

كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

فن الحملة الصحفية & المؤتمرات الصحفية

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 6



Lecture
No : 7

أولاً: التحقيق الصحفي

1. مفهوم التحقيق الصحفي
2. مصادر التحقيق الصحفي
3. وظائف التحقيق الصحفي
4. أنواع التحقيق الصحفي
5. إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي.

ثانياً: الحديث الصحفي

1. مفهوم الحديث الصحفي
2. أشكال الحديث الصحفي
3. أنواع الحديث الصحفي
4. مراحل الحديث الصحفي
5. إعداد أسئلة الحديث الصحفي
6. تنفيذ الحديث الصحفي
7. كتابة الحديث الصحفي



BIGSTOCK

Image ID: 156098060
bigstock.com

BIGSTOCK

Image ID: 156098060
bigstock.com

Investigative Journalism



➤ تمهيد.

➤ أولاً: فن الحملات الصحفية

1. مفهوم الحملة الصحفية
2. وظائف الحملة الصحفية
3. أنواع الحملات الصحفية
4. عناصر الحملة الصحفية
5. عوامل نجاح الحملة الصحفية

➤ ثانياً: فن المؤتمرات الصحفية

1. مفهوم المؤتمر الصحفي
2. مهام المؤتمر الصحفي
3. نصائح موجهة للصحفي قبل انعقاد المؤتمر الصحفي
4. مهام الصحفي أثناء عقد المؤتمر الصحفي.
5. مهام الصحفي بعد إنعقاد المؤتمر الصحفي

➤ خاتمة .

➤ مراجع ومصادر.

➤ تمهيد...

بدأت الحملات والمؤتمرات الصحفية في الظهور كوسيلة فعّالة لنقل الأخبار والمعلومات وتسليط الضوء على القضايا المهمة في المجتمع. وقد تطورت هذه الأداة لتُصبح أكثر اتساقاً وتنظيماً، مما جعلها أداة حيوية في عالم الاتصالات الحديث.

ومع تزايد أهمية الإعلام وتأثيره الكبير على الرأي العام واتجاهات المجتمع، أصبحت الحملات والمؤتمرات الصحفية أداة حيوية لتشكيل الرأي العام وتوجيه التفكير الجماهيري نحو قضايا معينة. فهي ليست فقط وسيلة لنقل الأخبار، بل تمثل منبراً لتبادل الآراء والأفكار وتحفيز الحوار العام.

فمن خلال الحملات الصحفية، يمكن للمؤسسات والمنظمات والأفراد الوصول إلى جمهور أوسع، وتسليط الضوء على قضاياهم وأنشطتهم بشكل فعال. كما تمثل المؤتمرات الصحفية فرصة لتقديم المعلومات بشكل متعمق وتوضيح الرؤية والأهداف بطريقة تفاعلية مع وسائل الإعلام والجمهور.

بالإضافة إلى ذلك، تلعب الحملات والمؤتمرات الصحفية دوراً هاماً في بناء العلاقات العامة الإيجابية وتعزيز الشفافية والثقة بين المؤسسات والجمهور. فهي توفر فرصة للتواصل المباشر والتفاعل مع الجمهور، مما يعزز الشعور بالانتماء والمشاركة المجتمعية.

باختصار، تعتبر الحملات والمؤتمرات الصحفية ليست فقط وسيلة لنقل الأخبار، بل هي أداة استراتيجية تساهم في بناء الهوية وتعزيز السمعة وتشكيل الرأي العام، مما يجعلها لا غنى عنها في عالم الاتصالات الحديث.

➤ أولاً: فن الحملات الصحفية Press Campaign



1. مفهوم الحملة الصحفية.

يُشير مفهوم الحملة الصحفية إلى توظيف أشكال صحفية متعددة وفقاً لخطة موضوعة لإثارة قضية أو لإبداء رأى أو للرد على موقف ما، ويشترك فيها أكبر عدد من كُتاب الجريدة ومحرريها، وتستخدم فيها الوثائق والأدلة والأقوال والدراسات والبحوث.

والحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير الصحفي، وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة لتحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي وقد يجذب الموضوع عدداً من كُتاب المقالات في الصحيفة حتي يتحول إلى حملة صحفية، وعندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فناً قائماً بذاته من فنون التحرير الصحفي، وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة.

فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.



وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية، وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية أو المقالات الصحفية أو التقارير الصحفية، بل وقد تأخذ كلها معاً، وقد تتضمن أيضاً الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى.

2. وظائف الحملة الصحفية

1. تعبئة الرأي العام تجاه سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة أو تعبئة ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو الفكرة.
2. تنظيف المجتمع من الفساد وألوان الانحراف المختلفة.
3. التأثير في الرأي العام، وتغيير اتجاهات وآراء الجمهور نحو موضوع الحملة.
4. مواجهة انحرافات أو أوضاع سلبية، والقضاء عليها.
5. الدفع لاتخاذ قرارات من السلطة، أو تبني سياسات معينة.
6. تحسين أو تشويه الصورة الذهنية الخاصة بمؤسسة أو شخص معين.



Lecture No:7

www.midocean.ae

3. أنواع الحملات الصحفية



1. الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والأبحاث ولا تبدأ هذه الحملة إلا بعد أن تستكمل الصحيفة إعدادها إعداداً كاملاً للنشر.

latest news

2. الحملة الصحفية المفاجئة:

وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع، فقد يُنشر خبر صغير تمسك بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله.

3. عناصر الحملة الصحفية:



1. **موضوع الحملة:** يجب أن يكون قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت.
2. **هدف الحملة:** لا بد أن يكون هدف الحملة واضحاً ومحدداً من البداية بحيث يصبح من السهل على القارئ العادي أن يستوعبه لأن عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وعدم إقتناع القارئ بموقف الصحيفة.



3. جمهور الحملة: من الضروري أن تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي الذي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحفية بحيث تنجح في أن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من أجله.

4. عوامل نجاح الحملة الصحفية:

1. الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام. وفي الحملات الصحفية المفاجئة لابد أن تسرع الصحيفة أيضا بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.
2. المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تباطأت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام.



3. أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر، وتمنحه فرصة للرد على الاتهامات الموجهة

إليه، لأن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة

وشجاعتها الأدبية.

4. أن تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية، فتشارك فيها أبرز محرريها

وكتابها الكبار.

5. الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية وعدم الدخول

في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء.

ثانياً: فن المؤتمرات الصحفية Press conference

1. مفهوم المؤتمر الصحفي:

يقصد به هو ذلك اللقاء الذي يتم بين (شخصية حكومية، أو غير حكومية ، أو منظمات مهنية، أو حركات حزبية، أو منظمات دولية... الخ، وبين عدد من الصحفيين بناء على دعوة موجهة إلى هؤلاء المندوبين أي أن طرفي المعادلة في هذا اللقاء هم:

1. شخص يريد إيصال معلومات معينة إلى الصحفيين (صاحب الدعوة)

2. صحفيون جاؤوا للاستماع إلى ما يقوله صاحب الدعوة دون أن يعرفوا ما هي المواضيع التي سيتحدث عنها.





- **المؤتمر الصحفي** يُسمى أحيانا المؤتمر الإخباري، وهو أحد أهم مصادر الأخبار خاصة في ظل انتشار ظاهرة المتحدثين الرسميين للحكومات والدول والمنظمات السياسية وغير السياسية.

- **المؤتمر الصحفي** أيضا: هو وسيلة مناسبة لتمرير الأخبار والمواقف لعدد كبير من الصحفيين في وقت واحد، فهو مقابلة تجمع المتحدث (وهو عبارة عن شخص مسؤول، وقد يكون رئيس الدولة نفسه) مع عدد كبير من الصحفيين. غير أن الفارق بينه وبين المقابلة أن المؤتمر الصحفي عادة ما يبدأ ببيان، يُريد مُنظم المؤتمر تمريره قبل أن يسمح بتلقي الأسئلة من الصحفيين.

2. مهام المؤتمر الصحفي:

1. تعقد المؤتمرات الصحفية عقب الحوادث الكبرى، مثل الكوارث

الطبيعية، حيث تسهل المؤتمرات نقل المعلومات بسرعة لطمأنة

الجمهور، أو على الأقل إبلاغه بما جرى، وما هو مقرر عمله.

2. تخفف المؤتمرات الصحفية الضغوط النفسية على بعض شهود

العيان الرئيسيين أو بعض الضحايا بدلاً من أن يخاطب هؤلاء

كل صحفي على حدى.





3. الكثير من المؤتمرات الصحفية يعقدها سياسيون أو منظمات بهدف الترويج والدعاية لبعض المواقف السياسية أو للرد على مواقف سياسية أخرى.

4. سمحت تكنولوجيا الاتصالات بنقل الكثير من المؤتمرات الصحفية على الهواء مباشرة، مع ما يتضمنه ذلك من فرص أو على العكس قد يعرضها لمخاطر تحريرية وفنية.

3. نصائح موجهة للصحفي قبل انعقاد المؤتمر الصحفي:



1. على الصحفي أن يكون انتقائياً ومفكراً جيداً، فلا يجب أن يكون ضيفاً دائماً لكل مؤتمر صحفي.
2. على الصحفي أن يركز على نقل المعلومات التي ترد خلال المؤتمر، خاصة الأخبار الجديدة التي تُعلن لأول مرة.
3. على الصحفي مراجعة تاريخ وخلفية القضية وسياقها، أي لا يكتفي فقط بما يتم الإعلان عنه في المؤتمر.



4. قد يحضر الصحفي المؤتمر لأسباب تتعلق بلقاء شخصية أخرى يصعب لقائها في الظروف العادية، وذلك لتوجيه سؤال له حول قضية ما.

5. حضور الصحفي المؤتمرات الصحفية، الهدف الأساسي منه هو توجيه سؤال أو عدة أسئلة عن قضية أخرى مهمة تشغل حيزاً من الجدل في أوساط الرأي العام.

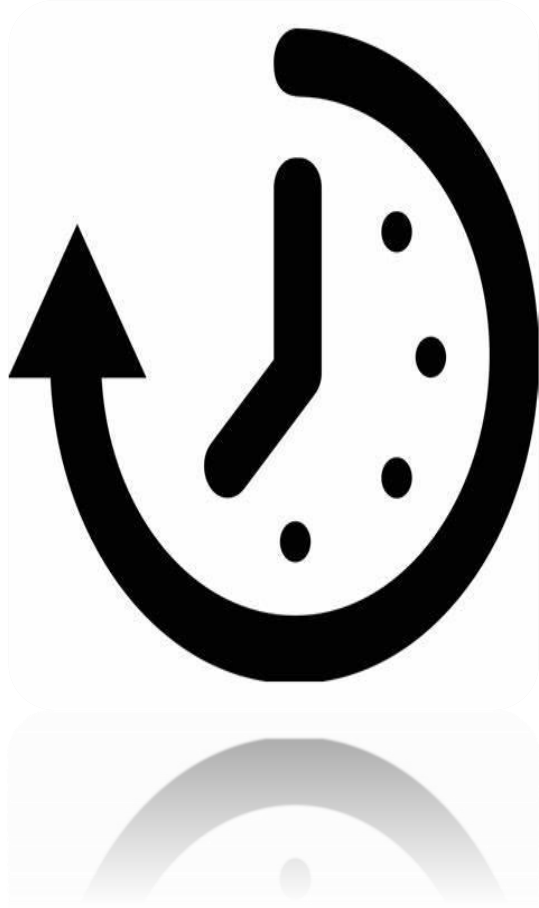
6. قبل انعقاد المؤتمر، أو خلاله، أو حتى بعده، على الصحفي أن يسأل نفسه هذا السؤال: ما الخبر، فالخبر ليس هو المؤتمر.

4. مهام الصحفي أثناء عقد المؤتمر الصحفي



لحضور المؤتمرات الصحفية مجموعة متطلبات، ينبغي على الصحفي الإلمام بها، ومن أهمها:

1. إجراء البحث اللازم عن كل الزوايا المحيطة بموضوع المؤتمر قبل التوجه إليه.
2. التسلح بمحاور الأسئلة، مثلما هو الحال بالنسبة للمقابلات.
3. التركيز على تلك الأسئلة الأقرب لاهتمامات الجمهور، فقد لا يسمح الموقف إلا بسؤال واحد فقط.



4. التوجه مبكراً إلى مكان انعقاد المؤتمر الصحفي.

5. البحث عن موقع مناسب للجلوس أو التصوير.

6. اختبار الأجهزة، فربما يحتاج الصحفي إلى بطاريات أو أشرطة للتسجيل، فلا

يزال هناك وقت للتصرف.



7. البحث عن أى بيانات مكتوبة، ربما يتم توزيعها قبل المؤتمر، فهي قد تعين الصحفي على تغيير مسار المحاور التى أعدها سلفاً.

8. على الصحفي تقديم نفسه إلى القائمين على تنظيم المؤتمر للحصول على المزيد من المعلومات؛ مثل متى سيبدأ المؤتمر، وما المدة المتوقعة، وهل سيحضر المتحدث فقط، أم سيحضر معه أشخاص آخرون؟



9. يمكن للصحفي طلب إجراء مقابلة شخصية مع المتحدث بعد إنتهاء المؤتمر.

10. يمكن للصحفي القيام بفتح حوارات مع زملائه الصحفيين، لاستطلاع أسباب حضورهم، وماذا يتوقعون.

11. عندما يبدأ المؤتمر، عليه الإنصات جيداً، وتدوين الملاحظات، ولا يعتمد فقط على إمكانية الاستماع إلى التسجيل لاحقاً.

12. على الصحفي أن يفكر ملياً فيما ذكر، ويفكر أكثر في ما لم يأت المتحدث بذكره.



13. على الصحفي تدوين ملاحظات خاصة تتعلق بتساؤلاته، وأن يبرز في ملاحظاته الكلمات المحورية في المؤتمر، والبيانات والأرقام والمعلومات المحددة.



14. علي الصحفي أن يحدد عدة أسئلة لتوجيه أحدها، وانتظار دوره، وعليه أيضا الانتباه لربما سأل صحفي آخر أفضل الأسئلة، أو ربما طرح سؤال لم يحظ بإجابة شافية، وفي حينها يمكنه الاستفادة من كل ذلك لاحقاً.

Lecture No:7

15. إذا كان الصحفي واثقاً من إجراء مقابلة شخصية (ولو سريعة) مع المتحدث، فعليه أن يدخر أفضل الأسئلة للمقابلة الخاصة مع المتحدث، فسؤاله إن كان محورياً سيتحول خبراً، وبالطبع هو لا يريد أن يستفيد منه الآخرون.





16. يجب أن يكون سؤال الصحفي خلال المؤتمر الصحفي قصيراً وواضحاً، ويجب أن يهدف إلى توضيح شرح كشف عنصر خبري، لم يتم التطرق إليه خلال المؤتمر.

Lecture

No:7



Lecture No 7

17. على الصحفي أن يحرص أن يكون صوته واضحاً وهو يسأل المتحدث، وإن أمكن عليه الطلب من المصور توجيه الكاميرا نحوه خلال السؤال بشرط ألا يؤدي ذلك إلى خسارة الإجابة.



18. علي الصحفي دائماً أن يتذكر أنه يعمل في المقام الأول
لخدمة الجمهور، لهذا لا يخش المتحدث، ولا تأخذه
النجومية لتوجيه أسئلة لا يفهمها الجمهور، أو لن يستفيد
من إجابة المتحدث عنها.



19. إن سنحت الفرصة لتوجيه أسئلة محورية تهم الجمهور وتخرج عن نطاق موضوع المؤتمر، فعلى الصحفي ألا يتردد في ذلك، فقد يتحول إلى نجم المؤتمر إن تمكن من تغيير مساره لصالح القضايا الأكثر جدلاً في المجتمع، لكن عليه أن يحذر من التعرض للإحراج.

20. إن اختتم المؤتمر بدون الإجابة عن عدد من التساؤلات التي قد تشغل الجمهور، فلا ضرر من محاولة الصحفي متابعة المتحدث، أثناء خروجه من القاعة، وتوجيه السؤال له بصوت عال.

5. مهام الصحفي بعد إنعقاد المؤتمر



1. على الصحفي أن يتواصل سريعاً وعلى الفور
بزملائه في غرفة الأخبار أو الديسك المركزي
لإبلاغهم بالخطوط الرئيسية، فقد ينتج عن المؤتمر
خبر عاجل أو مانشيت.

2. إذا كان الصحفي يسعى لإعداد تقرير تلفزيوني، فعليه ألا يغادر الموقع قبل إنهاء اللقطات المطلوبة وإجراء الـ Piece to camera.

News Stories

3. فى حال كان الصحفى يتبع وسيلة إعلامية مطبوعة أو إلكترونية، فعليه أن يفكر جيداً فى القصة الكبيرة التى ستتضمن أهم تفاصيل المؤتمر، وأن يحرص على استيفاء الخلفية والسياق، وأن يسعى فوراً إلى المصادر المعنية، إذا كانت القصة تحتاج موازنة لبعض الآراء.

➤ خاتمة:

في الختام، يمكن القول إن الحملات والمؤتمرات الصحفية تمثل أحد أهم أدوات الاتصال الحديثة التي تسهم بشكل كبير في تحقيق الأهداف ونشر الرسائل والقضايا المهمة في المجتمع. فمن خلال تنظيم الحملات الصحفية بشكل متقن وتوجيه المؤتمرات الصحفية بشكل فعال، يمكن للمؤسسات والمنظمات والأفراد أن يحققوا تأثيراً إيجابياً واضحاً على الرأي العام وتشكيل التفكير الجماهيري.

كذلك بفضل قدرتهما على نقل الأفكار والأخبار وتوجيه الانتباه إلى القضايا الهامة، تساعد الحملات والمؤتمرات الصحفية في بناء جسور التواصل وتعزيز العلاقات بين المؤسسات والجمهور ووسائل الإعلام، كما تعمل على تعزيز الشفافية وبناء الثقة، مما يسهم في تعزيز الاستقرار والتنمية في المجتمعات.

لذا، يجب أن نفهم أن الحملات والمؤتمرات الصحفية ليست مجرد فعاليات إعلامية، بل هي أدوات استراتيجية ذات تأثير عميق وشامل، وباستخدامها بشكل متقن وموجه، يمكن أن تصبح محركاً للتغيير الإيجابي والتقدم في المجتمعات والمؤسسات على حد سواء.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد يونس، فنون التحرير الصحفي في العصر الرقمي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2021.
2. محمد عبد البديع السيد، فن التحرير الصحفي في العصر الرقمي، د.ن
3. نهلة أبو رشيد، الكتابة وتحرير الأخبار، الجامعة الافتراضية السورية، 2020



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

