

الصحافة الاستقصائية

د. حسين خليفه

المحاضرة الرابعة



استخدام المصادر البشرية في الصحافة الاستقصائية

المحاضرة الرابعة

Prepared by
Dr. Hussein Khalifa

www.midocean.ae

Lecture
04

محتويات وأهداف المحاضرة الرابعة

- رسم خريطة للمصدر
- وفّر للمصادر أسباباً لتتكلم
- الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة
- بدء العلاقة: أهداف وأدوار
- تكتيكات المقابلة
- للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟
- وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)
- لا تنس الغد

Lecture
04

مراجعة على أهم نقاط المحاضرة السابقة

- مقدمة: تعامل مع الباب المفتوح
- أنواع المصادر "العينية"
- إستراتيجية المصادر العينية
- المصادر العينية مصدر قوة
- العثور على مصادر عينية
- ابدأ بسرعة ... لكن هويينا على نفسك

Chapter
04

العملية إلى الآن:



- 1. نكتشف موضوعاً.
- 2. تتبلور فكرة الاستقصاء.
- 3. نطرحُ فرضيَّةً لنتحقق منها.
- 4. نبحث عن معلومات من مصادر علنيَّة لنتحقق من الفرضية.
- 5- نبحث عن مصادر بشرية لتعزيز معارفنا.





- المعلومات الأكثر إثارة توجد عادة في ذاكرة الناس وعقولها وليس في المصادر العلنية. فكيف نعثر على هؤلاء الناس؟ كيف نجعلهم يقولون لنا ما يعرفونه؟
- لا تقلل من قيمة هذه المهارات.
- فليس كل شخص يملكها، وعملك كصحافي مُستقص سوف يطورها إلى درجة عالية. ولكن، لا تُسئ استخدامها أيضاً. ولا تنس أبداً أنك قد تؤذي، كصحفي، بعض الناس - في مشاعرهم، في أرزاقهم، وحتى في سلامتهم الشخصية. تأكد أن لا تؤذيهم لمجرد أنهم كانوا على درجة من السذاجة في تعاملهم معك وكلامهم إليك.

أ. رسم خريطة للمصدر

- طريقة معظم الإعلاميين التقليديين في مجال الأخبار ومتابعة ارتداداتها تتلخص في العثور على شخص قادر على أن يوفر لهم اقتباسات يستطيعون استعمالها في إعداد تقاريرهم.
- غالباً ما يجدونهم بعد قراءة أول قصة نُشرت حول موضوع معين، والتقاط أسماء الأشخاص المُستشهد بهم فيها، ثم الاتصال بهم.
- مثلُ هذه المصادر قد تتلقى مئات المكالمات في يوم واحد. فهل سيقولون شيئاً جديداً للمُتصل المائة، هذا إذا رفعوا سماعة الهاتف أصلاً؟ كلا. ولذا، لماذا لا يتم البحث عن شخص آخر لم يقم أحدٌ بطرح أسئلة عليه؟
- سيزوّدك مصدرُك العلني بقائمة من الأسماء الأكثر أهمية لتتصل بهم.
- على سبيل المثال، لتستقصي شركةً قد تبدأ بقراءة تقارير مُحلّلين ماليين تصف وضع الشركة ووضع أقوى الشركات المنافسة لها. بعد ذلك، تحدّث مع المحلّلين، ومن ثمّ مع المنافسين.

أ. رسم خريطة للمصدر

- من خلالهم، ومن خلال وسائل الإعلام التي تغطي عالم الصناعة والمال، اعثر على أشخاص تركوا الشركة، إما لوظائف أخرى، أو للتقاعد.
- ومن خلال هذه المصادر، تواصل مع أناس لا يزالون في الشركة ويرغبون في الكلام.
- ننصحك بأن ترسم خريطة مصادر بسيطة بأسرع ما تستطيع. فالخريطة تمثيل مرئي لكل الناس المنخرطين، أو الذين قد ينخرطون، مباشرة في قصتك. تبدو الخريطة مثل البيوت في قرية يعرف كل واحد من أهلها كل واحد آخر، والقرية هي المكان الذي تدور فيه أحداث القصة.
- تستطيع أن تجعل خريطتك مُعقَّدة وغنيّة بقدر ما تريد - مثلاً، تستطيع تدوين مواقع سكنى المصادر الأفراد، تواريخ ميلادهم، وظائفهم، أو أي شيء تحب.

Chapter
04

أ. رسم خريطة للمصدر



▪ ولكنك تستطيع في البداية أن تكون أكثر بساطة، وقد لا تحتاج إلى أن تذهب أبعد من ذلك. (وحتى وجود خريطة مصادر بسيطة جداً، تأخذ منك بضع دقائق لتحضيرها لتحضيرها، ستمنحك ميزة علي معظم منافسيك).

▪ **مثال:**

▪ تم تطبيق هذه الخريطة علي قصة "الطفل الرضيع دو" علي النحو المبين بالشكل التالي:

Chapter
04

أ. رسم خريطة للمصدر



- لاحظ بعض الأشياء عن هذه الخريطة: الأطفال المعاقون في المركز، لأن القصة في النهاية هي عنهم. ولكنهم أيضاً أصعب ما يكون العثور عليهم، والتحدث إليهم. وكل شخص آخر قد نتكلم معه يدور حولهم، لأن كل مصدر آخر، بطريقة أو بأخرى، مرتبطٌ بهؤلاء الأطفال. ولاحظ، بالمثل، أن الأطباء بين الوالدين والمستشفيات. لماذا؟ لأنهم مَنْ يتحدثُ الأطباء إليهم أكثر من غيرهم.
- وهذه هي النقطة الأساس: حين ترسم خريطة مصادر، إستخدمها لتُبين العلاقات بين لاعبي القصة، كي تستطيع، إذا أغلقت الطريق أمامك إلى مصدرٍ ما، أن تذهب إلى مصدر آخر يستطيع رؤية ما هو أبعد من العقبة التي اعترضتك.
- فحين يقبلُك الناسُ في جزءٍ ما من خريطةك، تكون حظوظك في القبول في أمكنة أخرى من الخريطة أفضل.

ب. وفّر للمصادر أسباباً لتتكلم

- قد يكون عند الناس الذين لديهم حقائق أو قصص ليرووها أسباب قوية لعدم إجابتهم عن أسئلتك.
- بشكل عام، هم لا يعرفون أن كنت مُحترفاً ومسؤولاً ومُنصفاً (وعديد من الإعلاميين ليسوا كذلك). وحتى إن كنت كذلك، فإنهم لا يستطيعون التحكم بما ستفعله بمعلوماتهم التي يعتبرونها قيّمة. وأخيراً، قد يؤدي استخدامك للمعلومات إلى الإضرار بمهنتهم أو علاقاتهم أو حتى سلامتهم الجسدية.
- إذاً احتفظ بهذه الحقيقة في ذهنك حين يتردد شخص ما في التحدث إليك:
- فقد تتحوّل إلى أحد أسوأ الأشياء التي تحصل لهم قط. رغم ذلك، تذكر أن أغلب الناس لا يرفضون الحديث إلى الصحفيين.
- **لماذا يفعلون ذلك؟** يوجد سببان: الكبرياء والألم. ولذا يجب أن تمنح مصدرَكَ فرصة الاطمئنان والحديث عن أحدهما أو كليهما.

ب. وفّر للمصادر أسباباً لتتكلم

- سيتحدث الناس معك لأن شيئاً يثيرهم - موهبة أو شيء من الجمال اكتشفوه، نجاحٌ حققوه أو سيحققونه، خطةٌ أبدعوها لإنقاذ العالم. ومناقشة هذه المواضيع معهم تجعلهم يشعرون بالسعادة أو الأهمية أو كليهما.
- أو، كما يعرف الأطباء، يتحدثون لأنهم يشعرون بالألم ويرغبون بأن يقوم أحدٌ بمساعدتهم. وبصورة عامة، الألم أقوى من الكبرياء، ولذا، فإن أول من يتحدث من الناس في معظم الاستقصاءات هم الضحايا - أولئك الذين تعرضوا للإساءة بطريقة ما، أو من انتهكت قيمهم كثيراً بسبب ما شاهدوه.
- ثمة أيضاً سبب محدد يدفع شخصاً للتحدث إليك: فهو يعتقد أن الحديث إليك أمرٌ آمن. وكما يحصل ذلك، ويدوم أيضاً، يجب عليك بناء علاقة متكافئة مع المصدر. وفي تلك العلاقة، يجب أن يعتمد كل واحد منكما على الآخر في أشياء معينة. فقد تقوم أنت والمصدر بتزويد بعضكما ببعضاً بالمعلومات، أو بالانخراط في نشاطات معينة. وسواء التزم المصدر بذلك أو لم يلتزم، عليك أنت الالتزام.
- **فالأمر ليس مجرد التزام مهني، بل أيضاً أمرٌ يتعلق بالشخصية.** إذ يجب أن تكون جديراً بالثقة غريزياً، وإلا شعر الناس أنهم لا يستطيعون الثقة بك.

نشاط: قراءة عن التحقيقات مفتوحة المصادر



قم بقراءة هذا الموضوع عن خطوات مهمة.. كيف تبدأ في التحقيقات مفتوحة المصدر من خلال الرابط التالي:

<https://ijnet.org/ar/story/خطوات-هامة-كيف-تبدأ-في-التحقيقات-مفتوحة-المصدر؟>

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

1- التحضير للقاء.

- أسلم طريقة للاتصال بمصدرٍ ما (إلا إذا شكّل المصدر خطراً جسدياً لك) هي اللقاء به وجهاً لوجه. فغرضُ اتصالك الأول هو أن تجعل ذلك اللقاء يحصل.
- قبل أن تجري المكالمة الهاتفية الأولى، يجب أن تقوم ببعض البحث حول الشخص والمسائل التي ستحدث عنها معه.
- فيما يتعلق بالشخص: الحد الأدنى الذي يجب أن تقوم به هو أن تبحث عنه أو عنها في الإنترنت. وهنا يجب الرجوع إلى أي مواد إخبارية أو كتابات أخرى ذكر فيها اسم المصدر؛ إذا وجدت العديد منها بحيث لا تستطيع قراءته كله، اقرأ القليل منه.
- والغرض هنا هو إظهار اهتمامك بالمصدر، ومعرفة مهنته أو مهنتها. لا تذهب أبداً لإجراء مقابلة وتساءل مصدراً له تاريخ مهني عام وحافل أن يذكر مهنته أو أن يحدثك عن أمور متاحة على الموقع الإلكتروني لمؤسسته. يجب أن تكون عارفاً بها قبل وصولك.
- إذا كان المصدر قد كتب مقالات لوسائل الإعلام أو لمنشورات متخصصة، إحصل عليها وقرأها. فحتى أكثر الأفراد سريةً أو خجلاً يكشفون شخصياتهم وقيمهم واهتماماتهم حين يكتبون. يمكن لهذه المواد أن تزودك بفرضيات يمكن أن تختبر لاحقاً في مقابلة.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

- على سبيل المثال، افترضنا من مقالاته وخطبه المنشورة أن مسؤولاً رفيعاً معيناً في فرنسا يكره الكذب، ولكنه كان خبيراً في تجنب المواضيع التي يعتبرها حساسة أو خطيرة. ولذا، بمراقبة كيف ومتى يُغيّر المواضيع، تمكّنّا من تعيين النقاط المحدّدة التي رغب بتجاهلها، وبعد ذلك استقصيناها أكثر. وعندما سألناه أن يؤكد استنتاجاتنا مباشرة، ملتزمين بفرضيتنا حول شخصيته، لم يكذب.
- **فيما يتعلق بالمسائل:** يجب أن تكون واعياً بآخر الأخبار والبيانات العلنية المتعلقة بالمسائل التي تريد الحديث عنها. طبعاً، لا تحتاج إلى أن تكون خبيراً، ورغم ذلك، يجب أن تكون واعياً بعناصر معينة تتكرر في مناقشة المسائل عادة، ويمكنك سؤال مصدرك أن يوضحها.
- يجب أن تُظهر وعياً، إن لم يكن فهماً، بعناصر أساسية في اللغة التي يستخدمها المصدر، وبعد ذلك يمكن أن تسأل المصدر أن يشرحها لك.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

▪ 2- الاتصال

- يمكن الاتصال هاتفياً فقط مع المصدر في بيته. لا تتصل به أو بها في مكان العمل، إلا إذا كنت متأكداً بشكل مطلق أن لا حرج من فعل ذلك. إذ قد يكون رئيس الشخص المعني يستمع، كما أن بالإمكان تتبع مصدر المكالمة. وينطبق الأمر ذاته على البريد، حتى وإن كان المحتوى غير ضار. فمن السهل جداً علي مدير ما أن يعرف من استلم بريداً إلكترونياً من صحفي. كما بإمكانك أن ترسل رسالة بالبريد إلى المصدر في منزل.
- **إننا لا نتكلم نظرياً هنا.** رأينا ذات مرّة فريقاً استقصائياً استهدف مسؤولاً رسمياً قيل إنه استبدادي وشكاك وفاسدٌ. كتب الفريق إلى سكرتيرته، وهي في مكتبها، سائلين إيّاها مساعدتهم. رفضت. ولكن حين علم الرئيس باستقصائهم، كما يفعل المُستهدفون دائماً قام بطردها.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

- فكر بكيفية تقديم نفسك قبل أن تُجري اتصالاً. يجب أن تُخبر المصدر من أنت، وماذا تعمل، وأن تشعره بأنك واثقٌ من مُهمّتك وقدرتك على النجاح لكن بدون أن تقول ذلك صراحة. تستطيع أن تشعره بالثقة، وأن تطمئنه أنك ستحصل على تلك القصة وسترويها وتؤكد له أن الواقع المعاش سيكون أفضل حين تفعل ذلك.
- خذ بالاعتبار هذه الأمثلة عن طرق الاتصال الصحيحة والخطأ:
- لا تقل للمصدر "أريد أن أسألك شيئاً، إن لم يكن في ذلك مشكلة كبيرة لك". ذلك خطأ لأنك لا تريد أن تسأل. بل تسأل. إنك لا تريد أن تقول للمصدر إن الحديث معك يعني مشكلة، وإنك مُخرج من أن تسأل.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

▪ الصحيح:

- “السلام عليكم، اسمي ... أنا صحفي، أعمل في وسيلة إعلام اسمها ... وأنا أعمل على قصة ... أعتقد أنها قصة مهمة، وأريد أن أرويها كاملة وبدقة. متى نستطيع اللقاء لمناقشتها؟” تلك الطريقة سليمة لأنك عرّفت على نفسك - و غرضك بالكامل، وأعطيت المصدر سبباً وجيهاً ليتحدث معك. لم تسأله إن كان اللقاء ممكناً، سألته متى. لم تستخدم كلمة “مقابلة” interview بل “لقاء” meeting لأن كلمة مقابلة تجعل المصدر يربط اسمه أو اسمها بالعناوين الرئيسة وبمستقبل قد يجلب مشاكل. إذا لم تكن تعمل لوسيلة إعلام محددة، يمكن أن تقول اسم وسيلة عملت فيها. وإن لم تعمل لأي وسيلة، قلّ ما هي الوسيلة التي ستعرض القصة عليها.
- وتذكر: ليس المهم مَنْ تعمل لحسابه، بل كيف تعمل.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

X "أرجوك ساعدني، فأنت الوحيد الذي يستطيع مساعدتي!"

- **الخطأ هو:** إذا لم يوجد أي شخص آخر يريد مساعدتك، وإذا لم تكن قادراً على مساعدة نفسك، فلماذا يجب علينا أن نساعدك؟

✓ "أعرف أنك خبير حقيقي في هذا الموضوع، وأقدّر لك كثيراً نظرتك فيه." الصحيح هو: أنت تمدح المصدر. وإذا كان المدح مُبرّراً، فلا يوجد سبب يمنعك من إبدائه. وأنت أيضاً تدعُ المصدر يفهم أن لديك مصادر أخرى، قد يكونون خبراء مثله.

- **المبدأ الأساس:** افترض دائماً أنك شخصٌ مثيّرٌ تقوم بعمل مهم، وأن أي شخص سيسعدُ بلقائك. وإذا كان هذا صعباً عليك، أرجوك أن تبحث عن عمل آخر يناسب وضعك.

ج. الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة

▪ 3- مكان اللقاء

- إن لم يكن بالإمكان العثور على المصدر لطلب لقاء، أو إذا كان يرفض لقاءك، أو يؤخر اللقاء إلى آجال غير معقولة، فكر في تقديم نفسك في مكان لا يستطيع المصدر أن يتهرب منه. إذا كان المصدر في محاكمة، اذهب إلى قاعة المحكمة. إذا كان المصدر أستاذاً جامعياً، اذهب إلى محاضرة. ذات مرة، رفض مسؤول رفيع أن يرانا لشهور، إلى أن ذهبنا إلى مكتب يجري فيه لقاءات أسبوعية مع ناخبيه، وجلسنا في مكاننا في خط الانتظار. لما حان وقت دخولنا المكتب قلنا: «نحن الأخيرون في الخط، وما زالت لديك 20 دقيقة. دعنا نتحدث الآن». ابتسم وقال: “نعم”.
- إذا كان المصدر مستعداً للقاءك، اذهب إلى بيته أو إلى أي مكان آخر يشعر فيه بالارتياح والأمان. إذا كان الاستقصاء يتعلق بعمل المصدر، وكانت منظمته تعرف بالمقابلة، يكون مكتبه عادة هو الموقع الأفضل. وسيقدم المكتب كما كبيرا من المعلومات عن المصدر - ماذا يقرأ، أذواقه، رد فعله على المقاطعات خلال اللقاء، إلخ.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار



- المصادر تسعى دائماً إلى علاقات مستقرة طويلة الأمد على عكس الصحفي. ولذا، فإن بداية العلاقة لحظة مفتاحية، تعرّف عموماً على الأمور التالية:
- 1- أولاً وأخيراً: حماية سرية المصدر.**
- أهم شيء يمكن أن تفعله في الاستقصاء هو حماية سرية المصادر التي يمكن أن تتعرض للخطر لأنها اتصلت بك. وهذا الشرط مُلِحٌ خاصة عندما يطلب المصدر عدم التصريح باسمه. ويعني الوعد الذي تقدمه بإغفال الاسم أنه يجب عليك أن تفعل كل شيء كي لا تترك أي آثار للمصدر قد تساعد على كشفه. ويشملُ هذا الأمرُ الأمكنة التي يمكن للشرطة أو المحامين أن يعثروا فيها على ملاحظاتك التي دوّنتها.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

- وفي مجال حماية سرية المصادر، يمكن استخدام الأساليب التالية:
- لا تتصل بالمصدر في مكان عمله، إذ يمكن تتبع هذه المكالمات. وكي تكونا آمنين عليكما استخدام هاتف متنقل ببطاقات مدفوعة سلفاً.
- تجنّب الاتصال عبر البريد الإلكتروني. فهذا العملُ مثله مثل إرسال بطاقة بريدية. والاتصال الآمن بالبريد الإلكتروني يتطلبُ تشفيراً Encryption، وحتى هذا الأسلوب يمكن أن يجلب انتباهاً غير مرغوب فيه وتذكر أن كل ما تضعه على حاسوبك قابل للاختراق بسبب سرعة تقدم تكنولوجيا القرصنة.
- قابل المصدر في مواقع آمنة، حيث لا توجد إلا فرصة ضئيلة جداً لأن يُعرّف أي منكما.
- إعطِ المصدر اسماً مُستعاراً أو اسماً مُرمزاً ("المصدر أ"، "المصدر ب" مثلاً). ولا تستخدم اسم المصدر الحقيقي أبداً في النقاشات الداخلية.
- احتفظ بكل المواد المتعلقة بالمصدر في مكان آمن، والمكان الآمن المثالي هو الذي لا صلة لك به أبداً.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

2- تحديد أهدافك

- قبل اللقاء الأول، حدّد لنفسك ما ترغب في تحقيقه. وفي الحد الأدنى يجب أن يشمل هذا ما يلي:
- الأصول Assets التي ترغب في الحصول عليها. وقد تشمل الأصول الوثائق، والموادّ الخاصة، وتحليلات أو تفسيرات، وأسماء مصادر أخرى ليتم الاتصال بها.
- يمكنك أن تسعى للحصول على أصول محدودة فقط في اجتماع معين. يقول صديقنا فيليب مادلين Philippe Madelin وهو مُتخصص في شؤون المخابرات السريّة، إنه يسعى في الحصول على مقابلة نمطية لتأكيد معلومة واحدة فقط أو للحصول عليها.
- أو، يُمكنك أن تسعى إلى الحد الأقصى، فتأخذ كل وثيقة يقع عليها نظرك. في ذلك الحال، تأكد من أن المصدر يعرف لماذا تأخذها.



د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

- عموماً، آخر الأصول التي نسعى للحصول عليها في لقاء هو اسم الشخص اللاحق الذي يجب أن نتحدث إليه وأي معلومات تفيد الاتصال به. ونقول عادة: من تحترم لنظرته في المسائل؟ هل تعرف كيف يمكننا الاتصال بهم؟
 - ما ترغب في أن تكشفه للمصدر عن مشروعك. يجب أن تتوقع أن تُسأل - إن لم يكن من هذا المصدر، فمن غيره - لماذا أنت منخرط في هذا المشروع بحماس، وماذا تأمل أن تحقق منه؟ ومهما كان الجواب عن هذا السؤال، فيجب أن تعطيه فوراً، وبإخلاص. ونقترح أن تتبع قواعد الدبلوماسية البريطانية الثلاث التالية:
1. **لا تكذب أبداً.** لا تُغطِ معلوماتٍ مزيفةً إلا إذا كنت مضطراً لذلك كملاذ أخير. وتذكر أن اكتشاف كذبة يُعزّضك لنتائج تمتد من إلقاءك خارج الغرفة إلى إطلاق الرصاص على قدميك إلى تعذيبك.
 2. **لا تقل الحقيقة كلها أبداً.**
 3. **إن كنت لا تستطيع** الإجابة عن سؤال، قل ذلك. وقُل متى ستجيب عنه.

Chapter
04

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار



- ما ترغب في معرفته عن المصدر. صفات الشخص الذي نتعامل معه؟ ما هي التلميحات أو المحفّزات التي يستجيب لها؟ ما هي أهدافه من الحديث معنا؟ هل يريد أو يحتاج إلى - بكل بساطة- رواية قصته، أم أنه يستغلنا لأهداف أخرى؟
- تستخدم المخابرات البريطانية شكلاً توضيحياً ثلاثي الزوايا ينسجم مع معايير شبكة تلفزيون إس. في. تي. SVT السويدية:
- تذكر وأنت تستخدم هذا الشكل التوضيحي: المهم أن يكون الدافع مفهوماً ومقنعاً.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

- فيما يتعلق بنوعية المعلومات: في التغطية الإخبارية، يُفترض أن تأتي أفضل أنواع المعلومات من أرفع مصدر. أما المستقصون فإنهم يفترضون أن أرفع مصدر هو أقلُّ اهتماماً بالحققة وأكثر اهتماماً بتحقيق أهداف شخصية أو تنظيمية. ومن ذلك المنظور، **ستأتي المعلومات رفيعة النوعية ممن هم في المستوى الأدنى من المنظمة**، لأن أولئك الذين يعارضون الطموحات الشخصية أو الأهداف التنظيمية.
- فيما يتعلق بالمدخل إلى المعلومات: كما هو مُقترحٌ أعلاه، يتمثل المصدر المثالي في معظم الاستقصاءات في شخص يعمل في المراتب الوسطى من منظمة ما، في المستويين العملياتي أو التخطيطي. فمثل هؤلاء الناس مداخل إلى وثائق مهمة، لكن تأثيرهم قليل جداً على وضع السياسات أو تطبيقها. وبالمثل، تراهم ضعفاء جداً داخل تنظيماهم.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

▪ ولذا، حين يعطيك هذا المصدر وثائق سرّية، إسألْه/ اسألْها فوراً: “من يعرف عن هذه الوثيقة أو المعلومة أيضاً؟” واطرح أنك لا تريد أن تستشهد بمعلومات يمكن تتبع مصدرها مباشرة. إذا لاحظت وجود معلومات سرّية في لقاء، ضع علامة إلى جانبها لتشير إلى أنك يجب أن لا تقتبسها (إننا نستعمل العلامة «NFC أي «Not for Citation ليس للاقتباس أو الاستشهاد»)، وقُلْ للمصدر إنك تفعل ذلك. باختصار، دَعِ المصدر يرى أنك تُفكر في كيفية حمايته/ حمايتها، ثم احرص على أن تفعل ذلك.

▪ 3- اختيار أدوارك.

▪ هناك دوران أساسيان يمكن أن تلعبهما أثناء مقابلاتك:

▪ يعرف «الخبير» معظم الإجابات، ويؤكّد أنه أن يُقدّر تماماً المعلومات التي تتضمن تعابير تقنية أحياناً، تلك التي يمكن أن يُقدّمها مصدر خبر مشابه. فعند الخبير، تقع المحادثات مع المصادر على أعلى مستوى قد يجد الأشخاص العاديون صعوبة في فهمها. لقد سمعنا مصادر تقول: «إنه لأمر جيد أن أتحدث مع شخص يعرف القضية حقاً، فذلك يعني أنني أستطيع اختبار أفكارى».

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

- ورغم ذلك، إذا بدأت باعتبارك “الخبير”، كن متأكداً من أنك لن تجبرَ على الاعتراف، في لحظة لاحقة من المقابلة، بأن معرفتك أقل عمقاً مما تظاهرت به. في ذلك الحال، ستفقد ماء الوجه.
- يتكلم “البريء” (أو الصريح) إلى المصدر لأنه بالضبط يعرف القليل، ويتطلع إلى أن يتنور. ولا يعني ذلك أن “البريء” غبي^٤، رغم أنه يُفضل أحياناً أن يقوم المصدر بالتقليل من شأنه. إذا شاهدت من قبلُ المحقق كولومبو Colombo في مسلسله التلفزيوني، فقد رأيت “البريء” وهو يعمل.
- وقد يكون هذا الدور، ربما، أقوى دور، لأنه يسمح لك أن تسأل أسئلة بسيطة، ساذجة، ثم تتدرج إلى أسئلة أكثر تعقيداً. ولأن “البريء” يحتاج إلى أن يسأل عن كل شيء تقريباً، فعليه أن يتجنب خطر الإشارة إلى المصدر، ما يسعى الصحفي إليه وكم يعرف فعلاً.

د. بَدْءُ العلاقة: أهداف وأدوار

- كثيرا ما يبدأ المستقصون مقابلة بدور **"البريء"**، ثم يكشفون أنفسهم، بعد أن تتقدم المحادثة، بدور **"الخبير"**. إن كنت تفعل هذا، كن حريصا على أن لا تعط المصدر انطباعاً بأنك كذبت عليه، إلا إذا كان هدفك المحدد نصب كمين لمصدرٍ لن تراه مرة أخرى أبداً.
- يمكنك لعب أي من هذين الدورين أو كليهما أثناء مقابلة واحدة. **والمفتاحُ** هو أن تشعرَ بالثقة من الدور الذي تمارسه في أي وقت.
- في مجرى العلاقة مع مصدرٍ ما، قد يتطور دورك. وإنها لمتعة عظيمة لدى العديد من المصادر أن يروا أن **"البريء"** أصبح، أكثر فأكثر، قادراً على طرح أسئلة «خبير»، لأن ذلك يُبين أن المُستقصي يستمع ويتعلم. وعادة ما يسير التطور الطبيعي لعلاقة مع مصدر ما في هذا الاتجاه.

هـ . تكتيكات المقابلة

- يملك كل إعلامي مخزوناً شخصياً شبه ثابت من تكتيكات المقابلة، وفي هذه الأثناء، إليك بعض الأفكار:
- 1- تسلح بالأخبار/ أحضرها معك.
- يتدخل المُستقصون في الأغلب بعد أن تكون قضية ما قطعت مشواراً، الأمر الذي يعني أن وسائل الإعلام الإخبارية راكمت، بهذا القدر أو ذاك، سـ. جلاً أساساً من المعلومات. ولكن ذلك السجل يكون عادة مليئاً بالأخطاء. ولتبدأ مقابلة وعلاقة، حاول إحضار عدد من قصاصات الأخبار معك، واسأل المصدر أن يراجعها معك، كي تريا ما هي الحقائق الصحيحة.
- 2- سيطر على الوضع
- فكر في المقابلة على أنها مكاسرة إرادات، لأن ذلك ما هو عادة. حاول أن تختار البقعة التي ستجلس أو تقف عليها؛ تحرّك إلى أن تشعر بالراحة. سيطر على أدواتك؛ لا تسمح، على سبيل المثال، للمصدر بالاقتراب من جهاز التسجيل أو دفتر الملاحظات خاصتك. إذا حاول مسّ ها قل "هذه أدواتي". ولا تقل، "هل أستطيع تسجيل هذه المقابلة؟" بل قل، "إنني أسجل هذه المقابلة لأتأكد من ضمان الدقة في النقل". شغل الجهاز، أذكر تاريخ المقابلة ومكانها واسم الشخص. إذا ظننت أن المصدر سيعترض، احضر شاهداً إلى المقابلة وقل للمصدر إنك أحضرته معك "للتأكد أن محاضـ رنا دقيقة، لذا طلبت إلى زميلي أن يساعدني".

هـ . تكتيكات المقابلة

▪ 3- أترك مسافةً بينك وبين مصدرك.

▪ يُصبح بعض الناس صحفيين ليقابلوا أناساً ويتزلفوا لهم. إذا كان المُستقص بحاجة لصديقٍ إلى هذه الدرجة، فالأفضل له أن يقتني قطعة. وإذا أصبحت صديقاً لمصدرك، فسينتهي الأمر بك إلى خيانتته. فالضحايا التي يبدو أنها بريئة ليست دائماً بريئة بقدر ما تبدو، والسياسيون الخلاقون هم أحياناً دجالون، وقد يغرق الربان بحارته، فلا تغرق معهم.

▪ 4- استعمل دفاع المصدر ضده.

▪ لا تحمل شفقة حيال الأقوياء، بخاصة حين لا يلعبون بشكل عادل. إذا رأيت ضعفهم، استغله. مثلاً، إذا كان سجلُّ شخصية عامة يبين أنه يُفضل الجُمْل المبدئية على الحقائق الصلبة، تقدم إليه جاهزاً بحقائق من سجلِّه تُناقضُ المبادئ الكبرى التي يحب تكرارها.

هـ . تكتيكات المقابلة

- 5- فاجئ المصدر
- إذا كنت تجري مقابلة مع شخصية عامة، فالأرجح أنه قد أجرى مقابلات عديدة حول المواضيع ذاتها. تستطيع أن تستخدم تلك الحقيقة لتُجهز مقابلة على نحو يساعدك على أن تشقُّ أرضية جديدة. راجع، بكل بساطة، ما تمَّ سابقاً، وافعل شيئاً مختلفاً. ستُدهشُ أحياناً حين ترى ما تجاهله الإعلاميون عن ذلك الشخص.
- 6- دَعِ المصدر يُفاجئك
- صحافيو الأخبار دائماً على عجل. وتتمثل إحدى طرقهم بصوغ سؤال لا يسمح للمصدر بقول ما يعتقد أنه مهم. أما أنت فتستطيع أن تتميز عنهم بالإصغاء إلى ما يعتقد المصدر أنه مهم. وبالتخصيص، كثيراً ما يقول المصدر شيئاً كهذا: "أستطيع الإجابة عن سؤالك"، ولكن يوجد سؤال أكثر أهمية لم تسأله". والرد الخطأ هو: "لاحقاً". والرد الصحيح هو: "أخبرني به الآن"، وسيُظهر الجواب لك أحياناً قصة مختلفة كلياً، وقد تكون أكثر أهمية من القصة التي كنت تعمل عليها.

هـ . تكتيكات المقابلة

- 7- اجعل المصدر يعمل
- في الحالات التي يكون فيها من الضرورة التدقيق بتسلسل معين لحدث ما، تستطيع أن تبدأ سلسلة من المقابلات المتعاقبة لتأخذ المصدر في رحلة عبر الأحداث التي نوقشت، للتحقق من مواقيت وتفاصيل كل حدث (مثل: من كان هناك في هذه المرحلة وماذا قال لك؟). فنادرًا ما يتذكر مصدرٌ ما حدثًا بدقةٍ أو كليًا في أول نقاشٍ له عن الموضوع. يجب تحفيز ذاكرته وإطلاق تجاربه المؤلمة من ذاكرته ولا تُصدم حين تتغير القصص نتيجة هذا العمل.
- 8- اصغ إلى المغزى
- في اللغة المسرحية فإن "النص" (Text) هو الحوار الصريح الذي يُدور على خشبة المسرح؛ أما "المغزى" (Subtext) فهو الرمزية خلف الحوار. كن حذرًا بحيث لا تتجاهل المغزى في مقابلة مع المصدر؛ وبخاصة:
- اصغ للحظات عندما يتغير فيها صوت الذي تقابله قليلًا، قد يكون هذا التغير علامة على التوتر.
- انتبه للحظات تُصبح لغة المصدر فيها غامضةً أو مُكرّرة، دون إضافة أي معلومات جديدة. (التكرار يساعد الذاكرة، ولكن يجب أن يؤدي إلى تفاصيل جديدة لم يتم كشفها من قبل.)

هـ . تكتيكات المقابلة

▪ 9- دَعِّ المصدر ينخرط معك في الموضوع

- تذكر أن العلاقة مع مصدرٍ ما قد تكون أكثر أهمية من أي معلومة محددة يزودك بها خلال مقابلة معيّنة. ومع الوقت، تخلق تلك العلاقة بينك وبين المصدر روابط والتزامات مشتركة. وأثناء ذلك، قد يشعر المُستقصون المبتدئون بالذنب لأنهم يخترقون بالعمق خبرات مصادرهم، بغير وعي. وبذات اللاوعي هذا، سيتجنبون المصدر. وهذا هو بالضبط الخطأ الذي ترتكبه. بدلاً من ذلك، كنْ على اتصال دائم بالمصدر.



▪ 10- راجع ملاحظاتك فوراً

- حاول أن تتيح وقتاً بعد المقابلة فوراً - ربع ساعة قد يكون كافياً - لمراجعة ملاحظاتك بسرعة لترى إن نسيت أن تكتب شيئاً. الانطباعات والمواقف الغامضة وتفاصيل أخرى ستخطر لك فور مغادرتك الغرفة. أحصرها وسجلها.

هـ . تكتيكات المقابلة

- 11- لا تستسلم قط إن رفض المتسبب مقابلتك. فالتحقيق لا يكتمل إلا بمواجهته.
- رئيس لجنة بلدية تواجه شبهة فساد رفض مرارا وتكرارا مقابلة الصحفي المتقصي بحجة أنه يتقصده شخصا وانه غير أخلاقي. وبعد أسابيع من المماطلة استجاب لإلحاح كادر أريج وسجل مقابلة مطولة في دار البلدية أجاب فيها على كل الحقائق الدامغة التي جمعها الصحفي من خلال تحقيقه الاستقصائي.
- 12- خذ استراحة قصيرة كلما استطعت
- الإعلاميون المعتادون على تغطية الأخبار السريعة يتعبون جداً إذا انخرطوا في محادثات طويلة مع المصادر. ولا يُجري صحفيو الأخبار مقابلات أطول من ساعة أو ساعتين. ولكن المقابلات الاستقصائية قد تطول لأيام مع فواصل زمنية. لذا، يجب أن يكون الإعلامي واعياً إن تعب الشخص الذي يقابله أو توتر، فذلك قد يجعله، مع الوقت، عدوانياً. حين يحصل هذا، كن حذراً أن لا تقول شيئاً استفزازياً لمصدرك.

Chapter
04

نشاط: مشاهدة فيديو عن فحص المصادر



يمكنك مشاهدة الفيديو عن كيفية التوثق من مصادر التحقيق الاستقصائي من خلال الرابط التالي:

<https://youtu.be/JWsJYrki9rQ?si=lkaerxhLMhPWTtYO>

و. للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟

- - **تُحب المصادر أن تقول، “هذا ليس للنشر” Off the Record.** والمشكلة هي أنهم عادة لا يعرفون ما يقولون. ولسوء الحظ، ولا حتى غالبية الإعلاميين. فيما يلي أصناف المجهول أو المنسوب إلى مصدر ما:
- **ليس للنشر Off the Record: يَعدُّ الإعلامي** بأن لا يستخدم المعلومات التي زوده بها المصدر إلا إذا أتت من مصدر آخر مختلف تماماً. فالمصدر لا يستطيع أن يمنع الإعلامي من استخدام المعلومات في ظل هذه الظروف إذا طابقتها مع معلومات من مصدر آخر.
- - **عدم ذكر المصدر Not for Attribution: في هذه الحالة** يستطيع الإعلامي استخدام المعلومات، ولكنه لا يستطيع عزوها مباشرة إلى المصدر. وفي حال اختار تسمية أخرى من مثل “مصدر قريب من السلك القضائي”، يجب أن يتم الاتفاق على ذلك بين الإعلامي والمصدر.
- - **رسمياً On the Record: يستطيع** المصدر استخدام المعلومات ونسبتها إلى المصدر.

و. للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟

- **والأمر الحاسم** الذي يجب معرفته هنا هو: حين تقول مصادر عديدة، "ليس للنشر"، فإن ما يقصدونه حقاً، "أريد منك أن تنشر هذه المعلومات، لكن دون أن تنسبها لي". إسأل المصدر: "هل تقصد أنك لا تريد مني أن استخدم هذه المعلومات، أم أنك لا تريد مني استخدام اسمك؟" إذا أجاب المصدر: "لا أريد أن تستخدم اسمي"، إسأل: "من غيرك يعرف هذه المعلومات وكم عددهم؟ وإذا استخدمتها، هل يستطيع أي شخص تتبع المعلومة على أنها أتت منك؟" إذا كان الجواب لا، إسأل: "كيف نُشير إلى المصدر؟" ولا تقل، "إذاً ماذا نُسمّيك؟"
- وبالطبع، **فإن المصدر هو الذي يختار أن يظل مجهولاً أو لا**. فبالكاد يمكننا توقع أن يزودنا الناس بمعلومات، لتنشر باسمهم، إذا كان ذلك يعني المخاطرة بمهنتهم وسلامتهم، وهم في العادة أفضل من يعرف المخاطر التي قد يتعرضون لها. ومن مسؤوليتك التأكد من احترام خيار المصدر. ويجب استخدام الحقائق على نحو لا يمكن تتبعها إلى مصدرها. وبالمثل، كُن حريصاً جداً على أن لا تسأل أسئلة بناء على معرفة لا يمكن أن تأتي إلا من مصدر واحد أو قلة قليلة جداً من المصادر.

و. للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟



- استخدام مصادر مجهولة يحوّل مخاطر استخدام المعلومات من المصدر إليك. وستكون مصداقيتك في خطر إذا كانت المعلومات مغلوبة. وإذا تمت مقاضاتك، لن يكون لديك دليل على صدق نواياك أو دقة معلوماتك. ولذلك السبب، ننصحك بقوة أن لا تنشر مادة قائمة على مصادر مجهولة، إلا إذا توفّر أحد الشروط الآتية:
- دليل توثيقي يمكن أن يتم العثور عليه من مصدر آخر.
- المعلومات التي زودك بها المصدر المجهول يتناسب نمطها مع معلومات استطعت التحقق منها من مصادر أخرى.
- المصدر موثوق من السابق.

و. للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟



- إذا كان المصدر يستند في معلوماته/ معلوماتها إلى وثيقة بحوزته، ومن الصعب لأحد تتبع الوثيقة إلى مصدرها، أطلب نسخة من الوثيقة. ولا تسمح لمصدر أن يقتبس من وثيقة دون أن تعرف سياق الاقتباس الكامل.
- إذا كنت لا تستطيع العثور على مثل هذا الدليل، اسأل المصدر الأصلي إن كان يقبل أن يُذكر اسمه، كي يمكن سرد هذا الجزء من القصة. في مناسبة واحدة على الأقل، شعرنا أن مصدراً ما كان على وشك السماح لنا بعزو المعلومات إليه، فقلنا له: "سنكتب هذه القصة واسمك فيها، وسنجعلك تراجع الأجزاء التي استشهدنا فيها باسمك قبل النشر. إذا لم تقتنع بما سترى، سنزيل اسمك".
- وكثيراً ما قررت المصادر السماح لنا، بعد ذلك، بإسناد بعض الحقائق إليها.

ز. وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)



- **العاطفة والسيكولوجيا** عوامل مهمة في علاقاتك مع المصادر. دعنا الآن نتناول عدة أبعاد من هذه الخيوط:
- 1. العاطفة معلوماتٌ
- ثمة خطأً كلاسيكي يرتكبه الإعلاميون المُدَرَّبون على قواعد التغطية "الموضوعية"، أو الإعلاميون المستعجلون، وهو الاستماع إلى المصادر من أجل المعلومات فقط، وليس من أجل استكشاف العاطفة. ويميل هؤلاء إلى اعتبار العاطفة ضجيجاً - بما في ذلك عواطفهم الخاصة. في الحد الأدنى، تُخبرك العاطفة أن شيئاً ما يحصل، وأن ما يحصل مهم.
- وفي الحد الأقصى، تؤشر إلى اتجاه لتتبعه.

ز. وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)

2. التناضح/ الإسناد العاطفي Emotional Osmosis



- أول المصادر في كل استقصاء تقريباً هم الضحايا، الذين لديهم أسباب ملحة ليسعوا الي المساعدة والمواساة. وإلي المدي الذي ينفتح فيه الإعلامي لقصصهم، سيقوم هو نفسه بتشرب ألمهم وغضبهم. كن حريصا على أن لا تتذمر من هذا الألم الذي تشربته، بخاصة مع المصادر. ولكن لاحظ أنك قد تصبح حزينا في لحظة ما من استقصائك، عادة قبل أن تكون جاهزا لكتابة القصة التي ستساعدك على تفريغ مشاعرك.
- تتمثل إحدى طرق التعامل مع هذا الخلل بالعمل مع فريق يمكن لأعضائه أن يوفرنا منظورا مختلفا وتوازناً لبعضهم بعضاً.

ز. وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)

▪ 3- متلازمة الساق المكسورة The Broken Leg Syndrome

- يُصبح الإعلامي الذي ينفذ استقصاء طويل الأمد حساساً بشكل غير مألوف للأشياء التي تحفز أو تُثير مصادر القصة. وإحدى علامات ذلك أن الإعلامي يبدأ برؤية إشارات لأبعاد القصة في الأخبار التي يسمعها، لم يلحظها من قبل. وعلامة أخرى هي أن سمع الإعلامي سيتغير: سيبدأ بالتقاط محادثات في غرف تنطلق فيها كلمات مفتاحية معينة. (نعم، حصل هذا لنا، وسيحصل لك.)
- وهذا إحساس مثير غير اعتيادي، يمكن أن يشحن طاقتك، ولكنه مُقلق أيضاً. إن لم تكن حريصاً، يمكن لهذه الحساسية الجديدة أن تعميك عن العالم الموجود خارج قصتك، فتخسر حسك تجاه ما هو عادي، وأن المجتمع يعمل عادة بشكل حسن لمعظم الوقت، لأنك اعتدت على التعامل مع ناحية من الحياة أصابها خلل. إن شعرت أن هذا يحصل لك، تأكد من أن تصريف بعض الوقت في التفكير بأشياء أخرى غير قصتك.

ز. وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)

- 4. الإحساس بالضعف
- قبل بضعة أعوام، وسط استقصاء استنفذ خمس سنوات، أدركنا أن المصادر التي أحببناها، المحترمة جداً، الناس الساحرين، حدث وأن كانوا مذنبين بجرائم، وكان واجبنا أن نثبت ذلك. كانوا أيضاً أفراداً ذوي نفوذ، مما جعل قول الحقيقة أمراً مُرعباً. في مثل هذه الأوضاع، يمرض بعض الإعلاميين جسدياً. وتميل هذه الأزمات إلى أن تضرب في اللحظة التي تكون تسأل فيها نفسك، كما يفعل كل إعلامي شريف، إن كان لديك كل حقيقة تحتاج إليها لإثبات قضيتك، وإن لم تكن فقدت جزئية مهمة؟ فمن جهة، أنت رأيت وسمعت ما يكفي لجعلك مريضاً؛ ومن جهة أخرى، لا يزال جزء منك يريد أن يؤمن بأن الأمر ليس كذلك، مما يقودك للتفكير بأنك لن تحصل أبداً على المعلومات الكافية.
- تذكر هذا: إن لم تنشر، فأنت في وضع أسوأ من وضعك إن نشرت. ابق ضمن حدود ما عثرت عليه، ولكن إظهر احتراماً لعملك، وأخرجه للعلن.

ز. وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)

▪ 5- اجعل المشاعر موضوعية.

▪ ثمة أسلوب بسيط للتعامل مع هذه الأنواع من ردود الفعل العاطفية: أكتب عواطفك في مجرى التحقيق. مثلاً: أكتب ما تشعر به في لحظة ما، وما قادَ إلى هذا الشعور. مع من كنت تتحدث؟ ماذا قالوا؟ ما هي الأفكار التي خطرت على بالك. بكتابة مشاعرك، تحولها إلى مادة يمكن أن تعالجها بطريقة موضوعية، وأن تتحقق منها مثلها مثل غيرها. استخدمها لتعرف أنماطاً معينة من تفاعلِكَ مع المصادر، وبالأخص نقاط الخطر في استقصائك.

▪ **فالقلق أو الخوف** يميلان إلى البروز في لحظات محددة. ويمكن لهذه العواطف أن تشير إلى حاجة لبحث جديد أو، يمكنها أن تشير إلى أنك تشعر بالعزلة، دون دفاعات. وأياً كان الحال، يمكن أن تتصرف - بالسعي إلى حلفاء، أو بتأكيد معلوماتك.

ج. لا تنس الغد

▪ عادة ينسى الصحفيون مصادرههم بعد النشر. لا تكن واحداً منهم. فإن قطعت اتصالك بهم سينظر المصدر إليك كخائن. إذا وازببت على الاتصال، ستبدأ ببناء شبكة مصادر لمشاريع استقصاء مُستقبلية. إن لم تكن ذكياً بما فيه الكفاية لتقوم بهذا العمل الأخير، فإنك في الأغلب لست ذكياً بما فيه الكفاية لتكون صحافياً استقصائياً.

▪ شيء أخير:

▪ كثيراً ما يقول تلامذتنا من الصحفيين، "ألا نخلق أعداء بالاستقصاء؟" ونجيب: "بالتأكيد"، ولكن إن قمت بالعمل بشكل صحيح، وإن تعاملت مع الناس بطريقة تحترم حقوقهم وحقوقك، فسيحترمك حتى أعداؤك. وما هو أكثر أهمية أنك ستخلق أصدقاء أكثر من الأعداء، وسيكون الأصدقاء، ربما، من نوعية أرقى.

Lecture
04

خاتمة وملخص بالنقاط الرئيسية في المحاضرة

- رسم خريطة للمصدر
- وفر للمصادر أسباباً لتتكلم
- الاتصالات الأولى: التحضير والدعوة
- بدء العلاقة: أهداف وأدوار
- تكتيكات المقابلة
- للنشر، ليس للنشر أو مصدر مجهول؟
- وظف العواطف (بدلاً من أن تستخدمك)
- لا تنس الغد.

مصادر ومراجع المحاضرة للاستزادة

1. دراز، ش. ر. أ. م. (2024). معالجة الصحافة الاستقصائية في الصحف الخاصة للقضايا العامة "دراسة تحليلية". مجلة كلية الآداب، 70(70)، 333-350. <https://doi.org/10.21608/bfa.2024.328845>
2. صاوي. أ. (2023). الصحافة الاستقصائية في زمن الذكاء الاصطناعي. العلا للنشر والتوزيع
3. الدليمي، ع. م. (2019). الصحافة الاستقصائية. اليازوري للنشر والتوزيع
4. غرابة، ه. ح. (2019). التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر. العربي للنشر والتوزيع
5. شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج). (2017). علي درب الحقيقة: دليل "أريج" للصحافة الاستقصائية العربية (ط3). منظمة اليونسكو- باريس.
6. هانتر، م. ل.، & سينجيرز، ل. (2015). الصحافة الاستقصائية الحديثة. فريدريش ناومان.

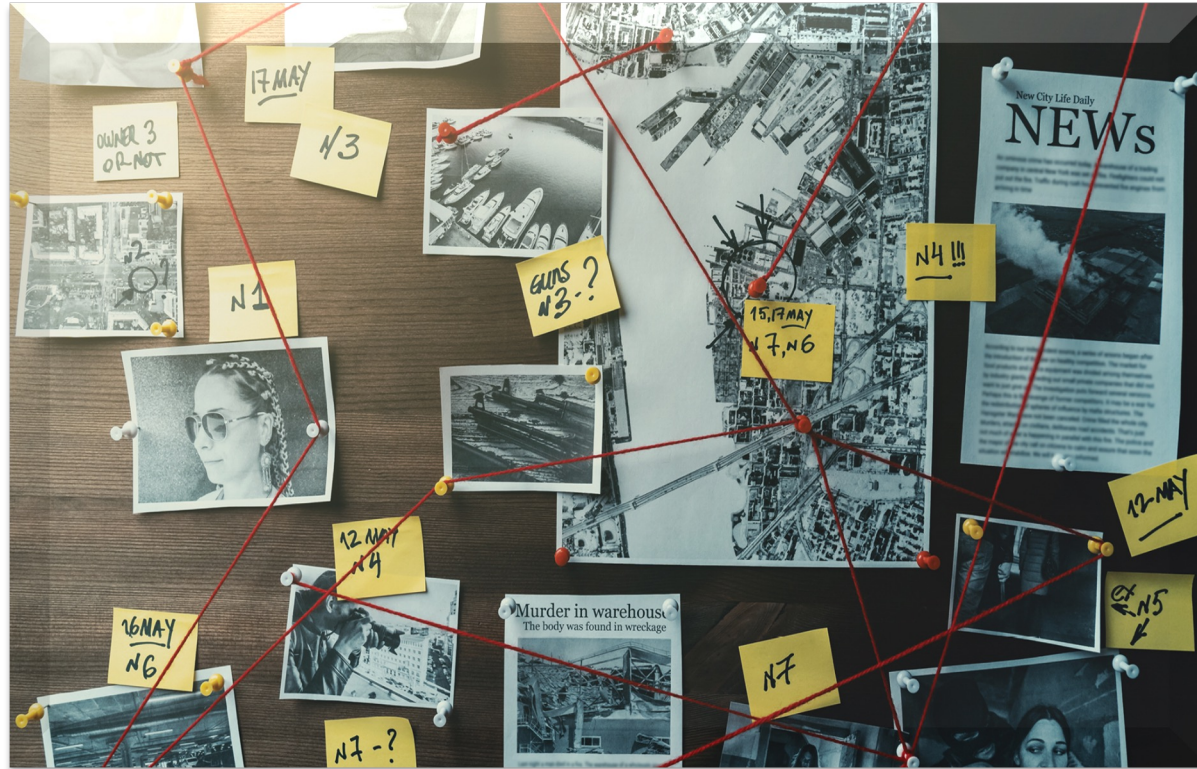
Chapter
04

مصادر ومراجع المحاضرة للاستزادة

1. Bebawi, S., Konow-Lund, M., & Park, M. (2024). Toward a Hybrid Future for Investigative Journalism. Hybrid Investigative Journalism.
2. Bjerknes, F. (2024). Exploring Investigative Journalism. Boundaries, Epistemologies and Visibilities.
3. Wang, H., & Li, A. (2024). A watchdog that no longer barks: role performance of investigative journalism in China in the digital age. Journalism Practice, 1-18.
4. Wuergler, L., & Cancela, P. (2024). How do investigative journalists initiate their stories? Exploring the investigative ecosystem of Switzerland. Journalism Practice, 18(6), 1398-1419.

Chapter
04

نصيحة وطلب ...



انصحكم وأطالبكم بمزيد
من القراءة عن الصحافة
الاستقصائية

.....

وإلى اللقاء في المحاضرة
التالية



Thank You