

# دليل للصحافيين الإذاعيين

بقلم ميشيل بيتز

حقوق الطبع محفوظة لميشيل بيتز

صفحة | 1

## فهرس المحتويات

المدخل و كلمة الشكر

جمع الأخبار

ما هو الخبر ؟

سرد القصص

انواع القصص الازاعية

المحور

ابتكار في البحث عن قصص

اجراء مقابلات للاذاعة و التلفاز

العمل مع مصادر

العمل مع المواد المترجمة و الاخبار الصحفية و اخبار الوكالات

تغطية الاحداث

صوت طبيعي

القص البصري

استخدام الحاسوب في كتابة التقارير

تقرير سياسي

تغطية الانتخابات

تغطية الموازنات

معالجة الأخبار

الكتابة لاغراض البث

الاسناد و استخدام المقطعات الصوتية

تحرير الفيديو

الاداء

التقديم

الاداء الحي

اللقطات التوثيقية للمصدر

المظهر

القانون و الأخلاق و المسؤولية

قيم و معايير صحفية

مدونات قواعد السلوك

اتخاذ قرارات أخلاقية

مسرد مصطلحات البث

الموقع الالكتروني

قائمة المراجع

## مقدمة و شكر

نحن الصحفيون نعمل في أكثر المهن أهمية وإثارة في العالم، ولدينا القدرة على تغيير حياة الناس. بصفتي مدربة صحفية، أحاول أن أنقل هذه الفكرة وأن أشجع الصحفيين على تقديم أفضل ما بوسعهم بظل ظروف صعبة في معظم الأحيان.

إن هذا الكتيب هو نتاج عملي مع الصحفيين وطلاب الصحافة في رواندا. وعلى الرغم من الظروف الصعبة، يسعى الكثير من هؤلاء الصحفيين جاهدين لنقل قصص "حقيقية" ولتحقيق صحافة "فعلية". علماً بأن معظم هؤلاء الصحفيين لم يتلقوا تدريباً صحفياً، ومن تدريب منهم لم يكن تدريبيه كافياً، هذا إلى جانب عدم وجود مادة مرجعية ليستدلوا بها. ولذلك، قمت بتجميع هذا الكتيب في محاولة لتجسير جزء من هذه الهوة.

أتقدم بالشكر لكل الصحفيين الذين عملت معهم في (تي في آر) وراديو رواندا: لقد ألهمتموني. أما طلابي في جامعة رواندا الوطنية، فقد تحلوا بالصبر بظل ظروف محبطة في معظم الأحيان. كما ساعدني الطاقم التدريسي في مدرسة الصحافة والإعلام في الحفاظ على صحتي النفسية وقدموا لي المساعدة متى طلبتها، لم أكن لأنجز الكثير دونهم.

إن الأشهر الأربع التي قضيتها في رواندا كانت بلا شك الأكثر إلهاماً، وتحدياً، وإرضاءً من بين سنوات عملي كصحفية ومدربة في الصحافة. ولهذا، أشكر المركز العالمي للصحفيين وبرنامج نايت العالمي للزمالة الصحفية في واشنطن الذين منحوني هذه الفرصة الرائعة.

أتمنى أن تجدوا الفائدة في هذا المجلد.

حظاً طيباً مع الصحافة!

ميشيل بيتز

بوتاري



## جمع الأخبار

### ما هي الأخبار؟

تختلف معاني "الخبر" بشكل كبير بين مختلف الناس، ولكن هناك معايير تقليدية تؤخذ في الحسبان عند اختيار

ما سيتم تغطيته وكيف سيتم ذلك. وهذه المعايير تتضمن ما يلي:

- معرفة جمهورك وما إذا كانت القصة ذات صلة ما بهم
- القرب — ما مدى قرب القصة لمجتمعك من ناحية نفسية وجغرافية؟
- الموقوتية
- التأثير (هل ستأثر في الناس، كم عددهم وإلى أي مدى ستؤثر فيهم؟)
- الغرابة
- الأهمية — هل هناك أشخاص بارزون أو دول أو مؤسسات مهمة لهم علاقة بالقصة؟
- الصراع — هل هناك صراع في القصة؟

عند البحث في قصتك، لا تنس الأسئلة الخمسة:

- من؟
- ماذا؟
- متى؟
- أين؟
- لماذا؟

بالإضافة إلى:

- كيف؟ ماذا حدث بالفعل؟

أسئلة أخرى تتعلق باعتبارات القيمة الإخبارية هي ما يلي:

- لماذا تعتبر القصة مهمة؟
- ماذا تعني بالنسبة لي؟
- ماذا أستطيع أن أفعل بشأنها؟
- ماذا سيحدث بعد ذلك؟

■ ما هو الهدف؟

اسأل دائماً عن المال (من أين جاء المال؟ فيم يتم إنفاقه؟) وابحث دائماً عن المفارقة

لدى تغطية قصة، عليك اتباع عدة خطوات قبل أن تبتث القصة على الهواء:

البحث يعني كل التحضيرات التي تسبق الخروج إلى الميدان لتسجيل أو تصوير المادة لبثها.

التأكد من الحقائق يعني التأكد أن كل ما سيبث على الهواء صحيح.

الدقة أن تعطي المعلومات الصحيحة.

التوازن أن تتأكد أن الطرف/الأطراف الأخرى قد أدلت بدلوها.

## سرد القصص

أحد مهامنا الأساسية كصحفيين أن نكون قاصين من الدرجة الأولى؛ لأننا لن نعطي جمهورنا سبباً لمتابعتنا إن لم نرو قصصاً شيقة. إننا نملك القدرة على تغيير حياة الناس، ولكن إن أردنا أن نفعل ذلك علينا أن نتقن سرد القصص. كيف نفعل ذلك؟ فلنبدأ بالعناصر التي يجب توافرها في كل قصة:

- الشخصيات (شخص أو تشخيص)
- الحكمة (اجذب انتباه المشاهد تدريجياً ثم باغته بالقصة)
- المفاجأة (أمسك عن كشف المعلومات . . ثم اكشفها)
- الصراع والحل (المشاعر والدراما)

ثم تجمع كل هذه العناصر من خلال مقدمة، وعرض، وخاتمة.

بالتأكيد، لا يمكن (ولا يجب) أن تسرد كل القصص بنفس الطريقة. وأنت كصحفي تتحمل مسؤولية اختيار الطريقة التي يتم من خلالها سرد كل قصة. هل يجب أن تروي القصة في 30 ثانية من النص المكتوب، أم أنها شيقة جداً وتستحق أن يتم إنتاجها بكامل التفاصيل؟ تالياً بعض الصيغ التي نستطيع سرد القصص من خلالها. للمزيد من النصائح عن الكتابة للبث، انظر صفحة 25.

## أنواع القصص الإخبارية للبث

### القصص التلفزيونية

قارئ/نص: قصة يقرأها المذيع/المضيف بلا أصوات أو صور

التعليق الصوتي: نسخة من النص يقرأها المذيع/المضيف على الهواء أثناء عرض مرئي مثل الفيديو أو الرسومات

تصريح مسجل، مقطع، تسجيل على شريط: الجزء المحرر من المقابلة الخام غير الذي تختاره للمشاهد أو المستمع. تتراوح مدة المقطع الصوتي بين 8 و 15 ثانية في المعدل. قد يكون التصريح المسجل الجزء الأكثر أهمية أو إثارة للاهتمام في المقابلة، أو قد يضيف لونا للقصة.

عينات من الشارع "vox pops": هي اختصار للمصطلح اللاتيني (*vox populi*) الذي يعني "صوت الناس". ونستخدم هذا المصطلح في صحافة البث لوصف مجموعة من المقابلات القصيرة جداً مع عدد من الناس، المختارين بشكل عشوائي من العامة. هذه الطريقة هي الأسهل لتضمين آراء الأشخاص العاديين في قصة للبث

التعليق الصوتي على خلفية أصوات مسجلة: يقرأ المذيع/المضيف على الهواء أثناء عرض فيديو أو مادة مرئية أخرى، ثم يتوقف لبرهة ونسمع مقطعاً صوتياً قبل أن يعود المذيع للتعليق على العرض المرئي.

حزمة المندوب الصحفي: مواد مرئية، وأصوات طبيعية، ومقاطع صوتية مربوطة مع بعضها في تقرير له مقدمة وعرض وخاتمة. يتم تسجيل تعليق المندوب الصحفي مسبقاً لربط وتنظيم المواد المرئية والمسموعة.

## قصص المذيع

قارئ/نص: قصة يقرأها المذيع.

نص ومقطع: يقرأ المذيع النص ولكن هناك مقطع في العادة في منتصف القصة.

تصريح مسجل، مقطع، تسجيل على شريط: الجزء المحرر من المقابلة الأصلية الخام التي تختارها للمستمع. تتراوح مدة المقطع الصوتي بين 8 و 15 ثانية في المعدل؛ ليكون مختصراً وواضحاً، فقد يكون الجزء الأكثر أهمية أو إثارة للاهتمام في المقابلة، أو قد يضيف لونا للقصة.

عينات من الشارع "vox pops": انظر أنواع القصص الإخبارية التلفزيونية.

حزمة المندوب الصحفي: مواد مرئية، وأصوات طبيعية، ومقاطع صوتية مربوطة مع بعضها في تقرير له مقدمة وعرض وخاتمة.

التغليف "wrap": يقرأ المذيع مقدمة، تتبعها حزمة المندوب الصحفي، والتي يختتمها المذيع من جديد.

## المحور

المحور هو زاوية القصة. تكون معظم اقتراحات الصحفيين للقصص الإخبارية غير عملية إذا ما تم تفحصها جيداً. فعلى سبيل المثال، يقترح صحفي قصة عن أولاد الشوارع، ولكن ما هي القصة بالضبط؟ ما هي الزاوية؟ ما هو المحور؟ لنلق نظرة على كيفية ابتكار محور.

بالطبع، تبدأ أية عملية إنتاج، مثل أية قصة إخبارية: بفكرة. في المثال السابق، الفكرة هي "أولاد الشوارع".

**الفكرة:** إذا ما أريد للفكرة أن تصبح تقريراً إخبارياً أوريبورتاج، يجب أن تلبى عدة معايير:

السؤال الأول والأهم: هل سيهتم أحد بهذه الفكرة؟ نستطيع معرفة ذلك بسؤال أنفسنا:

هل لها صلة بما يهم الناس، حيث تتعلق بمداخيلهم وصحتهم، وعائلاتهم وأصدقائهم، أو نوعية حياتهم، أو أحيائهم، أو بلدهم؟ وهذا الترتيب التنازلي ليس اعتباطياً.

السؤال الثاني: هل سيضرهم أو يساعدهم؟ هل سيسعدهم أو يغضبهم؟ أم سيشعرهم بالدفء أو البرودة؟ فالغلبة عادة ما تكون للجانب الأثني.

ولكن ماذا تفعل عندما لا تكون القصة بهذا الوضوح؟ يجب أن يكون لديك سبب لمتابعتها ون تكون لها معنى بالنسبة لشخص ما. فنخرج بعملية:

**ابحث:** البحث السريع للثبث يساعدك على التثبث من صحة القصة. إذا لم تستطع إيجاد سبب جيد للقيام بالقصة بعد هذا البحث المبدئي — يجب أن تعني شيئاً لعدد لا بأس به من الأشخاص — عندئذ تقرر ما إذا كنت ستتابعها. إذا استنتجت من بحث التثبث أن للفكرة فرصة، فيمكنك الانتقال للمرحلة التالية: المحور.

**المحور:** إذن ما هو المحور ولم عليك أن تلقي له بالاً؟ إنه أكثر الأدوات الصحفية قيمة — في الصحافة المكتوبة والمرئية والمسموعة وفي مادة إخبارية قصيرة أو فيلم وثائقي. الجملة المحورية هي جملة بسيطة تتضمن ثلاثة عناصر: من، وماذا، ولماذا. أو ببساطة: أحدهم يفعل شيئاً لسبب معين.

المحور مهم جداً للصحفيين لأنه يساعدك في تعريف قصتك بشكل واضح والعناصر التي تحتاجها لإعداد القصة. كما يبيّن المحور على الطريق الصحيح أثناء عملك على القصة، ويذكرك دوماً بالموضوع الذي تتحدث عنه القصة وإلى أين ستستمر بها. إن غياب محور واضح في القصة يجعلها مبعثرة، ومزدحمة بالكثير من العناصر مما سيثبش الجمهور في معظم الأحيان.

تتضمن الجمل المحورية العناصر التالية:

- كل جملة موضوعية هي جملة تصريحية بسيطة
- تتضمن سبباً ونتيجة
- مبنية على البحث
- تتضمن إشارة إلى أشخاص
- فيها جانب عاطفي وآخر مبني على الحقائق

- تعرف ما يجب تضمينه وما يجب تركه
- فيها فعل وفاعل ومفعول به

لنعد لقصة أولاد الشوارع. **بحثك للتثبيت** سيكشف لك بسرعة أن هذا موضوع مثير للاهتمام ويهم الكثيرين، إلا أنه موضوع متشعب يجب حصره أو تركيزه في نقطة معينة. إن لم تحدد **المحور** قد تستمر في البحث لأشهر. كيف تستطيع حصره؟ **سيزودك بحث التثبيت بعدة خيارات لفعل ذلك**. منها ما يلي:

- السلطات قلقة بسبب ازدياد عدد الأطفال في الشوارع.
- يعيش الأطفال في الشوارع بسبب تعرضهم للإساءة في المنزل.
- لا يشعر السياح بالأمان بسبب مضايقة الأطفال لهم

هناك عنصران آخران بالإضافة إلى **المحور**: **وجهة النظر** و**النبرة** المستخدمة. هذا لا يعني التأييد أو المناصرة، وإنما ببساطة وجهة النظر، يعني من هي الشخصيات الرئيسية التي ستروي القصة من خلالها؟ في المحور #1 نحن نروي القصة من وجهة نظر السلطات؛ إذ أنها ستستحوذ على القصة في الغالب. إلا أن هذا لا يعني أننا لن نعرف عن الشخصيات الأخرى. إذ علينا التحدث للأطفال في الشوارع، فأهميتهم كبيرة في القصة.

أما بالنسبة للنبرة، ستكون هذه القصة في المتوقع جدية ورسمية بالتناسب مع النبرة المستخدمة في تعليقات السلطات، ولكنها ستتضمن أيضاً تعليقات من الأطفال.

*المحور: لا يشعر السياح بالأمان بسبب مضايقة الأطفال لهم.*

المحور الآن من وجهة نظر السياح — هذا يعني أنك ستبحث في أمر السياح. ولكن هذا لا يعني أنك ستفقد الموضوعية! بالطبع، ستتم موازنة ادعاءات السياح بما يقوله الأطفال في الشارع وربما أيضاً المسؤولين المحليون. ستكون النبرة مختلفة، وعاطفية أكثر من القصة #1 لأن الأناص العاديين سيلعبون دوراً أكبر فيها.

يمكنك ابتكار عدد من الجمل المحورية المختلفة لهذه القصة، وكل جملة تقترح ما سيتم تضمينه في القصة وما سيتم تركه خارجها. كما ستنتظر في كيفية تضييق نطاق البحث، وكيف تتعدد الشخصيات و**وجهات نظرهم**، وكيف تتغير النبرة بناء على المحور.

بعد قيامك بالبحث للتثبيت من القصة، وبنائك للمحور، واختيارك للنبرة ووجهة النظر، عليك القيام ب**البحث** الكامل المتعمق عن الحقائق. ولكن عليك أن تأخذ في عين الاعتبار أنك ستضطر إلى تغيير محورك حسب حقائق القصة إذا أظهر البحث المتعمق عدم دقته وخطأه.

إذن، عليك القيام بالعملية التالية لتروي قصة ذات تأثير:

- اجمع جميع الحقائق المهمة والمثيرة للاهتمام، ثم اختر لها لتروي القصة بشكل جيد وصادق . . لتروي قصة محورك. ابق على الطريق التي اخترتها حتى لا تضل طريقك في التفاصيل المتشعبة.
- ابحث في الخارج لتبني القصة من الداخل ولا تنس الإبقاء على الأصوات الطبيعية في التقرير.
- أضف السياق. استخدم السياق لتبين فهمك لجوهر القصة وكيف تنتمي للإطار العام.
- استعن بـ **الدراما الإنسانية** لتبعث الحياة في القصة، فدون الدراما ستكون قصتك دون حياة. (ابتعد عن التهويل والدراما الزائفة).
- الأشخاص الذين يستطيع المشاهد/المستمع أن يتفاعل معهم. تتضمن معظم الأعمال الصحفية الجيدة أشخاصاً حقيقيين مثل أي أحد حولك، وليس المسؤولين والخبراء التي تزخر بهم — للأسف — معظم القصص، أشخاص حقيقيون يمكن أن يؤثروا في حياتك عندما تسلط الضوء على حياتهم. الأشخاص الحقيقيون لا يخشون المشاعر.
- وبالنهاية، ابن القصة لتصل إلى **عقدة** أو شكل من أشكال الحل.

## الابتكار في البحث عن القصة

في الكثير من الأحيان، هناك قصص تحتاج إلى التغطية بوضوح: الأخبار العاجلة، والمؤتمرات الصحفية، والقصص لمتعلقة بالسياسات، وغيرها. ولكننا في معظم الأحيان نعق في الاعتماد على الأخبار الصحفية التي تصل عبر الفاكس أو المكالمات الهاتفية من الوزارات الحكومية لتعلن عن حدث ما.

ولكننا ننسى أن هناك عدداً لا ينتهي من القصص في مجتمعنا التي نغفل عنها على الرغم من أنها تستحق التغطية الإخبارية. كثيراً ما نمضي وقتنا في غرفة الأخبار نتذمر من عدم وجود الأخبار، بينما في الواقع نحن أبعد ما نكون عن الحقيقة. هناك دائماً أخبار، ولكن ليس في غرف الأخبار! علينا أن نكون في الخارج، في مجتمعاتنا، نتجول في الأحياء المختلفة ونحدث مع الناس وننظر حولنا؛ فهناك نجد أفضل القصص!

تالياً بعض النصائح في تطوير أفكار لقصص صحفية، لتبعثك عن تغطية المناسبات الرسمية وتوجهك نحو تغطية مجتمعك.

- اسمع: عم يتحدث الناس في الشارع، في الحافلات، في المحلات التجارية؟
- كن دائماً في ترقب لقصة جديدة
- كن فضولياً واسأل الأسئلة
- انظر حولك
- تحدث مع مصوريك، وأقرانك، وأصدقائك
- إذا كنت تغطي مجالاً ما، ابحث عن مجموعات تتناقش على الإنترنت
- قم بتغيير محور القصة، ليساعدك ذلك في إيجاد زاوية جديدة

- ابدأ من الأشياء التي تعرفها
- اقرأ كل ما يمكنك أن تقرؤه
- تمشى (قم بجولة)
- استمع لوجهة نظر مختلفة
- غير أسلوب القياس: انظر إلى الأشخاص المتأثرين بالإحصاءات، انظر إلى ما وراء الأرقام
- لا تغطي حدثاً فحسب، انظر إلى المسألة المتعلقة بالحدث
- قارن، و ضع الأمور في سياقها
- احصر المسألة في السياق المحلي، ابحث عن الصلة المحلية لقصة وطنية أو دولية
- انظر نحو المستقبل
- تابع القصة، افترض أنك تستطيع متابعة كل قصة
- دائماً اسأل (وأجب) لماذا
- مارس العصف الذهني
- تواصل مع مصادر جديدة
- اذهب إلى حيث لا يذهب القطيع
- عندما تكون في الميدان، انظر في الاتجاه الآخر
- احضر مبكراً للاجتماعات
- عند تغطيتك للاجتماعات، تأكد من قراءة جدول العمل؛ فقد تلاحظ شيئاً لم تكن تعرف عنه
- انتبه إلى الإعلانات
- تجول في المجال الذي تغطيه أو المجتمع متى سنحت لك الفرصة. زر مجال قصصك في الليل.
- نوع في الأماكن التي تنتقل فيها
- اقلب القصة رأساً على عقب. إن كنت قد اتممت النظرة الشمولية، التفت إلى النظرة التفصيلية، أو بالعكس
- تواصل مع مصادرك بانتظام
- اختتم مقابلاتك دائماً بسؤال "ما إذا كان شيء آخر يحدث"

## إجراء مقابلة للبحث

قد تكون المقابلة أهم مهارة في حرفة الصحافة، والتي ينظر إليها كأمر مسلم به في معظم الأوقات ولا نحضر لها جيداً. تالياً بعض النصائح لتأخذها في عين الاعتبار عند التحضير للمقابلات. سنفيدك هذه النصائح سواء كنت تجري مقابلة تلفزيونية على الهواء أو على المذياع أو مقابلة مسجلة في الميدان.

إلا أن هناك فروقات يجب أن تبقئها في بالك إن كنت تعمل في التلفاز. عليك ألا تنس أن المشاهد يعالج المعلومات بطريقة تختلف عن المستمع أو القارئ؛ لذا عليك القيام بالمقابلة بطريقة مختلفة قليلاً. عليك التأكد من تركيز أسئلتك على الهدف المطلوب لتحصل على ما تحتاج و/أو تريد بالضبط، عليك أن تكون مدركاً لحاجتك لمقطع صوتي. وهذا أكثر أهمية في التلفاز منه في المذيع حيث تستطيع تحرير مقطعين مع بعضهما. أما في التلفاز، فعلينا أن نتأكد أننا حصلنا على المقطع الذي نريده، ولكن في جميع الحالات علينا أن نصور مقاطع منفصلة لنتمكن من تحرير مقطعين مع بعضهما دون أن يظهر ذلك من الناحية المرئية.

بغض النظر عن مكان عملك، أكان التلفاز أم المذيع، فإن هدفك واحد: أن تحصل على مقطع جيد. لتفعل ذلك عليك أن تعرف ما يجعل المقطع جيداً ومن ثم تسأل مصدرك السؤال الذي سيدعوه إلى إعطائك مقطعاً جيداً.

أهم ما عليك فعله أثناء المقابلة هو أن تستمع! اسمع للإجابة بدل التفكير في السؤال التالي. إن اتبعت هذه القاعدة البسيطة ستتحسن مقابلاتك بشكل كبير.

## نصائح للمقابلة

- ارتدي الملابس اللائقة.
- اذهب للموقع مبكراً، فتحضير المعدات دائماً يأخذ وقتاً. أما كنت متأخراً، فقد تخسر فرصة المقابلة.
- اكسر الجليد واترك انطباعاً أولياً جيداً. اجعل الذين تقابلهم مرتاحين.
- كن مستعداً، تأكد من بحثك للموضوع وتحضيرك للأسئلة ومعرفتك عن الشخص الذي ستقابله.
- اعرف ما الذي تريده من المقابلة. ما خطتك؟ ما هو محور تركيزك؟
- على من تقابله أن يعلم عن موضوع المقابلة، لكن إياك أن تعطيه أسئلتك مسبقاً إلا في الحالات الاستثنائية.
- أنت المسؤول، لا تتخلى عن ميكروفونك أو سيطرتك على المقابلة.
- استمع، استمع، استمع. لا تكن عبداً لأسئلتك؛ فاستماعك قد يأخذك لأسئلة جديدة.
- سجل الأسئلة على الميكروفون.
- احرص دائماً أن يكون معك بطاريات وأشرطة وأقراص.. إلخ احتياطية.
- اعرف كيفية عمل معدائك، فهو من المخرج (وغير المهني) ألا تعلم كيف تعمل معدائك.
- احرص على أخذ اسم الشخص الذي تقابله بالإملاء الصحيح. هذه طريقة جيدة لبدء المقابلة والتأكد أن المعدات تعمل، كما بإمكانك التحقق من مستوى الصوت من خلالها.

- كن مصرّاً ولكن مهذباً. اسأل، فاسأل، ثم اسأل ثانية.
- اطلب توضيحاً، وأمثلة.
- لا تخف.
- راقب لغة الجسد لدى من تقابل.
- خذ الملاحظات أثناء المقابلة، عن الموقع، وملابس الذي تقابله، وأي شيء من شأنه أن يضيف اللون للقصة. تذكر أن أحد أدوارك أن تكون مراقباً.
- اسأل إن كان لديه أي شيء يضيفه بعد انتهاء المقابلة أو إن كان يوصي بأن تتحدث مع آخرين، وما إذا كان بإمكانك الاتصال لاحقاً بمزيد من الأسئلة.
- إن طلب مصادرك أن يتحدثوا بسرية أو بشكل غير رسمي، كن مستعداً للرد عليهم بالطريقة المناسبة.
- تدرب، تدرب، تدرب. المقابلة هي أصعب المهارات في الصحافة ولكنها الأكثر أهمية. واضب على التدريب، ولكن احرص على أن يقابلك أحدهم كي تضع نفسك في دور الذين تتم مقابلتهم.

#### أي الأسئلة تسأل؟

- اسأل الأسئلة التي يريد جمهورك أن يعرف إجابتها.
- تجنب الأسئلة المغلقة.
- تجنب الأسئلة المزدوجة، اسأل سؤالاً واحداً في كل مرة.
- أبق الأسئلة قصيرة ومباشرة.
- لا تفترض.
- لا تجادل.
- لا تحاول أن تغطي الكثير، تذكر المحور.
- اختر سؤالاً تختتم فيه المقابلة.
- اسأل من تقابلهم دوماً إن أرادوا إضافة أي شيء.

#### الخطايا العشر المميتة (كيف لا تجري مقابلة)

- اللاسؤال (تأكد من أن تسأل سؤالاً)
- الأسئلة المزدوجة (اسأل سؤالاً واحداً في كل مرة)
- الأسئلة ذات الحمل الزائد (تجنب الأسئلة المتعددة الأجزاء والعناصر)

- الأسئلة الرئيسية
  - التعليقات (لا تقم تعليقات ضمن الأسئلة)
  - الافتراضات الكبيرة (لا تفترض شيئاً)
  - الكلمات المحفزة (سيرد الأشخاص على الكلمة بدلاً من على السؤال)
  - المبالغات (الزائد أخ للناقص فلا تبالغ)
  - التعقيد (حافظ على البساطة)
  - الأسئلة المغلقة
- (المصدر: كتيب في جاي)

### ثلاث خصائص أساسية (وتجنب الخطايا العشر المميتة)

- أبق الأسئلة المفتوحة
  - أبق الأسئلة حيادية
  - أبق الأسئلة بسيطة
- (المصدر: كتيب في جاي)

### الأسئلة الجاهزة

- ماذا حدث؟
  - ماذا تقصد؟
  - لماذا؟
  - ماذا كانت الخيارات؟
  - كيف تصف ذلك؟
  - ماذا كانت نقطة التحول؟
  - ماذا قال/ت/وا؟
  - كيف كان الأمر؟
  - ماذا كان يجول في خاطرك وقتها؟
- (المصدر: كتيب في جاي)

### العمل مع المصادر

هناك الكثير من الثوابت عند ممارسة الصحافة ومنها أننا نتعامل مع المصادر بشكل يومي. ولهذا علينا أن نتعلم

كيفية تنمية مصادرنا وكيف نعمل معهم. قد يكون أول سؤال، من هو المصدر أو من يمكن أن يكون كذلك؟ الإجابة؟ الجميع، طالما وفروا المعلومات المعتمدة والدقيقة. احرص على التواصل مع شريحة واسعة من الأشخاص الذين قد يمتلكوا معلومات مفيدة. أي لا تعتمد فقط على المسؤولين الحكوميين والخبراء كمصادر، بل تحدث مع الذين تؤثر عليهم القصة والذين يعيشون فيها، فهم مصادر أيضاً. في الواقع إنهم مصادر سيتمكن جمهورك من التعاطف معهم وسيتذكرونهم.

من الأهمية بمكان أن تنمي مصادرك من أماكن متنوعة، ولكننا كثيراً ما نلجأ لنفس المصادر عندما نعمل تحت ضغط المواعيد. حاول خلق عقلية تكون تبحث فيها باستمرار عن مصادر جديدة لديها وجهات نظر مختلفة وتضفي التنوع على قصتك، أو حتى تعطيك أفكاراً لقصص جديدة. أعد قائمة بمعلومات الاتصال بالمصادر وملاحظات عن كل مصدر تبين مدى توفره ومجال خبرته، إلخ.

ولكن تذكر أنه بغض النظر عن مكان أو مصدر المعلومات فإن عليك أن تجد مصادر أخرى تدعم (أو تنقض) هذه المعلومات. إنه في العادة من غير المقبول أن تعتمد على مصدر واحد.

وبالنهاية، سنلتقي بالكثير من المصادر الذين يفضلون عدم التحدث إليك أو أمام الكاميرا. لا تسمح لمصدرك بالتحدث بشكل غير رسمي أو بشكل مجهول إلا إن كانت بوضوح هذه الطريقة الوحيدة للحصول على المعلومات. ولكن تذكر أنك ستكون في هذه الحالة ملزماً أخلاقياً باحترام ما اتفقت عليه والبحث عن مصدر آخر يؤكد هذه المعلومات على الشريط أو الكاميرا.

تذكر، أن تجعل الناس يتحدثون إليك جزءاً من عملك. قد تضطر في معظم الأحيان إلى إقناعهم أو تشجيعهم على مشاركة قصصهم. اشرح لهم أهمية القصة والأشخاص الذين سيستفيدون من سماع قصتهم. إن استمروا بالرفض، اسألهم إن كانوا يعرفون من يستطيع التحدث إليك. ولكن للأسف، هناك ثقافة من الخوف عند التعامل مع الإعلام في الكثير من الدول. وللأسف، فإنه يقع على عاتقنا محاولة تغيير هذه الثقافة وإقناع الناس أن يتكلموا معنا. ولا يسعنا أن نغير هذه الثقافة إلا من خلال ممارسة صحافة جيدة ومسؤولة ومتوازنة وبناء الثقة مع جمهورنا!

انظر أيضاً: نسبة المواد واستخدام المقاطع الصوتية على صفحة 27.

**العمل مع المواد المترجمة، والأخبار الصحفية، وأخبار الوكالات**

لن تكون أغلب المعلومات التي ستستخدمها بلغة عمك، أو قد تكون بياناً صحفياً أو مادة من الوكالات. يمثل كل منها تحدياً ولكن أغلبها متشابه. أولاً، في جميع هذه الحالات عليك الاستحواذ على القصة. لتفعل ذلك، عليك أولاً أن تقرر ما إذا كانت المعلومات تعطي خبراً. ثانياً، عليك أن تحاول تطوير القصة بالبحث عن مصدر ثانٍ.

كما عليك كتابة أو "إعادة كتابة" القصة للبحث. ولتفعل ذلك، عليك أن تقرأ القصة وتفهمها، ثم تضعها جانباً لتبدأ كتابة نسخة منها. إن بقيت مربوطاً بالنسخة الأصلية، لن تتمكن من الكتابة للبحث أو بكلماتك الخاصة. عليك بالكلام أثناء الكتابة والكتابة أثناء الكلام. تذكر أن لغة الكتابة للبحث تختلف عن الكتابة للصحافة المطبوعة، ولكنها لغة تعرفها وتتحدثها كل يوم.

من أبسط طرق إعادة الكتابة ما يليز أولاً، اقرأ القصة أو البيان الصحفي. ثانياً، أجب على الأسئلة الخمسة وكيف ثم اخرج لجملة محورية. ضع المصدر الرئيسي جانباً وابدأ بالكتابة من منطلق محورك وأسئلتك الخمسة بالإشارة إلى النسخة الأصلية فقط عند التحقق من الحقائق. ولاتنس الإشارة للمصدر. إن كانت قصة لأي بي، عليك أن تقول مثلاً "وفقاً لأي بي" أو "أوردت أي بي".

وبالنهاية، عند الاعتماد على نسخة الوكالات للمعلومات تذكر أن كاتبها صحفيون مثلك يرتكبون الأخطاء. تحقق دائماً من أية معلومات تستخدمها من الوكالات.

تأتي البيانات الصحفية بتحدياتها الخاصة. تذكر أن هناك أجندة من وراء إصدارها: منظمة، أو مؤسسة، أو مسؤول حكومي يبحث عن الدعاية لمشروع جديد. فإنه دورك كصحفي أو محرر أن تقيم البيان لتتبين ما إذا كانت القصة تعطي خبراً. لتقييم ذلك، انظر الآتي:

- تحقق من دقة البيان ومن "الجهة الأخرى من القصة". قد تكون الحقائق دقيقة ولكن غير كاملة.
- في معظم الأحيان لا يأتي الخبر في بداية البيان، فاقرأ كاملاً ثم حرره.
- ابحث عن طرق لتكون مثيرة للاهتمام. ستجذب قصة بلمسة إنسانية اهتماماً أكثر من مذكرة مكتوبة.
- ابحث عن القصة من وراء الحدث.
- ابحث عن مصادر إضافية عوضاً عن التحدث لكاتب البيان.

## تغطية الأحداث

تعتبر الأحداث واحدة من أكثر الأمور المشتركة التي نقوم بتغطيتها، سواء كانت اجتماعات ومؤتمرات، وجلسات استماع، وما شابه ذلك. فعند تغطية هذه الأحداث، نميل إلى تغطيتها تماماً كما فعلنا في المرة السابقة. ولسوء

الحظ، فإن معظم الصحفيين، بعد تغطية اجتماعات لا تعد ولا تحصى، يصبح عملهم روتينيا وببساطة يذهبون الى الاجتماع لتغطيته، بدلا من البحث عن القصة وراء الاجتماع، والتحدث الى الذين سيتأثرون في نهاية المطاف أو متأثرين بالفعل بما نوقش في الاجتماع.

على سبيل المثال، إذا طلب منك أن تغطي مؤتمرا حول فيروس نقص المناعة البشرية / الإيدز، فلا تقم بمجرد الذهاب الى المؤتمر، بل ابحث عن مواقع أخرى، مثل العيادات، حيث قد تجد الناس الذين يعيشون القصة.

وإليك بعض النصائح لمساعدتك على الخروج من النطاق التقليدي للقاء:

○ احصل على جدول الأعمال في وقت مبكر، لا تكنفي بمجرد تغطية الاجتماع، بل ابحث عن جانب يهم جمهورك من الاجتماع

○ الوصول في وقت مبكر لمقابلة المصادر قبل بدأ الاجتماع

○ عند تصوير الاجتماع، قم بذلك من زوايا ووجهات نظر مختلفة. فكثيرا ما نقوم بالتصوير في كل اجتماع بنفس الطريقة تماما وبعد فترة من الزمن تبدو جميعها متشابهة.

• لا تغطي الاجتماع وحسب-- ابحث عن القصة وراء الاجتماع

• اعثر على الناس الذين تأثروا بالاجتماع وتحدث معهم

• حتى لو كنت في وضع حيث يتوقع منك تغطية اجتماع لمجرد حضور مسؤول حكومي، يمكنك إحضار مقطع يشمل المسؤول كما يمكنك أيضا احضار قصة حقيقية مع أناس حقيقيين من خلال النظر إلى ما بعد هذا الحدث، وأن تسأل نفسك (ثم المصادر) ما القصة وراء هذا الحدث.

من الواضح أن الرسالة المهيمنة من هذه النصائح هو أن هناك عادة ما يكون سبب رسمي لهذه الاجتماعات، ولكن عملك هو العثور على القصة الحقيقية والناس الحقيقيين وراء هذا الاجتماع. والواقع أن هؤلاء الناس في كثير من الأحيان بين الحضور لكنهم لن يكونوا على المسرح أو أمامك. إنما عليك أن تبحث عنهم.

### استخدام الصوت الطبيعي

الصوت الطبيعي أو المحيط هو الصوت الذي يحدث في البيئة. يطلق عليه البعض صوت الخلفية. وهو الصوت الذي، عندما نتوقف ونستمع، نسمعه في كل مكان حولنا. هذا هو تغريد الطيور، وصوت حركة المرور، والأبواق، والناس يتحدثون، وطين مصابيح الفلورسنت، والأطفال يلعبون. والصوت الطبيعي هو جانب هام من القصص الإخبارية الإذاعية ولا يساعد على سرد القصة فقط بل على توضيحها، من خلال

خلق صورة بصرية في أذهان جمهورنا. وهذا أمر مهم لا سيما في الراديو عندما لا تكون لدينا الوسائل البصرية.

أمثلة على الصوت الطبيعي:

- قصة على الازدحام المروري سوف تشمل الأصوات الطبيعية للمرور وربما صافرات شرطة المرور وقيام الناس بإطلاق أبواق سياراتهم
- قصة حول ظروف عمل الموظفين في الميناء سوف تشمل الأصوات الطبيعية للعمال أثناء العمل، والأصوات في الميناء بشكل عام، وإطلاق صافرات السفن

وهناك أيضا نوعان من الصوت الطبيعي : الصوت الأمامي والخلفي. يمكنك أن تفكر في الصوت الأمامي كما اللقطة عن قرب والتي نستخدمها في التلفزيون واللقطة الخلفية كاللقطة على نطاق واسع أو اللقطة البعيدة. يقترب الصوت الأمامي من مصدر الصوت، في حين يكون صوت الخلفية أوسع، ويشمل مختلف الأصوات من منطقة أكبر.

في مثالنا الأول، يكون صوت الخلفية صوت حركة المرور بشكل عام. ويمكن أن يتم أخذ الصوت الأمامي لدينا عن طريق الاقتراب من شرطة المرور وتسجيل صوت صراخهم أو صوت صافراتهم. وفي كثير من الحالات يتم استخدام الصوت في البث بطريقة تشبه استخدام علامات الترقيم في الكتابة وربما باعتباره علامة تعجب، أو يستخدم لتعيين مكان الحادث، لتقريب الجمهور من القصة.

تذكر أن بث القصة بث ينطوي على نسج عدة عناصر معا: مرئيات (إذا كان البث تلفزيونيا)، والصوت الطبيعي، ومسار الرواية ومقاطعها. ولن يكون نسج هذه العناصر معا بشكل فعال مجرد قصة لن ينساها الناس ولكن أيضا سرد القصة كاملة.

جمع الصوت الطبيعي لا يتطلب الممارسة وتسجيل بعض الأصوات (الماء، على سبيل المثال) هو أكثر صعوبة من غيرها. واطب على الممارسة والتجريب واستخدام الميكروفونات المختلفة إذا توفرت. وفي نهاية المطاف، ستكون قصصك أكثر ثراء بسبب استخدام الصوت الطبيعي.

## القص البصري

"إذا كانت عدستك لا تحتاج للتنظيف في نهاية التصوير، فإنك لم تقترب بدرجة كافية."

### - ريتش ميرفي المصور الصحفي

التلفزيون ليس مجرد راديو مع صور. والواقع أن الصور هي الجزء الأكثر أهمية في الأخبار التلفزيونية لدينا ببساطة لأن الناس يتذكرون ما يرونه قبل أن يتذكروا ما يسمعه، لذلك "اعرض، لا تسرد". لتكن غايتك الحصول على الصور التي لا تنسى لأنها دليلك البصري.

السرد البصري للقصة هو حقا فن، بل هو الفن الذي يمكننا أن نتعلمه ونمارسه. ولكن قبل البدء في التصوير عليك أن تعرف ما هو هدفك، ما هو محور قصتك؟ ما هو المحور الذي يركز عليه التحرير وما هو التركيز البصري. يمكنك من خلال تحديد ذلك أن تقرر ما هي الصور التي ستحتاج لالتقاطها حتى قبل الخروج إلى الميدان. أيضا، في حين أن هذا قد يبدو واضحا، عليك أن تعرف ما هي المعدات المتوفرة، وكيفية استخدامها، وأن تشعر بالراحة لاستخدامها وإلا فأنت لن تكون قادرا على استخدامها بفعالية أو بثقة. وهذا ليس شيئا يمكن أن تتعلمه في الميدان!

تذكر أن التلفزيون هو جهد تعاوني، وحتى يعمل ذلك الفريق بفعالية تحتاج إلى التواصل معه، سواء كان المصور الخاص بك، أو المراسل أو المنتج بحيث يعرف الجميع ما هي القصة. وتحتاج لمناقشة اللقطات المطلوبة وتحديد أفضل طريقة للقيام بالقصة في الوقت المتاح

عندما تذهب إلى الميدان لبدء التصوير، يجب أن تسعى جاهدا للقيام بأشياء عدة. أولا، تذكر أن هدفك هو اثبات محور تركيز قصتك بالصوت والصور. فالصور هي برهان مرئي على القصة التي تسردها. واسأل نفسك "ما هي الصور التي تسرد هذه القصة مع الحد الأدنى من الكلمات؟" وأن تسعى لتصوير المزاج والمشاعر.

الثاني ، أن نتذكر أننا رواة القصص وأن للقصص 3 عناصر أساسية هي: بداية ووسط ونهاية وتحتاج مرئياتك أيضا إلى توضيح تلك العناصر، واللقطة الأولى، أو البداية، من القصة عادة ما توضح بلقطة على نطاق واسع. ويتكون وسط القصة من لقطات متوسطة وضيقة تنتهي عادة بلقطة أخرى على نطاق واسع.

ثالثا، بعض اللقطات تعتبر أفضل من غيرها لسرد القصص. واللقطات التي تعرض القصة بشكل أفضل تشمل لقطات عن قرب، ووجوه، والفعل ورد الفعل والتفاصيل. والتصوير التلفزيوني عبارة عن لقطات قريبة إلى متوسطة القرب لذا التقط الكثير من اللقطات عن قرب. ولا تقم بذلك من نهاية الغرفة -- تحتاج إلى الاقتراب من كل ما تقوم بتصويره!

قد يبدو ذلك غريبا، ولكن ربما كان الجانب الأكثر صعوبة من التصوير هو جمع صوت جيد وصالح للاستعمال. ما يحدث عادة هو أن نصبح منشغلين بالحصول على جميع اللقطات الجيدة والمتواليه بحيث ننسى تقريبا كل شيء عن الصوت. تذكر أن السرد التلفزيوني هو القص يتألف من الصور، والمقاطع، والسرد أو التعليق الصوتي والصوت الطبيعي لذا حافظ دائما على رصد الصوت. يجب عليك الاستماع ، ومن ثم النقاط الصوت الطبيعي الجيد والحي.

في الميدان، تأكد من ضبط تصويرك - أعرف ما تصوره ولماذا. وبمجرد الانتهاء من هذه التقنية، عندها يمكنك تحسين السرد البصري من خلال ايجاد تركيبة فريدة والتجريب. إذا كان لديك منصب ثلاثي ، فقم باستخدامه.

بينما يعتبر التصوير جزءا من عملية الإنتاج، فإن ما تصوره سيحتاج في نهاية المطاف إلى أن يعدل وبالتالي تحتاج إلى التصوير وفقا لذلك. وهناك بعض اللقطات التي يجب ان تبذل جهدا باستمرار لجمعها في الميدان. أولا، لا ننسى تصوير اللقطات الفاصلة **cutaways** وإلا ستواجه وقتا صعبا عند التحرير. وهي لقطة قصيرة تستخدم لإنشاء الاستمرارية البصرية بين لقطتين. وتستخدم عادة عند تحرير مقطعين معا من المقابلة نفسها.

ثانيا، أن تبذل جهدا في التقاط صور متسلسلة في كل مكان تذهب إليه. والتسلسل هو سلسلة من اللقطات التي، عندما يتم تحريرها، تعطي انطباعا للحدث المستمر. وفي الاساس، يحكي التسلسل قصة مصغرة في وقت مضغوط ويساعد على شرح الفكرة الرئيسية للقصة بفعالية أكثر مما يمكن أن يتم ذلك باستخدام لقطات عشوائية.

واللفظات المتسلسلة سهلة، وتحتاج للممارسة فقط. وتتألف اللفظات الثلاثة الأساسية المتسلسلة من لفظة افتتاحية واسعة تليها لفظة متوسطة ثم الانتهاء بلفظة عن قرب.

وأخيرا، عليك أن تدرك أن هناك رد فعل يتصل مع كل لفظة من المقابلة التي تجريها، ودائما اسأل نفسك ما هو رد الفعل المتصل باللفظة التي تقوم بها حاليا؟ انت بحاجة الى التفكير في المستقبل وتوقع أين سيجري الحدث لاحقا وتحدد موقعك لأخذ اللفظة.

وهذه بعض النصائح للتصوير الفوتوغرافي:

- قم بتصوير ما سينتهي أولا (لأنه لن يعود!)
- قم بالتصوير والتحرك، التصوير والتحرك، التصوير والتحرك...
- تذكر أن العين لا تقوم بتكبير الصورة لذا كن حكيما في استخدامك للتكبير
- يمكن أن تكون المقابلات مرئية أيضا؛ حاول تصوير مصادرك في بيئتها الطبيعية
- قم بالتصوير في المستوى الذي تصوره، فإذا كنت تصور طفلا فاجلس على ركبتك وقم بالتصوير على مستواه

### استخدام الحاسوب في كتابة التقارير

الإنترنت من أكثر الأدوات المفيدة في الصحافة اليوم. ولكن مجرد أوجدها على الإنترنت لا يعني أنها صحيحة. في الواقع، هناك الكثير من المعلومات السيئة والمتحيزة وببساطة غير الصحيحة على شبكة الإنترنت. من أجل استخدام الإنترنت بشكل فعال تحتاج إلى معرفة أين تبحث فيها وأن تكون على دراية بما هو متاح وأين يمكن العثور عليه.

ووفقا لدليل مؤسسة مدراء أخبار الإذاعة والتلفزيون "الصحفي السلكي"، هناك عدة أشياء يجب أخذها في الاعتبار عند تقييم المعلومات الموجودة على الإنترنت. أولا، البحث عن المصدر والتأكد من انها مشروعة وأن هناك شخصا محددًا بشكل واضح أو منظمة مسؤولة عن الموقع. ثانيا، أن ننظر بعناية في عنوان الموقع، وإذا كان هناك علامة **تيلدا** (~) فإن من المرجح أن يكون الموقع صفحة ويب شخصية. ثالثا، كما هو الحال مع أي مصدر يستخدم في الصحافة، تأكد أن كل ما تستخدمه منسوب لجهة معينة. وأخيرا، حذار من الصفحات التي تحتوي الإماء أو النحو غير الصحيح.

عندما تجد أحد المواقع التي تعتبرها موثوقة ومن المرجح أنك ستستخدمه كثيرا، يجب أن تضيفه إلى قائمة المواقع "المرجعية" أو إلى "المفضلة". وهذا سيجعل من السهل الوصول إلى هذا الموقع في المستقبل.

للوصول إلى شبكة الإنترنت، نستخدم برنامج يسمى متصفح، وأكثرها شيوعا هو الإنترنت إكسبلورر. وشملت وعادة ما يكون مع نظام تشغيل الكمبيوتر. وهناك متصفح آخر هو موزيلا فايرفوكس. ويمكن الوصول إلى كل صفحة ويب عن طريق الكتابة في عنوانها (محدد موقع المعلومات) التي تبدأ مع http:| لأن هذا يعتبر مشتركا لجميع عناوين الويب، وعادة ما يتم حذفها.

يتحقق التفاعل على الشبكة من خلال "صلات" أو "وصلات" كما هي معروفة. والوصلات يمكن تحديدها عادة على صفحة الويب عن طريق استخدام الخط الأزرق والخط المرسوم تحتها.

والبحث في الإنترنت هو واحد من أكثر الاستخدامات الشائعة للإنترنت، ولكنها أيضا واحدة من أكثر المهام صعوبة من حيث القيام بها بكفاءة. من أجل إجراء بحث فعال، يجب أن تكون دقيقا في استخدام الكلمات الرئيسية التي تستخدمها، ولكن ليس دقيقا بحيث لا تحصل على أي نتائج على الإطلاق. بعض محركات البحث الأكثر شيوعا هي: [www.google.com](http://www.google.com) م ، [www.altavista.com](http://www.altavista.com) م و [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com).

لمزيد من المعلومات حول التقارير بمساعدة الحاسوب، قم بزيارة المعهد الوطني للتقارير بمساعدة الحاسوب في: [www.nicar.org](http://www.nicar.org). وهناك أيضا أخبار الرابطة التي قد تجدها مفيدة. موقعه على الإنترنت هو: [www.onlinenewsassociation.org](http://www.onlinenewsassociation.org)

أيضا، ضع في اعتبارك أن معظم الصحفيين يستخدمون البريد الإلكتروني لجمع المعلومات من المصادر التي قد تكون على الجانب الآخر من العالم. وبالطبع، هذا يطرح تحديات للصحافيين العاملين في مجال البث والذين عادة ما تتطلب قصصهم مقتطفات صوتية، ولكن يمكن أن يكون مفيدا جدا كوسيلة لجمع المعلومات الأساسية.

انظر الصفحة 36 للحصول على قائمة بالمواقع التي قد تجدها مفيدة.

### التقارير السياسية

التقارير السياسية تغطي الحكومة على المستويات المحلية والوطنية على حد سواء، ولكنها تشمل أيضا المرشحين السياسيين والسياسيين. وعلى أية حال، تذكر أن المبدأ الأول في التقارير هو: النزاهة والدقة والتوازن. وهذا أمر مهم يجب أن نأخذه في الاعتبار عند القيام بالتغطية السياسية. إلا أن تغطية السياسة،

لا تعني ببساطة استخدام السياسيين كمصادر. فغالبا ما تكون التغطية السياسية أكثر فعالية عندما تشمل أناس حقيقيين، أناس تأثروا بالقرارات السياسية. فالرئيس أو الوزراء ليسوا فقط مصادرنا الوحيدة للقصص السياسية.

وتشارك الحكومة في العديد من الأنشطة الأساسية:

- السماح بالتحسينات العامة، مثل الشوارع والمباني الجديدة، والجسور
- اعتماد مواصفات مختلفة، مثل البناء والصرف الصحي، وتقسيم المناطق
- إصدار اللوائح التي تؤثر على الصحة العامة والرفاهية والسلامة
- النظر في الطعون المقدمة من التخطيط والتنظيم العمراني
- تعيين وعزل المسؤولين في المدينة
- الموافقة على شراء الأراضي وبيعها
- منح الامتيازات
- اعتماد النفقات والميزانيات الرأسمالية

المجموعات المشاركة في عملية الحكم المحلي على النحو التالي:

- قادة الأحزاب السياسية -- لديهم نفوذ قوي في عملية الترشيح. وهؤلاء لديهم أجندة سياسية.
- المسؤولين المنتخبين والمعيّنين - لهم أدوار رئيسية في تنفيذ السياسات. وهم عادة أعضاء في الأحزاب السياسية لديهم أجندة سياسية
- مجموعات المصالح أو الضغط. ويتأثر بهم كل جانب من الحكومة. فالشركات مهتمة في الإنفاق الحكومي، والقواعد والتنظيمات. يجب أن تقوم البنوك بالتدقيق في سياسات الديون. ويقوم المقاولون بالحث على التحسينات العامة. وحتى المواطنين يكون لهم حصة في الحكومة على الرغم من عدم التنظيم في كثير من الأحيان. وتعمل الجماعات الدينية والمنظمات التعليمية على تتبع السياسات التعليمية. ويقوم المهنيين في مجال الطب والصحة بدراسة أنشطة وزارة الصحة.

وتأتي وسائل الإعلام في كل هذا المزيج، وغالبا ما يشار لها بمراقب الحكومة وشنننا أم أبننا، فإن وسائل الإعلام غالبا ما تلعب دورا مباشرا في العملية السياسية. فهي تسلط الضوء على الشخصيات، وتغرم بالكشف، وسوف تعد القصص عن مشاريع الأشغال العامة التي تبدو طموحة جدا أو مكلفة. فوسائل الاعلام تعد الكثير من القصص حول الحكومة كمتابع للأحداث. ولكن ينبغي أيضا على الصحفيين إبلاغ الناس حول كيفية عمل الحكومة، وكيف تؤثر عليهم، وكيف يمكنهم التأثير عليها. ويعود هذا الى دور " الإعلام " الذي تؤديه وسائل الإعلام.

وهناك مجموعة متنوعة من القصص المختلفة التي تقيس رفاه المجتمع، فقط لا تنسى أن تأتي بتركيز على البحث واكتشاف الناس الذين "يعيشون" هذه القصة، والذين يتأثرون بها. بعض هذه القصص قد تشمل:

- العمالة ومعدلات البطالة
- بيانات الصحة
- الأوضاع الاجتماعية -- التنوع والانسجام
- معدلات معرفة القراءة والكتابة
- إحصاءات التعليم
- بناء المساكن وتوصيل الاتصالات الهاتفية والمرافق، ومبيعات السيارات
- معدلات الإشغال في الفنادق
- إيرادات ضريبة المبيعات

عند تغطية الحملات السياسية -- ينبغي أن يكون هناك ما لا يقل عن أربعة عناصر للتغطية التي نقوم بها: المرشح : لا قصص تقتصر فقط على الملف التعريفي. يمكنك أيضا مقابلة الأصدقاء والمقربين من المرشح، حتى معارضيته.

المال : اطرح دائما السؤال عن المال. قم بدراسة عملية جمع التبرعات السياسية وتمويل الحملة وتقارير الإفصاح والبرامج الإعلانية. من يقوم باعطاء الأموال للمرشح؟ وكم ينفقون؟ على ماذا ينفق المرشحون أموالهم؟ من الذي يدفع ولماذا؟

*القضايا* : هذه عادة ما تكون أكثر أهمية من السياسيين أنفسهم، وتشمل منصات المرشحين ورأي الجمهور. تذكر، يذهب يذهب المرشحون حيث الأصوات. راقب إلى أين يذهب المرشحين، وكم مرة، ومن يناشدون. فمن خلال النظر فقط في الجدول الأسبوعي للمرشح، يمكنك الكشف عن الكثير من استراتيجيته. لا ننسى أن الصحفيين مهتمون بالمساءلة. إذا كنت ترى أن الحملة تتطرق إلى القضايا الهامة أو تتعامل معها فقط من حيث العموميات، فمن وظيفة الصحفيين الضغط على الأسئلة التي من شأنها أن تبرز القضايا بقوة. ويحق للجمهور أن يعرف موقف المرشح من الضرائب، والرفاهية، والرعاية الصحية والتعليم ومجموعة من المسائل الأخرى ذات الصلة. هذا هو أكثر التقارير الموضوعية عوضا عن " تقرير سباق الخيل " -- الذي يحكي مجرد المتواجدين في القمة والذين في الأسفل في سباق السياسية. أكثر الصحفيين السياسيين يعلمون ما يعتبره الناس هاما وعلى الصحافة الضغط على المرشحين في هذه القضايا. لا نقبل مجرد الشعارات والعموميات: ماذا تعني؟ على سبيل المثال، إذا كانت الحملة تستخدم شعار: عضو الكونجرس موجود عندما تحتاج إليه. ماذا يعني ذلك؟ وينبغي للصحفيين السياسيين الرؤية من خلال ذلك بدائل للأدوات المعينة التي يقوم المرشح أو المسؤول من خلالها بتجنب اتخاذ موقف.

*المنظمة*: هذا ينطوي على النظر في الشخصيات الرئيسية وخطط الحملة. تذكر: جميع الحملات محط لها. افترض أن كل قرار يتم لسبب ما. ووظيفة الصحفي هو اعدام من تلك بضع كلمات من خطابة الحملة، والحوادث والانتطاعات التي تنقل النكهة والمزاج، وأهمية ما حدث.

### نصائح حول تقارير الانتخابات

(من مقال توماس ينشيب، رئيس المركز الدولي للصحفيين ورئيس التحرير السابق لصحيفة بوسطن غلوب. كتب للمحرر والناشر، 3 أكتوبر 1992)

- **التزم بالقضايا.** احترس من المرشحين الذين يستخدمون تقنيات علاقات عامة ذكية لا علاقة لها بقضايا الانتخابات الحقيقية. فبعض المرشحين يجدوا أنه يمكن لفت المزيد من الاهتمام لأنفسهم من خلال شن حملة كراهية ضد خصومهم (القيم العائلية الشخصية هو الموضوع المفضل) بدلا من معالجة القضايا الهامة مثل الاقتصاد وفرص العمل.
- **حذار من المبالغة في الجدل.** وفي كثير من الأحيان عندما لا تصطدم بنا القصة مباشرة، يقوم بعض الصحفيين والمحررين بإنشاء صراع محتمل ثم تضخيمه. ومن الأفضل أن ندع ذلك اليوم يمر دون مقتطف صوتي بمدة 20 ثانية أو سطر مكتوب.

- **المساواة في الوقت بين الجميع.** احتفظ بتسجيل دقيق للوقت والعرض (صفحة أولى، في الداخل) المعطى لكل مرشح. فالتفاوت في التقارير هو الطريقة الأكيدة لفقدان المصداقية والقراء.
- **لا ننسى الناخبين.** ينبغي على المرسلين مواكبة ما يفكر به الناخبين، ليس فقط من خلال صناديق الاقتراع والاقتراس السريع من رجل الشارع، ولكن من خلال التحقق الهادف من كيفية معيشة العائلات. تذكر تغطية المناطق وليس فقط المناطق الرئيسية من البلاد.
- **حذار من "استطلاعات الرأي".** استطلاعات الرأي يمكن أن تكون مفيدة، ولكنها يمكن أن يبالغ استخدامها والتلاعب بها. ومن الأفضل تقديم تقارير اقليمية قديمة للقارئ مع المقابلات والتوقعات من الناخبين والخبراء الميدانيين.
- **لا تبالغ في التحليل.** من الأفضل استغلال الكثير من الطاقة والوقت المخصص لتحليل لكل خطوة يقوم بها المرشحين في ابلاغ القراء عن ما يعتقد الناخبين بدلا مما يتأمله المتنفذ الحالم بالمنصب.
- **حذار من "الشرعية الزاحفة"** وتحدث عندما تقوم واحدة من المنظمات الاخبارية (عادة ما تكون غير موثوقة) بنشر قصة استنادا إلى شائعات أو مصدر واحد وتحذو حذوها وسائل الاعلام الأخرى خوفا من فقدان القصة. وينبغي للمنظمات الاخبارية تطبيق نفس معايير الإبلاغ التي تفرضها على تحقيقاتها الخاصة (التحقق المزدوج من كل الوقائع) لأية حملة سياسية من الشائعات والفضائح. ويجب على المراسل أن لا يكون بمثابة قناة لمجرد الحصول على معلومات شخصية عن مرشح دون رادع، ولا سيما من مصدر مشكوك فيه. التزم بالمعايير الخاصة بك للتحقق من الحقائق قبل الضغط على الزناد.

### تغطية الميزانيات

وهذا يتطلب معرفة بكيفية جمع الأموال وكيفية انفاقها. ويمكن رؤية نظام العلاقة بين المال وأعمال الحكومة في عملية الميزانية.

الميزانية هي توقعات أو تقديرات لنفقات الحكومة خلال العام. والإيرادات اللازمة لتغطية تلك المصروفات والميزانية هي الحل النهائي لحسم المطالب الكثيرة والمتنافسة للأفراد والجماعات

تأتي كل أنواع الضغوط للتأثير على صانعي الميزانية. ويقوم الصحفيون الجيدون بالتحقق لمعرفة ما اذا كان السياسيون يسعون إلى مكافأة الدوائر الانتخابية، وما إذا كانوا يفون بالوعود الانتخابية.

وفيما يلي قائمة من قصص الميزانية:

- المبلغ الذي سيصرف، ضرائب جديدة أو زيادة فيها، وارتفاع رسوم الترخيص والتصريح والإيرادات الأخرى التي ستكون ضرورية لتغطية التخفيضات في النفقات، إن وجدت، التي يتعين اتخاذها في مثل هذه الضرائب والرسوم أو الغرامات. مقارنة ذلك مع السنوات السابقة. أيضا البحث عن مبرر للزيادات المطلوبة والتخفيضات التي أجريت.

• معدل الإنفاق الحالي -- هل هو تحت أو على ميزانية السنة / السنوات السابقة ؟

• الأنماط وراء التقديم والتعديلات اللاحقة، مثل دوافع سياسية وجماعات الضغط ، والماضي.

• آثار التغييرات في الميزانية للوكالات والإدارات والشركات والجمهور.

• مقارنة بين التكاليف لكل شخص من حيث خدمات محددة مع المناطق الأخرى أو المدارس.

• تحقق من واحدة أو أكثر من الإدارات لمعرفة كيفية استخدام الأموال، سواء كانت جميع التمويلات ضرورية.

وهناك خمس مجموعات المصالح الكبرى التي تسعى للتأثير على القرارات في الميزانية وتشكل المصادر ان الصحفي :

1. الحكومة -- غالبا ما يكون المديرين التنفيذيين الذين يقدمون الميزانيات والمسؤولين وقادة الحزب خارج الحكومة مفيدون

2. الدوائر التي توفر المال -- الجمعيات المحلية للعقارات وجمعيات أصحاب الممتلكات والغرف التجارية ومنظمات دافعي الضرائب والتجار والمجموعات التجارية والمصارف

3. جماعات المطالبة بالخدمات -- التربية والتعليم والصحة والرعاية والخدمات الأخرى

4. البيروقراطية المنظمة -- موظفي القطاع العام والاتحادات البلدية

5. جماعات مستقلة

## تجهيز الأخبار

الكتابة للبحث

تختلف الكتابة للبت عن الطباعة كون أدمغتنا تقوم بمعالجة المعلومات بشكل مختلف عندما تصدر من الراديو أو التلفزيون. الأهم من ذلك، علينا أن نتذكر أن لدى جمهورنا فرصة واحدة فقط لفهم القصة، في حين أن الطباعة تمكن القارئ أن يمضي وقتنا أطول في قراءة قصة أو العودة وإعادة قراءتها إذا كان هناك شيء غير واضح. وليس لدينا هذا الترف في الإذاعة. لدى جمهورنا فرصة واحدة، وفرصة واحدة فقط، للفهم.

وفي حين أن هذا يشكل بعض التحديات، علينا أن نتذكر أنه عند الكتابة للبت نستخدم لغة نعرفها بالفعل -- اللغة المنطوقة. وهذا صحيح بغض النظر عن اللغة التي تعمل فيها. وكثيرا ما نصبح مرتبطين جدا بالنص، أي جزء مكتوب من قصصنا، بحيث ننسى أن هذه الكتابات ستقرأ بصوت عال. وهنا تكمن الصعوبة، ولكن أيضا البساطة، من كتابة البث. في الواقع، نحن نكتب، ولكننا نكتب للأذن، والكتابة تكون ببساطة، بالطريقة التي نتكلم بها. وهكذا، ولعل الشيء الأكثر أهمية هو أن نتذكر أننا نكتب اللغة المحكية، كتابة الطريقة التي نتكلم بها ونتكلم حين نكتب! ولكن حذار من استخدام العامية.

بمجرد أن تأكد لدينا محور قصتنا (انظر الصفحة 8) ، نكون بحاجة لاتخاذ قرار بشأن هيكل القصة. عملية بسيطة من 4 - خطوات، تسمى الشبكة، يمكن أن تكون مفيدة: الخطاف، والسياق، والتطوير والاختتام.

الخطاف هو بداية القصة حيث نستخدم صور جيدة (للتلفزيون)، والصوت الطبيعي للاستحواذ على جمهورنا وإرغامهم على المتابعة، بل حيث نقيم موضوع القصة ووجهتها. والسياق هو جزء المعلومات الثقيلة وقصة التلفزيون غالبا ما لا تكون مثيرة بصريا. والسياق يتطلب كتابة عظيمة ولتتمكن من الوصول الى القسم التالي، التطوير، في أسرع وقت ممكن. ومن الآن نبدأ بتطوير شخصياتنا، والكتابة بشكل أقل، وبناء التوتر، وشرح الدوافع وتقديم التحليل. بينما تطور القصة ونحن نعتمد اعتمادا كبيرا على القصة والشخصيات. وأخيرا، نحن بحاجة إلى اختتام القصة. هنا علينا أن ننظر إلى المستقبل، وربط أي حلقة مفتوحة والعودة إلى مزاجنا الأصلي. ومن المهم أن لا نطيل هنا أيضا ولا ننظر أو نلخص، بل اختتام القصة ببساطة.

إذا أردنا استخدام قصة أطفال الشوارع فإن الشبكة ستبدو كالتالي.

نص	مرئيات	
مقدمة القصة	لقطة لطفل من الشارع يقوم بغريبة كومة من القمامة أو يتسول من شخص ما	<b>الخطاف</b>
مقاطع من أطفال الشوارع يروون قصصهم -- لماذا	مزيد من لقطات لأطفال، وربما أسرهم أو المنظمات التي	<b>التطوير</b>

يعيشون في الشارع إلخ.	تحاول مساعدتهم	
العودة إلى أول شخصيتنا الرئيسية ومحاولة دفع القصة إلى المستقبل	مزيد من لقطات للطفل في بيئته	الختام

واتباع هذه العملية البسيطة يساعدنا على تحديد ما هي العناصر التي نحتاج إلى جمع في هذا المجال. تذكر، أنت من يجب أن يعرف كل شيء عن القصة في حين أن الجمهور لا يعرف شيئاً. ومن واجبك الحفاظ على القصة بسيطة ومنطقية بالقدر الممكن خلال تقديم أي معلومات يحتاجها جمهورك لفهم القصة في مجملها.

#### قواعد عامة:

- لا تحاول أن تروي القصة بأكملها
- كن محددًا واستخدم ألفاظ مناسبة
- التركيز على شيء واحد في وقت واحد
- الكتابة كما المحادثة
- الكتابة بشكل واقعي ودقيق
- الكتابة بصيغة المبني للمعلوم
- كتابة بداية، وسط ونهاية
- أبدأ بقوة
- تبسيط
- الإسناد يأتي أو لا

ما يجب فعله

- رواية القصص في ترتيب منطقي.
- تكتب كما تتحدث وتتحدث كما تكتب. (حافظ على جمل قصيرة. إذا كان لديك جملة طويلة، متابعتها بواحدة قصيرة)
- فكرة واحدة في الجملة. واحدة فقط!
- استخدام الفعل المضارع.
- استخدام صيغة المبني للمعلوم
- ارسم صوراً بكلماتك. (واسمح للمشاهد بالاستنتاج - أنت تسرد / صف ما يحدث).
- وصف الناس، لا تميزهم. (قل ما يفعلونه بالضبط بدلاً من استخدام لقبهم الرسمي).
- استخدام الأفعال والصفات. (على سبيل المثال إذا قلت "انه يدعم أو يمشي" تقوم بإعطاء صورة بدون استخدام صفة).
- قدر قيمة الكلمات الصغيرة.
- استخدم الأرقام بدقة وأقل قدر ممكن. جعل الأرقام تعني شيئاً.
- وضع الإسناد في بداية الجملة.

#### ما لا يجب فعله

- لا تتبالغ. (لا تتراكم الصفات)
- لا تستخدم المختصرات.
- توقف عند الكلمات الخطرة مثل "الذي" و "التي".
- لا تقل ما لا تحتاج. أن يكون مباشراً.
- لا تستخدم الكليشيهات.
- لا تستخدم العامية
- تجنب اللغة الغامضة. أن تكون محددًا.

- تجنب المرادفات أو الاختلافات الأنيقة.
- تجنب الأرقام في السيناريو الخاص بك إذا كان ذلك ممكنا. إذا كان لا بد من استخدامها، اجعلها تعني شيئا. تأكد من أن تكتبها في النص الخاص بك **وقم بتدويرها**.

### الإسناد واستخدام المقطعات الصوتية

هناك عدة طرق مختلفة تمكننا من استخدام المعلومات في قصصنا: الإسناد، ومقاطع أو مقتطفات صوتية، وملاحظتنا الخاصة. ويجب أن تأتي المعلومات من مكان ما، وعندما لا تلاحظ مباشرة أو تسمع من قبل أحد الصحفيين، يجب أن يكون لها "مصدر" أو تنسب. وبعبارة أخرى أقول نحن بحاجة إلى اخبار جمهورنا ان المعلومات من أين جاءت. وهذا أمر ضروري لبضعة أسباب مختلفة. الأول، إسناد المعلومات تمكن الجمهور من تقييم سلطتها أو دقتها. الثاني، فإنه يجعل من الواضح أن المؤسسة الصحفية المعنية ليست مسؤولة عن المعلومات. الثالث، فإنه يعين المسؤولية عن هذه المعلومات إلى المصدر.

إحذر، مع ذلك، أن الإسناد لا يعني الصحفي من المسؤولية. فلأنك ببساطة اسندت المعلومات بشكل صحيح أو اقتبسها عن شخص ما لا يعني أن ما يقولونه صحيحا أو مسؤولا.

وإليك بعض الأمثلة عن الاسناد:

- ونكرت الشرطة ان عشرة اشخاص اصيبوا في الانفجار.
- يقول الرئيس أن الانتخابات ستجرى قريبا.

نضع في اعتبارنا أن الاسناد في الكتابة للبحث يأتي في بداية الجملة.

إذا استخدمنا مقتطفات صوتية أو مقاطع (أو صوت على الشريط) نحتاج إلى أن نضع بعض الأمور في الاعتبار. الأول، بالنسبة للقصص الاخبارية العادية فإن المقاطع الصوتية لا ينبغي أن تكون أطول من 15 ثانية كحد أقصى. ثانيا، نحتاج إلى الكتابة حسب المقاطع الصوتية -- ونحتاج الى "مقدمة للمقطع" تعرف على الشخص الذي سنسمع منه دون سرقة بريقه أو تكرار ما سيقوله. ويجب أن تكون المقدمة جملة كاملة وبسيطة مثل "جون عبد الله هو وزير النقل". ثم يتبعها بعد ذلك المقطع الكامل. وأخيرا، عند ترجمة مقطع، قم بتشغيل مقطع الصوت الأصلي لأول مرة بضع ثوان قبل ان يتم تشغيل الترجمة .

غالبا ما يجد الصحفيين صعوبة في العثور على أفضل عشرة ثوان من المقابلة ولكن عليك أن تسأل نفسك ما هو أفضل جزء على الإطلاق من المقابلة ويوضح القصة بأفضل شكل. ويجب العمل كمحرر هنا. يمكن أن تكون المقطعات الصوتية في معظم الأحيان وضعت في واحدة من فئتين: إعلامية وعاطفية. المقطعات الصوتية الإخبارية عادة ما تكون تلك التي نحصل عليها من المسؤولين أو الخبراء في حين التسجيل الصوتي العاطفي يأتي من الناس الذين يعيشون قصة أو يتأثرون بها. والأمر متروك لك ان تقرر ما هو نوع المقطع الذي يسرد قصتك بشكل أفضل ثم كيف تحتاج لتجميع تلك المقطعات.

وأخيرا، تذكر أننا في كثير من الأحيان نريد استخدام جزأين من نفس المقابلة. في الاذاعة يعتبر تحريرهما معا سهلا، ولكن إذا كنا في التلفزيون فإن تحريرهما معا مباشرة سيؤدي الحصول على بتر. ونتيجة لذلك، نحتاج دائما لتصوير اللقطات الفاصلة في أي مرة نصور فيها في الميدان. وهي لقطة قصيرة من شأنها أن تخلق الاستمرارية البصرية بين شرائح مقطعين اثنين. من المقابلات يمكن للقطات الفاصلة أن تشمل اللقطات التالية: يدي الضيف أو لقطة من أعلى الكتف لاستماع المراسل له، أو أي شيء يؤدي إلى إعطاء الإحساس بالاستمرارية. وتؤكد أيضا من تصوير اللقطات الفاصلة لما لا يقل عن 15 ثانية وإلا فإن المحرر سيواجه وقتا صعبا عندما قيامه بالتحرير.

### تحرير الفيديو

كلما يتم تحرير الصور الرائعة، والأصوات الطبيعية والسرد في قصة واحدة، يتم اثبات العلاقات و تكوين الحقائق، واجابة الأسئلة وتحفيز العواطف. وهذه هي قوة التحرير. عندما تنتهي من ذلك جيدا، يكون تحرير أفلام الفيديو الاخبارية غير مرئي للمشاهد.

وبشكل أكثر دقة، فإن التحرير هو وسيلة لتحديد أجزاء معينة من الحدث أو الأحداث ووضعها في تسلسل مناسب. في الأساس، نحن نقوم بتكثيف الزمان والمكان. بالطبع فالطبيعة المحددة للتحرير سوف تعتمد بالضبط على ما كنت تحاول تحريره. هل تقوم بتحرير فيلم وثائقي تلفزيوني لمدة 20 دقيقة- أو حزمة أخبار لدقيقة واحدة؟ في حين يتناول هذا القسم التحرير للتلفزيوني، فإن كثير من المفاهيم التي نوقشت هنا يمكن أن تطبق بشكل جيد على قدم المساواة للتحرير الإذاعي (بدون العنصر البصري، بالطبع).

وظائف التحرير الأساسية هي الجمع بين لقطات مختلفة، لاختصار لقطات، لتصحيح أخطاء الإنتاج وبناء أو إظهار قصة من لقطات مختلفة.

### نصائح في التحرير

- فكر في قصة مقدما وكيف وما الذي ستحتاج إلى تحريره وجعله يحدث.

- تواصل مع طاقمك.
- التفكير في ما هي القصة وقم بالتصوير أو جمع الصوت وفقا لذلك. لا تبالغ في التصوير أو أنها ستكون بمثابة كابوس عند التحرير (وسوف يستغرق وقتا ثمينا لا تملكه عادة).
- تحتاج إلى متسلسلات وهذه لا يمكن أن تبنى في غرفة التحرير، لذلك تأكد من تصويرها في الميدان.
- يجب أن تحرر الصور بحيث يظل الموضوع الرئيسي يتحرك دائما في نفس الاتجاه في جميع أجزاء السلسلة. الشيء الوحيد الذي قد يتغير هو زاوية الكاميرا وتكوينها والمسافة إلى الموضوع.
- الحركة التي تتغير فجأة تربك المشاهدين. تأكد من أنك قد حصلت على **cutaways** التي تحتاج إليها.
- عند استخدام حركة الكاميرا مثل التكبير، تأكد من استكمال الحركة في التحرير -- لا تقطع التكبير أو في منتصف الحركة؛ دعها تكتمل حتى النهاية.
- مثل كل شيء آخر في الصحافة الإذاعية، ينبغي تحفيز التحرير سواء من خلال العمل السليم، والحوار أو السرد. وينبغي تشغيل كل لقطة فقط لما يكفي لأخذ المشاهد لاستيعاب المعلومات المقدمة. فالسرعة أمر بالغ الأهمية.
- احصل على قائمة باللقطات للعمل بناء عليها ولتعرف أين تتجه.
- كن منظما: احصل على الأشرطة الخاصة بك، وقائمة باللقطات والملاحظات والنص.
- إذا كنت تعمل مع المحرر (بدلا من التحرير بنفسك) قم بتعريفه بمحور تركيز التركيز قصة حتى يكون العمل بنفس التفكير
- كن على استعداد لتغيير الكلمات: فالكلمات أكثر مرونة من الصور.
- السماح لها بالتنفس. الوقفات يمكن أن تكون قوية جدا.
- الأصوات الطبيعية -- استخدمها!

## الأداء

كمذيعين، يعتمد معظمنا على أصواتنا لمعيشتنا. ما لا يدركه العديد منا هو أنه بإمكاننا تغيير صوتنا -- ولكن الأمر يتطلب بعض الوقت والممارسة. وسوف يعطيك هذا القسم النصائح العملية حول ما تحتاج إلى العمل عليه من أجل تغيير صوتك. كما يعطي لك بعض النصائح حول كيفية تحسين standups والأداء الحي.

## التقديم

الخطوة الأولى في العمل على تقديمك هي التأكد من راحتك. قد يبدو هذا تناقضا بالنسبة للكثيرين منا حيث اننا نتوتر تلقائيا قبل الاداء و إلى حد ما نحتاج الى اندفاع الأدرينالين من أجل أداء فعال. ومع ذلك، من أجل فتح أصواتنا نحن بحاجة الى الافراج عن التوتر في وجوهنا والعنق والكتفين حيث أن معظمنا يحمل هذا التوتر. وهذا يعني لف كتفيك وعنقك، والامتداد، والحركة، وكل ما يتطلبه الأمر للاسترخاء. يجب القيام بذلك قبل محاولة أي نوع من الأداء على الإطلاق.

ونحن بحاجة أيضا لتعلم التنفس بشكل سليم، مما سيساعدنا أيضا على الاسترخاء. معظمنا يتنفس بشكل ضحل، فقط باستخدام ثالث أعلى الرئتين لدينا، وترك الثلثين في القاع للركود. نحن بحاجة إلى أن نتعلم ملء الرئتين لدينا ليس فقط بالأكسجين، ولكن أيضا لدينا في نهاية المطاف الحجاب الحاجز لأننا نتكلم من الحجاب الحاجز - الحبال الصوتية تساعد فقط على إنتاج الصوت، واستخدام الحجاب الحاجز لدينا سوف يضيفي ثراء وصدى على صوتنا وسوف يساعد أيضا في حماية الحبال الصوتية.

كيف يمكننا البحث عن الحجاب الحاجز لدينا؟ حسنا، بالنسبة للكثيرين منا يمكن أن يثبت أنه يشكل تحديا لأن معظمنا لا يستخدم الحجاب الحاجز على أساس يومي. حاول أن تقف معتدلا، مع فتح القدمين بعرض الكتف، وتنفس بعمق عن طريق الأنف. اشعر بالأكسجين يملأ بطنك مع السماح لبطنك بالانتفاخ. فالذي ينتفخ في الواقع هو الحجاب الحاجز! قم ببعض من هذا التنفس من البطن يوميا وسوف تبدأ في التعود على الشعور بمكان الحجاب الحاجز وفي نهاية المطاف، كيفية استخدامها.

يجب عليك أيضا أن تكون واقفا في أي وقت تقوم به بالاداء. ومن الواضح أن هذا غير ممكن إذا كنت مذيعا تلفزيونيا، ولكن يجب الوقوف كلما أمكن ذلك. يجب عليك أيضا حمل نسختك أو وضعها أمامك حتى لا تنتظر للأسفل باستمرار. هدفنا هنا هو أن يكون المسار بأكمله، من خلال الحجاب الحاجز في رئتيك والقصبية الهوائية حتى اخراج النفس، واضحة ومباشرة قدر الإمكان. إذا كنت تنتظر للأسفل، فإن القصبية الهوائية لديك تكون مثنية، مما يعوق الخروج الواضح للصوت.

كما يجب عليك تناول السوائل كلما أمكن، وهذا يعني الكثير من المياه وتقليص القهوة أو المشروبات الغازية والكافيين هو مدر للبول مما يعني أنها ببساطة تجففك -- على عكس ما نحاول تحقيقه. فالتطهير البسيط للحلق يمكن أن يهيج الحبال الصوتية لديك.

تحتاج أيضا إلى تعلم استخدام الميكروفون على نحو فعال. معظمنا يحمل الميكروفون قريبا جدا من أفواهنا وبالتالي النقاط الهسهسة غير المرغوب فيها بالتسجيل (صفير) وغالبا ما تؤدي إلى تشويه النقاط الصوت.

وأخيراً، اظهر دائماً على ثقة حتى لو كنت غير ذلك وتمرن ، تمرن ، تمرن لأن ذلك هو السبيل الوحيد لتحسين أدائك.

رايس :

- استرخ
- مهتم في ما تقوله
- متصل مع جمهورك إلى أبعد من الميكروفون والعدسة
- تشعر بالحيوية لأن ما تقدمه تحصل عليه في المقابل

القراءة:

- أعرف ما تقرأه ، وافهمه وتصوره
- اجعله ذا معنى
- تصور -- قد تكون في كشك صغير أو الاستوديو، ولكن عليك أن تضع نفسك عقلياً في المكان الذي تحدث فيه قصتك.
- حافظ على صيغة المحادثة، لا تبدو وكأنك تقرأ، بل وكأنك تحكي قصة.
- التحدث الى الجمهور.
- استخدام التعبير في أدائك -- نعم، وهذا يعني تعبير الوجه. أود بصفة خاصة أن أرى المذيعين يستخدمون حاجبيهم!
- التوقف المهل يساعدك لتحكي قصة ويمكن ان يعطيك لحظة تشتت الحاجة إليها لجمع نفسك.
- الحفاظ على الزخم من خلال كل جملة، من خلال كل فقرة حتى آخر كلمة.
- راقب مستويات الصوت للتأكد من انك تحصل على ما تريد.

- عند اعطاء مستوى الصوت أو الاختبار، تأكد أنك تقرأ ماذا وكيف ستكون على الهواء. لا تنفخ في الميكروفون أو تقوم بالعد لأن ذلك لن يعطي الاختيار الدقيق.
- تأكد من الصياغة والنطق بشكل واضح، وكثير منا لديهم مشاكل مع بعض الكلمات والأصوات والامر متروك لكم للتأكد ما هي المجالات التي قد تكون مشكلة بالنسبة لكم ثم العمل عليها.
- التركيز على ما تقوله، وهناك دائما الانحرافات في أي بيئة وانه عمك لتجاهلها والتركيز على المهمة التي بين يديك.

#### النص:

- ضع علامة للنص الخاص بك -- وهذا يعني أي توقف، الالفاظ غير المألوفة، والتجويد، والتعبير -- أي شيء من شأنه أن يساعدك على القيام بأفضل قراءة. لا تفترض أنك سوف تتذكر عندما تذهب الى الميكروفون -- أنك لن تتذكر!
- اعرف النطق السليم.
- تمرن دائما على السيناريو الخاص به والقراءة بصوت عال واستخدم وجهك وعينيك في التعبير ولكن لا تتدرب أكثر من اللازم
- تذكر، الكثير من سوء الأداء ينبع من نص سيئ لذا تأكد انك تستطيع قراءة النص الخاص بك، المكتوب للإذاعة وأنه يمكنك قراءته!

#### النغمة :

- ابحث عن الأفخاخ غير المقصودة التي قد تجعلك تبدو غير حساسة. أي تقرير مباشر عن طقس مشمس بعد قصة قتل. تحتاج إلى التحول عقليا من قصة لقصة.
- أتكلم مع كل من السلطة وسهولة الوصول.
- حذار من أن تصبح عاطفي بشكل مفرط عند القراءة، لهجتك الخاصة والتعبير العاطفي يجب أن يتطابقا مع لهجة القصة التي تقرأها.

الخوف من الأداء أو "الخوف من الميكروفون" يكون عادة للأسباب التالية:

- نقص الخبرة أو الإستعداد

- الخوف من الفشل
- انعدام الثقة بالنفس
- غياب الإستعداد الذهني
- كراهية صوتك

بمجرد أن تعرف منبع خوفك، تتمكن من العمل على التغلب عليه!

### تمارين للحجاب الحاجز، التنفس، والحنجرة المفتوحة:

- إعداد عضلات الكلام : تحريك الشفتين بجميع أنواع الاتجاهات -- دفعها إلى الأمام، ومدّها مرة أخرى، ضمهما، من والنفخ من خلالهما
- مد اللسان واخرجه من فمك، بانخفاض أكثر من ذقنك
- عمل اللوحة الخفيفة (المنطقة السمينية الناعمة فوق الجزء الخلفي من الحلق) بنطق الأصوات اللفظية ك ، ز ، ك ز
- كرر هذه الأصوات : باه باه باه ؛ دوه ، دوه ، دوه ؛ لاه ، لاه ، لاه ؛ جاه ، جاه ، جاه
- و، و؛ را ، را ، را ؛ ماه ، ماه ، ماه ، ياه ، ياه ، ياه
- تضخيم أصوات حروف العلة قبل نطقها بشكل عادي: أوه، او يو، او اي
- التنفس الحجابي العميق

### البث المباشر

بغض النظر عما إذا كنت مراسل راديو أو تلفزيون، لا شك أنك سوف تقوم بالبث المباشر في مرحلة ما خلال حياتك المهنية، ويرجح في كثير من الأحيان، أنه سيكون نقطة قوة البث.

### طريقة الاستعداد:

- تنظيم المواضيع والأفكار أولاً، ثم إدراج الأفكار الرئيسية الداعمة.

- الخطوط العريضة للبداية والوسط والنهاية.
- تذكر: يجب أن يكون البث المباشر من غير تكرار حزمة منتجة مسبقاً.
- تجنب ترحيل الكثير من المعلومات والتفاصيل الكثيرة جداً.
- قدم المعلومات التي لم تستخدم في حزم سابقة، أو لاستكشاف زوايا أخرى.
- كتابة كلمات رئيسية / الحقائق فقط على المفكرة الخاصة بك.
- تفقد المظهر / المعدات / والمشهد مرة أخيرة.
- تننفس بشكل كامل من الحجاب الحاجز.

#### الأداء :

- قم بالمغايرة بين لغة الجسد / تعبيرات الوجه
- قم بالمغايرة بين الاتصال بالعين، وانظر إلى أسفل في المذكرات ومسح المشهد
- تفسير المعلومات جسدياً
- اعمل المشهد، إذا كان ذلك ممكناً
- لا تقرأ كلمة كلمة من الملاحظات
- الاحتفاظ بنسخة والتقديم بالمحادثة
- الحفاظ على جمل قصيرة
- تجنب انتهاء التقديم
- وقفة عند التعثر أو لتسليط الضوء على المعلومات الأساسية
- الاستفادة من تنوع المجموعة الصوتية

#### التلفزيون Standups

اللقطه التوثيقية للمصدر ( ستاندوب) هي لقطه قصيره (لا تتجاوز 15 ثانيه) ظهور مسجل للمرسل على الكاميرا. عند تحريرها تصبح جزءا من حزمة المراسل.

يمكن أن تؤدي اللقطه التوثيقية للمصدر (ستاندوب) عدة أدوار في الخبر:

- جسر من مكان إلى آخر أو من فكرة إلى فكرة عندما تكون في وسط القصة.
- يمكن أن تلخص وتضع علامة على القصة عند وضعها في النهاية.
- ولا تقدر بثمن في صنع قصة أقل تعقيدا وارياباكا.
- و تثبت اللقطه التوثيقية للمصدر بما لا يدع مجالاً للشك، ان كنت فعلا في المكان، وشاهد عيان فعليا، مما يتيح لك ولنشره الأخبار الحيويه والمصادقيه.

وفيما يلي بعض الاعتبارات للقطه التوثيقية للمصدر (ستاندوب):

- هل ستعزز سرد القصة؟
- هل تحمل صوري القصة تماما؟
- هل سنتحدث عن الحقائق التي لا يمكن تصورها؟
- هل الفيديو الخاص بي غير مهم لدرجة اني استخدمه حتى لا اضع أعمدة ملونه ؟

أسباب عدم استخدام اللقطه التوثيقية للمصدر (ستاندوب) :

- لأننا نريد أن نرى الصحفي
- لأن المستشار يقول أن البحوث تشير إلى أننا يجب أن لا نستخدمه
- لأنك لا تملك وسيلة أخرى لبدء أو نهاية قصتك

نصائح لأداء القطة التوثيقية للمصدر standups :

- شرح، على عكس "التقارير" أو "القراءة".
- يوضح كيف تلمس القصة الناس وتؤثر عليهم.
- استرح.
- الكلام في عبارات، في الأفكار. تخبر قصتك في لغة التخاطب الطبيعية.
- تذكر أن الجمهور نادرا ما يكون معلقا بكل كلمة تقولها. لذا يجب إجراء قصتك، وخاصة هذه اللقطة، بوضوح تام حتى لا تربك الناس.
- حاول تحقيق أقصى استفادة من محيطك للقطة.
- حاول أن تجعل اللقطة تفاعلية.
- تذكر أن هذه اللقطة ليست طويلة. وعادة فإن بضع جمل أو أفكار ستقوم بهذه المهمة على نحو أكثر فعالية من فقرة. وتتراوح هذه اللقطة ما بين 7 حتى 15 ثانية.

## المظهر

- لأن التلفزيون هو وسيلة مرئية فإن المظهر يعتبر مهما، بقدر ما قد نرغب في مقاومة هذا الواقع. على هذا النحو، هنا بعض النصائح لمساعدتك في الظهور على الكاميرا.
- تجنب الملابس السوداء والبيضاء.
  - وينبغي أن تكون الملابس ظليلة وألا تكون ضخمة جدا.
  - تجنب الملابس مع خطوط رقيقة أو منقوشة أو الألوان البراقة للغاية.
  - وينبغي تنسيق الألوان، لا مزجها، وتنسجم مع مكان العمل.
  - وينبغي للمرأة تجنب ارتداء المجوهرات الكبيرة مثل الأقراط أو الفلاند. وأن تبقىها بسيطة ومرتبطة.
  - وينبغي أن يكون الماكياج سلسا وخفيفا. عند وضع الماكياج تأكد من وضعه في ظروف الإضاءة مماثلة لتلك التي عليك أن تؤدي فيها.
  - الشعر ينبغي أن يكون نظيفا لا شنقا في وجهك.

○ استخدام تعبيرات الوجه المناسبة.

## القانون والأخلاق والمسؤولية

### القيم والمعايير الصحفية

في جهودنا لتكون صحفيين مسؤولين، هناك عدد من القيم الصحفية التي، وإن لم تكن قانوناً، قد تساعدنا في اتخاذ القرارات السليمة ونتاج التغطية الإخبارية الناجحة.

- **الدقة** - احصل على الوقائع صحيحة واحصل على الوقائع الصحيحة. المعلومات التي تجمع ليست مضللة أو كاذبة. اكتمال المعلومات حاسم أيضاً -- لا تكون غير دقيقاً عن طريق حذف المعلومات. لا تفترض أن المعلومات المعطاة صحيحة. يجب التحقق.
- **النزاهة** -- المعلومات صادقة وغير مشوهة لتبرير استنتاج أو تقديم تحيز شخصي.
- **التوازن / الإنصاف** -- تعكس كمال المجتمعات وتقديم تقرير منصف عن الوقائع ذات الصلة وتعرض وجهات النظر الهامة. التعامل بنزاهة وأخلاقية مع قضايا وأحداث الأشخاص والمؤسسات والفعاليات.
- **الحياد** -- هناك كثير من الأحيان أكثر من الجانبين على أي قضية والنزاهة قد لا يتحقق ببساطة عن طريق التوازن الرياضية التي تكمل كل عرض من قبل المعارضة واحدة. ومن المهم أيضاً للحفاظ على آرائكم منفصلة عن تلك المصادر الخاصة بك. في الأخبار والآراء الخاصة بك ليست جزءاً من القصة.
- **سهولة التصفح** -- كن مرأى ومسمع من المجتمع -- الذهاب حيث الجمهور لا يمكن ان يستمر. مساعدة المواطنين تواصل مع بعضها البعض.
- **المصداقية** -- لا يتوقف فقط على الدقة والنزاهة في تقديم التقارير و العرض ، ولكن أيضاً على تجنب كل منظمة من قبل الصحفيين واتصالاتها التي يمكن أن تؤدي إلى تصورات التحيز. تكون مسؤولة. أيار / مايو في الأوقات التي تكون هناك حاجة لتفسير لماذا كنت تفعل ما تفعله. على سبيل المثال ، لماذا كان اسمه أحد المشتبه بهم في قصة إخبارية.
- **الخصوصية** -- يتعين على الصحفيين احترام خصوصية الأفراد ، مع الاعتراف بأن الاقتحام لا بد من تبريرها من خلال خدمة قضية أعظم. لا يجب على الصحافيين التقرير القانوني السلوك خاصة من الشخصيات العامة ما لم يتم رفع قضايا عامة الجمهور سواء عن طريق السلوك نفسه أو من عواقب لها أصبحت معروفة على نطاق واسع.

## مدونات قواعد السلوك

- الرجاء مراجعة القوانين المنظمة لأخلاقيات RTNDA : [www.rtna.org](http://www.rtna.org) / [أخلاقيات](http://www.spj.org/ethics_code.as) وجمعية الصحفيين المحترفين: [http://www.spj.org/ethics\\_code.as](http://www.spj.org/ethics_code.as)

## اتخاذ القرارات الأخلاقية

لم تصدر القرارات الأخلاقية من فراغ. في الواقع، يتعلق اتخاذ القرارات الأخلاقية بكل من الفرد والمنظمة، وهناك على حد سواء المسؤولية الشخصية من جانب الصحفي، والمسؤولية التنظيمية من جانب المؤسسة الصحفية. ومع وضع هذا في الاعتبار، هذه بعض الإرشادات التي يمكننا استخدامها لمساعدتنا على اتخاذ قرارات أخلاقية سليمة.

- استشارة زملائك والمحربين
- تحديد المشكلة الأخلاقية
- تفقد مدونة السلوك وأدلة أخرى
- تقرير ما هو هدفك هو الصحفي
- تحديد الأشخاص الذين شاركوا في قصة (أصحاب المصلحة)، وكيف أثر قرارك عليهم
- اسأل نفسك ما هي البدائل الخاصة بي
- النقاش لا يكفي : عليك لاتخاذ قرار
- تأكد من توضيح قرارك وشرحه إذا لزم الأمر
- وأخيراً، عند اتخاذ القرارات، قد تنتظر في القائمة التالية من كتاب ممارسة الأخلاقيات في الصحافة : دليل مع دراسات حالة من جاي بلاك، بوب ستيل و رالف بارني.

1. ماذا أعرف؟ ماذا أريد أن أعرف؟

2. ما هو هدفي الصحفي؟

3. ما هي مخاوفي الأخلاقية ؟

4. ما السياسات والمبادئ التوجيهية التنظيمية المهنية التي ينبغي لي أخذها بالاعتبار؟
5. كيف يمكنني تضمين أشخاص آخرين ، مع وجهات نظر مختلفة وأفكار متنوعة ، في عملية صنع القرار؟
6. من هم أصحاب المصلحة -- المتضررين من قراري؟ ما هي دوافعهم؟ هل هي شرعية؟
7. ماذا لو انقلبت الأدوار؟ كيف سيكون شعوري لو كنت مكان واحد من أصحاب المصلحة؟
8. ما هي العواقب المحتملة لأفعالي؟ على المدى القصير؟ على المدى الطويل؟
9. ما هي البدائل لتحقيق أقصى قدر لي من المسؤولية في قول الحقيقة وتقليل الضرر؟
10. هل أستطيع بوضوح وبشكل كامل تبرير تفكيري والقرار الخاص بي؟ لزملائي؟ لأصحاب المصلحة؟ لعامة الناس؟

### مسرد مصطلحات بث الأخبار

- الصوت المحيط:** صوت الخلفية الذي يلتقط (يسجل) من مكان بعيد. نفس الصوت الطبيعي.
- مقدمة المذيع أو المدخل:** مقدمة من المذيع على الكاميرا لحزمة مراسل
- تعليق المذيع :** تعليق المذيع على الكاميرا مباشرة بعد تصريحات مراسل
- الساعة :** تمثيل بياني لتنسيق البرنامج - مخطط دائري في كل محطة حيث يمثل كل جزء منها الاستراحة، الجزء، نشرة الأخبار، الخ.
- الصورة عن قرب:** لقطة لكائن من مسافة قريبة ومؤطرة بإحكام
- بروتوكول نقل الملفات :** وسيلة لإرسال الرسائل النصية أو الصوتية الرقمية عبر الإنترنت.
- العناوين الرئيسية والإثارات:** تسجيلات صوتية قصيرة تهدف إلى "جذب" المشاهد، وبذلك متابعة نشرة الأخبار أو منعهم من تغيير القناة
- القفز خلال القطع:** صورة تظهر من شاشة واحدة إلى أخرى أثناء قطع المشهد المصور
- مقدمة مباشرة:** مقدمة من مراسل من الميدان، أو في غرفة الأخبار لحزمته

**تعليق حي:** ملاحظات مراسل من الميدان تلي حزمته مباشرة

**التفاف حي:** مقدمة المذيع، مقدمة حية، حزمة، تعليق حي، تعليق المذيع

**لقطة بعيدة:** لقطة لكائن من مكان بعيدا جدا ومؤطر بشكل واسع

**لقطة متوسطة:** لقطة لكائن في المدى المتوسط، وتغطي أي تأطير بين اللقطة عن قرب، واللقطة الطويلة

**الصوت الطبيعي أو ناتس:** الأصوات المحيطة جميعها في المشهد، وتعزز شعور المشاهد بالقصة أو تساعد على فهم ما حدث بشكل أفضل

**نات فو أو NVO:** يقرأ المذيع جملة أو جملتين على الكاميرا، ويتوقف بعد ذلك. ويعاد الشريط ونسمع الصوت الطبيعي قبل متابعة المذيع مع العنصر البصري.

**OTS:** تصوير غرافي "على الكتف"، وغالبا ما يكون مربع على كتف المذيع، يستخدم للتأكيد على موضوع القصة

**حزمة (باكيج):** مرئيات، الأصوات الطبيعية و**لقطات صوتية** متصلة مع بعضها كبداية ووسط ونهاية. يتم تسجيل صوت المراسل مسبقا لربطه مع المادة المرئية والأصوات الأخرى.

**بان:** تحويل الكاميرا أفقيا

**القارئ:** قصة يقرأها المذيع دون أي صوت أو صورة

**مقتطف صوتي، مقطع، الصوت على الشريط أو سوت:** الجزء الخاص بالمحرر من مقابلة أو المقابلة غير المقطوعة التي تحدها للمشاهد أو المستمع. يمتد متوسط المقتطف الصوتي بين 8 و 15 ثانية. وقد تكون الجزء الأكثر أهمية أو تثير الاهتمام في المقابلة أو أنها ببساطة إضافة للون لهذه القصة.

**الصوت عبر أو فو:** النسخة التي يقرأها المذيع بشكل حي بينما يعرض الفيديو أو بعض العناصر البصرية الأخرى

## المواقع الإلكترونية

وهنا لائحة بالعديد من المواقع التي قد تجدها مفيدة. وفي معظم الحالات درجت الصفحة الرئيسية فقط المذكورة لذا تصفح هذه المواقع بشكل كامل لرؤية كافة أنواع المعلومات المقدمة

### مواقع عامة

بي بي سي التدريب <http://www.bbctraining.com/onlineCourses.asp>

دورات مجانية على الانترنت من بي بي سي بما في ذلك التحرير الرقمي، والتصوير، وإجراء المقابلات الخ.

مبادرة الاتصال [www.comminit.com](http://www.comminit.com)

الكثير من المعلومات والروابط الأخرى بشأن الصحافة، والاتصالات الخ.

التقارير الصحية العالمية

[/ http://www.globalhealthreporting.org](http://www.globalhealthreporting.org)

المعلومات والبيانات عن الإبلاغ عن الصحة

أريد وسائل الإعلام

[www.iwantmedia.com](http://www.iwantmedia.com) //:http

أطنان الروابط إلى كل شيء..

<http://www.icfj.org> المركز الدولي للصحفيين

المركز الدولي للصحفيين لديه معلومات عن الصحفيين في جميع أنحاء العالم بما في ذلك معلومات عن برامج للصحفيين.

الاتحاد الدولي للصحفيين

<http://www.ifj.org>

أكبر منظمة عالمية الصحفيين

الدولية لتبادل حرية التعبير (إيفكس)

<http://www.ifex.org>

<http://www.ijnet.org> شبكة الصحفيين الدوليين

مركزا لتبادل المعلومات على وسائل الاعلام والتدريب في مجال الصحافة في جميع أنحاء العالم النامي.

<http://www.interworldradio.net> راديو عبر العالم

شبكة عالمية لمحطات الإذاعة والصحفيين بما في ذلك تحميل البرامج والأخبار والبرامج النصية.

<http://www.knight-international.org> نايث لزمالات الصحافة الدولية

برنامج يرسل الصحفيين الأمريكيين إلى البلدان النامية لإجراء التدريب. وهذا البرنامج يبحث دائما عن المنظمات الشريكة لاستضافة هؤلاء الصحفيين لعدة أشهر (دون أي تكلفة).

<http://www.journalismnet.com> Journalism.net

موقع خدمة كاملة مع عشرات من الروابط المفيدة، التي وضعها مراسل كندي.

صندوق أدوات للصحفيين

<http://www.americanpressinstitute.org/pages/toolbox>

وصلات إلى مواقع ويب وميزات عديدة مفيدة لوسائل الإعلام وأي شخص آخر للقيام بالبحوث

الإذاعة الوطنية العامة (الولايات المتحدة)

<http://www.npr.org>

راديو الجبل القادم (مشروع تدريب ان بي آر)

<http://www.npr.org/about/nextgen>

ختبر الأخبار (نيوزلاب)

<http://www.newslab.org>

الكثير من المعلومات المفيدة.

**Newslink**

<http://newslink.org>

وصلات إلى الصحف في مختلف أنحاء العالم.

<http://radio.oneworld.net> راديو العالم الواحد

مجموعة عالمية للراديو لتبادل البرامج الإذاعية والأفكار بشأن التنمية. وأيضا في اللغة الفرنسية.

**مشروع التميز في الصحافة**

<http://www.journalism.org>

بمبادرة من الصحفيين من جميع وسائل الإعلام لتوضيح ورفع مستوى الصحافة الأميركية.

**كلية الراديو**

<http://www.airmedia.org/PageInfo.php?PageID=3>

موقع مفيد للموارد الإذاعية وتستنضيفه حاليا جمعية للمستقلين في الإذاعة.

<http://www.rap21.org> راب 21

شبكة الكترونية للصحافة الأفريقية لتسهيل تبادل الأفكار والمعلومات عن الأعمال التجارية من الصحف والقضايا ذات الصلة للضغط على شهادة فرص التنمية والحرية. متاح بالفرنسية كذلك.

<http://www.reporter.org> Reporter.org

موارد للصحفيين وروابط لمنظمات عديدة من بينها غضب الصحافة -- مراسلون بالتحقيق والمحريين.

**مؤسسة رويترز**

<http://www.foundation.reuters.com/education/index.htm>

معلومات عن برامجها التدريبية.

**RTNDA**

<http://www.rtna.org>

الأدوات الصحفية من الإذاعة والتلفزيون إلى أخبار جمعية الإدارة.

**الخلاصة**

<http://www.tvrundown.com>

الموارد اللازمة لغرف الأخبار التلفزيونية، بما في ذلك أفكار القصة والروابط.

### جمعية الصحفيين المحترفين

<http://www.spj.org>

مدوناتها الأخلاقية متوفرة في سبع لغات.

TRRAACE -- الموارد إذاعة تتبع للافريقي ، النقابي والتربوي

<http://www.mediafrica.net>

جميع أنواع الموارد للإذاعة

المراسل العامل [/http://workingreporter.com](http://workingreporter.com)

مورد للصحفيين، مع الأخبار وانتقادات وسائل الاعلام ، وروابط سريعة إلى مصادر المعلومات.

الرابطة العالمية للمذيعين

<http://www.amarc.org>

محركات البحث على الكمبيوتر :

محرك البحث

<http://www.google.com>

www.toolbar.google.com -- شريط الأدوات

[www.altavista.com](http://www.altavista.com)

أعمق من قاعدة بيانات جوجل ولكن مصادر أقل

[www.flickr.com](http://www.flickr.com)

الفيديو المتبادل يمكن أن يصبح أخبار

التقارير حول النزاعات

مركز الحرب والسلام والخبر

<http://www.nyu.edu/cwpm>

معهد تقارير الحرب والسلام

<http://www.iwpr.net>

أرشيف ممتاز للأخبار الأسبوعية

راديو Interworld

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

شبكة عالمية مجانية للصحفيين والمحطات الإذاعية.

<http://www.ichrp.org> الصحافة ووسائل الإعلام وتحدي الكتابة عن حقوق الإنسان

بنشر المجلس الدولي لحقوق الإنسان دليلاً للتحميل.

راديو لبناء السلام – أفريقيا

<http://www.radiopeaceafrica.org/index.cfm?lang=en>

وصلات لبرامج الصوت، وقوائم من الزمالات والدورات التدريبية والكثير من المعلومات المفيدة الأخرى.

البحث عن أرضية مشتركة

<http://www.sfcg.org>

راديو لمشروع بناء السلام في أفريقيا، فضلا عن غيره من تلك التي ركزت على حل الصراعات وبناء السلام.

المسابقات

جوائز راديو بي بي سي أفريقيا

[/ http://www.bbc.co.uk/worldservice/specials/1318\\_africa\\_radio\\_aw](http://www.bbc.co.uk/worldservice/specials/1318_africa_radio_aw)

مسابقة سي ان ان أفريقيا

[/ http://www.cnn.com/WORLD/africa/africanawards](http://www.cnn.com/WORLD/africa/africanawards)

يمكن المشاركة بالعديد من اللغات بما فيها الفرنسية.

المجلس العالمي لجوائز الصحة

<http://www.globalhealth.org/awards>

جائزة الاتحاد الدولي للصحفيين للتسامح

<http://www.ifj.org>

فئات للطباعة / على الانترنت والإذاعة والتلفزيون في وسط وغرب أفريقيا، وشرق وجنوب أفريقيا

جائزة مؤسسة أسرة كايسر للتميز في الصحافة / فيروس نقص المناعة البشرية ومرض الإيدز في أفريقيا  
<http://www.kff.org>

مراسلون بلا حدود

<http://www.rsf.org>

حرية الصحافة

المادة التاسعة عشرة <http://www.article19.org>

منظمة دولية لحقوق الإنسان تعزز حرية التعبير.

لجنة حماية الصحفيين

<http://www.cpj.org>

التحديات والمعلومات حول حرية الصحافة في جميع أنحاء العالم.

مؤشر الرقابة <http://www.oneworld.org>

ألف مجلة شهرية ثنائية لحرية التعبير تهدف لحماية حرية التعبير.

الاتحاد الدولي للصحفيين

<http://www.ifj.org>

الدولية لتبادل حرية التعبير

<http://www.ifex.org>

قاعدة بيانات للبحث "تنبيهات عمل" من مختلف أنحاء العالم.

مؤسسة الإعلام لغرب أفريقيا

<http://www.mfwaonline.org/en/home.php>

شبكة للدفاع عن وسائل الإعلام المستقلة في أفريقيا (نديما) <http://www.oneworld.org/ndima>

تأسست ردا على تزايد الاعتداء على وسائل الإعلام المستقلة في أفريقيا.

مراسلون بلا حدود (مراسلون بلا حدود) <http://www.rsf.fr>

قاعدة بيانات للبحث عن قضايا الرقابة وحرية الصحافة في جميع أنحاء العالم.

أخبار التصوير

الرابطة الوطنية المصورين الصحفيين (NPPA)

<http://www.nppa.org>

الصحافة المصورين موقع وطني.

مصوروا التلفزيون

[/ http://www.tvcameramen.com](http://www.tvcameramen.com)

موقع للتصوير الصحفي مع الكثير من النصائح حول التصوير

#### مصادر

نتج بي بي سي المبادئ التوجيهية. <http://www.bbc.co.uk/info/editorial/prodgl/contents.htm>

بلاك ، جاي ، بوب ستيل و رالف بارني : أخلاقيات ممارسة الصحافة في كتيب مع دراسات حالة : جديد. نيويورك الين وبيكون.

بوردين ، رونالد NPPA 1999. التصوير الفوتوغرافي. الحلقة : الملاحظات.

ايفرتون ، ونيل : الجيش اليوغوسلافي وكتيب دليل بقاء لأي صحافي جديد في غرفة الأخبار التي تتطلب مهارات متعددة. تورونتو : سي بي سي التدريب والتنمية ، 1999.

فرونات، ماريا ويونس علي نور -- "فما رأيك...؟": دليل عملي للصحفيين. لندن : بي بي سي الخدمة العالمية للتدريب ، 2001.

موقع حكومة رواندا. <http://www.rwanda1.com/gov>

أخلاقيات الصحافة : والنقاش الجديد : واشنطن المركز الدولي للصحفيين ، 1998.

أولسون ، آن. انتخاب التقارير ملاحظات والسياسية. واشنطن : المركز الدولي للصحفيين.

نصائح صحائف معهد بوينتر. <http://www.poynter.org>

شيرر، ومايكل د جعل الالتزام : تحقيق التميز في التصوير الصحفي والتلفزيون. دورهام : الرابطة الوطنية المصورين الصحفيين ، 1994.

، مايك. ندلاند الصحفي السلكي: مركز الأنباء دليل على شبكة الإنترنت ، 3 الطبعة الثالثة : الولايات المتحدة الأمريكية : مؤسسة مدراء أخبار الإذاعة والتلفزيون ، 1999.

ويستن ،اي في. أفضل الممارسات للصحفيين التلفزيونيين : أرلينغتون. منتدى الحرية.

وينشيب ، توماس. نصائح حول تقارير الانتخابات من المحرر والناشر ، 3 أكتوبر 1992.  
زينل، هيربرت الولايات المتحدة الأمريكية أساسيات الفيديو: 2. وديسورث للنشر ، 1998.