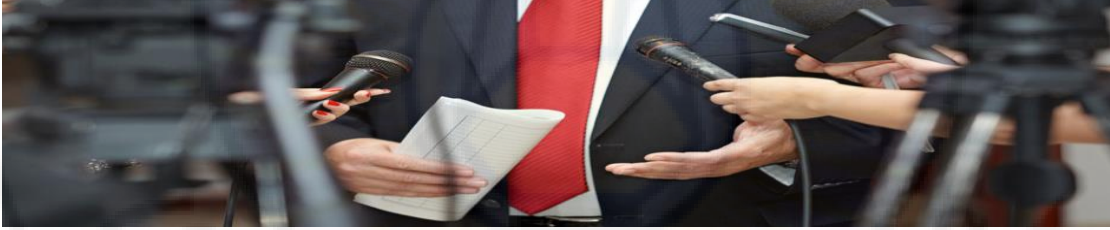


الحوار في الإذاعة والتلفزيون



إعداد:

د. عربي المصري

كتاب منشور "حقوق التأليف محفوظة"

Damascus University

الفصل الثاني

الحديث الصحفي والتلفزيوني التعريف والخصائص واصطلاحاته اللغوية

مدخل.

أولاً: مفهوم الحديث الصحفي وأهم تعريفاته.

ثانياً: تاريخ الحديث الصحفي والتلفزيوني.

ثالثاً: مفهوم الحديث التلفزيوني.

رابعاً: تعدد المصطلحات وتنوع مفاهيمها لخصوصية الحديث الصحفي والفوارق

النوعية بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً.

خامساً: الحديث الصحفي والتلفزيوني وأفادته من تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

سادساً: خصائص الحديث الصحفي والمعالم الأساسية التي تميزه.

سابعاً: خصائص الحديث التلفزيوني وسماته العامة.

مدخل:

يقول الأعراب "كل حادث حديث"، وهذا تأكيد على أهمية الحديث في الحصول على المعلومات والتعامل مع أي حدث، فالحديث الصحفي يستهوي الجمهور لما فيه من ذاتية تشعر المتلقي بأنه ليس الأمام حقائق جيدة مجردة، أو مادة جافة، بل يجد نفسه أمام إنسان بادلله الحوار، (أهل مكة أدرى بشعابها).. الشخصيات المتداخلة في الحدث الأكثر قدرة على الحديث حول هذا الحدث، عليه تقول "جمانة حداد": التي نالت جائزة دبي للصحافة العربية كأفضل حديث ثقافي: "يوماً سألت الحية المرأة: "أحقاً قال الله لا تأكلوا من كل شجر الجنة؟!".. إنه السؤال الأول في تاريخ الإنسانية، سبب ما يسمى "خطيئة" الإنسان الأولي (آدم وحواء)، أي رغبته بالمعرفة.. هو السؤال-الوسواس، الأصل الذي في كل شيء، والذي من أجل كل شيء، لكن أليس كل سؤال وسواساً مأكراً، فكما كان سؤال الحية، ينطوي على جوابه-مأربه، هكذا كل سؤال عالم متكامل مخزن في ذاته ماء جوابه، و(ذلتها)، ماء لا ينتظر سوى ضربة معول في صخرة لكي ينفجر ويفور، ويطلع إلى الضوء.. هي الحية السائلة الموسوسة صاحبة الدور الأبرز في صوغ مصير الإنسان، وفي إطلاق لعبة المعرفة.

ورغم تعدد ألقاب الحديث الصحفي وتنوع مفاهيمها، لكن يبقى الحوار الإطار الجامع لهذا النوع الصحفي، وقد ارتبط هذا القلب في وسائل الإعلام بامتداد اجتماعي وإنساني للغة التقاهم، والحديث وإبداء الرأي والمشورة، وبذلك فهو يعد قالباً قديماً أو طريقة تقليدية تمت ممارستها في الحضارات الغابرة من قبيل المحاورات السياسية، ومحاورات القضاء، ومئات الإشكال من الأنشطة الحوارية التي يجريها الإنسان مع الآخر آنذاك، وبالنتيجة ألفت الأشكال الحوارية بظلالها على حاجات المتلقين من بعض فئات المجتمع، كالفائدة، والسياسيين، والفنانين، والنخبة الثقافية والدينية، حتى صار لازماً على قنوات الاتصال أن تقدم للناس ما يشبع احتياجاتهم من أساليب الحوار، كجزء يسير لفهم من ناحية، ومطلب اجتماعي وثقافي يغطي غرض ما أو تساؤل ما من ناحية أخرى.

وبالتالي فإن الإطار المفاهيمي للحوار الذي يجمع كل أنواع الأحاديث واللقاءات والمقابلات هو أعلى المهارات الاجتماعية القيمة، وتعرف قيمة الشيء بمعرفة قيمة المنسوب إليهم، والحوار عمل الأنبياء والعلماء والمفكرين وقادة الرأي، وفريق السياسة، ورجال الأعمال والمربين.. ورجال الإعلام، والأمة الناهضة هي التي تشيع فيها ثقافة الحوار بين أبنائها، وكلما بعدت الأمة عن فتح آفاق الحوار كلما عانت من الأمراض الاجتماعية "التسلط، الكذب، الذل، المخادعة"، وكلما ابتعد الفرد عن التعبير عن الذات بالحوار السليم، عانى من العقد النفسية والاضطرابات.

ومن هنا يقول "حسنين شفيق": "الحوار هو جدلية الحياة، ولغة يومية نمارسها تلقائياً، فنحن نتحاور في كل لحظة مع أنفسنا، مع القريبين منا، مع الآخرين، مع كل من تتقاطع بيننا وبينه خطوط الحياة، وقد تتطور بيننا وبينهم المصالح أو التناقضات، فالحوار منهج إنساني.. منهج قرآني.. منهج

دعوي.. منهج إصلاحي.. منهج تسويقي.. منهج دفاعي.. منهج للبحث عن المعلومة.. عن الحل.. عن الحقيقة.. وعليه تتمثل أهمية الحوار في: كسر الحاجز النفسي بين متقابلين أو متناقضين، واكتشاف الآخر وفهم أفكاره ودوافعه، وإثراء الأفكار والانطباعات، وجسر المسافات، وتوضيح المواقف، وتدوير الزوايا، وتجنب تأزيم العلاقة أو المواجهة، للوصول إلى نقاط الاتفاق.

وكي يصبح حوار الصحفي مع الآخر ومتابعيه الهدف، ينبغي أن يمتلك أحد أهم فنون الإقناع والتأثير، وهو فن الحوار، حتى أنه يعتقد أن فن الحديث وفن التواصل وفن الحوار هم منظومة واحدة يعزز بعضها الآخر، فالحوار في دلالته لا يحمل صفة الخصومة والجدال، فالدافع الأساسي للمجاور الجيد ليس إقناع من يحاوره بوجهة نظره، وجعله يقف إلى جانبه، وإنما دافعه الأساسي أن يري محاوره ما لا يراه، وأن يظفر منه أيضاً أن يكشف له غموض أمور لا يراها ولا يعرفها.

وختاماً فإن عمل الصحفي يوصف بصفة عامة بأنه نوع من الحديث المستمر والطويل مع المصادر، سواء نُشرت خلاصة هذه الأحاديث بصورة خبراء، أو ضُمنت في مقال أو تقرير أو تحقيق، أو نُشرت منفصلة في صورة حوار صحفي، وذلك على أساس أن الصحفي يحصل على المعلومات من خلال سؤال الناس وتسجيل إجاباتهم، ومن هنا تقول "سوزان إيجر": "الاقتباسات خلاصة وروح الحوارات، إنها النوافذ الملونة للمادة الصحفية، وأساسها الحوار والحديث الصحفي" مضيئة: "أنها ليست اللحم والبطاطا في الوجبة الإعلامية، بل هي البهارات التي تنكه هذه الوجبة ومادتها الأساسية".

أولاً: مفهوم الحديث الصحفي وأهم تعريفاته:

تتعدد تعريف الحديث الصحفي وتختلف وفقاً لنظرة الباحث إلى طريقة العمل الصحفية، ونظرته للحديث كنوع صحفي مستقل، وكذلك وفقاً للجانب الخاص والتميز الذي يرى ضرورة التركيز عليه من بين الجوانب والخصائص المختلفة للحديث، وعليه تعرض السطور التالية لأهم تعريفات الحديث الصحفي بشكل عام قبل الولوج في تعريف الحديث التلفزيوني، من مناظر عدة.

ومن هنا يعد الحديث الصحفي ركناً أساسياً من أركان الصحافة الحديثة، كما تعد القدرة على الحديث مع الناس وإقناعهم بالأدلاء عن المعلومات والآراء التي بحوزتهم من أهم الآراء من أهم المهارات التي يجب أن يتسلح بها الصحفي، وإذا كانت المعلومات العمود الفقري للصحافة فإن الحديث مع الناس سواء كان وجهاً لوجه، أو من خلال التلفزيون، أو البريد الإلكتروني، هي الطريقة التي يحصل بها الصحفيون على معظم هذه المعلومات، يقول "سكانلان" إن أكثر المعلومات جودة - وإن لم تكن بالضرورة أكثر دقة - تأتي دائماً من أفواه الناس، ومن هنا يعد الحديث الصحفي فناً قائماً بحد ذاته من جهة، ومدعماً للفنون الصحفية الأخرى من جهة أخرى، حتى أن البعض جمع عدداً من الفنون الصحفية تحت عباءة الحديث الصحفي، على أساس أنها جميعاً تعتمد على ما يقولونه الناس وليس ما يفعلونه، وبالتالي يمكن اعتبار مفهوم الحديث الصحفي يشمل تغطية الأحاديث العامة والمحاضرات

وجماعات النقاش، والمؤتمرات الصحفية، والمحاكمات والاجتماعات العامة، إضافة إلى الأحاديث الشخصية كما تنشره وتبثه وسائل الإعلام عن اجتماع أو جلسة أو لقاء، وعليه لا تقتصر الأحاديث الصحفية على متحدث واحد، بل تتوسع لتشمل عشرات المتحدثين أحياناً، فالحديث الصحفي عبارة عن شكل خاص من أشكال الاتصال الإنساني، ويمكن تعريفه بحدوده الواسعة على أنه نموذج-شكل اتصالي يستخدم حينما يقوم شخص (الصحفي الذي يجري الحديث Interviewer) بتوجيه سلسلة من الأسئلة لشخص آخر (الشخصية التي يجري معها الحديث Interviewee)، وهذا لا يستبعد حالة أن يكون فيها أكثر من صحفي يسأل، وأكثر من شخصية تجيب، كما لا يستبعد حالة تقوم فيها الشخصية بتوجيه الأسئلة، وفي مثل هذه الحالات يكون شكل الاتصال أقرب إلى النقاش والمناظرة منه إلى الحديث الصحفي، وبناء عليه يمكن تقديم بعض التعريفات الدولية والعربية للحديث الصحفي ومفهومه وفق التالي:

- تعرف "إجلال خليفة" الحديث الصحفي بأنه الزيارة الودية التي يقوم بها المحرر الصحفي للشخصية العامة، أو الشخصيات التي تجتمع معاً عند الجماهير، لتصنع الأحداث، وتبرر ولادتها وخروجها إلى الحياة، لتصبح مفهومة عند الجماهير.
- يعرف "محمود أدهم" الحديث الصحفي بأنه بمعناه البسيط والعام اتصال الصحفي بالمصدر لاستقاء المعلومة، أو رأي، وهي أساس كل العمليات الإعلامية.
- يعرف فاروق أو زيد الحديث الصحفي بأنه فن يقوم على الحوار والشخص التي يستضيفها، وهو حوار يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية، والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد، وهو الشكل الغالب على هذا النوع الصحفي، لكن قد يجري أيضاً مع أشخاص عدة، كما هو الأمر في الاستفتاء أو الندوة، وعلى النقيض قد يجري الحديث صحفي واحد، وربما عدة صحفيين كما هو في المؤتمر، وفي هذه المرحلة من المراحل التي يمر بها الحديث، فإن الجمهور يتطلع إلى معرفة ما يقوله الآخرين، وكيف يفكرون وماذا يفعلون لذا يتبين أن معظم الأحاديث التي تبث أو تذايع أو تنشر تقوم على المعلومات التي يحصل عليها الصحفي من مختلف الشخصيات، التي يهتم الجمهور التعرف إليها وعلى آرائها، لذا فالهدف الرئيسي من إجراء الحديث هو اكتساب المعلومات من خبير أو صاحب رأي أو تقديم شخصية مرموقة يتعرف عليها المتلقي.
- يعرف "شامين نورياهن" الحديث الصحفي بأنه أداة المحرر الرئيسية التي يقوم باستخدامها من أجل الحصول على المعلومات.
- يعرف "أحمد بدر" طريقة المقابلة بالتبادل اللفظي وجهاً لوجه بين المقابل والمستجوب، وذلك للحصول على المعلومات أو آراء التي تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل بال الرأي العام.

- ويعرف "نيل وبراون" الحديث بأنه مقابلة تجرى بطريقة عالية المرونة من أجل الحصول على المعلومات، ويمكن أن تتم وجهاً لوجهاً، أو عن طريق استخدام التلفزيون أو الهاتف أو البريد.
- يعرف "ألفريد نورانس" الحديث الصحفي بأنه فن يقوم على المقابلة والحوار بين المحرر أو أكثر، وإحدى الشخصيات للحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو استعراض وجهة نظر أو رأي ما، بصدد قضية أو موضوع أو حدث يهم الجمهور، وقد يقتصر على تصوير جوانب خاصة جادة أو خفيفة وطريفة ومسلية في حياة الشخصية، وهو قد يكون مباشراً، أو يتم عبر وسيط تقني، مثل التلفزيون أو البريد الإلكتروني، أو أجهزة الحاسب الآلي.
- يعرف "أحمد ذكريا" الحديث الصحفي بأنه فن يعتمد إجراء حوار بين محرر أو أكثر أو شخصية أو أكثر، ويقدم بشكل مستقل بهدف الحصول على معلومات أو تقييم رأي أو آراء تجاه واقعة أو عدد من الوقائع، أو شخص ما أو عدة أشخاص قد يتخذ شكلاً مباشراً أو تليفونياً أو مؤتمراً صحفياً أو ندوة.
- يعرف "جون أرون، John Aron" الحديث أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات والآراء، وهو نوع صحفي مستقل له خطواته وأهدافه، وطرق تحريره، وفيه يسعى المحرر أو المحررون إلى شخص واحد، أو عدة شخصيات، مستهدفاً الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح آراء ووجهات نظر، ومواقف أو إلقاء الضوء على شخصية معينة، أو التركيز على الطريف والممتع في الأحداث والشخصيات، أو كل أو بعض هذه الأهداف.

ثانياً: تاريخ الحديث الصحفي والتليفزيوني:

الحديث الصحفي **فن جديد تاريخياً نسبياً**، حيث عرف فن "الحديث الصحفي" ضمن أروقة الصحافة ابتداءً من القرن التاسع عشر، لكنه لم يستخدم بشكل عام ولم يأخذ مكانته المرموقة إلا مع بداية القرن العشرين، وأخذ يتطور وينمو تدريجياً حتى أصبح أحد أهم فن التحرير الصحفي في الإعلام المعاصر، وصاحب هذا التطوير التقدم المتزايد في الإمكانيات التكنولوجية بداية من انتشار الاختزال بداية القرن العشرين، مروراً باختراع أجهزة التسجيل ثم أجهزة الحاسب الآلي، المحمولة وغيرها، من الأدوات التقنية التي أتاحت للصحفي سهولة ودقة أكثر في إجراء الحديث وكتابته وتحريره، وأمنت له وسيلة تحميه من اتهام المصادر له بتأويلها واختلاق المعلومات والآراء، وعليه يعد التطور التكنولوجي رافداً كبيراً لتطور وازدهار الحديث الصحفي، حيث وظفت تلك الاختراعات لخدمة هذا النوع المهم، وهذا ما أتاحه النصف الثاني من القرن العشرين، الذي بدأ بتقديم اختراعات تكنولوجية بالغة التطور، بداية بالتليفون، فالكس ميلي، والبريد الإلكتروني والحاسب الآلي والانترنت والأقمار الصناعية....

ورغم التطور الذي عرفه الحديث الصحفي في النصف الأول من القرن العشرين، ما رفعه إلى مكانة عليا بين فنون التحرير الصحفي، إلا أن ذلك لا يقاس بالتطور الذي عرفه بالنصف الثاني من هذا القرن، فأغلب الظروف الفكرية والسياسية والإعلامية والتسويقية، كانت تحتم أن تتجه الصحافة بعد

الحرب العالمية الثانية نحو التركيز على الأنواع الصحفية التي تعدم أخبار المعلومات، وتضيف لها بعداً جديداً يتجلى في التفسير والتحليل، لتحقيق توازناً بين التغطية الخبرية وتغطية المقال، وتأسس ذلك عبر الصحافة الاستقصائية، وتشير الدراسات أن التركيز بادية كان على الحديث الصحفي كنوع استقصائي مستقل، قبل أن يتوج لخدمة فن التحقيق الاستقصائي.

ورغم تميز وسيلة عن أخرى في إجراء الحديث، حيث يعتبر الحديث عبر التلفزيون جامداً فاشلاً ويعجز عن خلق التفاعل والألفة بين المتحدث ومحاورة، وتمنع رؤية انطباعات الطرفين، والتعديل على أساسها، وكذلك الحال بالنسبة لحديث البريد الإلكتروني أو الإيميل المقلب الجاهز نادر الحدوث رغم سرعته وفوريته بإجراء المقابلة، مقارنة بالحديث الصحفي المباشر الذي يؤخذ عليه سلطة المحرر بعد انتهاء الحديث في إعادة التحرير واختيار شكل العرض ومفردات الصياغة النهائية، ما حتم أن يكون التطور وصولاً للحديث التلفزيوني الأكثر إشراقاً وتفاعلية وحياة، حتى أن حديث المؤتمرات الصحفية، أخذ نفساً وبعداً جديداً عبر النقل التلفزيوني لوقائع مجرياته.

والخلاصة فإن لا يمكن تقديم مفهوم الحديث الصحفي بمعزل ودون بحث علاقته مع الفنون الصحفية الأخرى، فهو بادية قام على أكتاف فن الخبر الصحفي، فالحديث في بدايته كان مماثلاً للتصريحات الصحفية، المعتمدة عليها الأخبار بشكل جلي، فمن منطلق الحاجة لتقديم تفاصيل أكبر عن الحدث اتجه الصحفيون إلى توسيع نطاق التصريحات التي يحصلون عليها من مصادر الأخبار ووضعها في قالب تحريري جديد يقوم على توجيه أسئلة محددة للمصادر ونشر إجابات المصدر عليها، وبالتالي الحديث الصحفي كفن نشأ في أحضان الخبر الصحفي بالأساس بتقديم معلومات أو آراء حول الحدث على لسان المصدر أو المصادر المعنية.

ومع نجاح هذا القالب الفني الجديد وسع الصحفيون نطاق وظائفه لتضم إلى جوانب الإخبار والتفسير كل من التسلية والإرشاد والتوجيه، ومن هنا ظهرت أحاديث الرأي التي تركز على تقديم آراء المتحدث، في حديث معين، أو من قضية محددة، وأحاديث التسلية التي تركز على ما يقدمه المتحدث من معلومات شخصية وعامة، ذات طابع خفيف ومسلي للمتلقي، وأحاديث القدوة أو المثل، أو ما يسمى أحاديث التوجيه التي تركز على تقديم الجوانب الإيجابية في حياة المشاهير من علماء وفنانين وأدباء، وعليه ترسخ مفهوم الحديث الصحفي في ضوء التطور السابق أنه حوار يجريه المحرر مع شخصية بهدف الحصول على معلومات أو أخبار جديدة أو بهدف استطلاع آرائها حول قضية أو حدث، أو بهدف تقديم جوانب الشخصية وتاريخها ومسيرة حياتها.

وفي إطار هذا المفهوم يثار التساؤل حول مدى أهمية الحديث الصحفي كفن صحفي مستقل في الصحافة الحديثة، وهل يمكن اعتباره فن صحفياً قائماً بذاته مثل الخبر والتحقيق، وتتطلب الإجابة عن هذا السؤال توضيح علاقة الحديث الصحفي بفني الخبر والتحقيق، فبين الحديث وكل من الخبر والتحقيق نسب وثيق يعود إلى ظهور الأول كفن صحفي مشتق من الثاني واستمرار هذا النسب

قائماً بين الفنون الثلاثة فيما يمكن أن نسميه علاقة الإفادة المتبادلة والاستيعاب المتبادل بينهما، وتتجلى مظاهر هذه العلاقة في:

- الخبر الصحفي يكون في الغالب مصدر (فكرة) الحديث الصحفي، فالمحرر لا يختار موضوع الحديث الذي سيرجيه إلا إذا توافرت شروط الحداثة والجدة والحالية، لذلك فغالبية موضوعات الأحاديث الصحفية تأتي مستمدة من أخبار منشورة أو مذاعة، وعلى النقيض فالحديث يمكن أن يشكل مصدراً مهماً للأخبار، حيث يمكن نقل ما تقوله الشخصية من كلام مهم وخطير أثناء مقابلة أو حديث ضمن خبر جديد يتعلق بالمقولة المستنبطة بفضل سؤال الحديث.
- الخبر الصحفي يستوعب الحديث الصحفي، بمعنى الحوار مع شخصية من الشخصيات داخل الخبر، وذلك عبر ما يتضمنه من تصريحات لمصادر متخصصة ومسؤولة وصانعة للأحداث، وبالتالي يعد الخبر القائم على التصريحات من أهم أنواع الأخبار والمحرر بطريقة (قالب الحوار المتسلسل)، وعلى النقيض فالحديث يستوعب الخبر، بما يتضمنه من أخبار جديدة ومعلومات إضافية يقدمها المتحدث.
- يستوعب التحقيق الصحفي بدوره الحديث الصحفي بما يتضمنه من حوارات مع متخصصين، وصانعي الأحداث، ومسؤولين معنيين، وأطراف القضية التي يتناولها، فالمعلومات والآراء التي يستمددها صحفي التحقيق من مصادره الشخصية ما هي إلا حوارات يجريها مع هذه المصادر، وعلى النقيض فالتحقيق نفسه قد يكون مصدراً لفكرة حديث صحفي مستقل يجري مع أحد الأطراف المتدخلين أو الذين ورد ذكرهم في التحقيق، أو يجري حول القضية التي تناولها التحقيق عبر (حديث الجماعة) الذي يجري مع أكثر من شخصية، بالمقابل فإن الحديث الصحفي يمكنه تقديم فكرة تحقيق صحفي، عبر تصريح مسؤول (غير مدروس) يولد انفجار مشكلة والتحقيق حولها، ومن هنا يعد البعض الحديث خادماً في مملكة التحقيق الاستقصائي، رغم تبادل الأدوار بينهما.

ثالثاً: مفهوم الحديث التلفزيوني:

لكل وسيلة اتصالية تسير بحوارها مع الآخر بطرق وأساليب مختلفة تبعاً لوسائطها ورموزها التي ترتبط بحواس الجمهور، فالمادة المقروءة (الصحف، المجلات، أخذت قوالب صحفية معينة، كالمقابلة، والحديث الصحفي، والاستطلاع، أما الإذاعة فقد جرى العمل بها العمل بها على أسس الرمز الصوتي، بالمقابلة الفردية والجمعية، واستطلاعات الرأي، وبالتالي فرض أسلوب المقابلة نفسه على وسائل الاتصال، حتى غدت المقابلات والأحاديث والبرامج الحوارية من أنجح البرامج وأكثرها متابعة، في حين يمكن أن تكون نقطة ضعف أو ملل و عناء في الوسيلة، وذلك حسب معايير إنتاجها كبرامج مواجهات وجذب أو برامج معسولة بالمجاملات، خالياً من كل جديد، أو برامج تضيق على الضيف

والجمهور ظناً أن في ذلك الإثارة والتشويق، فالمقابلة فن هادئ لا يحتمل التطرف، والفضيلة الوسط بين إفراط وتفریط، يهدف لجمع معلومات أو آراء أو تجسيد شخصيات وعرضاً لها.

وعليه يحتل الحوار بكل أشكاله (الأحاديث والمقابلات واللقاءات) نسبة لا بأس بها من وقت الإرسال اليومي في كل محطة إذاعية أو تلفزيونية، وبعض هذه الأشكال يكون قصيراً جداً لا تتجاوز عشر ثواني، بينما أخرى قد يخصص لها ساعة أو أكثر، ويشير اصطلاح المقابلة في الراديو والتلفزيون أكثر على هذا النوع من البرامج الذي يلتقي فيه مذيع مع شخص ليجري معه حواراً حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين أو المشاهدين فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها، ما يؤكد أن الحديث التلفزيوني أو ما يطلق عليه الأشكال الحوارية جزء جوهري من البرمجة التلفزيونية، سواء كانت ضمن الأخبار المحلية أو العامة أو في البرامج الحوارية أو أي نوع آخر من البرامج.

وبالتالي يرتبط مفهوم الحديث التلفزيوني بمعنى الحوار التلفزيوني بدوائره الواسعة، التي تتصل بشكل مباشر بطرق الاتصال الشفاهية (المباشرة)، وهي ليست المجادلة أو الحديث أو الخطاب، فالحوار يجمع بين شخصين أو أكثر يناقشون قضية معينة بطريقة مقبولة ثقافياً واجتماعياً، ولها اهتمام ومطلب جماهيري، وبالتالي فإن الحوار التلفزيوني أساسه اللغة بأصنافها (اللفظية والإشارية)، وقد نُقل إلى التلفزيون منذ نشوء الصحف والإذاعات، وقد نتج عنه قوالب وأساليب في الصحافة والرواية والمسرح وباقي قنوات التأثير الاتصالية.

وفي الخوض بمفهوم الحديث التلفزيوني تعريفاً فإنه يحدد بالنوع الصحفي الذي ولد في رحم المطبوع وانتقل بمكوناته اللفظية إلى المرئي، ليضاف إليه اللغة البصرية، سواء للضيف أو للصحفي، مع الاحتفاظ بتقنيات إدارته التقليدية، مسلحة باستقراء اللغة البصرية ومدخلة مهارات تعابير لغة الجسد في رحلة السؤال والجواب ظاهرياً والتي هي باطنياً مواجهة "شد الحبل" الي يسعى الصحفي لجذب ضيفه لتحديث عما يريد، في حين يحاول الضيف شد الصحفي كي لا يقول إلا ما يرغب بقوله، ومن هنا أضاف التلفزيون للحديث الصحفي الكثير، فهو منحه وجهه المشرق المتفاعل الحي، حتى أن البعض يقولون أن للتلفزيون أعاد أحياء هذا النوع الصحفي من جديد، وبالتالي جعل التلفزيون الحديث حواراً حياً مباشراً، يعتمد الصورة، ووجود المتحدث، وإمكانية إجراء بينه وبين المشاهدين وليس فقط بينه وبين الصحفي المحاور، وهذا ما يجعل من الظلم مقارنة الحوار الصحفي المطبوع بالتلفزيوني القادر على جذب المشاهد أكثر، بما يوفه من مؤثرات صوتية مرئية، وفواصل موسيقية وترفيهية وإعلانية، كما أنه لا يتطلب كالمطبوع إلى مجهود من المستمع المشاهد الذي يمكن أن يتابعه أثناء انهماكه بعمل آخر، وهذا يمكن استنتاجه ببساطه من مقارنة عدد الأحاديث التي تنشرها الصحافة المطبوعة مقابل تلك التي تقدم في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، ما يؤكد أن هذا الفن الذي ولد وبدأ في الصحافة المطبوعة هو أول وأكثر فن تأثر من منافسة الصحافة المرئية والمسموعة، حتى أصبح أقرب للخروج

من الصحف، مع توسع الصحافة الإذاعية والتلفزيونية في هذه البرامج، ومنحها أوقاتاً مضاعفة في خريطة برامجها للحد الذي أصبح نشر الحديث في المطبوع لأي شخصية مجرد تكرار لما قالته هذه الشخصية في الحوار الإذاعي أو التلفزيوني، مثلما تفعل الإذاعة والتلفزيون حال وقوع أي حدث مهم بسرعة الانتقال لموقع الحدث وتغطيته، إضافة إلى إجراء حوارات فردية وجماعية مع صانعي هذا الحدث، ولا تترك للصحافة المطبوعة سوى مهمة تسجيل ما حوته هذه الحوارات وإعادة نشرها، وفي نظرية الأنواع الصحفية يربط الحديث التلفزيوني بمفاهيم عدة، أبرزها تعريفه كجلسة أو لقاء حوار ونقاش للصحفي مع شخص أو أكثر للحصول على معلومات ذات أهمية اجتماعية موجهة للجمهور.

من جهتها تعرف "ستيفكا بوبوفا" نقلاً عن "أديب خصور" الحديث التلفزيوني بأنه أحد أشكال التعبير التلفزيونية الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوهر الأحداث والظواهر والتطورات التي تهم شرائح اجتماعية واسعة، ومن خلاله يحصل الجمهور، وبشكل مباشر، ومن شخصيات متميزة على معلومات أنية ومتنوعة، كما يحصل على تحليل أعمق لحدث أو ظاهرة، لهذا فإن الحديث التلفزيوني هو حوار، لكن ليس كل حوار يمكن أن يكون حديثاً تلفزيونياً، فالحديث الصحفي الذي هو محضر لنقاش عادي، قد طرأت عليه تحولات إبداعية في الأزمنة الحديثة، وقد بدأ يتحول إثر ذلك وبالتدريج من مجرد عمل إخباري، ليصبح امتحاناً لطريقة في التفكير، وأخذ يعكس الأفكار الداخلية للشخص ووجهات نظره ومواقفه، وتطوراتها، وأصبح بالتالي طريقة هامة للبحث.

إذن الحديث التلفزيوني نوع صحفي يصنفه البعض فكري والآخر إخباري واليوم بات يصنف كنوع استقصائي، لأن المحاور ينقصى فيه عن المحاور، يقوم على أساس الحوار الذي يجريه صحفي مع شخصية ويوجهه إلى أوسع الجماهير، ووفق "آلان هوجان" فإن الحديث التلفزيوني نقاش بين طرفين بهدف جمع معلومات بالنيابة عن الجمهور، وبالتالي هو عبارة عن تبادل جاري للمعلومات بالنيابة عن الجمهور لتحقيق مستوى من المعرفة لا يستطيع طرف لوحده أن يحققه، وكلم ازدادت مستوى المعرفة كلما ارتفع مستوى النقاش.

من جانبه يعرف أديب خصور الحديث التلفزيوني بأنه نوع تلفزيوني إخباري، يجريه صحفي تلفزيوني كفاء، مع شخصية خبيرة أو مختصة أو مسؤولة أو (عدية أحياناً)، حول حدث آني أو ظاهرة أو تطور، أو (حول حياة وآراء وأعمال الشخصية ذاتها)، وذلك بقصد الكشف عن وقائع ومعلومات وآراء ووجهات نظر، وتقديم تحليلات وشروح وتفسيرات، تجيب عن التساؤلات الموجودة في ذهن الجمهور، وتساعد في فهم الحدث، من خلال حوار حي ومباشر ومتطور، تتكشف من خلاله الوقائع والمواقف، مباشرة أمام جمهور المشاهدين، وذلك من أجل تحقيق هدف محدد.

رابعاً: تعدد المصطلحات وتنوع مفاهيمها لخصوصية الحديث الصحفي والفوارق

النوعية بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً:

إن عرض أصول لفظ "الحديث" لغوياً والتفريق بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً، ينطلق من تحديد الفروق بين الألفاظ المختلفة المستخدمة ضمن المفهوم العام للحديث؛ حيث يسمى البعض الحديث الصحفي "فن وتقنيات الحوار"، ويسميه آخرون "دبلوماسية الحوار"، أو "إتباع أسس الذوق واللياقة في الحديث"، وفريق ثالث "اللفت والدوران"، فيما يسميه رابع "مضيعة الوقت"، كما أن هناك مصطلحات متقاربة، تخلق فيما بينها تشابكاً ملحوظاً، مثل: (الجدال، المراء، النقاش، المناظرة، الدعوة). ومن الناحية المهنية العلمية تترادف أربعة مسميات رئيسية للتعبير عن هذا الفن، فالبعض يسميه "الحديث"، والبعض يطلق عليه "اللقاء"، والبعض الآخر يسميه "المقابلة الصحفية"، فيما يسميه آخرون "الحوار"، وصحيح أن المسميات الأربعة تقريباً بمعنى واحد، غير أن كل فريق يفضل لفظ على آخر، والغالبية ترجح مسمى "الحوار الصحفي" للتعبير عن هذا الفن الذي يعنونه، فمادة "اللقاء" تدور حول معاني الاستقبال والمصادقة والطرح والإبلاغ، وألقى: قذف وطرح بمودة: تلقون اليهم بالمودة ولاقاه، وصل بين الرجلين بعد القطيعة، أما مادة "المقابلة" تدور حول معاني: القдом والإسراع والمجيء، وقبلاله: الكفالة والضمان، والعهدة وتقبل: الرضا والمثوبة، أما مادة "الحديث" فتعني الابتداء والإيجاد، وحادثه: كلمه وتعاهده وأخبر وأشاع. والحادث: ما يجد وهو ضد القديم، والحادث: الأول والابتداء، وسن الشباب والصغير، والحادث: الكثير الحديث والحسن البيان، والأحدثة: ما يتحدث فيه والحديث المضحك أو الخرافة، أما المادة "الحوار" فتدور حول معان معينة. فحار: بمعنى رجعي، وحاد: نقص بعد ما زاد، وتردد وتفكر بمعق، وحاد: الثوب: غسله وبيضه وهياه، وحارت العين: اشتدت وضوحاً، أي اشتد البياض والسواد فيها، وحاوره: جاوبه وراجعه وبادله، والخلاصة: تعد المقابلة أو الحديث شكلاً من أشكال الحوار، سواء كان صحفياً أم إذاعياً أم تلفزيونياً أم إلكترونياً.

وعموماً تتعدد ألقاب "الحديث الصحفي"، فالبعض يستخدم مصطلح حديث والبعض يصطلح (مقابلة) لأن اللفظ المقنن من الإنجليزية حمل معنى واحد يختصر تعريباً بكلمة "المقابلة" (Interviewing)، ولم يحمل معنى الحديث (Speech)، لأن هذا المصطلح باللغة الإنجليزية يعني (الكلام)، وهذا يدل على فعل (القول والتحدث)، وليس فعل (الإجابة)، في حين يسميها العرب الأنواع الحوارية، والتي تضم الحديث والمقابلة واللقاء، وعليه يتحدد لكل منهم مفهومه، ومن المهم القول هنا أن الحديث كمصطلح يعد من أصل فرنسي، وهو يعني جلسة نقاش أو حوار مع شخصية مشهورة بهدف الحصول على معلومات معينة، ما يلزم تمييز أكثر من طريقة للتفريق بين المصطلحات الحوارية، ابتداء من "الاستجواب" الذي كان يأخذ طابع الحوار الاتصالي، ولكن طبيعته جنائية وقضائية الاستخدام، وما يوحيه اللفظ من استنطاق بالقوة جعل المحاورون يميلون للهروب من استخدامه، في

حين بات الأكثر استخداماً لفظ المقابلة والحديث واللقاء، وبالتالي الطريقة الأولى للتمييز بينها تميل على رؤية الحديث كنوع صحفي يعرض سير ونتائج الحوار الذي أداره الصحفي مع شخصية اختصاصية خبيرة، وتم فيه تبادل الآراء والأدلة، ما يجعله جزء من الاتصال الاجتماعي الذي يتبادل فيه الإنسان مع محيطه المعلومات والآراء والأفكار والخبرات عبر وسيلة التماور بالحديث، بينما المقابلة بهذا الشكل فتوحي بأنها إحدى طرق الحصول على المعلومات حديث (أداة)، كما أنها تعبر بفاعلية عن الطابع الوثائقي لآراء المتشاركين بالحديث، ما يجعلها عبارة عن إجراء حديث خاص بين طرفين وجهاً لوجه، فهي طريقة لجمع المعلومات ونوع صحفي قائم بذاته جوهره تقديم المعلومات والحجج والبراهين والأدلة عن طريق ما تقدمه الشخصية الاعتبارية والمختصة والخبيرة والقديرة والبارزة، ما يجعل هذا التصنيف يميل لكون المقابلة أداة تطرح أسئلة بقصد جمع المعلومات، ولهذا فاستخدامها مقترناً بإعطاء الحقائق والمعلومات قيمة إخبارية ووزناً خاصة، ولتحقيق ذلك يجري الصحفي المقابلة لأن لديها إمكانية حقيقية لتقدم شيئاً خاصاً حول الموضوع نظراً لما تتمتع بها من مكانة اجتماعية وخبرة وتخصص وتجارب شخصية في هذا المجال، إضافة لكونها أحياناً قد تكون شاهد عيان على حدث معين، وبالتالي فالقراءة المعمقة لمصطلحي "الحديث والمقابلة" وفق هذا الاتجاه تؤكد عدم وجود فروق جوهرية بين المصطلحين، واستخدامهما بمعنى واحد، أما الطريقة الثانية: وهي الأكثر دقة ناحية استخدامات اللغة العربية، ما يجعلها تميل على النقيض لاستخدام "اللقاء والحديث والمقابلة" بمعاني مختلفة ومتباينة، وباستخدامات مختلفة، وذلك وفق التالي:

- (1) **اللقاء**: حوار يجري مع شخصية غير محددة، كلقاء شاهد العيان، ومنه جاء الاقتباس، وبالتالي ليس هناك أسئلة محددة ضمنه، بل تفرضه طبيعة الشخصية الملقاة (مصادفة)، بمعنى لقاء الشخص المتواجد في مسرح الحدث، ويخدم المادة، بهدف إغناء الأنواع الصحفية الأخرى كالخبر والتحقيق...
- (2) **المقابلة**: حوار يجري مع شخصية محددة مسبقاً، ومحضر لها سلفاً، بأسئلة ومحاور مجهزة، لكنه يدور حول موضوع فرضه سببه المقابلة، بمعنى مقابلة صاحب معرض فني، أو شخصية مسؤولة للحديث حول إشكالية محددة، والحوار كله يدور حول المعرض، أو الإشكالية تحديداً.
- (3) **الحديث**: لا يخرج أيضاً عن كونه حوار يجري مع شخصية محددة مسبقاً، ومحضر لها سلفاً، بأسئلة ومحاور مجهزة، لكن يمكن محاورتها ضمن محاور عدة، وضمن مواضيع متعددة، ولا تقتصر على محور واحد يرتبط بالحدث كالمقابلة، بل يمكن السؤال عن كل ما يريده الصحفي سواء المتعلقة بحياته وأعماله والإشكالية والتصورات المستقبلية والحدث الحالي والأحداث الأخرى...

خامساً: الحديث الصحفي والتلفزيوني وأفادته من تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أفاد التحديث الصحفي كغيره من الفنون الصحفية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات المتلاحقة بشكل واضح وكبير ومؤثر، سواء عبر الهاتف أو الفاكس أو أجهزة التسجيل الصوتي، أو البريد الإلكتروني أو الأقمار الصناعية، إلى جانب تدفق المعلومات، التي يفرض أسماء لا تنتهي لأحاديث صحفية، إلى جانب ما وفرتة قواعد البيانات من خلفية عن المتحدث، ما أمكن اختزال فترة إعداد الحديث إلى بضع متصفحات لكل ما يتعلق بالشخصية المضافة وحواراتها السابقة...

ولعل روح المنافسة بين القنوات المختلفة، والذي أخذ منحاه عبر اجتذاب الشخصيات، والحصول على سبق الصحفي عبر الوصول إلى متحدثين لم تسبقهم أو تستطع الوصول إليهم وسيلة أخرى، وهذا بدوره عظم أهمية الحديث الصحفي، ولعل دخول الصحافة الإلكترونية على نسق هذه المنافسة أيضاً زاد من قيمة هذا النوع الإعلامي، واستطاع التلفزيون بواسطة الأقمار الصناعية البقاء ضمن دائرة المنافسة تلك سواء بالوصول أو السرعة أو نقل المتحدثين ومحاورهم إلى كل بيت، وهذا بدوره فرض على الحديث الصحفي مواكبة التطورات والتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والإعلامية والتسويقية، وصولاً إلى التطورات التكنولوجية، ولعل تدفق شلال المتغيرات الحياتية التي تلف المحاور وضيغه دعا "سميرة الشبخاني" لتحديد سلسلة حلقات تتضمن تطور الحديث الصحفي سواء على صعيد الأنواع أو المضامين أو طرائق التحرير وفق اتجاهات معاصرة حددتها وفق التالي:

(1) الاتجاهات الحديثة في أنواع الحديث الصحفي:

- التطور من شكل الحديث المباشر (زيارة ودية للمضيف إلى المضيف) سواء كان المضيف المحاور أو المحاور، باتجاهات الأحاديث غير المباشرة باستخدام تكنولوجيا الاتصال.
- دخول الحديث الصحفي بفضل الأقمار الصناعية الحواسب الآلية عالم "النصوص المرئية" ما ولد الحديث المشاهد، والذي يعد التلفزيون الوالد الشرعي لهذه الأنواع من الأحاديث.

(2) الاتجاهات الحديثة في مضامين الحديث الصحفي:

- اتساع نطاق التغطية الجغرافي للحديث، منتقلاً من خضم المقابلات المحلية إلى الإقليمية والدولية.
- أتيحت للصحفي فرصة التقصي والتحضير الأوسع والأسرع والأبرز عبر استخدام تقنيات جمع البيانات المعاصرة وعلى رأسها الانترنت.
- اتساع المجالات التي يطرقها الحديث الصحفي وتعددتها، ليخرج من عباءة الموضوعات المحددة، كالمجالات السياسية، ليطرق أبواب كل أنواع ومضامين ومجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية والعلمية والدينية والسياحية والخدماتية والمهنية والحرفية والجمالية

- الاتجاه إلى التخصص، وهو ميزة عمومية للنصف الثاني من القرن العشرين، ما ألزم الحديث مسايرة روح هذا العصر، ومواكبة إيقاعه، ومسايرته، فأصبح التخصص سمة المضمون وسمة الصحفي المحاور، وسمة الإحصاءات، وسمة النصيحة، والخبرة المقدمة عبر الضيف المحاور.

(3) الاتجاهات الحديثة في تحرير الحديث الصحفي: حيث يتوقف اختيار قالب وأسلوب الصياغة

بناء على عوامل عدة منها:

- تصنيفات الشخصيات المحاورة في الحديث الصحفي: حيث تتحدد طرائق التحرير وأساليبها وفقاً لأهمية الشخصية المتحاور وموقعها، ودورها في الأحداث الجارية، وانتمائها لخط سياسي معين يتوافق مع السياسية التحريرية للوسيلة مقدمة الحديث.

- حساسية موضوع الحديث الصحفي: حيث تتحدد طرائق التحرير وأساليبها وفقاً لطبيعة الموضوع المحاور حوله، فمثلاً الموضوعات السياسية والعسكرية تتطلب تحرير أدق واستخدام قاموس كلمات واضح ومباشر ودقيق لا يساء تأويله وفق الهدف المحقق للحديث.

- خبرة المحرر في الحديث الصحفي: إن المهارة التحريرية والإعداد النفسي والمهني واللغوي وأسلوبية الصحفي تصل بالحديث لأمكنة لا تصلها أحاديث أخرى مع ذات الشخصية وفي الموضوع نفسه، فثمة قوالب متعددة لصياغة الحديث الصحفي يكن للصحفي التنقل ضمن أوتارها الإبداعية أبرزها: (قالب الهرم المقلوب، وقالب الهرم المعتدل، وقالب الهرم المقلوب المتدرج، وقالب الهرم المعتدل المتدرج، والطريقة التقليدية في صياغة الحديث، وقالب التسلسل الزمني "الكرونولوجي"، وطريقة الحذف وإعادة الصياغة للحديث، وطريقة الاقتباس في صياغة الحديث، وطريقة المزج بين الاقتباس والتلخيص في صياغة الحديث، والقالب التقريري، وقالب القص السرد للحديث، وقالب الخريطة الإنسانية، وأساليب ما بعد الحداثة، وأساليب الفصل لمدارس خاص في تحرير كل جزء من أنواع الحديث كالعنوان وطرقه، والمقدمة وطرقها، والمتن ومدارسه، والخاتمة وطرائقها، ولم تعرض هذه الدراسة تفصيلاً لذلك لأن معظمها ولد في عالم الصحافة المقروءة وليس في عالم الصحافة التليفزيونية التي تسعى الدراسة في فصولها التخصصية الخوض في غمارها.

سادساً: خصائص الحديث الصحفي والمعالم الأساسية التي تميزه:

- من أهم المعالم الأساسية التي تميز هذا النوع الغالب والأعم على غيره من الأنواع الصحفية:
- يجرى وجهاً لوجه بين المحرر والمتحدث، أو بشكل مباشر بين السائل والمجيب، وبحضورهما معاً في مواجهة بعضهما.
- يكون حياً نابضاً بالحركة، عامراً بألوان التساؤل والمناقشة.
- يعكس الأهمية القصوى لمراحل الإعداد المختلفة، وعلى وجه الخصوص مراحل دراسة موضوع الحديث، وشخصية المتحدث، أو الشخصيات المحدثة، وإعداد الترتيبات اللازمة لإجراء الحديث.
- إن طبيعة الحديث المباشر والجلوس وجهاً لوجه يمكن أن تسمح بالحوار المتصل والمتشعب وطرح الأسئلة المتنوعة، وما يتصل بمحاصرة المتحدث، واستخدام الأسئلة الاختبارية والاستدرجية والتي توفر جواً للمناقشة.
- إنه بالثراء الذي يتحقق له من المعلومات والمادة الإخبارية ومواد تتجاوز الوقت المحدد لها.
- إنه بالثراء الذي يتحقق له من المعلومات ومواد الرأي والصور التي تصاحبها.
- يرى البعض أن "الحديث" ليست إلا هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة conversation ومن ثم فإن المقابلة النموذجية يشتمل على العديد من خصائص المحادثة مثل: الانسيابية أو التدفق الحر free owing وتبادل الرأي أو الحوار والحديث الطبيعي والتلقائية أو العفوية.
- هناك من يرى أن الشخص الذي يجرى "الحديث" لا يكون شخصية مستقلة لأنه في تلك الحالة لا يمثل ذاته أو يعبر عن نفسه، وهو يمثل ويجسد ويعبر عن فضوله وجبه للاستطلاع، كذلك عن سلوكه الذي يتسم بالاعتزان والألفة، فهو ليس أكثر من وسيلة لتزويد جمهوره بالمعلومات ويضيف هؤلاء أن المقابلة التي لا تزيد عن أنها مجرد محادثة، إنما هي مقابلة رديئة وليست إلا تبيداً للوقت، ويكفي أن مقابلة "الحديث" تخضع للتحكم والسيطرة والاعداد والترتيب وهذا ما لا تخضع له المحادثة.
- من جانبها تنطلق جمانة حداد من تحديد خصائص الحديث وتقنياته من خلال التالي:
- كل سؤال بداية لعاصفة.. كل نقطة استفهام سهم.. سهم مسنن وشجاع يوجه إلى رأس (الآخر).. سهم ينبغي أن يعود إلى السائل مسطراً بخيانات البوح، وكم جميل أن يفاجئك المحاور بجوابه، والأجمل لكما أنتما الاثنان معاً (السائل والمجيب) وأيضاً القارئ، أن يفاجئ الكاتب نفسه بجوابه.
- الحوار في ذلك "خلق" وسفر أولاً.. زيارة تقوم بها إلى عقل الآخر وروحه وحياته ومزاجه، وربما مكبوتاته ولا وعيه.. تجوال في أمكنة وترحال داخل أشخاص (شخصيات).. بازل ملون.. مؤلف من مدن ومواهب وطبائع متباينة، تجمع "نيويورك بلندن".. الشاعر بالروائي بالمفكر.. الانطوائي بالاستعراضي بالبين بين.. والمبدأ نقيضيه أو بجسر الوصول إليه، هكذا يقدم لك كل من تحاورهم هدايا نادرة..

- الحوار من ثم "كذّ وغريزة" .. كذّ البحث والنبش قبل إجرائه، وغريزة طرح الأسئلة المناسبة خلاله، ويستنكر من يزعم أن شرط الحوار الناجح عدم التحضير حماية (للعفوية)، فالتحضير القاعدة اللازمة لكل حوار عميق شامل وحقيقي، وهنا لا يقصد بمعنى التحضير "إعداد الأسئلة سلفاً"، فذلك أسوأ أنواعه وأضعفها، وهو يحول دون تدفق الحوار طبيعياً وتلقائياً، ودون أن يتوالد وينضح ويتكاثر بذاته، بل يعني التحضير "المعرفة الجيدة" لأعمال المحاور وحياته، ما يتوجب قراءة أسئلة المحاور ثم التنقيب فيه، وتوثيقها، وشربها حتى يسكنك، بل حتى تصبح "ممسوساً" به، ومن المفيد تحديد مناطق الحوار كبؤر من الجمر ينبغي لفرشات أسئلتك أن تحوم حولها، دون أن تقع في حرفيتها وتحترق، ومن المهم طرح أسئلة تكون ذات دور دينامي متنوع، تحتكم إلى البحث المعرفي الذي يتعدى الظرف الموضوعي العابر، لتكون نوعاً من المكاشفة التأليفية، تفرض الإمساك بخيوط نقدية متينة متداخلة متلاقية متشعبة واضحة، وأحياناً غير مرئية على السطح، تبدأ من الجزئي لتصل إلى الكلي أو العكس، وتأخذ على نفسها في كل الأحوال لتكون تنقيباً في أعماق المؤلفات ودلالاتها واحتمالاتها، وتشريعاً لآفاق جديدة فيها.
- والحوار في ذلك إضافة.. والحوار طقسٌ أيضاً.. أو بالأحرى سلسلة طقوس وتكتيكات مشروع استراتيجي مكتمل يبدأ مع بدأ (المطاردة)، فالنعم، فالاستعداد، مروراً بلحظة التماس الأولى، لحظة "المواجهة"، فالمصالحة والتقاء العين بالعين، وصولاً للانسحاب، ومرحلة التدوين والنشر أو البث، لكن السائل لا يكون وحيداً في أي محطة من محطات هذه الخطة، فهو دائماً "اثنان: أنت، وهو"، عقلاً بعقل وخيالاً بخيال، وتواطء بتواطؤ، واستنزافاً باستسلام، وزرع الثقة ضروري ليسري تيار الكهرباء بينهما عند اللقاء، ومثله موهبة التعاطي مع كل شخصية من زاوية مختلفة تتلاءم مع بروفايلها، وهنا على المحرر تذكر بدقة ردود فعل كل مستجوب وأسلوب تواجهه الخاص، وصوته ونبرته المميزة، وابتسامته اللطيفة أو المتحفظة، وملمس راحته عند السلام، وطريقة تحريكه الوجه واليدين والعينين، خلال الحديث، وحذره في البدء الحذر الذي يعقبه في كل مرة استسلام رائع، والأهم من ذلك كله ذلك الجمر اللاهب الذي ينير عيون "لصوص النار" أولئك كما وصفهم "رامبو" الشعراء مرة في رسالة إلى صديقه "بول دومونيه".
- الحوار إصغاء وتعلم خصوصاً دروس يجنى منها غنائم مهمة وأخرى أقل أهمية، هكذا جراء التسلسل إلى رؤوس الشخصيات وحيواتهم، ودخول الصحفي منازلهم أو مكاتبهم، بما يتاح له من معرفة تفاصيل جوهرية وحميمة عنهم، يروي الصحفي بعضها، ويحتفظ في ذاكرته بما لا يروي.. مصدر لذة وتواطؤ.
- الحوار صنعة أخيراً، فعندما يجلس الصحفي ليكتب قصة الحوار.. فكل حوار مغامرة ورحلة وحكاية..
- مرحلة التحرير هي رحلة دخول المطبخ.. وهذه لا تقل أهمية عن المراحل السابقة، المسألة قضية اختيار حقل مغناطيسي مختلف، والمضي في اتجاهه لا أكثر ولا أقل..

وعند تناول خصائص الحديث لا بد من تحديد العوامل التي تساعد على إدراك وتذكر محتوى

الحديث الصحفي فيما يأتي:

1- عوامل المصدر: وتتمثل في اختيار الشخصية، ومصداقيتها، فالإدراك يكون أسهل لدى الجمهور عندما يدرك صورة ذهنية محددة عن المتحدث، والتي تترك تأثيرات إيجابية أو سلبية، ويزداد اقتناع المتلقي بالحديث كلما كان المتحدث متخصصاً في الموضوع أو أحد الشخصيات البارزة في المجتمع، وهذا يعتمد على الهدف من المقابلة ونوع الموضوع الذي يعالجه الصحفي، فمثلاً المقابلة التي تهدف الحصول على المعلومات تتطلب شخصية لديها معلومات جديدة وموثقة عن الموضوع.

2- عوامل المحتوى، وتتمثل في:

أ) اختيار موضوع المقابلة، الذي يجب أن يعتنى باختياره ويرتبط بقضايا أو مشاكل تهم الرأي العام أو تسمى مصالح أكبر عدد ممكن من الجمهور، ومن عوامل جذب الجمهور للحديث اختيار زوايا لم تسبق معالجتها من قبل، ما يجعل الحديث يشكل إضافة لجمهور، كما أن الحصول على موضوع جيد يفرض استعداد الصحفي الجيد وتقصيه عن الشخصية المحاور، وجمعه المعلومات عن الشخصية وموضوع الحديث، وهنا يجب عليه أن يسأل نفسه سؤالين: ما الأسئلة التي تلح على بال الجمهور وذهنه ويريد أن يسألها إذا أتيحت له فرصة لقائها، وكيف يمكن خلق الرغبة لدى الجمهور في المعرفة، عبر اختيار الأسئلة الأكثر أهمية، فالمقابلة الجذابة هي التي تبحث عن ردود الأفعال والتفسيرات وليست التي تهتم بجمع الحقائق فقط.

ب) نوع الحديث، وعادة ما يستهوي المتلقي كثر أحاديث الشخصية التي تعد عبارة عن دراما مصغرة ومزيج من الوصف عبر الكلمات والأحداث التي تدلي بها الشخصية، وحتى يجذب هذا الحديث الذي يدعى أحياناً (البروفایل) ما يلي:

- الخلفية الشخصية (النشأة الطفولة التعليم الوظيفة).

- النواذر في حياة الشخصية.

- استخدام الأخبار في تدعيم الحديث.

- اقتباسات مناسبة تدعم الجوانب الشخصية.

- التعليقات التي يعرفها الصحفي عن المتحدث.

ج) شكل الحديث؛ حيث يجذب الجمهور أكثر نحو نوع حديث (المواجهة) الذي هو نوع من الرأي والرأي الآخر، والذي يتضمن الرأي والإجابات لشخصيتين مختلفتين في الفكر أو الاتجاه أو الآراء، وخاصة المسائل الحساسة والقضايا الشائكة، إذ يجب الجمهور معرفة صدق حجة كل منهما، قوة براهينه وأدلتها في مواجهة الآخر.

د) شكل الكتابة القائمة على استخدام طريقة السؤال والجواب من قبل الصحفي، حال كان يخشى إساءة الفهم أو التفسير لبعض التصريحات التي يقولها المحاورون، مقارنة إذا قالها بأسلوبه

الخاص، وهذا ينطبق أكثر على الأحاديث التي تجرى مع شخصيات يعلم مقامها وتزداد حساسية أقوالها.

3- عوامل الجمهور، والذي يرجع إقباله على الأحاديث الصحفية عموماً والشخصية خصوصاً لطبيعة النفس البشرية، وحبها الاطلاع على أحوال الآخرين، والأحاديث تشبع هذه الغريزة، فحب الاستطلاع يدفع الناس للرغبة بمعرفة آراء الشخصيات البارزة في المجتمع حول عموم القضايا، باعتبار بعض الشخصيات تعد نموذجاً وقوة ومثالاً للجمهور يحتذى بهم، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن اختلاف الجمهور في تفضيله للشخصيات تدور تبعاً لاختلاف خصائص أفرادها الديموجرافية، واهتماماتهم المتنوعة، وحاجاتهم المختلفة، فالشباب مثلاً ينجذبون للشخصيات الرياضية والفنية أكثر، بينما ينجذب المثقفون والصفوة للشخصيات الأدبية والعلمية والسياسية.

4- عوامل السياق والتقديم: وتتمثل في:

أ) عناوين الحديث: كونه يجذب إليه ويوضح طبيعته ويركز على الفكرة الرئيسية فيه ويلخصه لجمهوره، ومن خلال العنوان يحدد المتلقي مدى رغبته من عدمها بالاطلاع على الحديث، ولعل من أشهر أنواع العناوين:

- عنوان الجملة المقتبسة، وخاصة الكلام المقتبس الرابع الذي يجذب الانتباه كالاقرار "أو نفي اتهام أو المهاجمة، ولعل أكثر العناصر المساعدة على استرجاع الجمهور للمعلومات من عنوان الحديث الصحفي هي: (الاقتباس، نصوص القصة، الفهارس، الصور)، وتشير الدراسات أن الاقتباس يعطي بوصلة للجمهور ويجعل الموضوع أسهل في التذكر.
- العنوان المباشر أو العنوان الخطابي: وهو العنوان الذي يخاطب المتلقي مباشرة، ويسمى بعنوان الجملة التوجيهية المباشرة، وهذا النوع يقوم على أساس التوجيه المباشر وشرح أسلوب العمل الذي ينبغي اتخاذه، والطريق الذي ينبغي أن يسير فيه المتلقي.
- العنوان الوصفي: وهو الذي يميل إلى التبسيط ويكون الهدف منه تصوير أو وصف حالة أو فكرة أو التعبير عن موقف معين بحيث يأتي على لسان المتحدث،

ب) المقدمة: وهي العنصر الثاني بعد العنوان والذي يسهل للمتلقي فهم الحديث وقراءته، فالمقدمة قد تكتب عن الموضوع للتعريف به، و تلخص مضمون الحديث وتركز على النقاط الأساسية فيه، أو تعرض أسئلته، أو تحرر عن المتحدث وتعرف المتلقي به، وتعرف لماذا تستحق عباراته الاقتباس، أو تقدم لمناسبة المقابلة، ولماذا تمت هذه المقابلة مع شخصية دون غيرها.

سابعاً: خصائص الحديث التلفزيوني وسماته العامة:

تتميز الأحاديث الإخبارية التلفزيونية عن الأحاديث الصحفية بأنها:

- 1- قصيرة وذات إيقاع سريع.
 - 2- ذات بنية هرم مقلوب، بمعنى أن الصحفي يتوجه مباشرة إلى هدفه، وربما مبتدئاً بالسؤال المركزي والهام.
 - 3- غالباً ما تقدم هذه الأحاديث ضمن مواد وبرامج أخرى (إخبارية أو وثائقية أو تحقيقات ضخمة)، وقلماً تقدم لوحدها كمادة مستقلة.
 - 4- تتم هذه الأحاديث، وخاصة القصيرة منها على مرحلتين: الأولى تسبق الكاميرا والتصوير، ويحاول فيها الصحفي تقديم المادة الكلامية التي تعطي رؤية خاصة للموضوع. أما المرحلة الثانية، والتي تجري أمام الكاميرا، وغالباً ما تكون الكاميرا محمولة. وفي هذه اللحظة يطرح الصحفي سؤاله بهدف الحصول على مادة الكلامية المناسبة.
 - 5- يمكن أن تتضمن هذه الأحاديث مقاطع فلمية مصورة. الشاشة تقدم صوراً، يتم التعليق عليها (Voice-Over)، وخاصة عندما يريد الصحفي تقديم أمثلة، أو توضيح أمكنة، أو شرح أوضاع معينة.
- وبدوره حدد تليفزيون الإذاعة البريطانية مفهومه للحديث التلفزيوني، وقواعد إضافية لخصائصه على الشكل التالي:

1) قواعد عامة:

- الأحاديث التلفزيونية أداة صحفية أساسية في إنتاج البرنامج التلفزيوني.
- حينما يسأل المحاورون أو يختبرون حول مسائل خلافية فمن المهم بالنسبة للمحاورين أن يفكروا بالقضايا المتعلقة بسياسات التحرير وبناء الحديث بما يتناسب معها.
- الأحاديث يجب أن تكون مهذبة ولطيفة.
- يجب توفير للمحاورين فرصة عدالة لتقديم إجاباتهم الكاملة عن الأسئلة.

2) هدف الأحاديث التلفزيونية:

- يجب أن يكون للحديث هدفاً واضحاً، وأن يكون هذا الهدف مناسباً لشخصية معينة ومناسباً لتوقيت إجراء الحديث.
- الأحاديث يجب أن تتميز باطلاعها، وهذا يستدعي استعداداً دقيقاً من جانب فريق الإنتاج وليس فقط من قبل الصحفي.
- يجب أن يضيف الحديث معلومات جديدة عن الوضع الراهن ويجب عدم تشجيع المحاورين عن إعادة المواقف المعروفة جيداً، فالبحت دائماً عن معلومات جديدة.

- ليست جميع الأحاديث ذات طبيعة نزالية (طابع التحدي)، فبعضها صمم ليخبر أو ليوضح الأساليب الفنية المناسبة لتحقيق هذا الهدف مختلفة.

3) التناول المتساوي:

أي شخص يعبر عن وجهات نظر مشاكسة أو مثيرة للخلافات أثناء الحديث، وهذا يجب أن يختبر بشكل صارم، فالأشخاص الموجودون في السلطة، أو أولئك الساعين إلى السلطة يجب التعامل معهم بلهجة متينة ومتأسكة؛ حيث يصبح الحديث التليفزيوني متهماً فإن الإحساس يجب أن يصدر عن المحاور وليس عن المحاور، وبالتالي يجب منع التحيز، سواء من خلال نبرة الصوت أو درجته أو عدم الاهتمام بالصياغة، ما يفرض معالجة نزيهة للقضايا الخلافية، وعدم الافتراض أو الارتباط بموقف معين.

4) التعامل العادل مع المحاورين:

من المهم فهم المحاورين لماذا دعوا لإجراء مقابلة تليفزيونية معهم وما الموضوعات التي سيأثرون عنها، وما السياق العام للبرنامج، وما دورهم بالبرنامج، وغالباً غير لائق إعطاء تصور مسبق عن الأسئلة أو أي تصور عنها، وعلى المعد التفكير إذا اشترط الضيف الحصول على الأسئلة أو الاعتذار هل سيتخلى عن حديثه، وإذا وافق على شروط شخصية يجب الإعلان على الهواء شروط التي بموجبها سيجري الحديث، فقد يتقدم الضيوف أحياناً بطلبات غير معقولة ويحاولون تغيير الشروط التي اقترح إجراء الحديث بموجبها، لتغيير الخط العام للحوار، وقد يناورون لتغيير ظروف الحديث، كتأخير انطلاق الحديث في وقته لتقليل وقت الأسئلة، وهنا يجب أن يكون المعدوم والمحروون مصررون على شروطهم أو سحب دعوة الحوار مع الالتزام بشروط الإدارة في العدالة والاستقامة.

5) اللهجة والتكتيكات:

الأحاديث يجب أن تكون ثاقبة ودقيقة، لكن مهذبة ولطيفة وقد تكون (نزالية) لكن ليست عدوانية ومتغطرسة ومستفزة، ومهما كان نوع الاستفزاز في المقابلات المعدة جيداً يجب أن يشعر المشاهدون والمستمعون أن المحاور يعمل نيابة عنهم، فإجراء حوار مع أشخاص عاديين يجب أن تكون تناوب اللهجة مناسبين، فقد لا تكون لديهم خبرة في الإذاعة، ويجب التأكد أن لا ينظر 'ليهم بنوع من العالي، كما يجب الانتباه لعدم تخويفهم من خلال استجواب فظ وجاف.

6) العدالة مع المحاور ومواجهة المواجهة:

يجب أن توفر للمحاورين فرصة عدالة بتقديم إجاباتهم بشكل كامل عن الأسئلة وعليهم أن يعرفوا كيف يتعاملون مع المحاورين الماهرين في العرقلة، وفي استخدام الحديث كمنبر وتجنب الهدف الحقيقي للحديث، قد تكون المقاطعة مبررة، لكن يجب أن تتم في الوقت المناسب، كما يجب عدم الإكثار منها، إذا أنه من المحتمل أن لا تسبب المقاطعة إزعاجاً للجمهور إذا جاءت طبيعية أو بعد أن يكون المحاور من التعبير عن وجهة نظره بشكل كامل، أو بعد أن بات واضحاً أنه عجز عن ذلك،

إضافة إلى وجوب فضح المراوغة، وكشفها، وذلك بهدوء وتهذيب، وإذا كان ضرورياً عن طريق إعادة السؤال والتوضيح للمحاور وللجمهور.

7) محاوره المراسلين:

من الصحيح بشكل كامل الاتصال بالمراسلين ليعبروا عن أحكامهم وتقييماتهم المبنية على أساس معرفتهم بالموضوع، لكن من غير المناسب بشكل كامل سؤالهم عن أمور ليس باستطاعتهم أن يكونوا متأكدين منها أو عن أشياء يظنونها فقط، وعلى المنتجين معرفة إذا كان باستطاعة المراسل تطوير القصة أو توضيحها.

8) تحرير حديث مسجل:

يسجل الحديث من أجل تحريره، ومن العدالة أن يعلم المحاورين ويدركون ذلك، والمحاور الذي سأل سؤال تفصيلي يجب أن يعطى فرصة لاستكمال كل عناصر حديثه الرئيسية عند المونتاج، والابتعاد الكافي لضمان انعكاس هذه النقاط الجوهرية لجواب المحاور، وتقديمها بشكل كامل في البرنامج المحرر والمعد، وعموماً يبقى مسألة اختيار الإجابات الضعيفة وتفضيلها على الإجابات القوية والفعالة مسألة غير نزيهة، وغير عادلة، والخلاصة أن أي شخص عاقل يسمع الحديث قبل وبعد تحريره أن يقتنع أن طريقة التحرير أجريت بشكل عادل، كما يجب التحذير على مقارنة حديث "حي ومباشر" بينما في الواقع يجري تسجيله، فالظروف قد تتغير قبل الحديث ما يجعل غير المناسب للحديث المسجل أن يذاع بشكل كامل، وإذا تم الاتفاق حوله يجب أن يكون واضحاً للطرفين ما تم الاتفاق حوله، والحد الذي يكون فيه التحرير مناسباً قبل البث، والأحاديث المسجلة يجب أن تكون مركزة، وعندما يكون ممكناً طولها مناسباً لحجم المادة التي يجب تضمينها في البرنامج بشكله النهائي، فاستخدام مقتطفات مختصرة من أحاديث طويلة وغير مركزة يمكن أن يسبب شعوراً سيئاً ومبرراً.

مراجع الفصل ومصادره:

- سميرة شيخاني: أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1999.
- إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الأول، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1976).
- إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الثاني، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1976).
- John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.
- أديب خضور: الحديث التلفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة (2009).
- ستيفكا بوبوفا: الأنواع الصحفية، من كتاب أديب خضور: الحديث التلفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة (2009).
- عبد الدائم عمر الحسن: الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008).
- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، دار المأمون للطباعة والنشر، 1981، ص 14-15.
- Gerham P. Besly, Magazine Article Writing, Substance and Style, New york: Hlte, 1980, P. 48.
- أسامة عبد الرحمن، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية، القاهرة، 2002.
- الكسندر بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 1990م.
- Vice .bbc .abc .
- إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار الفجر، 1998).
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2010).
- أمير تاج الدين: الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة (القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، 2009).
- لينين واكس مان: تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين 2009.
- محمد مرعي: الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009).
- محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي في المجلة العامة، ص 188.

- أحمد ذكريا أحمد محمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي 1996-1997، دراسة مسحية لمجلتي حواء، ونصف الدنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001.
- أسامة عبد الرحيم علي، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعلميات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002.
- سيد أحمد الناعي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
- شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- هاني محمد علي، العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في المجلات الأسبوعية الإخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية والمصرية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1997.
- كارل واين، تعريب عبد الحميد سرايا، كيف تصبح صحفياً (القاهرة: دار الثقافة، د.ت).
- محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها - تحريرها - نشرها، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984).
- جمانة حداد: صحبة لصوص النار، حوارات مع كتاب عالميين، (بيروت: دار النهار، 2006)
- فوزية فهميم: التلفزيون فن، (القاهرة: دار المعارف 1981).
- كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، (جدة: دار الشروق 1987).
- محمود فهمي: الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1982).
- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي 1992).
- رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، (القاهرة: مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005).
- عبد اللطيف حمزة، مدخل إلى فن التحرير الصحفي، (القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت).
- إجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العلمية في وسائل الاتصال بال جماهير، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.
- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.
- عيسى محمود الحسن: "المقابلة والتحقيق الصحفي" (عمان: دار زهران، 2013).

الفصل الثالث

أنواع الحديث الصحفي والتلفزيوني وأشكالهم المختلفة

أولاً: أنواع الحديث الصحفي بشكلها العام وأشكاله المختلفة:

- (1) تصنيف الأحاديث استناداً إلى عدد من الأسس.
- (2) تصنيف الأحاديث استناداً إلى تقسيم الحديث الصحفي وتصنيفه وفق خمسة أنواع.
- (3) تصنيف الأحاديث استناداً لرسمية الشخصية المقابلة.
- (4) تصنيف الأحاديث استناداً لوسيلة المقابلة.
- (5) تصنيف الأحاديث حسب المدرسة الأنجلوسكسونية.
- (6) تصنيف الأحاديث الصحفية التقليدي والأكثر وشيوعاً.

ثانياً: أنواع الحديث التلفزيوني وأشكاله المختلفة:

- (1) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لأسلوب عرضها.
- (2) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لطبيعتها وأهدافها وغاياتها.
- (3) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لقوالب وبرامج الندوات والمناقشات وأشكالها الفنية.
- (4) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لمكان إجرائها وتسجيلها.
- (5) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً على ضوء المشاركين فيه.

أولاً: أنواع الحديث الصحفي بشكلها العام وأشكاله المختلفة:

يمكن تحديد مفهوم الحديث الصحفي من خلال تحديد أهدافه وأنواعه المختلفة، فهناك الأحاديث الأشهر التي تنبثق عنها عديد الأنواع والأشكال، وهي حديث المعلومات أو الأخبار (الحديث الخبري)، وحديث الرأي الذي يستعرض وجهة نظر شخصية ما، كما يوجد حديث التسلية والإمتاع الذي يستهدف البحث عن حياة الشخص الذي يجري معه الحديث، كالأحاديث التي تجرى مع كبار نجوم الفن والمجتمع.

وبالتالي يمكن تقديم التصنيف الأولي لأنواع الحديث الصحفي بشكل عام وفق التالي:

1) تصنيف الأحاديث استناداً إلى عدد من الأسس:

أ) أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لمضمونها وأهدافها:

- **الحديث الخبري:** يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على معلومات وأخبار وبيانات جديدة عن وقائع أو أحداث أو سياسات أو برامج أو قوانين جديدة، فلا يهتم بالشخصية قدر اهتمامه بالمعلومات التي تقدمها الشخصية، منتقلاً من (ماذا) حدث؟ كما يفعل الخبر مضيفاً (لماذا) حدث؟ كما تفعل الصحافة التفسيرية.
- **حديث الرأي:** يستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا محددة، وفي هذا الحديث ينصرف الاهتمام إلى آراء الشخص المحاور أكثر من الاهتمام بشخصه.
- **حديث الشخصية ويدعى بحديث التسلية والإمتاع:** يستهدف بالدرجة الأولى حياة الشخص المحاور، مثل نشأته وتاريخ حياته وأبرز الجوانب في شخصيته، وكيف يفكر، وكيف يمارس حياته وأحب الأشياء إلى قلبه وأحلامه وطموحاته، وينصرف الاهتمام هنا إلى شخصية المتحدث أكثر من الاهتمام بآرائه وأخباره.
- **الحديث الجاد:** ويطلق عليه حديث التوعية والتثقيف أو التوجيه، وهو يستهدف معاً الأخبار والآراء في بوتقة واحدة، دون التعرض لجانب شخصية المتحدث.

ب) أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لموضوعها الرئيسي: تغطي الأحاديث كل مجالات الحياة، ويمكن أن يشمل الحديث الواحد أكثر من موضوع، كأن يعالج قضية سياسية لها انعكاسات اجتماعية واقتصادية، ما يعني تداخل المواضيع ضمن محاور الحديث وارد وقائم، ومع ذلك ثمة نوعين للحديث وفقاً لموضوعهما الرئيسي هما:

- **الأحاديث بالمواضيع العامة:** يدور حول حديث أو قضايا عامة.

- **الأحاديث المتخصصة:** يدور حول مجال يغلب عليه التخصص.

ج) أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لعدد المتحدثين:

- **الحديث الفردي:** يجري مع شخص واحد.

- **حديث المواجهة (الشخصين):** يجرى مع شخصين يفضل أن يكونا متباينين الاتجاهات والآراء والانتماءات، ومتعارضين الفكر والرأي.
- **حديث الجماعة:** ويدور مع أكثر من شخصين، ويندرج تحت جناحه أحاديث (الاجتماعات العامة، والندوات، والمؤتمرات، والمحاضرات...).

د) أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لطريقة إجرائها:

- **الحديث المباشر: "Face to Face Interview":** وهو الذي عادة يكون وجهاً لوجه، ما يجعل المضيف يحرص على لقاء الضيف بتفاعلية، والأكثر صراحة، مع توفير إمكانية قراءة ردود الأفعال ولغة الجسد غير اللفظية للمتحدث، ما يسمح للصحفي حسب "سكانيان" بالبحث عن المعنى خلف إجابات المتحدث، وفي الحركات غير اللفظية التي تقول ما يقوله اللسان، وفي حال كان الحديث غير مباشراً بين طرفين، فيفضل تصنيفه حسب الوسيلة التي يجرى من خلالها (تليفوني - الأقمار الصناعية - البريد والرسائل الإلكترونية...).

- **حديث المؤتمر الصحفي:**

ظهر كشكل تفاعلي بداية القرن التاسع عشر، وتحديداً في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما وافق الرئيس "فرانكلين روزفلت" للصحفيين بتوجيه أسئلة مكتوبة إليه، على أن يجيب ويرد عنها بطريقة غير مباشرة، ثم تطور عندما عقد الرئيس "ترومان" مؤتمراً مع الصحفيين وجهاً لوجه، في قاعة بالبيت الأبيض، رد فيها على اسئلتهم واستفساراتهم وتعليقاتهم، كما سمح بعد ذلك الرئيس "إيزنهاور" بمشاركة مندوبي المحطات الإذاعية في المؤتمر الصحفي لتقديم تغطية مسجلة لوقائعه، أما أول من وفر للمحطات التليفزيونية بتغطية ونقل وقائع المؤتمرات الصحفية على الهواء مباشرة فكان في عهد الرئيس "جون كيندي"، وفي هذه الفترات كانت الشكاوي المتعددة من قبل الصحفيين تقوم على أساس قلة هذه المؤتمرات التي يسمح القادة بعقدها، والدعوة إليها ضمن ولأوقات محددة، ولعل أكثر القادة تلقي للشكاوي لقلة المؤتمرات في عهده "الرئيس رونالد ريجان"، والمؤتمر أقرب إلى اجتماع يقوم فيه المسؤولون بإصدار بيانات والتعليق على الأحاديث أمام الصحفيين والإجابة عن اسئلتهم، ويغرف "فاروق أبو زيد" المؤتمر بأنه حديث تدلي به شخصية هامة في حضور أكثر من صحفي، لشرح سياسة معينة، أو مناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي، أو الإدلاء بأخبار تمس حدثاً هاماً، وتعرف "كارول ريتش" المؤتمر بأنه "يشبه الأحاديث، عدا أن الاسئلة التي يثيرها المراسلون بعد المؤتمر تكون غالباً أكثر أهمية من البيانات والأقوال التي يصرح بها المتحدثون بداية المؤتمر، وبالتالي فإن هذا الحديث شكل من أشكال الحديث الصحفي، أخذ أبعاده عبر التليفزيون، الذي نقله دون تحوير أو تغيير أو تحريف، وتعد ميزة حديث المؤتمر وتتلور أهم مقوماته بأن مادته نتاج حوار يجري بين مجموعة من الصحفيين والشخصية أو الشخصيتين اللتين نظمتا المؤتمر، ودعنا إليه، ما يجعل الحديث لا ينفرد بصحفي معني، أو يعد حكراً وسيلة دون سواها، والمؤتمر الصحفي بالعموم تعقده كبار شخصيات

المسؤولين والشخصيات القيادية، الشخصيات البارزة في المجتمع، وتشارك به الصحفيين الذين يحضرون المؤتمر، حيث تظهر الحاجة إلى الأدلاء بحقائق حول موضوع ما، وإحاطة الرأي العام بجوانبه، وهو يحقق بالوقت نفسه منفعة متبادلة تصريح الشخصيات حول الموضوع وحصول وسائل الإعلام عن تفاصيل حية من مصادره النوعية.

وعادة يبدأ المؤتمر بكلمة أو بيان يلقيه المسؤول، ويعقبه مناقشة (على شكل أسئلة) بيه وبين الصحفيين الحضور، حيث يرد على كل الأسئلة التي يوجهونها إليه، ولعل هذه المواجهة المباشرة بين المسؤول والصحفيين دون وسيط تجعله أكثر حيوية وثرًا، وعموماً يعرف المؤتمر الصحفي بشكل تقليدي: أن يجتمع المسؤول بمندوبي وممثلي وسائل الإعلام المقيمين والمتواجدين معه في مكان واحد، ويحدد لهم وقتاً للاجتماع، ثم يدلي إليهم مجتمعين بحديثه، وبعد ذلك يجيب عن الأسئلة التي توجه إليه منهم، وفي البلاد ذات التقاليد الإعلامية تتبع طريقة المؤتمرات الدورية، كما أن ثمة تقسيمات حسب محلية أو إقليمية أو دولية المؤتمر، وعليه يطلق على المؤتمر الدولي لقب "Conference"، وهذا المصطلح تعرفه دائرة المعارف البريطانية أنها "حضور مشترك بهدف التباحث"، بينما تعرفه دائرة المعارف المصورة بأنه اجتماع يتكون من أشخاص عدة، لمناقشة موضوع ما"، وفي الإطار ذاته يعد المؤتمر الصحفي أحد وجوه المقابلات الإعلامية الجماعية يتمثل في لقاء رسمي، أو غير رسمي عام، أو محدود، ينظم وينعقد في مكان مناسب، بصفة دورية أو غير دورية، أو طارئة، بمعرفة المختصين، وبحضور شخصيات مهمة أو خبيرة أو شهيرة، أو من صناع الأحداث أو شهود العيان، وذلك لاطلاع مندوبي وسائل الإعلام بطريقة منظمة على المهم العاجل من الأخبار، والنتائج الحالية والمتوقعة لحدث جارٍ، أو موقف أو قضية مؤثرة، ولتقديم المعلومات والتفسيرات والتوجيهات المختلفة، ولفت الأنظار إلى الأفكار وألوان النشاط الجديد، والرد على الأسئلة، وإدارة النقاش المتصل بها لينقلها هؤلاء بدلاً من مندوب واحد فقط يمثل وسيلة واحدة إلى أكبر قاعدة ممكن من القراء والمستمعين والمشاهدين، يهدف إعلامهم وتوعيتهم وتثقيفهم، ولتعم الفائدة للجميع.

ومن الاتجاهات الأخرى للمؤتمر الصحفي أن يعقد الضيفان بعد لقاءهما في مكان انعقاد الاجتماع مؤتمراً صحفياً يتحدثان فيه بداية عن ما دار في الاجتماع بينهما وما توصلا إليه أو اتفقا أو اختلفا عليه، ثم يتركان فرصة للصحفيين المدعويين لطرح أسئلتهم واستفساراتهما والإجابة عليها، فمجريات المؤتمر وانعكاساته والأجواء التي يتحلى بهما تقدم دليلاً ومرجعية لفحوى الاجتماع ونتائجه سلباً أو إيجاباً، وتأكيداً لذلك يقول "فرانك لوثر موت": "كانت نظرة الرئيس الأمريكي وودرو ويلسن إلى الصحافة رفيعة المستوى، وعندما جاء إلى الرئاسة كان مقتنعاً تماماً بأهمية العلاقة بينه وبينها، ومن هنا راح ينظم المؤتمرات الصحفية، نصف أسبوعية مع المراسلين، من جميع الاتجاهات، ليجعلهم محل ثقته...". ومن زاوية الارتباط بين المؤتمر الصحفي من جهة والحديث من جهة أخرى، بما يمكن تسميته "أحاديث المؤتمرات" يمكن تعريف المؤتمر الصحفي بأنه: "لقاء منظم يجري إعداده من قبل هيئة أو

جهاز أو مؤسسة عامة أو خاصة، أو من قبل دولة أو أفراد أنفسهم، لاطلاع مندوبي الصحف والإذاعات ووكات الأنباء والتلفزيونات على مجريات الأحداث الهامة، سواء كان في بداية أحداث أو نهايتها، أو خلال الأقوات العصبية أو الأزمات، ما يجعل المؤتمر أحد أنواع الاجتماعات الإعلامية المنظمة التي تعقد بمعرفة أخصائي العلاقات العامة أو المكاتب الصحفية، ويلتقي فيه ممثلو أجهزتهم ومؤسساتهم برجال الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي، وذلك لتوجيه رسائل مختلفة الأنواع من هؤلاء إلى جمهور هذه الوسائل لتعريفه وتوعيته وما يدور حوله من أحداث ووقائع، أو بما يقوم به هؤلاء من أنشطة تتصل بمجالات أعمالهم، وذلك بدل من إطلاع منوب واحد، مستخدمة طريقة الحديث الصحفي لتصل إلى أكبر عدد ممكن من الناس،

ومن هنا أصبح المؤتمر ليس مقتصرًا على الجانب الحكومي أو الرسمي أو الموضوع السياسي، أو كبار المسؤولين بل أصبح وسيلة وأداة للعلاقات العامة، التي تلجأ إليها المؤسسات والشركات للإعلان عن مشروعاتها وإنجازاتها، كما تستخدمه الأندية الرياضية للإعلان عن صفقات التعاقد مع اللاعبين والمدربين، وتستخدمه كذلك الشركات الإعلانية للردود عن أي اتهام أو سمعة غير جدية عن المؤسسة.

إن الصحفي مع المؤتمر لا يبحث عن الموضوع بل يذهب إليه بناء على دعوة توجه لمؤسسته يحدد فيها اسم المتحدثين وسبب انعقاد المؤتمر ومكانه ووقته، وربما وجد داخل القاعة حقيقة فيها اسمه وبيانات المتحدثين ومعلومات عن المؤتمر تساعده في التغطية، لكن يجب أن يبقى حذراً لأنها من وجهة نظر المؤسسة الداعية، ما يعني أن الصحفي ليس مهمته فقط هنا تسجيل إجابات الأسئلة، بل الحصول على كلمة المتحدث والانطلاق من خلالها للتفكير بالأسئلة التي سيطرحها، من منظور ما قرأ ومن قناعة بأنها الأسئلة التي يريد الناس طرحها، وعليه كمندوب عنهم إيصالها، إلى جانب متابعة أسئلة الصحفيين الزملاء الحاضرين وتسجيلها والاقتباس منها، وكل ذلك بعد العودة إلى قواعد البيانات وخاصة التي يوفرها أرشيفه أو عبر الانترنت لجمع كل المعلومات المتعلقة بشخصية المؤتمر وموضوعه، والمؤتمرات السابقة له، قبل الذهاب والانطلاق إلى المؤتمر وجهة الدعوة، فمثلاً يوفر موقع www.pub.whitehouse.gov النصوص الكاملة لمؤتمرات الرؤساء الأمريكيين.

ويجدر القول أنه غالباً ما تعيد المحطات والصحف نشر المؤتمر كاملاً، إلا إذا كانت القناة رسمية تعيد نشر أو بث مؤتمرات قادتها، ويستثنى من ذلك المؤتمر المنقول على الهواء مباشرة، ما يعني إلزام القنوات والإذاعات والصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية إجراء تحرير من نوع يمكن أن يخرج من دوائر تحرير الحديث إلى تحرير التقرير أو القصة الإخبارية....، وعموماً يجب أن يتضمن التحرير هنا:

- الشخصية عاقدة المؤتمر ونصها البياني.
- سبب عقد المؤتمر وخلفياته.

- النقاط البارزة في حديث الشخصية وإجاباته عن الاسئلة الموجهة إليه.
- وصف مكان المؤتمر إذا كان ضرورياً ذلك ويعطي دلالة معينة.
- ردود الأفعال المؤيدة والمعارضة على ما جاء في المؤتمر.

بناء على ما مضى يطلق البعض على المؤتمرات الصحفية لقب مؤتمرات الأخبار، كونه يتيح جمع المعلومات للصحفيين الذين فشلوا بجمعها عبر المقابلة الخاصة بينهم وبين المسؤول منفردين، في حين يطلق عليها البعض الآخر مؤتمرات الرأي بالأخبار، لكونها تمكن المحليين من استنتاج فحوى ما جرى في حجرة الاجتماع المغلق بعد إعطاء فرصة للتعبير والتنفيس عن مجرياتها أمام صحفيين يملكون مهارات الأسئلة واستنباط ما وراء إجاباتها، والأدق أن يطلق عليها لقب مؤتمرات التقصي عن الأخبار وأحداثها، لأن طريقة تحضير للمؤتمر وأدواته تخضع لمنطق الصحافة الاستقصائية في محاولة كشف المستور والتحري والدقة والعمق في طرح السؤال والحصول على الاستجابات الأقرب فلياً لمجريات الوقائع وحقائقه، أو على أقل تقدير أقرب ما أمكن لذلك، خاصة أن المؤتمر الصحفي يعقد في وقت ملح أو مهم للإعلام يمكن أن يكون فيه هناك ما يقال لهم أو ينتظرون هم من يقوله وينقله إليهم، ضمن منطلقات ثلاثية الأضلاع تحدد في: "حس إعلامي لعقد المؤتمر وتوقيت مناسب وحسن اختيار من نوع خاص"، بينما في الواقع يشكل أضلاع تأسيسية المؤتمر:

- المتحدث أو المتحدثون (على الأكثر اثنين) والبيان الذي سيقدمونه.
- الضيوف الصحفيون وآلية دعواتهم واختيارهم، ومحاوَر أسئلتهم.
- وقت الانعقاد وتوقيته وسياقه الزمني.
- مكان الانعقاد وإعداد قاعته وطرق التوزيع للصحفيين داخلها.
- نظام الانعقاد وكيفية إدارة المؤتمر وآلية ترتيب الاسئلة ونظام طرحها وكيفية اختيار السائلين، وكيفية اختيار هؤلاء لمن يرغبون بأن يجيب.
- وتأسيساً على قدرة المؤتمر الصحفي تأدية كل وظائف الإعلام (الإخبارية - الرأي - الاستقصائية) على كافة الأصعدة التفسيرية والتوجيهية والإرشادية والتقريبية والمعرفية والتعليمية والتسليية والإمتاع والتسويقية والإعلانية والربحية يمكن تحدي وظائف صحفية أخرى للمؤتمر تتجلى في:
- تأكيد أو نفي الأخبار المهمة التي سبق نشرها وإذاعتها.
- تقديم الفرص للشخصيات للدفاع عن نفسها وأفكارها وآرائها وخططها ومواقفها، ومرافقتها في مواجهة الآخرين من المهاجمين لها.
- إتاحة الفرص للمتحدثين والجمهور من أجل تقديم الدروس الوطني وخلاصة التجارب الفكرية التي ترفع من درجة الحماس والانتماء الوطني وتدعو إلى المزيد وتضيف صوراً جديدة من صور العمل الجاد في سبيل الواجب.

- معرفة المواقف الرسمية ونصف الرسمية من الواقع الحالي بكل صوره وأبعاده المختلفة حتى الرمادية والسوداء منها.
- قد يكون المؤتمر بمثابة "بالون اختبار صحفي" لقياس ردود الأفعال الجماهيرية وحجمها ومبلغها من القوة أو الضعف، على ما يقدمونه من أخبار وآراء ومواقف وتوجهات، ليقرر على إثرها المضي بها أو تعديلها أو إلغاؤها.
- عروة وسطى وأدوات حوار تجمع المسؤولين والسلطات والرأي العام وممثليه، وبشكل كفوء يفوق كل أنواع اللقاءات الأخرى كالندوات والورشات، حتى في حالة النشر عنها.
- تمتلك عناصر جاذبية يفرضها النقاش تقتند إليها كل الأنواع التشاورية الأخرى.
- تقديم أو تعديل أو تغيير الصورة عن الشخصيات أو المؤسسات أو الدول وفق ما تسعى إليه المؤسسة منظمة المؤتمر.
- قياس أولي بسرعة كبيرة لما يفكر فيه الرأي العام ودرجات استجابته للمواقف والأحداث، خاصة خلال الأزمات.

على الضفة الأخرى لا تسلم المؤتمرات الصحفية من انتقادات واتجاهات سلبية توجه إليه، وأبرزها ما قاله "جون هانبرج" الذي يرى المؤتمر أسوأ طريقة ممكنة لتغطية الموضوعات، وجمع المعلومات، فالقول أمام جمع قد يختلف فيما لو انفرد الصحفي بالقائل واستخدم تقنياته الخاصة في الاستجواب بدل سؤال واحد متنوع المشارب والأطراف والسائلين، وبدل من حاضرين موجه لهم الدعوة بشكل متعمد، بعيداً عن موضوعية الاختيار، ما يعني أن ثمة سلبيات مرتبطة بموضوع المؤتمر وطرق وأساليب إعدادة، وتوقيته، وتزامنه مع أحداث ربما أكثر أهمية، إلى جانب سلبيات ترتبط بالشخصيات المتحدثة، وكفاءتها واستعدادها لإجراء حديث المؤتمر، دون تجاهل السلبيات المرتبطة بنظام وإدارة المؤتمر الصحفي، والإلزامية توجيهه، كتجاهل صحفيين، وعدم اختيارهم لطرح أسئلتهم، وتجاهل أسئلة وتوفيت الفرصة على أصحابها، مقابل تقديم صحفيين موالين يدعون (أصحاب المؤتمر)، ومنحهم كل وقت المؤتمر، أو قطع المؤتمر في أي لحظة يريدونها المنظمون تحت حجة الوقت المخصص، إلى جانب أنه لا أحد يتوقع أن يكون المتحدث صريحاً 100%، ولعل أفضل دليل على ذلك إقرار وزارة الخارجية الأمريكية بوجود أخطاء كثيرة في المعلومات في بعض مؤتمرات الرؤساء الأمريكيين، بحجة أن الرئيس لا يستطيع خلال مؤتمر لا يستغرق أكثر من (30) دقيقة الإجابة بدقة عن كل الأسئلة المتنوعة والمعقدة التي توجه إليه من قبل صحفيين متعددي الأساليب والمهارات والانتماءات والمشارب، والاتجاهات، وربما اللغات، لتصل بالمؤتمر ليكون مجرد "دبلوماسية كاذبة"، أو اجتماعات ملونة بوجه أصحابها، أو اجتماعات تبريرية على الكل الاقتناع بفحواها، أو تقليد لا بد أن ينعقد حتى لو كان بشكل روتيني، لا يمكن لأحد لتعدد وتنوع وتمايز الحضور السيطرة عليه، أو تحقيق انفراد أو سبق صحفي أو خبطة صحفية، من خلاله.

(2) تصنيف الأحاديث استناداً إلى تقسيم الحديث الصحفي وتصنيفه وفق خمسة أنواع:

- أ) حديث الخبر أو الحقائق.
- ب) حديث الرأي.
- ج) حديث المعلومات أو التسلية أو الإمتاع.
- د) حديث الجماعات.
- هـ) حديث المؤتمرات.

(3) تصنيف الأحاديث استناداً لرسمية الشخصية المقابلة:

- ووهنا يقسم الحديث الصحفي إلى قسمين رئيسيين هما:
- حديث رسمي.
 - حديث غير رسمي.

(4) تصنيف الأحاديث استناداً لوسيلة المقابلة:

- إلا أن أبرز أشكال الحديث الصحفي ثلاثة صار لكل منها ملامحه المتميزة، وهي:
- الحديث الصحفي المباشر.
 - الحديث التلفزيوني.
 - الحديث الإذاعي.
 - الحديث الإلكتروني، ومن ضمنه الحديث الإلكتروني المباشر وحديث الإيميل الإلكتروني غير المباشر
 - حديث الهاتف.
 - حديث الفاكس.

(5) تصنيف الأحاديث حسب المدرسة الأنجلوسكسونية: والتي ترى أن أشكال الحديث

هي:

- أ) **المقابلة المعلوماتية:** وتعد المقابلة المعلوماتية النوع الأساسي من المقابلات؛ وهي مقابلة يسعى الصحفي من خلالها إلى جمع الحقائق، ولا يمانع الضيف في تقديمها؛ وبالنسبة لهذه المدرسة يرى "جون سنو من أخبار القناة الرابعة البريطانية" أن المقابلة ليست منافسة بين متصارعين؛ بل تسعى للحصول على الإجابات، ما يجعل حديث المقابلة إجمالاً عملية تنقيب عن المعلومات.
- ب) **مقابلة الرأي:** وهنا بدلاً من الاستماع إلى أشخاص، وهم يسردون المعلومات أو يعددون الحقائق، فإن الأكثر متعة وإثارة الاطلاع على مشاعرهم تجاه قضية معينة، فهدف مقابلة الرأي هو التعرف إلى آراء الضيف.

استطلاع آراء الجمهور (الفوكس بوب): (Vox Pop): وتُعرف هذه المقابلات القصيرة باستطلاع آراء الجمهور أو (Vox Pop) بالإنجليزية، وهو تعبير مشتق من اللاتينية معناه "صوت الشعب".

ج) **المقابلة العاطفية:** وتعتبر المقابلة العاطفية وثيقة الصلة بمقابلة الرأي، ففي الإذاعة والتلفزيون، تتضمن أكثر البرامج متعة فقرات يعرب فيها الأفراد عن عواطفهم للمستمعين أو المشاهدين الذين يستطيعون تفهم الغضب أو الأسى أو الفرح أكثر من تفهم وجهات النظر والحقائق البحتة، بالتالي من الأسئلة البديهية (التي غالبا ما تُطرح) "كيف تشعر؟".

د) **مقابلة المواجهة:** مرت ثلاثة أيام منذ أن أسفر اصطدام قطار عن مصرع ستة أشخاص دون أن تقدم الهيئة المسؤولة تفسيراً لسبب الحادث، ومن المقابلات الشهيرة في تلفزيون بي بي سي، مقابلة كرر فيها المذيع السؤال نفسه سبع عشرة مرة على أحد الوزراء لاعتقاده أنه لم يتلق إجابة مرضية، فهذه المقابلة، في أقصاها، تشبه استجواب محام لشاهد في محكمة.

هـ) **المقابلة الاعتراضية:** عندما تصل مقابلة المواجهة إلى حدودها القصوى فإنها قد تتحول مقابلة اعتراضية، أو مقابلة اعتراض السبيل، التي تعني حرفياً "عتبة الباب"، ويقصد بالمقابلة الاعتراضية تلك المقابلة التي تُجرى مع شخص لا يرغب في الرد على الأسئلة، سواء على عتبة باب منزله أو مكتبه أو سيارته أو في الشارع أو في مكان آخر لا علاقة له بموضوع المقابلة، ويجب أن يثبت الصحفي للجمهور أنه يبذل كل جهد ممكن لعرض جميع جوانب الخبر.

و) **المقابلة التحليلية:** حيثما توجد آراء وتفسيرات متضاربة، من المفيد الاستعانة بشخص قادر على تفسير القضية أو الموضوع بصورة إجمالية، وتهدف المقابلة التحليلية تلخيص وشرح الجوانب المختلفة ووضعها في سياق تاريخي وسياسي أوسع، فالمحدث أو الخبير هو عادة شخص "ودود" مثل:

- مراسل متخصص في الموضوع (مثلاً الدفاع).
- مراسل ذو خبرة مطلع اطلاقاً وثيقاً على الموضوع أو الخبر.
- أكاديمي أو خبير خارجي.

ز) **المقابلة الترفيهية:** ومن أهم أنواع المقابلة الترفيهية ما يمكن تسميته مقابلة الشخصية (Personality) أو البروفايل (Profile)، التي تسعى إلى تسليط الضوء على شخصية الضيف وحياته الخاصة، وعادة ما يكون الضيوف نجومًا أو شخصيات مرموقة، وفي بعض الأحيان أفراداً عاديين قد تكون لهم أحيانا قصص مشوقة يحلو الاستماع إليها.

6) تصنيف الأحاديث الصحفية التقليدي والأكثر شيوعاً:

ينطلق هذا التصنيف من الرؤية التقليدية لأهداف الحديث الصحفي والذي يضع أشكاله ضمن ثلاثة أنواع للحوار لا رابع لها، هي:

(1) **حوار المعلومات:** ويستهدف الحصول على بيانات أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات أو الأحداث، ومن ثم فإن هذا النوع من أنواع الحوار يقتصر على المتخصصين، أو الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع، أو المناسبة التي يجرى الحوار حولها، بغية تزويد المستمع بمعلومات معينة في موضوع ما لأهميته ما يعني تركيزه على الموضوعات الهامة والأحداث الجارية أو الحصول على معلومات حول مؤسسة ما.

(2) **حوار الرأي:** وهو الحوار الذي يستهدف عرض آراء الأشخاص، ومواقفهم إزاء موضوع أو قضية عامة، وقد يكون ذلك بهدف الوقوف على الاتجاه العام، أو بهدف تشكيل رأي عام في قضية معينة، وفي كلتا الحالتين فإنه لا توجد مواصفات معينة لضيف هذا النوع من الحوار، فكل من له رأي أو موقف أو وجهة نظر في الموضوع المثار يصلح أن يكون ضيفاً لهذا النوع من برامج المقابلات، وبالتالي تسعى لطرح أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة، أو موضوع بعينه أو يعالج الموضوعات التي تحتوى على نقاط متعارضة، ولا يهدف إلى جمع معلومات، بل التعرف على كيفية تفكير الناس حيال المسائل المطروحة في الساحة.

(3) **حوار الشخصية:** يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساساً على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارته لاهتمام وانتباه المشاهدين والمستمعين، وعلى ذلك فإن شخصية الضيف الهدف الأول والأخير لهذا النوع من برامج الحوار، سواء كان من المشاهير أو البارزين في مجالات الفن أو الرياضة أو السياسة، أو كان من ذوي المواهب والقدرات الفذة، أو حتى من الأشخاص العاديين، جعل سبب أو آخر الشخصية هامة، واكتسبت أهميتها من خلال الإنتاج والعمل، ف فالمتلقي دون شك يريد معرفة قصة هذا النجاح الكبير وكيف تحقق، وعادة يشترك إلى معرفة كيف يعمل الآخرون؟ وكيف يفكرون؟ والشرط الوحيد الذي يشترط توافره هو قدرة الشخص على التعبير، ورغبته في أن يتحدث للناس من خلال الحوار، وبالتالي يجرى هذا النوع عادة مع شخصية مشهورة في مجالها وتخصصها معروفة للرأي العام، بغية إحداث الاتصال بين الشخصية المشهورة والمعرفة وجمهور المستقبلين، والمطلوب ان تكون هذه الشخصية التي يتم عرضها بواسطة هذا النوع مثيرة للانتباه بشكل أو بآخر. وقد تكون شخصية وعلى ضوء ما ذكر يمكن القول بأن عناصر هنا هذا الحوار هي:

- صحفي يجرى المقابلة.
- شخص أو ضيف تجرى معه المقابلة.
- موضوع المقابلة الذي يدور الحوار حوله.
- أسئلة يوجهها المذيع إلى الضيف لتكشف عن أبعاد الموضوع وجوانبه المختلفة
- المتلقي الذي يتابع الحوار معاً من جانب السائل والمجيب ويعتبر نفسه في السؤال والجواب شريكاً معهما والذي يبحث هو الآخر مع الصحفي عن المعلومات والأفكار والآراء عند الضيف.

ثانياً: أنواعه الحديث التلفزيوني وأشكاله المختلفة:

يمكن تحديد بعض أشكال الحديث لتتضمن الحديث التلفزيوني المباشر، وحديث الجماعة، أو حديث الاستفتاء، وتغطية المؤتمر الصحفي، والندوة الصحفية، وتغطية الخطبة والاجتماع لعام، فالحديث التلفزيوني كنوع تلفزيوني عبارة عن أداة و(أسلوب أو فن أو طريقة) للحصول على معلومة أو لإيضاح ظاهرة، أو لحل مشكلة أو للتعرف على حدث أو قضية أو شخصية، وهو ككل أداة يختلف من حيث المضمون والشكل والحجم والهدف، وهذا ما يفسر وجود أنواع من المقابلات التلفزيونية؛ حيث يختلف الباحثون في تصنيفها، وثمة طرق عديدة لتصنيف هذه المقابلات، ولعل أبرزها:

- التصنيف حسب الهدف (إعطاء معلومات، وجمع معلومات، وتحليل ظاهرة، الحصول على الآراء....).
- التصنيف حسب الحجم: (أحاديث قصيرة، معيارية، كبيرة أو موسعة...).
- التصنيف حسب المكان: (أحاديث ميدانية، داخل الاستديو، مختلطة).
- التصنيف حسب أسلوب إدارة الحديث: (أحاديث النقاش، الحوار، المونولوج...).
- التصنيف حسب الجو السائد في الحديث: (حديث هادئ، والصعب، والحساس، والعاصف أو المواجهي أو العدوانية...).
- التصنيف حسب أسلوب المعالجة: (أحاديث السبر، والتحري والتقيب، والمسح والتعرف...).
- التصنيف حسب الأداة: (أحاديث مواجهة، وعبر الهاتف، وعبر الأقمار الصناعية...).
- التصنيف حسب طرق الإذاعة: (أحاديث مباشرة تذاع على الهواء، ومسجلة تذاع في وقت لاحق....).

وفيما يلي أبرز هذه التصنيفات لأنواع الحديث التلفزيوني وأشكاله التي يبقى تنوعها في حدود وحدة النوع، ويعكس غنى وثراء الإبداع الصحفي في هذا المجال، مع عدم وجود جدران فاصلة بينها، بل تتقاطع لتصنف وفق السمة الغالبة أو العنصر المهيمن أو الغالب فيها:

1) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لأسلوب عرضها:

- أ) **المقابلة المتعلقة بالواقع:** كما هو الحال في الصحافة الإذاعية والقصص الإخبارية وهي مقابلة قصيرة عادة حيث لا تزيد مدتها عن 30-40 ثانية، وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى دقيقتين، وذلك حالة اعتماده على موضوعات هامة أو معقدة، وكثيراً ما تخضع لعملية (مونتاغ) كي تتاح الفرصة لظهور أكثر من شخص يتحدث كل منهم جملة أو جملتين ويشاركون جميعاً في موضوع واحد.
- ب) **المقابلة الاستعراضية: Interview show:** وهي مقابلة تنفذ بالراديو أو التلفزيون وقد تكون المقابلة الاستعراضية مقابلة كلية (تستغرق الوقت كله)، أو تتركب من أشكال متنوعة مثل الأخبار والترويج لمقابلات. ويمكن تنفيذ هذا النوع من المقابلات من داخل قاعات العرض بالمسارح وما إلى ذلك. أما

مدة البرنامج فقد تكون من 15-30-60 دقيقة وتصل في أحيان أخرى إلى 90 دقيقة وفي هذه الحالة ينبغي التدقيق في اختيار الضيف الذي يستحق ان يمنح مثل هذا الوقت.

(ج) **الفيلم التسجيلي: Documentary Film:** ويستخدم هذا النوع من المقابلات في التلفزيون فقط، وبطبيعة الحال هي مقابلة تسجيل على فيلم أو شريط فيديو وتتخللها لقطات تتصل بموضوع المناقشة، ويمكن أن يقوم هذا النوع من المقابلات على ضيف واحد، أما عندما يكون موضوع الفلم قضية أو مشكلة تستحق التسجيل فيمكن اجراء المقابلة مع ستة اشخاص، إذا كان الوقت المخصص في حدود 30 دقيقة، ومع اثني عشرة شخص إذا كانت مدة المقابلة ساعة كاملة.

(د) **الحديث الاستعراضي: Talk show:** وهي المقابلة التي تجري مع ضيف البرنامج داخل الاستديو، وهذا ما يحدث في الغالب أو تجرى معه تلفزيونياً إذا كان موجوداً في مكان بعيد عن المحطة، ويعد هذا البرنامج الجماهيري مستمد من المناظرات الرئاسية الأمريكية، التي يتحول فيها الحوار إلى عرض بصري، يلمس من خلال ضرورة وجود المحاور النجم المتمكن من مواجهة الجماهير سواء بحضورها وتواجدها في الاستوديو، ولهذا فهذه النوعية ليست حديثة كما يتصور البعض، وليست وليدة الإرسال التلفزيوني عبر القنوات الفضائية لكنها نوعية سبق تواجدها على مدى سنوات الإرسال الإذاعي.

(هـ) **السرد التاريخي: Oral History Interview:** وهي نوع من المقابلات يستخدم فيه المذيع الذي يجري المقابلة الفيلم أو الفيديو والشريط الصوتي ليسجل معلومات يعيد جمعها من الاشخاص وتتعلق بتجارب أو أحداث وقعت أو مذكرات.

2) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لطبيعتها وأهدافها وغاياتها:

(أ) أولاً: الأحاديث التلفزيونية الإخبارية "Informational Interviews": وتوازي في الصحافة حديث المعلومات، فمن خلالها يحصل الجمهور وبشكل مباشر وعبر حوار حي ومتطور مع شخصيات كفؤة، على معلومات آنية ومتنوعة، سواء عبر تقديم معلومات سريعة عن الحدث، عبر مقابلة قصيرة، أو من خلال تقديم تغطية كاملة وشاملة لتطور عبر مقابلة موسعة، ويمكن في الممارسة العملية ملاحظة استخدام الأنواع التالية من نماذج الأحاديث التلفزيونية الإخبارية:

- حديث إعطاء المعلومات: والذي فيه الاعتماد بشكل كامل على الشخصية أو المصدر، وذلك لأن الوظيفة الأساسية لهذا النوع إعطاء معلومات وبيانات وتوضيحات.
- حديث جمع المعلومات: والذي يكون فيه المدى أوسع، لأن المطلوب ليس فقط جمع المعلومات، بل جمع الوقائع والآراء والإيضاحات والمواقف والمشاعر وردود الفعل.
- الحديث الإخباري المباشر: الذي يهدف إلى تغطية إخبارية سريعة وربما مباشرة للحدث، كما يهدف الحصول على معلومات لتحقيق الهدف المحدد، ما يميزه بإيقاعه السريع، وأسئلته الكثيرة، خاصة ذات النهايات المغلقة، كما يتميز كذلك بأجوبته المختصرة.

• الحديث الإخباري غير الموجه: والذي يهدف أيضاً لتغطية حدث معين، ولكنه يترك قدراً أكبر من الحرية للشخصية أو المصدر لتقديم روايته وتذكرها، التي يمكن أن تكون إلى حد ما موسعة للحدث، وتأتي أسئلة الصحفي هنا بقصد التوسع والتوضيح، ما يميزه بأسئلته الأقل والموجهة، وأجوبته الأكبر والموسعة، التي ربما تكون ذات طابع شخصي، لكنها تنسم أكثر بالدقة، عبر الأسئلة ذات النهايات المفتوحة.

• الحديث المشروع: يستخدم هذا المصدر عند تغطية حديث هام متعدد الجوانب والمصادر، أو عند معالجة قضية تتضمن محاوراً عدة، ومن خلال شخصيات متعددة، ما يلزم الصحفي إجراء أكثر من مقابلة تليفزيونية بهدف جمع المعلومات المتناثرة، عن المواقف أو المحاور المتعددة، من شخصيات ومصادر متنوعة، وذلك وفق مشروع مخطط سلفاً لجمع هذه المعلومات، ما يشكل مادة متكاملة توضح مجمل جوانب الحدث أو القضية.

• حديث شاهد العيان: ويتميز بإيقاعه السريع عبر مقابلة شاهد عيان، وتتعدى مهمته جمع المعلومات إلى الحصول على الانطباعات والملاحظات، وصولاً إلى التقييمات الشخصية، ما يلزم تقديم أسئلة مناسبة تساعد في الحصول على تفاصيل كافية لإعداد قصة إخبارية أو تقرير إخباري أو حتى مادة تسجيلية أو وثائقية.

ب) أحاديث الموضوعات التليفزيونية "Thematical Interviews": وهو الحديث الذي يجريه الصحفي مع شخصية معينة وربما أكثر، سواء كانت شخصية اعتبارية أو مسؤولة أو خبيرة أو مختصة، أو شاهد عيان، حول موضوع معين، قد يكون حدثاً، أو ظاهرة أو قضية، أو مشكلة، ليست شرط أن تكون مرتبطة بآنية مطلقة، كقضية الزواج المبكر أو البطالة أو ... بغرض شرحه وتفسيره وتحليله، ما يجعل البعض يطلق على هذا النوع لقب "الحديث الاستكشافي"، أو "حديث السبر" أو "مقابلة المسح".

ج) أحاديث الشخصيات التليفزيونية "Personal Interviews": يشابه حديث الشخصية في الصحافة ويجرى هذا النوع من الأحاديث من اسمه مع شخصية اعتبارية بارزة أو مشهورة أو مبدعة أو مسؤولة أو خبيرة أو مختصة، بهدفها تقديمها إلى الجمهور، وتعريفه بأعمالها وإنجازاتها ومآثرها ومواقفها وآرائها بالقضايا والأحداث، والتطورات والظواهر، سواء في موضوع تخصصها أو مجمل آرائها بالحياة، ما يجعل بطل هذا الحديث هو الشخصية، والهدف المركزي تقديم صورة واضحة ومتكاملة عنها، ومن أمثلة هذا النوع الذي يتنشر على مساحة الفضائيات العربية: "ظلال شخصية" في التليفزيون السوري، و"ضيف الأسبوع"، ولقاء خاص، على الجزيرة، و"المشاء" على العربي، وخليك بالبيت على المستقبل، و"البيت بيتك" على الفضائية المصرية، و"حوار العمر" على LBC، ويتميز هذا النوع من الأحاديث بما يلي: ويتميز هذا النوع من الأحاديث بما يلي:

- يتراوح طوله من خمس عشرة وحتى مائة وعشرين دقيقة أو أكثر، وبالتالي يبت هنا على حلقات، على مدى أيام متتالية.

- يحتاج هذا النوع من الأحاديث إلى شخصية بارزة وجماهيرية ومقتدرة، وذات خبرة اتصالية غنية، تُمكنها من إتقان فن مخاطبة الجمهور.
- يحتاج إلى صحفي تليفزيوني مُطلع (استعد وحضر جيداً)، وقادر على إجراء حوار حي ومباشر ومتطور وجذاب، وقادر على إقامة ألفة وثقة ومودة مع ضيفه وجمهوره.
- غالباً ما يكون الموقف إيجابياً من الشخصية، فمجرد اختيار الشخصية لإجراء مقابلة من هذا النوع معها، يعني التعبير عن قدرٍ معين من الموقف الإيجابي إزاءها، ولذلك غالباً ما يغيب الموقف الهجومي في هذه الأحاديث، والأسئلة الاستفزازية، وحتى الأسئلة ذات النهاية المغلقة. ويسود الموقف الودي، والأسئلة التأسيسية ذات النهاية المفتوحة، التي تتيح للشخصية أن تقدم الأجوبة المفصلة والموسعة بالشكل الذي تريد، وعليه يحدد الصحفيون عشرين سؤالاً يمكن توجيهها في حديث الشخصيات (وخاصة النوع الخفيف منها)، هي:

1- ما أسعد (أو أسوأ) المناسبات في حياتك؟

2- ما الأمور (أو الأشياء أو الشخصيات أو التصرفات) التي تثير غضبك أو حزنك أو سعادتك؟

3- ما الذي يضحكك أو يبكيك؟

4- ما الأحداث الهامة في طفولتك؟

5- ما أبرز سمات شخصيتك؟

6- ما أسوأ أخطائك؟

7- ما الأشياء المادية التي تود اقتناءها؟

8- ماذا تقرأ؟

9- من أبطالك، ولماذا؟

10- ما أهدافك أو مشاكلك الكبرى؟

11- ما نوعية الناس الذين تعاشرهم؟

12- أين وكيف تقضي وقت فراغك؟

13- ما القضايا التي تهلك؟

14- ما اليوم النموذجي بالنسبة لك؟

15- بماذا تحلم؟

16- كيف تستجيب لمشكلة ما؟

17- ما الانعطافات الهامة في حياتك؟

18- ما الذي تأسف عليه في حياتك؟

19- إذا أردت أن تصف شخصيتك، ماذا تقول؟

20- كيف تريد أن تذكر؟

3) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لقوالب وبرامج الندوات والمناقشات وأشكالها الفنية:

تعرف برامج الندوات والمناقشات بأنها البرامج التي تأخذ شكل حوار، أو أي شكل من أشكال الحوار، حتى أنه أحياناً يطلق عليها لقب "برامج الحوار الدائري"، التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المختصين ببحث موضوع معين، وتناوله من جوانب كافة، سواء اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، لكن نقطة الاتفاق والاختلاف جعلت البعض يقررون نوعين من هذه البرامج أطلقوا عليها اسم "برامج الندوات"، و"برامج و"برامج المناقشات"، مفرقين بينهما بأن برامج الندوات هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في وجهات النظر، فكل منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جوانب الموضوع، ويكملة الآخر، أما الموضوع الواحد الذي تختلف حوله آراء الآخرين يحاول كل منهم أن يقنع الآخر بوجهة نظر، ويثير الخلاف معه، ويبرز الخلاف في الآراء، فهذا يعرف باسم برنامج "المناقشات"، وهذا ما ينطبق عليه القول المأثور: "إذا أردت مناقشة ناجحة فاجمع الخصوم في الفكر معاً، ودعمهم يتعاركون أمام الكاميرا والمايكروفون"، ما يجعلها من أكثر أنواع البرامج المناسبة لمعالجة وعرض القضايا والمواضيع الجادة، التي تهم الرأي العام، وتكون مثاراً لجدله، كونها تساعد الجمهور على التفكير، وتنشط حياته الاجتماعية، وتكشف الأبعاد الحقيقية للمشكلة، وتفتح الطريق وصولاً إلى الرأي الصحيح، وتضع المسؤولين أمام مسؤولياتهم. مقدمة كل الآراء واطعة المتابعين أمام بدائل الاختيار والتقييم لما قدم وتم التناقص حوله.

وبالنسبة للندوة والمناقشة فإنهما يعتمدان بالدرجة الأولى على مناقشة موضوع بين عدد من الأشخاص لا يقلون عن اثنين، ولا يزيدون عن أربعة، ذات صلة بموضوع الحوار، يدخلون في حوار متوازن ومقبول، لا تعصب أو تحزب فيه، فغرض المناقشة هو توضيح المسألة المعروضة للنقاش برمتها، قبل أخذ الجمهور إلى جانب دون آخر والتأثير عليه، والذي فيه عادة ما يطرح الصحفي سؤالاً واحداً أو أكثر على كل شخص مشترك في الحوار، وتنقل الإجابات واحدة بعد الأخرى، ويعرض ذلك بأسلوب جذاب، عبر إعداد مسبق حتى لا تتدخل أسئلة المتحدثين، وتتشاكل، لأن الدراسات أكدت أن جمهور هذه البرامج أكثر نخبة ومن الصفوة الفكرية، كما بينت قلة جاذبية وقبول رواج هذه البرامج مقارنة بالبرامج الترفيهية الأخرى، رغم أن هذه البرامج قد تستضيف عدد من المختصين والمسؤولين المرتبطين بالأحداث الجارية المهمة، وقد يقدمون الجديد حولها، ما يربطها بالعمل الإخباري، ولا يكتفي بعرض موضوع فكري أو ثقافي أو اجتماعي، تختلف هذه الأشكال وفقاً لاعتبارات كثيرة، منها مكان وجود المشاركين وعددهم، ومدى مشاركة الجمهور بفاعلية، وأسلوب إدارة الندوة، وهنا يذكر أن برامج المناقشات والندوات قد تصبح وطيدة الصلة بالعمل الإخباري، ليس في مجال شرح وتفسير الأخبار

فقط، بل وفي مجال صنع الأخبار واستيفائها من مصادرها أيضاً، وفي كلتا الحالتين تؤدي وظيفتها مستهدفة تحقيق عدد من الأهداف الأساسية أبرزها " شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأي عام ووجهات نظر محددة حيالها، مع تقديم المعلومات والحقائق إلى الناس بطريقة مبسطة وقريبة إلى نفوسهم، تغلب عليها التلقائية والعفوية، إضافة إلى زيادة ثقة المتلقي وقناعته نظراً لإحساسه بالمشاركة، أو إحساسه بأنه يحصل على المعلومات من مصدرها مباشرة "دون وجود وسطاء في نقل الخبر"، خاصة إذا كانت هنالك تصريحات للمسؤولين وردت على لسانهم أثناء المناقشة، **ومن أبرز أشكالها:**

- **الدائرة المستديرة "Round Table":** ويشير إلى اجتماع المشاركين حول مائدة داخل الاستديو يتبادلون الرأي ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال أسئلة يوجهها إليه مدير الندوة، أو الجوانب والموضوعات التي يطرحها عليهم للمناقشة، وهذه تعد المائدة المستديرة: وهو تعبير أولي وتقليدي الأسهل وهو امتداد للمقابلة الصحفية التي يقوم فيه الصحفي أكثر إيجابية من دور قائد المناقشة، حيث يعرض ويقدم آراءه في هيئة أسئلة ليدفع صاحب اللقاء إلى التحدث والتعمق في موضوعه، أما المناقشة فيؤدي قاندها دور المقدم لامتناعه عن المشاركة وإقحام نفسه عليها، ومهمته إعادة الحوار إلى نصابه حين يصل التصادم حده بين المشاركين.

- **المناظرة "Debate":** وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثل طرفان يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الاستديو أو يكون كل منهما في مكان ويتحاوران عبر الأقمار الصناعية، وربما توجه لهما دون أن يعرف كل منهما الآخر أو يلتقيان تواجهاً، ما يجعل المناظرة تحتوي بحكم طبيعتها على تشاحنات وتصادمات درامية لفظية مباشرة في عند عرض وفحص كل رأي، بغض النظر إذا كان ذلك بين المؤيد والمعارض أو الإيجابي والسلبي أو بين الموافق والرافض، ما يوجب على طرف استخدام كل قوته الإقناعية لتقنيد حجج الآخر وتحطيم فكرته المناوئة، وعموماً تبقى فكرة المناظرات التليفزيونية ذات أصول ترجع للمناظرات الرئاسية الأمريكية التي كانت ولا زالت من أكثر فترات المشاهدة عند نقلها تلفزيونياً، كما أنها بذرة ولادة برامج "Talk Show".

- **الندوات الجماهيرية:** وهنا لا يختلف الأمر إلا بحضور الجمهور هذه الندوات والمناقشات، ما يلزم عقدها داخل استديو خاص مجهز لذلك، أو في بقاعة خاصة خارج المحطة، وقد يكون حضور الجمهور رمزياً لمجرد الحضور، وإشعار المتحدثين بمتابعتهم جماهيرياً، أو يشترك الجمهور بالمناقشة فعلياً عبر تخصيص وقت لهم، لعرض رأيهم بالموضوع أو للتعليق والتعقيب على ما قيل من قبل الضيوف.

- **المناقشة التفاعلية:** ويتم فيها الحوار لأشخاص داخل الاستديو، وخارجه عن طريق شاشة تلفزيونية ضخمة، يمكن أن تصل انفعالاته وصوته الى مكان الحوار وبالعكس، وغالباً ما يتم ربط عدة شخوص ومن عدة أمكنة داخل حلبة الحوار.

- **المناقشة الجماعية "Group Discussion":** تهدف للوصول إلى حلول للمشكلات المعروضة، وصولاً إلى معلومات ونتائج موضوعية لأهداف ذات فائدة مشتركة، وذلك عبر استخدام مبدأ التفكير الجماعي، والبحث الموضوعي لجميع المشاركين، الذين لا يتعارضون، لكن يفحصون جميع الآراء المقدمة، بطريقة موضوعية ومنطقية، وصولاً إلى اتخاذ القرار، والاتفاق على أحسن الحلول المقبولة من جميع أعضاء المناقشة، وبلورة مفهوم واضح ومحدد للمشكلة، وتشخيصها عن طريق البحث الموضوعي، كمسببات وحلول، ورغم عدم اشتراك مدير المناقشة فيها، إلا أن دوره يقوم على توجيهها وضمان موضوعيتها، والاشتراك الفعلي لجميع المشاركين، دون سيطرة أحدهم على الحوار، وتمتع الجميع بحرية الطرح والمناقشة، أو إخراج الحوار من موضوعه المركزي.
- **الندوة الأفقية "Symposium":** ويشمل كل من الندوة والمناقشة، عبر استضافة بعض الشخصيات التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق للموضوع المطروح موضع الاهتمام، ويمنح كل منهما بالتساوي الوقت اللازم لعرض أفكاره وتحديد آرائه والجواب عن السؤال المحدد، وعادة يكون السؤال موحداً، ثم يقسم الطرح لتناول على الأقل جانبين واضحين، ما يعني مشاركة خبيران يعالجان الموضوع مع ثالث يطرح الأسئلة لتكملة إجابات الخبيرين، كما يمكن حضور الجمهور، وطرحه أسئلة على المشاركين في الندوة ومناقشتهم، بعد انتهاء الجميع من عرض وجهات نظره بالموضوع.
- **وثمة تصنيف آخر منطلقه المحطات المحلية، ويشمل الأشكال الحوارية البرمجية التالية:**
- **ندوة الحوار المباشر:** تكون بين الجماهير التي يحضرونها، ولذلك هي أشبه بالاستفتاء على موضوع محدد، فالجمهور هو فقط الذي يشترك بالنقاش والحوار، دون حضور ضيوف، فقط الجمهور والإذاعي الذي يدير الحوار وينظم النقاش ويطرح الأسئلة ويعطي الإذن بالكلمة، بلباقة وسرعة خاطر وبديهة وحزم، ومن هنا يبرز الموافقون والمعارضون وتبرز وجهات النظر المتباينة، وينبغي على مدير الندوة هنا تلخيص تلك الوجهات واستخلاص النتيجة النهائية.
- **ندوة الضيف الواحد:** يشترك فيها ضيف واحد توجه إليه الأسئلة، بعد أن يعرض بنفسه الموضوع ووجهة نظره فيه، ثم يتولى الرد على أسئلة المحاور، وعموماً يتعارض هذا الشكل مع الرأي القائل أن برامج الندوات والمناقشة يجب أن لا يقل عدد ضيوفها عن اثنين متناسقي أو متعارضني الأفكار، ما يجعله أقرب للمقابلة التقليدية الخاصة بالرأي.
- **ندوة الفريق الثابت:** ويؤسس على وجود فريق ثابت من أهل الرأي والفكر والإعلام لمناقشة القضايا المطروحة، التي عادة لا تتطلب تخصص محدد، يفرض تغيير في هذا الفريق، وتتخذ طابع المحلية أكثر، وعندها يتكون الفريق من أبناء المجتمع المحلي ومسؤوليه ومفكره وإعلاميه وشخصياته الشعبية...
- **ندوة الجو المعتدل:** ويقصد به الندوات التي يجري فيها النقاش حول موضوعات لا خلاف عليها، أو ليس فيها اختلاف أو تعارض في وجهات النظر، فيتحدث فيها أخصائيين كل في مجال متمم للآخر،

وهذا يندرج تحت عنوان الندوة التي يلزم أن لا خلاف بين الأطراف المتناقشة، وبالتالي فجو الندوة الهادئ يتيح الشرح والإيضاح، وعلى مدير الحوار همنا ضمان عدم خروج النقاش من دائرة موضوعه من جهة، وعدم تعكير صفوه وصولاً إلى إشعال حرارته، ما يعطيه لقب "الملطف، Moderation"، الذي يلطف جو الحوار بحيادية وموضوعية، وضمن استمرار الجو المعتدل فيه.

- **ندوة الجو الساخن:** وعلى نقيض نوع الندوة السابق، تختلف وجهات النظر هنا اختلافاً جوهرياً، ما يجعله يدخل البرنامج في دائرة نوع "المناقشة" الذي يشهد فيه الحوار، ويزداد سخونة، وليس الندوة، وبالتالي على مدير الحوار هنا تهدئة صراع الأفكار المتناقضة، كما يفضل اترك متخصص التي من المتوقع مسبقاً إثارته للنقاش الساخن والجدل والنزاع الفكري.
- **ندوة الأفكار المستحدثة "Innovations":** وتؤدي بهذه الندوات المحطات دورها التنموي محلياً، من خلال التوجيه والتعليم والتربية، خاصة حينما يتناول قضايا وأفكار مستحدثة ترتبط بتلك المضامين، ما يلزم توجيه تلك الأفكار وتثبيتها وتحويلها إلى فعل إيجابي.

4) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً لمكان إجرائها وتسجيلها:

يمكن تصنيف المقابلات التلفزيونية استناداً لمكان إجرائها وتسجيلها إلى نوعين رئيسيين هما:

أ) مقابلات خارج الاستديو: وتضم:

- **مقابلات التقرير:** والمقصود بها المقابلات التي يجريها المراسل بغرض استخدام مادتها في تقريره، وهذا النوع يجري في مكان الهدف، ووضع الكاميرا يكون فوق الكتف "over shoulder" أي موجهة نحو الهدف من الحلف وأعلى الكتف، ويكون وضع الصورة في الإطار متوسطاً "medium close up"، في حين يكون صوت المراسل هو فقط المسموع، وهنا تتطلب أيضاً لقطات إضافية للمونتاج كحركة يدين أو إيماءة رد فعل.
- **مقابلات العتبة: "Door stepping":** وهذه المقابلة يشرحها مصطلحها، حيث المقصود وقف المراسل على عتبة مبنى ما، انتظاراً لخروج الشخص الذي ينوي إجراء المقابلات معه، والاسئلة تكون هنا مباشرة في العادة، وقد يتطلب المراسل لأن يصرخ بأعلى صوته عندما يطرح السؤال كي يسمعه الخارج من الباب، وإذا كان المسؤول محباً للقناة، ويقدر قيمتها ويساير اتجاهها، على المراسل أن يصرخ باسم قناته ليثير الانتباه إليه وإلى وجوب استيقاف المسؤول كان يقول "الفضائية الفضائية....."، وعندما يركض الصحفي باتجاه الهدف عليه أن لا ينسى أن يكون معك المصور وإلا سيكون وصوله إليه وتمكنه من طرح اسئلة دون وجود الكاميرا يعني أنه لم يفعل شيئاً.
- **مقابلات الجمهور "Vox Pops" التلفزيونية:** وتوازي مقابلات الجمهور الصحفية بعرض رأي الجمهور شهود العيان كأمر تجسد الرغبة لدى المراسل بالحصول على الحقيقة، والمشكلة الرئيسة التي تواجه المراسل هنا قدرته على إقناع الناس بالحديث للكاميرا، وغالباً ما تستخدم هذه المقابلات في

المواضيع الخفيفة وذات الطابع المرح، والأسلوب المتبع هو طرح السؤال نفسه على الهدف لمن يقبل بالحديث إلى الكاميرا، مع الحرص على أن يكون تصوير كل شخص بنفس حجم الإطار، حتى لا يكون عندك في المونتاج لقطات قفز "Jump Cut"، وعليه ترى "مونيكا وايتلوك"، مراسلة بي بي سي "أن الفوكس بوب مفيدة بشكل خاص في الدول التي يقلق فيها الناس من الحديث إلى الصحفيين، حيث لا يضطر من تجرى معهم المقابلة إلى ذكر اسمائهم أو اعداد اسئلته، ويعني انعدام الضغط فالناس يكونون أكثر استعداداً للتعبير عما يعتقدونه بالفعل، وتكون الوسيلة قادرة على إحياء هوية الشخص بسهولة، وتستلزم لإجرائها مجموعة قواعد أبرزها:

- عند الدخول في الحديث مع الناس ابتسم، عرف نفسك واجعل الناس يشعرون بالارتياح، أما إن بدوت مثل مسؤولي الوزارات أو انهمكت في تشغيل وفحص المعدات فلن يرغب احد في التحدث إليك.
- ما الذي يجب أن أسأله؟ أسأل اسئلة قصيرة ومفتوحة تتيح الاجابة الطويلة المتنوعة، فتعرض مجموعة من وجهات النظر وتخلق نقاش حولها بين المجموعة.
- نوع اسئلتك، فأسئلة المتكررة تولد اجابات متكررة.
- اعط الفرصة للنقاش ليتبلور، وإن حكى لك الناس أشياء مهمة فدعهم يتحدثون.
- استمع إلى الناس! فمن السهل أن تغلق أذنيك وأنت مشغول بمحاولة التصوير، ثم ترجم وراجع مستوى التسجيل عندك، لكن الأجوبة هي المهمة بالطبع، وكمثال هذا المشهد البسيط خارج مركز اقتراع مع مجموعة صوتت للتو، إذ يسأل المراسل: هل لي أن أسألك لمن اعطيت صوتك؟ فيجيب الناخب (ضاحكاً) لست متأكداً، ويتابع المراسل: حقاً؟ ما الأسماء على القائمة؟ فيقول الناخب 1: لا اعلم، وربما الناخب 2: لا أعلم ايضاً، ما يعطي صورة مؤكدة أن الانتخابات لا معنى لها بحيث أن الناخبين غير قادرين على تحديد خياراتهم حتى بعد خروجهم من مقصورة التصويت.
- أين يسجل؟ حيث تسجيل الفوكس بوب جيداً في مناطق التجمع الطبيعي، كالأسواق ومراكز الاقتراع، ويتوجب تجنب الطرق الرئيسية أو المناطق التي يمكن أن تكون بها أصوات مفاجئة، ويمكن أن يكون التسجيل الداخلي جيداً كذلك، في كافتيريا مثلاً ولكن تأكد أن الأصوات الطبيعية لن تغطي على أصوات ضيوفك، فقد ترغب في استخدام التحكم الآلي للصوت في جهاز تسجيلك Automatic gain control بدلاً عن القلق بشأن مستويات الصوت لديك.
- افحص الموقع المختار قبل البداية وفكر في سلامتك، ومن الممكن أن يحدث الزحام سريعاً حول الكاميرا أو جهاز التسجيل، خاصة إن كنت تستطلع الآراء حول قضايا مثار جدل، وتأكد من معرفتك لطريق مخرج الطوارئ وعدم تورطك وسط مجموعة أو أمام جدار، مع التفكير في احضار زميل معك حتى يراقب ويسمع لك أثناء قيامك بالتسجيل.

- استهدف اصواتاً متنوعة "شباب وكبار السن، ذكور وناث"، فرغم أنك قد تقصد مجموعة معينة كطلالبات في جامعة معينة، قد يكون لطيفاً توجيه سؤاليين لتحديد الشخصية، ومن المفيد هنا معرفة أن ذلك الشخص مزارع أو مدرس، وما إن كان عمره 94 أو إن كان سار مسافة 10 كيلومترات ليصل إلى السوق اليوم، فمثل مثل هذه التفاصيل تخلق القصة وتعطي السياق.
- راعي القوانين واللوائح المحلية. فعليك معرفة القيود القانونية مثل البث خلال فترة الانتخابات على سبيل المثال أو التسجيل في الأماكن العامة، حيث كان يُطلب مثلاً في جمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق عادة الحصول على تصريح من مدير السوق قبل التسجيل، كذلك التسجيل قرب القواعد العسكرية ومناطق الحدود بين الدول وغيرها من المناطق الحساسة التي يمكن أن تكون خاضعة لقيود.

- عند تغطية نتائج استطلاع الرأي تأكد من / وذكر ما يلي:

✓ من مول الاستطلاع.

✓ اذكر الأسئلة والإجابات عليها.

✓ عرف العينة "وطنية، أو متخصصة".

✓ حجم العينة.

✓ نسبة الخطأ.

✓ طريقة أخذ الرأي.

✓ مدة إجراء الاستطلاع.

- **مقابلات المؤتمرات الصحفية التليفزيونية:** ولا تختلف عن مقابلة المؤتمرات الصحفية إلا من حيث طريقة الإنتاج، فهي مقابلات جماعية يلجأ إليها منظموها كبديل عن المقابلات الفردية مع وسائل الإعلام كل على حدا، فبعد إلقاء بداية المؤتمر بيان صحفي يبدأ طرح الأسئلة، وقد لا يتسع وقت المؤتمر للإجابة على أسئلة كل الصحفيين ففي كثير من الأحيان يلجأ منظمو المؤتمر إلى أسلوب إعداد قائمة بأسماء المراسلين، الذين يسمح لهم بطرح الأسئلة، ليس على طريقة من يحضر أولاً يخدم أولاً، لكن بإدراج أسماء ممثلي شبكات التلفزة الرئيسية والكبرى أولاً، وهذا يعني تراجع فرص طرح الأسئلة أمام ممثلي وسائل الإعلام الأقل شهرة، لذلك فإن أفضل طريقة للتعامل مع هذا الوضع تثبيت الميكروفون الخاص بالقناة التي تعمل بها على المنصة الرئيسية ملتصقاً ما أمكن بالميكروفون الرئيسي ثم الاكتفاء أخذ لقطات عامة للمؤتمر والحضور، ثم ترتيب مقابلة خاصة بك مع المتحدث الرئيس في المؤتمر الصحفي فيما بعد، وإذا كان ذلك صعباً أو مستحيلاً فما عل ك إلا أخذ فرصة بمزاحمة بقية المراسلين على طرح سؤالك الخاص ثناء فتح مجال للأسئلة.

(ب) **مقابلات داخل الاستديو:** وهي لا تختلف عن مقابلة الموقع فقط كون الأولى مباشرة والثانية مسجلة، لكن لأن مقابلة الاستديو تتأثر بالجو العام للاستديو الذي تسطع فيه الأضواء، وتتزامن الكاميرات،

ويسيطر فيه الشعور العام بالبيئة الاصطناعية المحيطة، ما يؤدي لاتخاذ المقابلة طابع المواجهة بشكل عام، ولعل مهارة إجراء المذيع المقابلة داخل الاستديو تظهر من خلال:

- انسيابية المقابلة وتركيزها على الموضوع دون شروود أو إسهاب أو مقاطعة.
- انتزاع أهم ما عند الضيف من معلومات أو مواقف كالالتزام وواجب تجاه الجمهور.
- تجنب الوقوع في الأخطاء النحوية أو التحريرية التي يصعب تصحيحها.
- تغطية جميع جوانب الموضوع في حدود الوقت المتاح للمقابلة.
- تجنب العدوانية والخشونة في التعامل مع الضيف.
- لا يظهر المذيع أمام الجمهور في خال تراجع وضعف.

وتتضمن المقابلات داخل الاستديو عادة الأنواع التالية:

- **مقابلات واحد + واحد:** وهو شكل غالبية المقابلات (مذيع وضيف) وفيها تصميم الديكور فيها بطريقة توحى بالواجهة نوعاً ما، وليس بالجلسة الحميمة التي توحى بالتوافق، أي أن يكون الضيف في مواجهة المذيع وليس جالساً بجانبه، لأن جلوسهما جنباً إلى جنب يعني ظهورهما على الكاميرا طوال الوقت في وضع بروفایل، وبالتالي يشعر المشاهد أنه مستثنى، طالما أن الضيفين يتحدثان لبعضهما البعض، وتوزيعها في الاستديو يجب أن يظهر الضيف متحدثاً إلى المذيع والجمهور في الوقت ذاته، وهذا يمكن تحقيقه بأن تكون كاميرا للضيف وكاميرا ثانية للمذيع، بينما الكاميرا الثالثة تظهر الاثنين معاً.
- **مقابلات واحد + اثنين:** إجراء مقابلة مع ضيفين تتطلب تركيزاً مضاعفاً بسبب الحاجة إلى التوازن في توزيع الأسئلة والوقت بين الضيفين، حتى لو كانا يمثلان وجهة النظر نفسها، فالتوازن يقتضي بأن يتاح لكل منهما التعبير عن رأيه ووجهة نظره، والتوازن لا يعني سؤال ذات السؤال للضيفين على التوالي، أما بخصوص ترتيب الجلسة وفي حال وجود ثلاثة كاميرات فإن جلوس الضيفين بجانب المذيع جنباً إلى جنب يتيح للكاميرا أن تظهرهما في لقطة واحدة، بينما الكاميرا الثانية تتولى إظهار المذيع، والضيوف أما الثالثة فتكون مخصصة للمذيع.
- **مقابلات واحد + أكثر من اثنين:** وتدعى مقابلات الجماعة، وهي..

5) تصنيف الأحاديث التلفزيونية استناداً على ضوء المشاركين فيه:

وتتضمن هذه الأحاديث الأنواع الثلاثة التالية:

- **الفردى: Individual.**
- **الثنائى، والدائرى Circular،** وهو شكل يختلف عن الحوار الندوة مع كبار المتخصصين في الشؤون السياسية أو الاقتصادية، كونها تتناول زاوية محدودة أو صغيرة Simple Interviews، فهي حوارات بسيطة (كحوار مع أب وابن) تتطرق إلى الموضوع من جوانبه Complex Interviews.

- الحوارات المركبة.

مراجع الفصل ومصادره:

- محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها - تحريرها - نشرها، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984).
- يوسف مرزوق: المدخل إلى حرفة الفن الإذاعي، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1975).
- يوسف مرزوق: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988).
- كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، (جدة: دار الشروق 1987).
- محمود فهمي: الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1982).
- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي 1992).
- عيسى محمود الحسن: "المقابلة والتحقيق الصحفي" (عمان: دار زهران، 2013).
- محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، (الأردن: دار الطباعة الحديثة، 2012).
- <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284>
- <https://www.youtube.com/watch?v=7BKm0IEycyw>
- Vice .bbc .abc .
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2010).
- أمير تاج الدين: الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة (القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، 2009).
- جوليا بارتين: نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- جيمس ك. فان فيليب: قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس" (مكتبة جرير، 2007).
- ستيفن كوفي وآخرون الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات (مكتبة جرير، 2008).
- لينين واكس مان: تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين 2009.
- محمد مرعي: الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009).
- نايت سيتيزن، نيوز نتوورك: إجراء المقابلات الصحفية: دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- هاريسون مونارث ولارينا كاس: المتحدث الواصل (مكتبة جرير، 2008).
- سيد أحمد الناعي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
- شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- عبد الدائم عمر الحسن: الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008).
- رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، (القاهرة: مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005).
- صلاح عبد الحميد، فن المؤتمر الصحفي، ط1، (القاهرة: دار مصر العربية للنشر والتوزيع، 2009).
- فيل أولت، تعريب أحمد قاسم جودة، وراء الأخبار ليلاً نهاراً، (القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983).
- ريتشارد بيكهارد، تعريب بهجت عبد الفتاح، كيفية التخطيط للمؤتمرات الصحفية وإدارتها، (القاهرة، دار القلم، 2002).

- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.

الفصل الرابع:

صناعة الحديث التلفزيوني وخصوصية إنتاجه وأسسهِ المرئية

- أولاً: عناصر الحوار التلفزيوني والإذاعي.
- ثانياً: أسس الحديث التلفزيوني وسماته الفنية والتقنية.
- ثالثاً: القواعد العامة لإجراء الحديث التلفزيوني.
- رابعاً: الحوار التلفازي وعناصره الأساسية.
- خامساً: لغة الحديث التلفزيوني السمع-بصرية.
- سادساً: العوامل التي تتحكم في تقنية إجراء الحوار التلفزيوني.

أولاً: عناصر الحوار التلفزيوني والإذاعي:

بالنظر للخصائص والسمات التي يتميز بها التلفزيون، وخاصة المرتبطة بطبيعته السمع-بصرية، والانتشار، والإتاحة، والاعتماد اليومي (التعرض المنتظم)، كانت أحاديث الحوار المرئي أبرز القوالب التي تقدم لمناقشة القضايا والظواهر ذات الأهمية إلى المتلقين، فالجمهور دائماً يحتاج إلى ما يحمله شخص ما، نحو موضوع ما، بلغة وطريقة ما، وهذا يحدد لقلب الحوار التلفزيوني سماته البصرية والتقنية حسب عناصره الأساسية، القائمة بالدرجة الأولى على ميزة لا تمتلكها وسيلة أخرى وهي التفاعلية بين (المحاور/ الصحفي والمحاور/ الضيف)، واللغة التي تتعدى اللفظية لتصل البصرية، ولغة الجسد، وحتى الصمت، فلحديث أسس وقواعد وأشكال وقوالب تميزه عن غيره من أشكال الحوار الأخرى، تركز على أشكال الإنتاج التلفزيوني بصفة عامة، وتختلف أساليب تنفيذه حسب الخصوصية التكنولوجية للوسيلة، ما يجعل الصحفي منه، غير الإذاعي، غير المرئي، انطلاقاً من أن لكل وسيلة طبيعتها وخصائصها، وجمهورها، ومن ثم تختلف أساليب إعداد وتنفيذ أساليب المقابلة وفقاً لهذه المعايير، ومن هنا يمكن تحديد عناصر الحوار التلفزيوني والإذاعي كما يلي:

- 1) المذيع المحاور "Interviewer".
- 2) موضوع الحوار "Topic".
- 3) الضيف "Interviewer".
- 4) الأسئلة "Questions".
- 5) الأجهزة "Recording Machine and Microphone and Camera".
- 6) الزمن "Time".
- 7) المكان "Location".
- 8) لغة الحوار اللفظية والجسدية "Language and Body Language".

ثانياً: أسس الحديث التلفزيوني وسماته الفنية والتقنية:

• المقابلة ليست إلا هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة، "Conversation" وتشمل العديد من خصائص المحادثة مثل:

- الانسيابية أو التدفق الحر "Free Flowingness".
- تبادل الرأي في الحوار "Exchange".
- الحديث الطبيعي "Natural Speech".
- التلقائية أو العفوية "Spontaneity".

- إذا كان الوقت بمثابة غول بالنسبة للحوار الصحفي، فإنه طاغية بالنسبة لحوار الإذاعة والتلفزيون، ما يجعل الحوارات التلفزيونية قصيرة وذات إيقاع سريع، فالوقت الذي يفرض تنظيمه الدقيق والبرمجة الصارمة للبث تقييداً حديدياً للوقت المخصص لكل مادة. ولهذا أهمية عامل الوقت في الحديث التلفزيوني مقارنة بالحديث الصحفي تفرض وجوب التقيد بالوقت المخصص لإدارة وإجراء الحديث، سواء كان على الهواء مباشرة أو عند إجراء التحرير الصوري والمونتاج للحديث المسجل مسبقاً.
- تصبح أنواع الحوارات والمقابلات في التلفزيون استعراضية أكثر، لتشمل كل وظائف المقابلة أحياناً من جمع معلومات وآراء واستعراض شخصيات عبر برنامج حوار يمتد لساعة تلفزيونية أحياناً، وهنا يستوجب حسن اختيار الشخصية المحاور التي ستغطي مع الصحفي كل هذا الوقت.
- ثمة فروق بين الحوارات الصحفية والحوارات الإذاعية والتلفزيونية، فالحوارات الإذاعية والتلفزيونية تكون إما على الهواء مباشرة أو مسجلة على وسيط تسجيلي في الاستوديو، أو بالتلفون، أو في مكان الحدث، بينما في الصحافة فلا يمكن أن تقدم على الهواء.
- يعتبر محاور الحديث التلفزيوني جزءاً من الحوار، وهذا مالا يتاح لمحوري الصحف، ففي أغلب الأحيان يستطيع الجمهور في المرئي أن يرى ويسمع الأسئلة محور الحوار التي يوجهها الصحفي إلى المتحدث في الحوار، بينما قارئ الجريدة أو المجلة نادراً ما يعرف حقيقة الأسئلة التي أدت إلى الموضوع الذي يقرأه، وصنعت القصة أو الرواية، كما أن محوري التلفزيون غالباً ما يشاهدون أثناء الحوار سواء أكان هذا الظهور بوجه المحاور بالكامل على الشاشة، أو جزء من كنفه أو صورته.
- الصحفي التلفزيوني وحيداً وليس وحيداً: فثمة فريق يعد ويساعد الصحفي التلفزيوني في رحلة الإعداد للحديث، لكن في اللحظة التي يبدأ فيها التصوير يصبح الصحفي التلفزيوني وطوال مرحلة إدارة الحوار وجهاً لوجه أمام الضيف والمُشاهدين، عكس الصحفي في المطبوع والمكتوب الذي يجري حواراً ثم يكتب نصه ويخضعه للمراجعة والتحرير والتقييم والتعديل والرقابة من قبل مسؤوليه، ما يجعله يستطيع الاستعانة بمراجع مختلفة لإغناء مادته.
- للمتحدث/ الضيف دور في الحوار المذاع يختلف أيضاً عن الحوار المكتوب، فبعض الناس يتوقعون إلى الظهور أو الحديث على الهواء. لكن في بعض الأحيان تجد متحدثاً يستطيع أن يتكلم بسهولة مع الصحفيين، لكنه يتردد كثيراً في إجراء حوار مع التلفزيون، والتحدث أمام الكاميرا.
- الخاصيتان السابقتان للضيف والمضيف تطرح قوة الحضور، بمعنى توظيف الحديث التلفزيوني إلى قوة حضور الصحفي الكفاء الذي يعرف ما يريد، مقابل قوة حضور الشخصية التي تمتلك ما يريد الصحفي وما يسعى للحصول عليه من معلومات وآراء وتوضيحات، خاصة أن المشاهد يتأثر أولاً بقوة حضور الشخصية وبأسلوبها في الحديث ومنهجها في التحليل أكثر من تأثره بالأفكار المجردة.
- الحوار التلفزيوني يعرض أكثر ما يقدم من معلومات، بمعنى أنه يسمح للجمهور أن يسمع ويرى الانطباعات التي تظهر على كل من المحاور والمتحدث، فانطباعات المتحدث، تبدو كما هي

طبيعية، ولهذا فإن وصف المتحدث أو انطباعاته، كما تفعل حوارات الصحف، تصبح غير ضرورية، فالتلفزيون يقدم صور فورية للعواطف والمشاعر لشخصية المتحدث، ويمكن أن يطلق على هذا الشكل الذي يقدمه التلفزيون "الاقتباس الحي الذي هو" خلاصة تجسيد العواطف والفورية لما يقوله المصدر أو يفعله، بينما المقابلة الصحفية تقدم ما يقوله المصدر، (نقلاً عن الصحفي المتحدث).

- إن الاقتباس الحي يفرض خاصية القيم البصرية في الحوار التلفزيوني التي لها أهمية خاصة، صحيح أن اللغة اللفظية من حوار مهمة كركن أساسي من أركان الحديث لكن هذا لا يلغي قيمة اللغة البصرية في إيضاح واستمال المعنى والرموز.

- يرى البعض أن الأحاديث التلفزيونية ذات بنية هرم مقلوب، بمعنى أن الصحفي يتوجه مباشرة إلى هدفه، وربما مبتدئاً بالسؤال المركزي والهام.

- غالباً ما تقدم هذه الأحاديث ضمن مواد وبرامج أخرى (إخبارية أو وثائقية أو تحقيقات ضخمة)، وقلما تقدم لوحدها كمادة مستقلة.

- تنجح في المقابلات التلفزيونية استخدام أسلوب جول Goal، وهو أسلوب يفيد في صياغة أسئلة خاصة بالصور الواقعية للأشخاص والقضايا وأخبار البرامج الجديدة ورصد المعوقات والتنبؤ بالخطط والإنجازات الجديدة. ويقوم على طرح التساؤلات مرتبة حسب الترتيب التالي: الأهداف G= goals، والمعوقات O= obstacles، والإنجازات A= achievement، والتعبئة والتدبير L= Logistics.

- يعتمد الحديث التلفزيوني مبدأ الشخص الثالث: فهو يجري بين صحفي وضيف لكن دون إهمال أن الصحفي هنا يمثل المجتمع أو الجمهور المعني (الشخص الثالث) الذي يجب أخذه بعين الاعتبار في مختلف مراحل الإعداد للحديث التلفزيوني.

- الأداء والتمثيل، فالحديث التلفزيوني دراما صغيرة تمتلك مختلف العناصر الدرامية من نص وحوار والشخصيات والإخراج والحركة والإضاءة والديكور وتطور الحدث والذروة والحلول والنهايات، لذلك فالحديث التلفزيوني ليس مجرد إعادة بناء الواقع الاجتماعي اليومي، لكنه عرض وتقديم نظام آخر خاصة بواقع فوق الطبيعي.

- العرض؛ حيث يتميز الحديث التلفزيوني على العرض "To Show" من أن يقص أو يروي أو ينقل "To Tell" فالمهم ماذا يقول الصحفي أو ضيفه لكن من الأهم كيف يقول وبأي مظهر.

- الإدراك الحسي: يعود سبب خصوصية أو تميز العرض التلفزيوني لبيعه الإدراك الحسي للبث التلفزيوني والناجمة بدورها عن السمات الطبيعية الخاصة والمميزة للتلفزيون كوسيلة لعكس الواقع، فالحديث التلفزيوني سيل من الصور مرتبط ومندمج بالكلام.

- النص المكتوب، فالحوار الحي الوسيلة التعبيرية الأساسية في الحديث التلفزيوني، والشخصية الأساسية فيه الصورة المرئية للمتحدث، فالبناء المنطقي وأسلوب النص المكتوب مسبقاً يختلفان جذرياً وجوهرياً عن الحديث الشفهي والمواجهي، الذين فيهما ثمة جمل غير كاملة، كما أن التنقيط فيهما يتم بواسطة الوقفات الضرورية لإجاد الكلمة المناسبة، والشاشة تسمح بهذه الوقفات وتبررها، وتظهر أيضاً

كيف تولد الفكرة، ولهذا يحاول الصحفي والمخرج أن ينقلا للمشاهد أسلوب وطريقة ولهجة المتحدث، أما النص المكتوب الذي قد تستخدمه الشخصية عند تقديم أجوبتها فإنه يمنعها التفكير أمام الكاميرا.

- يمكن الحوار التلفزيوني من إجراء الحديث **داخل منزل الشخصية التي** يحاورنها، وهذا مفضل لبعض الصحفيين، لأنهم يعتبرون جو المنزل يساعد على جمع معلومات كثيرة ومهمة عن الشخصية، فديكور منزلها وتموضع احتياجاتها، وطريقة تعاملها مع المحطين كلها منبآت إضافية هامة، يمكن الاستشعار بها في جو الحديث التلفزيوني، لكن بالمقابل هناك من يميل إلى إجراء الحديث داخل المحطة، لأن المراكز هنا تتقلب فالضيف يصبح الشخص المحاور والمضيف الصحفي، عكس السابق، وهذا له دلالاته بوجوب الاحترام وحق الضيف، وكيفية التعامل معه، ووجوب عدم استنزازه، أو إيصاله لنقطة الندم عن الاستقبال، وعن ما قاله في هذه الاستضافة.

- خلاص التلفزيون من إشكالية طلب المتحدث عدم التصريح بالنشر "OF THE RECORD"، ومن وجائنها الأخلاقية، وما قد تسببه من مشكلة لدى إدارة المؤسسة التي ترى أن أهم ما في الحديث ما طلب بعدم نشره، فالتلفزيون صورة وصوت لا يمكن طلب إيقاف مسجل أو منع صورة، والتعدي لطلب إيقاف الكاميرا كبير، لأن مع الصحفي جيش من التقنيين الذي يستمعون، وبالتالي لا مجال ولا معنى لطلب السرية.

- تتم هذه الأحاديث، وخاصة القصيرة منها على مرحلتين: الأولى تسبق الكاميرا والتصوير، ويحاول فيها الصحفي تقديم المادة الكلامية التي تعطي رؤية خاصة للموضوع، أما المرحلة الثانية، والتي تجري أمام الكاميرا، وغالباً ما تكون الكاميرا محمولة، وفي هذه اللحظة يطرح الصحفي سؤاله بهدف الحصول على مادة الكلامية المناسبة.

- يمكن أن تتضمن هذه الأحاديث مقاطع فلمية مصورة، فالشاشة تقدم صوراً، يتم التعليق عليها (Voice-Over)، وخاصة عندما يريد الصحفي تقديم أمثلة، أو توضيح أمكنة، أو شرح أوضاع معينة.
- إذا كانت هناك حواجز في الحوار الصحفي متمثلة في الورق أو جهاز التسجيل، فهي في الحوارات التلفزيونية تفوق بكثير، فهي تتمثل في جهاز التسجيل والميكروفون، والكاميرا والإضاءة، وأجهزة الصوت، والفنيون الذين يصحبون هذه الأجهزة.

- إن السمة السابقة للحديث التلفزيوني تطرح أسس وقيمة الاعتبارات الفنية؛ إذ يقود الصحفي التلفزيوني غالباً فريق عمل كامل، وفي المقابلات التي تجري في الاستديو يواجه وظيفه تعقيدات وأجهزة ومعدات وأضواء، ويتعامل بتفهم مع تعليمات المخرج والمنتج والمصورين، وعليه أن يسطر على ذلك كله ويتصرف بعفوية وطبيعية وعليه في الوقت ذاته، أن ينقل هذا الإحساس إلى ضيفه، ويساعده على التخلص من القلق والتوتر الذي يسببه جو الاستديو، وعليه تقول "مارغريت لاين" الصحفية الأمريكية: "كنت شديدة القلق بسبب إشارات التوقيت ومعرفة الكاميرا التي يجب أن أواجه

إلى درجة أنني نسيت أن استمع إلى الأجوبة عن أسئلتى، ومن الصعب توجيه أسئلة متابعة حية حين لا يكون لدى أي فكرة عما يجب أن تتابع".

• المسائل الفنية: ومن أهم هذه الاعتبارات والمسائل الفنية المتعلقة بالحديث التلفزيوني التي يجب على صحافييها معرفتها وإتقانها، حسب "أديب خضور":

- إذا كانت المعلومات الناجمة عن الحوار بين الصحفي والشخصية سيراهما ويسمعا جمهور التلفزيون فإن عملاً مناسباً يجب أن ينفذ لنقل وتسجيل الحديث صوت وصورة.
- إن وضع الميكروفونين للصحفي والضيف منفصلين في مكان مناسب هو الوضع المثالي لإجراء الحديث.
- ما لم ين الحديث مسجلاً في الاستديو فغالباً ما يستبعد أن يكون تحت تصرف المعد أكثر من كاميرا واحدة.
- نجم عن قرار معد البرنامج إجراء الحديث يكون فيه وجه الشخصية هو المرئي الأكثر أهمية ضرورة أن توضع الكاميرا في مكان بحيث تعطي منظراً أمامياً واضحاً وثابتاً لوجه الشخصية والمقصود بالوضوح عدم إمكانية مرور أي شيء بين العدسة والشخصية وأن ما يشاهد خلف الشخصية لا يؤدي إلى إضعاف تركيز المشاهد أو تشتيت انتباهه.
- المقصود بالاستقرار فهو يجب أن توضع الكاميرا على ركيزة ثلاثية القوائم أو أن تمسك باليد بمرونة ونعومة وتملك إمكانية الحركة بخفة وسهولة لرصد أي حركة يقوم بها رأس الشخصية التي يجري الحديث معها.
- إن ضرورة كون المنظر الأمامي (مواجهي) ناجم عن أهمية وضرة أن تظهر عينا الشخصية الاثنين في غالبية الوقت الذي يأخذه تسجيل الحديث.
- العنصر المرئي التالي في الأهمية بعد وجه الضيف هو وجه الصحفي الذي يجري الحديث إذا لدى معد البرنامج كاميرتان فليس ثمة أي مشكلة، إذ يمكن تثبيت الكاميرا بحيث تقدم منظراً أمامياً (جبهياً) للصحفي، وهذا قطعاً مستحيل حالة وجود كاميرا واحدة.
- يمكن إجراء الحديث سواء إذا كان الطرفان (المحاور والمحاوَر) جالسين أو واقفين أو سائرين، رغم أن الشائع أن تجري الأحاديث الطويلة في وضع الجلوس.
- لأسباب تقنية "فنية ونفسية" فإن عناية خاصة يجب أن تعطى لمسألة اختيار نموذج الكرسي الذي تجلس عليه الشخصية محور الحديث، وعموماً الكرسي الدوار أو المتحرك يجعل من السهل للشخصية العصبية أن تتحرك من جانب إلى آخر.
- يجب أن تكون عدسة الكاميرا عالية عن مستوى سطح الأرض تماماً بقدرة ارتفاع وجه الشخصية، أما إذا كان مستواها أعلى أو أخفض في وجه الشخصية فإن المشاهدين ودون أن يدركوا ذلك سيشاهدون الشخصية بشكل مختلف، فإذا كانت عدسة الكاميرا أعلى من وجه

الشخصية وتبدو كأنها تنتظر من الأعلى يمكن أن تجعل هذه الشخصية تظهر خاضعة أو مستسلمة أو خائفة، أما إذا كانت عدسة الكاميرا، أما إذا كانت عدسة الكاميرا أخفض من مستوى الشخصية فإن هذا الوضع يجعل الشخصية تبدو وكأنها مسيطرة وبالغة الأهمية.

- يجب بذل عناية خاصة في عملية تركيب (تأليف وتنسيق) اللقطة، وإذا كانت الشخصية تنتظر على يمين الكادر فإن وجهها يجب أن يحتل مركزاً (مكاناً) يكون مركزه على يسار الكادر، وإذا كان الصحفي ينظر إلى يسار الكادر يجب أن يحتل رأسه مكاناً يقع إلى يمين الكادر.

- اللقطات القريبة هي العنصر الأكثر أهمية، في الأحاديث التلفزيونية، فإن حاجباً مرفوعاً أو ابتسامة مراوغة غالباً ما تكون أمثر مقدرة على التعبير من الكلام الذي يرافقهما، وإذا كانت اللقطة تتشكل من أشياء أكثر من وجه وكتفي الشخصية التي يجري الحديث معها فإن هذه التفاصيل الحركية أو التعبيرية التي تظهر على وجهه يمكن أن تضع على المشاهد، ومن جهة أخرى يجب التأكد على ضرورة استخدام اللقطات القريبة الكبيرة باقتصاد، فهي السلاح الأعظم لدى الكاميرا، وبالتالي إذا لم يكن هناك سبب قوي لرؤية الوجه أو أي تفصيل أو تعبير على هذا الوجه من الضخامة يجب تجنب استخدام اللقطة القريبة.

- معرفة الفرق بين لقطة قريبة متوسطة الحجم ولقطة قريبة أخرى كبيرة الحجم، ففي بعض الحالات وحين تستخدم الشخصية المحاورة يديها في النقاش قد يكون من المناسب جداً عندئذ استخدام اللقطة قريبة متوسطة الحجم.

- حال وجود كاميرتين لتصوير الحديث فليس ضرورياً أو مرغوباً أن يحصل قطع بين الشخصية والصحفي عند توجيهه كل سؤال، ومتى يستخدم هذا القطع يعود لذوق المخرج، لكن القاعدة الهامة بهذا الصدد أنه من الأفضل أن تبقى الكاميرا على وجه الشخصية حين يكون الصحفي يوجه سؤاله إليها، كما أنه من غير المفضل أن تقطع على وجه الصحفي وهو يوجه سؤاله؛ إذ يجب أن يكون ثمة توازن بين اللقطات المستخدمة للصحفي وتلك المخصصة للشخصية، وإذا

لم يتحقق هذا التوازن فقد يبدو أحد الطرفين هو الأكثر سيطرة على مجرى الحديث

- حال وجود كاميرا واحدة لتصوير الحديث قد يقرر معد البرنامج أنه من أجل أن يرى الصحفي فإن بعض اللقطات يجب أن تصور أو تسجل وذلك للتغلب على مشكلة غياب أي صورة للصحفي، وهذا يحتمه ظرف استخدام كاميرا واحدة للحديث التلفزيوني، بهدف تسجيل صوت وصورة الصحفي وهو يسأل الأسئلة التي كان وجهها أثناء إجراء الحديث، ومن ثم توضع هذه اللقطات -عبر المونتاج والتحرير- في مكانها المناسب بالحديث.

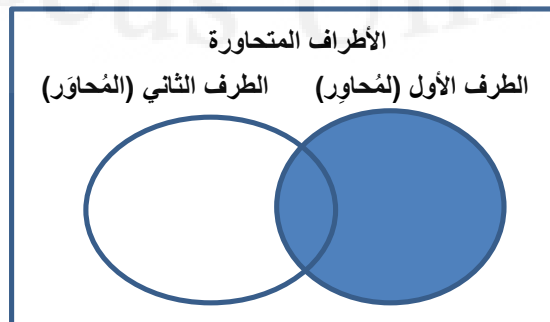
- القاعدة التي تقول أنه حين يعاد تثبيت الكاميرا يجب أن تبقى على نفس الجهة من الخط الوهمي الذي يصل بين رأس الشخصية الضيف ورأس الصحفي، وفي الحقيقة فالوضع المثالي وضع الكاميرا في المكان نفسه الذي توضع فيه الكاميرا الثانية، وهنا يجب أن يتذكر

معد البرنامج القاعدة الهامة القائلة: "إن لقطة تصوير الصحفي يجب أن تعادل وتكامل لقطة تصوير الشخصية"، فإذا كانت الشخصية التي يجري الحديث معها تنتظر إلى يمين الكادر أثناء إجراء الحديث عندئذ يجب أن ينظر الصحفي حين تصوير لقطته إلى يسار الكادر، ويجب أن تتوازن خطوط النظر وزوايا الرؤوس، فمثلاً يجب أن يظهر الصحفي وهو ينظر إلى الشخصية تماماً كما كان يحدث الأمر عند إجراء الحديث.

- ما سبق يفتح المجال أنه من الممكن إعادة تقطيع أو صياغة الأسئلة أثناء إعادة تصوير لقطات الصحفي، وذلك من أجل إعطاء معناً مختلفاً لإجابة الشخصية، لكن واضح أن ذلك يطرح قضايا أخلاقية وقانونية ومهنية، ولا ينصح بإجرائها إلا بحضور وموافقة الضيف.
- لقطات الإعادة هذه تتطلب من الصحفي أيضاً مقدرة على التمثيل ومن أجل ذلك كله يفضل كثير من معدي البرامج عدم استخدام لقطات الإعادة هذه.
- لحل كل هذه المشاكل يفضل أن يكون حديث التلفزيوني أكثر من كاميراً، وذلك أما بوجود ثلاث كاميرات، الأولى تصور اللقطات المشتركة بين الضيف والصحفي، والثانية مخصصة لأسئلة وجه الصحفي، والثالثة مخصصة لإجابات ووجه الضيف، كما يمكن الاستغناء عن كاميرا، والاقتصار على كاميرتين، الأولى تصور اللقطات المشتركة بين الصحفي والضيف، والثانية تنتقل بين الضيف والصحفي سؤالاً وجواباً على أن تأخذ الكاميرا الأولى دورها أثناء عملية نقل الكاميرا من الضيف للصحفي، ومن الصحفي للضيف.

- الخاصية الأهم والأبرز للحديث التلفزيوني أنه عملية اتصالية تفاعلية؛ (interactive process)؛ حيث يرى "سكانيلان" أن أفضل أنواع الحديث هو الذي يقبل الحوار إلى نوع من المحادثة، فيه نقاش متبادل ومفتوح مع المتحدث، بعيداً عن القيود الرسمية، وهذا ينطبق بالدرجة الأولى على الحديث التلفزيوني، الذي يتيح إدارة الحوار فيه التفاعلية المطلقة، عبر كل مقومات إدارتها، من طرح الأسئلة والاستماع إلى الأجوبة، وتسجيل أقواله والتفكير فيها، والتعقيب عليها نقداً إيجابياً أو سلبياً، إلى جانب أن إدارة الحوار تشمل كذلك تسجيل المعلومات غير اللفظية مثل مظهر المتحدث، والجو المحيط بالحديث، وتعبيرات وجهه، وردود أفعاله، ومن هنا تقول "سوزان ستامبرج" التي أجرت في حياتها الصحفية ما يربو عن سبعة آلاف حديث صحفي: "إن أفضل أحاديثي الصحفية تلك التي استمع فيها لأراء وأفكار المتحدث بتركيز شديد، وتلك التي ألاحظ فيها بدقة زلات اللسان، والزلات المنطقية، والتناقض في الأقوال، والحماس، والتوتر في الإجابة عن أسئلة بعينها، أو عند سماعه اسم محدد، إضافة إلى مراقبة فترات صمت المتحدث، والتي بدورها قد تكشف الكثير، وبالتالي فالمحاور الجيد هو الذي يفعل أكثر من الاستماع أثناء إجراء وإدارة الحوار، فلا يقتصر على الجلوس والاستماع فقط، وإنما يجب أن يكون الصحفي يقظاً حاضر الذهن، وقادراً على تسجيل ملاحظاته حول المتحدث وتعبيرات وجهه، وطريقة تعبيره، ورد فعله عند تقديم أو سماع آراء معينة ومعلومات دون سواها، إلى

جانب الأشياء المحيطة به، وهذا هو الذي يحفز على طرح مزيداً من الأسئلة واستنتاج أسئلة إضافية، للحصول على إجابات محددة من الشخصية المحاور، ومن هذا المنطلق فإن التفاعل في الحديث التليفزيوني يتميز بأنه تفاعل ديناميكي، متغيراته دائمة التبدل، بفعل الطاقة التي تولدها مواقف ورغبات وأهداف المشاركين في عملية التفاعل هذه، وبالتالي فهو تفاعل لا يمكن أن يكون ثابتاً أو ساكناً (static)، نظراً لكونه يتضمن تبادل آراء ومعلومات وكشف مشاعر ودوافع، تؤدي بدورها إلى كشف مناطق ومجالات جديدة غير متوقعة، ومطلوب اكتشافها، وهو ما تمثله الدائرتان القادمتان الطرفين المشاركين في الحديث التليفزيوني، (المُحاور والمُحاور)، لكل طرف منهما شخصية متميزة من حيث الخبرة والتعليم والثقافة والتجارب والسلوك والمواقف والقيم، والحاجات والدوافع والأهداف، ليأتي كل منهما إلى المقابلة خاملاً معه شخصيته المتميزة ليدخل في عملية تفاعل مع الطرف الآخر، (الشخص بكامله يتحدث، الشخص بكامله يستمع)، يشكل الطرفان المحور (المُحاور والمُحاور) ذاتين متميزتين، ولكن يجب أن يعمل معاً من أجل تحقيق نجاح المقابلة، وكما أكد "ستيوارت ولوغان" لا يوجد طرف واحد يستطيع أن يسيطر بمفرده على الفعل الاتصالي، كما لا يمكن توجيه اللوم لطرف واحد على نتائج عملية اتصالية، لذلك يجب النظر إلى الحديث التليفزيوني كعملية تشاركية وربما تعاونية، وعليه تصور الدائرتان الحديث التليفزيوني كشكل اتصالي علائقي (Relational)، يتحقق فيه الاتصال الشخصي (الاتصال ما بين شخصين Interpersonal)، وصفت هذه العلاقة بأنها "مجموعة من التوقعات الموجودة لدى الطرفين تحدد سمات نموذج التفاعل بينهما، والأحداث التي ليس لها سياق علائقي غالباً ما تكون صعبة وذلك لأن المشاركين فيها لا يعرفون على وجه الضبط، القواعد، وبالتالي لا يعرفون بدقة كيف يجب أن يحددوا خطواتهم أثناء المقابلة، علماً أن تاريخ العلاقة وسياقها العام لا يفرضان ثباتها، لأن العلاقات لا يمكن أن تبقى ثابتة، بل تتغير عبر الزمن ومن خلال التفاعل، وكنا أن الناس التفاعلات تتغير، كذلك المواقف تتبدل، ومن هنا تبرز سمتان أساسيتان من سمات الحديث التليفزيوني؛ أولاً أهمية الخبرة والمرونة، فالصحفي التليفزيوني الذي يعرف طريقاً واحداً لإجراء المقابلات سوف يرتبك أمام المعطيات والمواقف الجديدة المختلفة، وبالتالي كلما عرف طريقاً بديلة كلما أصبح أكثر خبرة ومرونة، أما السمة الثانية فهي أهمية المقدرة الاتصالية لـ للصحفي التليفزيوني وجدارته على استخدام التغذية الارتدادية (رجع الصدى-رد الفعل Fed back)، بشكل فعال، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



تتحكم في عملية تفاعل الحديث التلفزيوني مجموعة عوامل، ويحدد أديب خضور أهمها في:

- 1- التشابه Similarity: تتمثل المهمة الأولى للصحفي التلفزيوني المكلف بحديث تلفزيوني مع شخصية في أن يحدد مجالات التشابه القائمة بينه وبين هذه الشخصية (المساحة التي تتطابق فيها الدائرتان)، وأن يعمل جاهداً لزيادة مساحة هذه المجالات، وتؤكد الدراسات العملية أن المعايير المشتركة (الثقافة- البيئة- القيم- العمر- الجنس-العرق- الانتماء...)، بين (المُحاور والمُحاور) من شأنها تشجيع العلاقات التواصلية وتدعمها، وأن إدراك هذه السمات المشتركة يجعل الطرفين يتفاهمان على نحو أفضل ويؤسسا خلفية ونقاط انطلاق مناسبة وإيجابية وهذا لا يعني إطلاقاً تناسي نقاط الاختلاف أو تجاهلها (المساحة لا تنطبق فيها الدائرتان)، بل يعني تحديدها وإدراكها والعمل على تقليصها.
- 2- الانشغال (التورط Involvement): ينعكس مدى انشغال (المُحاور والمُحاور) إيجابياً على عميلة التفاعل، حينما يكون الصحفي والضيق معنيان بالموضوع، ومهتمان له، ومتعاطفان أو متحمسان له، وهنا تصبح عملية التفاعل أكثر حيوية ويصبح الحدث التلفزيوني أكثر جاذبية.
- 3- التفاهم والاحترام المتبادل: تتعزز العلاقات في الحديث التلفزيوني حين يفهم (المُحاور والمُحاور) بعضهما كأشخاص وكأدوار ومواقف وأهداف، وتسود الحديث روح "نحن" وليس "أنا وأنت" ويتركز الجهد على محور واحد لتحقيق الهدف المتمثل في معالجة الموضوع، وكشف الوقائع وإيضاح آراء ومواقف ووجهات نظر.
- 4- التحكم والسيطرة: تتعزز العلاقة في العملية الاتصالية حين يتقاسم الطرفان، ولا يحاول طرف واحد أن يحتكرها، أما في الحديث التلفزيوني وبدون الإخلال بجوهر هذا المبدأ وحتى يستطيع الحديث أن يحقق هدفه لا بد أن تكون قيادة دفة الحوار في الأعم والأغلب بيد الصحفي، لكن شرط أن يتحقق ذلك بقدر كبير من فهم الموضوع وإدارة الجوار واحترام الضيف (المُحاور).
- 5- الثقة: إن واحداً من المفاتيح لتحقيق وبالتالي لنجاح الحديث التلفزيوني يتمثل بثقة الصحفي -المُحاور- بأن الشخصية -المُحاور- التي سيجري معها الحديث كفؤة ومقتدرة على معالجة الموضوع، وراغبة بالكشف عن الحقائق وتقديم الآراء وصادقة بكل ما تقدمه من معلومات وآراء، ومن جهة أخرى ثقة الشخصية -المُحاور- بأن الصحفي الذي سيجري معها الحوار جدير بالحديث معه وأهل لإعطائه المعلومات والآراء، وقادر على فهمها بأمانة ودقة.

وحسب "خضور" تطرح عملية التفاعل جملة مسائل أبرزها:

- 1- طبيعة الأدوار أثناء الحديث التلفزيوني: من غير الإيجابي أن يتصور أحد الطرفين المتحاورين بأن استطاعته التحكم لوحده وبشكل مطلق بالحديث، وبالتالي هو المسؤول الوحيد عن نجاح الحديث، في المقابلات العادية يتوقف تحديد المواقع والأدوار أثناء المقابلة على مجمل أمور: خبرة الطرفين المشاركين، ونوعية المقابلة والجو السائد فيها (دفاعي، هجومي، ودي، عدائي، بارد، دافئ، رسمي،

جاف.....) وغالباً ما يتم تبادل المواقع بين الطرفين المشاركين في المقابلة، أما في الحديث التلفزيوني ومع احترام جوهر هذه القاعدة فإن المبادرة دائماً هو الصحفي -المحاور- في المراحل المختلفة من عملية الخلق والإبداع في الحديث الصحفي، وتزداد أهمية حقيقة أن تبقى المبادرة بيد الصحفي أثناء إدارة الحوار، وإذا حدث تبادل في المواقع، على الصحفي التلفزيوني استعادة زمام المبادرة إلى يده، وضمان جريان الجوار في المسار الذي يحقق الهدف،

2- نوعية المقاربة:

أ) **المقاربة المباشرة Direct Approach**: يحدد المحاور بموجب هذه الطريقة الهدف من الحديث، محاولاً السيطرة على جوه ومساره، لذلك غالباً ما يستخدم أسئلة مغلقة ومفتاحية موجّهة، وإذا نجح المحاور العدائي التحكم بتوجيهه المقابلة، فإن مهمة المحاور استعادة السيطرة والاحتفاظ بها، ومن أهم فوائد هذا النوع من المقاربات أنها سهلة التعلم، وتتطلب وقت أقصر لإجرائها، وتسهل السيطرة فيها، وتستطيع أن توفر معطيات كمية، يمكن أن تؤثر على متغيرات مثل (الصوت وتعابير الوجه والمظهر). أما سلبيات هذه الطريقة تتمثل في عدم مرونتها، وتخفيفها دافعية المشاركة، ومحدوديتها من حيث التنوع والعمق والموضوع، وتقييدها للفنيات التي يمكن أن يستخدمها المحاور.

ب) **المقاربة غير المباشرة Non Directive Approach**: وهي المقابلة التي يسمح فيها المحاور أن يسيطر المحاور إلى حد ما على المقابلة ولذلك تسود فيها الأسئلة ذات النهاية المفتوحة والأسئلة المحايدة لإعطاء المحاور أفضل فرصة ممكنة للإجابة كما يريد، ويستخدم هذا النوع من مقابلات حين يكون الهدف جمع معلومات أو الكشف عن مواقف وآراء أو إيضاح أمور غامضة ومسائل معقدة، ومن إيجابيات هذه المقاربة أنها تدفع المحاور إلى المشاركة الفعالة وتقم إجابات مطولة، كما تتيح للمحاور قدراً كبيراً من النفاذ إلى عمق الموضوع، ولكنها بالمقابل تعاني سلبيات عدة أبرزها أنها بحاجة إلى وقت أطول لتحقيقها، وتتطلب حساسية وعمقاً نفسياً، وقد يفقد المحاور السيطرة على المقابلة، كما قد تزدهم بمعلومات غير ضرورية وغير مطلوبة باستطرادات لا تغني الموضوع.

ج) **إدراك (المُحاور والمُحاور):** تشير الكثير من الدراسات أن (علاقاتنا) تعود أساساً إلى (إدراكاتنا)، وأنها التي تحدد كيفية التواصل، ولذا فإنه من المهم جداً أن ينتبه طرفا المقابلة لإدراكهما الذاتي، بمعنى كيف ينظر كل طرف منهما إلى الطرف الآخر، وكل طرف منهما إلى ذاته، وبالتالي يتحدد هنا:

- **الإدراك الذاتي:** ينجم الإدراك (لتصور) الذي يمتلكه الصحفي عن نفسه عن تصورات وإدراكات اجتماعية ونفسية وفكرية وجسدية، ويتم اكتساب هذه التصورات من تجارب ونشاطات ومعتقدات واهتمامات وعلاقات وإنجازات وتفاعلات مع الآخرين، ومن المؤكد أن

الشخص الذي يقدر ذاته عالياً يبدو أكثر إدراكاً وثقة وجراءة في التعبير عن مواقفه، والمقدر نفسه بشكل أقل، يسعى دائماً للحصول على موافقة الآخرين، لذلك من المهم جداً في الأحاديث التليفزيونية معرفة تقدير الصحفي لذاته وللآخر، فالتقييم الذاتي قد يقرر إذ كان الحديث سيجرى أصلاً وإذا جرى هل سينجح أم لا أصلاً.

- إدراك الطرف الآخر: تؤثر نظرة كل طرف للآخر على كيفية مقاربتهم للمقابلة، وعلى نوعية وطبيعة ردود فعلهما أثناء الحوار، والتفاعل قد يتأثر تصور كل طرف لآخر بعامل السن أو الجنس أو الجاذبية، كما قد تتأثر بعامل الشهرة، سواء كان المحاور مشهوراً بقدرته على المراوغة، أو مشهوراً كشخصية اعتبارية لها وزنها.. (زعيم أو ضيف استثنائي) أو المحاور مشهوراً بطرحه الأسئلة المخرجة، وعموماً فإن الإقبال على المقابلة بإدراكات وتصورات مسبقة يجب أن لا تؤثر على ضرورة توفر المرونة في النظرة، والقدرة على التلاؤم وتغيير النظرة أثناء المقابلة، إذ قد تتأثر النظرة بالطريقة التي تبدأ بها المقابلة، أو بمظهر الطرف الآخر، أو بسلوكه وتصرفاته، أو بالمعلومات التي يقدمها، أو بالحجج التي يكشفها.

3- مستويات التفاعلات الاتصالية: يوجد في كل مقابلة نوعان من التفاعلات الاتصالية (اللفظية وغير اللفظية)، إضافة إلى وجود ثلاثة مستويات من التفاعلات الاتصالية، تتوزع وفق التالي:

(أ) تفاعل المستوى الأول: يحدث بين طرفين غريبين تماماً عن بعضهما، ومتناقضان، ومتفاوتا الأهمية، وبالتالي يتعامل هذا النوع من التفاعل مع المناطق الآمنة نسبياً، والقضايا غير الخطرة، التي يسأل الصحفي عنها الشخصية الضيفة، (كالسكن، والهوايات والإنتاج، ودورات التأهيل.....)، وذلك لأن السؤال عن مثل هذه الأمور ينتج أجوبة آمنة ومقبولة اجتماعياً، ومناسبة، وربما طموحة. فالتفاعل الاجتماعي "كباب مجازي"، يشكل في مستواه الأول -إذا كان موارباً- مجالاً يسمح بالتعبير عن أفكار عامة، ومشاعر سطحية، ومعلومات أساسية لتمر عبره، وقد يغلق الباب بسرعة إذا تحرك المحاور نحو الأماكن الخطرة بسرعة، وفي الأحاديث التليفزيونية تشير الاتصالات في مستوى التفاعل الأول هذا غالباً إلى اللحظات الأولى من الحديث (التي يجهل المتقابلين بعضهما)، حيث يكون كل طرف منشغلاً في دراسة وتقدير وتخمين موقف الطرف الآخر، ما يفرض طبيعة أسئلة بداية ستعرف لاحقاً بكسر الجليد على شاكلة: كيف الأحوال؟ كيف وضع الشركة؟ هل أنت مرتاح بجو المقابلة؟ مع إبداء سعادة المحاور للإجابات الإيجابية.. وهذه ما تدعى بالأسئلة غير الخطيرة.

(ب) تفاعل المستوى الثاني: تتعامل أسئلة هذا المستوى مع مناطق أكثر شخصية، ومع مسائل أكثر إثارة للخلاف أثناء الحوار، وذلك مثل التعليم والخبرة المهنية والتجارب وقضاء أوقات الفراغ والسلع المفضلة، وبالتالي تعبر عن خطوة أعمق بالتنقيب في حقول العموميات والأفكار والمواقف والمعتقدات والمشاعر، ولذلك تميل الاستجابات لأن تكون نصف آمنة، ونصف

كاشفة، بحيث توضح أن المحاور يريد أن يتعاون دون أن يصرح بالكثير، وحسب باب المستويات المجازي يكون الباب نصف مفتوح بالنسبة للمتأمل أو نصف مغلق بالنسبة للمتأمل، وهذا يتوقف على مقدار المعلومات والأفكار المصرح بها التي تمر عبره، وبالتالي فالإقدام على مخاطرة أكبر بالنسبة للصحفي المحاور تعني مقدرته على إغلاق الباب بسرعة عند الضرورة، وفي هذا المستوى يكون التفاعل أقل تردداً من المستوى الأول، ومعه تنتقل العلاقة الوثيقة بين الأطراف من السطحية إلى العمق والكشف، وعليه يمكن أن تكون أسئلة هذا المستوى على شاكلة: (ما تقييمك لأداء ... بعد ؟؟؟... هل تفكر بشكل مختلف للعمل خلال.....؟) وعليه يدفع "المحاور المحاور" باتجاه الحصول على المعلومات، وبالعكس فإن المحاور رغم تحفظه يكشف المزيد من المعلومات المحدودة.

(ج) **تفاعل المستوى الثالث:** يتعامل على مناطق حميمة ومسار خلاف وجدال (مثل الأسرة والدخل والديون والوضع الصحي والعلاقات)، وهي تظهر استجابات تكشف بوضوح عن مشاعر الشخص ومعتقداته ومواقفه وآرائه، وبالتالي فباب التفاعل المجازي مفتوح هنا على مصراعيه، والخطر يهدد الطرفين، كما أن تحقيق فائدة عظيمة للطرفية إمكانية واردة، وهذا المستوى لا يتكرر كثيراً في الأحاديث التلفزيونية، ولا يمكن تحقيقه دائماً والعلاقة بين الطرفين قصيرة لكن يجب أن تكون إيجابية أو وثيقة، وذلك لتشابه التصورات والإدراكات والثقة والرغبة في التقريب والكشف بينهما، ومن أمثلة أسئلة هذا المستوى: (تشير التقارير إلى انخفاض ... كيف تفسر ذلك؟ في ظل الانتقادات ... هل فكرت بأساليب جديدة لمواجهة المنافسين؟

4- أنواع التفاعلات الاتصالية: وهنا يجب تأكيد الحقائق الخمس التالية:

- (أ) الحديث التلفزيوني بمنظور ما دراما صغيرة، تمتلك مقومات العمل المسرحي كافة: خشبة المسرح والموضوع والشخصيات والحوار والصراع والحركة.....
- (ب) اللغة التعبيرية التلفزيونية المنبثقة من الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون وما يترتب عليها، من امتلاك عناصر تجسيد فنية متنوعة تجعلها قادرة على الدلالة والتعبير والتفاعل الاتصالي (المذيع والنص والضوء والألوان والموسيقى والديكور...)
- (ج) تشكل المعطيات والقيم البصرية ركيزة أساسية من ركائز الحديث التلفزيوني ولذلك فإن النص (الحديث - الكلام - الحوار التلفزيوني) على أهميته ليس الحامل الرئيسي للرسالة وليس المرجعية الوحيدة لفهم مضمون الرسالة الإعلامية التي ينقلها الحديث التلفزيوني.
- (د) يتضمن الحديث التلفزيوني قدراً من الأداء الذي يكاد يقترب من التمثيل، وذلك من أجل تحديد وتوضيح ونقل الرسالة على الوجه المطلوب.
- (هـ) مشاهد الحديث التلفزيوني لا يتفاعل فقط مع النص التلفزيوني كما حال قارئ الحديث في المطبوع، بل هو يتفاعل معها من خلال حاملها وناقلها البشري (المذيع أو مقدم البرنامج أو

المراسل طبعاً إضافة للشخصية التي يجري الحوار معها)، وبالتالي فإن السمات الفردية (وحتى البصرية والجسدية والحسية منها) تشكل عنصر تجسيد فني له وظيفة تعبيرية هامة.

ثالثاً: القواعد العامة لإجراء الحديث التلفزيوني:

- تحضير مقابلة الحديث: فالمعرفة الأساسية بموضوع المقابلة مهم، فلا يجب البدء بالتصوير والسؤال لفرقة فنية عن عدد ألبوماتها المصدرة؟ إذ ينبغي أن تكون الإجابة لدى الصحفي التلفزيوني سلفاً خلال التحضير، وإذا أظهر جهلاً أمام الضيوف تصبح مصداقيته مهددة وسيعرض للاستخفاف به، أو على الأقل لن يتعاونوا معه في تقديم إجابات تفيد بالموضوع محور المقابلة، وربما سيهاجمون وينتقونه على الهواء.
- اختيار الضيف المناسب: فالخيار الأهم أولاً، ومن يتلوه بالأهمية خيار آخر.
- أسأل الضيف أو الضيوف قبل التصوير: إذا كانت هناك اسئلة معنية يريدون طرحها.
- ضع ضيوفك في صورة البرنامج من حيث شكله وما يرمي إليه من أهداف، وإذ كنت ستسأل عن أمور غير متوقعة أو تذكر معلومات معينة على الهواء يجب التأكد من أن الضيوف على استعداد للخوض فيها والتعليق عليها.
- هيئة الجلوس: "Sitting Arrangement": لطريقة جلوس "الضيف-الضيف" وزاوية أو موقع جلوس أو وقوف المذيع أو مقدم الحلقة دلالتها النفسية التي يأخذها مصممو ديكور الاستديو بالحسبان، فمثلاً مواجهة الضيف بعضهما بعضاً يدل على المعارضة وهو وضع لا يوحى بالاتفاق بل بالعداية إلى حد ما، ويقابله الجلوس على طاولة مستديرة ودلالة ذلك الألفة وعدم التناقض والتساوي بالشأن والأهمية، ومن الأشكال المحايدة للجلوس في الحوار أن يأخذ شكل الطاولة زاوية 45، ويمكن كذلك اعتاد هيئة الجلوس بلا طاولة؛ حيث يجلس الجميع على كراسي بمساند الذراع "Armchairs" دون طاولة، ومن المهنية العالية أن تجعل ضيوفك يشعرون بالراحة، وأن تقدم لهم الضيافة قهوة وماء مثلاً، ومن المهم جداً الاهتمام أيضاً بخلفية الجلسة من حيث الديكورات أو الصور أو الألوان، وألا يكون في الخلفية ما يصدم أو يناقض أو يسيء إلى الحلقة أو أحد المشاركين فيها، ومن أمثلة الفشل في ذلك إن إحدى الفضائيات الفلسطينية الإسلامية ظلت لشهور طويلة تبث برنامجاً دينياً يظهر فيه الضيف وخلفه نجمة سداسية كجزء من الديكور وعموماً التلفزيوني الناجح لا يتردد في إنتاج حوارات خارج الاستديو في الهواء الطلق بجانب منظر طبيعي وعلى ظهر بناء مشرفة أو في حديقة مبنى أو منزل.
- إعداد الأسئلة: جهاز قائمة طويلة من الاسئلة لاختيار منها ما سيطرح على الضيف ليكون إمكانية تغطية أكبر مساحة ممكنة من القضايا المتعلقة بموضوع المقابلة، وإمكانية الحصول بالتالي على أكبر قدر من المعلومات، ثم يجب كتابة الأسئلة أكثر أهمية بلون مختلف عن بقية الأسئلة، أو الاحتفاظ بها في قائمة خاصة، ثم المضي قدماً إلى الأسئلة المساندة بين الحين والآخر، وفي

التليفزيون كما في المطبوع من الطبيعي أن يطلب بعض الضيوف قائمة بالأسئلة قبل أن يوافقوا على إجراء المقابلة، وقد يختلف البعض على إذا كانت هذه الخطوة ضرورية أم لا، ومن هنا يرى "عبد الله السعافين" أن ذلك الطلب وضرورته من عدمه، تعتمد على طبيعة الوضع الذي تواجهه الظروف الخاصة بكل مقابلة، قائلًا: "في آذار 2002 بينما كنت مديراً لمكتب فضائية أبو ظبي في واشنطن قدمت طلباً إلى البيت الأبيض لإجراء مقابلة مع مستشارة الأمن القومي الأمريكي وقتها د. كونداليزا رايس، وبعد ثلاثة أيام من تقديم الطلب اتصل بي مستشارها الصحفي ليسألني عن طبيعة الاسئلة التي أنوي طرحها، وطلب مني ذلك كتابة، فكتبت له أن الاسئلة خلال المقابلة التي ستستمر ساعة تليفزيونية كاملة ستمتد على أربعة محاور، وشرحت له عن كل محور في سطرين أو ثلاثة، واكتفى د. رايز " بذلك، ولم تصر على الأسئلة، وجرت المقابلة التي تضمنت حوالي (40) سؤالاً، وهذا مثال على أن الضيف قد يستغني عن قائمة الأسئلة إذا زودته بفكرة عامة عن المحاور التي ترغب في إجراء المقابلة حولها.

- تفقد المعدات: اطلب من المصور أو فريق التصوير التأكد من حملهم أشرطة تسجيل إضافية في حال عدم استخدامهم كاميرات تسجيل على "Memory Card" وأن يتأكدوا أنه لا خلل في "المايكات"، أو اللواظت الصوتية، وإن بطاريات الكاميرا مشحونة، وإن أجهزة الإضاءة تعمل وأن يكون معهم مصابيح بديلة، وحال استخدام أكثر من كاميرا ينبغي التأكد من أن جميع الكاميرات تعطي نفس جودة الصورة من حيث الوضوح والألوان.
- الهدام الملائم مظهر للتليفزيوني: فالمطلوب ارتداء ملابس أنيقة أو مقبولة للذوق العام، وتوجي أنك في مهمة وليس في وضع استخفاف بالضيف والعمل، فالمظهر يؤثر بالتأكيد التي يرى الجمهور فيها المقابلة، والطريقة التي يجيب فيها الضيف على اسئلته.
- قبيل التسجيل: بينما يتشغل المصورون والفنيون بوضع اللمسات الأخيرة على تجهيز الكاميرات والمايكات والإضاءة انتهاز فرصة وجود الضيف وابدأ بتقديم نفسك بطريقة غير رسمية، ثم انتقل مباشرة لتطرح بعض الاسئلة خارج "الكادر أو الكاميرا" "Off the Camera" لتهيئة نفسك وضيفك أو ضيوفك لعملية تواصل سلسة، وهذه الخطوة ضرورية لتكون لديك الثقة بالنفس وكى تتجنب التوتر.
- زاوية الكاميرا: اختر زاوية الكاميرا التي تناسب البرنامج، فالمقابلة التي تكون جزءً من برنامج منوعات يفضل أن يكون الضيف والمقدم يجلسان جنباً إلى جنب، أو قرب بعضهما البعض، وهنا تكون الكاميرا في مواجهتهما مباشرة، أما الكاميرات الأخرى في الاستوديو فتتولى تقديم لقطات قريبة "Close ups" لكل من الضيف والمذيع، أما المقابلات الأكثر جدية فيجب أن تجري هذه المقابلة بالأسلوب الذي يجلس فيه الضيف والمذيع مقابل بعضهما البعض، والكاميرا من اليمين وإلى الخلف من الضيف، تتولى تصوير المذيع بينما الكاميرا إلى اليسار وخلف المذيع تتولى تصوير الضيف.

- كن أمنياً وتجنب المواقف المسبقة من الضيوف وحافظ على الحيادية وتجنب المقاطعة والاستماع الجيد.
- الالتزام بالأسئلة القصيرة ولا تنالغ بالتوجيه واحترم عواطف الضيف
- ليس أنت!! فلا تتحدث أثناء المقابلة عن نفسك.. ولا تضيف رأيك الخاص، وثقف نفسك بعلم النفس.
- حاول أن تكون متفرداً في كل مرة ومتجديلاً لا تكرر اسئلتك وذاتك وأسلوبك.
- التواصل بالعين: عندما تجري المقابلة مع أي شخص حافظ دائماً على التواصل بالعين مع الضيف وليس مع الكاميرا، ستبدو المقابلة على مستوى مهني جيد إذا حافظت على زاوية طبيعية بنظرات العين بالنظر دائماً بتركيز إلى عيون الضيف.
- بعد انتهاء المقابلة ضع الكاميرا وقلمك ودفتر ملاحظاتك جانباً، وتحدث مع الضيف بطريقة بعيدة عن الرسمية، والهدف من ذلك ترك انطباع إيجابي وجيد لدى الضيف عن نفسك والقناة التلفزيونية التي تعمل بها، لكن الأهم هو أنك قد تفاجئ بمعلومات إضافية التي قد يزودك بها الضيف عندما يسترخي وأنه لم يعد مقيداً بالأضواء والكاميرا وطريقة الجلوس.
- إذا فاتك سؤال تصرف هاتفياً أو إلكترونياً ففي التلفزيون لا مجال عادة للاستعادة، كما في المطبوع، لكن على الأقل من أجل حديث آخر، قد يفرضه بسرعة ما فات كما يفرضه أحياناً ما استحد.
- اسئلة الرجوع إلى البداية "Reveres Question" وهي الأسئلة التي تسجل في نهاية المقابلة لغرض المونتاج إذا كنت تستخدم في المقابلة كاميرا واحدة، وتأكد أنك تطرح الاسئلة بالكلمات والنص نفسه الذي طرحتها بها أثناء المقابلة، وربما من المفيد أن تسجل على الورق ملاحظات بالأسئلة التي تطرحها وليست موجودة في قائمة اسئلتك الأصلية كسؤال المتابعة مثلاً، ليسهل تذكرها عندما تسجل اسئلة الرجوع إلى البداية، وهذه الأسئلة تستخدم للمونتاج حال احتاج المونيتير إلى الصل بين إجابتين لتجنب القفز في الصورة على الشاشة الناجمة عن القطع المفاجئ، وهذه الوسيلة مستعارة من وسائل المونتاج السينمائي، وما يحتاجه المذيع هنا هو القدرة على إعادة الأسئلة الأصلية أمام الكاميرا بالثقة نفسها والطريقة الطبيعية التي استخدمها أثناء المقابلة، حتى لو كان الضيف غير موجود معك.
- إيماءات الرأس "Noddies": وهي تخدم نفس الغرض الذي تخدمه الأسئلة المعادة، وهي تسجل لقطات للمذيع وهو يومئ برأسه أثناء المقابلة ليوحي بالتفاعل مع إجابات الضيف، والمهم هنا هو زاوية الكاميرا فعلى المذيع أن يسجل إيماءات الرأس وهو يجلس في المكان نفسه الذي كان يجلس فيه أثناء المقابلة، بحيث لا يبدو الضيف والمراسل بعد المونتاج وكأنهما ينظران إلى الاتجاه ذاته، وبعض الشبكات الكبرى تمنع استخدام إيماءات الرأس والأسئلة المعادة من باب الأمانة مع المشاهد الذي يحق له أن يعرف أن ما شاهده قد تعرض للمونتاج وبالتالي تستخدم تقنية الفلاش، بدلاً من القطع، أي استخدام وميض سريع مكان القطع، أو للوصل بين الجملتين.

- البي رول "B-Roll": احرص على أن يكون لديك صور "بي رول" للانتقال إليها أو ادخالها في المقابلة (المسجلة وليس المباشرة)، حيث أن اللقطة الثابتة للضيف أو للضيف والمذيع معاً تثير الملل لدى المشاهد، ولذا فإن وجود صور وإنسرتات بير رول للموضوع الذي تجري المقابلة بشأنه يجعل المشاهدين أكثر تفاعلاً ومتابعة للمقابلة.
- لقطات المونتاج "Cut Away Shots" بعض انتهاء تسجيل المقابلة احرص على تصوير بعض اللقطات للمكان أو للضيف، كحركة اليدين، أو صورة معلقة موحية على جدران غرفته، أو شعاراً أو راية يعلقها في رقبته أو على صدره، أو يزين بهما مكتبه، فهذه اللقطات مهمة للمساعدة أثناء المونتاج في ربط جمل ببعضها، أو اختصار إجابة مطولة يكرر فيها الضيف نفسه، والمصور المحترف يعرف أن ذلك من ألف باء تصوير المقابلة الفردية وعادة يقوم بهذا من تلقاء نفسه، لكن القاعدة دائماً هي: "لا تثق بذاكرة المصور وعليك تذكيره على الدوام حتى لو شعر بالغضب أو الضيق.
- الصورة أو اللقطة التمهيدية "Establishing Shot": عندما تنزي استخدام جزء من المقابلة ضمن تقرير إخباري أو استقصائي فالوضع هنا بحاجة إلى تمهيد لظهور الضيف متحدثاً ببضعة ثوان، وهو يؤدي عمل ما، كأن يكون سائراً في ممر يؤدي إلى مكتبه أو جالساً على مكتبه يمارس عمله ويتحدث بالهاتف أو يحمل فأساً يهيل بها بعض التراب على شجرة يغرسها أو يصلح شيء ما، أو يزين طبق طعام قبل أن يضعه على طاولة الزبائن إذا كان طبخاً أو صاحب مطعم....، وهكذا فضلاً عن غرض التمهيد لظهور الضيف، فإن غرض اللقطات التمهيدية إضفاء البعد الإنساني على التغطية وتقديم الضيوف كبشر عاديين وليس ماكينات بشرية منحطة تنتظر الإشارة لبد الكلام أمام الكاميرا.

رابعاً: الحوار التلفزيوني وعناصره الأساسية:

- (أ) **العنصر الأول: مقدم البرنامج (المحاور):** وهو الذي يقوم بالتحدث، أو استعراض فقرات إجراء الحوار وضبط آليته الفكرية والزمنية، ويقع على المحاور عبئاً كبيراً في إنجاح واستثارة قطب أو أقطاب الحوار، على أن يحمل الصفات الآتية أو أكثرها:
- (1) **المهارة الاتصالية:** أي الثقافة والدراية الواسعة بموضوعة الحوار، أي أن يتسم بالموسوعية المعرفية واللغوية.
 - (2) **المنافرة:** أي القدرة على تفهم الترميز في دلالة المعاني (الاصطلاحات) والإشاري لأعضاء الحوار، ومن ثم يعمل على وفقها استدعاء آليات (المشاكسة)، أو (التوافق) أو (الاستنتاج) أو التكرار، على وفق الحقيقة الموضوعية.
 - (3) **القدرة في إشعار المحاورين على أهمية موضوع الحوار بالنسبة للمشاهدين.**
 - (4) **السمات التقديمية:** كالصوت، والهيئة، والعمر، والسمع، والتنظيم (توزيع الأدوار) التلقائية، ويتسم بشخصية تجمع بين الاتزان والتواضع المعرفي.

5) الربط: القدرة توظيف الأحداث (الخاصية التاريخية) والقدرة على توظيف السياقات اللغوية (ربط القول السابق باللاحق).

6) اللا تقليدية: اعتماده فنون تقديمية مختلفة (اللا تقليدية) البدء بمكان الحدث، أو البدء أو الانتهاء بشاهد عيان، أو بمسؤول، أو بقول سابق لنفس المتحدث، ومن ثم يجرى الحوار.

7) الذوق العام: ملاحظة عدم الخروج عن الذوق العام، أو الإساءة إلى الآخرين، بالأسماء والأفعال في سياق الحديث.

8) مواد الإسناد: أي توفير مادة أرشيفية سائدة لمجرى الحديث وإمكانية التعليق عليها أفلام، أو صور، أو خرائط، أو أدوات توضيح وتفسير، على أن تحتوي آراء متناقضة، أو متطابقة، أو إشراك لقنوت، أو أشخاص لديها رأي سابق، لكنها لم تدخل ميدان الحوار.

ب) **العنصر الثاني: (المادة التنفيذية):** وتعتمد فنون الإخراج والتقديم للبرنامج الحواري على طبيعة موضوع الحوار، والجمهور المتخيل له، وهذا يجعل عدم ثبات أدواته ووسائله، فبعض الحوارات تستلزم مادة أرشيفية، والأخرى تستلزم مقابلات فورية، خارج نطاق الاستوديو، إضافة إلى فنون استخدامات الكاميرا وزوايا التصوير، وظهور الانفعالات والارتياح، ومديات التقاطع، والتألف التي تصحب العملية الحوارية، وعلى ذلك يمكن إدراج المستلزمات التنفيذية للبرامج الحوارية في التلفاز، بالآتي:

1) مكان مناسب لطبيعة موضوع الحوار، ديكور، إضاءة، شاشة خلفية، أمامية.

2) أجهزة نقل الصوت مخفية، والحرص على أن توزع القوة الصوتية للمتحدثين بشكل متساوي (لا يتناثر) مع مصدر الصوت، ويشنت تركيز منظم المكسر الصوتي.

3) توزيع الكاميرات بالشكل الذي يغطي ساحة التحدث، وأقطاب الحوار بشكل (1) جمعي (2) فردي، مع إمكانية التركيز على لقطات الانفعال والارتياح التي يطلقها المتحاورون.

4) توفير مادة أرشيفية منظمة، بالشكل يتناغم مع أجندة الأسئلة والقضايا المطروحة، وهذا يستلزم التنسيق بين (المحاور) مقدم البرنامج والمخرج.

5) إمكانية ربط أستوديو الحوار مع الفضاء الخارجي بكاميرا خارجية، إضافة إلى التهيئة لاستقبال مكالمات خارجية عبرها "أرضي أو محمول" (الاتصال التفاعلي).

6) يستحسن أن تغير خلفية البرنامج، إذا كان دورياً حسب طبيعة الموضوع وشخصه، وكلما كان المكان (جو الاتصال أو الحوار) يرتبط بموضوع الحوار كلما كان تفاعل المتلقي أشد.

ج) **العنصر الثالث: طبيعة موضوع الحوار وشخصه:** رغم أن البرامج الحوارية تسير وفق أجندة الأحداث الساخنة، وربما الملحة اجتماعياً، لكن بعض الدراسات أثبتت أن (توقعات التلقي) تتنافر مع ما يفترض أن يقدم، وهذا نابع من سببين أساسيين، الأول يتعلق بأن الرأي العام لديه قنوات الخاصة (من شخصية مباشرة) كقادة الرأي والأقران والجماعة الأولية، والثانية لديه قنوات الإعلام الأخرى المتاحة، وهي بذلك تشبع فضوله التساؤلي حول القضايا المطروحة، وهي بذلك تشبع هذا الفضول نحو القضايا المطروحة

(باعتبارها ساخنة)، والحقيقة التي تنبه لها رجال الإعلام أنه بالإمكان استخدام التلفزيون ليس كأداة تذكيرية (التذكير بالحدث) وضرورة تغطيته، إنما في بحث حدث قضية تثير رأيهم، وهذه القضية ربما غير منظورة أو محسوسة في حاضنة الذاكرة الاجتماعية، وهنا يتوق الناس الى متابعة غائباً او منسياً، وما لم تتذكره باقي القنوات (كسر التوقع)، وهذا في معناه ليس التشجيع على تناسي القضايا العامة أو شؤنها اليومية، وهنا ستتوزع خارطة البرامج الحوارية على أطراف عدة، حسب سياسة القناة ورؤيتها السياسية والثقافية وعلاقتها بالجمهور، فثمة حوار السياسة، وحوار الدين، وحوار المجتمع، وحوار الظواهر...، وهذه بدورها تنفرع إلى ميكانزمات مختلفة وهائلة، باختلاف ميادينها والقضايا التي تدخل في إطارها، ومن هنا يمكن القول أن "كل قضية يمكن أن يكون لها حواراً"، وكل ظاهرة يمكن أن تستقطب جمهوراً، وهذا يعتمد على كيف تقدم ؟ ولماذا؟ فلو أمعن النظر مثلاً في الركن السياسي، فثمة في محوره مئات القضايا التي بالإمكان إخضاعها للحوار والنقاش، وفيها مئات الشخصيات المقترنة بهذه القضايا (رؤساء، وأحزاب، ووزراء، ومدراء، ومفكرين، ورجال تاريخ، وأجيال جديدة...)، وكل هذه الشرائح والقنوات البشرية لها رؤية ونظرة تجاه ما يحصل لظاهرة من الظواهر، وباختصار تتركز خصائص اختيار موضوع الحوار وشخصه، في عوامل عدة، منها:

- 1) كلما كان موضوع الحوار يحمل قضية أو مشكلة أو ظاهرة آنية، كلما كان تفاعل المشاهدين أشد، على أن يجري العمل على الخروج عما تغطيه القنوات المنافسة الأخرى، وربما بطريقة الأسلوب، أو الشخصيات، أو مواد داعمة أخرى.
- 2) أن تنتقى الشخصيات المعدة للحوار بطريقة مدروسة وليست اعتباطية، ويتفق مع هذه الشخصيات على محاور اللقاء وخطوطه العريضة، بحيث يجري الحوار بالشكل المخطط له (لتحقيق الجدوى).
- 3) أن تقوم القناة التلفازية بتنوع برامجها الحوارية من ناحية الموضوعات، أو الشخوص، أو طرق التقديم، حيث يعتقد أن الناس بدأت تميل الى التفاعل مع حوارات الآخرين تلفزيونياً، لأن درجة الإشباع من تواتر الصور المجردة أخذ مداه لدى الجمهور.
- 4) عدم إقحام أشخاص ليست لديهم علاقة بموضوعه الحوار، لان ذلك يثقل كاهل "المقدم والمشاهد"، ويُسيء إلى فعل الاستجابة القصوى.
- 5) انتقاء ذوي المراكز الأكاديمية الوظيفية والسياسية الذين يمتلكون الجرأة وروح الموضوعية واللغة المحببة، لأن بعض فواصل البرنامج يأخذ زمامها الضيف، وليس فقط المحاور.
- 6) إشراك المتلقين في إبداء آرائهم بشكل مباشر (الحضور الفعلي في قاعة النقاش)، أو عن طريق الاتصال عبر الهاتف، واحترام آرائهم ووجهة نظرهم.
- 7) التنويه لبرنامج الحوار قبل وقت العرض بوقت كاف، ليتسنى للجمهور الارتباط ، إذا شاءوا، لان التعرض الآني يجري بشكل غير منتظم (عشوائي).

8) الكشف بشكل تفصيلي عن هوية واختصاص وخبرة الشخص الضيف، وهذا يعطي له، وللمشاهد بعضاً من الحيوية والمسؤولية في إبداء الرأي والمناقشة.

خامساً: لغة الحديث التلفزيوني السمع-بصرية:

تتميز لغة الحديث التلفزيوني بامتداد اللغة الصحفية التي تستخدم في المطبوع، وطبيعة الصوت والمؤثر والرمز والنبرة والشدة واللون الصوتي المستخدمة في المسموع، وفي الحركة واللغة البصرية المتبعة في المسرح، وفي الإيماءات والتعبير الوجهية ودلالة الحركات المستخدمة في السينما، لتشمل كل هذه الأنواع في لغة الحديث التلفزيوني.

وعند الحديث لغة الحديث التلفزيوني فإن الكلمة في "أسلوب بي بي سي" تتجاوز موضوع اللغة إلى كل ما من شأنه أن يسهم في تشكيل انطباع في ذهن المتلقي عن "شخصية" المحطة، كوسيلة إعلامية، سواء من خلال اللغة المستخدمة، أو الأسلوب الذي يتحدث به مذيعوها ومراسلوها والملابس التي يرتدونها والطريقة التي يحاورون بها الضيوف، بل وحتى من الإيماءات والإشارات والحركات، وبالتالي تتضمن اللغة التي تستخدمها قيماً تحريرية تعتبر امتداداً لدليل بي بي سي التحريري Producer Guidelines من حيث تأكيدها على ضرورة الالتزام بمعايير التوازن والحياد والموضوعية، وهو هدف أبعد من مجرد التذكير ببعض قواعد النحو والصرف دون إنكار أهمية الأخيرة، ما يقدم دليلاً على أن الدقة أهم من حرفية النقل، فمثلاً كثيراً ما يرد فعل Alleged أو Claimed في سياق النقل وهذه باللغة العربية تعني ادعى أو زعم، وتحمل الكلمتان العربيتان قدراً من التشكيك في صحة ما "يزعم" قوله، أكثر مما يحمله النص الإنجليزي/ ما يحتم إيجاد لفظ أكثر حياداً، والحال نفسه الحياد في استخدام اللغة والمصطلحات، واستخدام ضمير المخاطب بدل المتكلم، وأسلوب إدارة الحوار تؤثر إلى حد كبير على انطباع المشاهدين والمستمعين عن المحطة وأسلوبها، وطريقتها لا بد أن تعكس قدراً كبيراً من الحياد، وقدرة على تقليب كافة وجهات النظر، وطرح الأسئلة التي قد لا تطرح على الضيوف في محطات أخرى، مع الالتزام باحترام الضيف الواضح مهما كانت اتجاهاته؛ ومواجهته بالدرجة نفسها من الاختبار والتحريض؛ حيث ينوب المحاور عن الجمهور ويسأل الأسئلة التي يتوقع أن يرغبوا في الحصول على إجاباتها، لكنه في الوقت ذاته لا ينبغي أن يتبنى ما يتصور أنه وجهة نظر المشاهد بحيث تبدو كما لو كانت وجهة نظره الشخصية، ما يوجب أن يشعر الضيف، بأنه أعطى فرصة معقولة للتعبير عن رأيه وللإجابة بحرية على ما طرح عليه من أسئلة، دون أن تترك له مساحة لغوية للترويج والدعاية، خاصة إذا كان الضيوف من الساسة والمسؤولين، فاللغة التلفزيونية تقلب الموضوع على وجوهه كافة، ويطلب إيضاح التناقضات فيما قد يطرح من خلال إجابات المسؤولين أو من خلال التباين بين ما يقولونه وما يفعلونه على أرض الواقع، أو بين ما يقولونه الآن وما قالته لغتهم في السابق.

من جهته يحدد "أديب خضور" لغتين منفصلتين للحديث التلفزيوني، تتجليان في:

أولاً: اللغة اللفظية المنطوقة: وهي اللغة المناسبة لنقل المعلومات حول الأحداث والوقائع والظواهر وللتعبير المنطقي والدقيق وللتوضيح وحل المشكلات، ومن التفاعلات اللفظية التي تتم عبر اللغة التي يستخدمها الصحفي، والمحاور والشخصية والضيف المحاور، لأن الكلمة ورغم أهمية القيم البصرية في اللغة التعبيرية التلفزيون هي الأعم والأغلب والحامل الرئيس للفكرة والأساس التي تبنى عليه الأشكال التعبيرية الأخرى، ما تنقل استخداماتها من مجرد أداة للتعبير عن الأفكار إلى أوعية للمعاني، كنظام رمزي متكامل يتأثر استخدامه وتأثيره وفهمه بعوامل نفسية واجتماعية واقتصادية وسياسية ولذلك على الصحفي التلفزيوني أن يتنبه جيداً للمعاني المتعددة للكلمة الواحدة، والغموض المعتد في استخدام الكلمات والسياق العام المستخدمة فيه وحتى طريق ترتيب الكلمات في الجملة.

ثانياً: التفاعلات غير اللفظية: وتتم عبر لغة غير لفظية، أهم مفرداتها المظهر الفيزيولوجي الجسماني والثياب والصوت والجنس والعمر والحركات والإيماءات والإشارات والنظرات، والاتصال البصري، ولعل هذه ما يسمى بلغة الجسد التي تستخدم بشكل لا شعوري وتعبّر عن الجوانب الأكثر حقيقة في ذوات ومشاعر حاجات واتجاهات الناس، صحيح أن الأحاديث التلفزيونية معظمها كلام، لكن صدق مقولة الأفعال أوضح من الكلام يجعل الملاحظة ونقل الحركات والإشارات والتعابير أقرب إلى الحقيقية، ويصبح الحديث أكثر مقدرة على إظهار "To show" من أن تنقل إلى "to tell"، ومن هنا يؤكد الأنثروبولوجيون أن ما يفعله الناس أهم ما يقولونه، وأن الانطباع الأول يعطيه الصحفي التلفزيوني عن نفسه خلال ثيابه ومظهره وتصرفاته وحركاته وتعبيرات وجهه، وهذا قد يكون أكثر أهمية من أي شيء يقوله، وخاصة أول لحظات بداية الحديث، حيث يتاح للصحفي فهم ضيفه من خلال حركات يديه أو إدراك قلقه عبر قلة اتصاله البصري، وتعرقه، والمبالغة في أناقة ثيابه، فصيلاً كهذا بحاجة إلى كثر من كسر جليد، وبجاجة "الدوش" ساخن، وإلى إعادة طمأننة من أجل تحقيق موقف، "والقول: .. دعنا ننسى الكاميرا.. ونتحدث ببساطة بشكل طبيعي.."، ويمكن تدقيق مفردات الاتصال غير اللفظي على النحو التالي:

1) **إشارات شبه لغوية "Paralanguage":** وذلك مثل الأصوات التي تصدر عن الصحفي جواباً عن تعليقات أو أقوال: "آه.. أمم.. أوه.. إم...." وهي تساعد في توطيد علاقة الثقة والألفة بين الصحفي التلفزيوني وضيفه، كما تشجع الضيف على مزيد الحديث، لإشعاره بمدى اهتمام الصحفي بقوله ودقة متابعته له، وتزداد أهمية هذه الإشارات بإشارات جسدية معينة كالابتسامة وانحناء الرأس إلى الأمام.

2) **تحمل لهجة الصوت ونبرته معان مختلفة هامة (الاحترام والسخرية واللامبالاة...)**، ومن هنا أكدت أبحاث "ألبرت مهارة" إنه عند تعارض معنى الكلمات مع نبرة الصوت أو مع تعبير الوجه فإن الجانب الأكثر قابلية للتصديق في العملية الاتصالية الذي يأتي من نبرة الصوت أو التعابير الوجهية، كما أن إيقاع الكلمات يوحي بمعان مختلفة، فالسرعة القصوى قد تعبر عن الضرورة والأهمية أو ربما على النقيض عن قلة الأهمية، والسرعة المنخفضة توحي بخطورة الموقف، أما

السرعة القصوى المقترنة بالصوت المتهرج فتعبر عن العصبية، والسرعة المتقطعة تعبر عن الحيرة والتردد، كما أن الصوت المضطرب يعكس مستوى القلق أو الهيجان.

(3) **الصمت:** أحياناً يكون أكثر تعبيراً ودلالة من الكلام أثناء الحديث التلفزيوني، ويمكن استخدام لحظات الصمت لتشجيع الشخصية على الحديث، وكإشارة أنه ليس على عجلة من أمره أو دلالة على موافقته على ما يقوله المحاور أو حافزاً له على متابعة حديثه حول نقطة معينة وإيضاحها.

(4) **العينان والاتصال البصري:** العيون تتكلم ويستطيع الصحفي أن يرى في عيني ضيفه كثير الأشياء التي قد لا تكون واضحة في حديثه، ويعني الاتصال البصري أن ينظر الصحفي في عيني ضيفه، وهي على أهمية كبيرة في الحديث التلفزيوني، فاستمرارها وديمومتها تعني استشعار الصحفي لأهمية ما يقوله ضيفه، كما يمكن الاتصال البصري السريع إخبار الضيف الآخر أن لديك شيء ما تريد إخفائه أو أن الصحفي سمع شيئاً ما أثار انتباهه، وبالتالي يريد إبداء استغرابه، ودهشته أو تحفظه عليه، فالدراسات تؤكد ضعف الاتصال البصري يوازي ضعف الاهتمام بالشخصية والموضوع التي تتحدث عنه واللامبالاة والملل، وبالعكس فقوة الاتصال البصري تعزز الاستجابة، ومن هنا على الصحفي النظر بعيني ضيفه عندما يتحدث إليه أكثر مما يستمع إليه وهو يحدثه، ولهذا يقيم الصحفي التلفزيوني هنا بأنه قريب وواثق بنفسه وناجح وصادق، عكس الذي لا ينظر فيقيم بأنه بارد ومتشائم ومراوغ ومداهن وغير ناجح، والقاعدة الناجحة للحديث التلفزيوني على وجه الخصوص والإعلامي على وجه العموم هنا: "استمع وانصت وانظر أكثر مما تتحدث".

(5) **الحركات:** إن علم الحركة "Kinesics" يؤمن أن الناس تحرك أجسادها والأعضاء المختلفة منها (اليدان، الرأس، العينان، الحاجبان، الشفتان، الأصابع، الكتفان، الساقان....)، بطرق لا حصر لها لتحقيق التواصل، وتشير عديد الدراسات أن الاتصال الذي يجري بين الناس يتم بسنة تتراوح بين (66-93%) منه عبر الأفعال غير اللفظية.

(6) **الاقتراب "Proximity":** والذي يعني المسافة الفاصلة بين الطرفين المتدخلين بالعملية الاتصالية، وعليه حدد العالم الأنثروبولوجي "أدوارد هالو" أربعة مستويات للمسافة التي تفصل بين الشخصين، يتواصلان ويتناقشان في الحياة اليومية، وأول هذه المسافات (الحميمية) "Intimate"، ومن ثم المسافة (الشخصية) "Personal" و(الاجتماعية) "Social" و(العامة) "Public"، وعموماً تعد المسافة الفاصلة إشارة بالغة الدلالة في المقابلات التلفزيونية، وبالتأكيد كلما كان الصحفي أكثر قرباً من شخصية الحوار وخاصة بالمقابلات الميدانية التي تجري خارج الاستديو، كلما استطاع إجراء حوار أفضل، مع وجوب احترام حرية المسافة الفاصلة عن الشخصية المحاور، لأن انتهاك خصوصيتها قد يؤثر سلباً على مجرى الحوار، فالناس يضعون عوائق عندما يقترب الآخرون منهم كثيراً، بطريقة غير مريحة، وتختلف ردود فعل الناس إزاء انتهاك هذه الخصوصية فقد يتراجع البعض للوراء ويضع ما يفصله عن الآخر أو يتجنب إقامة

اتصال بصري، وربما ينسحب تماماً، وهذا يلزم احترام استراتيجية وضع المقاعد في الأحاديث والندوات والمؤتمرات التلفزيونية والاشتراك بفاعلية في إجراءات إعداد مكان الحديث أو الندوة.

(7) **الإيماءات:** وهي حركات مقصورة على أجزاء معينة من الجسم، وعادة ما يتم اختيارها واستخدامها بشكل واع لتوصيل رسالة معنية إلى الآخرين، كاليد والحاجبين أو الكتفين، وهذا ما يعني أن الإيماءات متغيرة الدلالة وفقاً لتغير الثقافات، وهذا مهم خاصة للصحفي التلفزيوني، الذي يجري المقابلات مع شخصيات متنوعة تنتمي إلى ثقافات مختلفة.

(8) **الأوضاع الجسدية:** وتظهر اتساعاً في المعنى عبر الجسد كله، وتعطي الانطباع العام لوضع الجسد ككل، وهي غالباً أوضاع لا شعورية، ولهذا غالباً قد تتعارض أو تتناقض مع الرسائل التي يتم توصيلها من خلال الكلمات والإيماءات، ومن ثم فهي تعمل على "تسريب" الاتجاه الحقيقي والشعور الموجود وراء المظهر الخارجي للشخص.

• مما سبق نتحدد معاني لغة الجسد "The Body Language" في الحوار التلفزيوني:

• إيماءات اليد والذراع:

- فرك راحتي اليد تشير إلى التوقع الإيجابي.
- الكفان المشبكتان على المكتب أو أمام الوجه إيماءة احباط، وتدل تمسك الشخص بموقف سلبي.
- اليدان البرجيتان (البرج المرفوع والبرج المخفوض) تدل على الوثوق بالموقف والنفس، ويستخدمها عادة الأشخاص المتفوقون.
- قبض الأيدي والأذرع والسواعد: أفراد العائلة الملكية البريطانية الذكور معتادون السير مرفوعي الرأس والذقن، ومشبكي راحتي اليدين خلف الظهر، ويستخدمها كذلك عادة الضباط والعسكريون الكبار، ومدير المدرسة الذي يتمشى في فناء المدرسة، لذلك هي إيماءة تفوق وثقة بالنفس.
- وضع القبضة على الساعد خلف الظهر: علامة احباط، ومحاولة لضبط النفس.
- وضع اليد على الفم أو تصنع السعال بوضعها على الفم، إيماءة تدل على الرغبة بقمع الكلمات الخادعة التي يرددها المتحدث.
- إذا استخدم الشخص الذي يتكلم وضع اليد على الفم أثناء كلامه فهذا إيماءة أنه يتلفظ بكذبة.
- فرك العين إيماءة بتجنب النظر إلى وجه الشخص الذي يردد كذبة، أو الذي تردد الكذبة عليه.
- حك العنق: علامة الشك والريبة وتلفت النظر أكثر عندما تناقضها مع القول، وتعني شفاهة أنني أفهم القصد أو أعرف كيف تشعر..
- استخدام اليد لسند الرأس دلالة على السأم.
- قرع الطاولة بالأصابع إيماءة لنفاذ الصبر.
- ضرب الذقن إيماءة أن السامع يتخذ قراراً.

- حينما يتعلق الأمر بالمقابلة ضمن الاستقصاء، فحسب "مارك هنتر" يصبح دور الصحفي هنا تشجيع الناس ودفعهم للكلام، ومراقبة لغة حديثهم اللفظية والجسدية، من خلال ملاحظة كيف يتكلمون ويشعرون، ويعبرون بلغة جسدهم أو صمتهم، إضافة إلى ما ينطقون به.

بناء على ما سبق تركّز لغة الحديث التليفزيوني على المضمون الدلالي للغة غير اللفظية:

إن اللغة اللفظية لا تمتلك تعقيد اللغة اللفظية، فهي ليست سطحية، أو ساذجة، أو متيسرة الفهم دائماً، أو إنها بحاجة إلى قراءة معمقة للوصول إلى حقيقة معانيها ودلالاتها، وعموماً يستخدم الطرفان اللغة غير اللفظية بطريقتين مختلفتين، الأولى الواعية المقصودة، والثانية غير العفوية، وغير المقصود، فعلى الصحفي أن لا يميز ذلك، ولا يفسر كل شيء بوجه واحد، كما أن طبيعة العلاقة قد تتحكم في هذا التفسير، (قد تفسر نظرة للساعة على الاهتمام بالوقت، وليس على الملل، ورغبة انتهاء الحوار، والاسترخاء كدليل على الإرهاق الليلة الماضية أو حرارة الاستديو، وليس الضجر من الجلسة الحالية، وقد يتملل الضيف لعدم إراحة الكرسي الذي يجلس عليه وقسوته، وليس من طبيعة الأسئلة، وقد تكون حركات اليدين عفوية من طبيعة الجسد الحركية، ولا تعني ما قد يفهم تعمداً عنها، وربما صوت المتحدث الخافت طبيعة جهازه الصوتي وليس الريبة وفشي الأسرار....) ما يلزم الحذر بقراءة اللغة غير اللفظية من قبل الصحفي التليفزيوني، ولهذا يؤكد "بينين" أن فهم اللغة غير اللفظية ليس بالسهولة المتوقعة داخل أو خارج سياقها، في حين أن الضيف قد يفهم بطريقته لغة محاوره غير اللفظية، التي يجب أن تبقى بجسده منحنياً قليلاً إلى الأمام مواجهاً الضيف بقوة وثبات، وعدم استرخاء حركي أو شكلي أو هزات غير مدروسة للرأس، ما يوحي بالعصبية أو غيره، (وبالتالي يمكن أن تفهم حركته للخلف بالتململ، بينما يقصد بها الرغبة بتغيير الموضوع، وقد يفهم قطع الاتصال البصري بالجفاء، بينما يقصد بها التفكير والتدقيق بقول ذكره الضيف...)، وهنا لا بد من ذكر دور التشابه بين الطرفين في تقريب هذه الحركات، إضافة إلى دور المتغيرات الأخرى، كالنوع والتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي والثقافة في فهم هذه اللغة، فكل يفهمها حسب متغيراته الديموغرافية والشخصية، فمثلاً: (المرأة أكثر استخداماً وإدراكاً لأهمية اللغة غير اللفظية وأكثر مهارة بتفسيرها، وأكثر استخداماً للتدقيق والاتصال البصري، مقابل كونها أقل تذرماً من انقطاع الاتصال البصري، بينما الرجال أكثر ميلاً لاستخدام لهجة هادئة وطبقة منخفضة، وهذه ينظر إليها على أنها أكثر مصداقية وديناميكية من لهجة النساء العالية، في حين تفضل الأطراف الأنثوية أن تجلس بشكل متقارب أكثر من الذكور، لأن الرجال يباعدون بالمسافات أكثر)، وكمثال على دور المتغيرات الثقافية في إدراك هذه اللغة (الأوروبيون تعلموا النظر إلى الآخرين في أعينهم عندما يتحدثون إليهم، بينما الأمريكيون تعلموا تجنب الاتصال البصري عند الاستماع للآخرين، كما أن عبارة "انظر في عيني" تعبر بالنسبة للأسوي عن نقص في الاحترام، بينما يفتح الأمريكي عينه دلالة للدهشة والاستغراب فإن الصيني يفعل ذلك تعبيراً عن الغضب، ويفعله الفرنسي تعبيراً عن عدم التصديق، والإسباني تعبيراً عن عدم الفهم، بدورهم تعلم اليابانيون تقنيع مشاعرهم السلبية بالابتسامات والضحكات، كما تعلم

الأمريكيون أن يقيموا أقل قدر من الاتصال الجسدي المباشر مع الآخرين عند الاتصال بهم، في حين أن الشعوب المحيطة بالبحر الأبيض المتوسط وشعوب أمريكا اللاتينية يشجعون الاتصال هذا الجسدي المباشر، وهذا لا يختلف عن كيفية ترجمة ارتفاع طبقة الصوت أثناء الاتصال، فالعرب يستخدمون أعلى الطبقات وينظرون إلى علو الصوت كإشارة على القوة، وانخفاض الصوت كمؤشر على الضعف والمراوغة، بينما الأوروبيون الأقل ارتفاعاً بالصوت، والأمريكيون يأتون في منتصف شد الصوت المستخدم بين الشعوب، على الوجه الآخر تقبيل الوجه أكثر انتشاراً بين النساء عن الرجال، وتبادل القبلات أثناء السلام دلالة محبة وشوق عند الشرقيين بينما عادة غير مستحبة بنظر الغربيين). والخلاصة كما أن رجوع الصدى دليل العملية الاتصالية الناجحة، لأنها يجب أن تكون ذات اتجاهين (من مرسل لمستقبل وبالعكس)، وهذا ينطبق على اللغة البصرية الواجب أن لا تكون ذات اتجاه واحد من طرف لآخر فقط، وعليه يشكل رجوع الصدى متمثلاً بالاستماع اللغوي والمراقبة الشكلية، عاملاً أساسياً في الحديث التلفزيوني، كدليل تقاعلي سواء عبر اللغة اللفظية أو غير اللفظية، بما في ذلك لهجة التفاعل وترتيبات الجلوس ومدى اقتراب الطرفين من بعضهما وحركاتهما وإيماءتهما، وأوضاعهما الجسدية واتصالهما البصري وتقدمه أو تراجعته أثناء سير الحوار، وذلك كله بهدف تأكيد الاتصال، وأخذهم وفهمه وإدراكه لما يحدث، ولما لا يحدث أثناء مجريات الحديث والحوار التلفزيوني.

من هنا يمكن تحديد أبرز خصائص الدلالية للغة غير اللفظية في الحديث التلفزيوني وفق:

- (1) تزيد الصفة الحميمية للحديث التلفزيوني من أهمية الاتصال غير اللفظي، وذلك لأن كل طرف يريد اكتشاف ما يفعله وما لم يفعله الطرف الآخر، معطياً معنى لأي سلوك أو تصرف أو حركة.
- (2) تشير الدراسات أن الأفعال غير اللفظية تؤدي إلى تبادل المشاعر والعواطف على نحو أكثر دقة، وأنها تتغل المعاني والمقاصد بشكل متحرر من الغش والخداع والتشويه والاضطراب، وأنها بالتالي أكثر فعالية وملاءمة للإيحاء والأفكار والعواطف، وللتعبير عنها بصورة غير مباشرة، ولذلك فهي بالغة الأهمية، وخاصة بالنسبة للاتصال عال المستوى.
- (3) غالباً ما ينظر للاتصال غير اللفظي على أنه أكثر مدعاة للثقة من الاتصال اللفظي عبر الكلمات، ولذلك إذا تناقضت الرسالتان اللفظية وغير اللفظية عند إرسال رسال مختلفة، فالميل عموماً إلى تصديق الرسائل غير اللفظية، مع الاعتماد على قراءة اللغة غير اللفظية، ما يعني أن اللغة غير اللفظية مهمة كاللغة، وربما أكثر قيمة من الكلمات، لأنه أحياناً ما يقال من الكلمات أقل قيمة من الطريقة التي تقال بها، فقد يقول الشخص شيئاً ويعني به معنى آخر مختلف تماماً، وقد يستخدم الشخص نبرات وطبقات لإعطاء الكلمة نفسها معنى مختلف، فمسألة "كيف" يقال شيئاً ما أكثر أهمية وتعبيراً من "ماذا" يقال، وعليه يمكن قراءة حركات الشخصية المحاور أكثر من سهولة قراءة كلماته، كما يمكن أن تسمح الكاميرا للمشاهد أن يشارك في عملية القراءة هذه.
- (4) البديل غير اللفظي يمكن أن يكون بديلاً للإشارة اللغوية (لأن نظرة استغراب في وجه الشخصية المحادثة عند ذكرها أمراً ما قد تدفعها للاستدراك وإعادة النظر وربما التوضيح والبرهان على صحة ما

ذكرته، كما أن زم الشفتين وتحريك الرأس يميناً ويساراً إشارة تعني عدم الموافقة على ما يقال، وتحريك الكتفين للأعلى يعني عدم المعرفة بالشيء موضوع القول بمعنى أن الأمر لا يهمني).

(5) اتحاد اللفظي وغير اللفظي، وهنا يؤكد الباحثون استحالة عزل اللفظي عن غير اللفظي، وذلك لاتحادهما أثناء عملية الاتصال، لدرجة أن كل منهما يعتمد على الآخر ويكمّله، فاللغة غير اللفظية يمكن أن تسهم في إيضاح الرسالة التي تحاول اللغة اللفظية صياغتها ونقلها، كما تسهم في تقوية الرسالة وزيادة فاعليتها، فالصحفي يؤكد موافقته عبر كلمة "نعم" (ترافقها انحناء رأسه إلى الأمام، وتكرر ذلك ما يعني تأكيد الموافقة)، وقد يقول "لا" (يرافقها هز الرأس يميناً وشمالاً تأكيداً للنفي والمعارضة)، كما أن التشديد اللفظي مهم في اللغة التلفزيونية فقد يستدعي الاهتمام بكلمة هامة (تماماً مثل وضع خط تحتها أو كتابتها بحرف مائل أو أسود في النص المطبوع)، مثل لن نرسل وفداً جديداً للمفاوضات، و لن نرسل وفداً جديداً للمفاوضات، كذلك فالتغيير في طبقة الصوت من شأنه إعطاء معناً معيناً للكلمات، وكذلك فإن تعبير جدي للوجه واتصال بصري مباشر قد يساعدان الكلمات على تلقيها بتعاطف وتفهم، (غير اللفظي يؤكد اللفظي ويثبت صحته).

(6) الأفعال والإشارات غير اللفظية يمكن أن تكون مفتوحة لقراءات مختلفة وبالتالي يمكن أن تسبب الاضطراب والتشوش وسوء الفهم، ولذلك يجب الحرص على التفسير السليم لهذه الأفعال والإشارات، فالإشارة يمكن أن تنقل رسالة، كتعبير المصافحة الطويلة عن الود وعمق العلاقة، والتعبير الجدي للوجه يوحي بالصدق، وملامسة اليد أو الذراع دليل على التعاطف والتفاهم، وقد يظهر المرء اهتمامه بما يقوله شخص آخر من خلال انحنائه قليلاً إلى الأمام، وإقامة اتصال بصري قوي ومستمر معه، والإيماء بالرأس إلى الأمام أكثر من مرة، وإظهار تعابير وجه جدية كما قد يعبر المرء عن التملل من خلال كثرة تحركه في جلسته، أو الامتناع عن الاتصال البصري، أو الجلوس بشكل مسترخ، أو تقطيب الجبين، أو النظر إلى الأرض، كما أن الاسترخاء والعبوس والتحدث ببطء قد يعكس الحزن أو عدم الاهتمام أو الفشل المتوقع، كما أن التراجع في الجلسة والحملقة في الآخر، ورفع الحاجبين وهز الرأس إشارات قد تعبر عن المعارضة والغضب والاحتقار.

سادساً: العوامل التي تتحكم في تقنية إجراء الحوار التلفزيوني:

مهما كان شكله أو مدته، فإن الحوار التلفزيوني يعتبر من أهم الأجزاء المؤثرة في الحوار، وحضور الشخص المحاور (الضيف) يجسد كلمات مختارة يجب أن يتم إخراجها بوسيلة متحكم فيها، واختيار الإطار وزوايا التصوير والتقاط الصوت، فكلها عناصر تسهم في تكوين مضمون الحوار ومعناه وأهميته بالنسبة للمشاهد، وهنا لا بد أن يذكر (دور المصور)، وفق التالي:

- دائماً تفضيل إجراء الحوارات على عين المكان: فالخباز أمام فرنه، والرسام أمام لوحته، ولاعب كرة القدم وهو يتدرب في الميدان، فالإطار الذي يعيش وينشط فيه الشخص المحاور سوف يضيف المزيد من المصداقية والنجاعة على محتوى التصريحات.

- الاهتمام بإطار الحوار حتى يعطي معلومات أكثر: فإذا كان الحوار طويلاً، وستتم تغطيته جزئياً بالصورة أثناء التركيب، فإن الصور الملتقطة للغرض من الضروري أن تضيف معاني مكملة للحوار.
- اختيار زاوية التصوير القادرة على تجسيم معنى الكلمات التي يتضمنها الحوار:
 - صور قريبة: يكون الكلام شخصي وحميمي.
 - صور متوسطة البعد: يظهر الشخص المستجوب إلى مستوى الصدر فيكون الكلام عاماً.
 - صور شبه عامة و بعيدة: الكلام رسمي (التصريحات الرسمية أو العامة).
- الاهتمام بالعناوين الثانوية: بالنسبة إلى حجم صورة الشخص المستجوب، لا بد أن يترك نحو خمس الجانب السفلي للصورة لكتابة اسم الشخص المستجوب ووظيفته أو صفته.
- تغيير الإطار: أي اتجاه الكاميرا أو الزاوية عند تغيير الموضوع مع الشخص المستجوب.
- قبل بداية التصوير التثبيت بالنسبة للصور القريبة من الخلفية لتفادي مناظر مشوهة: فمثلاً نبتة أو شجرة تخفي رأس الشخص المستجوب جزئياً أو إشارة بالخلفية وراء المستجوب إلى موقع مراحض وغيرها، يجب التثبيت منه قبل بداية التصوير، فالصورة القريبة تبرر وجود الصورة الخلفية وصحتها.
- التأكد من أن خلفية الصورة أو الصوت لا تصرف النظر عن الحوار.
- التثبيت من أن المستجوب لا يتحدث مباشرة إلى الكاميرا: حتى يكون نظر الشخص المستجوب قريباً من الكاميرا دون أن يتوجه إليها مباشرة على الصحفي الوقوف إلى جانب المصور ومسك الميكرفون باليد المعاكسة للكاميرا، حال كونه يحاوه واقفاً ضمن تقرير أو برنامج...
- عندما يكون الصحفي المحاور في الصورة يمكن أن يظهر الصحفي في الصورة مع ضيفه المستجوب إذا كان ذلك الظهور يضيف معلومات للإبراز، مثلاً أن الصحفي ينقسم التجربة نفسها مع الشخص المستجوب، أو من أجل إبراز مختلف مراحل التحقيق.
- إعداد الحوار حسب سيناريو معين: لا مبرر لمثل هذه الحوارات حتى إذا كانت لا توجد أية إمكانية أخرى لإجراء الحوار، حيث يكون ذلك مقبولاً إذا قبل الضيف أن ينقل أمام الكاميرا حركات أو وضعية ما يمكن أن يقوم بها فعلاً خارج إطار اللقاء.
- الحوار أثناء المشي: تلك وسيلة يمكن أن تضيف حركية وديناميكية على الصورة، وتتيح المجال لإظهار إطار الموضوع في خلفيتها.
- الحوار عبر الهاتف ويعتبر الأسوأ: ما يبرر استعمال مثل هذه الطريقة هو عزلة المستجوب أو ضرورة إخفاء هويته أو الصبغة العاجلة، ويستحسن استعمال المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر الهاتف في كتابة التعليق.
- ارفض الأجوبة المقروءة: فأحياناً يأتي الناس يحملون أجوبة مكتوبة، فاخبرهم أن ذلك سيئ، لأن إجاباتهم لن تظهر طبيعية على الهواء، وسيضيعون في ما كتبوا، بينما يعرفون الأجوبة، والأفضل شفويًا.

- **فكر في التركيب (المونتاج):** الحديث الجيد يمكن من استخلاص مقاطع صوتية جيدة، ولا تنسى "قبل ترك محدثك التأكد من تسجيلك": اعد سماع نهاية المقابلة للتأكد أن لديك تسجيل صالح للبث.

مراجع الفصل ومصادره:

- Scanlan Christopher, Reporting and Writing, Basics for the 21st Century, (USA: Orlando, Harcourt College Publisher, 2000).
- أمير تاج الدين: الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة (القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، 2009).
- جوليا بارتين: نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- جيمس ك. فان فيليت: قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس" (مكتبة جرير، 2007).
- ستيفن كوفي وآخرون: الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات (مكتبة جرير، 2008).
- عبد الوهاب قناية: المذيع المحاور، (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 178، أبريل 2005).
- لينين واكس مان: تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين 2009.
- مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا: الإنصات "فهم ما وراء الكلمات" (القاهرة: مركز خبرات المهنية للإدارة _ بميك، 2008).
- محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، (الأردن: دار الطباعة الحديثة، 2012).
- <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284>
- Vice .bbc .abc .
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2010).
- محمد مرعي: الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009).
- "نايت سيتيزن، نيوز نتورك: إجراء المقابلات الصحفية: دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- هاريسون مونارث ولارينا كاس: المتحدث الواصل (مكتبة جرير، 2008).
- سيد أحمد الناعي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
- شيرلي بياجى، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- عبد الدائم عمر الحسن: الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008).
- محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها - تحريرها - نشرها، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984).
- يوسف مرزوق: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988).
- كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، (جدة: دار الشروق 1987).
- محمود فهمي: الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1982).
- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي 1992).
- رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، (القاهرة: مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005).
- John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.

- أديب خضور: الحديث التلفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة (2009)، ص 38.
- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.

الفصل الخامس:

تقنيات إجراء الحديث التلفزيوني وإدارته

- أولاً: فن إدارة الحوار التلفزيوني وشروطه ومواصفاته وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته.
- ثانياً: الشروط العشرة لإدارة حوار تلفزيوني ناجح.
- ثالثاً: خطة طريق إجراء الحوار التلفزيوني.
- رابعاً: افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة.
- خامساً: القوائم والمدارس الأشهر في تقديم النصائح للمحاور التلفزيوني:

- 1) قائمة كريلنج في الحوار التلفزيوني والإذاعي:
- 2) مدرسة لاري كينج (Larry king) في صناعة الحديث التلفزيوني:
- 3) تقنية "تسقيع الزبون" لمقابلة ناجحة.
- 4) قائمة الباحث الأمريكي Ernie Kreilling أثناء إجراء المقابلات:
- 5) دليل الباحث Zemmerman للأسئلة.
- 6) نصائح في المقابلة التلفزيوني حسب دليل هيئة الإذاعة البريطانية BBC Talk.

سادساً: تكتيكات إدارة الحوار واستراتيجية إجراء الحديث التلفزيوني:

- 1) تكتيكات "شارلي بياجي" الأشهر لاستراتيجيات تسلسل الأسئلة في الحديث التلفزيوني.
- 2) حيل المخبر الصحفي الأكثر شيوعاً.
- 3) تكتيكات إجراء المقابلة في الاستقصاءات حسب "مارك هنتر".
- 4) تكتيكات أساسية في مهارات إجراء المقابلة التلفزيونية على الهواء.

أولاً: فن إدارة الحوار التلفزيوني وشروطه ومواصفاته، وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته:

يعد الحديث التلفزيوني فن السهل الممتنع، فكل من يعمل بالإعلام يستطيع أن يجري حواراً، لكن الصحفي الكفوء هو الذي يشتهر بقدرته على إدارة الحديث، بكل ما يعنيه ذلك من ذوق وفهم وحس، متخذاً دور الوسيط الشفاف، الذي يفتح قناة بين الجمهور المعني والضيف، وليس دوره التركيز على ثقافته أو شخصيته أو حضوره، وعليه يقول "مصطفى أمين": "أصبح الحديث في بلادنا درساً بلاغاً رسمياً أو درس بالإملاء، أو منولوجاً يلقيه أحد المسؤولين، ويكتفي الصحفي بالتصفيق، في حين يجب أن يحاور الصحفي المسؤول ليستجوبه لا ليستجديه، ما يعني فعلياً تحول الصحافة من صاحبة الجلالة لجارية في قصر صاحب الجلالة، مهمتها استرضاء الحاكم والتغزل فيه وإمتاعه والرقص وإلقاء قصائد المديح بحضوره، بينما الحديث محاورة بين ندين لا ليست أوامر يلقيها السيد على عبده، إنه "محاكمة"، الصحفي من يحقق ويستوجب ويدافع ويتهم وينوب عن المتهم في الوقت نفسه، والقاضي ليقر ببراءة المتحدث أو إدانته، ومن يسمع حوار "أوريانا فلاتشي" مع "شارون" يعرف أنه أمام لعبة تنس ثم تنقلب للعبة كرة قدم، ثم تصبح ملاكمة.. والمحاورة الجيدة من خلالها التي تنفض على المتحاور، وحين يحاول أن يفلت منها تتراجع قليلاً، ثم تثب عليه محاولة ضربه الضربة القاضية، كانت توجه الأسئلة وكأنها تطلق مدفعها الرشاش، وكانت مستعدة دائماً للرد على أكاذيب الوزير بالأدلة والمستندات، فإذا أفلتت أعصابه هدأته، وإذا هداأثارته، وإذا حاول خداعها كشفتها، وإذا تبرم منها حايلته، وإذا هرب منها أمسكتها، فالصحفي الذي يدخل إلى مكتب المسؤول مجرداً من السلاح هو أشبه بجندي يدخل معركة حربية رافعاً راية بيضاء، ومقعد السلطة يجعل المتربع فوقه ضيق الصدر يكره الأسئلة المخرجة، ويمقت الصحفي المقاتل، ويعجب بالصحفي "المبهور" الذي يعتبر جهله عبقرية، وفراره دبلوماسية وصمته فلسفة، وعجزه دهاء، أما الصحفي هو مزيج من المصور الفوتوغرافي والرسام وطبيب الأشعة.. وعندما يتدخل هؤلاء الثلاثة داخل صحفي يستطيع الصحفي أن يخرج من غرفة المسؤول وفي يده.. الحقيقة.. كل الحقيقة.. الجمهور كالشعب يستحق الحقيقة..

بدوره يقول محمود أدهم نقلاً عن صحيفة التايم الأمريكية خلال حديثها عن "أوريانا فلاتشي": "المقابلات الصحفية مثل أرجوحة ذات الطرفين، فإذا زاد وزن أحدهما عن الآخر جداً طار الآخر في الهواء، ولذلك فإنها مثل المباراة بين ندين متساويين لا الصحفي يفهم المسؤول، أو يحاول هزيمته، ولا المسؤول يحاول اللف والدوران أو التوقع، والنتيجة دائماً هي في صالح القراء"، ومن جانبها تقول "كارل واين" أن المحاور مثل لاعب التنس المجرب، يجب أن يعرف طباع خصمه في اللعب، وأن يعرف كيف يوجه المناقشة ويرد محدثه، وأول ضروريات لاعب التنس كيف يرد الكرة فوق الشبكة، وهذا الشرط يجب أن يتوفر عند الصحفي الذي يسعى إلى حديث مع إحدى الشخصيات، ولا يكتفي بهذه

المعرفة، بل يجب أن يتعلم الصحفي شيئاً آخر، وهو كيف يرد الكرة بقوة وفجأة ومن زاوية مختلفة"، وعليه يصف لاري كينج: "الحديث" مثله مثل سيارة.. كلما اعتدت على قيادتها أتقنتها واستمتعت بها. وعموماً تتعدد تقنيات إدارة الحوار التلفزيوني وخطوات إجرائه لكنها تتلخص في: اختيار وتحديد المصدر (الشخصية) المراد إجراء الحوار معها، وهنا يتوجب معرفة لماذا يجب أن نقابل هذا الشخص، وما الهدف من المقابلة؟ وهل نتعامل معه بصفته بريئاً أن خيرياً؟ ولماذا هذا الحوار مع هذه الشخصية، إجراء دراسة تمهيدية استقصائية حول موضوع الحديث، والاستعانة بالمعلومات الخلفية عن الشخصية والموضوع، فلا يستطيع المراوغة، أو على الأقل يحد من الكذب المفضوح، فقبل أي محادثة يجب معرفة الدور الذي يلعبه هذا الشخص المحاور، وهل هو مصدر (أبيض) ضحية أو (رمادي) شاهد، أو جانٍ (أسود)؟ قبل الانتقال لوضع خطة الحوار والأسئلة، واستكمال أدوات إجراء الحديث، الذي يتخلله إدارة الحوار وتسجيله إذا لم يكن يبث على الهواء، ثم تحرير الحديث (منتجته).

وعليه يمكن تحديد شروط الحوار ومواصفاته، وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته وفق التالي:

• **شروط الحوار:**

- 1) الحرية الكاملة.
- 2) الندية بين الطرفين.
- 3) وحدة اللغة.
- 4) وحدة المصطلحات.
- 5) توفر كل الوثائق والأدوات.
- 6) مكان آمن بعيد عن التشويش والتأثير.

• **موصفات الحوار:**

- قبل الحوار.
- أثناء الحوار.
- بعد الحوار.

• **قبل الحوار:**

- التخطيط للأفكار والمراحل.
- تأمين الوثائق والبراهين.
- دراسة الطرف الآخر ومعرفة نقاط القوة والضعف فيه.
- حسم المرجعيات.

• **أثناء الحوار:**

- البحث عن الحقيقة.
- احترام الطرف الآخر.
- ترك الأفكار المسبقة.

- التمسك بالثوابت.
- الاستقلالية.
- الندية.
- الموضوعية.
- التمكن من الأدلة.
- الإنصاف.
- حسن الإصغاء.
- سرعة البديهة.
- الروح الرياضية.
- عدم التعصب.
- عدم التشنج والانفعال.

• بعد الحوار:

- الاعتراف بالنتائج.
- التحفظ على ما لم نقتنع به.
- استثمار النتائج.
- استثمار العلاقة.
- الإبقاء على روح الحوار.

• قواعد الحوار:

- تحديد الهدف من الحوار.
- اعتماد القواعد العقل والمنطق.
- الاتفاق على المسلمات والبديهيات.
- توحيد المصطلحات المستخدمة.
- البحث في جذور القضية وتطورها.
- تحديد المرجعيات.
- الاستعانة بالخبراء.
- دقة الوثائق والاستشهاد مع ذكر مصادرها.
- عدم التناقض في الكلام أو المواقف.
- البحث عن الحقيقة وليس انتصار للذات.
- الخلاف من سنن الحياة، وإمكانية الخروج بحد أدنى من الاتفاق.
- البحث عن الحل الثالث.

• عوائق الحوار:

- الثثرة والإسهاب والخروج عن الموضوع.
- عدم الوضوح في العرض.
- الكلام بلا دليل أو برهان.
- المجاملة واللف والدوران.
- التناقض.
- الغضب والانفعال والتورط في ألفاظ تجرح الآخر.
- التعصب.
- التشويش الخارجي على الحوار.
- النطق غير السليم.
- الصوت غير الواضح.
- عدم الاستعداد النفسي للحوار والإقناع.
- عدم التركيز والإصغاء.
- عدم مراعاة آداب الحوار.
- عدم ضبط النفس والانفعال السريع.
- غموض مضمون الحوار وعدم منطقيته.
- عدم اقتناع المتحدث بما يقدمه للغير.
- عدم إجادة المتحدث لأساليب الإقناع.

• آداب الحوار:

- الاحترام المتبادل.
- إعطاء الفرصة الكاملة للطرف الآخر.
- عدم القاطعة.
- الهدوء وتجنب الردود العصبية.
- التواضع وعدم المباهاة والاستعراض الشخصي.
- عفة اللسان والاعتذار عن الخطأ.

• درجات الحوار:

- التعارف واكتشاف الآخر.
- البحث والاستطلاع.
- الحوار من أجل الوصول إلى الهدف.
- التفاوض على الحل.
- ملاحظات مهمة.
- ناقش القضية ولا تناقش الأشخاص.

- لا تطرح ولا تلتزم إلا بما تؤمن به وتملك عليه الدليل.
- تجنب الإكثار من الحديث عن نفسك.
- لا تقرر رغباتك واطرحها بطريقة السؤال.
- ليس عيباً أن تطلب إرجاء بعض المحاور حتى تراجع وثائقك.

ثانياً: الشروط العشرة لإدارة حوار تلفزيوني ناجح:

- أولاً: اختر القضية موضوع الحوار والزاوية التي تريد معالجتها منها، أو إطاره العام ومحاورة.
- ثانياً: توضيح الاغراض المتوخاة من البرنامج "The Objectives" الذي تشكل الحلقة الحوارية إحدى حلقاته واختيار الشكل المناسب للحلقة ناحية تقسيمها وفقراتها أو ما يعرف بـ "Format".
- ثالثاً: التوافق بين فريق الإعداد (المعد والمخرج ورئيس التحرير) على الأغراض والشكل.
- رابعاً: اختيار المحاور المتخصص والضيوف المحاور بعناية.
- خامساً: الاستعداد والتحضير، سواء عبر تحضير الوثائق اللازمة أو التأكد من تصنيفها حالة الحاجة إلى الاستعانة بها، وإبرازها بسهولة أثناء الحوار.
- سادساً: إعداد الأسئلة وتوزيعها على المحاور (حال احتمال موضع الحلقة لأكثر من محور)، ولا مانع من أسئلة أخرى قد تنبثق من سياق الحديث.
- سابعاً: تحضير الاستوديو من كافة النواحي، مثلاً: طريقة الجلوس لكل من المقدم والضيف، وإذا كان التصوير خارجي تحديد زمان ومكان الحديث، وغالباً الشخصيات الهامة هي التي تحدد مكان الحديث، في مكتبها أو منزلها.. لكن دون إحراج.. والجميع ينصح بالمقابلة مع القهوة.
- ثامناً: القيام بالتحضير الشخصي للحوار وعدم الاكتفاء بقراءة المادة التي يجهزها المعد.
- وضع خطة استراتيجية أو منهجية للحديث، مع تقديم إيجاز للضيوف عن موضوع الحلقة وطريقة تقديمها وفقراتها والوقت الأقصى والأدنى المتاح لكل مداخلة أو إجابة.
- عاشراً: التأكد من الإعداد الجيد للخطوات السابقة.

ثالثاً: خطة طريق إجراء الحوار التلفزيوني:

يجب أن يخطط صلب الحديث التلفزيوني بعناية ودقة إجراء حوار كامل وناجح على أن يراعى أحد المسارين التاليين:

- 1) تحديد دليل الحديث: والذي هو عبارة عن تحديد للمحاور أو الموضوعات الرئيسية والفرعية، التي ستتم مناقشتها أثناء الحديث، ويساعد هذا الدليل تطوير مجالات محددة للنقاش، تغطي الموضوع بكامله وتضمن تحديد الهدف من إجراء الحديث، وثمة نماذج متعددة لوضع دليل الحديث منها:
- أ) نموذج تتالي الموضوعات؛ حيث يقسم الموضوع إلى جوانب أو محاور مختلفة.

ب) نموذج التسلسل الزمني؛ حيث يحدد المسار الزمني للحدث أو المشكلة أو الظاهرة موضوع الحديث.

ج) نموذج التسلسل المكاني الجغرافي؛ حيث يستخدم عندما يدور الحوار حول ظاهرة عامة يقسم الحوار على وجود الظاهرة المناقشة في كل منطقة على حدا.

د) نموذج تسلسل السبب-النتيجة؛ حيث تقسم الظاهرة إلى جوانبها المختلفة، ويجرى الحوار حول أسباب ونتائج كل جانب من هذه الجوانب.

هـ) نموذج تسلسل مشكلة-حل؛ حيث تحدد مجموعة المشاكل التي أسهمت في تكوين المشكلة الكبرى، ويجرى الحوار وفق تسلسل تحديد كل مشكلة، ثم مناقشة سبل حلها، وصولاً إلى حل المشكلة العامة.

2) وضع مخطط كامل للحدث: قد لا تكون الأحاديث الإخبارية السريعة بحاجة لوضع مخطط، أو حتى إلى وضع دليل، لكن المقابلات الهامة والطويلة وخاصة الرسمية منها تستدعي ضرورة وضع مخطط تفصيلي يقوم على أساس الدليل، على أن يوضع وفقاً للزمن المخصص للحديث وفي ضوء الهدف المتوخى تحقيقه من الحديث.

وعليه من أهم طرق أسئلة الحديث التلفزيوني وأساليب عرضها على الشخصية:

الطريقة الأولى: طريقة القائمة **Menu** : والمقصود بها أن الصحفي التلفزيوني عبر المقابلة وعلى وجه التحديد خلال مرحلتها البحث في الموضوع ودراسته، واختيار المتحدث وصلته بالموضوع، يمكن وضع الأسئلة وفقاً لجوانب الموضوع المختلفة، ويحررها بالصياغة المناسبة ويرتبها في قائمة من الأسئلة، من قبيل "ما أهداف الحوار؟ وما النوايا التي أحملها تجاه الضيوف وموضوع الحلقة، ولهذه الطريقة خصائصها، ومميزاتها، وفوائدها، فهي تمتاز بالصلاحيات الكاملة، من حيث الإلمام بأطراف الموضوع، وسبر غوره، وتغطيته تغطية شاملة، كما أنها تحصر الموضوع وتضعه في إطاره الصحيح عن طريق الأسئلة الأساسية والاحتياطية، وتسهل متابعة السؤال، والتوقف عند كل نقطة من نقاطه، أو عبارة من عباراته، كما أنها تساعد الإذاعي في المرئي والمسموع، على عدم نسيان أي سؤال هام، أو نقطة هامة، كما تقوده إلى جوانب الشمول والإلمام الكامل، بكل ما يدور وما تتجه إليه المناقشات، وبالتالي يساعده هذا في إعداد القائمة التي يتلوها المذيع في المقدمة على جمهوره، محدداً فيها محاور الحوار، عبر القول "سنناقش في هذه الحلقة..." أو "هدف هذه الحلقة مشاهدنا اطلعكم على....".

الطريقة الثانية: طريقة "المحاور" أو "نقاط الارتكاز" أو "المعالم": المقصود بهذه الطريقة وضع محاور أو نقاط ارتكاز تؤسس عليها تلك المحاور، ورؤوس الموضوعات التي تجب مناقشتها أثناء المقابلة، ومن ثم يقوم الإذاعي بمناقشة تلك المحاور والنقاط مع المتحدث، وهذه الطريقة لتوصيل الأسئلة وطرحها تقترب بالمقابلة كثيراً مع طابع المقابلة الحية المرنة.

الطريقة الثالثة: الطريق المختلطة أو الوظيفية: وتعد هذه الطريقة عالية المرونة، ومتعددة الاستخدامات، ومناسبة لأنواع عديدة من المقابلات وهي تقوم على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة المهمة والأساسية التي تركز على النوعية المطلوبة من الإجابات، وقد تكون أسئلة للرأي أو للمعلومة، أو أسئلة للتفسير أو يخطط الإداعي في السموغ والمرئي بين عدد منها تبعاً لنوعية المقابلة، على أن تكون الأسئلة في عبارات وكلمات مختصرة، ووضح كامل وصياغة جيدة، بشكل عام، وذات أهمية مطلقة ومتدرجة من الأهم، فالأقل أهمية، وكذلك الموضوعات والملاحظات بحيث تكون في شكل (محاور أو نقاط أو معالم ارتكاز) تكتب في كلمات قليلة للغاية بهدف التذكر بها فقط.

الطريقة الرابعة: طريقة الأسئلة غير المدونة "طريقة القائمة الذهنية": وهذه الطريقة منطلقها "أن لا تخون ذاكرتك أبداً وثق بها"، فمن يستخدم هذه الطريقة يبدي قدراً من الثقة بالنفس، والقدرة على الإمساك بحبل الكلام، وتوجيهه إلى حيث يريد، والتمسك بحرية القول والمناقشة، ومن الذاكرة القوية، ومرد هذه الخصائص إلى الخبرة والممارسة والتدريب الجيد على المقابلات، والمعرفة الجيدة لما يريده المستمع، ومن أبرز مزايا هذه الطريقة ضمان توجيه الأسئلة "الطازجة" الجديدة والمنعشة التي تؤدي للحصول على إجابات مماثلة.

رابعاً: افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة:

أولاً: الترحيب: لكل مذيع أو مقدم برامج طريقته في الترحيب وليس هناك قاعدة معينة أو صيغة محددة، لكن الهدف من الترحيب هو إضفاء اللمسة الإنسانية الضرورية على أجواء الحوار، وإرسال رسالة احترام ومودة للمشاهدين، وجرت العادة أن يكون لمقدم الحوار "كلاشيه ترحيبي"، محدد، متمثلاً بجملة معينة بداية ظهوره على الشاشة بعد شارة البرنامج، وربما تكون مرفقة مع إشارة بالرأس، فليكن الترحيب هدية قيمة ترطب الأجواء مع المشاهد وتشعره بالراحة والرغبة في متابعة الحوار، كالقول مثلاً: "أسعد الله أوقاتكم مشاهدينا وأهلاً بكم إلى برنامج....".

ثانياً: تقديم الضيوف: وهنا لابد من مراعاة إن تقديم الضيوف هدفه التعريف بهم، وبساعد بالألفة بينهم وبين المشاهدين، ولكن الكلمات التي تستخدمها في التعريف والمعلومات التي تكشفها عن كل ضيف، لها دور جوهري بالطريقة التي يتقبل فيها المشاهد ما يصدر عن الضيف من آراء ووجهات نظر، لذا ينصح بتجنب المبالغة في تعريف الضيوف حتى لا يتخلل إلى الضيف انطباع بأن عليه أن يتعصب سلفاً لفكرة أو جهة أو رأي محدد، وعندما تبدأ بإضافة مزيد من العبارات التعريفية لكل ضيف، قد يتولد لدى الضيفين انطباع أنه ينبغي على كل منهما محاربة الآخر، والانتصار عليه، إثباتاً لصحة موقفه وتوجيهه، وبدل ذلك يمكن الاكتفاء بالقول: "نريد أن نستمع إلى وجهتي النظر في هذه القضية، ونرى أنكان هناك مجال للتقريب بينهما".

ثالثاً: إبراز الهدف من البرنامج: ويعلن للجمهور كما الضيوف.

رابعاً: اعط لكل حلقة عنواناً: حتى لو كانت كلها تجمعها شاكلة الأحاديث.

خامساً: القائمة "Menu": في إطار تحضير الصحفي التلفزيوني للحلقة يطرح على نفسه أسئلة من قبيل "ما أهداف الحوار؟ وما النوايا التي أحملها تجاه الضيوف وموضوع الحلقة، وبالتالي يساعده هذا في إعداد القائمة التي يتلوها المذيع في المقدمة على جمهوره، محدداً فيها محاور الحوار، عبر القول "سنناقش في هذه الحلقة"... أو "هدف هذه الحلقة مشاهدنا اطلاعكم على....".

سادساً: رسم الصورة العامة للبرنامج والضيوف: لفهم الجميع ما الذي سيحدث في الحلقة، وكيف تسير الأمور، عبر القول مثلاً: "سنتحدث اليوم عن....".

سابعاً: اختيار كلمات المقدمة بعناية: فالمقدمة ليست حشواً ولا ملء جزء مخصص من الحلقة، وإنما لتسير الولوج السلس إلى الموضوع قيد النقاش، ما يتيح للجمهور متابعة منهجية وواقعية.

ثامناً: احرص على تقديم المعلومات الأساسية: كالأحصاءات والحقائق عن الموضوع، ويمكن للمعد فعل ذلك عن طريق تقرير مصور يعرض بشكل مرافق للحوار، أو من خلال جرافيك، ويلاحظ هنا:

- أثناء الحوار: ماذا تفعل عندما يكون ضيفك مشاغباً؟
- قاطعه بطرح سؤال مباشر.
- قاطع الضيف بالتأكيد على نقطة ما، وأبرزها.
- كإجراء استباقي ينصح بوضع الضيوف بصورة البرنامج، من حيث الوقت المحدد لكل ضيف، والمحاور التي سيتناولها الحوار.
- من اللباقة في حال وجود ضيف غير متعاون أن تعتمد إلى تلخيص وإعادة الفكرة بطريقة توقف الضيف عن تكرار نفسه.
- كتكتيك ناجح لا بأس من اللجوء إلى زريعة الفاصل، أو تقديم ريبورتاج المصور المعد.
- احرص على اللجوء إلى سياسة الاحتواء المسبق للضيف الصعب، أو للضيوف المشاغبيين، بتخصيص وقت محدد في مقدمة الحلقة، فمثلاً قول الصحفي: "كمدخل للحوار مشاهدنا أعطي كل ضيف دقيقة لقول ما يشاء عن موضوع الحلقة ثم نبدأ بطرح الاسئلة....".
- احرص على التعامل مع الضيوف كشركاء تريد منهم ومعهم أن تصل بالمشاهدين إلى نتيجة ما أو فكرة ما، أو توضيح مسألة ما.
- احذر أن تتسبب في إغضاب أحداً من ضيوفك، فالحوار كلعبة شد الحبل الذي لا يجب أن يقطع، ويترك الضيف الحوار.
- لا تهمل ضيفاً من ضيوفك أو تبتزه أو تتجاهله أو تنتقص وقته.

تاسعاً: اختتام الحلقة الحوارية وما يجب النهاية به على الشاشة: نهاية الحلقة يعتبر تلخيص أهم ما طرح فيها في دقيقة واحدة من المهارات التي يحكم من خلالها على المستوى المهني الصحافي للمقدم، فالمحاور الناجح هو الذي لا يداهمه الوقت ولا يختم الحلقة بعبارة "انتهى وقت البرنامج...."، وإنما

يحرص بمساعدة مدير الاستديو "Floor Manager" على أن يخصص آخر دقيقتين من وقت البرنامج، لتلخيص سريع لأهم ما ورد فيه، ولشكر الضيوف ولإعلان عن موعد الحلقة القادمة إن كان البرنامج دورياً، وفي الربع الأخير ا طرح سؤالاً ما الفوائد؟ وما الأضرار؟ فصيغة أريد معرفة الفوائد والأضرار أفضل من صيغة سؤال أريد أن أعرف رأيك أو موقفك أو اتجاهك من القضية، ندما يقع ضيفك في تناقض كلامه لا تقل له أنت تناقض نفسك بل قل لتساعدني على فهم ما تقول وكيف ينسجم مع ما قلته، وهنا يقال لا تطرح نقطة كي لا تقلل من جدية البرنامج أو يتأخر الصيف في فهم مغزى وعقدة الضحك والاستجابة لها، وهذا يجعل الحوار سخيلاً بدل مضحكاً ومسلماً، وآخر جملة في الحلقة هي الإعلان عن نهايتها: "وهكذا نصل بكم إلى نهاية حلقة اليوم التي.... شكراً لمتابعتم.. ثم صافح الضيوف وأنت تنتظر إليهم، وبالتالي من القواعد العريضة لختام الحار أن يحتوي ملخصاً، مع وجوب إبراز نقاط الاختلاف والاتفاق، وفي الخاتمة كن صادقاً في نهاية خلاصة الحلقة وكيفية تلخيصك لها، ولا تحاول أن تقول الضيوف ما لم يقوله، أو تدعي على لسانهم قولاً ما، لتثبت أن الحلقة أدت أغراضها، بل عليك هنا أن تكون صريحاً واضحاً وتعترف أمام المشاهدين في الختام أنه لم يتم التوصل إلى نتيجة محددة حول موضوع الحوار، وهنا يحق للمذيع أن يأمل ويتمنى مستقبلاً (في حوار قادم) الوصول إلى ذلك، مع وجوب تجنب طرح سؤال: "هل هناك شيء تريد أن تضيفه؟"، فهذا السؤال خطير يمكن أن يفتح باب النقاش من جديد في الوقت الذي يزف وقت الحلقة على الأفول، ويشارف الزمن المحدد على الانتهاء، ولا بأس من سؤال حول الرسالة التي يود إيصالها وتوجيهها للجمهور ختاماً أو الإضافة الأخيرة له، دون تجاهل شكر الضيوف والمشاهدين، ويستحسن إعلان الموعد المحدد للحلقة القادمة، خاصة إذا كان موضوعها يرتبط بالحوار الحالي، أو استكمالاً له، مع الحرص في خاتمة الحوار ونهايته على إعطاء أرقام هواتف وأسماء لأشخاص ومؤسسات يهم المشاهدين التواصل معها فيما يتعلق بموضوع الحوار.

وعليه حدد بعض الباحثين ثلاث وظائف لإنهاء الحديث التلفزيوني هي:

- 1) يجب أن تشير النهاية إلى اختتام المقابلة وليس إلى انتهاء العلاقة مع الشخصية، فاعمل التلفزيوني قد يتطلب مقابلات مستمرة أو دورية.
- 2) يجب أن تؤدي النهاية إلى تعزيز العلاقة مع الشخصية وأن تؤكد إيجابية وأهمية الحديث.
- 3) أن تلخص النهاية مجمل الحديث، وفي هذه الحالة على الصحفي أن يحاول أن يكون تلخيصه دقيقاً ويتضمن مختلف الموضوعات والجوانب التي دار حولها الحوار.

ولإنهاء الحديث التلفزيوني يمكن إتباع الطرق التالية:

- 1) استخدام أسئلة التصفية: التي تتيح للصحف أن يعرف إذا كان قد تعرض لمختلف الموضوعات أو مختلف جوانب الموضوع (هل هناك أي إضافات؟ أي شيء لم نتحدث عنه؟)...
- 2) يذكر الصحفي بوضوح عزمه على إنهاء الحديث ويشير إلى تحقيق الهدف (حسناً هذا كل ما أردت الاستفسار عنه، وقد تفضلت بتقديم كل ما يهم المشاهد ويود معرفته...).

(3) يستطيع الصحفي أن يشير إلى حقيقة انتهاء الوقت المخصص للحديث وخاصة إذا كان ثمة اتفاق مسبق مع الضيف على وقت محدد: (الوقت انتهى الذي تكرمت به)، وعموماً فإنه عند التسجيل أو الهواء يعرف الضيف من خلال إشارات مدير الاستديو إلى الصحفي بقرب انتهاء الوقت، أو الوقت المتبقي لينهي الحوار)، حسب الخطة البرمجية للقناة.

(4) التعبير عن رضا الصحفي بالحديث (استمتعت بالحديث معكم.. وأشكركم على كل ما تقدمتم به من..).

(5) يمكن أن تكون نهاية الحديث باستخدام اللغة اللفظية الصريحة.. (وهكذا انتهى حديثنا مع....).

بدورهم يذكر بعض الباحثين نصائح مفيدة في مرحلة نهاية الحوار ومنها:

(1) كن حرصاً ومخلصاً، ولا تعطي وعوداً لا تستطيع تحقيقها، أو لا تريد تحقيقها.

(2) لا تسرع إلى إنهاء القابلة وتذكر أن المشاهد يتذكر آخر شيء قيل في المقابلة، وتذكر النهاية تشكل جزء لا يتجزأ من المقابلة وليس شيئاً إضافياً وملحقاً لها.

(3) لا تطرح موضوعات وأفكار جديدة في الوقت الذي تكون فيه المقابلة وصلت فيه عملياً أو نفسياً إلى نهايتها.

(4) تذكر أن المقابلة لا تنتهي إلا حين تنتهي فعلاً، فالطرف الآخر يلاحظ كل ما قلته أو لم تقله، أو فعلته أو لم تفعله، فقد تحدث مفاجآت، ما يلزم اليقظة.

(5) تجنب النهاية المزيفة أو المصطنعة، ويحدث ذلك عندما تشير الرسائل اللفظية وغير اللفظية أن المقابلة في طريقها إلى النهاية، ما يوجب الانتباه.

(6) تجنب ما أسماه "إيرفنج كوفمان" الوداع الفاشل، الذي يحدث حينما يودع الصحفي ضيفه ثم يتذكر أنه نسي شيئاً، ويحاول استئناف الحوار وإعادته لنقطة الصفر.

وحسب "مارك هنتر" قبل إنهاء أي حوار، يقوم الصحفيون المحترفون بما يلي:

- يراجعون سريعاً الملاحظات التي دونوها لتحديد ما إذا كان هناك أمر يحتاج إلى استيضاح.
- اسأل مصدرك: هل هناك شيء لم أسأل عنه وتريد إضافته؟
- اسأل: "هل تشعر أن الفرصة أتحت لك لتقول كل ما أردت قوله؟"
- اسأل عن المصدر الذي يتحتم عليك محادثته بعد مصدرك الحالي؟
- اسأل عن أي وثائق تكون في حوزة مصدرك؟ ويتضمن ذلك وثائق قد تكون مرئية لك في مكتب المصدر بصفة خاصة.

عاشراً: بعد انتهاء الحلقة المتابعة: فالقناة الناجحة مهنياً والتي تحترم ما تقدمه، تسعى للمتابعة ما بعد نهاية الحلقة الحوارية، عبر وحدات مخصصة لذلك كما هو الحال في قنوات مثل "سي أن أن" و"بي بي سي" سواء على صعيد الضيوف وانطباعاتهم عن الحوار وعدالة ونزاهة القناة، أو من تحدث عنهم المتحاورين من شخصيات وهيئات أو عبر الجمهور ومسحه بالمقابلة المباشرة أو عبر الهاتف أو إلكترونياً، وذلك بهدف متابعة تأثير برامجها وتعديل خارطتها الحوارية البرمجية وتصويبها.

خامساً: القوائم والمدارس الأشهر في تقديم النصائح للمحاور التلفزيوني:

1) قائمة كرينج في الحوار التلفزيوني والإذاعي:

وضع هذه القائمة خبير الاتصال الأمريكي "إرني كرينج، Ernie Kreilling" التي نشرها "شوارت هايدي" في جامعة فرانيسكو، ضمن كتاب "المذاع في الراديو والتلفزيون Announcing Television and Radio"، تحت عنوان: "ما يجب فعله وما يجب تجنب فعله، " Does and Don't"، ثم تغطي محاور ثلاثة هي: (الإعداد للحوار) و(التعامل مع الضيف) و(إدارة الحوار)، وتبدأ القائمة بأصول الحوار المرئي التي تهتم بما يلي:

- حركة الجسم تعتبر مهمة جداً وتمثل 65% من عملية التأثير في الحوار، لذا يجب الاختتام بها جداً، كحركة اليدين التي لا يجب أن تكون عشوائية.
- لغة العينين: وضع الله سره في هذه البلورتين التي يعتبرها العامة "مغرفة الكلام"، فيما يعتبرهما الأدباء نافذة الروح، فمن المهم إحسان استخدامهما، وتوجيه النظرات بالتساوي بين الحضور، وأن تحمل العينين نظرات عميقة تستوعب المتحدثين والمخاطبين والمتابعين.
- الاهتمام بالمظهر الخارجي للشكل هو مفتاح المضمون، كما يرى البعض، لذا يجب الاهتمام فيه، كتهذيب الشعر، والاهتمام أيضاً بالملبس، وليس العبرة في ثمن اللباس وفخامته، بقدر ما تكون في تناسقه ونظافته وأناقته (كويه)، وانتهاء بالاهتمام بالحذاء ونظافته وتلميعه.
- استخدام كل الوسائل المتاحة في المكان قدر الإمكان لتنويع طريقة عرض الأفكار.
- وضوح الصوت والكلمات بدون رفع للصوت أكثر من المطلوب أو خفضه بما يعيق السماع..
- تغيير مستوى الصوت من وقت لآخر، لجذب الانتباه والتركيز على بعض النقاط.
- استخدام لحظات الصمت في وسط الحديث حال الاحتياج لها، تثير انتباه المستمعين وتعيد جذب الانتباه من جديد.
- معاشة الجو الشعوري للكلمات وإظهارها عبر نبرة الصوت، كالانفعال القوة الحزن الهدوء التأثير الألم..
- تجنب المتكررات "اللازمة" مثل كلمة "يعني، ماشي..". والبحث عن "لازمات" كل شخص والانتباه لها فترة من الوقت لحين التوقف عن استخدامها بشكل عفوي دائم.

2) مدرسة لاري كينج (Larry king) في صناعة الحديث التلفزيوني:

أسس الإعلامي الأمريكي البارز الذي ولد في 19 نوفمبر 1933، لاري كينج واسمه الأصلي Lawrence Harvey Zeiger مدرسته الخاصة في قناة CNN عبر برنامجه الشهير "لاري كين لايف"، (Larry King Live)، ويقول "لاري" فيها: "رغم استمتاعي بالكلام.. فإنني أدرك السبب

في عدم ارتياح أكثر الناس له.. إنه الخوف من التقوه بشيء خاطئ أو حتى قول شيء صحيح بطريقة خاطئة!!، ليضع فصول مدرسته من خلال ما يلي:

- أساسيات الحديث، حيث يعتقد أن أسس المحادثة الناجحة هي:

- الصدق: فعنصر الصدق مع المخاطب هو الذي يجعل المحادثة تفاعلية، فالصدق في عرض وشرح مشاعرك مع المقابل يجعلك تمتلك زمام الأمور.. ويكسبك تعاطف الجميع.. كما أنه يقضي على التوتر.
- اتخاذ الموقف الصائب.
- ابدأ الاهتمام بالشخص الآخر.
- التفتح.
- التخلص من رهاب الميكروفون: حيث أخذ على عاتقه الالتزام بأمرين:

(1) الالتزام بالصواب من الحديث.

(2) العمل الجاد على تحسين قدرته على الحديث.

- كسر حاج الثلج: كيف نتحدث عن الغرباء؟

- التغلب على الخجل - من جانبك ومن جانبهم.
 - المبادرة بالحديث.
 - أسئلة ينبغي تجنبها.
 - القاعدة الأولى للمحادثة.
 - لغة الجسد.
 - أما عاد الكلام يتضمن ألفاظا بذيئة؟
 - ما يساعد المحاور على أن ينجح في حواراته التلفزيونية:
- (1) لا تقم إلا بما تطيب له نفسك.
 - (2) ابق مواكبا للأحداث.
 - (3) ابتعد عن الأفكار السيئة.
 - (4) لا تفرق بين الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية.
 - (5) اجتهد في تطوير هذه العناصر الهامة (الصوت، الإلقاء، المظهر في التلفزيون).

(3) تقنية "تسقيع الزبون" لمقابلة ناجحة:

وضع هذه التقنية "يسري فوده" من خلال برامجه "سري للغاية"، ولقاءاته في "آخر الكلام"، ناقلاً تجربته في إجراء المقابلات مع أنماط مختلفة من المصادر ويعرّف بالتقنيات الأنجح لاستخدامها، من لحظة اختيار الملابس المناسبة للمقابلة إلى العودة بصيد ثمين بعد إجرائها، وقد بدأ "فودة" تقنيته

بالتعريف بأنواع المصادر التي ستحتاج لمقابلتها، والتي حددها بالمتعاطف، والمحاييد وغير المتعاطف، مع تركيزه على نوعين من التواصل، اللفظي وغير اللفظي، مشدداً على أهمية التواصل غير اللفظي مع المصدر، كلغة الجسد، ومكان اللقاء وكيفية الجلسة التي ستتخذها أنت ومصدرك، وحال إتقان استخدام هذا النوع من التواصل ستتجح بالخروج بمقابلة مميّزة، وقراءة مصادرك جيداً، ومن كسبهم بطريقة غير مباشرة، ومن النصائح التي قدمها في أسلوبه تقنية "تسقيع الزبون" خلال وبعد إجراء المقابلات الآتي:

- ارتدي الملابس التي تشعرك بالراحة، ولكن، كُن ذكياً عند اختيارها، بحيث تكون مقبولة اجتماعياً.
- كيف نفسك لتتأقلم مع طباع مصادرك ومواعيدهم.
- اتصل بمصدرك قبل وقت من موعد المقابلة لتذكيره بالموعد والتأكيد عليه.
- كُن في موقع المقابلة قبل الموعد بوقت كافٍ لتكون على أهبة الاستعداد.
- افتح مواضيع تثير قابلية مصدرك للتحدث.
- أصمت لتسمع مصدرك جيداً، واصمت كذلك لتجعل بعض الأحداث تعرض نفسها بنفسها.
- ألقِ بأول 15 دقيقة إلى سلة المهملات، فتكمن أهمية هذه الدقائق بإخراج المقابل من حالة اللاوعي التي تحدث بسبب الأشخاص الجدد والمكان، هيبة الكاميرا، الأضواء أو المسجلات الصوتية، كما تكون هذه الفترة كافية لكسر حاجز النقاء العيون.
- كُن مقتصدًا بالتعامل مع الحقيقة، أو بمعنى آخر "اعرف كيف تكذب" حين تتعامل مع المصادر وغيرهم، مثلاً: إن تمت مواجهتك بأمر، أزعجهم خلال اللقاء وكُن ذكياً بإخراج نفسك من المسؤولية بإجابات مثل "حضرتك لم تبدي انزعاجاً من البداية".
- احرص دائماً على أن تكون مواضيعك التي تطرحها مناسبة لسياق الزمان والمكان، من هنا تكمن براعتك ويظهر تميّزك، بمعنى آخر، تبني تعريف الجاحظ للبلاغة "مناسبة المقال لمقتضى الحال".
- فكّر بنوع مقابلتك، هل هي مكتوبة أم تلفزيونية؟ وإن كانت تلفزيونية، هل هي مباشرة أم مسجلة؟ يجب أن تفكر جيداً بهذه الأمور وبناءً عليها تبحث عن أفضل الطرق للخروج بمقابلة ناجحة وغنية.
- إن كنت ستقابل مسؤولاً، فاحرص ألا تقابله وهو جالس على مكتبه، فهذه الجلسة المتعالية ستؤثر عليك وعلى الجمهور نفسياً وذهنياً، حاول بطريقة ذكية وبأسلوب لطيف تغيير مكان جلوسه لتكونا على تساوي.
- ابحث عن المشتركات بين إجابات مصادرك واربطها ببعضها البعض، هكذا قد تستطيع الخروج بكثير من الحقائق والخفايا التي تبحث عنها.
- ابقَ محايداً، مهما عرفت عن المصدر.
- مسؤوليتك كصحفي حماية مصادرك، مهما كانت المخاطر التي ستعرض لها.
- ضرورة كتابة الأسئلة التي ستواجه بها مصدرك
- في حين لم يتجاوب معك المصدر اتّبع أسلوب "تسقيع الزبون"، أي "مسايسة" المصدر والصبر عليه حتى تُخرج منه ما تريده.

- إمكانية خوض الصحفي بأمور ضد القانون فإذا كنت تمتلك الأدلة، تخبئ حسن النية وتسعى للصالح العام فلا بأس بذلك

4) قائمة الباحث الأمريكي Ermie Kreilling أثناء إجراء المقابلات:

- (1) ابحث في خلفية الضيف.
- (2) اجعل الضيف يشعر وكأنه في بيته.
- (3) لا تقدم لهم الأسئلة مسبقاً.
- (4) لا تشر إطلاقاً إلى النقاش الذي دار بينك وبين الشخصية قبل التصوير.
- (5) حاول أن تؤكد وتوضح إمكانيات ضيفك في بداية المقابلة.
- (6) من وقت لآخر وبطريق غير مباشرة اذكر اسم ضيفك ومؤهلاته.
- (7) اعرف واستنبط حقائق جديدة وعميقة. لك عقل.
- (8) كن ثابتاً، لا تستسلم للأجوبة المراوغة.
- (9) استمع باهتمام إلى أجوبة ضيفك، واستخدم تقنيات الاستماع.
- (10) لا تقاطع الضيف، مستخدماً تعليقات ليس لها معنى: (إم.. صحيح.. نعم.. هذا مثير للاهتمام)
- (11) لا تساند ضيفك ولا تتذلل له.
- (12) احتفظ بهدوئك.
- (13) ناقش الموضوع مع ضيفك.
- (14) تذكر أن الضيف هو الخبير.
- (15) تذكر أن الضيف هو النجم.
- (16) حافظ على سيطرتك على الحوار.
- (17) في الحديث التلفزيوني لا تدع الضيف يواجه الكاميرا.
- (18) في ختام الحديث اشكر ضيفك بحرارة.
- (19) تأكد أن الموضوع الذي يدور الحوار حوله مثير للاهتمام ومهم.
- (20) حين يكون ذلك ممكناً عدد القضايا أو الموضوعات التي سيتم مناقشتها أثناء الحديث.
- (21) اذكر وأكد أهمية الموضوع.
- (22) اكتب أو على الأقل سجل ملاحظات عامة.
- (23) إذا لم تخطط لحديثك ولم تحدد طوله حاول بناؤه باتجاه تصاعدي نحو النقطة العالية.
- (24) خطط أو حضر على الأقل لبضعة أسئلة لبداية المقابلة.
- (25) عموماً حاول أن تجعل الأسئلة تعتمد على أساس تصريحات الضيف.
- (26) اجعل انتقالك من موضوع إلى آخر منطقياً وناعماً ولطيفاً.

- (27) كن مستعداً لسؤالك التالي.
- (28) في الحديث التلفزيوني أحرص ملاحظاتك وعد إليها علناً وليس خلسة.
- (29) اجعل سؤالك مختصراً ومباشرة وركز على النقطة الهامة.
- (30) لا تطرح أسئلة تستدعي جواب نعم/لا.
- (31) اطرح أسئلة يمكن أن يطرحها الشخص العادي
- (32) تقدم خطوة إلى الأمام واطرح أسئلة مثيرة للاهتمام.
- (33) تجنب الأسئلة الواضحة.
- (34) حاول أن تتجنب الأسئلة التي يمكن التنبؤ بها.
- (35) أبرز وشدد على الأجوبة الهامة.
- (36) لا تعقب على تصريحات ضيفك بتعليقات ليس لها معنى.
- (37) لا تجب عن السؤال وأنت تطرحه.
- (38) لا تشعر أنك مرغم على أن تجعل مقابلتك مجرد جلسة سؤال وجواب.
- (39) لا تشعر أنك مرغم على القفز إلى السؤال التالي.
- (40) لا تطرح أكثر من سؤال واحد في الوقت ذاته.
- (41) اسأل عن بعض المصطلحات أو الكلمات المهنية.

5) دليل الباحث Zemmerman للأسئلة:

- لا تبدأ بتوجيه الأسئلة الصعبة.
- غالبا ما يكون السؤال الأول ذي نهاية مفتوحة.
- راقب جيدا واستمع جيدا حين تتحدث الشخصية.
- ابدأ بطرح الأسئلة وفق الترتيب الذي حددته مسبقا.
- استمع جيدا إلى الإشارات.
- لا تنس السؤال الرئيسي.
- لا تتردد في طرح سؤال محرج.
- لا تخف أن تسأل أسئلة ساذجة.
- تعلم توجيه أسئلة صغيرة ومكملة.
- غير اتجاه الحديث من أجل تأجيل طرح الأسئلة الحساسة.
- لا تتخلي عن السؤال لمجرد جواب الشخصية "بدون تعليق".
- أحيانا يحصل الصحفي على أفضل قول أو معلومة بعد أن تعتقد الشخصية أن الحديث انتهى.

6) نصائح في المقابلة التلفزيوني حسب دليل هيئة الإذاعة البريطانية BBC Talk:

والتي ترى أنه من المسلم به أمور عدة قبل البدء بأي مقابلة:

- التعريف عن اسمك قبل البدء بالمقابلة.. كنوع من كسر جليد أولي.
- التعريف بالجهة التي تعمل لها ولديها.
- التعريف بالسياسة العامة والخطوط العريضة التي ستتجهها المقابلة (مع الحرص الشديد على عدم إعطاء الأسئلة ولو ألح الضيف.. وفي حال الضرورة إعطائه جزء بسيط منها.. وليس كلها، لأن أهم عنصر في المقابلة هي المباشرة والمصادقية)..، كما يمكن تقديم محاور الأسئلة وليس الأسئلة للشخصية الاعتبارية مع الاحتفاظ بحق التعقيب.
- تحديد موعد للمقابلة حسب راحة الضيف.. ولا تنسى هنا ضرورة أن تكون لحوماً.
- الحرص على تأكيد الموعد قبل يوم.. وذلك إعطاء الضيف أهميته وأهمية المقابلة معه.
- إحضار الكاميرا وجهاز التسجيل.
- إحضار ورقة وقلم.. لأنك ولو لم تستخدمها .. فأنهما لهما فوائد لوجستية (لترتيب الأفكار ويفضل على الأقل إن لم تستخدمهما التظاهر بذلك).
- الحضور بوقت المقابلة تماماً أو التأخر خمس دقائق لا أكثر.. لأن الالتزام من أهم صفات الإعلامي.

سادساً: تكتيكات لإدارة الحوار واستراتيجية إجراء الحديث التليفزيوني:

ثمة تكتيكات كثيرة لإدارة الحوار وإجراء الحديث التليفزيوني، نبرز أهمها فيما يلي:

5) تكتيكات "شارلي بياجي" الأشهر لاستراتيجيات تسلسل الأسئلة في الحديث

التليفزيوني وأشهر تكتيك إدارة الحوار فيها:

- تسلسل أو تكتيك القمع: (تضمن عدم تهرب الضيف من الإجابة): وتبدأ عادة من فكرة عامة، ثم تتحصر في مجموعة من الحقائق والملاحظات الهامة، أي تبدأ بسؤال عام ثم تنتهي بأسئلة محدودة، وهي أقرب لما يجري في قاعة المحكمة من استجواب، حيث يحرض المحامي وضع شاهد معين لحدث محدد، في الموقف الذي يرغبه، فيبدأ بسؤال عام ثم ينتهي بالسؤال الذي غالباً ما يكون محدداً جداً ولا مفر من الإجابة عليه، ومثل هذه الطريقة تضيق الخناق على من تستجوبه لدرجة لا يستطيع معها تقادي الإجابة عن هذا السؤال المحدد، ولأن شكلها كالقمع لأنه يبدأ بالعام وينتهي بالخاص، فالمعطيات التي تنبثق عن أسئلة عامة ستقود منطقياً إلى السؤال عن التفاصيل والأمور المحددة والخاصة، حيث تبدأ عملية الحوار بفكرة عامة ثم تتحصر في مجموعة من الحقائق والملاحظات الرئيسية أي تبدأ بسؤال عام ثم تنتهي بأسئلة محددة... والخلاصة أن هذه الطريقة تمتاز هذه الطريقة بأنها تضع الضيف في موقف لا يستطيع فيه أن يتهرب من الجواب أو يتجنبه سواء الإجابة على السؤال العام أو الأسئلة المحددة التي تتبعه.

- تسلسل أو تكتيك القمع المعكوس (المقلوب): (تضمن الحصول على رأي الضيف بوصفه خبيراً): والمقابلة وفق هذه الطريقة تبدأ بسؤال محدد ثم تتسع إلى طرح أسئلة أشمل، بهدف الوصول إلى رأي مبني على أساس التوسع التدريجي في إجابة المتحدث من حدث أو حقيقة معينة، وبالتالي فهو ينطلق من الخاص والتفصيلي ويجه نحو العام، ولذلك يبدأ بسؤال ذي نهاية مغلقة، ويتابع باتجاه أسئلة ذات نهاية مفتوحة، فالحوار هنا يبدأ بسؤال وموضوع محدد ثم يتسع لي طرح أسئلة أشمل ومن ثم موضوع أشمل، والهدف من هذه الطريقة الوصول إلى رأي أو تعليق ... تمتاز هذه الطريقة بأنها تعطي للضيف مصداقية بوصفه خبيراً.
- تسلسل أو تكتيك النفق: (تضمن الحصول على رد فعل سريع وحقيقي وفوري من الضيف دون تفكير): والمقصود بالمقابلة التي تشبه النفق أنها تشبك معاً لسلة من الأسئلة حول الموضوع نفسه، وأما تكون هذه الاسئلة كلها من نوع المفتوح، أو تكون نوع المقفول، والهدف التوصل إلى ملاحظات سريعة حول حدث معين، وتقيد في الحصول على ردود فعل في مكان الحدث، وذلك لأن الاسئلة التي لا تتيح مهلة طويلة للتفكير، وبالتالي فهذه الطريقة عبارة عن سلسلة من الأسئلة ذات النهاية المفتوحة أو المغلقة تسمح بقدر من السير والتحري، وغالباً ما يسمى هذا الأسلوب خيط الخرز، ويمكن أن يغطي كل سؤال محوراً أو جانباً أو حتى موضوعاً مختلفاً، يستفسر عن جزء من المعلومات أو تقييم موقف، وبالتالي هنا يطرح المحاور سلسلة من الأسئلة حول موضوع معين (أسئلة مغلقة ومفتوحة).
- تسلسل أو تكتيك المتوالية الخفية (تضمن تحطيم استراتيجية الضيف الدفاعية): عادة ما يقصد بها محاولة خداع المتحدث، عن طريق طرح الأسئلة الصعبة والسهلة معاً، وكذلك المغلقة مع المفتوحة، والأسئلة الودية مع الهجومية... وقد تخطط الأسئلة المخرجة مع الأسئلة التي لا علاقة لها بالموضوع .. فيما يبدو أنه تسلسل متوال عشوائي.. وبهذه الطريقة يمكن تبادل أنواع مختلفة من الأسئلة ربما طرحها بالتوالي يفاجئ المتحدث ويستدرجه إلى إجابة غير متوقعة، ولهذا فاستخدام هذه الطريقة يضع الإجابات جنباً إلى جنب سواء التي قيلت أولاً أو قيلت بعد ذلك، كما أنها تمتاز هذه الطريقة أنها تمكن من استدراج المتحدث إلى إجابات غير متوقعة وتقيد في تغطية الموضوعات العامة.
- تسلسل أو تكتيك الطريقة الحرة: (تناسب المقابلة الشخصية وتقيد الحصول على آراء الضيف دون ضغوط): في المقابلة الحرة ليس هناك توجيه للأسئلة فهي تهدف الحصول على إجابات مفتوحة، ومن خلالها يختبر الإذاعي ذكاء المتحدث، ويحاول فهم المبررات التي يقدمها، وأن يحكم على مدى تمسك المتحدث بآرائه، هذه الطريقة تصلح في مقابلة الشخصية التي يحاول الصحفي أن يحوم حول شخصية فيصفها، ويوجه أسئلة للحصول على نواذر، بقصد الحصول على إجابات محدودة، وإجراء حوار حيوي وطبيعي ومثمر، ومهما كانت المقابلة حرة ومفتوحة فعلى الصحفي أن يضع في اعتباره ضرورة توجيه النقاش ويحافظ على اهتمام المتحدث وينمي ثقة المتحدث فيه، وبالتالي يترك كل شيء لاعتبارات اللحظة ولكيفية سير الحوار وتطوره وللمعطيات الجديدة المنبثقة من الأجوبة، وهنا ليس

هناك تحديد وتوجيه معين للأسئلة، فهي تهدف إلى الحصول على إجابات مفتوحة، كما انه من خلالها يختبر المحاور مدى تمسك الضيف بآرائه..

- **تسلسل متعدد الأبعاد: وأوجدتها وطورها "جورج غالوب"** من أجل تحديد كثافة الآراء والمواقف وتمت الاستفادة منه في المقابلات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، ويتضمن خمس خطوات تبدأ من وعي الضيف المحاور وإدراكه للقضية إلى الموقف المؤثرة ثم المواقف الخاصة وأسبابها وقوتها.
- **التسلسل الزمني:** ويستخدم هذا التسلسل في المقابلات التي يكون عنصر الزمن والتسلسل الزمني بإحداث مسألة هامة، فيجري الصحفي مثلاً حديثاً مع شاهد عيان في حادثة إطلاق نار بالشارع ويطلب منه الانطلاق من البداية ثم يتسلسل في الزمن.
- **التسلسل المختلط:** وهو التسلسل الذي يكثر من استخدام مختلف أنواع الأسئلة دون تسلسل محدد أو حتى منطقي، ويسعى الصحفي إلى إثارة الضيف المحاور عن طريق خلط الأسئلة الصعبة والسهلة معاً، وكذلك الأسئلة ذات النهاية المفتوحة وتلك ذات النهاية المغلقة، والودية والهجومية والمنحازة والمحايدة كما يعتمد الصحفي مفاجأة الشخصية ومفاجأتها لتقديم إجابات غير متوقعة، وغالباً ما يستخدم هذا الأسلوب في أحاديث الموضوعات والشخصيات.

(6) حيل المخبر الصحفي الأكثر شيوعاً:

للمخبرين حيلهم التي يجعلون بها الناس يتحدثون ويبحون بما لديهم من معلومات قد تكون في أحيان كثيرة خطيرة وغير متوقعة، وتتراوح هذه الحيل بين التطبيق غير الضار نسبياً لإراحة الشخص المقابل، والممارسة الأكثر إيلاها الخاصة بالتتصت على شخص أو التقاط صورة محرجة له.

- **الحيلة الكبرى تكنيكات الجواسيس:** كالتنكر لإخفاء حقيقته الصحفية بغية الوصول إلى حقائق ومعلومات خفية يتعذر الوصول إليها إذا ما أظهر بطاقته الحقيقية، وحدث أن مخبراً من برنامج Prime-Time Live في شبكة تلفزيون ABC تنكر في هيئة عامل يقوم بتعبئة اللحوم في سلسلة متاجر كبيرة للبقالة لكي يكشف الممارسات غير الصحية، ويدافع المخبرون عن هذه التكنيكات بقولهم "إن للجمهور الحق في معرفة الشرور التي تحدث في الأماكن التي لا يمكن الوصول إليها .. وهذه هي الطريقة الوحيدة لكشفها".
- **مداهنة السكرتيرات:** تعد من الفنون الرفيعة التي تضمها ذخيرة المخبر الصحفي والتي تمكنه من الوصول بسرعة إلى معلومات يحتاج لجمعها والتأكد منها وقتاً طويلاً وجهداً مضمناً.
- **تحطيم الجليد:** عبر الحديث مع المصدر عن موضوع إنساني وبعيد تماماً عن موضوع المقابلة بغرض جعل المصدر يشعر بالارتياح ويزيل أي ضيق أو توتر سابق.
- **المباغثة:** وتتحقق عن طريق مباغثة المصدر بسؤال محدد بعد سلسلة من الأسئلة التافهة ما يجعله يخرج عن الطريقة التي يفكر بها، وبالتالي قد يؤدي ذلك إلى الإدلاء بمعلومات بدون قصد أو تفكير.

- **خداع المصادر:** لجعله يعتقد أن الصحفي يعرف أكثر مما يعرف حقيقة، وهي من أكثر الحيل شيوعاً وتعد ناجعة في كثير الأحيان، وتستخدم حال خمن أن شيئاً ما صحيح دون أن يستطيع اثبات ذلك.
- **تشكيل الإجابات:** في بعض الأحيان يمكن للمخبر الصحفي تشكيل إجابة ما بسؤال إرشادي مثلاً (ألا تعتقد أن خصمك كان غير نزيه في طريقة تقديمه للتسجيل؟) ربما لم يكن المصدر ينوي الدخول في تراشق مع خصمه لكن في ظل هذا السؤال يصبح من الصعب تحاشي المواجهة بدون الرد.
- **وهناك بعض التكتيكات التي كوّنت إجماعاً على إدانتها داخل أوساط الصحفيين إلا في حالات نادرة منها:** (تقديم المخبر نفسه بصفة غير صفته الحقيقية - التهديد والابتزاز - تصنع النزاهة).

7) تكتيكات إجراء المقابلة في الاستقصاءات حسب "مارك هنتر":

- يحدد هنتر "عبر تجربته الاستقصائية الفريدة مجموعة رائعة من تكتيكات المقابلة، تعكس شخصية الصحفي، ما يوجب على الصحفي الاستقصائي تطوير ذخيرته الخاصة من تلك التكتيكات، وتتجلى في إجراء المقابلة، والحديث والاستماع،
- **تسلح بالأخبار:** (أحضرها معك)، فسجلات الأخبار المليئة بالأخطاء من المفيد مراجعتها مع المصدر لمعرفة ما الحقائق الصحيحة.
- **سيطر على الوضع:** فكر بالمقابلة على أنها "مكاسرة" إدارات، فالوقوف في منطقة تشعر بالراحة تجعل الصحفي يسيطر على أدواته.
- **اترك مسافة بينك وبين مصدرك** فالمصدر ليس صديق وبالتالي إذا أصبح الصحفي صديقاً لمصدره سيخونه، فكثير من المصادر دجالون وقد يُغرق الربان بحارته فلا يغرق معه، كما أنه ليس عدواً يتوجب سجنه حتى لو كان بريئاً.
- **استعمل دفاع المصدر ضده،** حيث يقول المثل كن مثل الصحيفة الإيطالية "أوريانا فلاتشي" في مقابلتها الكلاسيكية مع وزير الخارجية الأمريكية الأسبق هنري كيسنجر حينما ابتدأت بمواجهة مذلة حين أدار له ظهره ثم سألها إن كانت ستقع في حبه فغضبت وأدركت أنه يعاني من مشكلة معينة مع النساء وأنه يستغل صحفية تقوم بعملها بأخلاق، وبالتالي لا يستحق شفقتها فعاقبته بأسئلتها التي تركز على جزئيات محددة من المعلومات تتالياً إلى أسئلة تستخدم خدعة الاستفزاز أو الإطراء الأنثوي من مثل: أسئلك الآن ما سألت رواد الفضاء؟ ما لذي تستطيع فعله بعد سيرت على القمر، وشيئاً فشيئاً أصبح كيسنجر غير متوازن وفقد سيطرته على المحادثة وعلى نفسه وما أفضى به كنتيجة فتح مدخلاً لها إلى صميم القوة، والخلاصة لاتحمل شفقة حيال الأقوياء بخاصة حين لا يلعبون بشكل عادل، وإذا رأيت ضعفهم "استغله".
- **فاجئ المصدر:** بمراجعة المعلومات والمقابلات الماضية يمكن للصحفي أن يشق أرضية جديدة وسيدش حين يرى ما تجاهله الصحفيون عن ذلك المصدر.

- دع المصدر يفاجئك عبر سماع المصدر وتركه يتحدث ويطرح الأسئلة وتشجعه على الإجابة عنها بدل التقيد بتسلسل أسئلتك.
- اجعل المصدر يعمل: يجب تحفيز ذاكرة المصدر وإطلاق تجاربه المؤلمة ليأخذك في رحلة عبر الأحداث المناقشة.
- اصنع إلى المصدر: وهو الرمزية خلف الحوار، فيجب عدم تجاهل المغزى، وخاصة إذا كان متعلقاً بتغير صوت المصدر، الذي يعد كعلامة على التوتر أو للحظات التي تصبح فيها لغة المصدر غامضة أو مكررة فهذا دليل استحضر الذاكرة أو حين يجيب المصدر عن سؤال لم تسأله فهو أما يحاول الأخبار عن ما هو مهم حقاً، أو يحاول تجنب منطقة مهما من الموضوع.
- ضع المصدر ينخرط معك بالموضوع: فالعلاقة مع المصدر قد تكون أكثر أهمية من أي معلومة يخبر بها ما يوجب البقاء على اتصال دائم بالمصدر لتشارك المعلومات والتعليق عليها فالاطلاع المصدر على تقدم المستقصي في العمل سيشعره بقيمة معلوماته وتجعله منخرطاً بعمق في المشروع وشريك فيه. كما أن على الصحفي أن يعلم أن أكبر خطأ كلاسيكي هو اعتبار مقابلة المصدر من أجل المعلومات فقط وليس من أجل استكشاف العاطفة، ولعل إدراك بوب وودرود وكارل برنستين أن خوف مصادرهما له قصة كبيرة ورئيسة هو ما أوصلهما إلى اللواتجيت، وعموماً من أبسط اساليب التعامل مع ردود الفعل العاطفية للمصدر أو مستقصي كتابتها في مجرى التحقيق وتحديد أماكن ورودها وما قاضت إليه من أحداث وكيفية التحقق منها مثلها مثل غيرها لتعريف أنماطاً معينة للتفاعل مع المصادر وأماكن الخطر التي تمليه تلك المشاعر وما يتوجب فعله من تأكيد أو بناء تحالفات للحماية.
- راجع ملاحظاتك فوراً فربع ساعة بعد المقابلة قد تكون كافية كي لا تنسى أن تكتب ملاحظاتك من انطباعات ومواقف غامضة وتفاصيل ستخطر لك فورة انتهاء المقابلة ويتوجب عليك حصرها وتسجيله.
- لا تستسلم قط إن رفض المتسبب مقابلاتك فالتحقيق لا يكتمل إلا بمواجهته وفي هذه الحالة إذا قال المصدر "لا أريد الكلام معك"؟ تشمل الإجابات الصحيحة عليه ما يلي:
 - "من فضلك قل لي إذا مع من يجب أن أتحدث بدلا منك".
 - "من فضلك سجل رقم تليفوني في حال إذا أردت محادثتي فيما بعد".
 - "سأعود إليك فيما بعد عندما يكون لدي معلومات أكثر، من حقك التعليق على أي حقائق تعنيك وسوف أحترم ذلك".
- خذ استراحة قصيرة كلما استطعت: لا يجري صحفي الأخبار مقابلات تطول عن ساعة أو ساعتين لكن المقابلات الاستقصائية قد تطول لأيام مع فواصل زمنية لذا يجب أن يكون الصحفي واعياً إذا تعب المصدر أو توتر فلا يستفذه ويجعله عدوانياً.
- خلال التقصي ينصح أن تكون تكتيكات الحديث وفق التالي:

- يفضل أن لا يقول الصحفي لمصدره حين يبدأ الحديث، هناك مشكلة، أو إذا كان لا يسبب لك ذلك مشاكل، فهذا يوحي بالخوف، بل طلب المساعدة لتكون القصة الاستقصائية التي يرويها كاملة.
- لا يقال للمصدر أنت الوحيد الذي لديك معلومات وقادر على المساعدة أو حل القضية، بل يجب جعل المصدر يدرك أن للصحافي مصادر خبيرة مثله يمكن أن تساعد.
- وضح منذ البداية هدف تحقيقك ومضمونه للمصدر، عبر القول: "أنا هنا لأنني أؤدي هذا، هل لديك متسع من الوقت؟ هل يمكنني تدوين كلامك؟ إذا ما أخبرتني بشيء لا تريد نشره سأتوقف عن تدوينه، أشرح ذلك من البداية، فالصحافي الاستقصائي باحث عن الحقيقة وليس جراحاً يجري عملية جراحية".
- يجب تحديد للمصدر سبب اختياره، كما سبب اختيار الموضوع مضمون التحقيق، فإذا سأل لماذا موضوع التحقيق هذا؟ ولماذا هو دون سواه؟ تكون الإجابات الصحيحة:
 - "هذا التحقيق مهم، وأرغب بسرده على أفضل وجه".
 - "أنت الخبير بالأمر".
 - "أود أن أستمع إلى روايتك للقصة، وأن أعرف رد فعلك على ما قاله الآخرون".
 - "يمكنك مساعدة الناس لمعرفة الحقيقة.. ساعدني في استكمال الصورة".
- لا مانع من مديح المصدر بما هو فيه، كتقدير خبرته، وإظهار احترامها.
- لا يتوجب الطلب من المصدر المقابلة في مكان يسبب له إحراجاً، بل يتوجب اصطياده في أماكن يسعر فيه بالارتياح والأمان.
- إذا أظهرت للخبير فهماً يجاريه بالقضية، كن متأكداً أنك لن تجبره على الاعتراف في لحظة أن معرفتك أقل مما تظاهرت فيه، كي لا تفقد ماء وجهك أمامه، وإذا أظهرت دور البريء الجاهل الباحث عمن يتتور، ثم انتقل لدور الخبير العارف كي يصيد متحدثه، يجب أن لا يبدو كأنه كان يكذب.
- ترتبط أساليب إجراء المقابلة بخصائص المجتمع الثقافية، فمثلاً يحب الأمريكيون تسجيل حواراتهم بينما يكره الفرنسيون ذلك، وهذا ينطبق على كل شعب وفق خصائصه.
- لا تخرج هدف المقابلة عن مجراها، ولا تحد بها بعيداً عن غاياتها، إذ تقول رنا الصباغ: "في الغرب يدخل الصحفيون ويجرون الحوارات وهم يعرفون ما يستهدفونه، بينما في الوطن العربي يهدر الصحفيون ثلاثة أرباع الوقت المخصص للحوار في المجاملات، وعندما يبدأها بطرح الأسئلة الحيوية يقول المسؤول: انتهى الوقت المخصص لكم، لأنهم لم يعتادوا اصطياذ المسؤولين.
- حماية المصدر واجب، ولذا يجب أن يتوافق الصحافي والمصدر على أساس أن المعلومات للنشر مع مصدرها، أو ليست للنشر، أو للنشر دون ذكر اسم المصدر، وهنا يمكن استخدام معلومات ونسبها إلى مصدر مقرب أو مطلع وفق مصطلح متفق عليه، لأن الكثير من المصادر تريد نشر المعلومات لكن دون ذكر اسمها وهو ما يقصدونه بقولهم: "ليس للنشر" ولهذا يجب على الصحفي

أن يسأل من غير المصدر يمتلك المعلومات وكم عددهم وهل يشير نشر المعلومة للمصدر مباشرة وما يحب المصدر أن يسمى عند النشر، وفي بعض الأحيان عندما يكون الحوار ليس للنشر يطلب من المصدر أن تكون أجزاء منه للنشر، لكن إذا أتت المعلومات من أكثر من مصدر مختلف يمكن نشرها وإذا طلب المصدر الرؤية قبل النشر غير محق، إلا أنه يمكن أن تقرأ له نص تصريحاته"، وعليه يقول "هنتر" حين يقدم المصدر وثائق سرية، أسأله من يعلم بها، كي يفهم أنك لا تريد أن تستشهد بها مباشرة إذا كان ذلك سيلحق الضرر به، واكتب جانبها "NFC" "Not for Citation" أي ليس للاقتباس أو الاستشهاد، ودع المصدر يرى ذلك، ويعلم كيف تفكر بحمايته. وعموماً فإن على الصحفي أن يعرف أن استخدام مصادر مجهولة يحول مخاطر استخدام المعلومات من المصدر إليه سواء بالمصادقية أو لدى القضاء ما يعني عدى النشر إلا مع التأكد من إمكانية العثور على دليل توثيقي للمعلومة من مصدر آخر ومناسبتها لنمط المعلومات المتحقق منه وموثوقية المصدر ومعرفة سياق الاقتباس من الوثائق والحصول على نسخة منها.

- أرسل للمصدر نسخة من الحوار بعد نشره، تواصل معه حتى لا يظن أنك شخص سيء أو خائن"، فمواظبة الاتصال مع المصدر سيساعد على استمرار مسيرة هذا المصدر مع التحقيق، وكذلك بناء مصادر لمشاريع استقصاء مستقبلية، فالنصيحة الموجه دائماً للصحفيين المبتدئين "لا تخلق أعداء بالاستقصاء"، فالتعامل مع الناس بطريقة تحترم حقوقهم وحقوق الصحفي ستجعل حتى أعداؤه يحترمونه، وما هو أكثر أهمية سيخلق أصدقاء، ومن نوعية أرقى، أكثر من الأعداء.
- ينصح استخدام الصحفي النصائح البريطانية الثلاث في أصول المقابلة الصحفية، وهي:
 - لا تكذب أبداً، ولا تعط معلومات مزيفة، إلا إذا كنت مضطراً لذلك كملاذ أخير، وتذكر أن اكتشاف كذبة قد يعرضك لنتائج تمتد من إلقاءك خارج الغرفة إلى إطلاق الرصاص على قدميك، إلى تعذيبك.
 - لا تقل الحقيقة كلها أبداً.
 - إن كنت لا تستطيع الإجابة عن سؤال، اعترف بذلك.
- من المفيد أن يفهم الصحفي خلال حوار مع المصدر دوافع المصدر للتحدث وينطلق منها.

8) تكتيكات أساسية في مهارات إجراء المقابلة التلفزيونية على الهواء:

- معرفتك الجيدة لموضوع المقابلة الوسيلة الأمثل للمحافظة على احترام وانتباه ضيوفك.
- حضر اسئلتك مسبقاً.
- استمع جيداً إلى الإجابات وكن مستعداً لأسئلة المتابعة.
- إذا أردت المقاطعة فانتظر فرصة التوقف القصير أو أخذ النفس من قبل الضيف.
- احرص على تركيز الضيف على موضوع المقابلة.

- ضروري أن تصر على الحصول على الإجابة للأسئلة المشروعة والهامة.
- احذر الميل إلى الضيف الذي يمتلك الشهرة أو السلطة.
- امنح الضيف الوقت الكافي للتفكير، فالصمت يمكن أن يكون في حد ذاته إجابة بليغة.
- حافظ على تعابير وجهك تجت السيطرة، فتحيك الحواجب إلى الأعلى أو تقربها من بعضها أو تحريك الرأس من الأعلى للأسفل أو من اليمين إلى اليسار أو العكس يمكن أن يفسر أن موافقة أو رفض أو قبول أو اعتراض على إجابة الضيف.
- تذكر دائماً أن مهمتك طرح الأسئلة وليس المساهمة في النقاش.
- تجنب وضع الكلمات على لسان الضيوف (اعتقد أن ما تريد قوله هو....).
- تذكر دائماً من هو الضيف الذي تجري معه المقابلة، اكتب اسمه وصفته ومنصبه كذلك على "الكريبت"، الي بين يديك تحت ضغط النسيان المتوقع.
- استمع جيداً إلى تعليمات الكونترول من خلال رجع الحديث "Talk Back".
- اعط لنفسك وقتاً لتختتم المقابلة بطريقة سلسة وليس مفاجأة قبل أن يداهمك الوقت.
- احرص على الالتزام بالوقت المخصص، فالانتهاء مبكراً أو متأخراً يؤدي إلى إرباك البرنامج أو النشرة.
- تذكر أنك تملك ميزة إنسانية توجيه الأسئلة التي يرغب في طرحها المشاهد العادي إذا اتاحت له الفرصة "فأنت تمثل المشاهد لا غير".
- لا تفترض أن الجمهور لديه المعلومات التي لديك.
- لا تلتزم بشكل حديدي اليك أعددتها مسبقاً، بحيث لا تنتبه للإجابات، فلا يسأل سؤالاً مبرمجاً أجاب عنه ضمن سياق سؤال آخر، وهذا بديهي لأن المذيع لا يستمع وينتظر ليفرغ من الإجابة حتى يطرح السؤال التالي المكتوب لديه مسبقاً.
- لا تدلي بتصريحات، بحيث لا يعرف الضيف أن ما تقوله سؤال أم رأي.
- لا تصوغ رأيك الشخصي على شكل سؤال فأنت لست طرفاً في النقاش.
- لا تتكلم في الوقت نفسه الذي يتكلم فيه الضيف.
- لا تفقد السيطرة على أعصابك إذا تعمد أحد الضيوف استفزازك.
- لا تشعر بالرهبة أو الخوف أمام ضيف، إذا كان صاحب سلطة أو شهرة.
- لا تسخر من الضيف إذا كان لا يستطيع التعبير عن أفكاره بوضوح.
- لا تكن ناعماً في أسئلتك للضيف لأنك ببساطة متعاطف معه.
- لا تبادر إلى طرح سؤال آخر إذا تردد الضيف في الإجابة عن السؤال، وامنحه وقتاً ليرتب أفكاره.
- لا تحرص على طرح رأيك في الموضوع، فأريك لا يهم أحداً.
- لا ترد على الإجابات بكلمة نعم أو صحيح أو بالتأكيد أو الرفض.....
- لا تطرح أسئلة توجيهية: (أنت كنت متواجداً في مكان الحادث ورأيت السيارة مسرعة بينما الإشارة حمراء).

- لا تهمل إشارات مدير المسرح فهو أو هي موجودة لمساعدتك.
- لا تخم مقابلتك بعبارة "آسف داهمنا الوقت".

مراجع الفصل ومصادره:

- نايت سيتيزن، نيوز نتوورك: إجراء المقابلات الصحفية: دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- هاريسون مونارث ولارينا كاس: المتحدث الوثائق (مكتبة جرير، 2008).
- جيمس ك. فان فيليت: قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس" (مكتبة جرير، 2007).
- ستيفن كوفي وآخرون الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات (مكتبة جرير، 2008).
- جوليا بارتن: نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- عبد الوهاب قتاية: المذيع المحاور، (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 178، أبريل 2005).
- لينين واكس مان: تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين 2009.
- مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا: الإنصات " فهم ما وراء الكلمات " (القاهرة: مركز خبرات المهنية للإدارة _ بميك، 2008).
- محمد معوض ، فنون العمل التلفزيوني، (الأردن: دار الطباعة الحديثة، 2012).
- شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- أديب خضور: الحديث التلفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة (2009)، ص 38.
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2010).
- محمد مرعي: الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار (اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009).
- أمير تاج الدين: الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة (القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، 2009).
- سيد أحمد الناعي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
- عبد الدائم عمر الحسن: الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008).
- محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها - تحريرها - نشرها، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984).
- يوسف مرزوق: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988).
- كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، (جدة: دار الشروق 1987).
- محمود فهمي: الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الأنجلو المصرية، 1982).
- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي 1992).
- رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، (القاهرة: مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005).
- Scanlan Christopher, Reporting and Writing, Basics for the 21st Century, (USA: Orlando, Harcourt College Publisher, 2000).
- <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284>
- Vice .bbc .abc .
- John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.

- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.

الفصل السادس:

الحديث التلفزيوني وخصوصيته خلال معالجة القضايا الإنسانية

- أولاً: المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية.
- ثانياً: منطلقات إنسانية الصحفي في تغطيته المقابلات ضمن القضايا الإنسانية.
- ثالثاً: قواعد المقابلات أثناء تغطية القضايا الإنسانية وفق دليل صندوق السكان الأممي.
- رابعاً: مصطلحات مقابلات التغطية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي.
- خامساً: (دليل ويتينيس) للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي.
- سادساً: قواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون فاروهاكيس".
- سابعاً: نصائح "تغطية ومقابلات الصدمة".
- ثامناً: نصائح أساسية لكتابة القصص الحساسة ومقابلاتها.
- تاسعاً: نصائح لإجراء مقابلات مع اللاجئين باحترام وتعاطف.
- عاشراً: نصائح للحصول على مقابلات وقصص إنسانية من ناجين تعرضوا للعنف الشديد:.
- أحد عشر: التصوير في مقابلات القصص الإنسانية للأزمات الضخمة ومعاييرها الأخلاقية.

أولاً: المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية:

حيث تكون الصحافة الجادة تولد الإنسانية، فمرآة المجتمع إذا لم تعكس صورة الجماعات المقهور، واكتفت بالعبث في بلاط السلطان، وضمن أروقة أخباره الرسمية، والعيش على البساط الأحمر تفقد لونها، (لتغطية أخبار المشاهير).. البساط الدموي (فهو تغطي أخبار الضحايا) لتصبح قاتمة ضائعة الملامح، مضيعة جمهورها الذي لا يلمسه أكثر من تغطية القضايا الإنسانية، فأكثر ما يشد الناس قصص الناس، ومعايشة معاناتهم وحكاياتهم، ومن هنا نجحت الصحافة الإنسانية خلال السنوات الأخيرة من فرض ذاتها في كبريات المحطات والفضائيات والصحف العالمية، كما استطاعت أن تتال حيزاً من مجالات جوائز الصحافة عبر العالم، وعليه تعرف ["جائزة الصحافة العربية"](#) في دبي هذا الصنف من الصحافة بتلك "المقابلات أو التحقيقات أو التقارير التي تتناول قضايا أو أزمات إنسانية طارئة وملحة، وما ينتج من تداعيات الكوارث الطبيعية والحروب والأوبئة والآفات وانتهاكات حقوق الإنسان"، كما تسمى أحياناً الصحافة الإنسانية بالصحافة ذات البعد الاجتماعي بعيداً عن أخبار الحوادث والجرائم واحتجاجات السكان والاختلالات في المشاريع، إنها صحافة تركز على عمق الإنسان وتجعله مركز الاهتمام في القصة، وليس شيئاً آخر، ويشهد الإعلام عبر العالم نماذج إعلامية إنسانية ناجحة ركزت على هذه القصص الواقعية.

إن "الصحافة الإنسانية" حسب "إسماعيل عزام" بديل للخروج من ضغط الأخبار نحو عمق حياة الآخرين، ولكن مقابلة هؤلاء لابد أن تتطلب حذراً وحرفية، قدمت لها ولخصتها عشرات التجارب، ووثق معالمها أكثر من دليل، تحت عنوان عريض مفاده: "لا تجعل الضحية يعيش بسبب بمقابلتك إحساس ألم التجربة من جديد، خاصة حين يشاهد كاميرا التلفزيون تلتقط له تلك اللحظات لتنتشرها على الملأ"، وهو ما سيتناوله هذا الفصل المهم في قواعد الحديث التلفزيوني خلال تغطية القضايا ذات الحساسية الإنسانية، فبين القصص الجادة كالأخبار السياسية والتحقيقات الاستقصائية والتقارير الميدانية والقصص التي لا تدخل في عمق القصة كأخبار المنوعات والحوارات مع المشاهير والريپورتاجات التي تعرف بمدينة ما، هناك نوع آخر من القصص يظهر من حيث الاسم أنه ينتمي إلى الجزء الثاني الخفيف، بينما من حيث العمق ينتمي إلى الصنف الأول الجاد، والكلام هنا عن القصص الإنسانية، التي تتعدى وظيفتها مجرد الاحتفاء بإنسان ما حقق نجاحاً، إلى الكشف عن واقع فئات مهمة من البشر تعيش أوضاعاً صعبة لا تلتقطها في الغالب عدسات الصحفيين وكاميرات المحطات، وتحادثهم لتعرض معاناتهم على الأثير.

ومن هنا يمكن تحدي المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية:

- صميم العمل: لن تفهم إلا إذا قابلت..
 - قبل أن تحضر كاميرا التلفزيون أبد بالبحث.. من يعمل يجد.
 - مخاطر (الموافقة المستنيرة)، فلا يكفي الموافقة، بل اشرح له كما يلقي كبير الشرطة على المتهم حقوقه قبل إلقاء القبض عليه، كل ما سينجم عن بث المقابلة أو نشرها، وأبعادها ومخاطرها.
 - إشراكهم بالمقابلة (تحديد المكان - الزمان - جو المقابلة)
 - لا لإيقاع الضرر.
 - الكاميرا السرية ممنوعة.
 - مخاطر المقابلة لا يعني عدم إجراء مقابلة.. مقابلة المشفى.. (كيف يشعر من يقابل وكيف يشعر المقابل)..
 - مع الناجين من قضايا العنف أبدأ بلحظات صمت..
 - لا تستخدم كلمات تعقيبيه (نعم أو أوه...)
 - استخدم لغة العيون وإيماءة الرأس.
 - تأكد أن كل من حولك في المقابلة سيبقى صامتاً ولا يعقب أو يتدخل.
 - لا تظهر علامات الشعور بالصدمة أو التخوف عند سماع قصته..
 - الانفعال الشديد قد يسيء للمتحدث ويشعره بالأمل المضاعف.
 - لا تتحدث عن شعورك نحو آلام الناجي مهمتك إعطائه منبراً ليتحدث هو عن ألمه..
 - لا تبدي تعاطف مسيء يشعره بأسى وضعه.
 - لا يفضل استخدام الأسئلة المغلقة المناطة بجواب (نعم) أو (لا) كي لا تتحول المقابلة إلى استجواب، ويشعر الناجي أنه متهم، بل يفضل على النقيض الأسئلة المفتوحة (كي يتحدث بالنقاط التي يريد ويتجنب ما يريد).
 - لا تنسى أهمية أسئلة مثل: "رجاء ما الذي تود أخباري به؟" "صف تجربتك؟" "هل ممكن تحكي لي عن؟" "رجاء فسر ما قلت؟"..
 - أوقف الكاميرا مجرد الشعور بأنه يريد إنهاء التسجيل، ولا تجعله يحس أنه صور لحظات انهياره.
 - لا تجعله يعيش جو العنف مرة أخرى، ومن أمثلة ما قد يؤدي إلى ذلك:
- أسئلة خطأ:

- ما ذا كنت تلبس يوم تم اغتصابك؟
- كيف تم اغتصابك؟
- لماذا لم تطلب مرافقة أحد عند الخروج؟

- كيف يمكن أن لا تعلم من قام باغتصابك؟
- لماذا خرجت وحدك في هذا الوقت؟

أسئلة صح:

- استخدم لفظ (الاعتداء عليك بدل لفظ جرح كاغتصابك)
- هل يمكن أخباري عن الأحداث التي سبقت الاعتداء عليك
- ماذا فعلت بعد هذا الاعتداء
- ما تمنياتك للمستقبل

ثانياً: منطلقات إنسانية الصحفي في تغطيته المقابلات ضمن القضايا الإنسانية:

- أساس تقنيات التغطية والمقابلات معرفة حقوقك وواجباتك.
- حياتك أم عملك.. (تغطية واحدة قد تنقذ آلاف الأرواح لكن حياة الصحفي دائماً أهم من مئة تغطية، لأنه ذهابه يعني ذهاب كل تلك التغطيات والمقابلات).
- الحماية أنت تصنعها.
- أنت لست محايد لكن كن محايداً.
- لا عليك أن تتقل مشاعرك عن الضحايا، بل دع الضحايا يعبرون عن مشاعرهم.
- التأثير مهم لكن ليس على حساب حياة الناس وكرامتهم.
- التأثير مهم لكن ليس على حساب مسرح الجريمة.
- أنت لست معلناً أو مسوقاً لجهة ما، أنت خادماً لوصول خدماتها إلى مستحقيها.
- التأثير لا يعني المبالغة.
- أنت منفذ ومنقذ.. عبر عملك.
- أنت حرفي في إنسانيتك ولست إنساناً في حرفيتك.. (الحرفية تتطلب الإنسانية والإنسانية ماذا تتطلب؟!)..

ثالثاً: قواعد المقابلات أثناء تغطية القضايا الإنسانية حسب دليل صندوق السكان

للأمم المتحدة:

ينطلق دليل صندوق السكان للأمم المتحدة من نماذج خاصة لتغطية القضايا الإنسانية، خاصة المرتبطة بالعنف القائم على النوع الاجتماعي، ومن أبرزها نموذج زواج المراهقات السوريات على CNN لأروى آدمون، والتي أظهرت فيه بعيون غير نزيهة ومنحازة أن السوريين يزوجون بناتهم صغار لضمان براءتهم، وكذلك تغطية خطف اليزيديات في العراق (خطف داعش للأطفال والنساء)، ومن خلال ذلك تتلخص قواعد مقابلات الناجين من العنف القائم على النوع الاجتماعي في التالي:

- الدقة: طريق للمعلومات الصحيحة.. والدقة تتجلى في: المعلومة.. اللفظ..
- النزاهة: حماية المصادر المستضعفة.. وهنا يفرض مصطلح «الموافقة المستنيرة»..

- **الحيادية:** لا تصدر حكم.. لوم الضحايا = حكم.. حتى اللوم بالألفاظ .. أو التوصيف .. التفاصيل تلقي اللوم.
- **واجب الإبلاغ:** تمييز بين المصلحة العامة ومصلحة الضحايا ومصلحة جمهور متابع العنف القائم على النوع الاجتماعي..
- **الخصوصية مقدسة:** أي معلومات تقتل الخصوصية .. ليس فقط الاسم لكن الملابس.. الصوت
- **المصادر وحمايتها:** لا تقتل مصدرك.. أو تفضحه..
- **المقابل المادي:** الدفع للضحايا ممنوع.. (اللاجئون صحيح فقراء) لكن البعض يفعل، لكنه في الوقت نفسه قد يمنع المقابلات عن من لا يدفع .. إذا أردت: أدفع للمؤسسة (تبرع).
- **عدم إلحاق الضرر:** مبادئ عدم إلحاق الضرر.. محاكمة.. الضحية من حقه التحصين.. والمتهم من حقه الدفاع عن نفسه.
- **نهج الارتكاز على الناجين:** (صلب عملية التعافي).. كل شخص فريد (مهم) يعرف:
 - مع من يتعامل.
 - من يجب أن يعرف ما حصل حوله أو معه.
 - ما الذي يجب أن يعرفه مما حدث.
- **العنف القائم على النوع الاجتماعي .. يظهر عدم تكافؤ القوى.. صحفي مرسل (أقوى).. ضحية (أضعف) من غير قصد يمكن أن يجعل المساء إليه يشعر بسوء أكثر.. ويعيد شعور الضحية..**
- **طريقة الارتكاز على الناجين:** سلامة.. سرية.. احترام .. عدم تمييز..

رابعاً: مصطلحات مقابلات التغطية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي:

- الكلمة قد تتجي مجرم .. وتتهم ناجي..
- الصياغة قد تزيد حياة المساء إليهم إساءة..
- القاعدة الذهبية: لغة يفهمها جمهورك.. لغة مألوفة
- يجب: توحيد نمط الكتابة لكل مؤسسة
- اللغة التلطيفية قد لا تفتح الباب الذي تأتي منه الريح .. لكن قد تكون مؤذية، وكمثال على ذلك: اغتصبها.. نال مأربه منها.. فعل ما أراد منها..
- **أمثلة أخرى.. لا تقل.. بل قل:**
 - ناجي.. بدل ضحية..
 - لا تقل جريمة شرف.. بل جريمة عار.. جريمة إبادة أنثوية.. جرائم قتل أسرية..
 - ليس عنف أبوي.. بل عنف أسري..
 - فاعل جرم .. كمقترف جرم..

- اغتصاب.. وليس فرض نفسه عليها..
- المغتصب مجرم وليس مريض نفسياً..
- حمل سفاح.. ليس حمل غير مرغوب فيه..
- اغتصبك.. الأكثر تهديباً اعتدى عليك..
- هو ليس زواج مبكر.. بل زواج أطفال..
- الاغتصاب وصمة عار للمغتصب وليس لمن اغتصب..

خامساً: (دليل ويتينيس) للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع

الاجتماعي:

- فكر ملياً في تأثير العنف على الفرد وتفهم ذلك.. إنها تجربة مؤلمة وفظيعة..
- تقبل ظروفهم بعدم الكلام أو التجاوب.. ثمة ضغوط اجتماعية وأمنية..
- من الضروري التعامل مع تجاوبهم بتقدير وحساسية كبيرة واحترام وجهة نظره.
- اترك الفرد بعد المقابلة يشعر بالقدرة والاستطاعة، فمن قابلته يجب أن يدرك أنه شارك قصته مع شخص حاضر ومتعاطف.
- المقابلة ذات الطابع التحقيقي يجعل الناجي يشعر بإعادة الاعتداء عليه واستغلاله.
- الاستعداد لقبول وجهة نظر يجب أن يكون في صلب سلوك الصحفي واستعداده للمقابلة.
- أسأل نفسك.. لماذا المقابلة.. ما المخاطر الأمنية.. وكيف ستوظف..
- إذا صورت وطلب المقابل السرية: لا تنسى الخصوصية «أخفي الوجه.. الصوت.. صور اليدين.. اعتمد ظل الشخص.. من وراءه.
- حدد قبل بدء المقابلة ما الذي يمكن أن يظهر للعلن على الشاشة.. (أسماء - أماكن - معلومات أسرية - معلومات صحية.. وما يجب أن يبقى سراً، وهذا سيزيد من ثقة المصدر بك..
- بالمقابل لا تصوره كضعيف، بل صوره واطهره بالقوة والشجاعة واطهر إنسانيته..
- هيء الشخص المقابل لمقابلتك.. وشاركه مشروعه ومنهجك وأسلوبك وأهدافك كما ترغب أن يشاركك قصته.
- ابني الثقة.. ربما يكون الحديث عن المخاطر الأمنية.. قضاء وقت أكبر معه قبل المقابلة..
- اعرف إذا كان أجرى مقابلة مع أحد غيرك.. ما الذي أزعجه.. لماذا قابله.. ماذا قال..
- طور قائمة أسئلتك قبل يوم من المقابلة ورتبها..
- لا تنسى دور المكان في جو المقابلة وظفه واجعله آمناً.
- لا تنسى توفير الدعم النفسي.. وجه سؤال إذا كان يريد أحد أن يحضر معه.. قابل طبيب متخصص نفسي لينصحك، ويفهمك أصول قراءة حركات الجسد لديه، فالمعلومات لا تؤخذ فقط من الكلام.

- هل تحتاج لمترجم.. لا يتحدث بالوقت نفسه .. يترك 5 ثوان بعد انتهاء حديثه.
- أسأل بأخلاقية، وعدم اللوم يعني أن لا تشعره أن ما حدث كان يمكن أن لا يحدث لو اتخذ أو التزم بمعايير الأمان..
- اختر ألفاظك بعناية وأدب.. كالقول اغتصابك.. بدل الاعتداء عليك.. أسأل ما المصطلح الذي يحب أن يوسم به (ليكون بدل ضحية) (بطل ناج من العنف).
- يوم المقابلة: أشعره بالراحة أثناء الحديث.. الشاي أو القهوة مهم.. معرفة كل من يحضر المقابلة والتعريف به مهم، خاصة إذا كان كادرك التلفزيوني.
- تأكد أن الشخص الذي تقابله يمكنه أن يتوقف عن الكلام.. يستريح.. وحتى يمكنه أن ينهي المقابلة متى شاء.. .. هنا بعد اللحظات الصعبة يمكنه (استراحة عاطفية).. وامنح فرصة للناجي للسيطرة على نفسه.
- احترم الوقت الممنوح لك من قبل الناجي..
- يمكنه الاطلاع على نص المقابلة أو تصويرها ونسختها.
- الموافقة المستنيرة = هل يعلم من سيشاهد أو يقرأ.. توافق على ظهورك (شكلك - اسمك - هل تعلم أنه يمكنك رفض أو الاعتراض على أي سؤال أو طلب استراحة أو إنهاء المقابلة.. هل يوافق على طريقة توظيف مقابلته..(سجل الموافقة المستنيرة صوتاً) حتى لا يسبب تراجع الناجي لك مشكلة..
- أحياناً قد يسهب الناجي بالتحدث عن قصته.. لا تدع التفاصيل تضيع نقاط أساسية لتبدو الأمور واضحة.. لا تخجل من إعادة طرح سؤال عن حلقة مفقودة.. لكن لا تضغط على الشخص ليكمل معلومة أساسية ربما تجاهلها قصداً.
- إن شهادة القصص الفظيعة والمؤلمة قد تسبب ما يدعى (بالصدمة الثانوية).. احذر منها.
- احصل على تقييمه بعد المقابلة.. ما الذي أعجبه.. وما الذي أزعجه.. وما التوقعات (وقع عقد الالتزام بين الطرفين).
- أعرف إذا ندم على ذكر شيء وتفاعل معه إذا طلب أن لا يعرض.
- ابقى على اتصال وتبادل المعلومات مع من قابلت (بعد المقابلة).

سادساً: قواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون

فاروهاكيس":

- كنت تعمل على موضوع يتطلب منك إجراء مقابلة مع أحد الناجين من التعذيب، احرص على التحضير جيداً قبل الذهاب .
- قم بإجراء بحوث مسبقة عن حالة الفرد وبلد المنشأ، وحاول العثور على المعلومات الأساسية التي يمكنها أن تساعدك على فهم تفاصيل الموضوع، فكل حالة تختلف عن الأخرى.

- اعد قائمة بالأسئلة قبل المقابلة، ولا تبدأ بالأسئلة الصعبة، لأنك قد تستثير رد فعل عاطفي قوي قد يلقي بظلاله على بقية المقابلة، أو ينفّر الضيف، وأدرج العديد من الأسئلة المفتوحة التي تسمح للناجي بسرد قصته بالوتيرة التي يريدها.
- لا تبدي تعاطفاً مزعجاً..
- لا تتبالغ في التأنيق عند الذهاب للمقابلة، وأيضاً احرص على عدم ارتداء أي قطعة من الملابس أو الحلي قد تثير التوتر أو الهياج العصبي لدى الناجي (الناجين)، فقد تعرض العديد من الناجين للتعذيب بسبب معتقداتهم السياسية أو الدينية أو بسبب العنصر أو العرق أو الجنسية وغيرها من الأسباب، لذا احرص على ألا تتضمن ملابسك وحليك أي رموز وطنية أو دينية أو شعارات أو تعبيرات عن مواقف.
- الأمثل هو أن تتولى الصحفيات الإناث مقابلة الناجيات من التعذيب، وأن يعهد للصحفيين الذكور بإجراء المقابلات مع الناجين من الذكور، وإذا لم يكن ذلك ممكناً، اسأل الناجي إن كان لا يمانع في أن يجري المقابلة معه شخص من الجنس الآخر قبل اللقاء به في المقابلة، فالعديد من النساء تعرضن للاغتصاب والاعتداء الجنسي من قبل الذكور، ما قد يجعله من الصعب بالنسبة لهن التحدث بحرية مع الصحفيين الذكور، كذلك لم يعتد الذكور من بعض الثقافات التحدث عن شؤونهم الخاصة مع النساء.
- اطلب الإذن مسبقاً إذا كنت تريد أخذ صور فوتوغرافية أو تسجيلات صوتية أو فيديو تلفزيوني من الناجي من التعذيب، ولا تفترض أن الناجين لن يكون لديهم أي اعتراض، فقد فر العديد من الناجين من بلدانهم هرباً من الاضطهاد، لذا فإن نشر صورهم من شأنه أن يعرضهم للخطر، حتى أن بعض الناجين من التعذيب اضطر إلى الإدلاء باعترافات كاذبة، لذا فهم يخشون أن تُستخدم التسجيلات الإلكترونية لشهاداتهم ضدهم، وقد تتمكن من التوصل إلى حل وسط من خلال الموافقة على طمس وجوههم أو أصواتهم، ولكن عليك التفاوض على ذلك مقدماً.
- اتفق مقدماً على مكان مناسب للمقابلة، وينبغي التأكد من أن الشخص يشعر بالراحة، وهنا تجنب الأقبية والغرف الصغيرة بلا نوافذ، واطلب منهم اقتراح أماكن مناسبة.
- عند مقابلة أحد الناجين من التعذيب، كن مهذباً، ولكن تجنب تعبيرات الوجه أو التعليقات اللفظية التي تظهر الشفقة، وتذكر أن الناجين من التعذيب قد تحملوا ونجوا من بعض أكثر الأعمال المروعة التي يمكنك أن تتخيلها، فكونهم قد نجوا وأنهم على استعداد لاطلاع الجمهور على قصتهم يعني أنهم أشخاص أقوياء، فهم لا يريدون الشفقة، ولكنهم يستحقون مراعاة مشاعرهم واحترامهم.
- قبل بدء المقابلة، اسأل الناجي من التعذيب عن الاسم الذي يريد استخدامه في القصة، فاستخدام الاسم الحقيقي قد يعرضهم للخطر، كذلك اسأل الضيف إن كان يود الإشارة إليه بعبارة "الناجي من التعذيب" أم "ضحية التعذيب" في القصة، فبعض الناجين يفضلون الإشارة إليهم كضحية.

- احرص على التواصل بالعينين طوال المقابلة، وكن مستمعاً جيداً، فهم يأتمنونك على أكثر اللحظات إيلاماً في حياتهم، لذلك فهم يستحقون أن يستحوذوا على انتباهك الكامل.
- تجنب الازعاج خلال المقابلة، وأوقف الهواتف المحمولة وأجهزة الإخطارات وغيرها من وسائل الاتصالات الإلكترونية التي قد تحملها معك، فالكثير من الناجين يعانون من اضطراب ما بعد الصدمة، ويمكن للمقاطعات أن تؤدي إلى ذكريات اقترامية (ارتجاع الأحداث).
- احرص على أن تظل هادئاً حتى عندما يسرد الناجي التفاصيل المروعة لما تعرض له من تعذيب، وحاول أن تتجنب تعبيرات الوجه التي توحى بالرعب أو الحزن، فالناجون من التعذيب سيقدرّون لك التعاطف والاهتمام، لكن ردود الفعل المبالغ فيها يمكن أن تؤلمهم أكثر، ولا تحاول مد يدك إليهم أو ملامستهم لمواساتهم، ولا تستخدم التعابير ذات الدلالات الدينية، مثل: "يا إلهي" أو "يا رباه" وما إلى ذلك.. ولا تستخف بتجربتهم (بأن تقول مثلاً "لا بد أن ذلك كان مؤلماً" أو "حتماً كان ذلك أشبه بالبحيم")، ولا تتعالى عليهم، ولا تطرح أسئلة تطفلية ("كيف تشعر؟" وما إلى ذلك)، فقط أنصت باهتمام والتزام الهدوء والانتباه، وإذا لم تستطع السيطرة على عواطفك، اطلب استراحة قصيرة.
- يجب أن تكون مستعداً لقبول عدم ارتياح الناجي للرد على سؤال ما بعينه، فلا تضغط عليه، بل يجب أن تكون أيضاً على استعداد لقبول احتمال أن ينهي الشخص المقابلة في أي مرحلة إذا وجد أن الاستمرار سيصبح صعباً جداً.

سابعاً: نصائح "تغطية ومقابلات الصدمة":

تتطلب كتابة التقارير عن الصدمة ومقابلاتها مزيجاً من الحساسية والمَلَكَة، وعليه يقدّم دليل "تغطية الصدمة" الذي أنتجته إذاعة Radio for Peace building Africa وطور من قبل "جينا مور الصحفية المستقلة والمختصة بالشؤون الإفريقية وكتابة التقارير حول مرحلة ما بعد النزاع، وحقوق الإنسان"، مشورة شاملة لفهم آثار الصدمة النفسية، ومقابلة المصادر، وكتابة التقارير حول القصص ذات الطابع الحساس، والكتابة عن الصدمة، والأهم إجراء الحوارات مع ضحايا الصدمات، ويعتمد الدليل نصائح محددة بشأن كيفية إجراء مقابلات في المواقف الصعبة، وتأطير القصص، وذلك لحماية الضحايا، وليس لخلق الإثارة في مواضيع العنف، ومن هنا يستعرض كيف يمكن للصحافة أن تساعد المجتمعات في الشفاء لما بعد الصدمة، ولعل أبرز نصائحه يمكن جمعها ضمن خمس إرشادات على الشكل التالي:

- 1) دع الأشخاص موضوع التقرير يحدّدون جو المقابل: وذلك عبر ترك فرصة لهم ليقرروا أين يريدون أن تتم المقابلة، وأين يريدون أن يجلسوا، وهنا من الواجب أن تكون نبهاً حول المكان الذي ستجلس فيه: بالنسبة للناجي من الصدمة، فلا تسدّ الطريق بينه وبين المخرج وإلا ستبدو كعائق أمامه.

- (2) لا تتظاهر بأن قصتك ستعطي الأشخاص موضوع التقرير حلاً، فليس هناك حل: وعلى عكس الصحافة التقليدية، لن تقي قصتك أبداً بإجابة مرضية حول السؤال "لماذا حدث ذلك؟" فقد تجد الخبراء الذين يمكنهم تفسير أسباب سياسية أو اقتصادية للحرب أو العنف، أو علماء النفس الذين يدرسون لماذا يسيء الرجال معاملة النساء على سبيل المثال، لكن بالنسبة للأفراد أو الجماعات الذين نجوا من أمر فظيع، فلا يمكنك أن تفسّر لماذا حدث ما حدث لهم، وهذا هو السؤال الوجودي الذي سيواجهونه بقية حياتهم.
- (3) **تجنب لغة اللوم:** إذا قالت المرأة أنها تعرضت للاغتصاب على الطريق في وقت متأخر من الليل فلا تسألها، "لماذا كنت خارجاً في وقت متأخر من الليل على أية حال؟"، وإذا اختطف الطفل عند خروجه بمفرده للحصول على الماء فلا تسأله "لماذا تذهب وحدك لإحضار الماء؟" حيث وجد الباحثون أن بمقدور هذه الأسئلة أن تسبب الضرر النفسي للناجين، ذلك أن الأسئلة ستوحي بأن الصدمة كانت غلطة الناجي.
- (4) **للكتاب وإنتاج قصص عن الصدمة:** اختر تفاصيل لأنها تسهم في تقدّم القصة وليس لأنها صادمة: فأفضل الصحفيين يعرفون كيفية الحبكة الجيدة، وغالباً ما يقدّر الجمهور القصص المليئة بالتفاصيل، لكن في صحافة الصدمة يمكن أن تنقلب التفاصيل على القصة وشخصها، ونادراً جداً ما يكون الخيار "هل يجب عليّ استخدام هذه التفاصيل؟"، بل يجب أن تتعلّق الخيارات بدلاً من ذلك حول كيفية استخدام الاقتباسات والمعلومات والبيانات والتفاصيل بالطريقة الأكثر حساسية ومسؤولية.
- (5) **تواصل مع مصادرك قبل نشر قصتك أو بثها على الهواء:** فالمصادر المقابلة الحق أن يعرفوا ما هو اليوم، وفي أي وقت سيتم نشر القصة، وما المعلومات التي ستتضمنها من مقابلاتك معهم، ويعتبر هذا بمثابة مجاملة لأي شخص تجري معه مقابلة، لكنه أمر ضروري في التعامل مع الناجين من الصدمات الذين يحاولون استعادة الشعور بالسيطرة على حياتهم.

ثامناً: نصائح أساسية لكتابة القصص الحساسة ومقابلاتها:



لتجربة الصحفية الهندية "بريانكا دوبي" مذاقها الخاص، فهي استطاعت مقابلة شرطية مغتصبة من المفترض أنها المسؤولة عن حماية المغتصبات، ورغم تردد الشرطية أولاً بإجراء المقابلة خوفاً على الفضيحة وكشف أسرارها التي سيعاقبها عليها مجتمعها كما عاقبها المجرم المغتصب، إضافة لخوفها على سمعة السلك الذي تعمل فيه، لكن تجربة "دوبي" كان لها مفعولها لإقناع الشرطية بالتحدث انطلاقاً من إيمان زرعته بداخلها مفاده "مصلحتك أهم من كل مقابلاتي"، مع تقديم نماذج لأعمالها، حول

الموضوع نفسه لتقنعها أنها حتى لو تتطوع للدفاع عن قضيتها، فثمة صحفيين سيضعون هذه المهمة أمانة في أعماقهم، وبالتالي يمكن تلخيص هذه التجربة كما تسردها بنفسها وفق الآتي:

• **كن صادقاً:** كل قصة تغطيها "محاولة متواضعة" .. فلا ينبغي أبداً لأي مراسل دخول منزل أحد الأشخاص متوقعاً الحصول على قصة جيدة إذا كان إجراءاتهم لمقابلة هو مهمتهم الوحيدة، وأثناء إجراء مقابلات مع الناجيات من الاغتصاب، تتفاعل مع النشطاء المحليين الذين قد يعرفون الضحية، وتستغرق وقتاً في التعرف على قصته أو قصتها أولاً، ثم تجلس مع الشخص حتى يصبح مستعداً للحديث، وربما يكون الجميع صامتين في اليوم الأول، لكن تعود دائماً بالنسبة للقصص الإنسانية حول مواضيع حساسة مثل الاغتصاب، إن المفتاح هو "الصمت"، فعليك في البداية مشاركتهم حزنهم وأن تكون معهم، ولأن هذا العمل سيساعد في ضمان حصولهم على العدالة، فأنا دائماً أسأل سؤالاً افتتاحياً من سطر واحد مثل: "ماذا تريدان أن تقولي، أو ماذا تريدان أن يحدث؟ إذا بدأت في الحديث معها، فسوف تكسب ثقتها"، وضع في الاعتبار أنك ستواجه أشخاصاً لا يريدون التحدث، لكن ثابر بشكل هادئ وحذر، وعليه تقول "دوبي"، رفضت "نيتو كومار" في البداية التحدث، وهي شرطية تعرضت لاغتصاب جماعي، بينما كانت في الطريق إلى جنازة شقيقتها، حيث كانت تعبت من التحرش اللفظي الذي تعرضت له من قسمها، بمركز شرطة "لاتيهار"، وعندما تحدثت مع وسائل إعلام أخرى عن قضيتها، وتذكر دوبي أنه بعد رفض "كومار" الحديث، قدمت لها طلباً أخيراً قبل أن تغادر: "إذا حدثتني، فستكون هذه مساعدة كبيرة، وسيساعد هذا على إخراج الأمر للنور، وأن يظهر للناس أن هناك رسالة"، وعليه تراجعت "كومار"، لتضيف قصتها إلى سلسلة دوبي ذات الثلاث أجزاء حول وضع الشرطيات في الهند، كما قام زملاء دوبي الصحفيون كذلك بتغطية القضية، وبعد أشهر قليلة من نشر سلسلة دوبي، أعلنت حكومة دلهي أنها ستزيد نسبة النساء ضمن قوة الشرطة، وتذكر دوبي أنها قالت "لكومار"، "سعادتك وسلامتك العقلية أكثر أهمية بالنسبة لي من هذه المقابلة"، وأضافت "أعتقد أن هذا أثر فيها" .. "عليك فقط أن تكون صادقاً"، "وفي معظم الحالات، يكون هذا مؤثراً ومفيداً".

• **قم بواجبك:** تقيم دوبي في دلهي، ولكن حتى الآن، فإن العديد من تقاريرها أجرتها في جميع أنحاء المناطق الشمالية من الهند، ورغم أنها ولدت في "بوبال" وغطت قصصاً في جميع أنحاء ولاية "ماديا براديش"، إلا أن الهند ضخمة جداً بحيث أنه سيكون من المستحيل معرفة كل قرية أو مدينة جيداً، ومن هذا المنطلق قبل الذهاب إلى المنطقة التي ستقوم بالتغطية الصحفية فيها، تجري "دوبي" أبحاث واسعة، وتشجع صحفيين آخرين على القيام بواجبهم، موصية بقراءة الصحف المحلية الصادرة باللهجات الإقليمية، وبالبقاء على اتصال مع المراسلين في المنطقة،

والتحدث إلى خبراء، وتطوير الكثير من الخطط لمعرفة ما يجب عمله عندما تنزل فعلاً إلى الشارع، وكي تؤدي عمل صحفي لمدة يومين، تقول دوبي إنها قد تستغرق حوالي 20 يوماً في الاستعداد أثناء تغطيتها، ففي عملها بموضوع [الأطفال المختطفين من دلهي للعمل في المنطقة المنتجة للسكر في ولاية أوتار "براديش"](#)، كان الواجب الذي عليها القيام به هو تصميم استبيان حتى يمكن أن تتظاهر بأنها باحثة زراعية، فتوجهت إلى مزارعين، وسألت أسئلة بحثية بسيطة، وتعاملت بود معهم، وكان من المعتاد أن يقدموا لها المرطبات، وكانت تنتظر لترى من الذي سيجلب لها الماء، وكل ظنها أنه الطفل المستهدف، وعليه تقول: "كنت أرى أن الصبي الذي يجلب لي المياه ليس من المقيمين بالمكان"، واذكر دائماً لون بشرته، وملامحه، والطريقة التي يتحدث بها، لأدرك على الفور أنه ليس من هناك"، ولهذا استخدمت دوبي كاميرا "الباحث" لالتقاط صور للأطفال، وظهرت الصور في [تقريرها](#)، الذي نشر في "تيهليكا"، وككل الصحفيين فإن القيام بمهمة بشكل سري يبدو مثيراً، وتأدية دوبي بالمهمة كباحثة هو الذي صنع قصة جيدة، ولكن ذلك لم يكن ليصبح ممكناً إذا لم تكن قد خططت دون كلل أو ملل لهذه الرحلة.

- **بناء الشبكات الشخصية والمهنية:** على مدى السنوات الخمس الماضية كصحفية، بنت "دوبي" شبكة جيدة من المصادر المهنية في مناطق مختلفة في شمال الهند، ليساعدها في التركيز على البحث عن المعلومات في أي مكان تقوم فيه بعملها، ولتساعدها هذه المصادر على الاستعانة بسائقين يمكن الاعتماد عليهم إذا كانت في الميدان، وهذا أمر ضروري، لا سيما عندما تقوم بالعمل في قرى نائية، حيث تقل أو تتعدم الاتصالات، في حين أن المجتمع المهني هو الأمر الحاسم بالنسبة لها لحسن سير العمل، إلا أنها تعتمد بشكل كبير على شبكة الموارد البشرية الخاصة بها، والتي تصفها بأنها "أكبر رأسمال لأي مراسل"، إذ تقول: "يمكن أن تتغير المؤسسات، وكل شيء قد يموت أو يسقط، لكن الأسرة من المصادر المحلية، والمراسلين المحليين، الذين يقومون بتطويرها هم الداعم الحقيقي لكم"، مضيفة: "الشبكة المهنية لها حدودها، فلا أحد سيضع حياته على المحك من أجلك مقابل بضعة دولارات أو بضعة آلاف روبية، ولكن (بفضل) شبكتي الشخصية، الجميع يعرف أنه لا يمكن لمسي وأن هناك عواقب لذلك".

- **اعتن بنفسك:** غادرت "دوبي" تيهليكا لتكريس الوقت للقصاص الهامة طويلة الأمد، وهي الآن كصحفية مستقلة فإن الموضوعات التي تغطيها غالباً ما تكون كئيبة، وتعترف أن هذا أثر سلباً على صحتها النفسية والجسدية، قائلة: "إن الصحفي يشعر بالقلق أكثر، وما زلت أشعر إحساساً جيداً لأنني لم أصبح قاسية"، مضيفة: "ما زلت أبكي أحياناً أثناء الكتابة، كما اعتدت أن أفعل في بداية عملي، ومنذ سنة أدركت أنني قد فقدت القدرة على الشعور بأنني طبيعية وسعيدة"، وحتى تعتني بنفسها، تحاول الحصول على راحة بين القصص، وتقضي بعض الوقت مع

الناس، بغض النظر، عن كونها ملتزمة بعملها، لكن هذا لم يمنعها بالفعل التفكير بالخمس سنوات القادمة، مصرحة: "يوماً ما، أخطط لبدء منصة للموضوعات الطويلة باللغتين الهندية والإنجليزية، فنحن بحاجة لبدء حركة الإنقاذ".

تاسعاً: نصائح لإجراء مقابلات مع اللاجئين باحترام وتعاطف:

تعتبر شيري ريشيارد [Sherry Ricchiardi](#) أن العالم يواجه اليوم أسوأ أزمة لاجئين منذ الحرب العالمية الثانية، وصلت إلى عدد قياسي مكون -من [ستين مليون شخص](#) في حالة فرار دائم من المناطق التي تشهد أعمال عنف في آسيا وأفريقيا والشرق الأوسط، وفقاً للأمم المتحدة- ولا وجود لحلول جذرية في الأفق، وعليه تسأل هل الصحفيون على استعداد لتغطية ومقابلة الضحايا والناجين من بعض أفظع أعمال العنف في القرن الحادي والعشرين؟ وتجيب بنفسها هناك تحديات كبيرة، فكيف يمكن لمراسل أن يطلب من الأفراد التي قد عانت من الرعب والصدمة والخوف أن يقصوا معاناتهم؟ وهل هناك طريقة فاضلة للتقرب من أولئك الذين نجوا من صدمة عنيفة؟ ما هو المنطقي في التطفل على الآلام الشخصية؟ وكتقديم لأجوبة عن هذه الأسئلة تعمقت تجربة "ريشيارد" منذ حزيران/يونيو 1999 عندما جلست في خيمة مع لاجئين من كوسوفو، بعدما خاطروا بعبور ممرات جبلية غادرة للهروب من الجنود الصرب؛ حيث وجدوا ملاذاً آمناً على حدود "بلاتشي" في مقدونيا، وقد توافدوا بالآلاف لتأمين قوتهم ومأواهم، وحينها كانت في حيرة من أمرها حول كيفية إجراء الحوارات من دون حثهم على عيش التجربة الأليمة مرة أخرى، وإلى أي مدى تستطيع دفعهم للتكلم عن الوحشية التي شهدوها؟ إذا بكوا، أيجب أن تتوقف؟ ما أساليب العزاء الممكن تقديمها لهم؟ وكانت تسترشد بالقول المأثور: "الأهم من ذلك كله، لا ضرر ولا ضرار".

بقيت "ريشيارد" على مدى يومين، تستمع إلى وصف لقرى تم إحراقها بالكامل، واغتصابات للنساء، وإعدامات على نطاق واسع، وكانت أحياناً تبكي معهم وفي بعض الأحيان الأخرى حاولت إرضاء ضميرها من خلال تقديم أكياس المكسرات والشاي والتين المجفف لهم، وذات يوم تقول "شيري": (كنت يوماً في "بلاتشي"، وشهدت بدهشة مراسل يقترب من مجموعة من اللاجئين الشابات وسألهن: "هل تعرضتن للاغتصاب في قريتك؟" فما كان لهن سوى الهرب والإجهاش بالبكاء، وسألت نفسي كيف يمكن للممارسات الصحفية السيئة إحداث أضرار جسيمة)، وعليه تلخص الصحفية "شيري ريشيارد" أفضل الممارسات لإجراء مقابلات مع الضحايا والناجين من العنف من مركز "دارت" للصحافة والصدمات النفسية، التابع للاتحاد الأوروبي للصحفيين (EFJ) وغيرهم من الخبراء، ونشرها المركز تحت عنوان [نصائح حول تغطية أزمة اللاجئين](#)، بما في ذلك

تقنيات لإجراء المقابلات لعالم النفس البريطانية "كاتي رويجانت" والتي عملت مع ناجين من انتهاكات حقوق الإنسان، بالتعاون مع أربعة صحفيين من ذوي الخبرة، وذلك وفق التالي:

- أكدت كاتي رويجانت على أهمية التعرف على أعراض الصدمات النفسية؛ وشرحت: "إذا بدأوا بالبكاء، وإذا تسارع نمط التنفس عندهم، أو إذا لاحظت أنهم ينظرون الى الباب أو في جميع أنحاء الغرفة، قد تكون إشارة على أنهم لا يشعرون بالأمان، أو أن ما نتحدث عنه معهم يذكرهم بالصدمة التي عايشوها بطريقة سلبية"، مضيفة "عليك أن تأخذ خطوة إلى الوراء وتساءلهم عما اذا كانوا على ما يرام لمواصلة المقابلة، أو إذا كنت باستطاعتك أن تفعل أي شيء لجعلهم يشعرون بالأمان".
- تحت "رويجانت" الصحفيين على "بذل كل الجهود" لإعطاء الأفراد قوة التحكم بمقابلتهم، وذلك بجعلهم يفهمون بأن ليس عليهم الإجابة على كل الأسئلة، وأن باستطاعتهم إنهاء المقابلة في أي وقت يرغبون به.
- نصحت المحررة السياسية في صحيفة "شبيغل أونلاين" الألمانية "رانيا سلوم"، في مقالة "دارت"، الصحفيين إلى "النظر للأفراد على أنهم أشخاص، وليسوا لاجئين والتعامل معهم على أسس التعاطف والاحترام، وليس الشفقة والتعالي"، وبالتالي لا تستخدم معهم أبداً لفظ أيها اللاجئ.
- وعلى نفس المنوال، شدد EFJ في [مدونة نشرها في كانون الأول/ديسمبر 2015](#)، على أهمية تبادل المشاعر الإنسانية خلال المقابلات للحصول على المردود المبتغى: "تعتمد نوعية المعلومات على قدرتك على تطوير الثقة".
- وقد فند دليل "[Covering Trauma](#)" المنتج من قبل المحطة الإذاعية الأفريقية لبناء السلام ، مشورة شاملة لفهم آثار الصدمات النفسية، وقدم نصائح لإجراء المقابلات، ومن عينات نصائحه:
 - "تصيب الصدمة الأفراد من دون إذنه، وهنا يجب على الصحافة المسؤولة أن تتأكد، في كل مرحلة من مراحل إعداد التقارير وكتابة القصة، أن الناجين لهم كل الحرية بالسماح بإجراء هذه المقابلة دون أن يتعرض أي شخص للمضايقات".
 - "لا تبدأ مع الأسئلة الصعبة، عليك بالسؤال عن أحوال الناجين من الصدمات أولاً، والحصول على بعض التفاصيل عن حياتهم، قبل أن تخوض في اللحظات الأكثر ضعفاً، وإذا كنت في مقابلة مع ناجين من مذبحة في قرية، ابدأ بالقول: "أخبرني عن قريبك قبل أن يجتاحها العنف"، وهذا ما سوف يساعد الناجي على الارتياح بالمقابلة".
- وكفكرة أخيرة: ما قدمته ورش العمل على كيفية محاورة ضحايا العنف وحرر عبر دليل المركز الدولي للصحفيين، وكانت من أفضل النصائح عندها: عدم طرح السؤال التالي: "كيف تشعر؟" ولا تبادر أبداً بقول: "أنا أعلم ما تشعر به".

• قدم نفسك ببساطة وقل لهم: "أنا آسف جداً لما فقدته"، أو "أنا آسف على ما تمرّون به"، فمن الصعب التخلص من آثار الصدمة النفسية، وأخيراً أخبر الضحايا كم تقدر رغبتهم، واستعدادهم لمشاركة قصصهم.

• اللطف وأعمال بسيطة من الكرم، كتقديم زجاجة من الماء، أو مساعدتهم على حمل حزمة ثقيلة، ستساعد على تسهيل عملية بناء الثقة مع هذه الفئة من الأفراد الضعفاء.

عاشراً: نصائح للحصول على مقابلات وقصص إنسانية من ناجين تعرضوا

للعنف الشديد:

لا يمكن اختبار قوة الصحفي وتأثير التدريبات التي تلقاها إلا على أرض الواقع، خاصةً إذا ما كان هذا الواقع شديد الخطورة بحيث يشعل حواس الصحفي وينبهه لكل الأشياء التي تعلمها، ويوقظ ذهنه بخبرات حصل عليها في وقت سابق، وعليه تقدم "صفاء صالح" لشبكة الصحفيين الدوليين كيفية الحصول على قصص إنسانية من ناجين رأوا أهوالاً لا توصف، علماً أن الصحفية تعمل كاستقصائية في جريدة "المصري اليوم"، وغطت أحداثاً في ليبيا وتونس واليمن، وعائدة حديثاً من العراق من زيارة للمناطق المحررة من تنظيم داعش، وحاصلة على جائزة سمير قصير لحرية الصحافة عام 2010 من الاتحاد الأوروبي على مستوى الدول العربية عن تحقيق "بنات التبغ":

• **خطتك الأساسية هي دليل تحركاتك:** فالتحضير للسفر قبل موعده بأسبوع، وبمجرد الحصول على موافقة السفر، والاتفاق مع الوسيلة على الرحلة، ينبغي تحضير النفس، وتجهيز خطة للعمل، والنقاط الأساسية المراد تغطيتها، مع وجوب تحضير قائمة بأماكن تريد زيارتها، وأشخاص ترغب بمقابلتهم، وبالطبع القراءة والبحث عن كل ما نشر من تقارير دولية وأجنبية لصحفيين زاروا البلد، وعليه تقول "صفاء": "ابتعدت تماماً عن المصادر الأمنية، فهم كما المعتاد يعوقون عمل الصحفي ويمنعونه من تنفيذ خط سيره، ولذلك استعنت بأصدقاء وعلاقات أوصلتني بمصادر هناك على أرض الواقع كانت عوناً لي، أما عن جغرافيا المكان، فقد علمت أن نقطة وصولي هي بغداد ولذلك قمت بدراسة المناطق المحررة القريبة من العاصمة، والتي يمكنني زيارتها برياً".

• **المهارة في تحويل التجارب المؤلمة للضحايا إلى قصص صحفية:** حكّت صالح طريقة حصولها على معلومات وقصص من الناجيات من العنف الشديد، قائلة: "كان الأمر صعباً فهم يحصلون على رعاية نفسية، وكان عليّ الاتصال بالكثير من المصادر لأتمكن من مقابلة الناجيات، واستعنت بأخصائية نفسية تتابع حالتهم، ومترجمة، وكنا نحن الثلاثة فقط نقابلهن، وكنت أسأل عن أدق التفاصيل، وكُنّ يحكين لي ما حدث معهن بعد أن نخوض في دردشة بشكل ودّي"، ولهذا تنصح بأن يكون الصحفي لطيفاً مع الناجين من حوادث عنف شديدة، لأنهم يتلقون رعاية نفسية، ويجب أن يكون ذلك بوجود أخصائي نفسي قريب من الحالة، مع إظهار تعاطفك

وانفعالاتك الطبيعية على القصة التي تسمعها، ففي النهاية أنت بشر، وليس عليك أن تقتل تأثراً ليس حقيقياً، وتؤكد أن إظهار مشاعرك الحقيقية يكسر حاجزاً بينك وبين الراوي، فيمنحك المزيد من المعلومات والتفاصيل، مضافة: "قابلت نساء تعرضن للاغتصاب أكثر من مرة بطريقة وحشية، وكذلك نساء تم بيعهن في سوق الرقيق، وأخريات كان يتم الاعتداء عليهن أمام أطفالهن، كنت أستمع لهن كصديقة، وكن يروين المزيد ليتخلصن من عبء الحكاية المربعة".

• **كيف تقنع الراوي بالتصوير؟** إنك كصحفي استقصائي عليك توثيق كل معلومة تحصل عليها بالصوت والصور والفيديو، وإذا كنت كسرت بالفعل الحاجز بينك وبين راوي القصة، فإن التصوير سيكون سهلاً، وكل ما عليك أن تشرحه لهم أن التصوير في مصلحتهم، وأن الفيديو يدعم قصتك ويؤكد صحتها، وتضيف "صالح": "قلت لهن أن لديهن مطلق الحرية في الظهور بالشكل المناسب لهن، وبعضهن فضلن تغطية الوجه، أو الجلوس في إضاءة خافتة، أو النقاط صور عادية مع تمويه الملامح، لكن في النهاية اقتنعن وقبلن بالتصوير"، ولعل كون الصحفية "امرأة"، فهذا سهل من مهمتها بالعراق، لأن الضحايا نساء ريفيات في مجتمع محافظ، وكان من الأسهل أن تتقرب لهن بأشياء بسيطة، ولهذا تقول: "أربت على كتف الضحية أو أحتضنها، نبتسم ونضحك، فالنساء روت قصص عن اغتصاب وانتهاكات بشعة، وأعتقد أن كوني امرأة سهل عليهن الكلام بأدق التفاصيل أمامي".

• **أدواتك.. سر نجاح المهمة** تم أخذ الكاميرا من الصحفية باليوم الثاني للمهمة، وضاع ما قامت بتصويره، لكنها احتفظت بهاتفها ذو الكاميرا، والذي وثقت به أغلب قصتها، مستخدمة كاميرا الهاتف الذي اشترته مسبقاً بكاميرا ذات جودة عالية لتساعدها في عملها، وعليه تؤكد أن استخدامه كان أسهل من الكاميرا، فهو غير ملفت للانتباه، وكذلك لا يخشاه الناس عند التسجيل، إلى جانب كونه خفيف وصغير الحجم ويمكنها التنقل به بسهولة، علماً أنها حصلت على تدريبات كثيرة عن تغطية النزاعات، ولكن لم يكن ضمنها الجانب النفسي للصحفي، ما دفعها للقول: "إن أكبر ضغط نفسي شعرت به هو ضيق الوقت وكثرة المهام، ولم تدرك اقترابها من الموت إلا عندما عادت وشاهدت ما صورته، ما يشير لأهمية حصول الصحفي على دعم نفسي إذا شعر بالحاجة لذلك"، وهو ما تنوي فعله، أمّا عن نصائحها لتأمين النفس، فتقول: "ابتعد عن الأمن تماماً، وأخبر مديرك ورئيس تحرير الجريدة أو المؤسسة التي تعمل بها بالمهمة، لقد فعلت ذلك وكانوا على اتصال دائم معي في كل خطوة، فضلاً عن المصادر التي تتابعني وترافقني أثناء رحلتي"، كذلك يتوجب التشديد على أهمية السرية التامة للعمل، وإغلاق وسائل التواصل الاجتماعي أثناء المهمة، وتخصيص خط هاتف لها، ومسح أية تطبيقات تساعد على تعقب أترك وخاصة "الفاير".

أحد عشر: التصوير في مقابلات القصص الإنسانية الأعمق للأزمات الضخمة كضحايا الحروب ومعاييرها الأخلاقية:

ثمة من يعتقد أن أنواع الصحافة الإنسانية، هي التي تقدمها بعض المقالات المختصة على أنها قصص من يساعدون الآخرين، والإنجازات الفردية، وأمثلة للشجاعة والتضحية، ولقاء أقارب أو أحبة بعد غياب طويل، وضحايا الحوادث والأمراض.. ويمكن القول إن هذه الأمثلة التي قدمت على شاكلتها مجلة "بريس غازيت" الخاصة بعالم الصحافة، تتيح إنجاز قصص إنسانية بسيطة، بينما يمكن إنجاز قصص إنسانية أعمق عندما يتم التركيز على القضايا الكبرى أو الأزمات الضخمة كضحايا الحروب.

ومن أمثلة هذا العمق نصائح مهمة لإنجاز تصوير القصص الإنسانية نشره الهلال الأحمر الأمريكي وخدمات الإغاثة الكاثوليكية عام 2008 ضمن دليل بعنوان: "[القصص ذات البعد الإنساني](#)" ورغم أن الدليل موجه بالدرجة الأولى إلى المنظمات التطوعية الخاصة لأجل إنجاز قصص إنسانية في إطار مشاريعها الخيرية، إلا أن النصائح تصدق كذلك على العمل الصحفي ذو العلاقة مع هذه القصص، ولعل أبرز ما يهم في هذا الدليل المعايير الأخلاقية الواردة في التعامل مع الناس الذين يكونون مركز القصص الإنسانية، ومن ذلك تجنب ما قد يسبب الأذى لهم، كخرق حقوقهم في الخصوصية عبر طرح أسئلة حول مواضيع حساسة ومحرجة، والتعامل مع جيرانهم دون إشعارهم، ونشر معلومات خاصة أدلوا بها دون أن يدركوا خصوصيتها، وعدم احترام المحيط الاجتماعي والثقافي للناس عند الحديث إليهم، كارتداء لباس مثير أو وضع رموز دينية تخالف معتقداتهم، وحول طريقة الكتابة الجيدة، فإنه يمكن القول إن نوع كتابة "[البروفایل الصحفي](#)" تتجح في القصص الإنسانية، وتتجح كذلك طريقة كتابة الحوارات غير المباشرة، بجعل أقوال الشخص تستحوذ على جل القصة، كما تتجح طريقة كتابة "الريبورتاجات" أو "التقارير الميدانية"، وأحياناً يتطور الأمر لطريقة كتابة "التحقيق الصحفي" إن كان في القصة كشف لخروقات كبيرة ما، وهي كلها تقنيات يمكن الاسترشاد بها لكتابة القصة الإنسانية حسب قوتها وأثرها والمجهود المبذول فيه.

وكذلك تعدّ الصور أحد أهم مفاتيح نجاح القصص الإنسانية، فهي من تتيح التعرف عن كثر على مركز القصة المكتوبة، وكثيراً ما ضاعت قصص إنسانية بسبب انعدام أو ضعف الصور والعكس صحيح، لدرجة أن الصورة لوحدها قد تخلق قصة إنسانية دون الحاجة إلى استعمال قواعد الكتابة الصحفية، لذلك أضحي لازماً، على الصحفي أن يكون ملماً بالتصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني عبر كاميرا احترافية أو نصف احترافية، ليس فقط للقصص الإنسانية، بل للقصص الصحفية عموماً، وعليه يقدم دليل "[القصص ذات البعد الإنساني](#)" مجموعة من النصائح المهمة في صور القصص الإنسانية، أهمها:

- (1) طلب الإذن، فليس منح إذن لإجراء الحوار وسيلة عبور مباشرة لالتقاط الصور.
- (2) احترام المحيط الاجتماعي والثقافي، فهناك مثلاً مجتمعات ترفض التقاط صور للنساء.
- (3) خلق محيط من الثقة بين الصحفيين والشخص مركز القصة، وجعل هذا الأخير هو من يقرّر متى تؤخذ له الصور.
- (4) البحث عن أماكن معبرة ذات دلالة قويّة للحضور كخلفية في الصور.
- (5) النقاط صور تشرح وتقوّي القصة.
- (6) الحرص على توازن الألوان في الصورة وبين الخلفية والموضوع.
- (7) التمرّن على التقاط صور البورتريه في الكاميرا، بحيث تكون اللقطة مكبرة وتشمل التفاصيل الدقيقة للوجه مع التركيز على العينين،
- (8) تتجلى النصيحة الأخيرة في تقديم نسخ من الصور للموضوع، فكثيراً ما لا تتوفر صور للأشخاص الساكنين في المناطق النائية، لذلك يعد استخراج الصورة وإرسالها لموضوع القصة بشكل مباشر، هدية جميلة تبين أن الصحفي متشبع هو الآخر بثقافة المشاركة الإنسانية.



مراجع الفصل ومصادره:

- جوليا بارتين: نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- أسامة عبد الرحمن، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية، القاهرة، 2002.
- محمد منير سعد الدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، بيروت، دار بيروت المحروسة، ط2، 1418هـ/1998م.
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2010).
- أمير تاج الدين: الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة (القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، 2009).
- جيمس ك. فان فيلييت: قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس" (مكتبة جرير، 2007).
- ستيفن كوفي وآخرون الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات (مكتبة جرير، 2008).
- لينين واكس مان: تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين 2009.
- مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا: الإنصات " فهم ما وراء الكلمات " (القاهرة: مركز خبرات المهنية للإدارة _ بميك، 2008).
- " نايت سيتيزن، نيوز نتورك: إجراء المقابلات الصحفية: دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- هاريسون مونارث ولارينا كاس: المتحدث الواثق (مكتبة جرير، 2008).
- ألبرت لام. هستر وواي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كما عبد الرؤوف، القاهرة، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
- أسامة عبد الرحيم علي، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002.
- شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- كارل واين، تعريب عبد الحميد سرايا، كيف تصبح صحفياً (القاهرة: دار الثقافة، د.ت).
- فيل أولت، تعريب أحمد قاسم جودة، وراء الأخبار ليلاً نهاراً، (القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983).
- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.
- <http://communication.akbarmontada.com/t772-topic>
- http://safaabass.blogspot.com/2014/11/blog-post_82.html
- <http://arij.net>
- <http://www.ijnet.org>.

الفصل السابع

الضيف والمحاوّر في الحديث التلفزيوني

إن "المقابلة" بمعناها البسيط والعام وهي اتصال الصحفي بالمصدر لاستقاء المعلومة أو رأى وهي أساس كل العمليات الاعلامية.

مفهوم الحوار الصحفي:

من الناحية المهنية والعلمية تترادف أربعة مسميات رئيسية للتعبير عن هذا الفن الصحفي فالبعض يسميه الحديث الصحفي والبعض يسميه اللقاء الصحفي والبعض الآخر يسميه المقابلة الصحفية فيما يسميه آخرون الحوار والحق أن المسميات الأربعة تقريبا بمعنى واحد.

غير أننا نرجح هنا مسمى "الحوار الصحفي" للتعبير عن هذا الفن الذي نعينه.

فمادة "اللقاء" تدور حول معاني الاستقبال والمصادقة والطرح والإبلاغ... وألقى: قذف وطرح بمودة: تلقون اليهم بالمودة ولقاه، وصل بين الرجلين بعد القطيعة.

ومادة "المقابلة" تدور حول معاني: القدوم والإسراع والمجيء، وقباله: الكفالة والضمان والعهدة وتقبل: الرضا والمثوبة.

أما مادة "الحديث" فتعني الابتداء والإيجاد وحادثه: كالمه وتعاهده وأخبر وأشاع. والحادث: ما يجد وهو ضد القديم، والحادث: الأول والابتداء وسن الشباب والصغير. والحديث: الكثير الحديث والحسن البيان. والأحدوثة: ما يتحدث فيه والحديث المضحك أو الخرافة.

أما المادة "الحوار" فتدور حول معان معينة. فحار: بمعنى رجعى، وحر: نقص بعد ما زاد. وتردد وتفكر بمعق. وحر الثوب: غسله وبيضه وهياه. وحات العين: اشتدت وضوحا أي اشتد البياض واشتد السواد. وحاوره: جاوبه وراجعته وبادله.

اختيار الشخصيات

وفي إجابته عن السؤال من الذي يجب أن تحاوره يجمل "شيرلي بياجى" هؤلاء في لآتي:

- 1) لأن وظائفهم مهمة فألقاب المناصب تجعلهم متحدثين.
- 2- لأنهم يحققون شيئا هاما ، فالجمهور يستمتع بما يقوله المشاهير .
- 3- لأنهم أدينوا في جريمة كبرى، فالذين ارتكبوا أفعالا مرعبة يصبحون محل اهتمامات الناس وصحفاتهم.

4- لأنهم شاهدوا شيئا هاما يحدث لهم، فالناجي من تحت الأنقاض ومن شاهد اغتيال

الوزير الداخلية لديه ما تتطلع الصحافة اليه!

5- لأن شيئاً هاماً حدث لهم، فالفوز بالجائزة أو من سقطت به طائرة، أو من نجحت معه أخطر عملية في المخ... من حقه ان يقول.

6- لأنهم يعرفون شيئاً أو شخصاً ما، فالتطباخ الخاص للملك فاروق، أو الشاهد على عقد قران زواج أم كلثوم من مصطفى أمين، شخص تسعى الصحافة لمقابلته.

7- لأنهم يمثلون اتجاه قومياً هاماً، فالمعارض السياسي، أو المناهض للاحتلال، أو العائد من تمثيل بلاده في محفل دولي، أو الأسير المفرج عنه، أو العالم الفائز بجائزة قومية، أو القائد لحركة اصلاح اجتماعي.... هؤلاء جديرون باستطلاع رؤاهم.

8- لأنهم يسعون الى الصحافة، وهو اعتبار رغم سذاجته، إلا أننا يجب أن نكون واقعيين، فالمحرر كثيراً ما يستجيب ويضعف أمام الشخصية التي تسعى للحديث معه!

وقد عدد صاحب الكتاب "المقابلة الصحفية فن" أسباب الرفض في:

- الوقت: فالجدول المزدحم عند المسؤول مبرر جاهز لرفض اللقاء.
- الإحساس بالذنب: بعض الأشخاص يشعرون بالخوف من مواجهة الصحفي، خوفاً من الاعتراف غير متوقع بارتكاب خطأ ما قد ساهموا فيه.
- القلق: الشخص الخجول يخشى تجربة الحوار.
- الحماية: يريد حماية آخرين أدينوا. يحب الصمت حتى لا يجرح نفسه أو يورط آخرين في أخطاء مارسوها.
- الجهل: لا يريد أن يكشف عدم معرفته وجهله بالموضوع محور اللقاء.
- الشعور بالحرج: لا يحب المصدر أن يشعر بحواره بإذلال الشخصي وعدم الذوق واحترام الذات.
- المأساة: الشخص الذي يشعر بالحزن العميق، لا يريد أن يشارك مأساته عامة الجماهير.

ويمكن إجمال وسائل إقناع الشخصية في الآتي:

1) مقاومة محاولات الآخرين إعاقة المقابلة: في أحيان كثيرة يكون الذين حول مصدر هم العائق دون وصول إليه مثل رؤسياه أو المستشار القانوني أو المتحدث الصحفي أو السكرتارية.

2) الاستعانة بالآخرين لإقناع المصدر: تقدم الصحفية والمؤلفة كارول ريتش ثلاثة أساليب لاستمالة المصدر:

أ- التكلفة Sponsor ship : وهو يعني الحصول على شخص يقدمك بثقة عند المصدر الجديد أو المتردد.

ب-التكفل الذاتي Self sponsorship : يوصى المحرر نفسه بنفسه حيث يقدم الصحفي نفسه من خلال مشاريع الحوار والخطبات الصحفية التي قدمها.

ت-الوساطة Matchmaking: عندما تتعامل مع مصدر وتستريح له لك أن تطلب منه أن يرشح لك أسماء شخصيات أخرى تتفق مع المصدر في وجهات النظر أو تتعارض معها.

(3) الاتصال به شخصيا: الاتصال المباشر بالمصدر سوف يكسر الرغبة في الرفض عنده.

(4) المدخل القانونية والسياسية: ذكر محادثك بحق الرأي العام في المعرفة، أو في نص الدستور أو القانون على حق الصحفيين في الحصول على المعلومات، وأن رفضك الحوار لا يتمشى مع مواثيق حرية الصحافة ولا دعوة "الرئيس" إلى كشف الحقائق.

(5) الاستمالات العاطفية والعقلية: التعامل الذكي مع أوتار الشخصية سوف يسهل الدخول مباشرة إلى موضع التأثير وتحقيق الاستجابة المبتغاة. يقول "هايتويك" Hotuick تكون هذه الأوتار فعالة عندما تستميل إلى حد كبير دوافع Motives: الفرد.

ومن أبرز دوافع إقناع المصادر بالمحاور ما يلي:

- الاهتمام: أشعن الجمهور والمسؤولين في حاجة إلى معرفة رأيك.
- السلطة.
- الإحساس بالفخر: اجعله يشعر بالفخر لأنك محتاج إليه.
- مبدأ الندوة: قليلون هم الذين يتحدثون للصحافة لأهميتهم ولتكن أنت واحد منهم.
- مبدأ الكثرة: كل المسؤولين تحدثوا، هم قالوا فلم لا تقل أنت.
- الخدمة العامة: ما يقوله المصدر سوف يصب في مجال خدمة المجتمع.
- الأخذ والعطاء: الله أعطاه العلم فلماذا تبخل به على الناس.
- المحبة: كل الجماهير تحبك.
- التباين أو التناقض: كأن يقال للمفكر مثلا: أنت ترى أن أنصاف العلماء وربما الجهلة تملأ صدورهم صفحات الجرائد.
- التخويف والجزاء: رفض مقابلتي لأنه ليس عندك ما تقوله!!!

أسلوب جول Goal:

وهو أسلوب يفيد في صياغة أسئلة خاصة بالصور الواقعية للأشخاص والقضايا وأخبار البرامج الجديدة ورصد المعوقات والتنبؤ بالخطط والانجازات الجديدة. ويقوم على طرح التساؤلات مرتبة حسب الترتيب التالي:

G=	الأهداف	goals
O=	المعوقات	obstacles
A=	الإنجازات	achievement
L=	التعبئة والتدبير	Logistics

الصحفي سوف يعيد مقولات المصدر عندما:

- يوضح فكرة بطريقة أفضل.
- يتجنب الحشو والتكرارات في الجمل والمعاني والكلمات.
- يخفف من حدة بعض العبارات التي قد تسبب جرحا قانونيا أو سياسيا.
- يعدل من التواريخ والاحصاءات والأرقام بطريقة بسيطة أو يشرح المصطلحات الواردة.
- يؤكد معنى هاما بأسلوب أقوى.
- يتقاضي التناقض في المعنى أو الخطأ في العرض.
- يعيد وضع المعلومة أو الرأي في بناء لغوي أحسن، خاصة حينما لا يجيد المتحدث الكلام بدقة أو بلغة مفهومة واضحة.
- يختصر المحرر القول في الحجم المناسب للتقديم.
- تغير مفردات المتحدث ليتجنب القذف والشتم.
- تلطيف القول ليناسب المستويات الأخلاقية والقيم المجتمعية.
- إخراج أي قول من دائرة المساءلة القانونية أو تحويل الجهة المقدمة للحوار للمحكمة وهذه المهارات يجب أن تجرى ضمن شروط محددة أبرزها:
- أن لا تغير من الآراء والمواقف والتوجهات العامة للمضمون.
- أن يكون لدى المحرر القدرة اللغوية على التعبير بامتياز عن المصدر بعبارة سليمة ولفظ مستقيم.
- تقدير حجم رد فعل محاورك على حم تغيراتك في الصياغة.

خصائص الصحفي التلفزيوني المحاور:

(1) شخصية قيادية مفتاحية في الحديث التلفزيوني، وذلك لأسباب التالية:

- يقترح ويحدد غالباً موضوع الحديث التلفزيوني.
- يقترح غالباً الشخصيات التي سيجري الحوار معها حول هذا الموضوع، بالتنسيق طبعاً مع إدارة القناة.
- يحدد أو يشارك في تحديد هدف الحديث، والمسؤول أساساً عن تحقيق هذا الهدف.
- يضع الاستراتيجية الكاملة لإجراء الحديث التي تشمل تحديد وصياغة الاسئلة، وإدارة الجوار وتوجيهه، بشكل يضمن تحقيق الهدف.
- القائد الحقيقي الوحيد للعملية الاتصالية التي يمثلها الحديث، كما أنه القائد الميداني الحقيقي والوحيد لفريق العمل المشارك في تنفيذ الحديث، والسيد المطلق في الاستديو حيث يجري الحديث.
- المسؤول الوحيد أمام المشاهد، وغالباً أمام إدارة القناة التي يعمل لحسابها عن نجاح أو فشل الحديث التلفزيوني.
- النجم التلفزيوني بامتياز، تمنه قوة حضوره وسماته الشخصية، بما فيه مظهره من إقامة علاقة حميمة وطيدة مع جمهور المشاهدين.

(2) وحتى يستطيع الصحفي المحاور التلفزيوني أن يكون في المستوى المطلوب للقيام بهذا

الدور وانجازه يجب أن يتوفر فيه:

- (أ) إمكانيات فكرية وثقافية: مثل:
- ثقافة عامة واسعة وعريضة تمثل مقطعاً لمختلف المعارف والمجالات، وتشكل أرضية راسخة وثابتة يتحرك عليها بوعي واقتدار.
- معرفة نوعية واختصاصية وعميقة وشاملة بالمجال العام الذي يقع فيه الموضوع الذي يجري فيه الحوار حوله.
- معرفة دقيقة وتفصيلية شاملة وعميقة بالموضوع الذي يدور الحوار حوله بالحديث التلفزيوني.
- ثقافة إعلامية عامة وعريضة وعلمية تتضمن الدراسات المعمقة لنظريات الاتصال وعلم الاجتماع الإعلامي وعلم النفس الإعلامي والرأي العام ووسائل الاتصال الجماهيري المختلفة وعلوم التحرير ونظرية الأنواع الصحفية.
- معرف علمية نظرية وعملية في الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها.
- دراسة شاملة ومعرفة نوعية واختصاصية عميقة بالنوع الصحفي الذي يستخدمه (الحديث الصحفي).
- (ب) السمات الشخصية: فثمة أمور فطرية تولد مع الشخص أو يكتسبها في سنوات طفولته الأولى، ولا يمكن تعلمها أو اكتسابها، ومن أهمها:

- الموهبة الصحفية.
- الاهتمام بالشأن العام.
- الذهن المنفتح.
- حب الناس والمقدرة على الانخراط والتفاعل معهم.
- امتلاك حضور قوي وقوة تواجد وسحر الشخصية.
- المقدرة على التمثيل.
- المقدرة على الإفادة من السمات الفردية.
- المقدرة على الارتجال.
- المقدرة على التعامل.

(3) من أهم الأدوار التي يمكن أن يلعبها الصحفي المحاور في الحديث التلفزيوني:

- (أ) دور ممثل القناة التي يعمل لحسابها.
- (ب) دور ممثل المشاهد.
- (ت) دور المحايد.
- (ث) دور ممثل الرأي الآخر.
- (ج) دور المتعدد الأشكال.

استراتيجيات اختيار الشخصية:

- 1) **استراتيجية التوافق:** وتتخذ مواقف تعبر عن آراء وتسعى لتحقيق أهداف تتوافق مع موقف القناة وآرائها وأهدافها.
 - 2) **استراتيجية التنوع ضمن الإطار الواحد:** وتتخذ آراء ومواقف ووجهات نظر مختلفة، لكنها تقع بمجملها ضمن الإطار العام للسياسة المحددة، إزاء الموضوع أو الحدث أو الظاهرة.
 - 3) **استراتيجية التعدد:** وتختار شخصيات تمثل قوى ومصالح مختلفة وتمتلك بالتالي مواقف وآراء ووجهات نظر متناقضة، ما يمكن أياً من يؤسس لبرامج "Talk Show".
- الأسباب التي تدفع الشخصية للموافقة على إجراء مقابلة تلفزيونية معها أنها تعتبر المقابلة التلفزيونية:**

- 1) فرصة للاعتراف بالأهمية وتحقيق الشهرة.
- 2) فرصة لتأكيد موقف وترويج معلومات معينة إزاء قضية تثير خلافات.
- 3) فرصة لتعريف الجمهور بمسألة تعتبر الشخصية خبيرة فيها.

- (4) فرصة لتوضيح موقف أو إزالة غموض أو تجاوز سوء فهم.
- (5) فرصة للتأثير بالآخرين.
- (6) فرصة جديدة للبعض وإرضاء نزعة ذاتية لحب الظهور.
- (7) نعاطف مع هدف ما أو قضية معينة.

الأسباب التي تدفع الشخصية إلى الاعتذار على إجراء مقابلة تليفزيونية معها:

- (1) عدم توفر الوقت وخاصة للشخصيات الهامة.
- (2) عدم الرغبة في الحديث عن الموضوع الذي سيدور الحوار حوله.
- (3) اعتقاد الشخصية أن هذا الموضوع ليس ناضجاً وليس هاماً.
- (4) عدم اهتمام الشخصية بالموضوع أو عدم معرفتها الدقيقة به.
- (5) موقف من القناة أو من الصحفي نفسه.
- (6) عدم الثقة بأهداف الصحفي أو بمقدرته على إجراء حوار حول هذا الموضوع.
- (7) تجنب العلنية أو الشهرة أو التخفيف منها.
- (8) عدم التعاطف مع الهدف من إجراء المقابلة.
- (9) التجارب السابقة السيئة مع الصحفيين.
- (10) استنفاد الموضوع وإشباعه حواراً بحيث لم يعد يتحمل المزيد.

نصائح واعتبارات حول الأجوبة التي يمكن أن تقدمها الشخصية:

- (1) يجب أن يكون الجواب محدداً ومنطقياً ومصاغاً جيداً ووثيق الصلة بالموضوع ما يلزم تصميم الأجوبة بعناية ودقة.
- (2) تجنب الإسراف أو التقطير في الإجابة، وتقديم إجابات لا محاضرات.
- (3) لا تقدم أعذاراً بل قدم أسباباً وإيضاحات.
- (4) تأكد دائماً أم الصحفي المحاور يفهم ما تقوله.
- (5) إذا كنت لا تعرف الجواب قل ذلك بصراحة ووضوح.
- (6) عندما تعبر الرأي الشخصي أوضح ذلك.
- (7) لا تتعجل إطلاقاً في الإجابة خذ الوقت الكافي للتفكير، ولا تدع الصحفي يقول ما لم تقله.
- (8) أطلب من الصحفي إعادة طرح السؤال أو إعادة صياغته إذا لم يكن واضحاً، واطلب إيضاح الأسئلة الطويلة والمعقدة، ولا تجب إطلاقاً عن السؤال الذي لم تستطع فهمه، وقدم توضيحاً لسبب رفضك الإجابة.

- (9) قدم للأجوبة بعناية وذكاء واعرف جيداً إذا كان السؤال رديئاً أو صعباً أو مراوفاً.
- (10) أعد صياغة السؤال الصحفي للجمهور غير المفهوم.
- (11) إذا كان السؤال مضاعفاً أو مزدوجاً أجب عن الجزء الذي تتذكره.
- (12) إذا كانت الخيارات المقدمة غير كافية أطب خيارات أخرى.
- (13) أجب عن السؤال نعم/لا فقط بنعم أو لا إذا كان ذلك في مصلحتك، وفصل وامتنع عنهما إذا كان التفصيل يخدمك أو فيها فخ نصبه الصحفي.
- (14) استغل أسئلة التعويض لتقديم معلومات تحب أن يسمعها الصحفي، واهتم بالأسئلة الانعكاسية واسئلة المرأة، وقدم أجوبة كاملة.
- (15) لا تسمح للصحفي أن يدفعك لتقديم جواب لا توافق عليه، لأن السؤال المقدم موجه أو مشحون.
- (16) لا تسمح للصحفي أن يفرض رأي عليك.
- (17) لا تسمح للصحفي أن يسألك ويجيب عنك.
- (18) إذا كان السؤال مصمماً للإيقاع بك ارفض الإجابة وتهرب بذكاء.
- (19) نظم أجوبتك الطويلة بشكل مخطط وضع لها مقدمة وجسم وخاتمة واستخدم عبارات مثل أولاً وثانياً وثالثاً.
- (20) كن لبقاً بإجابتك ولا تجعل الصحفي يستفرك أو يخرجك عن دائرة الإجابات المنهجية والمصطلحات والألفاظ الأخلاقية.

نماذج من الشخصيات:

كتبت "كارل واين" نقلاً عن "عبد الحميد سرايا"، "هناك بعض أشخاص يحبون الملق وأخرون لا بد من إخراجهم وبعض الناس صامتون كالخيول الخشبية، وغيرهم يشبهون مكبرات الصوت، والصحفي المجرب مثل لاعب التنس المحترف يجب أن يعرف طباع خصمه في اللعب. في مرحلة الإعداد للحديث بعد اختيار الفكرة والشخصية التي تمثلها، لا بد من دراسة الشخصية بشكل متأن، سواء ناحية الصفات المتحدث وخصائصه الخلقية أو ما يرتبط بنشأته الاجتماعية أو سماته الشخصية والنفسية أو ما باتجاهاته وآرائه ومعتقداته، وما تسفر عنه تفاعل كل هذه الأمور وما تصب فيه من سهولة الكلام وسيولته، وما تعبر عنه من مقدرة حوارية معينة. وعموماً على المحاورين أن يعلموا إن معظم الناس يرغبون بالتحدث، وتحديدًا عن أنفسهم وحياتهم وآرائهم، خاصة إذا كان الحوار مع صحفي محترف ومنتصر ومهتم وخبير بالموضوع، لكن بالمقابل الناس يخافون ويخشون عادة من الحديث إلى الصحافة، والتورط بالكلام مع وسيط ناقل إلى الرأي العام، لذلك كلما كان الصحفي أكثر هدوءً ودبلوماسية وحكمة ومجاملة، كلما أمكنه دفع الناس إلى الحديث معه.

ومن هنا يحدد محمود أدهم بعض صفات المتحدثين وفق التالي:

- المتحدثون العاديون.
- المتحدثون المهرة.
- الذين لا يتحدثون: وتنقسم إلى نوعيات: الذين لا يجيدون الحديث، والذين لا يريدون الحديث في كل وقت، أو الصامتون دائماً، أو الذين لا يجيدون الحديث لبعض الوقت)، وهنا على الصحفي أن يستخدم معهم كل الحيل اللازمة لإخراجهم من صمتهم، مثل البحث عن السبب الحقيقي لرفض التحدث، وطمأنته والتأكيد أن الموضوع ليس على هذه الدرجة من الأهمية والخطورة، أو إقناعهم أن الموضوع الذي يتجنبون الحديث عنه أصبح معروفاً للبعض أو حتى للغالبية، أو أنه مع كل جهازه الإعلامي في المؤسسة يقفون خلفه من أجل كلمة حق يقولها، فما يفعله بقوله هو في صالحه والصالح العام، وطبعاً التوقف عن التسجيل، أو التصوير، مع محاولة جره بألفاظ تشجيعية على شاكلة (لكن الجمهور يثق بك أنت بالذات.. الأكثرية طلبت رأيكم تحديداً.. لك العديد من المواقف الخاصة وكلامك اليوم أحدها بل في مقدمتنا.. إذا لم نلجأ للحديث معكم حول ذلك لم نلجأ.. أنتت الوحيد الجدير بثقتنا في هذا المجال.. لا يجب السماع هنا لغير المتخصصين أمثالك..)، وهنا يمكن للصحفي أيضاً إعادة ترتيب الاسئلة لتجنب الاسئلة التي تسبب رفض الكلام، أو أثارت ثائرة المتحدث، مع طرح السؤال الإيحائي الذي

يحرص دوافع التحدث، أو السؤال الاستفزازي أو الاستثاري الذي يدفعه للدفاع عن نفسه ويشير غيرته للكلام، ومن أهم من استخدم هذا الأسلوب "أوريانا فلاتشي" التي عرف عنها قدرتها الفائقة في استدراجها لمن تلتقيهم للحديث عن حياتهم الخاصة، وأبدعت باختراع أساليب خاصة ناجحة للتسلسل إلى داخل الشخصية، ولعل حديثها مع الرئيس جيمي كارتر الذي تورط بالحديث معها عن خصوصيات غرفة نومه، رغم تظاهرها بالخل فهو من كان يستحثها على طرح الأسئلة، وكذلك في حوارها مع الزعيم العمالي "ليش فاليسيا" الذي كشف عن حياته هذا الزعيم الغامض في الكتلة الشرقية، كما يمكن اتباع الأساليب الموهمة بأنه الصحفي يعرف لكن لا يريد عرض القصة مشوشة إلا بعد العودة إليه، وحين تفشل كل هذه الطرق على الصحفي أن يلقي السهم الأخير الذي في جعبته دون تردد وإقناعه بأن الموضوع لا يهمه ويخفيه ويتعلق به وحده، بل بجمع الجمهور والناس، وهي صاحبة المصلحة بعرض تفاصيله وحقايقه، ووجوده في موقع المسؤولية يحتم عليه ذلك، ولعل من صيغ استدراج هذه الشخصيات غير المتحدثة إمكانية التعامل مع سؤال المصيدة التي يوجهها الصحفي عبر سؤال أو عدة أسئلة تقود المتحدث للطريق المرسوم، حتى يقع في الشرك ويقدم ما عنده، كما يمكن الاعتماد على الشائعات على ألسنة المقربين للتحدث، أو الاستعانة بشهود العيان التي تستجر لعاب هؤلاء للظهور والتحدث، مع فرض بعض الشائعات التي تدفع المتحدث لتحديد المسافة بينه وبينها، أو اختلاق الأخبار الكاذبة الدافعة للنفي، أو طرح الأسئلة المغايرة بالاتجاه أو الأسئلة البديلة التي تستخدم ألفاظ مغايرة لمضمون واحد،

- المشكك بكلامهم: وهؤلاء يمكن أن نخرجهم بأن نقول لهم هل يمكن نث ذلك على لسانك، أو طلب المزيد من المعلومات للتأكد مما يقول، ويمكن وضع يده على النطاق الضيق والصحيح لكلامه، أو يطلب الاستيضاح للتأكد، أو يباين في الأسئلة ويقلب الترتيب لاكتشاف الحقيقة، أو التغيير عن الموضوع ثم العودة إليه مجدداً والمقارنة بين الحالتين، في محاولة لإطلاق الأسئلة الاختبارية لصدق المتحدث.
- الثرثارون.

- أنواع أخرى من المتحدثين مثل: (الكاذبون والمبالغون والمتعصبون والذين يتقمصون شخصيات أخرى، والذين يحبون المديح الدائم).

كما يمكن للصحفي أن يضع في اعتباره أن من يقابلهم من شخصيات قد يدرجوا ضمن تصنيفات عدة أخرى، أبرزها ما يلي:

- الفئة المتعاونة: هي فئة مستعدة وقابلة للحديث، لكنها يعيبها أنها دائماً تكون مستعدة سواء للحديث المهم أو غير المهم، وفي أي موضوع، وبذلك فهي تكرر ما تقول، ولأنها

فئة سهل الوصول إليها ولا تحتاج لمجهود إقناعي في الحديث، وبالتالي إن بعض الصحفيين كثيراً ما يرغبون إجراء الحديث مع أفرادها ليسره، حتى لو لم يقدموا جديداً فيكون تقليدياً ومكرراً بشكل لافت.

- الفئة المتردد: وهي فئة قلقة متوترة بحب التحدث مع الصحفيين لكنها في الوقت نفسه تخاف من تبعات تعامل مع الصحافة وما يمكن أن تثيره من مشاكل، أو متاعب، ويتطلب أفراد هذه الفئة جهد إقناعي أكبر، كما يحتاجون لعناية أكبر خلال الحديث، للقضاء على خوفهم، وتوترهم، وتشجيعهم على الإدلاء بمعلومات أو آراء يطلبها الصحفي، ومن ورائه جمهوره.

- الفئة المتهرية: وهؤلاء يكرهون الحديث إلى الوسائل الإعلامية، ولا تثق بالصحفيين وبالصحافة، وهي فئة انطوائية لا تتحدث إلا بحساب وقليلة الكلام، وهنا على الصحفي بذل جهداً مضاعفاً لإقناع هكذا شخصيات بالحديث، عبر تشجيعه أولاً، ثم تحريضه لها على الكلام، وأحياناً عبر استفزازها، ومحاصرته بالأسئلة المباشرة التي لا تترك له أي فرصة أو وقت للاعتراض أو الامتناع عن الكلام.

وبناء على التصنيفات الثلاثة يمكن إيجاز بعض من أنواع الشخصيات المستضافة في الأحاديث الصحفية:

أولاً- الشخصية المتكتمة:

حين يدرك الصحفي التلفزيوني أن الشخصية غير قادرة أو غير راغبة في الحديث، يجب أن يحاول معرفة السبب فقد تكون منزعة من الصحفي أو من الموقف أو من الجو العام، أو قد يكون تحفظها عادة راسخة فيها.

الحل:

1. استخدام الأسئلة ذات النهايات المفتوحة.

2. التأكيد على أهمية ما ستقوله الشخصية.

3. الإكثار من أسئلة "لماذا".

ثانياً- الشخصية المولعة بالحديث:

ثمة شخصيات يناضل الصحفي من أجل أخذ الميكروفون منها حتى يتمكن من توجيه السؤال التالي، تسيطر هذه الشخصيات على الحوار وتقدم أجوبة تتضمن الكثير من التفاصيل غير الهامة..

الحل:

1. استخدام الأسئلة المغلقة.

2. استغلال الاستهلاكات الطبيعية والوقفات السريعة للتدخل وإعادة الحوار إلى مساره ولدفع الشخصية وتوجيهها في الاتجاه المطلوب.

3. استخدام مفردات اللغة غير اللفظية (الإشارات والحركات وتعابير الوجه...) للإيحاء بأنه يريد الانتقال إلى موضوع آخر..

4. أخيرا .. مقاطعة الشخصية بوضوح وحسم وأن يصلح مسار الحوار.

ثالثا - الشخصية المراوغة:

بعض الشخصيات ولأسباب عديدة ذاتية وموضوعية تنهرب من تقديم أجوبة صريحة وواضحة، ومن إعطاء وتقديم معلومات هامة ومحددة، ومن التعابير عن مواقف واضحة، وهي تفعل ذلك بأساليب مختلفة مثل المراوغة في الإجابة، أو تقديم أجوبة عامة جدا أو تفصيلية جدا، أو الإجابة عن السؤال بسؤال آخر..

الحل:

1. الإلحاح في الحصول على الجواب الدقيق.

2. إعادة صياغة السؤال ذاته أو طرحه هو نفسه في وقت لاحق مناسب.

رابعا - الشخصية المحرجة:

هناك شخصيات لا تتقيد بأخلاقيات الحوار خاصة إذا كان الحوار على الهواء ظنا منها أنها تستغل الموقف لتوجيه اتهامات أو للدعوة لموقف أو شخص بطريقة غير مقنعة وليست وثيقة الصلة بموضوع الحوار.

الحل:

1. تنبيه الشخصية إلى خطورة ما تفعله.

2. الإعلان بشكل صريح أن الوسيلة الإعلامية غير مسؤولة قانونيا أو أخلاقيا عما

يصرح به الضيف.

3. تحميل الضيف المسؤولية القانونية وتنبيهه إلى إمكانية أن تقاضيه الجهة أو الشخص

الذي يتهمه في كلامه.

خامسا - الشخصية المضطربة أو المشوشة:

يلاحظ المحاور اضطراب وقلق وتشوش ذهن الضيف عليه محاولة معرفة السبب هل يعود إلى حساسية وخطورة الموضوع وشعور الضيف بالمسؤولية والخوف من النتائج؟؟ أم يعود السبب إلى عدم الإطلاع وعدم الفهم الجيد للموضوع؟؟ أم إلى الجو العام للاستديو بما فيه من أجهزة ومعدات وأضواء وأشخاص؟؟

الحل: السعي لإزالة سبب الاضطراب أو الخوف أو القلق بالطريقة التي يراها مناسبة وفي الوقت المناسب وذلك حتى يتمكن من إجراء الحوار.

الفصل الثامن:

الأسئلة وأنواعها وطرق طرحها

أهم طرق أسئلة المقابلة التلفزيونية:

الطريقة الأولى: طريقة القائمة: والمقصود بها أن الصحفي التلفزيوني عبر المقابلة وعلى وجه التحديد خلال مرحلتي البحث في الموضوع ودراسته، واختيار المتحدث وصلته بالموضوع، يمكن وضع الأسئلة وفقاً لجوانب الموضوع المختلفة، ويحررها بالصياغة المناسبة ويرتبها في قائمة من الأسئلة، ولهذه الطريقة خصائصها، ومميزاتها، وفوائدها، فهي تمتاز بالصلاحية الكاملة، من حيث الإلمام بأطراف الموضوع، وسبر غوره، وتغطيته تغطية شاملة، كما أنها تحصر الموضوع وتضعه في إطاره الصحيح عن طريق الأسئلة الأساسية والاحتياطية، وتسهل متابعة السؤال، والتوقف عند كل نقطة من نقاطه، أو عبارة من عباراته، كما أنها تساعد الإذاعي في المرئي والمسموع، على عدم نسيان أي سؤال هام، أو نقطة هامة، كما تقوده إلى جوانب الشمول والإلمام الكامل، بكل ما يدور وما تتجه إليه المناقشات..

وهنا نعاود التذكير بقائمة "المينو":

القائمة "Menu": في إطار تحضير الصحفي التلفزيوني للحلقة يطرح على نفسه أسئلة من قبيل "ما أهداف الحوار؟ وما النوايا التي أحملها تجاه الضيوف وموضوع الحلقة، وبالتالي يساعده هذا في إعداد القائمة التي يتلوها المذيع في المقدمة على جمهوره، محدداً فيها محاور الحوار، عبر القول "سنناقش في هذه الحلقة"... أو "هدف هذه الحلقة مشاهدينا اطلعكم على....".

الطريقة الثانية: طريقة "المحاور" أو "نقاط الارتكاز" أو "المعالم": المقصود بهذه الطريقة وضع محاور أو نقاط ارتكاز تؤسس عليها تلك المحاور، ورؤوس الموضوعات التي تجب مناقشتها أثناء المقابلة، ومن ثم يقوم الإذاعي بمناقشة تلك المحاور والنقاط مع المتحدث، وهذه الطريقة لتوصيل الأسئلة وطرحها تقترب بالمقابلة كثيراً مع طابع المقابلة الحية المرنة.

الطريقة الثالثة: الطريق المختلطة أو الوظيفية: وتعد هذه الطريقة عالية المرونة، ومتعددة الاستخدامات، ومناسبة لأنواع عديدة من المقابلات وهي تقوم على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة المهمة والأساسية التي تركز على النوعية المطلوبة من الإجابات، وقد تكون أسئلة للرأي أو للمعلومة، أو أسئلة للتفسير أو يخطط الإذاعي في المسموع والمرئي بين عدد منها تبعاً لنوعية المقابلة، على أن تكون الأسئلة في عبارات وكلمات مختصرة، ووضح كامل وصياغة جيدة، بشكل عام، وذات أهمية مطلقة ومتدرجة من الأهم،

فالأقل أهمية، وكذلك الموضوعات والملاحظات بحيث تكون في شكل (محاور أو نقاط أو معالم ارتكاز) تكتب في كلمات قليلة للغاية بهدف التذكر بها فقط.

الطريقة الرابعة: طريقة الأسئلة غير المدونة "طريقة القائمة الذهنية": وهذه الطريقة منطلقها "أن لا تخون ذاكرتك أبداً وثق بها"، فمن يستخدم هذه الطريقة يبدي قدراً من الثقة بالنفس، والقدرة على الإمساك بحبل الكلام، وتوجيهه إلى حيث يريد، والتمسك بحرية القول والمناقشة، ومن الذاكرة القوية، ومرد هذه الخصائص إلى الخبرة والممارسة والتدريب الجيد على المقابلات، والمعرفة الجيدة لما يريده المستمع، ومن أبرز مزايا هذه الطريقة ضمان توجيه الأسئلة "الطازجة" الجديدة والمنعشة التي تؤدي للحصول على إجابات مماثلة.

أساليب وتقنيات المقابلة:

ليس من السهل أن نجعل الشخص يتكلم في حال لم يكن يرغب في ذلك، أو في حال كان يتكلم من دون أن يقول شيئاً فعلياً، أو يتقوه بكلمات مقنعة خوفاً من أن يتقوه بأكثر من اللازم. إن استجواب شخص معين للحصول على معلومات واضحة ودقيقة يتطلب التمتع بمعارف وكذلك بالدراية، والمهارة، وحتى الحنكة. في ممارسة الصحافة، تُعتبر المقابلة فناً .

عشر أسرار لإجراء المقابلة

(1) **خلق جو من الثقة:** كل مقابلة هي عبارة عن مباراة. يتخذ الشخص الذي يجري المقابلة دائماً موقع الدونية لأنه هو من يطلب هذه المقابلة. لكي تكون المباراة ودية، ينبغي التقرب من الشخص الذي تتم مقابلته بلطف. إن البدء بالتواصل خطياً مطمئن أكثر من التواصل عبر الهاتف. من الضروري إقناع الشخص الذي نتحاور معه أن شهادته قيمة وأن نضمن له أنه بالتأكيد لن يتم نشر أي من كلامه دون موافقته. عندما أرسل ليوليوس قيصر بهدف جعله يتفاعل مع اكتشافاتي حول تمويل رحلاته العسكرية، أحاول بذلك أن أقنعه. أضع نصب أعيني أنه، من خلال إجراء المقابلة معه، أمنحه فرصة للرد على التشهير الذي طأله في روما بشأن الوسائل التي يعتمد عليها...

(2) **الاحتفاظ بكل الأوراق الرابعة:** لا نحاور بالطريقة نفسها الشخص المنتخب، أو الموظف في القطاع العام، أو مدير المؤسسة أو الكاتب. لكن كائناً من كان هذا الشخص، لا تكون المقابلة مثمرة إلا إذا تم الإعداد لها بعناية. أطلب إجراء مقابلة مع قيصر عندما أشعر أنني جاهز لإدارة المواجهة. وأكون جاهزاً عندما أجمع القدر الأكبر من المعطيات الوثائقية حوله وحول أصدقائه وأعدائه، وعندما أضع "دليل مقابلة" جيد، أي بتعبير آخر، قائمة بالأسئلة المفصلة والدقيقة نسبياً من أجل مواجهة مساعيه الرامية إلى الخروج عن الموضوع وحثه على الخروج عن صمته...

(3) اختيار الاستراتيجية المناسبة: هناك ثلاث أنواع من المقابلات التي لا تعطي النتائج نفسها:

○ المقابلة التوجيهية التي تقضي بطرح أسئلة دقيقة جداً مع رفض الخروج عن الموضوع والإجابات المروعة. إنها طريقة عدائية تصلح في المقابلات القصيرة كالاستفتاءات الشعبية مثلاً: ثلاثة أسئلة، ثلاثة إجابات من خمسة أسطر لكل إجابة... لا نخضع قيصر لاستفتاء شعبي!

○ المقابلة غير التوجيهية تقضي بطرح سؤال تمهيدي مفتوح جداً، ومن ثمّ السماح للشخص الذي نحاوره بأخذ زمام الكلام على سجيته. هذه الطريقة المتراخية مفيدة من أجل اكتشاف شخصية هذا الشخص عندما لا نكون نعرف شيئاً عنه، لكنها نادراً ما تكون مُنتجة من حيث المعلومات. إن تركت قيصر يتحدث لوحده فلن يقول شيئاً، بطبيعة الحال، حول تمويلاته السرية.

○ المقابلة شبه التوجيهية هي الأنسب لممارسة مهنة الصحافة. تقضي هذه المقابلة بالمزج بين الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة، وبين الأسئلة العامة والأسئلة المفصلة. يسمح هذا المزج بإعادة إطلاق الحوار، وبتشجيع التبادلات، كما أنّه يُقيم علاقة تشاركية وتعاونية حتّى. سأستخدم هذه الاستراتيجية "الإحتوائية" مع قيصر. سأطرح في البداية أسئلة عامة: "كيف تمولون حملاتكم؟". من ثمّ، سأتركه يعبر بكلّ حرية ولن أَدخُل. فإنصاتي له باهتمام وبشاشة سيُريحه. بعد ذلك، عند خروجه عن الموضوع، سأعيد الحوار إلى مساره الصحيح بكل هدوء من خلال طرح أسئلة دقيقة تتراق مع مراجع تُثبت مهنيّتي: "كنتُ الأسبوع الماضي في روما وتناولتُ الغداء عند لوسولوس مع أصدقائي المصرفيين، وعلمتُ أنّه منذ وصولكم إلى الغال، ضاعفتم ثروتكم 10 مرّات... هل هذا صحيح؟..."

(4) اختيار المكان المناسب: لا نقوم باستجواب الأشخاص في أيّ مكان. فلا نُجري مقابلة مع قيصر في الحانة الواقعة عند زاوية الشارع. عندما نكون نحن من طلب إجراء المقابلة، نتوجّه إلى مكان تواجد الشخص الآخر. ينبغي تجنّب الأماكن العامّة وبشكل خاص الحانات أو المطاعم. فالضجيج قد يعطلّ المحادثات كما أنّ وجود شهود قد يُزعج الشخص الآخر. من هنا، ينبغي اختيار مكان هادئ وصافي ويُفضّل أن يكون مكتباً أو صالوناً. قد تكون الأماكن العامة مناسبة إذا كانت الغاية الدردشة بشكل غير رسمي مع "أشخاص ثانويين" أو مع بعض المُخبرين الذين لا يستطيع الجمهور التعرّف إلى هويّتهم.

(5) اختيار النبرة الصائبة: المقابلة هي مباراة لكنها ليست مباراة ملاكمة. هي على العكس عبارة عن لقاء مُبهم، وجهاً لوجه، يسعى فيه كلّ شخص إلى إغواء الآخر. إنّ العدائية من جانب الصحافي لا تكون مُنتجة. فليس من خلال الظهور بمظهر العدائي نستطيع الحصول على الأسرار. فالشخص المُستجوب ليس عدوّ الصحافي. من هنا، لا ينبغي استفزازة ومواجهته أو صرعه. بل

يجب إقامة علاقة مبنية على الاحترام المتبادل معه، أقله خلال المحادثة. بالتالي، فالنبرة المناسبة هي النبرة الحيادية والمتسامحة، أو الخيرة. أنا لا أنقسم أفكار قيصر لكنني أعترف بحقه في التعبير عن هذه الأفكار بحرية، وإن حدث أن اعترضت على ما يرد في حديثه، أقوم بذلك بلباقة.

(6) **معرفة كيفية طرح الأسئلة:** لا نكسب ثقة الشخص الذي نحاوره من خلال طرح الأسئلة المنحازة، والتي تحمل معنيين، أو الخارجية عن الموضوع. فالطريقة المناسبة لإجراء المقابلة تقضي ببلورة أسئلة واضحة ودقيقة تكون فيها كل كلمة موزونة، ويكون تسلسل الأسئلة منطقياً، ويدور حول الإشكالية المركزية؛ أما محتوى الأسئلة فيُظهر لمن نحاوره، إذا كان متسقاً ودقيقاً، أنّ الصحافي على معرفة جيّدة بالموضوع أو بالملف الذي يجري التداول فيه. من هنا أهمية "دليل المقابلة" المُعدّ مسبقاً والرامي إلى إحكام السيطرة على المقابلة حتّى إنّ مالٍ من نحاوره إلى الإجابة "خارج الموضوع"...إذا طرحنا على قيصر أسئلة حول قيمة عمليات السلب التي قام بها في الغال، عليّ أن أملك نقاطاً صلبة للمقارنة، مثلاً أرقام جرى التحقق منها، تدلّ على الثروات التي أحضرها من إسبانيا عن طريق "عزابه" بومبي، وإلاّ فلن يأخذني الشخص الذي أحاوره على محمل الجدّ.

(7) **طرح الأسئلة المناسبة:** السؤال المناسب هو السؤال الواضح والدقيق والمفهوم والحيادي المُصاغ بشكل لا يحثّ الشخص الآخر على الإجابة بالإكراه، غير أنّ السؤال يكون دسماً من حيث المعنى لدرجة تجعل فيها الإجابة الصحافي يتقدّم نحو ما يسعى إلى الحصول عليه من من يتحاور معه. قد يكون هذا "سؤالاً فرعياً". يفترض طرح "السؤال الفرعي" المناسب في الوقت المناسب معرفة تامة بالموضوع. يتوصّل الصحافي إلى ذلك، مع تقدّم طرح الأسئلة، من خلال طرح الأسئلة الأبسط لينتهي بطرح الأسئلة الفرعية الأكثر تعقيداً. لديّ "سؤال فرعياً" سياسياً جيّد أطرحه على قيصر عندما يُثبت لي تضاعف ثروته 10 مرّات منذ حملته الأولى في الغال: "بواسطة مثل هذه الثروة، قد يحلم أيّ قنصل روماني بأن يصبح إمبراطوراً. هل يراودكم مثل هذا الحلم؟"...

(8) **رفض الرقابة الذاتية:** تواجه الأسئلة الجيدة أحياناً بالتهرب أو برفض الإجابة. غير أنّ الصحافي لا يجب أن يستسلم. فمهمّته القاضية "بالبحث عن الحقائق" تفرض عليه إعادة استلام مهامه بطريقة مهذّبة، وهادئة، وواضحة، أقله لمرة واحدة. إنّ لم تولّد إعادة إطلاق الحوار نتيجة أفضل، يصبح رفض الشخص المُحاور بمثابة خبر بليغ...ينبغي نقله إلى القارئ. أتوقع ألاّ يجيب قيصر على "سؤالي الفرعي". إذا ما أعرب عن طموحه بأن يُكلّل إمبراطوراً، فسيقوم مجلس الشيوخ الجمهوري في روما بإزالته من منصب القيادة على الفور. لكن إذا رفض الإجابة على سؤالي فسأخبر قراء صحيفتي بذلك...

(9) **النقل دون التشويه:** يُحرّر تسجيل المقابلة الصحافي من موجب تدوين الملاحظات باستمرار ويكفل لمن تتمّ مقابلته عدم تحوير أقواله. لكن، لا يجري استخدام المسجّل إلاّ بموافقة من يجري استجوابه، مع القبول بقطع التسجيل كلّما رغب هذا الأخير بذلك. نقوم أنفسنا بقطع التسجيل بطريقة مهذّبة عند أدنى تدخّل في الحديث، مثلاً في حال إقحام مكالمة هاتفية في الحوار. لا يعفي اللجوء إلى المسجّل الصحافي من تدوين الملاحظات، على امتداد الحوار، خاصة للإتيان على ذكر ما لن يردّ في التسجيل: الضحكات، وحركات الوجه، والتردد، والتشنّجات اللاإرادية... إنّ مسألة معرفة ما إذا كان ينبغي الاتفاق على طمس بعض الصياغات الشفوية عند نقل المعلومات في نهاية المقابلة.

(10) **ختام المقابلة دون غموض:** في نهاية المقابلة - حتى وإن كان قد جرى الاتفاق على كافة قواعد المباراة مسبقاً - يؤكّد الصحافي لضيفه الغاية الصحفية للكلام الذي أدلى به، وذلك لتفادي أي سوء تفاهم: نشر كلامه كما ورد على شكل "أسئلة - إجابات"، أو نشر كلامه جزئياً على شكل مقتطفات حرّة أو مختارة بموافقة الطرفين، أو نشر الكلام بعد خضوعه لإعادة القراءة، إلخ. يعود للصحافي أن يقرّر عن وعي أيّ صيغة سيعتمد، على أن يوضح ذلك لضيفه. كالعادة، تكمن قيمة اتفاقي مع قيصر في كونه جلياً: يأذن لي دوماً بتسجيل كلّ أقواله ونشرها على كيفي... مع الاحتفاظ بحقّ إنكار الإدلاء بهذه الأقوال. كلمته مقابل كلمتي، يبدو لي أنّ هذه التسوية مشرفة...

تقنيات الاستجواب:

• عدم اقحام الإجابة في السؤال:

يشير السؤال موضوعاً ما وإجابة المستجوب هي بمثابة التكملة للموضوع المثار، عندما يضع الصحفي الإجابة في سؤاله، لا يستطيع المستجوب إضافة أي شيء،

• إعادة تقديم الإجابة إلى المشاهد

إعادة صياغة الإجابة يساهم في التحضير للسؤال الموالي.

- من ناحية الشكل، فإن إعادة ذكر الجواب يمهّد للانتقال من السؤال إلى الجواب،

- من ناحية المضمون، فإن إعادة صياغة الإجابات من قبل الصحفي، خاصة الطويلة منها

أو التقنية جداً، تجعله يقدم معلومات واضحة إلى المشاهد تجعله لا يفقد مجرى الحديث.

• الإحاطة بالأسئلة:

الإحاطة بالسؤال هي عندما تسبقه جملة توضيحية تعطي معلومات إضافية حوله، بغية الحصول على إجابة غنية تحتوي على معلومات حصرية.

مثلاً: مقابلة مع بيل كلينتون لصحيفة "لو موند":

"تبلغون من العمر أربع وخمسون عاماً فقط و أنتم في أوج عطاءكم، مع خبرة وعلاقات متميزة، أكثر ما يمكن أن يحصل عليها أي أحد، و ها أنتم وتتركون وظيفتكم، ماذا ستفعلون الآن بوقتكم؟"

• استعمال كلمة أساسية في نهاية السؤال:

يكون المستجوب على تأهب للإجابة حال ما يسمع الكلمة الأساسية التي تحوّل كل السؤال:

ما يضيفه الصحفي بعد الكلمة الأساسية يشوِّش على السؤال ويعيق الإجابة:

- ما هو دوركم (في هذه العملية؟)

- في هذه العملية، ما هو دوركم؟

• كتابة الأسئلة بشكل كلمات أساسية:

يكتب الصحفي أسئلته في شكل كلمات أساسية، على جاذبة أو على كف يده، مما يسهل عليه

الاطلاع عليها عند الحاجة في لمحة بصر، و بذلك، فهو يتجنب ضجيج الورق في الميكروفون

و ينظر الى المستجوب ويركّز على إجاباته.

10 نصائح لإجراء مقابلة مع السياسيين

يرى "ديفيد بروير" أن هناك فن لإجراء المقابلات مع السياسيين. عليك أن تفهم دوافعهم، وتذكر أن لديهم نصاً جاهزاً، لا تسمح لهم بتعقيد الأمور، أرفض الخروج عن الموضوع، احتفظ بعقل منفتح، اعرف موضوعك، تجنب تبادل الشتائم.

تذكر، أنت هناك فقط بهدف كشف معلومات لإغناء ساحة النقاش العام.

لا تبرم اتفاقات أبداً؛ يجب ألا يكون هناك أي توافق على النتيجة

– أجر لقاءات لصالح الجمهور:

تذكر أنكما أنتما الاثنان تملكان جمهور ناخبين.

جمهورك هو القراء والمشاهدين الذين تلتزم بتزويدهم بمعلومات متوازنة، محايدة، موضوعية، ودقيقة.

جمهوره هو الناخبين الذين يمثلهم، يتألف من الناس الذين قد يكونون أو قد لا يكونون قد صوتوا له.

أنت هناك لطرح أسئلة نيابة عن جمهورك وكشف معلومات "ما كان العالم ليعرفها لولا علمك بها". أنت لست هناك لتبدو ذكياً أو لتكسب معركاً.

ليس من الضروري أن تتحول مقابلة السياسي إلى مواجهة ساخنة .

مقابلة جيدة سوف تستخلص المعلومات التي يرغب الناس بمعرفتها دون الحاجة لارتفاع الأصوات.

أنت تبحث عن معلومات "ما كان العالم ليعرفها لولا علمك بها"

– افهم دافع السياسي

ينبغي أن يكون دافعك هو إثراء النقاش العام بصحافة قوية عبر تقديم وقائع دقيقة تمكّن الجمهور من فهم ما يجري من حولهم بشكل أفضل، وتمكنه من اتخاذ قرارات عن إدراك.

غير أن الطموح، المصالح الشخصية، النشاط، المكاسب الشخصية، الانتقام وغيرها من الأمور الشخصية تعرقل ذلك.

تقع عليك مسؤولية التعامل مع هذا. الأمر متعلق بالنزاهة.

لا يمكنك إجراء مقابلة سياسية ذات مغزى دون نزاهة.

وينبغي أن يكون دافعهم أيضاً هو إثراء النقاش العام، وضمان أن احتياجات جميع الأشخاص في المجتمع الذي يخدمونه ممثلة ومأخوذة في الحسبان.

غير أن الولاء الحزبي، الخوف من فقدان مقاعدهم/مناصبهم، الطموح، الإيديولوجية، ومجموعة كبيرة من القضايا الشخصية قد تعتم على هذا.

مهمتك هي أن ترى من خلال ذلك، وأن تركز على الوقائع في المسألة قيد النقاش. السياسيون هم موظفون عموميون. لقد جرى انتخابهم للقيام بعمل بالنيابة عن الذين يمثلونهم. أدائهم المهني مفتوح للتدقيق. كصحفي، لديك فرصة فريدة للجلوس مع صناع القرار وأن تطرح عليهم الأسئلة القاسية التي لا يستطيع جمهورك طرحها. أنت تعمل بالنيابة عن جمهورك. عمك أن تحفر عميقاً وأن تكشف الحقائق حول السلوك المهني، كيف ينفذ السياسي مسؤولياته، وأية قضايا شخصية قد تمنعهم من القيام بذلك.

لا يمكنك إجراء مقابلة سياسية ذات مغزى دون نزاهة

- ابق الأمور بسيطة

يجب الساسة تعقيد الأمور عندما يناسبهم ذلك. من الممكن أن يحاولوا جعل الصحفي يشعر بأنه غير متمكن عبر التلميح إلى أنه لا يفهم الوضع. عبارات مثل "حسناً، الموضوع معقد" و "عليك أن تفهم خلفية هذا الموضوع؛" هي طرق شائعة في محاولة الحد من فعالية الصحفي. أقحم أسئلتك الصحفية الأساسية: من، لماذا، متى، أين، ماذا، وكيف. ينبغي أن تكون الأسئلة قصيرة ومركزة مباشرة نحو النقطة. لا تخشى الاستمرار في طرح ذات السؤال مراراً وتكراراً حتى تحصل على إجابة واضحة؛ استخدام صياغات مختلفة للسؤال من شأنه أن يساعد على تقليل احتمال انزعاج سياسي. ومع ذلك، إن غضب السياسي، فلا تدع ذلك يزعجك. لن ينتظر منك أن تكون خبيراً في كل شيء يشارك فيه السياسيون، لكن من المهم أن تتمتع بفهم عميق للقضايا التي ستضغط على السياسيين فيها. عليك بالتأكيد معرفة التاريخ. عليك التأكد من أنك تعرف ما الذي تتحدث عنه، وأن الأسئلة التي تطرحها مدروسة جيداً وتنم عن نكاه.

لا تخشى الاستمرار في طرح ذات السؤال مراراً وتكراراً حتى تحصل على إجابة واضحة

- لا تخرج عن الموضوع

من السهل للغاية أن تقاد بعيداً عن الأسئلة المرحجة. بمجرد أن يخسر الصحفي هدوءه فقد خسر المقابلة. السياسي المرح قد ينتقدك لإجبارك على التحول إلى موقف دفاعي. ربما يحاول توجيهك إلى مناقشة يريدها، بدلاً من مناقشة القضايا التي ترغب أنت مناقشتها (أو التي وافقت على تناولها عند ترتيب المقابلة). لا تدع ذلك يأخذك بعيداً، إنه فخ. أعد السؤال الذي ترغب بطرحه.

ابتعد دائماً عن الشتائم الشخصية ولا تدخل أبداً في حرب كلامية حيث ستتتهيان بالصراخ على بعضكما.

وإن حصل ذلك، فإن المقابلة (التي من المحتمل على الرغم من ذلك أن تكون مسلية للغاية للجمهور، ومن المرجح أن تنتهي على موقع يوتيوب وتنتشر بشكل واسع على الصعيد العالمي) ستفقد قوتها كأداة لإثراء النقاش العام.

أنت والسياسي على الأرجح قد أسأتما إلى نزاهتكما. وسوف ينعكس ذلك سلباً على المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها أيضاً.

ينبغي أن تكون المقابلة مع سياسي محاولة صادقة للكشف عن معلومات لمساعدة الجمهور على فهم المزيد حول القضايا الراهنة.

إنها ليست معركة دهاء بينك وبين السياسي. إنها ليست لتسجيل النقاط أو لجعلك تبدو ذكياً أمام الزملاء والأصدقاء.

بمجرد أن يخسر الصحفي هدوءه فقد خسر المقابلة

- لا تبرم صفقات

قد يبدو هذا الأمر واضحاً، لكن يجب ألا تذهب إلى مقابلة مع سياسي بأي شكل من أشكال الاتفاق على الإطلاق، ضمناً كان أو صريحاً. يجب ألا يكون هناك تفاهم متبادل أن كلا الجانبين سيستفيد بشكل ما من المقابلة.

هذا فساد ويتعارض مع العناصر الأساسية للصحافة.

إنه أمر عادي بالنسبة للسياسي الذي يحاول القيام بذلك لضمان تحقيق ما خطط لتحقيقه؛ هذه هي السياسة. لكن عليك أن تكون أكبر من ذلك. إنها قضية نزاهة.

يجب ألا يكون هناك أي اقتراح بأن يتم تحديد سياق المقابلة في وقت مسبق.

الشيء الوحيد الذي يمكن أن توافق عليه مسبقاً هو طول المقابلة، وحتى هذا من شأنه أن يفرض قيوداً يمكن أن تمنعك من الوصول إلى الحقيقة.

يجب ألا يكون هناك تفاهم متبادل أن كلا الجانبين سيستفيد بشكل ما من المقابلة

- سيمك السياسي نصاً

عندما تحضر للمقابلة سيكون لديك أفكار حول الجوانب التي تريد تغطيتها، وربما تكتب الأسئلة التي تريد طرحها. سيفعل السياسي الشيء ذاته على الأرجح.

من المرجح أنه سيكون قد أجرى عدة جلسات عمل مع أخصائيي دعاية، وسيكون على علم بالضبط ما "الرسالة" التي يريد توجيهها عبر مقابلتك.

تتفق المنظمات السياسية ثروة على تعيين استشاريي تدريب إعلامي الذين يدرّبون السياسيين في كيفية تجنب الإجابة عن الأسئلة، وضمان إيصال رسالتهم ونقاطهم بغض النظر عن الأسئلة المطروحة.

هناك تجارة كبيرة في استغلال وسائل الإعلام.

غالباً ما يتم إجراء مثل هذا التدريب من قبل صحفيين سابقين، وبالتالي فإن السياسيين سوف يكونون مستعدين جيداً.

تستطيع التأكد من أن هذا قد حدث عند سماع الإجابات على أسئلتك تبدأ بـ "حسناً، إنها نقطة مثيرة للاهتمام، لكن المسألة الرئيسية هنا هي..."، أو "أنا سعيد لأنك سألتني هذا السؤال، لكن عليك أن تتذكر أن الأسباب الحقيقية وراء هذا هي...".

مثل هذه الإجابات، وكثير غيرها، تشير إلى أن السياسي هو مهياً وجاهز لاستخدام مقابلتك كمنشور لحزب سياسي وليس كأداة لإعلام الجمهور.

لن يكون هناك أي شك في أن السياسيين يحملون نصاً في رؤوسهم. سيكونون على علم بالنتيجة النهائية التي ينبغي عليهم تحقيقها والتي ستعكس بشكل جيد عليهم وعلى حزبهم.

سيكون لهم الكلمة الأخيرة التي يرغبون بقولها، بغض النظر عن الأسئلة التي طرحتها.

تذكر، أنت لست هناك لتدون ما يملأ عليك كالسكرتيرة. أنت لست كاتباً يساعدهم في حملات العلاقات العامة. أنت صحفي، مهمتك الوصول للحقيقة.

جميع الأحزاب السياسية لديها أخصائي دعاية وتسويق، موظفو العلاقات العامة وموظفو الغرف الخلفية للسياسيين عملهم هو التأكد من أن تصل رسالة الحزب مهما كانت الفرصة؛ تذكر، سينظرون إلى مقابلتك على أنها مجرد فرصة سياسية.

لا تتخيل على الإطلاق أنك ستكون مستعداً أكثر منهم، هذه سذاجة وغباء.

عليك أن تذهب لمقابلة سياسي وأنت تعلم أنه خلف السياسي يجلس فريق إدارة أخبار قد أجرى مثل هذه المقابلة مئات المرات، واستخدموا صحفيين مثلك لتحقيق غاياتهم.

أنت لست كاتباً يساعدهم في حملات العلاقات العامة

- حافظ على عقل منفتح

على الرغم من أنه من المهم أن تعرف ماذا تتوي أن تسأل (كما هو موضح أعلاه)، إلا أنه من المهم أيضاً أن تذهب إلى المقابلة بعقل منفتح.

إنها عملية توازن دقيق بالذهاب مستعد مع مجموعة من الأسئلة، والإبقاء رغم ذلك على المرونة اللازمة لتكون في حالة تأهب لبعض المعلومات الجديدة التي لم تعرفها من قبل.

هذا، بطبيعة الحال، يعني أنه يجب عليك أن تكون مطلعاً على الموضوع. عليك أن تقوم بأبحاثك إلى الحد الذي تشعر فيه بالارتياح بأن الخروج قليلاً عن السؤال، وإن لم يكن مخطط له

أو متوقع، فمن شأنه أن يساعد في الكشف عن مزيد من المعلومات التي من شأنها أن تكون مفيدة لجمهورك.

إذا شعر السياسي أنك خائف من الخروج عن خط صارم للأسئلة، فقد يلتبس هذا كنقطة ضعف ويحاول استغلالها. وعندما يفعل ذلك، فسيسيطر على المقابلة وستكون كل جهودك قد خطفت لصالح العلاقات العامة، أو ربما أسوأ، لأغراض الدعاية والبروباغندا.

يجب أن تهدف إلى اكتشاف شيء جديد خلال إجراء مقابلتك. لا يمكنك القيام بذلك إن كنت مصراً على التمسك بنصك المكتوب.

ينبغي أن تذهب إلى المقابلة بعقل منفتح

- لا تسمح لهم بتفادي الأسئلة

هناك عدة طرق للسياسيين لتجنب السؤال الذي تم طرحه. ذكر بعضها أعلاه. من المهم للصحافي الذي يجري المقابلة معرفة عندما يحدث هذا. على الصحفي أن يعلم الوقت المناسب لمنعه من القيام بذلك.

غالباً ما يكون واضحاً للجمهور أنه يتم تجنب سؤال ما. قد لا تحتاج إلى الإستمرار بالضغط. تأكد من حيازتك لعدد من الأسئلة الهامة. لن تتمكن على الأرجح من طرحها جميعها، وبالتأكيد لن تحصل على إجابات واضحة لجميع الأسئلة.

قرر ما هي الأسئلة الأهم، لنن حدث ونفذ الوقت - تعاني مقابلات التلفاز من هذا الأمر أكثر من مقابلات الصحف - فإمكانك التأكد من طرح الأسئلة الأساسية.

لا تترك أفضل الأسئلة إلى نهاية المقابلة على الإطلاق، إلا في حالة نفاذ الوقت. غالباً ما يكون واضحاً للجمهور أنه يتم تجنب سؤال ما. قد لا تحتاج إلى الإستمرار بالضغط

- حاول فهم دوافع السياسي

على الرغم من مسألة الفريق الإعلامي، يبقى السياسي إنسان وفرد واحد ذو حاجة خاصة، الإبقاء على دعم الجمهور من أجل الاستمرار بالقيام بوظيفته.

لذا، بغض النظر عن مدى استعدادهم للمقابلة، سيكونون أيضاً ضعفاء في بعض النقاط. سيكونون حريصين على ترك انطباع جيد. ينبغي على الصحفي فهم ذلك، لأنه مع صياغة دقيقة للأسئلة، من خلال متابعة بعض النقاط التي قدموها، من خلال استكشاف بعض المواضيع الذي يبدو أنهم يريدون استكشافها، والتواصل معهم بلهجة ومقاربة تنم عن فهم، قد تتمكن من الغوص أعمق في المناطق التي تشعر أنه يجب على الجمهور أن يعرفها.

قد تتمكن بمقاربة لينة ومتعاطفة من الحصول على أكثر مما تحصل عليه بالمواجهة وبمقاربة قاسية.

هذا كله يتوقف على الحالة وعلى السياسي. لكن المفتاح هو أن تكون مرناً.

تذكر، الهدف من المقابلة ليس جعلك تبدو أفضل وجعل السياسي يبدو أقل، إنها لكشف معلومات ضرورية تثري النقاش العام بحيث يتمكن الجمهور من اتخاذ قرارات عن إدراك. قد تتمكن بمقابلة لينة ومتعاطفة من الحصول على أكثر مما تحصل عليه بالمواجهة وبمقابلة قاسية

- ضمان أن الكلمة الأخيرة تعلم الجمهور

هل سيحصل عليها السياسي، أم ستحصل عليها أنت؟ الكلمة الأخيرة هي عنصر ثمين في أي مقابلة.

سيرغب السياسي في التلخيص في نهاية المقابلة. سيرغب أن تبدو الإجابة الأخيرة قد أعد لها جيداً.

إحدى الطرق للالتفاف على ذلك هو ضمان أن تلخص بنفسك في النهاية مع النقاط الرئيسية. للقيام بذلك، عليك أن تستمع لجميع الإجابات، تدون الملاحظات، وتحافظ على ملخص من نقاط واضحة وتكرره في نهاية المقابلة.

فكرة جيدة أيضاً أن تدون الاقتباسات الرئيسية التي يمكنك العودة إليها في النهاية من أجل توضيح موجزك. حظاً سعيداً وابقى قوياً.

احرص دائماً أن تبقى في بالك أنك قد تكشف معلومات "ما كان العالم ليعرفها لولا علمك بها". تأكد من أن تلخص النقاط الرئيسية في النهاية

نُشر هذا [التقرير](#) أول مرة على موقع الإعلام لمساعدة الإعلام (Media Helping Media) ونُشر على شبكة الصحفيين الدوليين بعد الحصول على الإذن بذلك. وموقع الإعلام لمساعدة الإعلام هو موقع تدريبي يوفر المعلومات لوسائل الاعلام الحرة، ومصادر للصحفيين العاملين في الدول التي تمر بمرحلة انتقالية، والدول التي تمر بمرحلة ما بعد النزاع، والمناطق التي تكون فيها حرية التعبير وحرية وسائل الإعلام مهددة.

ديفيد بروير هو صحفي ومستشار لاستراتيجيات وسائل الإعلام الذي أنشأ ويدير هذا الموقع، إعلام لمساعدة وسائل الإعلام. يقدم بروير التدريب على استراتيجيات وسائل الإعلام وخدمات استشارية في جميع أنحاء العالم من خلال شركته أفكار وسائل الإعلام الدولية المحدودة.

كيفية البقاء على الحياد خلال إجراء المقابلات:

للتعرف على كيفية البقاء على الحياد خلال إجراء المقابلات يعتقد ديفيد بروير يجب على الصحفيين عدم التلاعب بالمعلومات. دورنا كصحفيين هو الكشف عن المعلومات وإعدادها ومن ثم عرضها لصالح الجمهور. نحن لسنا هنا للتلفيق أو التلاعب أو إخضاع أحد. نحن موجودون هنا لكشف الحقائق، لا لافتعالها. فما هي المواقف أو البروتوكولات الأساسية اللازمة التي يجب أن نمتلكها عند الذهاب لتغطية قصة؟

عدم امتلاك الصحفي لأي "أجندة"

كتبت هذه الوحدة التدريبية بعد تجربة خضتها في القوقاز عندما طلبني أحد الصحفيين الشباب لإجراء مقابلة. قيل لي حين ذاك أن المقابلة ستكون عن الدورة التي أقيمها.

ولكن بدا واضحاً أن الصحفية لا يتبادر إلى ذهنها سوى طرح سؤالاً واحداً. أرادت أن تعرف موقفي من الوضع السياسي في بلدها، وبقيت تكرر السؤال، حرصاً منها وبشكل واضح لسماع الجواب الذي ترغب هي بسماعه. ذكرني ذلك بالمرات المتعددة التي خرجت فيها لتغطية قصة وكانت نتيجة التقرير معدة سلفاً في ذهني .

مثل كل الصحفيين، أردت دائماً لقستي أن تنشر إما في صحيفة مطبوعة عندما كنت صحفياً ورقياً، أو أن تبث في نشرات الأخبار وبرامج الشؤون المحلية عندما كنت مراسلاً في الإذاعة والتلفزيون.

وأردت دائماً أن أكون شديد اللهجة، أمتلك نظرة صحفية ثابتة لا تتسنى - ولكن صريحين - لأحصل على الإطراء والثناء. إذا نظرتُ إلى الوراء، مع الأخذ بعين الاعتبار المقابلة التي أجريت معي في القوقاز، هذه بعض الأفكار التي تساعدك على التأكد من أن الصحافة متعلقة بالواقع ولا تجسد بأي شكلٍ من الأشكال الفكرة الخاصة بنا عن كيف ينبغي أن تؤول إليه الأمور.

(1) الاحتفاظ بعقل متفتح:

من الجيد أن تأتي للمقابلة وقد أتممت بحثك الخاص ولديك سؤال معين تنتظر الإجابة عنه. في الواقع، عدم القيام بذلك يمكن أن ينظر إليه على أنه عدم تحضير أو إعداد للمقابلة ويمكن أن يتركك عرضة للتلاعب من قبل من تُجري معه المقابلة. ومع ذلك، تحتاج إلى الاحتفاظ بعقل متفتح ومتقبل للأشياء غير المتوقعة التي يمكن أن تحدث. ومن المحتمل أن يكون هناك اتجاه أقوى للأسئلة التي يمكنك طرحها عوضاً عن الإصرار على السؤال الواحد الذي سبق أن وضعته عندما انطلقت لإجراء المقابلة .

وعلى الأغلب لن تنتهز هذه الفرصة التي أُتيحت لك أثناء المقابلة، إن كنت مصراً على العمل بسيناريو محدد تعرف نتائجه النهائية مسبقاً.

كن مستعداً للتخلي عن سيناريو الأحداث الخاص بك والإبقاء على عقل منفتح

(2) لا تصرّ على قضية:

بعض الصحفيين يسيئون تفسير عدم الرغبة بالإجابة، فيضعونه في خانة الاعتراف بالذنب. وكأن رفض الضيف عن قول الإجابة، أو تجنّب السؤال، بمثابة أن لديه ما يخفيه. ولكن عدم الرغبة بالإجابة قد لا يعني ذلك.

ويمكن تفسير ذلك، على أنه سؤال رديء وبعيد عن الموضوع المطروح. ويمكن أن يعني ذلك أيضاً، بأن الشخص الذي تقابله لا يملك إجابة أو لم يكون رأياً حول الموضوع المطروح. ويمكن أن يحمل معنى سيء للصحفي، مفاده أن هذا الأخير لا يفهم خصوصية أو تشعب موضوع النقاش أو تعقيد القضايا المطروحة.

الضغط بهذا الشكل وفي مثل هذه الأوقات، يمكن أن يجعل من موقفك سخيلاً ومضراً لاستقامة المؤسسة الإعلامية التي تمثلها.

المواجهة، ليست بالضرورة علامة على الصحافة الجيدة - فلمجرد حصولك على رد فعل لا يعني أنك بالضرورة سجلت نقطة إيجابية.

(3) كن حازماً ولكن عادلاً:

يمكنك أن تكون صارماً وقوياً في المقابلات لكن عادلاً في نفس الوقت. ربما لن تحقق ذلك مع بمواصلة الصراخ والمواجهة. فذلك بحاجة إلى مجموعة واضحة من الأسئلة وتفسير أو تحليل معقول للإجابات.

يتجلى عملك بعدم الظهور بدور "الذكي" الذي يسجل النقاط ضدّ الضيف. دورك هو بإيصال النقاش العام حتى يتسنى للجمهور اتخاذ خيارات مبنية على العلم والمعرفة.

كن على استعداد للتراجع إذا ما طرحت سؤالاً من الواضح أنه من غير ذي جدوى وخارج الموضوع. إن كنت مخطئاً، كن على استعداد للاعتراف بذلك، أو لإيضاح أنك ما تزال تتعلّم. أما إن كان الضيف قد قدّم تفسيراً معقولاً، فكن على استعداد للاعتراف بهذه النقطة لصالحه.

تذكّر دائماً بأن دورك كمحاور لا يتضمن تسجيل النقاط على حساب الضيف. تحدّى نفسك دائماً أكثر مما تتحدّى الضيف. إن لم يكن كذلك، فسوف تظهر بدور المتعطر والمفتقر إلى الموضوعية والحياد. يجب على المقابلات أن تشبه المحادثات والحوارات، وتكون بعيدة عن شكل المحاضرات.

أما المقابلات التي يتضمّن إعدادها تصوراً نهائياً للنتيجة المرجوة، فهي نادراً ما تحظى بصدى غير "التبجّح"، وهي لا تتناسب سوى تركيبة المؤسسات الإعلامية التي تمتلك مصالح خاصة تسيطر هذه الأخيرة على جدول أعمالهم التحريري.

ظهرت هذه المقالة للمرة الأولى على "الإعلام يساعد الإعلام" (MHM) ونُشرت على شبكة الصحفيين الدوليين بعد أخذ الإذن. ظهرت نسختها الأصلية على شبكة الصحفيين الدوليين في 25 حزيران/يونيو، 2011، وقام الكاتب بتحديثها مؤخراً، وها هي النسخة المنقحة أعلاه.

MHM هو موقع متخصص بالمعلومات التدريبية التي توفر الموارد الإعلامية المجانية للصحفيين العاملين في الدول التي تمر بمرحلة انتقالية والبلدان في مرحلة ما بعد الصراع والمناطق حيث حرية التعبير وحرية الإعلام مهددة.

[ديفيد بروير](#)، هو صحفي ومستشار في استراتيجيات الإعلام. عمل على إعداد وإدارة الإعلام يساعد الإعلام. يقدّم التدريبات في كيفية إعداد الاستراتيجيات الإعلامية ويعمل على تقديم الخدمات الاستشارية في جميع أنحاء العالم. يمكنكم الاطلاع على المزيد من التفاصيل المهنية حوله، عبر [الأفكار الإعلامية العالمية Ltd.](#) كما يمكنكم متابعة المؤسسة عبر تويتر، على هذا الحساب. [@helpingmedia](#)

تصنيفات أسئلة:

تعريف السؤال: الأسئلة هي الآلية المناسبة للحصول على المعلومات المطلوبة، وعليه يعرف السؤال بأنه أي قول أو فعل لفظي يستهدف جواباً يتضمن معلومات أو آراء، ما يعني أن توجيهه يعد إبداعاً يجسد رغبة في توسيع المعرفة، كما يمثل انطلاقةً من المعروف نحو غير المعروف.

أنواع أسئلة:

تتعدد تصنيفات الأسئلة، فنمة من يصنفها حسب الموضوع أو حسب الهدف منها، أو وفق طريقة طرحها، والدور الذي يلعبه السؤال في المقابلة، أو حسب أسلوب صياغتها، أو تبعاً لأهميتها، حسب سؤال كسر الجليد

الأسئلة التأسيسية التعريفية.. يعرف الصحفي إجاباتها ويريد للجمهور أن يعرف بها.

أسئلة الخطوات والتحركات الأولى، تتيح للمقابل الحديث عن نفسه

سؤال إزالة جو العدا.. (مديح بما هو فيه)

أسئلة التحقق والتصفية من مما يوجد لديه. إذا أيدى انتقاد لشيء أسأله عن مدى اطلاعه عليه،
ما يمكن التحقق من صدق ومؤهلات
اسئلة التدقيق كيف تؤكد صحة ذلك..

سؤال المتكرر حين لا يجيب مع تغيير صيغة السؤال والمحافظة على مضمونه.
اسئلة التفضل.. يستخدم صيغة أليس من الأفضل..

سؤال المواجهة المشحون.. بالخجل ونسبه إلى واقعه ومسببه..
أسئلة تحديد المفاهيم

اسئلة روتينية (محددة بالأسئلة الستة)

أسئلة السبر.. لسبر أغوار الشخصية.. يعتمد على "حقاً ذلك"

اسئلة الإبداعية (التعقيب) المتوالدة من سؤال آخر أو المستنتجة منه.

اسئلة الاقتباسات.. (العبارة مما قاله الضيف) غير المباشر مما قاله آخرون أو نقله الإعلام.

الاسئلة المخرجة.. الصاعقة.. مواجهة بالحقائق المناقضة لما يقوله..

اسئلة الحث على المتابعة: تماماً.. نعم.. وماذا بعد.. هل يعقل ذلك..

اسئلة النهايات المفتوحة

اسئلة النهايات المغلقة

الأسئلة الافتراضية

أسئلة تجديد الذاكرة

اسئلة الاستيضاح هل هذا يعني.. لم أفهم.. ما الذي تعنيه بذلك..

الأسئلة التخمينية.. عندما يكرر تناول موضوع.. إذا أنت (أخمن)

مهارة المقابلة ترتبط بإدارة المصادر

فن تجهيز الأسئلة وطرحها بحثاً عن الحقائق..

لائحة نصائح tip sheet لـ "تيم سبستيان" لا بد من الجواب وإن تكرر السؤال :

ما السؤال الجيد؟

يطرح الصحفيون الأسئلة بهدف الحصول على جواب، لذلك فالسؤال الجيد يستدرج الجواب الذي تنتشده.

كيف؟ السؤال الجيد واضح، ومقتضب، ويجب أن لا يكون هناك أي خطأ أو تشويش بشأن ما تسأل عنه.

يجب أن تكون الأسئلة محفزة على التحدي وصعبة، -وأحياناً قاسية- لتحصل على معلومات مهمة وحيوية.

أنواع الأسئلة حسب تيم سبستيان:

أسئلة نعم / لا:

هذا سؤال يتطلب فقط إجابة بنعم أو لا، وأفضل استخدام له عندما تريد من شخص ما أن يقر بشيء، مثلاً: هل أمرت الجنود بإطلاق النار على المتظاهرين؟

استعمل هذا النوع من الأسئلة بحذر، ولا تسأل سؤالاً يسمح للشخص بأن يجيب بنعم أولاً، ما لم تكن تبحث عن إجابة (بنعم أو لا)!

سؤال المعلومات:

يستخدم هذا السؤال للحصول على معلومات عن الموضوع، مثلاً: قد تريد من شخص ما أن يفسر نقطة / قضية

سؤال التحدي:

السؤال الذي يتحدى الشخص ليتحمل المسؤولية عن سجله أو أفعاله، وهذا السؤال يكون -غالباً- قاسياً ومباشراً، فأنت لا تسمح لهم بأن يقولوا ما يشاءوا، بل تطلب منهم الإجابة عن سؤال محدد جداً، ويجب أن يكون مبنياً على الحقائق والبحث، والبحث المسبق، تكون مستعداً لتحدي المجيب تبعاً لذلك، وقيمة هذا النوع من الأسئلة تنبع من وضع الدليل أمام المسؤول وإجباره على تناوله علناً، حتى لو لم تحصل على إقرار أو اعتراف، فإنك قد وضعت ذلك الشخص موضع المحاسبة من خلال بسط الحقائق أمام الرأي العام.

سؤال المتابعة:

إسأل سؤالاً آخر إذا لم تحصل على الجواب، الذي تريده مبدئياً، اسأل وكرر السؤال مرة أخرى! لكن اعرف ما الذي ستسأله.

- ناقصة. سواء متعمد أو غير متعمد.
- هروباً نحو إجابة أخرى.
- إذا اعتذر.
- إذا كان الجواب غير واضح. غير وفهم.

كيف تصوغ السؤال؟

- 1- الوجهة النهائية والغاية: أولاً أسأل نفسك ما هي المعلومات التي أبحث عنها نهاية المطاف - ما هي غايتك؟ فقط عندما تعرف غايتك ستكون قادراً على بناء سؤالك.
 - 2- البحث: اعرف موضوعك، ففي معظم الحالات قبل طرح سؤال جيد أن يكون لديك خلفية عن الموضوع، وهكذا، وأجرِ أبحاثاً أولية وقراءات معمقة للاستزادة من هذا الموضوع قبل أن تطرح السؤال.
 - 3- الحقائق: إذا كنت تتحدى شخصاً ما، تأكد أن الوقائع الموجودة لديك صحيحة كي تحصل على الأثر الأقصى، فمن السهل على أي شخص أن يقول "هذا ليس صحيحاً" ولن تتمكن من الرد عليه ما لم تكن تعرف الحقائق!
 - 4- واضح ومختصر: تأكد أن أسئلتك قصيرة وواضحة لتجنب أي تشويش.
 - 5- الثقة: إذا قمت بكل هذه الأشياء، يجب أن تكون واثقاً بطرح السؤال.
 - 6- كلمات مفتاحية للسؤال: هذه بعض الكلمات المفتاحية التي اعتاد الصحفيون استخدامها: (من - ماذا - أين - متى - لماذا - كيف)؟ وهذه الأدوات فعالة الاستخدام في الأسئلة.
- ربما من الأفضل أن تنتظر إلى ما لا يجب فعله لدى طرح السؤال:
- ... تجنب: هذه الكليشيات... "بماذا تعتقد؟" "ماذا تقول عن ذلك؟" أو "ما رأيك؟" فهذه الجمل تتيح للشخص قول ما يشاء وتجنب الإجابة عن سؤالك، فكن مباشراً أكثر.
- ... طرح أكثر من سؤال، لأنك ستسمح للشخص بتجنب الإجابة عن السؤال الأكثر صعوبة، فأنت تعطيه بذلك الفرصة لتجاهل ما يريد والتحدث عن أي شيء يريده، بل اختر أفضل سؤال عندك، واسأله!
- ... عدم الوضوح، فالشخص يحتاج إلى أن يفهم ما تسأل عنه، لماذا تطرح سؤالاً طويلاً، بينما يكون تأثير السؤال القصير أفضل؟
- ... عدم الاستعداد! تذكر إجراء بعض البحث والقراءة كي تعرف عن الموضوع.

حقوق النشر: تيم سابستيان

The international talk network limited (ITNL)

خلاصة أسئلة المقابلة لمارك هنتر..

تبقى القاعدة الذهبية للصحافي الذي يحاور أن يعلم أن الهدف من أي حوار ليس طرح السؤال، بل الاستماع إلى الجواب، وحينما يتعلق الأمر بالمقابلة ضمن التحقيق الاستقصائي، فهنا يصبح دور الصحفي الاستقصائي تشجيع الناس ودفعهم للكلام ومراقبة كيف يتكلمون - مشاعرهم، لغة الجسد أو الصمت - بالإضافة إلى ما ينطقون به.

خطوات المقابلة:

أ- تحديد المصدر المراد إجراء الحوار معه، وعنها يتوجب معرفة لماذا يجب أن نقابل هذا الشخص، وما الهدف من المقابلة؟ هل نتعامل معه بصفته بريئاً أن خبيراً؟ ولماذا هنا حوار مع شخص يبيع أكثر فاعلية مع آخر للاستقصاء.

ب- معرفة خلفية عن الشخصية موضع الحوار: إن محاورة الشخص المدروس يجعله يطن أن الصحافي خبير بما يتحدث، فلا سيتطيع المراوغة، أو على الأقل يحذ من الكذب المفصوح، فقبل أي محاورة يجب معرفة الدور الذي يلعبه هذا الشخص المحاور في التحقيق، هل هو مصدر (أبيض) ضحية أو (رمادي) شاهد، أو جانٍ (أسود)؟

أنواع الأسئلة حسب مارك هنتر:

1- سؤال كسر الجليد: "عندما تدخل وتسلم باليد وتساءل عن مزاج مصدرك اليوم، دائماً ما يساعد ذلك في البدء"، لكن اليوم أصبح الذكاء جعل سؤال "كسر الجليد" من صلب المقابلة، وتؤدي إلى غاياتها.

2- السؤال التأسيسي:

3- السؤال المفتوح:

4- السؤال المغلق:

5- السؤال المحدد: وتدعى بالأسئلة الموضوعية التي تتطلب الإجابة عن أحد عناصر الحدث الستة (5q + How): هل هذا (ما حدث)؟ (من) كان هناك؟ (أين)؟ (متى)؟ (لماذا)؟ (كيف)؟

6- السؤال الفخ:

7- السؤال المرأة: وتدعى بالأسئلة الشخصية: سواء التي تضع المتحاور أمام نفسه، أو تستقصي عن رأيه الشخصي أو شعوره.

8- السؤال المحوري: إذا كان ليس بمقدور الصحفي إي طرح سؤال واحد، فماذا سيكون؟

9- أسئلة التسلسل الزمني: متى بدأ الحدث؟ وكيف؟ وماذا حدث منذ ذلك الحين؟ وما حدث

بعد ذلك؟ ما الذي تتوقع حدوثه في المستقبل القريب؟

10- سؤال الخطوة التالية: أسئلة الوصول إلى مصادر أخرى: من يعرف بالأمر غيرك؟ من

الآخرون الذين يجب محادثتهم؟ هل كتب أو علق أحد ما مذكرة أو وثيقة أو عقد بشأن ما

حدث؟ ثم السؤال عن كيفية الحصول على ذلك.

يحدد "هنتر" عبر تجربته الاستقصائية الفريدة مجموعة رائعة من تكتيكات المقابلة، من خلال

دليل أريج الاستقصائي للصحافة العربية، تعكس شخصية الصحفي، ما يوجب على

الصحفي الاستقصائي تطوير ذخيرته الخاصة من تلك التكتيكات، وتتجلى في إجراء

المقابلة، والحديث والاستماع:



• خلاصة أنواع الأسئلة النهائية:

نظرة لكثرة أنواع الأسئلة تصنف وتقاس الأسئلة بعدة مقاييس أبرزها:

(1) تصنيف الأسئلة حسب الموضوع:

وعلى هذا صمم سؤال الموضوع المعين وسؤال المشكلة وسؤال الرأي وسؤال الدافع، ومهمة السؤال أن يوجه الجمهور نحو عملية تفكير عبر توجيهه:

(أ) أسئلة تدور حول الوقائع وعلاقتها الداخلية وخواصها.

(ب) أسئلة تبحث عن الأسباب الداخلية المحركة لأسباب التفكير والسلوك.

(ت) أسئلة تتناول الوقائع والأوضاع الراهنة.

(ث) أسئلة تتناول آراء الشخصيات وأحكامها.

(2) تصنيف الأسئلة حسب طريقة وأسلوب الصياغة: وهي التي تقسم

لنوعين رئيسيين، وهي الأسئلة ذات النهايات المفتوحة والأسئلة ذات النهايات المغلقة.

(3) تصنيف الأسئلة حسب الدور الذي يلعبه السؤال في المقابلة: يبرز

هنا السؤال التمهيدي والجوهري (الرئيسي) وسؤال المتابعة والسؤال الإضافي...

(4) تصنيف الأسئلة حسب الأهمية: يجب التمييز بين الأسئلة الفرعية

التي تبحث عن معلومات غير هامة أو تفصيلية أو بين الأسئلة الرئيسية التي تتعلق بجوانب جوهرية من الموضوع أو الحدث

- السؤال ذات النهاية المفتوحة: وهو السؤال الذي لا يستلزم إجابة محددة وتعطي هامشاً من الحرية للمتحدث ليقدم إجابة يريدها بتفاصيلها.

- من أهم ميزات الأسئلة ذات النهاية المفتوحة:

• لا يقيد الشخصية المحاور بل يعطيها فرصة واسعة للتعبير بحرية عن الآراء والمواقف وجهات النظر.

• يعطي الشخصية إحساساً بالأهمية ولارتياح والاطمئنان، ولهذا غالباً ما يبدأ

الصحافيون مقابلاتهم بهذا النوع من الأسئلة.

- يتضمن قدراً قليلاً من المعلومات والمعطيات والتوجيه والتحديد ، وهذا يزيد من حرية الإجابات وتوسعها ضمن تلك الحدود.
- إنها أسئلة واسعة عامة وغالباً تحدد الإطار العام للموضوع ال1ي سيدور الحوار حوله.
- من فوائدها دعوة الشخصية لتحديد بنفسها طبيعة ونوعية المعلومات التي تريد تقديمها والكشف عنها، ومدى دقة وصراحة المواقف التي تريد التعبير عنها.
- بتقديم الأجوبة الطويلة يمكن استنتاج واستظهار ما المهم بكلام الضيف، إضافة لتحديد هذه الشخصية المهم من وجهة نظرها.
- تعبر عن الثقة بحكم ورأي وتقدير الشخصية.
- تشكل سهولة أكبر للإجابة، كما أنها لا تمثل أي تهديد للشخصية.
- غالباً ما تكون ناجعة للكشف عن معلومات وأفكار ومواقف الشخصية من الأسئلة ذات النهاية المغلقة.
- تستخدم في حديث الشخصيات أكثر، وخاصة عندما يريد الصحفي أن يعطي المشاهد إحساساً بالشخصية ويعرفهم بها.
- مهمة جداً وشائعة الاستخدام في الأحاديث التي يضطر الصحفي لإجرائها دون تحضير أو استعداد مسبق.
- كثير الاستخدام في الأحاديث التلفزيونية للمحطات الرسمية، ويجريها صحفيون (موظفون) مع شخصيات رسمية مسؤولة.
- تتيح للصحفي بسبب أجوبتها الطويلة فرصة الاستماع الشامل والعميق والتقييمي.

- من أهم سلبيات السؤال ذات النهاية المفتوحة:

- الإكثار منها أو الاقتصار عليها وحدها قد يكون من شأنه أن يعطي الشخصية انطباعاً سلبياً عن الصحفي، وتدفعها للاعتقاد أنه صحفي غير مقتدر، وأنه لم يحضر موضوعه جيداً.
- قد يستهلك الجواب عن سؤال واحد ذي نهاية مفتوحة جزءاً كبيراً من الوقت المخصص للحديث التلفزيوني وذلك لن الشخصية هي من يحدد غالباً طول الجواب وطبيعته.
- قد تركز الشخصيات وخاصة غير الخبيرة على تقديم معلومات وتفاصيل غير هامة، أو ليست وثيقة الصلة بالموضوع.

- قد تحتفظ الشخصية بمعلومات هامة ترى أن لا علاقة لها بالموضوع أو أنها واضحة ومعروفة أو أنها حساسة وخطرة ما سيتوجب عدم ذكرها.
- قد يخفف الإكثار من استخدام هذه الأسئلة من مقدرة الصحفي السيطرة على الحوار، وبالتالي التحكم بالمسار العام للحديث.
- الإجابات المطولة قد تفقد الحوار إيقاعه السريع وتحد من مباشرته وحيويته.
- قد تكون الأجوبة المطولة وغير المنسقة والتي تتعرض لأكثر من نقطة أو موضوع مشتتة يصعب متابعتها أو فهمها.
- غالباً ما تهمل الشخصية التي لا تمتلك خبرة اتصالية كافية أشياء مهمة في الجواب وذلك بسبب أنها تتمتع بالحرية الكاملة لتقرر بنفسها ما المعلومات التي ستقدمها والآراء التي ستعبر عنها.

- **السؤال ذات النهاية المغلقة:** وهو السؤال الذي يستلزم إجابة محددة ويعطي، وغالباً ما تكون حدود السؤال متضمنة في السؤال نفسه، ليزم المتحدث بتقديم إجابة محصورة دون تفاصيلها، ومن أنواعها:

(1) **سؤال الاختيار:** والجواب الممكن محدد ضمن خيارين مذكورين بالجواب وهي تدعى أسئلة البدائل المحددة (هل ترى كذا أو كذا).

(2) **سؤال الحكم:** ويقتصر على نعم/لا، وهو يدعى بالسؤال المغلق.. هل ستشاركون؟.

(3) **أسئلة الإيعاز:** وهي التي توجي بشكل ما، أو توجه بقدر ما، مثل أكدت التجربة... هل توافق على ذلك، فيكون الجواب أيضاً نعم/ لا بناء على الإيعاز.

من أهم مزايا الأسئلة ذات النهاية المغلقة:

- (1) يستطيع الصحفي التحكم بطول الإجابة.
- (2) يستطيع الصحفي توجيه الشخصية باتجاه تقديم المعلومات التي تحتاجها.
- (3) بحاجة إلى قليل من الجهد من جانب الصحفي والشخصية.
- (4) تسمح بتوجيه عدد كبير من الأسئلة التي تغطي مجالات متعددة، وتطرح في وقت أقصر ولذلك يغلب استخدامها في الأحاديث ذات الطابع الإخباري.
- (5) من السهل جداً متابعة وفهم أجوبة هذه الأسئلة.
- (6) تمكن الصحفي من تحقيق إيقاع سريع للحوار وبالتالي من زيادة وحيوية وجاذبية الحديث.

(7) تؤسس لأسئلة قادمة تكون بمثابة الفخ أو المرأة أو الكاشفة لغموض أو مراوغة الشخصية الضيف.

من أهم سلبات الأسئلة ذات النهاية المغلقة:

- 1) تتضمن الأجوبة عنها كميات محددة من المعلومات.
- 2) تفرض على الصحفي توجيه العديد من الأسئلة الإضافية.
- 3) لا توضح لماذا تتخذ الشخصية المحاور هذا الموقف، أو لماذا اختارت هذا الخيار.
- 4) تتيح الأسئلة المغلقة للصحفي أن يتحدث أكثر من الشخصية التي يحاورها وبالتالي لا تمكنه من أن يستمع ويراقب بالشكل المطلوب.

تصنيفات أخرى:

الأسئلة الرئيسية: هي التي تتعلق بموضوعات أو محاور ومجالات أساسية ضمن الموضوع الواحد، ويمكن أن تقف وحدها حتى لو نزعت من سياقها.

الأسئلة الثانوية: وهي التي تنطلق من معطيات الأجوبة عن الأسئلة الرئيسية أو عن أسئلة ثانوية أخرى ويستخدمها الصحفي عندما يدرك أن الشخصية لم تجبه عن سؤاله، أو عندما يكون جوابها ناقصاً أو غامضاً أو سطحيّاً، أو قابلاً للإيحاء والتفسير أو غير متعلق بموضوع السؤال.

تسمى الأسئلة الثانوية أو الفرعية غالباً أسئلة (سبر أو تحقق، أو متابعة)، ويجب التركيز فيها على التشديد وغيرها، مثل (التشديد حسب اللفظ والتركيز على الكلمة التي تحتها خط:

لماذا أنت قلت ذلك؟

لماذا أنت قلت ذلك؟

لماذا أنت قلت ذلك؟

لماذا أنت قلت ذلك؟

ومن أنواعها:

- أسئلة السبر (التحقق الصامت).
- يستخدم الصحفي أسئلة السبر الاستجابي.
- أسئلة السبر الانعكاسية: والتي تعتمد على إعادة معلومة أو مصطلح أو تعليق ورد في كلام الشخصية ذاتها (وتسمى أحياناً بالأسئلة التعقيبية: تعقيب الصحفي على جواب الضيف).
- أسئلة الحث على المتابعة والاستمرار في الحديث.
- أسئلة القطع- المقاصة (عندما يتأكد الصحفي حصوله على المعلومات الهامة أو الضرورية أو عندما لا يكون لديه سؤال جاهز في ذهنه، وغالباً ما تتجح في توفير فرصة للشخصية للإدلاء بمعلومات متعلق بالسؤال الأصلي السابق).

- أسئلة التصفية التي تهدف من التحقق من جدارة ومكانة وأهمية الشخصية ومؤهلاتها، ويكثر استخدامها في الأحاديث التليفزيونية ذات الطابع الإخباري.
- أسئلة التصفية الختامية: تستخدم غالباً في نهاية المقابلة للتأكد من عدم تجال أو مرور شيء مهم قبل الختام.
- أسئلة التطوير: وتستخدم لمزيد من الحث والتشجيع على توضيح أمر غير عادي أو غير مألوف.
- أسئلة توضيح: يستنتج الصحفي شيئاً من كلام الشخصية، ويسأل عنه ليتأكد من صحة استنتاجه.
- أسئلة المرأة: وتوجه عندما يراد التأكد من تجنب أي أخطاء قد تسببها الافتراضات والتصورات أو ضعف الذاكرة أو سوء التفسير أو الفهم.
- أسئلة التغيير: تستخدم حين يستكمل الصحفي الحوار حول موضوع معين، يريد الانتقال إلى موضوع آخر.
- أسئلة الإيعاز: وتتميز بأنها توعي بجوابها.
- أسئلة التحويل ينتهي الصحفي من متابعة تفصيل ما، ويريد أن ينتقل إلى توضيح آخر.
- الأسئلة المحايدة: وهي التي تستطيع الشخصية الضيفة تقديم الجواب الذي تريد عنه، دون أي توجيه أو ضغط من جانب الصحفي، وبها المعنى لجميع الأنواع السابقة (أسئلة محايدة).
- الأسئلة الموجهة: وهي التي توعي بشكل علني وصريح، وربما بشكل ضمني أحياناً بطبيعة الجواب المتوقع أو المرغوب فيه، وذلك لأن الصحفي يحاول من خلالها قيادة الشخصية وتوجيهها باتجاه تقديم جواب محدد، وليس هو بالضرورة الجواب الذي تختاره وتريده.
- الأسئلة المشحونة: إن الأسئلة الموجهة تستثير الشخصية للحدث أكثر، أما السؤال المشحون فيحقق قدراً أكبر من الإثارة وأنه يتضمن قدراً كبيراً من الاستفزاز (المدروس) الناجمين عن الانطلاق من موقف محدد والإلحاح بطلب جواب بحيث تنتفي إمكانية المراوغة وتصبح الشخصية غالباً في وضع دفاعي.. أليس لم يعد محتملاً أو مقبولاً أن تصل سيارة الإطفاء متأخرة أكثر من ساعة، وبعد الوصول يتبين أن نصف معداتها لا تعمل، إضافة للمعاملة النزقة للإطفائيتين وكأنهم يتمنون على الناس....

1. الأسئلة الافتتاحية: غالباً ما تكون اللحظات الأولى من الأحاديث مشوبة بالقلق والتوتر والحذر وربما الخوف أحياناً وهذا يشمل الشخصيات والصحفيين، الذين ليس لديهم

خبرة طويلة في هذا المجال، ولتغلب الصحفي المسؤول عن المقابلة برمتها على جمود ورسمية اللحظات الأولى وتجاوز كل ما من شأنه أن يعيق إجراء حوار عفوي وطبيعي، وخلق جو مناسب للحوار، وذلك لأن الانطباع الأولي يؤثر على جميع مراحل إجراء الحديث التالية واللاحقة ومن أمثلتها:

أ- كسر الجليد: (القيمة المعرفية محددة لها، وبالتالي توجيه أسئلة ليس لها قيمة معرفية بحد ذاتها ولا تهدف إلى الحصول على أية معلومات .. فقط بهدف كسر الجليد وتخفيف التوتر وإزالة الحرج، لطرفين ربما يتعاملان لأول مرة، بنوع جديد، وحتى تشعر الشخصية بأنها طبيعية وعلى راحتها، ويمكن أن يكون شيء يرتبط بالشخصية أو شيئاً بمكتب الشخصية أو خبراً قرأه الصحفي عن نشاطات الشخصية أو تفصيلاً جيداً متعلقاً بمجال الموضوع محور النقاش، والسؤال عن شيء شخصي ما في لباسه أو منزله أو مكتبه أو صورته أو الحديث عن أحداث راهنة عامة ومعروفة أو حتى عن الطقس، ويجب أن تكون أسئلة خفيفة وسريعة وإيجابية وإذا لم يلحظ الصحفي الاستجابة المتوقعة يجب أن يغير الموضوع فوراً، فالأسئلة الاستهلاكية هذه ملائمة للشخصية والموضوع والموقف، صحيح أنها لا تثير جانب معرفي لكن تثير جانب تفاعلي ودي عملي أكبر.

ب - التأسيسية: (تكون بقصد تعريف المشاهد بالشخصية أو بالموضوع رغم أن المحاور يعرف إجابتها أثناء عملية التحضير)

- أسئلة عن المولد ..
- مكان الدراسة ..
- نوع الدراسة والاختصاص ...
- أهم المؤلفات ..
- أهم الجوائز ..
- أهم النقالات النوعية ..
- أصعب المحن ..

ج - أسئلة الخطوات أو التحركات الأولى: تتضمن قدراً من الجدية كما تمتلك من القيمة المعرفية وهي كجسر يستخدمه الصحفي **للانتقال** من أسئلة كسر الجليد والخفيفة والسريعة إلى الأسئلة المتعلقة بصلب الموضوع وجوهره، وبالتالي تفتح شهية الضيف للكلام، وتحمل نداء للضيف لشرح الموضوع وأبعاده ومن خصائصها الأربعة الواجب توافرها في هذه الأسئلة:

أ) من السهل الإجابة عنها وتشعر الشخصية بالمتعة والراحة وهي تجيب عنها.

ب) تعزز أهمية المحاور ومكانته وأهليته.

ت) تظهر مدى استعداد الصحفي وتحضيره لإجراء المقابلة.

ث) تنطلق وبشكل منطقي من الهدف الذي حدده الصحفي للمقابلة.

- أستاذ عبد الرحمن .. قابلت عددا من الناس

وسمعت تعليقات إيجابية وسلبية حول روايتك "مدن الملح"

ما تفسرك لهذا التناقض في المواقف؟

د - إزالة روح العداء: (هنا يجب على المحاور أن يكون مفتوح الذهن ومحترف وغير متحيز) ..

- سيد استلمت العديد من المناصب الهامة

وأثبت وجودك في كثير منها قطعاً .. وهذا يحتاج إلى جهد وخبرة ومهارة وتعب ..

ما الأسس التي تعتمد عليها في عملك تعتبرها أدت لهذا النجاح ؟..

هـ - أسئلة تحديد المفاهيم: تسعى لتحديد الأسس أو المبادئ أو المنطلقات أو المفاهيم التي تفسر سلوك الشخصية أو موقفها أو تصرفها أو التي تفسر وقوع حدث ما، ولذلك تهتم بكشف الأسباب الحقيقية والدوافع الإنسانية التي تقف وراء الراهن والمعاصر ولذلك تدعى أحياناً بالأسئلة (التفسيرية)،

2. أسئلة التحديد والتفسير: (تبدأ ب لماذا ، كيف، وأسألها حين أحتاج إلى معلومات خلفية

وجدية وعمق وشمولية).

- لماذا اعتذرت عن الاشتراك بالموسم الثالث من آراب أيدل ؟..

- كيف تقم أداء وائل كفوري بعد جلوسه

على كرسي كان مخصصاً لك .. ؟

أسئلة الإشارات الخضراء: التي تفتح الطريق أمام المتحدث للإجابة التفصيلية.

أسئلة الإشارات الحمراء: التي تقطع الطريق أمام المتحدث وتجبره على التوقف عن الكلام.

3. أسئلة السبر أو جس النبض: (تشجع المتحدث على شرح شيء ما ذكر حديثه والتعليق

عليه وهو بقصد البحث في أغوار وعمق الشخصية)

- شعرت بالاستغراب من منح جائزة الأوسكار للممثلة؟

- هل تبتعد عن قصد عن أدوار في أفلام يخرجها المخرج ... زوجك السابق ؟..

4. الأسئلة المبدعة والخلقة: وتبرز حينما يندفع الصحفي أبعد من حدود المعرفة الراهنة، التي

تم الحصول عليها مباشرة أو من خلال الوثائق والمراجع والمصادر وبالتالي فهي (تتبع من

حديث الضيف أو مراجعة الصحفي وتقويه عنه).

- الكثير من التفاصيل أستاذ X التي ذكرتها

تشير أننا بصدد تغييرات كبيرة على المستوى الإداري؟

5. أسئلة التحقيق والتصفية: (يلجأ إليها المحاور حين يريد التأكد من أقوال الضيف بوصفه

مثلا شاهد عيان على حدث معين كما يدعي أم أنه يروي ما سمع).

- أين كنت حين حدث X

(إذا تحدث الضيف عن أي موضوع وشعر المحاور أنه غير مؤهل للحديث عنه) ... مثلا

كاتب مسرحي يتحدث عن الشعر ...

- سيد هل لديك أية تجارب في كتابة الشعر ؟

- هل تتابع الإنتاج الشعري ؟؟

- ما آخر ديوان قرأته ...؟

- ذكرني لمن كان هذا الديوان؟

- هل تحفظ منه بضعة أبيات تسمعها لنا .. ؟

6. أسئلة واضحة محددة الهدف: (تطرح مباشرة دون أي مقدمات).

- ما أهم مشكلات قطاع الصرافة؟

- ما أبرز أمراض هذا الموسم؟

- كيف نكافح هذا المرض؟

7. أسئلة تحفيز الذاكرة: (تشجع الضيف على العودة للوراء .. والاقتراب منه كإنسان).

- ما أغرب موقف عشته في حياتك ...؟

- ما أطرف موقف حصل معكم في استراليا ..؟

- حدثنا عن ذكريات المدرسة .. ما الشيء الذي لا يمكن أن تنساه ..؟

- حين ذكرت والدك.. شعرت أنك فخور .. حدثنا عنه ..؟

- بعد أن عشت هذه التجربة المريرة .. ما الذي يمكن أن تقوله لنفسك .. كلما تذكرتها ..؟

8. أسئلة خلو الذهن أو عدم الإطلاع: (هنا يجب أن يحترم المحاور اختصاص الضيف ..

ويفسح المجال واسعا أمام المختصين وينصت أكثر مما يتكلم).

- هل هناك علاقة بين تقلبات الطقس وانتشار المرض في منطقة ...؟

- هل تعتبر علاجاً فعالاً ..؟

- بماذا تنصح مريضى الفشل الكلوي ..؟

- كيف تقيمّ حال البورصة السورية ..؟

9. الأسئلة الفائدة: (هي الأسئلة التي تحقق الهدف الرئيسي من المقابلة)

- كل ما ذكرته سيد أعطى المشاهد تصورا كاملا عن حجم المشكلة .. والآن نريد

منك معرفة لماذا تقاعست السلطات المعنية كل هذا الوقت حتى استفطلت ...؟

- هل القرارات التي صدرت بالأمس كافية لحلها ؟

- لماذا هذا التوقيت بالذات ...؟

10- الأسئلة **التخمينية**: (نأخذ تفصيل صغير من انطباعنا الخاص عن الشخصية، أو من معلومات حصلنا عليها، ونبني عليه تلميحات إيجابية أو سلبية حول موضوع معين ثم نبني عليه سؤالاً مهماً للمشاهد).

- واضح من انفعالك أنك خصم شرس ...؟

- أشعر أنك ستقاضين (...) بسبب تصريحاته الأخيرة ..؟

- واضح من إطلائتك الجذابة أنك بتولي نفسك العناية الكافية ؟

10. الأسئلة **المحرجة الصعبة الحساسة**: وهي غالباً أما بأمور شخصية (السن، النشأة، الدخل، المرض..)، كما (قد تتعلق بالثروة، الدين، الأسرة، نقاط الضعف، الأخطاء، المواقف السابقة،)، أو ترتبط بالمواقف والسلوكيات التي يعد الضيف السؤال عنها محرراً للشخصية.

11. الأسئلة **البسيطة**: يبالغ الصحفيون عادة وخاصة المبتدئون منهم في طرح أسئلة معقدة، وجادة وتدور حول مسائل جوهريّة، تعتقداً أن طرح أسئلة بسيطة تدور حول مسائل عادية من شأنه إعطاء انطباعاً لبيئاً عنه،

12. أسئلة التوريط: (للتأكد من مصداقية الضيف).

- قلت انك بصدد البدء في كتابة مؤلف جديد هل تحدثنا عن مضمونه..؟

- هل صحيح انك عدت للتو من اوربا .. حدثنا عن أهم الفعاليات الثقافية التي حضرتها هناك ..؟

13. أسئلة **الاقتباسات**: (نبني السؤال إما على اقتباس صدر عن الضيف سابقاً، أو أثناء المقابلة "سؤال مبدع"، أو اقتباسات عن أقوال لأحد ما عنه ... ويكون لمزيد من الاستفسار أو التوضيح..)

- صرحت سابقاً في مقابلة على فضائية

أنك تفضلين الاعتزال على العمل مع المخرج .. هل كنت جادة في هذا التصريح ...؟

- أكدت في العديد من إطلائتك الإعلامية أنك لن تغادر سوريا مهما حصل .. لكنك

غادرت ومنذ شهور عديدة أنت في دبي .. هل لنا أن نعرف أسباب هذا التحول ... ؟

- الأسئلة **الروتينية - التقليدية**: الأسئلة المحددة، أو ما تعدى بالأسئلة **المتعلقة الوقائع**

والمعلومات: وهي الأسئلة التقليدية المتوقعة من الأسئلة الخمسة أو الستة المعروفة فتبدأ

بالأسئلة ماذا؟ كيف؟ من؟ متى؟ أين؟ والبعض يستثني لماذا لأنها تدخل ضمن بنوع

الأسئلة التفسيرية، وهي بالمجمل تقدم معلومات أساسية مطلوبة وتستخدم ضمن

الأحاديث الإخبارية، كونها تعطي معنى لأبعاد الحدث وتركز على سؤال دون آخر

حسب الظروف، كما أن استخدامها يشكل الأساس المعرفي للمقابلة، ثم ينطلق منه نحو فضاءات أسئلة أخرى.

– من تعتبره مثلك الأعلى في مهنتك؟

– متى بدأت أولى محاولتك في عالم الكتابة؟



شروط صياغة الأسئلة:

إن التعبير اللغوي مهم والأسلوب اللفظي المناسب يحدد مسار الإجابات، والمبدأ العام هو أن تصاغ الأسئلة بشكل يضمن الحصول على المعلومات المطلوبة، وكل هذه الشروط تتبع في النهاية لشخصية الضيف.. فبعض الشخصيات تحتاج لإتباع الطريقة المباشرة وأخرى لا تستطيع استخلاص الحقيقة منها إلا ببعض "اللف والدوران".

وعموماً يجب الحرص عند الصياغة الاعتبارات التالية:

(1) لغة السؤال: ومن مؤشراتها:

- يجب صياغة السؤال بلغة مناسبة لموضوع الحديث وللشخصية التي يجري الحوار معها وللجمهور الذي يستهدفه.
- يجب صياغة السؤال بحيث يكون واضحاً بالنسبة للضيف والمشاهد ومفهوماً من قبلهما.
- يجب صياغة السؤال بحيث يتجنب الصحفي استخدام مفاهيمه وتعبيره ومصطلحاته الخاصة.
- يجب صياغة السؤال بحيث يكون دقيقاً باختيار مفرداته.
- يجب صياغة السؤال بحيث يحرص الابتعاد عن الكلمات الغامضة وغير المعبرة بدقة.
- يجب صياغة السؤال بحيث يدرك الصحفي أن الصياغة المختلفة للسؤال تؤدي إلى إجابات مختلفة من جانب الشخصية ذاتها.

(2) علاقة السؤال الوثيقة بموضوع الحوار.

(3) يجب على الصحفي التلفزيوني صياغة سؤاله بحيث يتناسب مع نوعية الشخص الـ1ي يجري الحوار معه.

(4) يجب على الصحفي صياغة السؤال بشكل مختصر.

(5) الأفضل تجنب الصحفي الصياغة المتصنعة المحشوة بالألفاظ البراقة.

(6) تجنب المديح الزائد الذي لا يكون من حقيقة الشخصية.

(7) الأفضل تقديم السؤال عندما يكون مناسباً أو ضرورياً.

(8) قد يلجأ في الحديث التلفزيوني إلى عرض مضمون وسياق السؤال قبل طرحه.

(9) قطعاً لا يمكن عزل نفس الصحفي عن صياغة سؤاله لكنه مع ذلك يجب أن يعي

العامل الذاتي ويسيطر عليه، ويضعه ضمن حدوده الطبيعية.

والخلاصة يجب التقيد عند الصياغة بالشروط التالية:

(1) الإيجاز

(2) الوضوح.

(3) التحديد والدقة.

(4) صياغة السؤال بطريقة تؤكد إطلاع المحاور (لا تسأل السؤال بلهجة غير العارف).

(5) صياغة السؤال بطريقة لا تفترض موقف مسبق.

(6) صياغة السؤال بطريقة تلزم الشخصية بموقف محدد (مثال الشعوب العربية فرحت بإعدام صدام حسين.. وأنت كأحد أبناء الوطن العربي لا أنك فرحت بهذا النبأ...)

(7) تجنب الأسئلة الطويلة والمركبة (الضيف نادراً ما يجيب عن الأسئلة المركبة، فهو أما يجيب عن لشق الأول أو الثاني).

تجنب الأخطاء التالية في الصياغة:

- المناسب بدأ المقابلة بأسئلة لا تأخذ شكل السؤال أو إلحاح الحصول على المعلومات.
- يرصد الصحفي الأجوبة وينتظر أية إشارة لاستدعاء طرح سؤال جديد، بغية الحصول على معلومات إضافية.
- يسأل بسلن المشاهد فلا يتردد بسؤال قد يبدو سطحيًا أو هامشيًا أو قد تظهر نقصاً في معلوماته.
- يجب على الصحفي أن يعرف متى يسأل الاسئلة الصعبة والحرية والحساسية، وعليه يقول "آريل نالدر": ليس هناك أسئلة محرجة وإنما دائماً هناك أسئلة محرجة، ويجب على الصحفي أن يكون مهذباً ومرناً عند طرح السؤال الحساس، وأن يكون مستعداً للتراجع إذا شعر أن الضيف غضب أو تأثر أو انفع، لأن التمادي والإلحاح قد يؤذي القابلة.
- يستحسن الانتباه لعملية الانتقال من السؤال ذي النهاية المفتوحة، إلى السؤال ذي النهاية المغلقة
- ربما يكون مناسباً أحياناً تجنب طرح الأسئلة المباشرة.
- يجب ألا يوجه أسئلة مضاعفة أو مزدوجة قلا يضع أكثر من سؤال في سؤال واحد، كي لا يهرب أو يركز الضيف على جانب واحد.
- يجب الحذر باستخدام الاسئلة الموجهة التي توجي بأجوبتها.
- يجب السؤال دائماً عما يريد معرفته بشكل محدد ودقيق.
- يجب التذكر دائماً أن أفضل الأسئلة هو ذلك السؤال الذي يصاغ وي طرح بطريقة تخلق لدى الشخصية التي يجرى الحوار معها رغبة بالإجابة عنه بطريقة مثيرة وحافلة بالمعلومات.

- يجب التذكر أن أفضل طريقة للحصول على جواب جيد ومثير للاهتمام هي أن يوجه سؤالاً لا يمكن أن يساء تفسيره وأن يكون محدداً بطريقة يعرف فيها الضيف المحاور الإجابة التي يرددها الصحفي.
- الحرص على ملائمة الشخصية التي يجري الحوار معها، فمن يحاور الوزير يجب أن يسأله أسئلة مهمة وتواكب مكانته لا يسأله عن أسئلة يمكن أن يجيب عنها مدير لديه.
- في جميع الأحوال يجب ألا يوجه لضيفه أسئلة كان يجب أن يعرف جوابها في مرحلة الاستعداد والتحضير.
- يجب ألا يوجه سؤاله بنقص معرفته بالموضوع الذي يجري الحوار حوله، أو بالشخصية التي يحاورها.
- يجب على تجنب طرح سؤالاً تخمينياً بالوقت الذي يستطيع فيه أن لا يطرح سؤالاً محدداً وخاصة أن التخمين قد يكون مخطئاً.
- يجب تجنب وخاصة بالأحاديث الإخبارية- توجيه أسئلة ذات نهاية مفتوحة عامة إلى مصادره.
- حين توجه الأسئلة يجب الوضع في ذهنه مختلف الاعتبارات السياسية والاجتماعية وحتى الشخصية التي قد تؤثر بالإجابة عن هذه الأسئلة.
- يشار أن الصحفي قد يكسر أحياناً جميع القواعد المتعلقة بصباغة وطرح نسلسل الاسئلة للحصول على المعلومات التي يردي في موقف معين.

● **تسلسل الأسئلة:** تأتي الأسئلة في الحديث التلفزيوني ضمن سياق وتسلسل محددين، والصحفي المقتدر من لا يترك أي شيء للصدفة ولا يسمح للأمور أن تكون ارتجالية، وكما أن الصحفي يحدد أسئلته وصياغتها بشكل واع وهادف فإنه يحدد أيضاً استراتيجية العامة لتسلسل طرحها، وذلك في ضوء معرفته بطبيعة الموضوع ونوعية الشخصية وموقف الجمهور.

● **طغيان الأسئلة:**

● تحدث "هوف ماكاي" رئيس قسم الإذاعة في المعهد الاسترالي للإذاعة والتلفزيون والسينما مع "براين كيجلي" مدير مركز دراسات الاتصال في استراليا، عن طغيان الاسئلة، وما المقصود بذلك، حيث قال "هوف" أنه حينما تطرح لأسئلة من الصعب تجنب انطباع بأنك تحول المجيب لشكل ما إلى ضحية، فحين توجه سؤالاً إلى شخص ما، ثمة قوى محركة (ديناميكات) كثيرة تبدأ العمل، إحداها توقع جواب لمجرد أن توجه سؤالاً، وهذا بدوره يشكل ضغطاً على من وجه له السؤال، فقد لا يكون ثمة جواباً عن هذا السؤال، (قد يكون وجه إليك ا لصحفي سؤالاً غير قابل للإجابة)، أو أن الشخص الذي سؤل لا يملك جواباً عنه)، لكن مجرد توجيه السؤال يعني وضع التزاكم عليه لأن تقدم جواباً، فالأسئلة أداة فجة وغير كافية للحصول على معلومات، في حين أن كتب الصحافة تقول أن الاسئلة هي أكثر الطرق

فاعلية للحصول على معلومات، والحل للتوافق في ذلك هو أن نحدد ما هي أهداف الحديث وغايات المحاور.

- عدم التصريح بالنشر "OF THE RECORD": من الوجائب الأخلاقية الالتزام بوعده عدم النشر إذا منح للمتحدث، فكثيراً ما يطلب الضيف إغلاق جهاز التسجيل والاستماع إلى عبارة "ما سأقوله لك الآن ليس للنشر"، وهذه قد تسبب مشكلة لدى إدارة المؤسسة التي ترى أن أهم ما في الحديث ما طلب بعدم نشره، ما يدفعها للمقايضة بين عدم النشر نهائياً أو النشر كاملاً.



إشكالية الاستجواب الصحفي

بقلم: "غابرييل غارسيا ماركيز"

طرح على أحد الصحفيين هذا السؤال العادي خلال مقابلة صحفية ، وهو: "ما طرقتك في العمل؟" .. وبقيت صامتاً إلى أن قال لي فيما إذا كنت أجد السؤال صعباً جداً، كي ينتقل إلى سؤال آخر، وأجبتة "بالعكس أنه سؤال سهل جداً، لكنه طرح علي بشكل يعنلي أبحث عن إجابة جديدة، وشعر الصحفي بحرج، لأنه لم يفهم كيف أستطيع تفسير طريقي في العمل، كل مرة بصورة مختلفة، ومع ذلك فإن الأمر كذلك، فعندما تعين علي أن استجوب مرة كل شره تقريباً من قبل صحفي، خلال فترة اثنتي عشرة سنة، كان لا دب من تظير شكل من الخيال الخاص، كي لا تصدر دوماً نفس الأجوبة، فالمقدمة هي نفسها دائماً، وتجري دوماً وتقريباً بواسطة الهاتف حيث يفيد صوت ودود ومنعش: "لقد قرأت سائر المقابلات الصحفية التي تمت معك، أنها تتشابه كلها،، إنني أرغب القيام بشيء مغاير"، ولا يصلح هذا لأن نجيب أن كل فرد يردد الشيء نفسه، ولن أقول ذلك أبداً، لأنني اعتبرت نفسي دوماً وقبل كل شيء صحفياً وحينما يطلب مني صحفي آخر أن أخصه بمقابلة صحفية أحس أنني بلا حيلة من أمري، وبل في الوقت نفسه ضحية ومتواطئاً، وحينئذ أقبل في النهاية وأنا مدفوع بهذه الرغبة الانتحارية العنيدة التي نحملها جميعاً في أنفسنا، وتكون النتيجة في ثلثي الحالات هي نفسها، إذ لا تحتوي المقابلة الصحفية على ما يختلف، لأن الأسئلة دوماً هي نفسها.. بما في ذلك السؤال الأخير: "فهل ترغب أن ترودني بسؤال لم يسبق لأحد أن طرحه عليك، ثم تجيبني عنه؟"، ويكون الجواب دوماً: "لا"، وهناك صحفيون لا يتصورون مدى الحزن الذي يجره فشلهم إلى أشخاصهم، لأنه ليس فشلاً بالنسبة إليهم بمفردهم، بل للطرفي معاً.

وأبقى دائماً بانتظار الأحد المقبل؛ حيث يفتح القارئ صحيفته ليقول وقد خاب ظنه، وربما بانفعال: "أنها دوماً المقابلة نفسها الصحفية مع نفس الكاتب القديم!، لقد ضج سمعي بذلك!" ويقفز، وله الحق في أن يقلب الصفحة إلى أخرى مسلية، واعتقد أنه في المستقبل القريب جداً لن يقبل أحد على شراء صحف تنشر مقابلات معي.

وتوجد أنواع مختلفة من الصحفيين، لكنهم جميعاً يملكون صفتين مشتركتين: أنهم يعتقدون بأنها ستكون أعظم مقابلة في حياتهم ويمتلكهم الخوف، وأما ما يجهلونه وسيكون عملياً جداً أنهم أدركوه- أما جميع الأشخاص الذين لم معنى للمسؤولية، يمتلكهم خوف أكثر منهم، أسوة بما في العلاقات الغرامية، أما الذين يعتقدون أن الخوف يمتلكهم بمفردهم فإنهم

ينتمون إلى نموذجين متعارضين، هما أما ودودون أو عدوانيون ولا يقوم الأولن بأي شيء ذي قيمة كبيرة، بينما ينجح الآخرون في إثارة سخط الأشخاص، وقد قال لي مرة صحفي ممتاز من الإذاعة "ذلك شيء جيد جداً، لأنهم إذا غضب الشخص وخرج عن جادته، فسيتترك الحقيقة تنفلت"، وهناك آخرون يستخدمون طرق أساتذة سيئي محاولي تصيد الشخص، وجعله يناقض نفسه، ويقول شيء رغم عنه، والأسوأ أن يعترف بأشياء لا يعتقد فيها، لقد واجهت مرة قضية من هذا النوع من الصحفيين وكانت النتائج دوماً متعبة.

وأفضل من تخصص في مثل هذا النوع من المقابلات التي يمكننا أن نطلق عليها مقابلة الحرب، هي "أوريانا فلاتسي"، ويشاع أنها لا تغير قطعاً كلمة واحدة مما يقوله الشخص أمام المايكروفون لكنها تغير تسلسل الأجوبة عمداً، وما هو أهم أنها تغير عنوان أسئلتها كي تبلغ أهدافها بصورة أفضل، ولا أملك دليلاً على ذلك وربما الين يتحدثون لي عنه لا يتوصلون به مع احتمال كبير من مصدر موثوق به، ومع ذلك فأني لا أعتقد أنت تكون هذه الطريقة أقل شبهة التي تستعملها المجلات الأمريكية "التايمز ونيوزويك" اللتان تسجلان ساعات عديدة من الحوار ثم لا تستخدم سوى صفحة واحدة دون البحث فيما إذا كانت التحويرات لا تضر بمعنى النص.

إن نتائج "أسلوب أوريانا فلاتسي" على أية حال واضحة دوماً ومشوقة، وقل من قاوم بين الشخصيات في العالم تخصيصها له بمقابلة، أما من جهتها فلم يكن هناك سوى رجلين أدركا كيف يمتططيانها: "الأمير رينييه أمير موناكو، ومونونيور هيدلر دي كامارا بل أن هنري كسينجر اعترف في مذكراته بأن مقابلتها معه كانت بمثابة كارثة، وهو ما يتميز بسهولة الفهم، ما دام لم يوفق أحد باكتشاف الكثير من الأشياء الكامنة فيه، سواء من الداخل أو الخارج، بصورة دقيقة وكان الأمر لا يكمن أن يحصل بطبيعة الحال سوى باستخدام وسائل خيالية.

إن على الصحفي الجيد -بنظري- أن يستطيع الخوض في محادثة شفافة، مع الشخص المعني، ويستخرج منها فيما الجوهر، انطلاقاً من نقط مختصرة جداً، لكن تون النتيجة حقيقة (حرفية) بطبيعة الحال، وإنما اعتقد أنها ستكون أكثر إخلاصاً وأكثر إنسانية، كما كان عليه الحال خلال تلك السوات الطويلة من الصحافة الجيدة، قبل حدوث ذلك الاختراع الشيطاني الذي أطلق عليه اسم فظيع "جهاز التسجيل"، ويبدو حالياً أن الصحفي لا يضغي إلى ما يقال، ولا يعتبره هاماً، لأنه يعتقد أن جهاز التسجيل يسمع كل شيء، لكنه ينزعج: لأن جهاز التسجيل لا يسجل نبضات القلب، وهو الجزء الهام جداً في المقابلة، ومع ذلك لا تعتقد بأن هذه العيوب أو النقائص ترضيني بل بالعكس: أمل الشخص في قدوم صحفي أحمه في يو من الأيام.

الفصل التاسع:

نهاية الحديث التلفزيوني وخلاصة المقابلة التلفزيونية الجيدة

نهاية الحديث التلفزيوني:

حدد بعض الباحثين ثلاث وظائف إنهاء الحديث التلفزيوني:

- 4) يجب أن تشير النهاية إلى اختتام المقابلة وليس إلى انتهاء العلاقة مع الشخصية، فالعمل التلفزيوني قد يتطلب مقابلات مستمرة أو دورية.
- 5) يجب أن تؤدي النهاية إلى تعزيز العلاقة مع الشخصية وأن تؤكد إيجابية وأهمية الحديث.
- 6) أن تلخص النهاية مجمل الحديث، وفي هذه الحالة على الصحفي أن يحاول أن يكون تلخيصه دقيقاً ويتضمن مختلف الموضوعات والجوانب التي دار حولها الحوار.

لإنهاء الحديث التلفزيوني يمكن إتباع الطرق التالية:

- 6) استخدام أسئلة التصفية: التي تتيح للصحف أن يعرف إذا كان قد تعرض لمختلف الموضوعات أو مختلف جوانب الموضوع (هل هناك أي إضافات؟ أي شيء لم نتحدث عنه؟)...
- 7) يذكر الصحفي بوضوح عزمه على إنهاء الحديث ويشير إلى تحقيق الهدف (حسناً هذا كل ما أردت الاستفسار عنه، وقد تفضلت بتقديم كل ما يهم المشاهد ويود معرفته...).
- 8) يستطيع الصحفي أن يشير إلى حقيقة انتهاء الوقت المخصص للحديث وخاصة إذا كان ثمة اتفاق مسبق مع الضيف على وقت محدد: (الوقت انتهى الذي تكرمت به)، وعموماً فإنه عند التسجيل أو الهواء يعرف الضيف من خلال إشارات مدير الاستديو إلى الصحفي بقرب انتهاء الوقت، أو الوقت المتبقي لينهي الحوار)، حسب الخطة البرمجية للقناة.
- 9) التعبير عن رضا الصحفي بالحديث (استمتعت بالحديث معكم.. وأشكركم على كل ما تقدمتم به من معلوما....).
- 10) يمكن أن تكون نهاية الحديث باستخدام اللغة اللفظية الصريحة.. (وهكذا انتهى حديثنا مع....).

يذكر بعض الباحثين نصائح مفيدة في مرحلة نهاية المقابلة ومنها:

- 7) كن حرصاً ومخلصاً، ولا تعطي وعوداً لا تستطيع تحقيقها، أو لا تريد تحقيقها.
- 8) لا تسرع إلى إنهاء القابلة وتذكر أن المشاهد يتذكر آخر شيء قيل في المقابلة، وتذكر النهاية تشكل جزء لا يتجزأ من المقابلة وليس شيئاً إضافياً وملحقاً لها.

9) لا تطرح موضوعات وأفكار جديدة في الوقت الذي تكون فيه المقابلة وصلت فيه عملياً أو نفسياً إلى نهايتها.

10) تذكر أن المقابلة لا تنتهي إلا حين تنتهي فعلاً، فالطرف الآخر يلاحظ كل ما قلته أو لم تقله، أو فعلته أو لم تفعله، فقد تحدث مفاجآت، ما يلزم اليقظة.

11) تجنب النهاية المزيفة أو المصطنعة، ويحدث ذلك عندما تشير الرسائل اللفظية وغير اللفظية أن المقابلة في طريقها إلى النهاية، ما يوجب الانتباه.

12) تجنب ما أسماه "إيرفنج كوفمان" الوداع الفاشل، الذي يحدث حينما يودع الصحفي ضيفه ثم يتذكر أنه نسي شيئاً، ويحاول استئناف الحوار وإعادته لنقطة الصفر.

إنهاء الحوار

قبل إنهاء أي حوار، يقوم الصحفيون المحترفون بما يلي:

- يراجعون سريعاً الملاحظات التي دونوها لتحديد ما إذا كان هناك أمر يحتاج إلى استيضاح.
- اسأل مصدرك: هل هناك شيء لم أسأل عنه وتريد إضافته؟
- اسأل: "هل تشعر أن الفرصة أتاحت لك لتقول كل ما أردت قوله؟"
- اسأل عن المصدر الذي يتحتم عليك محادثته بعد مصدرك الحالي؟
- اسأل عن أي وثائق تكون في حوزة مصدرك؟ ويتضمن ذلك وثائق قد تكون مرئية لك في مكتب المصدر بصفة خاصة.

الفصل العاشر:

المقابلة ضمن التحقيق الاستقصائي



اللقاءات الصحفية في التحقيق الاستقصائي:

بقلم جيري أورهامار :صحفي مستقل

الجزء الأول من اللقاءات الصحفية:

- كيف تكون مستعداً:

يجب على المحرر الصحفي، قبل أن يبدأ للقاءات التحقيق الصحفي، أن يدرس الموضوع نفسه بعناية، وعادة لا تكون مشكلة ، فإنك ستكون قد رجعت إلى القاعدة البيانات، وقمت أيضاً بمراجعة القوانين والقواعد الحكومية.

- ما تقوم به من بحث يدور حول.....

فبدلاً من قولك لشخص ما) إنني أعمل في موضوع عن -(...فالأواقع أنك قد لا تتجح إطلاقاً في إنجاز هذا الموضوع إذا لم تحط ما تجريه من تحقيقات بالغموض -قدم ببساطة تفسيراً عاماً عما تقوم به.

- اختبار مدى صدق الإجابات:

لدى قيامك بتخطيط اتجاه الأسئلة التي ستوجهها، ضع بينها أسئلة تكون بمثابة مصيدة للتحقيق مما إذا كان الشخص الذي تجري معه اللقاء يقول الحقيقة، بل إن كان يعرف الحقيقة.

- ماذا عن سلوكك:

قد يكون سلوك المحرر الصحفي هو الأمل الذي يؤدي إلى نجاح اللقاء الصحفي أو فشله. إن هناك أوقاتاً يجب فيها أن يكون حازماً، بل وحتى صارماً أثناء المقابلة، غير أن المحرر الصحفي الذي يبالغ في إظهار قوته منذ البداية قد لا يتحرك مطلقاً عن نقطة البداية.

- اللقاء الصحفي الدفاعي:

تعتبر لقاءات التحقيقات الصحفية مهمة محفوفة بالمخاطر، فإن التعرض للمقاضاة -سواء كانت دعاوي تشهير أو افتراء أو الاعتداء على الخصوصية -تظل ملازمة لمواضيع التحقيقات الصحفية مثل ظلها.

تقول أوليف تاللي) :إنني أجري كل مقابلة صحفية كما لو كنت سأستدعي للشهادة عما كان يدور في ذهني).

تجنب التصريح بعبارات يمكن لأي شخص -وغالبا ما يكون هو محامي الشخصية المستهدفة من التحقيق أن تقول عليها فيما بعد أنها قذف.

عندما أجرت ماري هارجروف تحقيقها الصحفي، وضعت لنفسها قاعدة تقول :عندما تتحدث إلى شخص لا يرتاح حقيقة إلى الموضوع، فيجب عليك أيضاً أن تسأل ما الذي يفعله هذا الشخص

على نحو سليم .وعندما تتحدث إلى شخص يرتاح بالفعل إلى الموضوع، فعليك أن تسأل ما الذي لا يفعله على نحو سليم.

ومنذ تلك اللحظة جعلت هذه القاعدة لكل التحقيقات الصحفية، ثانياً، عندما توجه إلى من تجري معه اللقاء سؤالاً عما يفعل على النحو السليم، فإنك تظهر له أنك لا تشعر تجاهه بالحدق. وتضيف هارجروف إنها تتجنب استخدام معلومات من متحيزين سواء ضد أو مع موضوع تحقيقها الصحفي وتحاول الانحياز فقط إلى أولئك الذين يقفون في منتصف الطريق.

الجزء الثاني من اللقاءات الصحفية:

• الاستعداد:

إذا كنت تأخذ أهبتك لإجراء لقاءات صحفية مع أشخاص في بؤرة التحقيق الصحفي، فإن عملية التخطيط تصبح أكثر أهمية.

ضع الأسئلة بالترتيب الذي تريده عندما توجهها، فإن التقاليد الصحفية القديمة تملي عليك أن توجه أولاً الأسئلة اللطيفة، وأن ترجئ الأسئلة العسيرة إلى ما بعد.

توصي ماري هارجروف بإعداد مجموعتين من أسئلة -إحداهما مطولة ومكتملة والأخرى مختصرة.

اسأل نفسك وأنت تعد الأسئلة: كيف يكون وقع هذا السؤال إذا كنت أقف على منصة الشهود وإذا ما طلب مني تبرير أساليبي وتصرفاتي في إتمام موضوعاتي؟.

• ودية أم لا:

تميل أوليف تاللي إلى انتهاج الأسلوب الودي غير المتحدى أو غير العدائي في هذه اللقاءات الصحفية لأنها تناسب شخصيتها.

• الإنصات إلى المتحدث:

(إنني أحاول أن أتأكد ألا يصل بي الإحراج في المقابلة الصحفية إلى الحد الذي أفقد فيه بساطة السؤال .وأنا أفعل ذلك بمحاولة الاحتفاظ بالتركيز).

وثمة سبب آخر في أن الأسئلة البسيطة هي أفضل: إنها لا تتيح فرصة كبيرة للمراوغة .فإن شخص حاد الذكاء الذي يجري معه اللقاء يستطيع أن يأخذ السؤال المعقد ويلويه ليجعل منه شيئاً آخر غير الذي تقصده .ومن ثم فإن الإجابة لن تكون متصلة بالموضوع وبلا معنى.

في الموضوع .عندما تصيغ أسئلتك اجعلها مباشرة، ومختصرة وفي الموضوع .إن مثل هذه الأسئلة سوف تؤدي على الأرجح إلى إجابات مباشرة.

• ما هذا الذي سمعته حالاً؟:

حاول، أثناء إجراء لقاء صحفي، السعي إلى جعل من تجري معهم اللقاء يوضحون ما يقولونه لك أو يشرحون ما تظهره الوثيقة.

• لا تكن كلك آذان فقط:

أن تكون مستمعاً جيداً هو جوهر إجراء المقابلات الصحفية الجيدة. ولكن عليك أيضاً بالنظر جيداً. فالحاستان تسيران جنباً إلى جنب، تقول ماري نيزويندر، إن الإنصات يتيح لك بحق الاستماع إلى ما قبل، ولكن ما لم يقل، هو الأهم، إن التغيرات في مقام الصوت، الاتصال بين العيون، وإشارات اليد، ولغة الجسد، جميعها جزء من اللقاء الصحفي.

• هل سمعت بهذه؟

هناك أسلوب تتبعه ماري هاجروف وهي أن تجعل الشخص الذي تجري معه اللقاء الصحفي يقتنع بأن الناس يتكلمون عنه.

قلت لريتشارد، "ماذا تقول لهؤلاء الناس؟ لقد سمعت بذلك؟ أليس كذلك؟"

• المواجهة بالحقائق:

تتيح ماري هاجروف لمن تجري معهم اللقاء الصحفي ببعض "الأخطاء" القليلة فقط في هذه اللقاءات الختامية قبل مواجهتهم بالمعلومات المضادة، وكثيراً ما تتحول اللقاءات الصحفية إلى مباراة في سرعة البديهة.

هناك صمت، ثم هناك صمت:

تقول تاللي، التي تصف نفسها أساساً بأنها فتاة ريفية من تكساس أن من بين الأساليب التي تتبعها هي أن تقوم بدور الأخرس.

"إن لدي روتين الصمت وبعد ذلك لدي روتين أن أجعلهم يعرفون أنني أعددت للموضوع جيداً وأن الأمر يتوقف على الشخصية التي أجري معها اللقاء لمعرفة ماذا أعني ضمناً في الحالين، وفي أحيان كثيرة أحصل منها على الكثير بأن أظهر بعض الغباء بدلاً من محاولة التباهي أمامهم بالقدر الذي لدي من المعلومات"

إذا أفرط المحرر الصحفي من إظهار قوته، والتباهي بأنه يعرف بالفعل كل شيء فإن الشخص موضوع اللقاء قد يتساءل لماذا أذن هذا اللقاء معه. لقد تعلمت ذلك تاللي بعد عناء.

• الترهيب، الجزء الأول:

لا تشكل الأسئلة الموجهة كتابة والرد عليها كتابة لقاء صحفياً، إنها شبيهة أكثر باستجابات المحامين المكتوبة، وهي بديل هزيل لذلك التبادل الذي يتدفق بحرية بين أسئلة وإجابات تتم وجهاً لوجه أو عبر الهاتف.

تقول ماري هارجروف أنها أحياناً توافق على الطلب بتقديم الأسئلة كتابة، ولكن يجب علينا قبل أن نبدأ العمل في تحقيقنا أن نعتبر ذلك مجرد استثناء. أقول لهم، إذا كان الأمر سيتم على هذا النحو، فمن حقي أن أقوم بإعادة تحرير الإجابات.

• الخلاصة:

من الأهمية بمكان ألا تنسى السبب في وجودك هناك. إن عملية التحقيق الصحفي الذي تقوم به تصل إلى ذروتها عندما تواجه الشخص أو الأشخاص الذين تعترزم الكتابة عنهم، وأن تكشف النقاب عما توصلت إليه، وأن تسألهم "كيف تبرون ذلك؟ ما هي إجابتكم؟ لماذا حدث ذلك؟ ما قولك من ذلك؟"

• ولكن لا بد من إعطائهم الفرصة للإجابة.

• إنك تقوم بعملك من أجل العدالة.

• وتقوم به من أجل الدقة.

وتقوم به أيضاً لأن هذه المقابلة الصحفية -التي يجب أن تنشر -هي أهم وأشق مرحلة في عملية التحقيق الصحفي برمتها. وربما ينجم عنها تصريحات هائلة، أو اعترافات مذهلة، أو تفسيرات مدهشة، والأهم من ذلك، أن ينجم عنها تأكيد أو نفي استنتاجاتك الأساسية في هذا التحقيق. وإذا ما سارت الأمور على ما يرام، فإن هذه اللقاءات الصحفية قد تنتهي بك إلى موضوع تحقيق صحفي جيد كما أردت له أن يكون.

أولاً تكتيكات إجراء المقابلة في التقصي حسب مارك هنتر:

- 1- تسلح بالأخبار: (أحضرها معك)، فسجلات الأخبار المليئة بالأخطاء من المفيد مراجعتها مع المصدر لمعرفة ما الحقائق الصحيحة.
- 2- سيطر على الوضع: فكر بالمقابلة على أنها مكاسرات إدارات، فالوقوف في منطقة تشعر بالراحة تجعل الصحفي يسيطر على أدواته.
- 3- اترك مسافة بينك وبين مصدرك فالمصدر ليس صديق وبالتالي إذا أصبح الصحفي صديقاً لمصدره سيخونه، فكثير من المصادر دجالون وقد يُغرق الربان بحارته فلا يغرق معه، كما أنه ليس عدواً يتوجب سجنه حتى لو كان بريئاً.
- 4- استعمل دفاع المصدر ضده، يقول المثل كن مثل الصحفية الإيطالية أوريانا فلانتي في مقابلتها الكلاسيكي مع وزير الخارجية الأمريكية الأسبق هنري كيسنجر حينما ابتدأت بمواجهة مذلة حين أدار له ظهره ثم سأله إن كانت ستقع في حبه فغضبت وأدركت أنه يعاني من مشكلة معينة مع النساء وأنه يستغل صحفية تقوم بعملها بلى أخلاقه وبالتالي لا يستحق شفقتها فعاقبته بأسئلتها التي تركز على جزئيات محددة من المعلومات تتالياً إلى أسئلة تستخدم خدعة الاستفزاز أو الإطار الأنثوي من مثل: أسئلك الآن ما سألت رواد الفضاء؟ ما الذي تستطيع فعله بعد سيرت على القمر وشيئاً فشيئاً أصبح كيسنجر غير متوازن وفقد سيطرته على المحادثة وعلى نفسه وما أفضى به كنتيجة فتح مدخلاً لها إلى صميم القوة، والخلاصة لا تحمل شفقة حيال الأقوياء بخاصة حين لا يلعبون بشكل عادل، وإذا رايت ضعفهم،... استغله.
- 5- فاجئ المصدر: بمراجعة المعلومات والمقابلات الماضية يمكن للصحفي أن يشق أرضية جديدة وسيدش حين يرى ما تجاهله الصحفيون عن ذلك المصدر.
- 6- دع المصدر يفاجئك عبر سماع المصدر وتركه يتحدث ويطرح الأسئلة وتشجعه على الإجابة عنها بدل التقيد بتسلسل أسئلتك.
- 7- اجعل المصدر يعمل: يجب تحفيز ذاكرة المصدر وإطلاق تجاربه المؤلمة ليأخذك في رحلة عبر الأحداث المناقشة.
- 8- اصغ إلى المصدر: وهو الرمزية خلف الحوار، فيجب عدم تجاهل المغزى، وخاصة إذا كان متعلقاً بتغير صوت المصدر، الذي يعد كعلامة على التوتر أو للحظات التي تصبح فيها لغة المصدر غامضة أو مكررة فهذا دليل استحضر الذاكرة أو حين يجيب المصدر عن سؤال لم تسأله فهو أما يحاول الأخبار عن ما هو مهم حقاً، أو يحاول تجنب منطقة مهما من الموضوع.

9- ضع المصدر ينخرط معك بالموضوع: فالعلاقة مع المصدر ما قد تكون أكثر أهمية من أي معلومة قد يخبر بها ما يوجب البقاء على اتصال دائم بالمصدر لتشارك المعلومات والتعليق عليها فالاطلاع المصدر على تقدم المستقصي في العمل سيشعره بقيمة معلوماته وتجعله منخرطاً بعمق في المشروع وشريك فيه. كما أن على الصحفي أن يعلم أن أكبر خطأ كلاسيكي هو اعتبار مقابلة المصدر من أجل المعلومات فقط وليس من أجل استكشاف العاطفة، ولعل إدراك بوب وودرود وكارل برنستين أن خوف مصادرها له قصة كبيرة ورئيسة هو ما أوصلاهما إلى الوترجيت، وعموماً من أبسط اساليب التعامل مع ردود الفعل العاطفية للمصدر أو مستقصي كتابتها في مجرى التحقيق وتحديد أماكن ورودها وما قاضت إليه من أحداث وكيفية التحقق منها مثلها مثل غيرها لتعريف أنماطاً معينة للتفاعل مع المصادر وأماكن الخطر التي تمليه تلك المشاعر وما يتوجب فعله من تأكيد أو بناء تحالفات للحماية.

10- راجع ملاحظاتك فوراً فربع ساعة بعد المقابلة قد تكون كافية كي لا ينسى الصحفي أن يكتب ملاحظاته من انطباعات ومواقف غامضة وتفاصيل ستخطر له فورة انتهاء المقابلة ويتوجب عليه حصرها وتسجيله.

11- لا تستسلم قط إن رفض المتسبب مقابلاتك فالتحقيق لا يكتمل إلا بمواجهته وفي هذه الحالة إذا قال المصدر "لا أريد الكلام معك"؟ تشمل الإجابات الصحيحة عليه ما يلي:

- "من فضلك قل لي إذا مع من يجب أن أتحدث بدلاً منك".
- "من فضلك سجل رقم تليفوني في حال إذا أردت محادثتي فيما بعد".
- "سأعود إليك فيما بعد عندما يكون لدي معلومات أكثر، من حقك التعليق على أي حقائق تعنيك وسوف أحترم ذلك".

12- خذ استراحة قصيرة كلما استطعت: لا يجري صحفيي الأخبار مقابلات تطول عن ساعة أو ساعتين لكن المقابلات الاستقصائية قد تطول لأيام مع فواصل زمنية لذا يجب أن يكون الصحفي واعياً إذا تعب المصدر أو توتر فلا يستفذه ويجعله عدوانياً.

ثانياً: تكتيكات الحديث:

1. يفضل أن لا يقول الصحفي لمصدره حين بدأ الحديث، هناك مشكلة، أو إذا كان لا يسبب لك ذلك مشاكل، فهذا يوحي بالخوف، بل طلب المساعدة لتكون القصة الاستقصائية التي يرويها الصحفي كاملة.
2. لا يقال للمصدر أنت الوحيد الذي لديك معلومات وقادر على المساعدة أو حل القضية، بل يجب جعل المصدر يدرك أن لى الصحفي مصادر خبيرة مثله يمكن أن تساعد.

3. وضح منذ البداية هدف تحقيقك ومضمونه للمصدر، عبر القول: "أنا هنا لأنني أؤدي هذا، هل لديك متسع من الوقت؟ هل يمكنني تدوين كلامك؟ إذا ما أخبرتني بشيء لا تريد نشره سأتوقف عن تدوينه، أشرح ذلك من البداية، فالصحافي الاستقصائي باحث عن الحقيقة وليس جراحاً يجري عملية جراحية".
4. يجب تحديد المصدر سبب اختياره، كما سبب اختيار الموضوع مضمون التحقيق، فإذا سأل لماذا موضوع التحقيق هذا؟ ولماذا هو دون سواه؟ تكون الإجابات الصحيحة:
- "هذا التحقيق مهم، وأرغب بسرده على أفضل وجه".
 - "أنت الخبير بالأمر".
 - "أود أن أستمع إلى روايتك للقصة، وأن أعرف رد فعلك على ما قاله الآخرون".
 - "يمكنك مساعدة الناس لمعرفة الحقيقة.. ساعدني في استكمال الصورة".
5. لا مانع من مديح المصدر بما هو فيه، كتقدير خبرته، وإظهار احترامها.
6. لا يتوجب الطلب من المصدر المقابلة في مكان يسبب له إحراجاً، بل يتوجب اصطياده في أماكن يسعر فيه بالارتياح والأمان.
7. إذا أظهرت للخبير فهماً يجاريه بالقضية، كن متأكداً أنك لن تجبر على الاعتراف في لحظة أن معرفتك أقل مما تظاهرت فيه، كي لا تفقد ماء وجهك أمامه، وإذا أظهر المستقصي دور البريء الجاهل الباحث عن يتتور، ثم انتقل لدور الخبير العارف كي يصيد متحدته، يجب أن لا يبدو كأنه كان يكذب.
8. ترتبط أساليب إجراء المقابلة بخصائص المجتمع الثقافية، فمثلاً يحب الأمريكيون تسجيل حواراتهم بينما يكره الفرنسيون ذلك، وهذا ينطبق على كل شعب وفق خصائصه.
9. لا تخرج هدف المقابلة عن مجراها، ولا تحد بها بعيداً عن غاياتها، إذ تقول رنا الصباغ: "في الغرب يدخل الصحفيون ويجرون الحوارات وهم يعرفون ما يستهدفونه، بينما في الوطن العربي يهدر الصحفيون ثلاثة أرباع الوقت المخصص للحوار في المجاملات، وعندما يبدأون بطرح الأسئلة الحيوية يقول المسؤول: انتهى الوقت المخصص لكم، لأنهم لم يعتادوا اصطياذ المسؤولين".
10. حماية المصدر واجب، ولذا يجب أن يتوافق الصحافي والمصدر على أساس أن المعلومات للنشر مع مصدرها، أو ليست للنشر، أو للنشر دون ذكر اسم المصدر، وهنا يمكن استخدام معلومات ونسبها إلى مصدر مقرب أو مطلع وفق مصطلح متفق عليه، لأن الكثير من المصادر تريد نشر المعلومات لكن دون ذكر اسمها وهو ما يقصدونه بقولهم: ليس للنشر ولهذا يجب على الصحفي أن يسأل من غير المصدر يمتلك المعلومات وكم عددهم وهل يشير نشر المعلومة للمصدر مباشرة وما يجب المصدر أن

يسمى عند النشر، وفي بعض الأحيان عندما يكون الحوار ليس للنشر يطلب من المصدر أن تكون أجزاء منه للنشر، لكن إذا أتت المعلومات من أكثر من مصدر مختلف يمكن نشرها وإذا طلب المصدر أن يرى التحقيق قبل النشر غير محق، إلا أنه يمكن أن تقرأ له نص تصريحاته"، وعليه يقول "هنتر" حين يقدم المصدر وثائق سرية، أسأله من يعلم بها، كي يفهم أنك لا تريد أن تستشهد بها مباشرة إذا كان ذلك سيلحق الضرر به، واكتب جانبها "NFC" "Not for Citation" أي ليس للاقتباس أو الاستشهاد، ودع المصدر يرى ذلك، ويعلم كيف تفكر بحمايته. وعموماً فإن على الصحفي أن يعرف أن استخدام مصادر مجهولة يحول مخاطر استخدام المعلومات من المصدر إليه سواء بالمصادقية أو لدى القضاء ما يعني عدى النشر إلا مع التأكد من إمكانية العثور على دليل توثيقي للمعلومة من مصدر آخر ومناسبتها لنمط المعلومات المتحقق منه وموثوقية المصدر ومعرفة سياق الاقتباس من الوثائق والحصول على نسخة منها .

11. أرسل للمصدر نسخة من الحوار بعد نشره، تواصل معه حتى لا يظن أنك شخص سيء أو خائن"، فمواظبة الاتصال مع المصدر سيساعد على استمرار مسيرة هذا المصدر مع التحقيق، وكذلك بناء مصادر لمشاريع استقصاء مستقبلية، فالنصيحة الموجه دائماً للصحفيين المبتدئين "لا تخلق أعداء بالاستقصاء"، فالتعامل مع الناس بطريقة تحترم حقوقهم وحقوق الصحفي ستجعل حتى أعدائه يحترمونه، وما هو أكثر أهمية سيخلق أصدقاء، ومن نوعية أرقى، أكثر من الأعداء.

12. ينصح استخدام الصحفي النصائح البريطانية الثلاث في أصول المقابلة الصحفية، وهي:

- لا تكذب أبداً، ولا تعط معلومات مزيفة، إلا إذا كنت مضطراً لذلك كملاذ أخير، وتذكر أن اكتشاف كذبة قد يعرضك لنتائج تمتد من إلقاء خارج الغرفة إلى إطلاق الرصاص على قدميك، إلى تعذيبك.
- لا تقل الحقيقة كلها أبداً.
- إن كنت لا تستطيع الإجابة عن سؤال، اعترف بذلك.

13. من المفيد أن يفهم الصحفي خلال حوار مع المصدر دوافع المصدر للتحدث وينطلق منها.

ثالثاً: تكتيكات الانصات والاستماع:

إن الانصات فناً، فالمحاور الجيد هو المستمع الجيد، وأياً كان نوع الاسئلة التي يطرحها الصحفي على المتحدث فإن طريقة الاستماع إلى الإجابات تحدد إلى درجة كبيرة نجاح الحديث الصحفي، ولا يجب أن يكون الاستماع دون تركيز، بمعنى أنه لا يجب أن يترك

المتحدث يتكلم إلى أن يتوقف كي يقاطعه بتعليق أو سؤال آخر، وهنا يجب أن لا يسرف الصحفي نفسه في الحديث وهذا يهدف الهدف الذي جاء من أجله، متمثلاً بالحصول على أخبار ومعلومات وآراء المتحدث، وعليه يشير بعض كبار الصحفيين أن تعلم فن الاستماع والانصات مان أكبر درس في حياتهم المهنية، ويتمن هذا الدرس شيئاً من الصبر والانصات العميق الذي يجعل المتحدث يشعر أنه محاوره مهتم لما يقوله وأنه يريد الاستماع إليه بل وتستمتع بما يقوله أيضاً، ولاشك أن استخدام التسجيلات سواء الصوتية أو عبر الكاميرا تتيح فرصة أفضل اليوم للتركيز والانصات فيما يقوله ضيفه، والحكمة المتوارثة بين الصحفيين في هذا المجال "كي تدفع الناس للتحدث يجب أن تتعلم فن الانصات وكيف تستمع لهم وتجيد استخدام هذا الفن.

إضافة إلى أن ملاحظة الكاميرا ومن ورائها الجمهور لعدم انصات الصحفي يعطي انطباعاً عنه لدى الناس أن الحوار عبارة عن سؤال وجواب وليس تفاعلياً، فكما يقول العامة "العين مغرفة الكلام"، بمعنى الانصات لا يعني فقط الاستماع بالأذن بل وفي التلفزيون يصبح عبر المتابعة بالعين أيضاً، خاصة مجرد شعور المتحدث أن الصحفي ينظر إليه سيولي مزيداً من الاهتمام له وسيحرص على التعامل والتفاعل معه بشكل أفضل، وهذا سيتعكس بدوره على الإجابات، كما على الاسئلة المستمدة من الانصات والاستماع للمتحدث.

ويرى حسني نصر وسناء عبد الرحمن أنه من الضروري أن يرافق الانصات الجيد ثلاث مهارات أخرى أثناء إجراء الحديث، تصب في دفع المتحدث إلى الخوض في كلامه، والحديث المستفيض مع الصحفي، وعدم الشك بوجود نوايا سلبية تجاهه، وهي:

أولاً: التعامل الإنساني مع المتحدث، حتى لو كان متهماً بارتكاب أفعال غير سوية.
ثانياً: وعدم الحكم الأخلاقي على أقوال المتحدث أثناء الحوار، ما يوجب التعامل الأخلاقي مع المتحدث.

ثالثاً: إظهار الاهتمام بالمتحدث وبما يقوله.

وتقنيات الانصات وفن الاستماع تقتضي أن يحسب الصحفي وتدريب على تقدير الوقت الذي سيمنح لضيفه عن كل إجابة، لذلك يطرح الاسئلة دون تلغماً تاركاً الفرصة للإجابة ومعها يبدأ الاستماع المفترض واللازم والواجب أن يكون على درجة كبيرة من الاحترافية والجودة

1- ابدأ الحوار بـ: "من فضلك قل لي ماذا حدث؟ أو من فضلك صف لي ماذا رأيت؟"0

- 2- اتكئ قليلا نحو من تحاوره (يعكس ذلك اهتمامك).
- 3- احرص على التواصل بالعين مع من تحاوره (سيقرأ الضيف لا شعوريا من تعبيرات وجهك ما إذا كان أداؤه حسنا من عدمه) .
- 4- اصمت قليلا. انتظر ما إذا كان محدثك سيبدأ روايته (عد حتى الأربعة في شرك قبل أن تكسر الصمت).
- 5- اعتد على إعادة صوغ الإجابة: "إذا ما تقوله هو....." (سيعتبر ضيفك هذا علامة على انصاتك).
- 6- استمع بعناية إلى الكلمات التي تعبر عن مشاعر أو رأي، مثل "كانت تجربة فظيعة" أو "أختي الحلوة". لماذا كانت التجربة فظيعة؟ ما الذي جعل الأخت حلوة؟ أطلب من ضيفك شرح تلك الكلمات.
- 7- فكر عقب كل إجابة: "هل فهمتها؟" إذا لزم الأمر اطلب من ضيفك أن يشرح أو يصف أو يعبر عن رد الفعل. ينطبق هذا أيضا على المصطلحات التي يستخدمها المصدر بشكل متكرر مما يعني أنها تحمل معنى خاصا، فكثير من الناس لا يردون على الأسئلة مباشرة، ويفكرون بشكل ملتوٍ، يمكن القول للمصدر أنا لم افهم هذا، هل يمكنك أن تكون أكثر تحديداً، ماذا بشأن هذه النقطة؟ هل يمكننا صياغة الإجابة بشكل يسهل على الناس فهمها؟ أو قل: آسف يجب أن أسأل ثانية، أريد التأكد من أنني حصلت على الحقائق بشكل سليم وفهمت ما قلته على النحو الصحيح".

• شروط الاستماع:

- 1 كن مستعدا.
- 2 الابتعاد عن النزعة الذاتية.
- 3 استمع إلى النقاط الرئيسية.
- 4 الاستماع بحثا عن دليل. من فمك أدينك
- 5 قيم ما يقال.
- 6 وفر التشجيع للمتحدث والتحديد للاتجاه أثناء الحديث.
- 7 أظهر أنك تستمع.
- 8 افتح ذهنك جيدا للأفكار الجديدة والمختلفة حتى تلك التي لا توافق عليها.
- 9 وفق Nicolas حدد أربع عمليات ذهنية لتحقيق الاستماع الفعال:

- المستمع يفكر بشكل متقدم على المتحدث، محاولاً أن يخمن إلى أين يقود الحديث.
- يقيم المستمع الدليل اللفظي الذي استخدمه المتحدث ليدعم الأفكار كما طرحها وعبر عنها.
- يقوم المستمع دورياً بمراجعة الجزء الذي اكتمل من الحديث.
- يقرأ المستمع ما بين السطور بحثاً عن معنى لا يتوضح بالضرورة من كلمات المتحدث.

10 الاستماع النشط

• أنواع الاستماع:

- الاستماع من أجل الحصول على المعلومات.
- الاستماع من أجل الفهم.
- الاستماع من أجل المشاركة الوجدانية.
- الاستماع من أجل التقييم.
- الاستماع من أجل اتخاذ قرار.
- الاستماع من أجل حل المشاكل.
- الاستماع العرضي.
- الاستماع المكثف.

(11)

نماذج تدريبية



مثال لتخطيط أولي لبرنامج حوار:

الجمهور:	الجمهور العام
الهدف العام:	الإرشاد والتوجيه
الهدف الخاص:	مكافحة الأمراض المستوطنة
الزمن:	30 دقيقة
العناصر:	أنواع الأمراض المستوطنة؟ أسباب تلك الأمراض البيئة التي تنتشر فيها أساليب مكافحتها ما أسباب تلك الأمراض؟ ما أكثر الأسباب تأثيراً؟ ما الأكثر ضرراً على الإنسان؟ أين تنتشر هذه الأمراض؟ كيف التعرف عليها؟ ما أنسب بيئة لتكاثر تلك الأمراض؟ ما أساليب الوقاية منها؟ ما طرق علاجها؟
المصادر:	أطباء في الأمراض المستوطنة علماء بيئة أطباء في الصحة العامة
جمهور	جمهور
مسؤولون في وزارة الصحة أخصائيون بالأمراض المستوطنة	

أمثلة تطبيقية:

كيف وقع عباس في فخ الاعتراف بموافقة على عدم مشروعية حق العودة:

مقابلة الرئيس الفلسطيني محمود عباس مع الصحفي الإسرائيلي "أودي سيجال" المراسل الدبلوماسي للقناة الإسرائيلية الثانية:

تناول حق العودة لاجئين الفلسطينيين الذين؟ أجبروا عن النزوح لعد نكبة 1948، وهي من أبرز الموضوعات تعقيداً في الصراع العربي الإسرائيلي:

- المحاور: فخامة الرئيس السيد محمود عباس شكراً لك على هذه المقابلة.. أنت تعلم حماس ومنظمات أخرى تستمر في إطلاق الصواريخ على إسرائيل من غزة، وأريد أن أسألك لماذا؟ خصوصاً بعد أن انسحبت إسرائيل على حدود 67 في منطقة القطاع، وقامت بإخلاء جميع المستوطنات، ما مبررات هذه الأعمال؟
- الرئيس: لا أعتقد أن هناك أي مبرر للصواريخ سواء من غزة أو غير غزة، وفيه لن تؤدي إلى نتيجة، ولن تأتي بالسلام... لذلك نحن أعلننا كل مرة وفي كل مناسبة إن مثل هذه الصواريخ عبثية.
- المحاور: ننتيا هو قال أنك تظل تضع شروطاً مسبقاً قبل الجلوس للمفاوضات، لماذا لا تقو بتحديه، وأن تقو بالاتصال به وتطلب منه أن يأتي إلى هنا وأن نتحدثا عن جميع السائل لنحدث عن الاتفاق ولنتفاوض على جميع النقاط الأساسية.
- الرئيس: عندما تكلم عن الاستيطان.. فإن الاستيطان غير شرعي... نحن نملك 15 قرار مجلس أمن يقول أن الاستيطان غير شرعي ومع ذلك نقول له أوقف النشاط حتى نتفاهم ولا يتوقف، وقد أتينا له بمشروعين.. مشروع يتعلق بالحدود ومشروع يتعلق بالأمن.. إلا أنه رفض حتى أن يطلع عليهما.
- المحاور: هل يمكن أن تندلع انتفاضة ثالثة؟
- الرئيس: لا.. لطالما أنا على هذا الكرسي لن يكون ناك انتفاضة مسلحة..

حق العودة..

- المحاور: تتحدث التلفزيونات الفلسطينية الرسمية أحياناً عن أن الرملة وعكا ويافا على سبيل المثال هي أراضي فلسطينية.. أنت بالأصل من صفد..
 - الرئيس: نعم من صفد..
 - المحاور: هل تتمنى الذهاب إلى هناك.
 - الرئيس: طبعاً أريد رؤية صفد.
 - المحاور: أن ترى؟ أو أن تعيش؟
 - الرئيس: زرت صفد مرة لكنني أيد رؤيتها... من حقي أن أراها لكن أن أعيش فيها..
 - المحاور: نعم ولكن هذه فلسطين بالنسبة لك؟
 - الرئيس: فلسطيني الآن بالنسبة لي هي حدود لـ67 وشرق القدس عاصمة لها.. هذه هي فلسطين بالنسبة لي، لكنني أعيش الآن في رام الله، واعتقد أن الضفة الغربية وغزة هي فلسطين والمناطق الأخرى عي إسرائيل.
- اضطر الرئيس في تصريحات لمحطة تلفزيون الحياة المصرية إن التصريحات التي أدلى بها لقناة الثانية الإسرائيلية لا تعبر سوى ع موقفه الشخصي، ولا تعني التخلي عن حق العودة لجميع اللاجئين الفلسطينيين.

اسئلة أوريانا فلاتشي مع شارون في 1982/9/3

- أوريانا: لكن شارون هو الذي خطط لها وحلم بها وأرادها وأعد لها وأشرف على تنفيذها بالتفصيل، بطريقته الخاصة، ولم يهتم لو كان ذلك يسبب الضيق لحلفائه؟
- أوريانا: جنرال شارون لماذا رفض وزير الخارجية الأمريكي الجديد شولتز أن يستقبلك، وقال واحد من مساعديه أن وجود وزير الدفاع شارون ليس محل ترحيب هنا في واشنطن؟
- أوريانا: وبماذا أجابوك وكيف كان حكمهم على (مشروعك)؟ هل قالوا لك أنك بمثل هذا المشروع تغامر بنشوب حرب عالمية ثالثة؟
- أوريانا: وعلى فكرة ألم توجه مثل هذا السؤال لنفسك.
- أوريانا: جنرال شارون أحياناً سيثور الشك.. الشك أنك تتحرك بطموحاتك القوية وليس بالأمن أو الدفاع وأنا أقول ذلك.
- أوريانا: وفي اعتباري الكلمة التي كتبتها إلى المؤتمر معهد الدراسات الاستراتيجية الذي عقد في ديسمبر الماضي في تل أبيب، والتي تحدثت فيها عن التوسع السوفيتي، ووصف فيه مدى المصالح الاستراتيجية، وقلت أن مثل هذه المصالح لا تقتصر على الدول العربية في الشرق الأوسط: البحر المتوسط والبحر الأحمر..
- وقلت أنه لأسباب أمنية أنه في الثمانينيات يجب أن تمتد مصالح إسرائيل الاستراتيجية إلى بلاد مثل تركيا وإيران وباكستان ومناطق مثل الخليج العربي وإفريقيا، خصوصاً بلاد شمال ووسط إفريقيا؟ يا إلهي أن هذا شيء مخيف؟!
- أوريانا: وماذا عن إنك مغرم بالحرب.
- أوريانا: عليك أن تعرف أن صورتك ليست صورة ملاك.. يا جنرال شارون لو سجلت كل الأحكام التي سمعتها عنك فقد تفقد صوابك هذا.. ولا تعود صبوراً معي هكذا.. خذ مثلاً إنهم يدعونك مثل قاتلاً وحشياً.. بولدوزر عديم الرحمة.. فيلاً متعطشاً للسلطة!
- أوريانا: كل هذا النفور لماذا؟
- أوريانا: أعرف.. الجنود الذين يكرسون أنفسهم لأوامرك يسمونك ملك إسرائيل.. الملك آريل.. ويقولون أنك قائد بحق وجندي باسل ورجل مخلص.. لكن

صورتك العامة الحقيقة هي التي بينتك لها قبلاً.. فمن أين أتت هذه الصورة لك.. لابد أن هناك أسباباً؟!

- أوريانا: ثم الحل.. هل تعتقد حقاً أنك حللت المشكلة يا جنرال.. مشكلة المنظمة..؟ ألم تتشكك أبداً أنك عقدتها وكثفتها بدل أن تحلها؟
- أوريانا: إن جيلاً جديداً من الكراهية سيولد في أبناء العشرة آلاف رجل الذين تمت مطاردتهم، وإبعادهم عن عائلاتهم، وتشتيتهم في ثمان دول مختلفة؟ ومن الآن فصاعداً سوف يندفع الإرهاب في أي مكان بشكل أكثر عملاً من ذي قبل؟!
- أوريانا: إن الرجال الذين تعتقدون أنكم قد هزمتهم يشعرون بالغضب الشديد..
- أوريانا: يا جنرال شارون أن عرفات قال أن نضالهم سيستمر كما كان من قبل؟

درس BBC إلى المحاورين

المذيع البريطاني الشهير جون سنو استضاف بعد التقرير نائب السفير الاسرائيلي، لكي يطرح وجهة نظر حكومته تجاه ما ورد فيه من مناظر مرعبة، وقد حاول الدبلوماسي الاسرائيلي جاهدا ان يبرر هذه الجرائم بالتركيز على حكومة حماس وحزب الله وتحميلهما المسؤولية عما يجري، فانبري له المذيع البريطاني متسائلا:

- هل تعتبر هذه الممارسات من قبل دولة **متحضرة** إرهابا،
 - فراوغ الدبلوماسي الاسرائيلي، وقال: ان قوات بلاده تتحلي باعلى **درجات ضبط النفس** ولا تعرض المدنيين للخطر،
 - رد عليه المذيع نفسه بالقول: **وما علاقة ضبط النفس والجندي المخطوف** بنسف محطة كهرباء وحرمان مليون ونصف المليون شخص منها،
 - قال الدبلوماسي: إن نفس محطة الكهرباء جاء بسبب منع الخاطفين من تهريب الجندي الاسرائيلي المخطوف الي الخارج،
 - رد عليه بالقول: إن وجود الكهرباء يمنع التهريب الذي تخشاه، لان من يريد تهريب الجندي يحتاج الي الظلام الدامس لانجاز مهمته.
- الحوار انقطع، بعد ان ابدى الدبلوماسي انزعاجه من إحراج الأسئلة والمذيع سنو امتعاضه وغضبه الشديدين من الدبلوماسي الاسرائيلي وردوده غير المنطقية وجرائم حكومته ضد الفلسطينيين العزل.
- لو ان هناك الكثير من المذيعين العرب الذين يتحلون بنزاهة وضمير المذيع البريطاني جون سنو، نتمني ان تتحلي المذيعات والمذيعون العرب بجرأته عندما يستضيفون المسؤولين الاسرائيليين علي محطاتهم، بدل اقدام بعضهم او بعضهن علي تدليلهم والتعامل معهم برفق وكأنهم ضحايا وليسوا جلادين.
- يدرك الجميع ان بعض هؤلاء لا يتردد في احراج المسؤولين الاسرائيليين اثناء المقابلات، ولكن هؤلاء قلة بل قلة القلة، اما الغالبية فهم من جماعة الرفق بالمسؤولين الاسرائيليين للأسف.