

a responsible
Press office



an industry guide

دليل للقادة الحكوميين ومسؤولي دوائر الاعلام العام الذين يرحبون في انشاء آلية فعالة لالاتصال بين الصحافة والحكومة

للمسؤولين الصحفيين الحكوميين دورين. ففي التعامل مع وسائل الاعلام يكونون مدافعين عن موقف الحكومة، ويوضحون حسنان العمل الاجراء الذي قامت به الحكومة. ويقومون بتصحيح المعلومات المغلوطة ويعاولون تحسين تفسير وفهم المعلومات الموجودة. كما انهم مدافعون عن وسائل الاعلام داخل الحكومة، ينقلون احتياجات الصحفيين، كالرغبة في إعداد تقرير صحفي عن موضوع قد يكون المسؤولون الحكوميون مستعدين أو غير مستعددين لبحثه. وكثيراً ما يقوم المتحدثون الرسميون بعمل الصحفيين إلى حد ما، بجمع المعلومات للصحافة وترجمة ما يقوله الخبراء الحكوميون لوسائل الاعلام.

وتجمع وظيفة المتحدث الرسمي في نفس الوقت بين الحزم - أي محاولة التأكيد على جوانب معينة للأخبار - ورد الفعل - أي الرد على أسئلة الصحفيين. فمثلاً، في الولايات المتحدة، يصدر البيت الأبيض عادة كل يوم عدة بيانات، صحفية يعلن فيها برامج جديدة أو مواعيد أو نشاطات للرئيس يرحب البيت الأبيض في تغطيتها صحفياً. وفي الوقت ذاته، يقوم الصحفيون الذين يغطون البيت الأبيض بالاتصال مع المكتب الصحفي ويوجهون أسئلة تتعلق بأنباء قد تكون أو لا تكون ما يرحب المسؤولون في البيت الأبيض في تغطيته.

إلا أن المسؤول الصحفي الحكومي ليس ساحراً يستطيع تحويل سياسة أو برنامج غير ناجح إلى شيء يبدو أنه ناجح. وكما تقول جمعية الحكم القومية لحكام الولايات الأمريكية الجدد في مادتها ونشراتها التعريفية فإن العلاقات العامة لا تستطيع أن تحل محل البرامج الفعالة أو الأفكار القيمة. وليس بوسع سكرتير صحفي أن يخلق صورة للأمانة إذا كان المسؤولون الحكوميون غير أمناء. وليس بوسعي أن يصور حكومة على أنها تعرف بالمشاكل وتستجيب لها إذا كانت المشاكل مستمرة ولا يتم فعل شيء حالها. وليس بوسع مكتب صحفي أن يقنع الصحافة بالكتابية عن انفصال حكومة ليست منفتحة بالفعل أو عن المهارات الإدارية لمسؤولين حكوميين لا يجيدون الإدارة. كما أنه ليس بوسع مكتب صحفي أن ينقل أهداف الحكومة إذا كان القادة الحكوميون الذين يقوم بخدمتهم غير واضحين فيما يتعلق بتلك الأهداف.

الصحفون والمسؤولون الصحفيون الحكوميون

يجب على المسؤولين الصحفيين الحكوميين إلا يتوقعوا أن يكونوا أصدقاء أو خصوماً للصحفين. ويتعين على الصحفيين أن يكونوا مراقبين حياديين للحكومة ولا أعمالها وخطتها. ففي دولة ديمقراطية، لا يمكن للصحافة والحكومة أن يكونا شريكين، فهما متناقضان طبيعيان لهما وظائف مختلفة. وعلى كل منهما أن يحتزم دور الآخر ولكن عليه أن يدرك أن توتر طبيعتها موجود بين الاثنين. فمن ناحية، تكون أحياناً علاقة يحاول فيها المسؤولون أن يقدموا روایتهم الخاصة بهم للأحداث أو تقادري الدعاية كلياً، في حين أن الصحافة تبحث عن الأخفاء وتضغط للحصول على إصدار المعلومات. ومن ناحية أخرى، تكون العلاقة متباينة، حيث يحتاج الصحفيون إلى مسؤولين حكوميين لمساعدتهم على فهم أعمال الحكومة وخطتها، وباحتاج المسؤولون الصحفيون إلى مسؤوليون إلى صحفيين لإيصال معلومات عن أعمال الحكومة وخطتها إلى الشعب.

ويتوقع بعض المسؤولين الصحفيين الحكوميين من صحفي قد يكون صديقاً جتماعياً أن لا يكتب تقريراً صحفياً سلبياً، إلا أن الصحفي المهني لا يسمح لصداقة مع مسؤول أن تتفت في طريق إعداد تقرير صحفى. فكون المرأة صحابياً وظيفة تمت على مدار الساعة، والصحفى الجيد لا يتوقف أبداً عن العمل.

ولا بد للمسؤولين الحكوميين في المناسبات الاجتماعية أن يوضحوا القواعد التي يذلون بتصريحاتهم بمحاجتها، كالمقول بأن التصريح "ليس للنشر" أو أنه "لمعلومات الخلفية فقط". أنظر "التحدث بصورة رسمية للنشر وبصورة غير رسمية لغير النشر". ومن القواعد الجيدة أن لا تقول أو تفعل أي شيء لا تزيد أن تراه في الصفحة الأولى في صحف اليوم التالي.

واحد التعامل مع الصحافة

وبالإضافة إلى ذلك، يتبعن على المحدثين الرسميين الحكوميين أن لا يقفوا في طريق خبر ما. إذ ليس لدى الموظفين الحكوميين الحق في أن يقرروا ما هو في صالح الشعب أن يعرفه وما هو في غير صالحه. وتتمكن وظيفتهم في توفير المادة الإخبارية لجميع الصحفيين، حتى أولئك الذين يعتقدون أنهم ليسوا دينيين.

وظيفة المسؤول الصحفى

ينبغي على المسؤول الصحفي الرئيسي أو المترتب عليه، لكي يكون محدثاً فعالاً، أن تكون لديه علاقة وثيقة، مبنية على الاحترام المتبادل، مع المسؤول الحكومي الذي يعمل في خدمته، سواء كان رئيساً للوزراء أو رئيساً أو وزيراً أو رئيس وكالة حكومية أخرى. ويتعين على المحدث الرسمي أن يكون ملماً بمعتقدات المسؤول وأن يتتوفر له الاتصال المباشر به. كما يجب أن يكون المحدث الرسمي قادرًا على الدخول إلى الاجتماعات ومقاطعة المسؤول لإتصال الآباء العاجلة إليه دون المرور بالمسؤول عن جدوله، مواعيده أو بمساعد آخر. ومع أن هذه المرونة قد تشوش الجدول المنظم للمسؤول، فإنه تؤدي إلى حكومة تستطيع أن تستجيب بسرعة للمسائل الإعلامية.

كما يتبعن أن يكون للمسؤول الإعلامي دور في اتخاذ القرارات لكي يفهم واضعو السياسة العواقب المتعلقة بالعلاقات العامة للإجراءات المقترحة. وإذا لم يشارك المسؤول الصحفي، كمحدث رسمي، في وضع السياسة فسيواجهه صعوبة فهم سياق السياسات وتوضيحها لوسائل الإعلام.

أدوار المحدثين الرسميين الصحفيين

وظيفة المسؤول الصحفي يمكن أن تقسم إلى أدوار عديدة:

- العمل كمحدث رسمي حكومي يعقد جلسات إعلامية منتظمة أو خاصة.
- إدارة النشاطات اليومية للمكتب الصحفي.
- الإسهام في وضع السياسات الحكومية ووضع الإستراتيجيات لنقلها إلى وسائل الإعلام والجمهور.

- تخطيط وإدارة الحملات الإعلامية لتوجيه رسالة ثابتة وطويلة الأمد.
- التعامل مع الاستفسارات الصحفية.
- ترتيب المقابلات والجلسات الإعلامية للصحفيين مع المسؤولين الحكوميين.
- إطلاع المسؤولين والموظفين الحكوميين على العلاقات الصحفية وردود الفعل الإعلامية المحتملة للسياسات المقترحة.
- الإشراف على كتابة الخطاب، أو مراجعة الخطاب ورسائلها على الأقل.
- الإعداد للأحداث كالمؤتمرات الصحفية.
- إعداد البيانات الصحفية ونشرات الحقائق وغيرها من المواد.
- العمل كمسؤول إرتباط أو مشرف على مكاتب صحافية حكومية أخرى.
- ترتيب المواصلات وتتأمين الإقامة للصحفيين المرافقين في السفر.
- إصدار وثائق للصحفيين.
- الإشراف على مطبوعات الوكالة داخلها وخارجها.
- التقييم بعد وقوع الحدث لما إذا كان الحدث قد حقق مفعوله وتقرير كيفية تحسين الأداء في المرة المقبلة.

السلطة و التنسيق

- كما أن السلطة التي يتمتع بها المسؤول الصحفي مع باقي كبار موظفي المسؤول الحكومي مهمة أيضاً، وتشمل المسائل ذات العلاقة ما يلي:
- هل المسؤول الصحفي هو نقطة البداية للاتصال مع الصحافة، وهل يتمتع بسلطة أعلى من علاقات الموظفين مع الصحافة؟
- هل المكاتب الأخرى مخولة بالإجابة عن الأسئلة، فيما عدا الاستفسارات الروتينية، دون التشاور أولاً مع المكتب الصحفي؟ فمثلاً، إذا اتصل صحفي مع مكتب تحديد المواعيد ووجه سؤالاً بسيطاً يتعلق بتحديد المواعيد، كموعد حدث ما، فيهل يجب أن يمر على المكتب الصحفي أم أن يوسع الشخص المسؤول عن تحديد المواعيد أن يرد عليه؟
- من هو المسؤول عن براغعة البيانات الصحفية والخطاب والبيانات السياسية للمكتب الصحفي؟

- هل ينبغي أن تكون لدى الموظفين الكبار الآخرين، كرنيس هيئة الموظفين في المكتب، سلطة التوقيع على هذه البيانات العامة؟

- هل سيتمكن المتحدث الرسمي بحق الوصول إلى كبار الموظفين في المكتب؟

ومن الأفضل أن ينسق السكرتير الصحفي جميع الاتصالات بين الموظفين ووسائل الإعلام. ويتعين على السكرتير الصحفي، كحد أدنى، أن يعلم بسرعة ما يمكن ما إذا كان أحد الموظفين قد أجرى اتصالاً مع الصحافة وما هي الموضوعات التي تم بحثها. وإذا لم تكن هناك إجراءات واضحة فإن الإداره قد تجيز بتقديم معلومات متناقضه، وهو ما سيؤدي إلى تشويش الجمهور، وبالتالي يفقد نفته بالحكومة.

ويتعين أن تكون القاعدة بالنسبة للمسؤول الحكومي ومكتبه أو مكتبيها الصحفي هي: لا مفاجآت. أو أقل قدر ممكن من المفاجآت.

وتعد قاعدة "لا مفاجآت" ذات أهمية حاسمة في العلاقة بين مكتب الحكومة المركزية والدوائر الحكومية، وبين الوزارة وأقسامها الفرعية. ومن المهم تحديد كيف تتفق النشاطات على المستوى الوزاري مع برنامج العلاقات الإعلامية الحكومية الشاملة وما هو الدور الذي يلعبه المتحدث الرسمي. ويتم تنفيذ جزء كبير من أجندة الحكومة عن طريق مكاتب مجلس الوزراء والوزارات، وفي الظروف المثلالية يكون هناك تنسيق بينها. ومن المسائل الأساسية، درجة التحكم التي يريدها مسؤول حكومي مركزي في الجهود المتعلقة بالمعلومات العامة للوكالات على المستوى الوزاري. والمسألة لا تختلف بالنسبة لسلطة الوزارة على أقسامها الفرعية.

العلاقات مع المكاتب الصحفية الأخرى

تشمل المسائل التي ينبغي أخذها بالاعتبار عند إنشاء مكتب صحفى مركزي ما يلى:

- كيف ستكون طبيعة العلاقة بين المكتب الصحفي الرئيسي وأى من مكاتب المعلومات العامة الفرعية؟

- كيف ستنتقل المعلومات بينها؟ هل ستعقد بينها مؤتمرات هاتفية أو اجتماعات أسبوعية؟ وهل ستنشرك بصورة روتينية بداول مواعيد أحداثها المقبلة؟

- هل يتعين أن يتمتع السكرتير الصحفي الأعلى بسلطة تمتد إلى الوكالات على المستوى الوزاري؟

- من الذي سيوظف المحدثين الرسميين في الوزارات والوكالات؟ هل سيكون أعلى مسؤول صحفي في الحكومة أو يترك القرار لكل رئيس وكالة؟ وإذا كان المكتب الصحفي المركزي مسؤولاً عن التوظيف، فإن المتحدث الرسمي الحكومي الرئيسي يتمتع بسلطة التحكم في الرسائل الموجهة، إلا أن ذلك قد يسبب وضعاً مربكاً للوزير. وهناك في أحسن الظروف تعاون وتنسيق. وفي هذه الحالات يقوم السكرتيرون الصحفيون للوكالات بتنسيق جهودهم مع المتحدث الرسمي المركزي ولكنهم يتمتعون بسلطة تخطيط وتنفيذ الأحداث في المجالات الخاصة بهم.

- ما هي الأخبار التي سيقوم كبير المسؤولين الحكوميين بإعلانها نيابة عن المكاتب الوزارية؟

- كيف تتناسب المكاتب الوزارية مع الاستراتيجية الإعلامية الشاملة؟

- ما هي المواد، كالبيانات الصحفية والمقابلات والفعاليات الخطابية، التي يجب الموافقة عليها من قبل المكتب الصحفي المركزي للحكومة قبل أن يتم توزيعها، وكيف تتم مراجعتها؟

- ما هي الأحداث أو الحالات المقلبة التي قد تعرقل الرسالة التي يرغب مسؤول حكومي في إرسالها؟ وما هي الإجراءات التي تم اتخاذها للحصول على المعلومات من الوكالات والوزارات الأخرى؟ ويساعد في ذلك المشاركة في جدول المواجهات بين الدوائر المختلفة، وعقد اجتماعات منتظمة لبحث جدول مواعيد الأحداث والمشاركة في الرسائل المتعلقة بالأحداث المقلبة.

متحدث رسمي ذو مصداقية

ما هي الخصائص الضرورية لمسكيرتير الصحفي الجيد؟

"إن المصداقية هي أهم ميزة منفردة للمتحدث الصحفي."

ومن الضروري أن يحافظ المتحدث الرسمي على مصداقيته أو مصداقيتها وعلى مصداقية رئيسه. ولكن يكون السكرير الصحفي فعالاً يتبع عليه أن يصدق من قبل الصحافة. ولن يتم تصديقه أو تصديقها إذا ثبت أن أجوبته السابقة كانت مضللة. وتقول السكرتيرة الصحفية السابقة شولا بيت "إن الجهود الإعلامية للحكومة لا تتجه عندما تفقد وسائل الإعلام ثقتها بالمتحدث الرسمي أو إذا تم عزله عن تدفق المعلومات داخل الحكومة".

وقد ازداد دور المتحدث الرسمي صعوبة خلال السنوات الأخيرة بسبب سرعة تغير الأخبار وتوفرها على مدار الساعة. وتتضمن مسؤوليات الوظيفة معرفة من يجب أن يتحدث في ظل أي ظروف.

وتقول جوني إنمان رئيسة الجمعية القومية للمتحدثين الرسميين "يتعين عليك أحياناً أن تضع استراتيجية للرسالة التي يحتاج الناس إلى سماعها الآن ومن هو أفضل شخص لنقلها". وكمثال على ذلك، تستشهد بحادثة مقتل ثلاثة أشخاص مرة واحدة في منطقة معينة. وتقول "إن الرسالة التي يحتاج الناس إلى سماعها بعد سماع أنباء هذه الحادثة هي أنهم آمنون وأن ذلك لن يحدث لهم. ولن يكون أكثر الناس فعلية في نقل هذه الرسالة الشخص المسؤول عن العلاقات العامة ولكنه سيكون قائد الشرطة بزيارة الرسمي. ولا بد في أي حدث معين من أن تبحث عن أكثر الأشخاص فعالية لنقل الرسالة".

ويتعين على المتحدثين الرسميين، علاوة على تقديم المعلومات، أن يحاولوا جعل الصحفيين مرئيين قدر الإمكان.

وتحتاج وظيفة المتحدث الرسمي، باختصار، لإحداث توازن بين علاقات متعددة – مع المسؤول الحكومي الذي يمثله أو تمثله، ومع باقي كبار موظفي الحكومة، ومع الصحافة، ومع البروغرافية

الدائمة، خاصة إذا كان هو أو هي معيناً تعيناً سياسياً. ويتعين على المتحدث الرسمي أن يكون أمام أنظار رئيسه حين يكون ذلك أمراً مواتياً وأن يبقى في الخلفية حين يكون الرئيس مركز الاهتمام الصحفي.

ما يمكن فعله وما لا يمكن في التعامل مع وسائل الإعلام

- كن دقيقاً، تعمد مصاديقتك وسمعنك على ذلك.

- اعترف إذا لم تكن تعرف الجواب عن السؤال، واعرض الحصول على الجواب، وافعل ذلك باسرع ما يمكن.

- قم بتصحيح الأخطاء على الفور. أوضح أنك لم تقدم جواباً كافياً وأنك ستعمل على توضيح التساؤل.

- تجنب استخدام اللغة الإصطلاحية، تحدث بلغة واضحة.

- إفترض أن كل ما تقوله رسمي وللنشر.

- كن صريحاً مع وسائل الإعلام قدر الإمكان.

- قم بالإتصال بالصحفين إذا اتضح أن الخبر غير صحيح. أوضح بلطف الخطأ الذي وقع وادعمه بالأدلة.

- احتفظ بقائمة للإنجازات. قم بتحديثها باستمرار. تحدث الأمور بسرعة وقد تنسى ما أنتجهه أنت والمسؤول ووزارتك أو الحكومة.

- قم دائماً بالرد على المكالمات التليفونية التي تكون قد وصلت أثناء غيابك، أو كلف أحد مساعديك بالرد عليها قبل أن يحين الموعد: النهائي للصحفين.

- حاول الحصول على المعلومات التي يريدها الصحفيون حتى لو أن ذلك يتطلب جهداً إضافياً، كالبقاء في العمل حتى ساعة متأخرة أو تسليم المادة باليد.

ما لا يمكن فعله

- لا نقل "التعليق" – أبداً.

- لا ترتجل، ولا تتكلّم، ولا تخمن. فالصحفيون الجيدون يتعلّمون الحقائق. وإذا كنت مخطئاً فسوف تدمّر مصاديقتك.

- لا تحاول أن تقول للصافي "العدم النشر" بعد أن تكون قد أدليت بتعليق.

- لا تكن غير متجاوب.

- لا تصنع أخباراً مالم تكن لديك، معلومات لتحقيق ذلك. لا تقدم بياناً ثم تقوم في وقت لاحق بإعداد بيان صحفي أو نشرة الحقائق عنه. إذا كانت المادة متوفرة لديك قبل المؤتمر الصحفي يمكنك تمضية وقتك بعد الإلقاء بالبيان لتوضيحه للصحافة.

عندما يحدث خطأ أو أخبار سيئة

إذا تم نقل كلامك بطريقة مغلوطة في خبر أو إذا قدمت معلومات خاطئة أو مضللة، تصرف بسرعة. اتصل بالصحفي. لا توجه أي تهديدات. قدم حقائق وتوقع أن يكون كل شيء تقوله عن تصحيح الخطأ مقدماً للنشر. وإذا لم تفلح في التوصل إلى شيء مع الصحفي، اتصل برئيس تحرير وسائله الإعلامية.

يمكنك طلب نشر تراجع أو تصحيح للخطأ، وكثيرون من المسؤولين يفعلون ذلك. إلا أن البعض يعتقدون أن ذلك ينبيء الخبر الخاطيء أو المضللاً في الأخبار بسبب إعادة إثارة الموضوع. إلا أن الإنترنت جعلت الوصول إلى المعلومات الخاطئة أمراً لا نهاية له. ولهذا السبب، يفضل عادة اتباع طريق طلب التصحيح، وما تفعله يتوقف في الحقيقة على الخطأ وفداحته. ولكن، وكم أدنى، يتبع عليك أن تتصال بالصحفي لتتصحيح المعلومات الخاطئة أو المضللة أو الكلام المنقول بطريقة مغلوطة.

التعامل مع الأنباء السيئة

- لا تكتذب.

- لا تتساءل على الموضوع. إذا كذبت أو قمت بالتساءل فسوف تفقد مصداقتك.

- لا تتجنب الاتصالات التليفونية للصحفيين.

- إعترف بالمشكلة.

- قم بتوضيح ما يتم تصحيحة.

مقابلات: نظرة معمقة

يتبعين أن تكون المقابلات مع المسؤولين الحكوميين، قدر الإمكان، جزءاً من أي استراتيجية إعلامية. ويتعين على المسؤول الحكومي قبل أن يوافق على إجراء مقابلة أن يخطط بدقة لما يرغب في تحقيقه ويحدد الجمهور الذي سيخاطبه. وستساعدك كتابة عنوان رئيسى ترحب في أن تراه لموضوع مقابلتك المفترضة على التركيز على الرسالة التي ترحب في توجيهها.

تقييم طلب المقابلة

عند استلام طلب المقابلة، يساعد إعداد أحوية لأسئلة معينة في تقييم الطلب. وتشتمل الأسئلة على ما يلي:

- ما هو الموضوع أو الجانب الإخباري للمقابلة؟
- ما هي القوة الدافعة للخبر؟
- ما هي المطبوعة - أو القبكة التلفزيونية أو الإذاعية - التي ترغب في إجراء المقابلة؟
- من هو الشخص الذي سيجري المقابلة؟
- متى وأين يريدون إجراء المقابلة؟
- ما هي المدة التي يطلبها الصحفي لإجراء المقابلة؟
- ما هو الموعد النهائي للموضوع؟
- متى ستنشر المقابلة أو متذاع على الهواء؟
- ما هي طبيعة الموضوع؟ قصة إخبارية؟ سيرة شخصية؟ مقابلة إخبارية؟ أسلوب السؤال والجواب؟
- هل سيتم إجراء مقابلة مع شخص آخر حول نفس الموضوع؟
- ما هي خصائص المنظمة الإخبارية والصحفية؟
- من المفيد معرفة ما يلي:
 - إذا كان للمنظمة الإعلامية وجهة نظر واضحة حول الموضوع.
 - ما هو مدى اطلاع الصحفي على الموضوع؟
 - إذا كان الصحفي أو المنظمة الإعلامية قد قاما بأي شيء حول الموضوع في الماضي. راجع القصاصات الصحفية.
 - ما هو مدى المشاعر الودية أو العدانية للصحفى؟
 - ما هو جمهور المنظمة الإخبارية؟

تشتمل الأسئلة الأخرى التي يجب طرحها فيما يتعلق بإجراء المقابلة الإذاعية أو التلفزيونية على ما يلي:

- هل ستذاع حية على الهواء؟
- هل ستجرى المقابلة في استديو، أو عن طريق التليفون، أو في مكتب المسؤول الحكومي، أو في موقع آخر؟
- هل ستجرى عن بعد، بوجود الشخص الذي سيجري المقابلة في موقع آخر يوجه منه أسئلته عن طريق الرابط باتصال قضائي؟
- هل سيتم تمجيل المقابلة لبئها كاملة، أم أنها ستنسجل لاستخدام مقاطع منها؟
- هل سيشتمل البث على تلقى اتصالات هاتفية أو رسائل إلكترونية من المشاهدين أو المستمعين أو من جمهور الإنترنت؟
- ما هي مدة البث؟
- ما هو أسلوب البرنامج؟ هل هو مجموعة أشخاص متحاورين؟ شخص واحد يجري المقابلة مع الضيف؟ شخصان يجريان المقابلة مع الضيف؟ ضيفان يتحاوران؟
- إذا كان هناك ضيوف آخرون، فبأي تسلسل سيتحدون؟
- هل ستجرى المقابلة أمام جمهور؟ كيف سيتم اختبار الجمهور؟
- هل يمكن استخدام وسائل مساعدة بصرية؟
- هل سيتم استخدام مقاطع من أفلام أو فيديو؟ وإذا كان الأمر كذلك، هل ستتاح للمكتب الصحفي الفرصة لاستعراضها وإعداد تعليقات أو ردود عليها؟
- تشتمل الأسئلة الأخرى لمقابلة الصحافة المطبوعة على ما يلي:
 - في أي قسم من المطبوعة سيتم نشر المقال؟
 - هل سيرافق مصور الصحفي للالتقط الصور؟
 - هل ستلتقط المصوّر قبل أو أثناء أو بعد المقابلة؟

يتعين عليك تحديد القواعد لأي مقابلة، فيما يتعلق، مثلاً، بما إذا كنت تتحدث بصورة رسمية للنشر أو بصورة غير رسمية لغير النشر، وما إذا كانت المقابلة حية أو مسجلة، وطول المقابلة – قبل إجراء المقابلة. لا تحاول أن تفعل ذلك أثناء أو بعد إجراء المقابلة، لأن الوقت سيكون قد فات. فمثلاً، إذا طلب الصحفي نصف ساعة لإجراء المقابلة، يمكنك تحديدها بفترة زمنية أقصر. وإذا كان الطلب لإجراء مقابلة "عن بعد"، يمكنك أن تطلب أن تكون المقابلة شخصية وجهها لوجه. وإذا كان لديك خيار، فمن الأفضل دائماً أن تكون المقابلة شخصية وجهاً لوجه، لأن المقابلة الشخصية تكون أكثر خصوصية وأقرب للمحادثة. ويمكنك مشاهدة اللغة الجسدية للشخص الآخر، ولا تحتاج إلى وجود سماعة في أذنك يمكن أن تسقط أو تحدث تشوشًا في الصوت.

بعد الموافقة على إجراء المقابلة

من المهم أن يكون لدى الشخص الذي تجري معه المقابلة ثلث نقاط لإبرازها في المقابلة. وهذا سيحافظ على تركيز الجمهور. ولا يستطيع الجمهور أن يستوعب أكثر من ثلاثة نقاط رئيسية.

ودور المكتب الصحفي هو تطوير هذه المعلومات. قم بتحديد ما يلي قبل إجراء المقابلة:

- ما هي النقاط الثلاث التي يرغب الشخص الذي ستجرى معه المقابلة أن يؤكد عليها؟

- قم بتزوين معلومات داعمة لكل نقطة – أمثلة، قصص، حكايات. هذه الأمور تساعد القاريء أو المستمع أو المشاهد على فهم النقاط الرئيسية. فمثلاً، إذا كانت إحدى النقاط الدفاع عن سياسة إقتصادية جديدة، قم بتزوين أسباب تغيير السياسة الراهنة، وما تعنيه التغييرات وكيف سيتأثر الجمهور بها.

- دون الأسئلة التي تتوقع أن توجه إليك خلال المقابلة والردد التي تعتقد أنها ملائمة. ولكن، فكر في موضوعات أخرى بالإضافة إلى الموضوعات الرئيسية الثلاثة. يقوم الصحفيون عادة بالتحول من الموضوع المقصود للمقابلة إلى قضايا أخرى.

- عند وضع الأسئلة والأجوبة، اجب عن هذه الأسئلة:

- ما هي أكثر قضية مثيرة للجدل قد تثار وأكثر الموضوعات حساسية التي يمكن طرحها؟

- ما هو أصعب الأسئلة المتوقعة للإجابة عنها ولماذا؟

- لمساعدتك في إعداد موضوع ما، فكر في الإستشهاد بقول، أو بقطع صوتي، لتقديمه خلال المقابلة. والمقطع الصوتي بيان قصير وبلغ يتطرق قضية أوسع يبدو غفيراً ولكنه يكون في معظم الحالات معداً مسبقاً. وكثيراً ما يتكرر في الخبر، خاصة من قبل وسائل الإعلام الإذاعية والتلفزيونية.

- فقر ما إذا كنت ستسجل المقابلة بالإضافة إلى قيام الصحفي بتسجيلها. ويكون التسجيل عادة فكرة جيدة للتأكد من التصريحات التي تم الإدلاء بها وإطلاع كبار الموظفين الذين لم يستمعوا إلى المقابلة على ما قلت.

- تدرب على الإجابة عن أسئلة معينة.

- قم بإعداد تحديث سريع للقضايا الساخنة قبل إجراء المقابلة مباشرة، ويعين على الشخص الذي يجري المؤتمرات الصحفية، وهو عادة السكرتير الصحفي، إطلاع المسؤول الحكومي على أخبار اللحظات الأخيرة. لا تدع المسؤول يتعرض لما لا يحمد عقباه.

- قم بتزويد الصحفي بالمعلومات قبل إجراء المقابلة والتي قد تدعم قضيتك. قد تشتمل هذه الأمور على السير وبيانات الحقائق والمقالات والصور والتقارير.

- لا تخف من اقتراح أسئلة وموضوعات على الصحفي لكي يسألها.

أثناء المقابلة

اجعل المقابلة مقابلتك، بوسعي التحكم في المقابلة أكثر مما تظن. ولا تحسب أنك لمجرد تلقى الأسئلة لا تستطيع التحكم في ما تقول. وكما قال أحد الرؤساء الأميركيين ذات مرة: "ليس هناك أسئلة سيئة، ولكن هناك فقط أجوبة سيئة".

افعل ما يلي:

- حدد القواعد المتعلقة بالكيفية التي ت يريد لأقوالك أن تنساب إليك بها قبل بدء المقابلة. ويتحدث الشخص الذي تجري معه المقابلة عادة بصورة رسمية للنشر. وإذا لم يكن ذلك واضحاً بالفعل، قم بتوضيح ذلك قبل بدء المقابلة.

- كن موجزاً. لا تفقد النقاط المهمة في إجابات طويلة مليئة بالتفاصيل. استخدم جملة قصيرة وواضحة وبيانية.

- تحدث باستخدام مقاطع صوتية.

- ابقي مع رسالتك وعد إلى النقاط الرئيسية الثلاث باستمرار خلال المقابلة. اربط جميع الأسئلة بتلك النقاط.

- قم بالإدلاء باستنتاجاتك وبأهم السطور القليلة للإقتباس أولاً للتأكد على إيصال نقاطك الرئيسية. ثم قم بدعمها بالحقائق.

- استخدم صور كلمات إيجابية وصفية يسهل على الناس فهمها.

- فقدم براهين، يستخدم المثائق والإحصائيات والأمثلة والحكايات والعبارات المقتبسة والقصص. يتذكر الناس ما يؤثر فيهم وما يحفظونه كما يتذكرون خبرات الآخرين. ويذكر الناس العبارات التصويرية مثل "كبيرة كبر الشاحنة الخفيفة" أكثر مما يتذكرون عبارة "كبيرة".

- لا تفترض أن الحقائق تتحدث عن نفسها. قم بتوضيح أجوبتك بجلاء ودقة. لا تفترض أن كل صحفي أو قاريء أو مستمع سيعرف عن الموضوع بقدر ما تعرف.

- حافظ على إيجابيتك. إذا وجه إليك سؤال سلبي، عد إلى نقاطك الرئيسية.

- قم بتصحيح أية معلومات خطأ بسرعة.

- لا تقل أبداً أي شيء لست مستعداً لأن تراه منشوراً في الصحف أو تسمعه على الهواء.

- تجنب الإدلاء بتصريحات يمكن استخدامها خارج سياقها أو يمكن أن يساء فهمها إذا قرر الصحفي أو المحرر أن يستخدم ذلك الجزء فقط من تصريحك وليس ما ورد قبله أو بعده.

- لا تقل عبارة "لا تعليق" أبداً. ويمكنك، بل يتمنى عليك، أحياناً، أن تتجنب التعليق بأن تقول شيئاً مثل "إنني غير مستعد ليحدث ذلك اليوم" أو "سيكون من غير المناسب لي أن أبحث ذلك في هذه المرحلة".

- لا تستخدم لغة اصطلاحية في حديثك.

- كن واضحاً. لا تترك مجالاً لوسائل الإعلام لتفسir ما تعنيه، فقد يسيئون فهمه.

- حافظ دائماً على قول الحقيقة. إذا لم تكن تعرف الجواب عن السؤال، قل ذلك. إرجع إلى الشخص الذي يقوم بإجراء المقابلة بالجواب في وقت لاحق.

المواظبة على التركيز

استخدم عبارات أو كلمات متراقبة للرجوع إلى نقاطك الثلاث، مثل:

- "القضية الحقيقة هي ...".

- "دعني أضيف ...".

- "من المهم التأكيد على ...".

- "والأهم من ذلك هو أن ...".

- "أهم نقطة يجب أن تذكرها هي ...".

- "في هذا السياق العام، من الأسئلة التي توجه إلى عادة ...".

- "هذا يتعلّق بجانب واحد من قضية أكبر ...".
- "نعم، وأضافة إلى ذلك ...".
- "لا، دعني أوضح ...".
- "من المبكر التحدث عن ذلك إلى أن تكتمل جميع الحقائق، ولكن يمكنني أن أقول لك ...".
- "لست متأكداً من ذلك، ولكن ما أعرفه هو ...".
- "دعني أضع ذلك في سياقه الحقيقي ...".
- "هذا يذكرني بشيء ...".
- "دعني أؤكد على ذلك ...".
- "إنني مسحور لأنك سأنتي عن ذلك. قد يكون لدى الناس انتطاع خاطيء، ولكن الحقيقة هي ...".

حاول دائماً أن يجعل المقابلة مقابلتك. وكما قال وزير الخارجية الأميركي الأسبق هنري كيسنجر في مؤتمر صحفي ساخر: "هل لدى أحد أية أسئلة لأجوبتي؟"

كيف تكون فعالاً في المقابلات التلفزيونية

- أنظر مباشرةً إلى الشخص الذي يجري المقابلة معك إذا كانت المقابلة وجهاً لوجه. أنظر إلى الكاميرا إذا كانت المقابلة تتم عن بعد ولم يكن الشخص الذي يجري المقابلة موجوداً. ستتحول الكاميرا إلى الشخص الذي تتحدث معه.
- كن متھمساً ونشيطاً، فالتلفزيون قد يفقد الشخص حيويته ويظهره كشخص غير مثير.
- استخدم ملابس ذات ألوان كاملة، من الممكن أن تكون فاتحة ولكن ليست بيضاء أو سوداء تماماً. الألوان الوسطى هي المفضلة. تجنب الألوان البنية والمربيعة النقش والمخططة أو الفاقعية اللون. وتتجنب الأقمشة المزركشة واللامعة.
- اجلس إلى الأمام، متوجهاً نحو الكاميرا.
- استخدم حركات يدوية دليالية لكي لا تبدو متشنجاً أو متضايقاً.
- لا تقدم إجابات من كلمات ذات مقطع واحد.
- لا تستخدم عبارات اصطلاحات مهنية أو فنية أو الكلمات المركبة من أوائل الحروف ليست مألوفة لدى المواطن العادي.

- قاطع المتحدث إذا كنت تريد توضيح نقطة أو تضيف إلى المحادثة. لا تنتظر من الضيف أن يقتربك، ولكن لا تتصرف بوقاحة.

- تجنب استخدام الكثير من الأرقام، لأنها لا تترك أثراً لدى الجمهور. عندما تضطر إلى استخدام أرقام، قم بتدويرها لكي يسهل استيعابها. فمثلاً، بدلاً من أن تقول "أربعون وأربعين ألفاً"، قل "نصف مليون تقريراً".

بعد المقابلة

- إذا كنت قد وضعت بتزويد الصحفي بمعلومات إضافية، تابع ذلك على الفور.
- تحدث مع الموظفين الإعلاميين لكي يعرفوا ما يتوقعون.
- قم بتقييم المقابلة. ملاحظات للتدوين في ملفك: ما هي أوجه النجاح في المقابلة؟ ما الذي كان من الممكن أن يكون أفضل؟ إبانتظ بملحوظاتك للمقابلة أو للمؤتمر الصحفي المقبل.
- إحصل على اسم الصحفي والمنتج ومهندس الصوت الذين اشتركوا في المقابلة وأضف أسماءهم إلى قائمةك الإعلامية.
- قم بضم التصاصات الصحفية أو شريط التسجيل للمقابلة إلى الأرشيف الدائم.

البيانات الصحفية والنشرات الإعلامية وبيانات الحقائق: نظرية معمقة

يشكل إعداد البيانات الصحفية وبيانات الحقائق والنشرات الإعلامية أو العروض الإخبارية الخلفية التفصيل العملي لمعظم العمليات الصحفية الحكومية. ويطلق على هذه الأدوات المهنية في الدول المختلفة أسماء مختلفة، ولكن عرضها هو نفسه: الإبلاغ عن خبر، والإعلان عن حدث وتقديم حقائق وأرقام.

البيانات الصحفية - أفضل 5 نصائح مفيدة

قبل أن تقوم بإعداد بيان صحفي، أجب عن الأسئلة التالية:

- لماذا يعد هذا مهما وكيف يشكل هذا خبراً؟
- ما هي النقاط الأساسية؟
- ما هي الأبحاث الموجودة لدعم المعلومات؟ هل يمكن مراجعتها بسهولة إذا طلب الصحفيون ذلك؟
- من هو الذي يمكن أن يقتبس كمراجع حول الموضوع؟

- هل هناك حاجة إلى بيان حنائق للحصول على معلومات إضافية؟

ويقول ديفيد بيكيود الم skirtier الصحفي السابق لنائب الرئيس دان كويول "إن البيانات الصحفية أدوات إنضباط جيدة لأنها تشجعك على إنتاج القصة الإخبارية التي ترغب في أن تراها، وإذا أعدت البيانات الصحفية بوضوح وبساطة فإنها تحسن الدقة، ومن الصعب أن تخطئ في الإقتباس من بيان صحفي."

وما يلي هي المعايير والأعراف المتყق عليها بشكل عام لمواد العلاقات الصحفية الأساسية هذه.

البيانات الصحفية

البيانات الصحفية هي ملخص للحقائق المتعلقة ببرنامج أو قضية ترحب في توجيه اهتمام الإعلام إليها. وهي تقدم بأسلوب موحد. والمعيار الرئيسي للبيان الصحفى هو أنه يجب أن يتضمن على أخبار.

واسوة بالتقدير الإخباري المباشر، يكتب البيان الصحفى بأسلوب الهرم المقلوب. وتكون الفقرة الأولى "المقدمة" وتشتمل على، أهم المعلومات، وتوسيع الفقرات التالية المعلومات وتتوفر المزيد من التفاصيل في تسلسل متناقص في الأهمية. وتقع المعلومات الأقل أهمية في النهاية.

وكأى قصة إخبارية جيدة يجب، البيان الصحفى عن أسلنته من وماذا ومتى وأين ولماذا وكيف. من هو موضوع الخبر؟ متى يقع أو وقع الحدث؟ أين يقع أو وقع الحدث؟ لماذا تشكل المعلومات أهمية؟ كيف يكون هذا مهمًا؟ وينبغي ظهور كل ذلك في الفقرة الأولى.

ويجب أن تكون الجمل في البيان الصحفى قصيرة بحيث يمكن مراجعتها بسرعة من قبل محرر المهام الصحفية أو الصحفي، كما يجب أن لا تشتمل على أي لغة اصطلاحية أو كلمات مختصرة أو تفاصيل غير موضحة أو كليشيهات. ويمكن استخدام المقتنيات، ولكنها تظهر عادة في الفقرة الثانية أو الثالثة، ولا بد دائمًا من عزوها لقائلتها.

والبيانات الصحفية التي تكتب بكتابات إخبارية، دون أوصاف ملهمة، تجد فرصة أكبر لالتقاطها من قبل الصحافة.

وتتبع البيانات الصحفية صيغة تشتمل على ما يلى:

- مباعدة الأسطر.

- صفحات واضحة يفضل أن تحمل إسم وعنوان المنظمة مطبوعين عليها.

- هوامش عريضة -- لا تقل عنإنش واحد (2,54 سنتيمتر) من جميع الجوانب -- لتسهيل القراءة والسامح للمحررين والمسطحيين بتدوين ملاحظاتهم عليها.

- مطبوعة على جانب واحد من الصفحة.

- تاريخ إصدار البيان.

- إسم شخص للاتصال به مع رقم التليفون ورقم الفاكس والعنوان الإلكتروني. كما تذكر أحياناً أرقام الهاتف الخلوي للأشخاص الممكِن الاتصال بهم بعد ساعات العمل، خاصة إذا كان المكتب الصحفى يتعامل مع صحفيين في عدة مناطق زمنية.

- موعد النسخة بنشر البيان، فكتيراً ما ترسل البيانات الصحفية قبيل وقوع الحدث ولكن لا يسمح باستعمالها حتى وقت معين لكي يكون لدى الصحفيين الوقت الكافى لقراءة المادة وتجهيز المعلومات، خاصة إذا كان التقرير الإخباري معداً. وإذا حدث ذلك أكتب ذلك عبارة "يحظى النشر حتى" والتاريخ والوقت المحدد لنشر الخبر. وإذا كان من الممكن استخدام المعلومات على الفور، أكتب عبارة "النشر الفوري".

- عنوان رئيسي بلخص خبر البيان يكون ملفتاً للإنتباه وبأحرف بارزة.

- موقع الخبر، بأحرف بارزة، في بداية الفقرة الأولى يحدد موقع حدوث الخبر.

وتطبع البيانات الصحفية عادة إلى صفحة أو صفحتين. وإذا كان هناك أكثر من صفحة، أكتب كلمة "إضافة" في نهاية الصفحة الأولى. وفي نهاية البيان، اطبع -30- أو ##### للإشارة إلى النهاية. تأكيد من مراجعة الأخطاء في التهجمة والأخطاء المطبعية والتنقيط غير السليم وأسلوب الكتابة الركيكة.

ويمكن توجيه البيانات الصحفية إلى عنابة محرر أو محرر المهام الصحفية أو صحفي. تابع البيان الصحفى باتصال هاتفي. إسأل عما إذا كان المتنقى المقصود قد تسلم بيانك وعما إذا كان يرغب فى الحصول على معلومات إضافية.

ينبغي أن تكتب المواد الصحفية، كالبيانات الصحفية وبيانات الحقائق، وتوزع قبل وقوع الحدث الإخباري كمؤتمر صحفي، وليس بهذه. وقد اكتفت حكومة جديدة ذلك بعد أن دفعت الثمن. فقد اجتمع الوزراء وراء أبواب مغلقة طوال الليل لإعداد خطة اقتصادية جديدة. وانتهوا من بحثهم في الساعة السابعة صباحاً ثم قاموا بتنبيه وسائل الإعلام إلى عقد مؤتمر صحفي مهم في الساعة العاشرة صباحاً. وقام الوزراء بإعلان السياسات الاقتصادية الجديدة ثم بدأ الموظفون الصحفيون بكتابة المواد الصحفية. وبالنظر لانشغال الموظفين بكتابة الإعلان الصحفى قلم يكن لديهم وقت كافٍ لتقطير توضيح ملائم للسياسات الجديدة. ومضت ساعات عديدة دون أن يكون لدى الصحافة مواد مكتوبة للإسناد إليها في إعداد ما اعتبر خبراً رئيسياً ومعداً، وقد تكونون منهم بعض القاصرين المغلوظة. وتدين على المكتب الصحفي الحكومي أن يعمل طوال أسبوع في محاولة لتصحيح المعلومات الخطأ.

تستخدم البيانات الإعلامية عادة لإعلان حدث قادم ترحب في الحصول على تعطية صحفية له. وهذه البيانات مشابهة للبيانات الصحفية في الإيجابية على من وماذا ومتى وأين ولماذا وكيف، ولكنها تكون أقصر لكي تشمع الصحفيين على القدوم إلى الحدث. تقوم بعض المكاتب الصحفية بذكر هذه المعلومات بالخط العربي، وتتبع بمزيد من التفاصيل، بغية جذب الاهتمام للحدث المقبل.

وتعد البيانات الإعلامية بنفس الأسلوب المتبع في البيانات الصحفية مع التاريخ وأسماء الأشخاص للإتصال بهم وأرقام التليفون و"للنشر الفوري" و"بحظر النشر حتى" في قمة الصفحة، مع ##### أو --30-- للإشارة إلى نهاية البيان.

بيانات الحقائق

تقدم بيانات الحقائق أو العرض الإخباري تفاصيل أكثر من البيان الصحفي باستخدام الحقائق والأرقام، دون استخدام المقتبسات، لتوسيع المعلومات الواردة في البيان الصحفي. وتقدم بيان الحقائق في صيغة مفروضة جيداً. وتشتمل أحياناً على عناوين فرعية بخط عريض ويتم تظليلها.

وأسوة بالتقارير الإعلامية، تتبع بيانات الحقائق أسلوب البيان الصحفي بعبارة "بحظر النشر حتى" و"للنشر الفوري"، وأسماء الأشخاص للإتصال بهم وأرقام التليفونات و--30-- أو ##### للإشارة إلى النهاية.

ولاحظ المسؤولون في أحد المكاتب الإعلامية الحكومية أن أعضاء الجسم الصحفي يأتون إلى المؤتمر الصحفي ويحصلون على المواد ويفقدون قبل بدء المؤتمر الصحفي. وقرر المتحدث الرسمي الصحفي توزيع المواد بعد الجلسة الإعلامية لكي يحافظ على وجود الصحفيين. إلا أن ذلك لم ينفع. وقد يقى عدد من الصحفيين خلال جزء من الجلسة الإعلامية ثم غادروا مبكراً وأعدوا تقاريرهم اعتناماً على الملاحظات التي قاموا بتدوينها. ووجد المسؤولون الصحفيون أن الصحفيين أخطوا أحياناً في نقل المعلومات. ولو أن الصحفيين حصلوا على المادة المكتوبة بما فيها من حقائق أساسية قبل المؤتمر الصحفي لما قاموا بنقل معلومات خاطئة على الأرجح.

ويكون لدى الصحفيين عادة عدد من الأحداث التي يرغبون في تعطيتها، ويجب أن لا يفترض المتحدث الرسمي أن الصحفيين غير مهتمين أو أنهم لن يعودوا تقريراً إذا بقوا خلال جزء فقط من الجلسة الإعلامية. وقد يرغب كثيرون في إعداد تقارير عن الحدث، ولكن جداولهم قد تمنعهم من البقاء خلال الجلسة الإعلامية باكملها، خاصة إذا استغرقت الجلسة الإعلامية أكثر من ساعة، كما فعل هذا المكتب الصحفي. ولو كان لدى الصحفيين المواد المكتوبة فإن من المحتمل أنهم سيرجعون إليها عند كتابة تقاريرهم.

"البيانات الصحفية هي ملخص للحقائق المتعلقة ببرنامج أو قضية ترحب في توجيهه اهتمام الإعلام إليها. وهي تقدم بأسلوب موحد. والمعايير الرئيسي للبيان الصحفي هو أنه يجب أن يتضمن على أخبار".