضايا

المطروحة في المجتمع. ونجد في هذا الصنف الافتتاحية والتعليق والعمود...

الافتتاحية l'éditorial:

هي مقال صحفي تكتبه الصحيفة تعبيرا عن رأيها في موضوع معين، ويكون عادة أبرز موضوع من الموضوعات التي تنشرها

الصحيفة، " وترى أنه يهم أكبر عدد من القراء، فتتناوله بالتفسير وتوضيح ما ينطوي عليه من دلالة، وينشر هذا المقال

عادة تحت إثم ثابت: "كلمة" في صحيفة العرب العالمية، "صباح الخير" صحيفة الصباح، "مع الشروق" صحيفة الشروق، "كلمة الصحافة" الصحافة، ...

ويقابل التسمية العربية للمقال الافتتاحي في اللغة الفرنسية Editorial وباللغة الإنجليزية Editorial، Leading article، article وتعني الكلمة بالإنجليزية: المقال المقدم على غيره من الأشكال الأخرى لما له من أهمية وتأثير. ويكتب المقال الافتتاحي عادة رئيس التحرير أو صحفي بارز في الصحيفة، لأن الافتتاحية هي صوت الصحيفة والمعبر عن رأيها في أهم الأحداث الجارية. ويأتي المقال الافتتاحي عادة في الصفحة الأولى. وتهتم بالموضوعات والأخبار الأكثر أهمية بالنسبة إلى سياسة الصحيفة.

Le commentaire التعليق

هو مقال رأي يكتبه الصحفي لشرح الأخبار الجارية وتفسيرها من وجهة نظر شخصية، بما يوضح أبعادها وجوانبها المختلفة. ويعبر التعليق عن رأي كاتبه. ويعتمد التعليق منهج تقديم الوقائع والتحليل سبيلا للبرهان. ويهدف التعليق إلى تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير في اتجاهاته.

Colonne العمود

إذا كانت الافتتاحية هي التي تعبر عن رأي الصحيفة في القضايا المختلفة، فإن العمود الصحفي يعبر عن رأي كاتبه فيما يجري على الساحة من قضايا وأفكار... والعمود الصحفي هو المادة الصحفية التي تتسم دائما بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير، وأسلوب التعبير ولا تتجاوز في مساحتها عمودا واحدا على أكثر تقدير وتنشر بانتظام في مكان ثابت، وتوقيع ثابت هو توقيع المحرر.

والعمود فكرة صغيرة ومحددة ترتبط بمشكلة من مشكلات القراء لأن العمود يبني أساسا على أنه حديث مباشر مع القارئ كصديق. ويكتب العمود أحد كبار الصحفيين أو الكتاب المشاهير ويكتب العمود بأسلوب جاد أو ساخر ويحتل عمودا كاملا أو فقرة صغيرة.