



مملكة البحرين
مجلس الشورى

دليل عضو مجلس الشورى للتعامل مع وسائل الإعلام

إعداد
الأمانة العامة
إدارة العلاقات البرلمانية والإعلام

٢٠١٠م

دليل
عضو مجلس الشورى
للتعامل مع وسائل الإعلام

الأمانة العامة
إدارة العلاقات البرلمانية والإعلام
٢٠١٠م

في إطار عملها الهادف إلى تمكين أصحاب السعادة أعضاء مجلس الشورى للتعامل الأمثل مع وسائل الإعلام والإعلاميين وضعت الأمانة العامة ممثلة في إدارة العلاقات البرلمانية والإعلام بمجلس الشورى دليلاً تحت مسمى «دليل عضو مجلس الشورى إلى وسائل الإعلام»، يهدف إلى تعريف أصحاب السعادة أعضاء مجلس الشورى بفتون العمل الصحفي وكيفية تعاملهم مع وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية بلغة سهلة بسيطة بعيدة عن التعقيد.

وسعيًا من الأمانة العامة ليكون هذا الدليل معينًا للسادة الأعضاء للتواصل مع رجالات الصحافة والإعلام، فقد تم تضمين هذا الدليل ملحقا بأسماء وعناوين وهواتف الصحف والمؤسسات الإعلامية والمراسلين، وذلك في محاولة للتقريب بين وسائل الإعلام والإعلاميين والسادة أعضاء مجلس الشورى لفرض حضورهم على الساحة الإعلامية المحلية والعربية مكتوبة أو مقروءة.

مدخل

لماذا تعتبر العلاقات بوسائل الإعلام هامة؟

يحتاج جميع ممثلي الشعب إلى وسائل الإعلام، حيث يعمل الإعلام بمثابة آلة للعلاقات العامة بدون أي أجر. والأهم من ذلك أن الإعلام قادر على إيصال رسالتك إلى نطاق أوسع وإلى أكبر عدد من الجمهور.

وبالرغم من أن استخدام وسائل الإعلام للوصول إلى المواطني لا يمكن أن يحل مكان التفاعل الشخصي معهم، إلا أنه يتمتع بمقدرة على الوصول إلى الجمهور، على نطاق أوسع من خلال محطات الإذاعة والتلفزيون والصحف والتي تخدم جميعاً كوسيلة لنقلك إلى فئات المجتمع كافة، وأن هذا النوع من الانفتاح يمكنك من تحديد موقعك من الجمهور.

ما فائدة النصائح المتعلقة بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام؟

إذا وافقت على إجراء مقابلة مع وسائل الإعلام قبل أن تفكر في كيفية التعامل معها، أو تدرس أطر عملها، فقد تلحق الضرر بمنظمتك أكثر مما تفيدها.

لذا تساعدك النصائح التالية على أن تكون:

- مستعداً للتعاطي مع وسائل الإعلام، سواء على الصعيد الفردي أو على صعيد المجلس.
- إدراك طريقة عمل وسائل الإعلام وبالتالي سبيل التعامل معها.
- أكثر استعداداً لإجراء مقابلات مع وسائل إعلامية إذا ما تقدمت إليك هذه الأخيرة بطلب كهذا.
- تتعامل مع وسائل الإعلام بثقة أكبر.

ما الداعي لاتصال وسائل الإعلام بك؟

تتعدد الأسباب التي قد تحمل وسائل الإعلام على التحدث إلى أحد الأعضاء فلعلها:

- تود التحدث إليك بهدف صياغة نبأ قصير، أو كتابة مقالة معمقة عن قضية تعالجها.
- تود أن تستوضح رأيك بشأن إحدى الأزمات التي تواجهها البلاد.
- متابعة حدث والاستماع لرأيك حوله.
- تنبتهت فجأة للمجلس على أنه يعالج قضايا الساعة التي تتناولها نشرات الأخبار كالقضايا المتعلقة بإساءة معاملة الطفل أو المرأة.
- ترغب في الحصول على رأي خبير، تراك مؤهلا لإبدائه.
- تسعى إلى عقد ندوة أو مناقشة عامة بمشاركة عدد من الأشخاص يتشاطرون الآراء نفسها حول معالجة قضية ما، أو يختلفون فيها.
- للاستفسار عن حقيقة معلومة تم تداولها حول المؤسسة التي تمثلها.

ما الداعي لاتصالك بوسائل الإعلام؟

قد تقف أسباب متعددة وراء رغبتك في الاتصال بوسائل الإعلام، فأنت بحاجة إلى:

- إطلاع شريحة كبيرة من الناس على مسألة مهمة.
- تحريك الناس للدفاع عن قضية معينة.
- تعريف الناس بالدور الذي تلعبه المؤسسة التشريعية.
- تحسين صورة المجلس في نظر الناس.
- تود أن تلفت نظر الناس إلى القضايا التي تطرح في المجلس.
- ترغب في إبداء رأي معين.

- الإعلان عن موقف أو برنامج أو توجه جديد.
- توضيح بعض المواقف، أو تبيان حقائق تتعلق بموضوع يهم العضو أو المجلس.

مدخل إلى الفنون الصحافية

الإعلام:

عملية اتصال بين فرد أو جماعة، لديه رسالة يريد إيصالها إلى فرد أو جماعة آخرين. ولكي يقوم هذا الاتصال لا بد من توافر أربعة عناصر: مرسل، ملتقي، قناة اتصال ورسالة.

الإنشاء الإعلامي:

هو اللغة المستخدمة في الإعلام وليس للإنشاء الإعلامي وجود مستقل عن اللغة في معناها الواسع، فهو جزء مميز منها في طريقة الصياغة، وفي التعامل مع الإشارات والرموز والمرسلة والملتقطة. جزء مميز له قواعده وأصوله وعناصره وسماته.

الصحافة:

يصعب الاتفاق على تعريف واحد للصحافة بعمومها المكتوبة والمرئية والمقروءة والمسموعة، ففي حين يعتبرها البعض «إنتاجاً صناعياً وخلقاً فكرياً في آن واحد»، يعتبرها آخرون «مهنة مكرسة للصالح العام، مهنة لا تؤثر الحزبية في ممارستها، بل تكون عادلة ومنصفة لأصحاب الآراء المعارضة».

اتجاهات الصحف:

يمكن تقسيم اتجاهات الصحف إلى ثلاثة: الصحف المتزمنة، والصحف المستقلة، والصحف الرسمية.

الصحيفة الرسمية:

هي التي تشرف عليها الدولة لتشرح سياساتها ومواقفها في شتى الميادين ولتخدم مصالح إدارتها.

الصحيفة الملزمة:

الناطقة باسم حزب أو جماعة أو دين أو مذهب، حيث تدعو مباشرة - وغير مباشرة - إلى عقيدة أو فكرة، وتتسم موادها الإعلامية بسمتها الخاصة، وتدافع عن أفكارها.

الصحيفة المستقلة:

التي لا تنتمي إلى حزب أو جماعة، بل ترى في نقل الحقيقة كما هي ومن جميع مصادرها هدفاً أساسياً، بالإضافة إلى أهداف ثانوية تتعلق بإشباع رغبات القارئ والاستجابة إلى رغباته المشروعة والترفيه عنه أو مداه بالثقافة.

وما يقال عن الصحافة المكتوبة هنا يقال عن أنواع الصحافة الأخرى، فهناك صحافة مرئية حزبية ومستقلة ورسمية، وكذا الأمر بالنسبة للمرئية والإلكترونية والمسموعة.

أنواع الأخبار:

يمكن تقسيم الأخبار إلى الأنواع التالية:

١- الخبر الموجز

٢- الخبر القصير

٣- الخبر المصهور

٤- التقرير الإخباري

٥- الريبورتاج

٦- المقابلة الصحافية

٧- البروفایل (وصف لشخصية ما عبر مقال صحفي)

٨- التحقیق الصحفي .

أ- الخبر الموجز - الخبر القصير - الخبر المصهور:

هي وحدات تحليلية يكتبها ويحررها صحفيون يعملون داخل الصحيفة، وهي تعتبر المواد الأساسية التي يحررها الصحفيون داخل الصحيفة اعتماداً على الأنباء التي تصل إليهم عبر وكالات الأنباء والصحفيين .

ب- التقرير الإخباري - الريبورتاج - المقابلة الصحفية:

من أجل كتابتها يذهب الصحفي عادة إلى مكان الحدث لجلب المصادر الإخبارية التي يمكنها مساعدته عن طريق إعطائه المعلومات اللازمة .

خصائص الفنون الصحفية:

١- الخبر الموجز: إن الخبر الصحفي الموجز يجب عن الأسئلة التالية:

من - ماذا - متى أين . وعادة لا يتجاوز طول نص الخبر الصحفي الموجز فقرة واحدة تتألف من ٥ إلى ٦ أسطر .

٢- الخبر القصير: يجب الخبر القصير بشكل متصل عن الأسئلة التالية:

من - ماذا - متى - أين . ويتألف الخبر القصير من ثلاث أو أربع فقرات ويكون عادة برقية وكالة أنباء تنشر في الصحيفة بدون أي تغيير يذكر .

٣- الخبر المصهور: هو إعادة كتابة مجموعة أخبار متفرقة في مقال واحد،

أما مصادر هذه الأخبار فهي وكالات الأنباء - المراسلون الصحفيون - قسم التوثيق في الجريدة .

٤- التقرير الإخباري: يعطي القارئ المعلومات الأساسية حول حدث

ما، ويتضمن اختيار المعلومات المرتبطة بالحدث ويتطلب أيضاً وجود

الصحافي في مكان الحدث لينقل الوقائع التي شاهدها ويترك للقارئ حرية الحكم عليها.

٥- الريبورتاج: توجد تقنية لكتابة الريبورتاج وهي تشمل تجميع المعلومات اللازمة حول المواضيع التالية: أسماء أبطال الحدث، أعمارهم، طريقة تعبيرهم، طرائق ومشاهدات حول الموضوع، الجو العام الذي جرى فيه الحدث، وقبل كتابة الريبورتاج يسأل الصحافي نفسه: ما هي الرسالة التي أنوي إيصالها؟

٦- المقابلة الصحافية: حديث يجريه الصحافي مع شخصية أدبية - سياسية أو شخص ما كان شاهداً على حدث ما. وهو حديث ثنائي إجمالاً بين صحفي ومحاورة.

٧- وصف شخصية عبر مقال صحفي (البروفائل): هذا النوع الصحافي يساعد القارئ على معرفة بعض المعلومات عن الشخصية التي يكتب عنها من خلال الحديث عن مزايا الشخص، شكله الخارجي، طريقة تعبيره، عاداته، ماذا كان يعمل، ما هي مشاريعه.

٨- التحقيق الصحافي: وهو يشبه البحث العلمي لكنه يختلف في الأسلوب.

٩- مقالات الرأي: وهي:

١- الافتتاحية: مقال صحفي تكتبه شخصية مهمة في الجريدة. يعبر عن رأي الصحيفة.

٢- مقال نقدي: وهو مقال مخصص لنقد المواقف والأعمال والكتاب وسواهم.

٣- الحديث: مقال موقّع من قبل صحفي مهم يتناول بأسلوب مشوق موضوعاً ثقافياً أو اجتماعياً.

٤- البطاقة: مقال صحفي قصير يتضمن تعليقاً على حدث ما بأسلوب نقدي ولاذع.

مبادئ عامة في مهارات الاتصال

المقصود بالاتصال:

هو انتقال وتبادل البيانات والمعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات إلى كافة أجزاء المجتمع، وذلك من الخارج إلى المجلس أو من المجلس إلى المجتمع المحيط به، وكذلك بين مختلف المستويات داخل المجلس فعملية الاتصال هي عملية تبادلية ذات اتجاهين (معلومات متبادلة بين شخصين بحيث يمكن لأي منهما التأثير في الآخر)، وليس في اتجاه واحد (أوامر صادرة من شخص لآخر).

تهدف عملية الاتصال إلى:

- التأثير في الآخرين.
- عرض وجهات النظر.
- نقل معلومة محددة.

قد يكون الهدف من الاتصال إدارة لقاءات داخل المجلس، أو عرض أفكار ومقترحات، أو كتابة تقرير. فلب هذه الأنشطة يتركز بالأساس حول تحديد الهدف بدقة واستخدام أسلوب للعرض يتلاءم مع نوعية المستقبلين.

معيقات الاتصال الفعال وأساليب مواجهتها

١- المعوقات:

- غموض الهدف: قد لا يعرف المرسل هدفه بالضبط، فيركز على الوسيلة، دون تحديد الهدف من توصيل الرسالة للآخرين الاستخفاف بالمستقبل. وقد لا يهتم المرسل بمعرفة ما إذا كان المستقبل راغباً في استقبال الرسالة، وقادرًا على فهمها أم لا.
- القياس غير الدقيق للنتائج: في هذا الإطار نلاحظ أنه:

- إذا كان هدف المرسل هو مجرد إخبار المستقبل بشيء فإن هدفه يكون قد تحقق بتسلم المستقبل للرسالة.
- إذا كان الهدف من الرسالة إنجاز عمل ما فإنه ينبغي الاهتمام بمدى اقتناع المستقبل بالتصرف على النحو الذي أراده المرسل

٢- أساليب المواجهة:

- تحديد المشكلة: (جمع كافة المعلومات المتعلقة بالمشكلة) مثل (من هم المستقبلون، طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبلين، .. الخ).
- تحديد الهدف الأساسي من الاتصال: هل الهدف هو مجرد توصيل معلومة أم إقناع المستقبلين بالتصرف على نحو ما، .. الخ)
- صياغة الرسالة: (مدى تحقيق الصيغة الأساسية للرسالة للهدف المرجو منها).
- قائمة على بحث ودراسة الحقائق.
- خالية من الثغرات.
- متضمنة الشروح والإيضاحات المرتبطة بالموضوع.
- ملاءمة الرسالة للمستقبل: (ترجيح الرسالة التي سوف تلقى قبولاً أكبر من المستقبلين) ولذلك لا بد من دراسة جيدة للمستقبلين للرسالة (من هم المستقبلون، طبيعة اهتماماتهم هل هم جميعاً مهتمون بالأمر بنفس الدرجة، .. الخ).
- اختيار الوسيلة المناسبة للرسالة: (من بين وسائل الاتصال المتاحة ينبغي اختيار الوسيلة الأكثر ملاءمة للهدف).
- قياس نتائج الاتصال بدقة:
 - تقييم الاستجابة للاتصال تقييماً علمياً.
 - من المهم ملاحظة الفارق بين الرسالة والأسلوب المستخدم لتوصيلها فقد يكون هناك قبول للأسلوب المستخدم (مثل الإعجاب بالتصريح الصحافي أو التصفيق للخطاب) دون أن يعني ذلك فهم الرسالة ذاتها.

عادات الاتصال السيئ

من خلال عملية الاتصال يلاحظ أننا نقضي وقتاً طويلاً في عملية الإنصات إلا أن نسبة كبيرة من البشر لا يتصفون بصفات المنصتين الجيدين، ومن بين أسباب ذلك أن لديهم بعض العادات غير الطيبة التي تعيق عملية الإنصات الجيد لديهم. وقد تستمر معهم طوال حياتهم إلا إذا أولوها عناية وحاولوا تغييرها بالتدريب الجاد.

وفيما يلي قائمة تتضمن تلك العادات السيئة الشائعة:-

١- عدم الاهتمام وعدم التركيز بعناية:

يسمح البعض لأنفسهم بالتشتت والقيام بعمل أكثر من شيء في الوقت الواحد (الإنصات والتحدث في الهاتف)، أو التفكير في شيء آخر أثناء الإنصات، كذلك أحياناً ما نتعمد عدم الإنصات لرسالة بعض الأفراد.

٢- التظاهر بمظهر المنصت:

يتعمد البعض التظاهر بمظهر المنصتين وهم يفكرون في شيء آخر مما يعطى الانطباع لدى المتحدث أن المستقبل يفهم جيداً ما يقوله.

٣- الاستماع دون الإنصات:

أحياناً يستمع الشخص للبيانات الواردة والمقدمة له، ولكنه لا يتعمق في فهم مضمونها أو دلالاتها والذي يتم بسبب عدم الإنصات المتعمق.

٤- الإنصات غير المكتمل:

أحياناً ما ينصت الشخص للحديث حتى الجزء الذي يهمله ويريد التحدث بشأنه، ثم تتوقف عملية الإنصات عند هذا الحد، حيث يقوم المستقبل (في عقله) بتجريب ما سيقوله ومن ثم ينتظر الفرصة لإعلانه.

0 - المقاطعة:

لا ينتظر الشخص هنا حتى يتلقى الرسالة كاملة ليفهم المعنى الكلي. وهنا نجد أن المستقبل يتسرع بالتدخل (وأحياناً بعنف) بقطع الحديث الدائر.

٦ - سماع ما يريد الإنسان سماعه فقط:

هنا يستقبل الإنسان الرسائل بالشكل الذي يريده أو يرغب أن تكون عليه، ويرفض استقبال أي رسائل تتعارض مع رغباته ومفاهيمه.

٧ السلوك الدفاعي:

هنا يشكل المستقبل رأيه مسبقاً عما يتلقاه من بعض الأفراد نتيجة فكرته المسبقة عن هؤلاء الأفراد، ويتوقع هجوم هؤلاء المتحدثين عليه، وبالتالي يلجأ إلى ما يعرف بالسلوك الدفاعي.

٨ - الإنصات حتى النقطة التي تؤهل للاختلاف مع المتحدث:

البعض منا ينصت حتى اللحظة التي يستخلص فيها لنفسه النقطة التي يستطيع منها الانطلاق مهاجماً للطرف الآخر.

التعامل مع وسائل الإعلام

قبل الخوض في تفاصيل كيفية التعامل مع وسائل الإعلام لابد من الحديث عن كيفية التعامل مع رجال الإعلام والصحافة أولاً كونهم الباب إلى الوسيلة الإعلامية التي يمكنك من خلالها أن توصل رسالتك، وفيما يلي بعض المبادئ العامة في التعامل مع وسائل الإعلام، وهي موجهة لفائدة كل من يريد أن يصبح أكثر معرفة ومهارة، سواء كان عضو بمجلس الشورى أو نائباً أو شخصية عامة، يعمل في القطاع (العام أو الخاص، رجلاً كان أو امرأة) قبل الشروع في تفصيل القول في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، لابد من الإجابة عن عدد من الأسئلة:

أولاً: ما الذي تريد عمله وكيف؟

ثانياً: ماذا تريد لوسائل الإعلام أن تقول عنك لجمهورها؟

ثالثاً: ما الصورة التي تحب أن تبدو بها في وسائل الإعلام؟

في الصفحات القادمة ثمة آليات ومعارف تعينك على الإجابة عن هذه الأسئلة وغيرها مما يتصل بصورتك التي ترسمها وسائل الإعلام، وتسهم أنت بشكل رئيس في تحديد تفاصيلها.

سؤال: هل لديك آلية للحصول على المعلومات؟

عضو مجلس الشورى بشكل خاص، بحاجة دائمة للحصول على المعلومات، فهي تساعد على بناء مواقف ومواقفه وتمنح مداخلاته البرلمانية وتصريحاته الصحافية المصدقية.

والمهم أن تكون هذه المعلومات دقيقة وموثوقة وأن تصل في الوقت المناسب، بحيث لا تكون متأخرة وتكون الفائدة منها قد تقلصت.

وبالطبع تختلف آليات الحصول على المعلومات، من حيث طبيعة القضية

المنوي متابعتها، فإذا كانت قضية طارئة راهنة، وبالتالي يحتاج عضو مجلس الشورى إلى آلية سريعة محددة مسبقاً في مثل هذه الحالات، أو إذا كانت قضية ذات بعد إستراتيجي قابل للانتظار وبالتالي فإن آليات الحصول على المعلومات بشأن هذه القضية تذهب إلى مدى أبعد وخصوصاً إلى المكتبة البرلمانية أو مراكز البحث وغيرها من مصادر المعلومات.

وتبدأ آلية الحصول على المعلومات من نقطة جوهرية وهي تحديد مصادر المعلومات المتوفرة وأن يمتلك عضو مجلس الشورى قائمة بها وكيفية الاتصال المرن معها. أي أن يكون لديه قائمة بالهواتف والفاكسات والبريد الإلكتروني وأرقام هواتف الأشخاص العاملين بها.

مصادر المعلومات المتوقعة:

١. الصحف اليومية.
٢. محطات الإذاعة والتلفزة المحلية.
٣. الفضائيات العربية والأجنبية.
٤. شبكات الانترنت.
٥. مراكز البحث واستطلاع الرأي.
٦. المكتبات وخاصة المكتبة البرلمانية.
٧. هيئة شؤون الإعلام والوزارات والمؤسسات الحكومية على مختلف تخصصاتها.
٨. مؤسسات المجتمع المدني وخاصة التي لها علاقة بالمعلومات والإعلام والاتصال.
٩. النشرات الدورية الرسمية والأهلية.
١٠. قسم شؤون الإعلام، قسم البحوث والدراسات بالمجلس.

آليات الحصول على المعلومات

يقوم بمهمة جمع المعلومات اللازمة في العادة الإداريون التابعون لمكتب عضو مجلس الشورى ويقدمونها إليه يومياً. وبالضرورة أن يكون لمكتب العضو آلية ثابتة للاتصال والحصول على المعلومات أولاً بأول. وسواء كان للعضو مكتبه أو لم يكن فيمكن اتباع الخطوات التالية ليكون على اطلاع مباشر وسريع للمعلومات.

أولاً: الاشتراك بالصحف اليومية وضمّان الاطلاع عليها مبكراً بهدف تكوين قاعدة معلومات يومية أولية، وفي هذه الإطار يمكن الاستعانة بقسم شؤون الإعلام بالمجلس لإرسال ملف صحافي متكامل صباح كل يوم، يتضمن أهم الأخبار والأحداث التي تناولتها الصحف المحلية.

ثانياً: بناءً على هذه المعلومات الأولية يقوم العضو باتصالات مع أشخاص يعتقد أن بإمكانه معهم توسيع وتعميق معلوماته.

ثالثاً: متابعة محطات الإذاعة والتلفزيون.

رابعاً: معرفه استخدام شبكة الانترنت وأن يكون لديك قائمة بأهم المواقع المحلية والإقليمية والعربية والدولية.

خامساً: قائمة بأرقام هواتف الشخصيات العامة المهمة، الوزراء، الوكلاء، الناطقين باسم الحكومة والوزارات والأجهزة الحكومية.

سادساً: قائمة بأرقام هواتف الشخصيات المهمة فيها.

سابعاً: قائمة بأرقام هواتف منظمات ومؤسسات المجتمع المدني.

ثامناً: قائمة بأرقام زملائك النواب وهيئة الرئاسة وأرقام هواتف الإدارة والمدراء في مجلس الشورى، ويمكن في هذا المجال الاستعانة بإدارة العلاقات البرلمانية والإعلام بالمجلس.

تاسعاً: تأسيس علاقة شخصية مباشرة مع كل جهة أو شخص تعتقد أنه مهم بالنسبة إليك للحصول على معلومات.

البيان الصحافي

يوفر البيان الصحافي الخاص بك معلومات عن موقفك من قضية ما ويكون مثل هذا البيان عادة من صفحة واحدة لكنه لا يتجاوز الصفحتين، والهدف منه الإعلان عن قضية هامة تريد أن توليها وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو المرئية أو جميعها اهتماماً وعناية، ويجب أن يكون هذا البيان الصحافي مختصراً ويتناول الموضوع بصورة مباشرة.

كيف يمكنك إعداد البيان الصحافي؟

أولاً: إن الهدف من إصدار بيان صحافي هو إبراز معلومات حول حدث هام، أو بيان أو تصريح حول سياسة مختصرة تتسم بالشمولية. ومع أن معظم البيانات الصحافية تكتب وتوزع من قبل قسم شؤون الإعلام في المجلس، إلا أنه يجب عليك كتابة البيانات حول بعض القضايا والأحداث التي تحدث في البلاد، ومن باب التنسيق يجب إرسال نسخ عن البيانات إلى قسم شؤون الإعلام الذي يمكنه إن رغبت التعليق عليه والتأكد على أن محتوياته لا تتعارض والرسالة العامة للمجلس.

ثانياً: على البيان الصحافي أن يكتب ويوزع فوراً كيلا يفقد الموضوع المتناول أهميته ويصبح غير هام، كما أن البيان الصحافي بحاجة لعنوان جيد وقوي التأثير بحيث يشد انتباه العامة والمحررين الصحافيين، وقد يتم طبع أو قراءة أول فقرة من البيان فقط، لذا من المهم أن تشمل هذه الفقرة أهم المعلومات، وأن تتوسع في الشرح في الفقرات التي تليها على أن تتسق المعلومات مع الفقرة الأولى.

ثالثاً: يجب كتابة تاريخ البيان بوضوح في رأس الصفحة، إضافة إلى اسم الشخص الذي يتم الاتصال به لمزيد من المعلومات وأرقام الهاتف

والفاكس لمكتبك، ويجب أيضاً إعادة قراءة وتحرير البيان قبل نشره للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية أو عدم الدقة في المحتوى. وإذا كان البيان للفت الانتباه لحدث ما، يجب إرساله لوسائل الإعلام قبل وقوعه ببضعة أيام، ولكي يتم نشره في وسائل الإعلام بالتاريخ المحدد.

بعض الأمور الواجب التأكد منها بخصوص البيان الصحافي:

- هل العنوان قصير ويصف الحدث إلى حد يلفت انتباه القارئ؟
- هل القضية مفصلة بوضوح؟
- هل تشمل الفقرة الأولى أهم التفاصيل؟
- هل تم التأكد من دقة وصحة الحقائق مرة أخرى؟
- هل تاريخ إصدار البيان مذكور في أعلى الصفحة؟
- هل المعلومات المتعلقة بالاستفسارات واضحة وتشمل أرقام هواتف وفاكس واسم الجهة المشرفة؟
- هل خضع البيان للتدقيق اللغوي والتحرير من قبل شخص آخر غير الذي صاغه؟
- هل أرسلت نسخة عن البيان للدائرة الإعلامية في المجلس من باب التنسيق؟
- هل الموضوع جدير بالنشر؟

ما هي المعلومات التي يجب أن يتضمنها البيان الصحافي؟

- إن البيان الصحافي الجيد يجب أن يجيب عن خمسة أسئلة في فقرته الأولى. والأسئلة الخمسة هي:
- من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ ولماذا؟
- من: من هو موضوع النبأ أو الخبر أو القصة؟ وهذا الموضوع يجب أن

يحدد ويوصف، ومن يمكن أن يكون شخصاً أو مجموعة أو حدثاً أو عملاً ما.

• ماذا: ماذا يحصل من أمر يجب أن تعرف به وسائل الإعلام؟ والهدف هو لفت اهتمام القارئ، لتتم قراءة البيان الصحافي ويتم تناول القضية في وسائل الإعلام.

• أين: إذا كان الحدث مؤتمراً صحفياً فأين سيعقد؟ ويجب أن يكون العنوان واضحاً. أحياناً يتضمن البيان الصحافي خريطة تدل على المكان وتعليمات لكيفية الوصول إليه. ويستحسن أن يتضمن البيان معلومات عن أي خدمات لوجستية مثل: مكان إيقاف السيارات وما إذا كان هناك وسائل نقل عام تصل إليه. اجعل عمل الصحافيين الذين يودون تغطية الحدث أسهل مما يمكن.

• متى: متى يقام الحدث؟ يجب أن يكون موعد الحدث أي اليوم والساعة واضحاً جداً. مع تجنب أن يكون أي شيء تقريباً، بل يجب أن تكون المعلومات محددة تماماً وواضحة.

• لماذا: السبب لإصدارك البيان الصحافي يجب أن يكون مهماً جداً. لماذا يعتبر هذا الحدث بالغ الأهمية؟ يجب أن تكون واضحاً. تذكر أن العنوان أو بداية البيان تحتوي النقطة الأساسية، ويجب أن يكونا مكتوبين بشكل يشد القارئ إلى قراءة باقي البيان.

أفضل أسلوب لكتابة البيانات الصحافية:

ابدأ بالنقطة الأساسية، وتوسع فيها بعد ذلك بإضافة المزيد من المعلومات والتفاصيل حسب تسلسل الأهمية. وبكلام آخر، اكتب البيان الصحافي بنفس الطريقة الهرمية التي يكتب فيها النبأ الإخباري، ضع معظم المعلومات المهمة في العنوان ثم اتبع نظام الأسئلة الخمسة وشرح التفاصيل وتوسع

في عرض النقاط الأكثر أهمية. تذكر أن القصة أو الخبر هو ما ينشر من بيانك الصحافي مباشرة، وتقوم الصحيفة بتحرير البيان بدءاً من أوله وحتى نهايته. بعد كتابة البيان الصحافي بكامله، نقحه مرة بعد مرة إلى أن تتوصل إلى قناعة بأنه أصبحت لديك الفقرة الأولى الأكثر تأثيراً. راجعه دائماً للتأكد من أن الأسئلة الخمسة قد أجيبت عنها.

حاول أن تلجأ إلى (قسم شؤون الإعلام بإدارة العلاقات البرلمانية والإعلام بالمجلس إذا دعت الحاجة إلى ذلك)، ولصياغة خبر عن البيان يجب إرفاق نص البيان، إن هذا الأمر يسهل على المحرر أمر نشر بيانك وبالطريقة التي تريد دون أن تترك له فرصة لاختصار بيانك إلى حد مخل.

كيف يصل البيان الصحافي إلى الشخص المعني؟

تأكد من أن اسم الشخص أو أسماء الأشخاص الذين يجب أن يصل إليهم البيان الصحافي مطبوعة بوضوح على البيان. وإذا كنت تود إرسال البيان الصحافي إلى صحيفة، احصل على اسم رئيس التحرير وتأكد من صحة كتابة الاسم والمنصب.

يمكن إرسال البيان باسم رئيس التحرير. وفي نفس الوقت يجب أن تجمع المعلومات عن الصحف ووسائل الإعلام الأخرى. والأسئلة التالية تساعدك في جمع المعلومات:

- من يقرر ما هي الأحداث التي يجب تغطيتها؟ الاسم والمنصب.
- من يقرر في غياب ذلك الشخص؟ الاسم والمنصب
- هل هناك أي مراسل متخصص في قضيتك؟ الاسم.

من أجل تبسيط هذا الأسئلة فقد تكفلت إدارة العلاقات البرلمانية والإعلام بالمجلس بوضع ملحق في هذا الكتيب يضم أسماء وعناوين وهواتف الصحف والمؤسسات الإعلامية والمراسلين

- أي وقت من النهار والأسبوع والشهر تتخذ فيه القرارات في ما يخص نشر الموضوع الذي يهكم.
- ما هو مقدار الوقت الذي تود تلك الصحيفة أو الإذاعة أو شبكة التلفزيون أن تعرف به مسبقاً عن حدث ما؟
- ما هو نوع المواد التي تود هذه المؤسسة أن تتلقاها بجمعية البيان الصحافي؟ هل تريد معلومات عن خلفية الموضوع أو صور أو شرائح أو شرائط صوتية أو شرائط فيديو، ما هي العوامل المساعدة؟
- تطبع البيانات الصحافية على ورق عادي، تحمل اسمك، وأرقام هواتفك وعنوان مكتبك الخاص.
- إذا كان عنوانك غير مكتوب في الأوراق التي تستخدمها، اطبع العنوان الكامل في الزاوية اليمنى العليا من الصفحة.
- يجب أن تكون الهوامش على أطراف البيان الصحافي بعرض حوالي بوصة ونصف البوصة، فهذا يتيح للصحفي أو رئيس التحرير كتابة بعض الملاحظات في هوامش البيان الصحافي
- تاريخ البيان: هذه المعلومة يجب أن تطبع بأحرف سوداء بارزة في الزاوية اليسرى العليا من الصفحة في موقع أدنى قليلاً من موقع العنوان المطبوع في الزاوية اليمنى العليا من الصفحة.

كيف تتابع البيان بعد صدوره؟

تابع الموضوع باتصالات هاتفية. وعندما تتصل هاتفياً لأول مرة عرف

نفسك بالاسم، وإذا كنت تريد إجراء محادثة تأكد من أن تسأل الصحفي أو المراسل عما إذا كان لديه الوقت لذلك إذ قد يكون منشغلاً في عمل يجب أن يتمه في موعد محدد، وإذا لم يكن لديه وقت أسأله عن أفضل وقت يمكنك الاتصال به في المستقبل.

وإذا كان ذلك الشخص ليس منشغلاً في عمل ما يجب أن يتمه في موعد محدد، اسأل (أو اسألها) عما إذا كان قد تلقى البيان الصحفي. اسأل عما إذا كان بوسعك توفير المزيد من المعلومات، أو ما إذا كان يود التحدث إلى شخص في مكتبك، حاول أن تجري محادثة قصيرة معه لتتعرف على ردة فعله حيال المواد التي أرسلتها إليه، وإذا كانت الأجوبة غير مشجعة، اشكر الشخص على صرفه بعض الوقت للتحدث معك. تذكر أنك ستتحدث إلى ذلك الشخص مرة أخرى.

المقابلات

مهما كانت وسيلة الإعلام المستخدمة (إذاعة، تلفزيون أو صحيفة) وأياً كان الذي يجري معك المقابلة، فإن المبدأ الأساسي الذي يجب اتباعه هو أن تبقى دائماً مسيطراً على جو المقابلة.

اجمع كل المعلومات التي أعدتها وحصلت عليها عندما قمت بتخطيط إستراتيجيتك لاستخدام وسائل الإعلام، وراجع كل العناصر المهمة قبل إجراء المقابلة. قرر ما الذي تريد تحقيقه من المقابلة. من هو الجمهور الذي تود أن يستمع لك. وافهم جيداً نوع المقابلات التي تجرى في وسائل الإعلام، وتذكر أنه رغم أنك ستعد نفسك للمقابلة التلفزيونية في صورة تختلف عما تفعله إذا كانت المقابلة إذاعية، فإن الأمر الأساسي هو أن تكون مستعداً استعداداً جيداً.

إن ما يشعر به كل من يعد نفسه لمقابلة - على الأغلب - هو الاضطراب.

وهناك عدة أساليب يمكنك استخدامها لتكون أكثر استرخاء وأقل تشنجاً لدى إجراء المقابلة، إنما لا تتوقع أن يختفي الشعور بالقلق نهائياً، وأفضل طريقة للتغلب على الاضطراب والشعور بالشنج هو أن تكون مستعداً استعداداً وافياً، ولا يكفي أن تكون ملماً بالمعلومات التي تود تقديمها، بل يجب أيضاً أن تجد عدة طرق مبتكرة لاستخدام تلك المعلومات، ويمكن أن تتمرن على تقديم المعلومات بطرق محببة، بلغة زاهية أو أمثلة غير عادية بدون تعبيرات معقدة. ويجب أن تفكر في طرق مختلفة للتشديد على أهم النقاط التي تود الإدلاء بها، وإزالة كل سوء فهم بالنسبة إلى ما تود تحقيقه وتوضيح تصورك لمستقبل القضية التي تدعو إلى تأييدها. والأمر الوحيد الذي ينبغي عليك ألا تفعله هو جعل الاضطراب والقلق يمنعانك من الاشتراك في المقابلة.

أسئلة لا بد من معرفة إجاباتها

- متى تاريخ وموعد المقابلة؟
- أين ستجرى المقابلة؟ تأكد من أنك تعرف كيفية الوصول إلى المكان إذا كنت لا تعرفه، تأكد من أنك لست بحاجة إلى إذن خاص للدخول إلى مكان المقابلة.
- ما اسم الشخص الذي سيجري المقابلة بالكامل؟ وإذا كنت لا تعرف الصحفي، اعمد إلى سماع البرنامج الذي يقدمه أو إلى قراءة المقالات التي يكتبها، فمن المهم جداً أن تكون على إمام بالشكل الذي يقدم فيه هذا الشخص البرنامج أو الأسلوب الذي يستخدمه في كتابة مقالاته.
- ما الشيء المتوقع منك؟ اعرف لماذا تم اختيارك أنت لإجراء مقابلة معك.
- هل ستبث المقابلة حية على الهواء أم هل ستكون مسجلة؟ ومتى يبث البرنامج من الإذاعة أو التلفزيون؟

• هل ستجربى المقابلة معك وحدك أو باعتبارك واحدا من مجموعة أشخاص؟ ما عدد الأشخاص الذين ستجربى معهم المقابلة؟ هل ستكون هناك ندوة، ومن الأشخاص الآخرين الذين سيتحدثون فيها؟ كيف سيكون شكل إجراء المقابلة؟ وكم من الوقت سيتاح لكل شخص للكلام؟

- كم سيطول أمد المقابلة؟
- وفر لمجربى المقابلة التهجنة الصحيحة لاسمك كما تكتبه أنت وزوده بالاسم الصحيح، مع أي ألقاب أو وظائف أخرى تحب أن يتم التنويه بها.
- ما قواعد إجراء المقابلة؟ معظم المقابلات تكون قابلة للإذاعة والنشر. وأنت تود أن يتم إجراء المقابلة معك لأنك تريد أن تكون وسائل الإعلام طريقك إلى الجمهور. وتريد أن تنقل وسائل الإعلام كلامك أو كلام زملائك كما تريدها أن تستخدم المعلومات التي تبث فيها.

- مقابلة قابلة للنشر والإذاعة:

ما يقال في هذه المقابلة يمكن نشره مع نسبة كل ما يقال فيها مباشرة إلى من تمت مقابلته بالاسم. وهذه هي أفضل الطرق لإيصال رسالتك.

- مقابلة للإذاعة والنشر مع عدم ذكر اسمك:

في هذا النوع من المقابلة يتم نشر كل ما يقال في المقابلة، ولكن نسبة ذلك ستكون لو صف يتفق عليه مسبقا مع من يجربى المقابلة معك. فعلى سبيل المثال يمكن استخدام وصف (ناطق رسمي) أو (مصدر مطلع) أو (خبير في مجال) ويتم استخدام هذا النوع من المقابلة حين تكون نسبة أقوال من تتم معه المقابلة بالاسم مضرة بمصالحه أو مصالح المجلس.

- مقابلة للإذاعة والنشر مع عدم نسبتها إلى أي شخص مهما كان:

هنا يمكن نشر أو إذاعة كل ما قيل في المقابلة مع عدم نسبتها إلى أي

شخص مهما كان. وينبغي أن تظهر المعلومات وكأنها استنتاجات توصل إليها الصحفي نتيجة لتحقيقاته. ويجب اللجوء إلى هذا النوع من المقابلة فقط في حال التأكد من أن استخدام المقابلة من نوع (مقابلة للإذاعة والنشر مع عدم ذكر اسمك) يمكن أن يؤدي بسهولة إلى الكشف عن هوية من جرت معه المقابلة وما يرافق ذلك من ضرر للمؤسسة، الأمر الذي سيعني صعوبة بالغة للصحافي.

-المقابلة التي لا يصح نشرها أو إذاعتها:

غالباً ما يتم إساءة فهم واستخدام هذا النوع من المقابلات. هذا النوع من المقابلات، كما يشير اسمها ببساطة، يعني أن الصحفي سيحصل على معلومات لا يحق له بأي حال من الأحوال إذاعتها أو نشرها. ويتم استخدام هذه المعلومات بطريقة مفيدة جداً ومحصورة في الحالات الطارئة التي تكون فيها حياة المشاركين في المقابلة معرضة للخطر. ولكن لا يجب استخدام معلومات هذا النوع من المقابلة في أي ظروف أخرى لأن ذلك سيحمل المشاركين في المقابلة والصحافي نفسه أعباء كبيرة والمقابلة «القابلة للنشر والإذاعة مع ذكر اسمك» هي أفضل الطرق للعمل، أما القواعد الأخرى فهي لا تزيد عن كونها طريقاً مختصراً ومريحاً للمسؤولين والصحافيين الذين يتعاملون مع قضايا حساسة، مثل القضايا السياسية والاقتصادية والأمنية.

والنصيحة الأفضل هي عدم الاعتماد على الطرق المختصرة هذه، ففهم هذه القضايا قد يختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن صحافي إلى آخر. وإذا لم يكن بوسعك التحدث في مقابلة مع ذكر اسمك، تحدث إلى الصحفي وتوصل إلى تفاهم معين معه حول الطريقة التي سيتم بها نسبة المعلومات قبل بدء المقابلة.

تذكر دائماً أنه من الممكن لك أن تعمل مع هذا الصحافي مرة أخرى، وأنك تتشاطر وإياه اهتماماً مهنيّاً في صحافة جيدة معبرة.

كيف أعد نفسي لإجراء مقابلة؟

- أهم جزء من المقابلة يبدأ بالإعداد والتحضير. ومن المستحسن جدا كتابة ما ستتناوله المقابلة. وقد يكون الوقت المخصص لك في المقابلة بضع ثوان أو خمس دقائق أو أكثر وبغض النظر عن الوقت الذي تستغرقه المقابلة، يجب أن تحصر نفسك بثلاث من أهم النقاط التي تود إيرادها. لا تحاول التحدث عن أكثر من ثلاث نقاط في أي مقابلة بغض النظر عن مقدار الوقت المحدد.
- اكتب النقاط الإيجابية الثلاث التي تود التحدث عنها في المقابلة. أعد أمثلة مختصرة أو رواية أو قصة توضح كل نقطة. استخدم أقل ما يمكن من الأرقام لأن الناس يضحجون بسرعة من سماع الإحصاءات.
- ادرس النقاط جيداً وكل مثل أو رواية لا تلجأ إلى ملاحظات مدونة.
- تذكر دائماً أنه بالإمكان استغلال الرأي العام بدون عقاب، وعليه فإن من المهم توفير المعلومات الدقيقة الصحيحة علمياً وبدون مبالغة.
- وبغض النظر عن القضية التي تتحدث عنها، عليك أن تتعلم كيف تتحدث عنها بفاعلية وثقة وبلا خجل أو تردد، وحاذر أن تقع في المطبات التي يحفرها لك الصحفيون. بعضهم سيحاول وينجح في إفقارك هدوءك ودفعك إلى مناقضة نفسك، لا تتأثر بسرعة، وحافظ على هدوئك.

قاعدة ذهبية

عندما تكون في مقابلة: قل الحقيقة، إن قول كلمة «لا» هي أفضل بكثير من قول كذبة بسيطة واحدة، وحاول أن تكون طبيعياً ما أمكن.

المقابلة الصحافية

كيف تعد للمقابلة؟

لا شك أنك على دراية بأن جذب انتباه وسائل الإعلام المختلفة لا يشكل أي أهمية ولا يكون مثمراً إذا لم تكن رسالتك واضحة المضمون أو إذا كان الإعداد غير منظم، وهنا نقدم لك بعض الإرشادات حول إجراء المقابلات الصحافية الأكثر فاعلية، وتشمل أيضاً اقتراحات بناءة للمساعدة في إجراء مقابلة جيدة، وكيفية الظهور أمام عدسة الكاميرا الفوتوغرافية، وهنا لا بد لك لنجاح المقابلة الصحافية أن تأخذ في اعتبارك عدة إرشادات وهي:

- قرر ما هي الرسالة التي تنوي إيصالها للجمهور.
- كن دقيقاً في موعد المقابلة، ومن الأفضل أن تحدد المكان الذي تتراح له لإجراء المقابلة.
- ركز وفكر قبل أن تتحدث أو تجيب.
- كن صادقاً في تصريحاتك.
- تحدث مستخدماً لغتك التي تخاطب بها عادة الجمهور.
- كن إيجابياً في إجابتك على الأسئلة السلبية.
- أجب بـ (لا) دون إعطاء انطباع بالتردد أو الخداع.
- أجب بطريقة مهذبة تنم عن أخلاق عالية.
- لا تجب على الأسئلة غير اللائقة أو الدقيقة.
- تول دور المسؤول في المقابلة.
- حاول أن لا تتضمن إجاباتك في نهايتها ما يسمح بطرح سؤال جديد من قبيل (لماذا).
- احرص على عدم مقاطعة أحد لك خلال اللقاء حتى لا يسمح ذلك في تشتيت أفكارك.

■ بادر في نهاية اللقاء إلى طرح المعلومة التي لم تسمح لك أسئلة الصحفي بطرحها، وذلك بأن تقول: كنت أتمنى لو أن أحد الأسئلة أشار إلى .. فهذا يعطي الأهمية للمعلومة التي تطرحها، بل قد تكون هي عنوان اللقاء في حال نشره .

من المهم أيضاً أن يتفهم مكتبك كيفية التعامل الجيد مع وسائل الإعلام ومع قسم شؤون الإعلام التابع للمجلس، فإن بعض المقابلات تستدعي التنسيق والترتيب لها من قبل موظفيك، كما وأن عليهم في مناسبات أخرى كتابة البيانات الصحفية أو تنظيم عقد مؤتمر صحفي أو تغطية أحداث وفعاليات هامة على مستوى البلاد وهم بحاجة إلى إنجاز ذلك بأسلوب متخصص ومنظم .

المقابلة التلفزيونية

الأمر الواجب اتباعها مع من سيجري معك المقابلة التلفزيونية؟

وجه نظرك دائماً إلى الشخص الذي يطرح عليك الأسئلة. لا تنظر أبداً إلى الكاميرا أو شاشة التلفزيون، لا تهتم بالكاميرا، فهناك شخص خبير مختص يهتم بها، لا تهتم أنت بها. لا تحاول أن تشيح بنظرك عندما تفكر بجواب، داوم على النظر إلى عيني الشخص الذي يطرح عليك الأسئلة.

إلى أين أوجه نظري إذا كنت في أستوديو وتجرى معي مقابلة عن طريق الأقمار الاصطناعية؟

إن المقابلات التي تجرى عن طريق الأقمار الاصطناعية تختلف عن تلك التي يجريها شخص موجود أمامك، فإذا كنت في أستوديو ويجري معك مقابلة مراسل في أستوديو آخر بعيد أبق ناظرك مركزاً على الكاميرا، في

هذه الحالة تكون الكاميرا بمثابة الشخص الذي يطرح عليك الأسئلة، وحتى لو كان الشخص في بلد آخر، عليك أن تتخيل أن هذا الشخص هو الكاميرا الموجودة أمامك، ويكون هذا الأمر مزعجاً بعض الشيء في المرة الأولى، لكن لا تدع ذلك يمنعك من إجراء المقابلة، والأمر المختلف الوحيد هو أن الشخص الذي يجري معك المقابلة لا يجلس قبالتك. عليك أن تتخيل أن الكاميرا هي ذلك الشخص الجالس أمامك.

كيف أبدأ؟

ابدأ بذكر ما تعتبره الأكثر أهمية، وفي معظم الحالات تتوفر لديك بضع دقائق قبل المقابلة للتحدث مع المراسل، وفي العادة، يجب أن ترسل إلى الصحفي بعض المعلومات عن الموضوع قبل المقابلة، والأمر البالغ الأهمية هو أن تجعل جوابك الأول يتضمن واحدة من النقاط الثلاث التي تود التركيز عليها في المقابلة.

ماذا أفعل إذا بقي المراسل يحدد عن النقاط التي أود التركيز عليها؟

• اعمد بحزم إلى إعادة مجرى المقابلة إلى النقاط التي تود التركيز عليها وذلك باستعمال ما يسمى بـ «الجسور» أي بأن تبدأ الجواب بالقول مثلاً «يبدو لي أن القضية الحقيقية هي ..» ثم اذكر واحدة من النقاط التي تود التركيز عليها. وبعض التعليقات التالية تشكل «جسوراً» تتيح لك فرصة العودة إلى التركيز على ما تريد من نقاط:

- دعني أضيف ..
- غالباً ما أسأل ..
- هذا ليس مجال خبرتي ولكنني أعرف أن ..
- يبدو لي أن أهم قضية هي ..

ماذا إذا طرح علي المراسل سؤالاً لا أريد أن أجيب عنه ؟

عد إلى «جزيرة الأمان» استخدم رواية أو قصة قمت بتحضيرها سلفاً للتدليل على واحدة من النقاط، إن الناس يتذكرون الروايات، فكر في مقابلات كنت قد استمعت إليها ولعلك تتذكر منها رواية رواها أحدهم للتدليل على ما كان يقول.

ماذا إذا طرح المراسل أسئلة سلبية ؟

لا تكرر السؤال السلبي، اجعل نفسك وكأنك لم تسمعه، مهمتك هي ذكر ثلاث نقاط إيجابية، لا تنزعج ولا تنفعل، صحح المعلومات الخاطئة بسرعة ثم تابع الكلام لذكر واحد من النقاط الثلاث. ابق إيجابياً، لا تكن دفاعياً. وليس انتقاداً لادعا إذا قلت «يسرني أن تكون طرحت علي هذا السؤال، والعديد من الناس يسيء فهم الأمر، ولكن الحقيقة هي..» ثم ارجع إلى واحدة من النقاط الإيجابية الثلاث، وفي هذه الأوضاع يتبين لك كم كان التمرين السابق قيماً ومفيداً حقاً. تذكر أنك تمرنت على العديد من الأسئلة السلبية والصعبة، ولذا ستكون هذه الأجوبة متوفرة لديك. والأمر البالغ الأهمية أن تبقى إيجابياً وهادئاً، تذكر نقاطك الثلاث واعتبر تلك النقاط «جزر أمان» أي أماكن يمكنك دائماً العودة إليها أثناء المقابلة.

ماذا إذا بقي المراسل يقاطعك بالأسئلة ؟

دع المراسل يقاطع . يمكنك القول: «طرحت عدداً من الأسئلة» ثم تواصل الحديث لتجيب عن الأسئلة التي تود الإجابة عنها بذكر واحدة من نقاطك الثلاث. وإذا كانت المقاطعة تبعدك عن النقاط التي كنت تود التركيز عليها وتريد العودة إليها، يمكنك القول «كما كنت أقول» ثم تابع الكلام بإيراد واحدة من التقاط الثلاث.

ماذا إذا كانت هناك فترة صمت طويلة؟

ابق صامتاً. لا تتطوع بذكر معلومات غير ضرورية، لا تخف من الصمت. فالشخص الذي يجري المقابلة هو المسؤول عن ذلك الوقت، وإذا كانت المقابلة تتسم بشيء من المواجهة، تكون هذه في العادة طريقة يستخدمها مجري المقابلة لجعل الشخص الذي يقابله يتطوع بذكر معلومات غير ضرورية.

ماذا لو طلب منك أن تضيف إلى ما قلته أو أن تقول أكثر مما تريد قوله؟

ارجع دائماً إلى «جزر الأمان» لديك، إلى النقاط الثلاث التي تريد التركيز عليها. فهذه النقاط مهمة جداً بحيث لا بأس من تكرارها وشرحها، ربما باستخدام أمثلة أخرى أو روايات أخرى.

ماذا إذا كنت لا تعرف الجواب عن سؤال ما؟

كن صادقاً، إذا كنت لا تعرف الجواب، قل ذلك، ويمكن الخروج من المأزق بالقول "أسف، لا معلومات لدي في هذا الخصوص، إنما يسرني إن أزدك بها إذا تمكنت من الحصول عليها". تأكد من إيصال تلك المعلومات - لدى حصولك عليها - إلى المراسل.

كم يجب أن تستغرق الإجابة عن الأسئلة؟

يجب أن تكون أجوبتك مختصرة. حاول أن تعرض نقاطك الإيجابية في بضع ثوان، وأقصر من ذلك إذا كانت المقابلة إذاعية، وأطول من ذلك إذا كانت المقابلة مع صحيفة أو مجلة.

ماذا عن مظهري وصوتي (في المقابلات الإذاعية والتلفزيونية)؟

إن نسبة ٩ بالمائة من الاتصالات هي غير كلامية، ولذا فإن المظهر والصوت مهمان جداً، كن مليئاً بالحماسة والحيوية، فالإذاعة والتلفزيون يجعلان الناس يبدون أقل حيوية وأقل إثارة مما هم في الواقع. لذلك فإنك تريد أن تكون صادقاً ومتحمساً لما تقوله. وهنا يكون من المعين جداً أن تستعين بجهاز الفيديو كي تشاهد ما ستكون عليه صورتك وصوتك وتفعل اللازم في هذا الصدد. وإذا كانت المقابلة تلفزيونية يجب أن تتبع بعض التوجيهات البسيطة كالاتي:-

- أن يكون لباسك بسيطاً وأنيقاً.
- لا تلبس ألبسة مبهرجة أو مصنوعة من أقمشة لامعة.
- لا تكثر من الحركة والتلفت، بل استعمل لغة الجسد باعتدال، حرك يديك حين يكون ذلك ضرورياً، استعمل تعبيرات وجهك لتعين على إيصال الفكرة التي تتحدث بها، لا تظهر بشكل يبدو وكأنك غير متفاعل مع جمهورك.
- لتكن نظراتك مستقرة ثابتة طبيعية وانظر إلى المرأة قبل الذهاب إلى المقابلة.

الدقائق القليلة الأولى في الاستوديو...

عادة ما يطلب مهندس الصوت سماع صوتك لكي يتمكن العاملون في الاستوديو من جعل مستويات الصوت في الميكرفون صحيحة، وفي تلبية طلب سماع صوتك، اذكر اسمك ومنصبك، وموضوع المقابلة، فعملك هذا يوفر لهم معلومات قيمة قد يحتاجون إليها. كما يسمح بلفظ اسمك واسم منصبك بصورة صحيحة.

هل بإمكانك أن تقول شيئاً للمراسل تتوقع ألا يستخدمه؟

كلا، أبداً، افترض دائماً أن الميكروفون أو المسجل شغال دائماً. كثير من الناس المشهورين أحرجتهم تعليقات أدلوا بها وهم يعتقدون أن الميكروفون غير شغال. افترض أن أي شيء تقوله للمراسل في أي وقت كلام سيستخدمه، ولا تقل أبداً ” لا تعليق ” لأن ذلك غالباً ما يعطي الانطباع بأن لديك شيئاً تود التستر عليه. والمراسل يعمل باستمرار وليس لديه أي شيء لا يذيعه أو ينشره. فلا تقل أبداً أي شيء لا تريد أن يقرأ في الصحف أو يسمع من الإذاعة أو التلفزيون.

المقابلات الإذاعية

هل ينطبق ما يجب أن يتبع في المقابلات الإذاعية على المقابلات التلفزيونية؟

نعم، بل إن طريقة التعبير عما تود قوله ومحتوى الكلام يكون أحياناً أكثر أهمية لعدم وجود الصورة.

ماذا إذا تلقيت اتصالاً دون ترتيب سابق من مراسل يريد إن يجري معك مقابلة على الهاتف فوراً؟

إذا كان بإمكانك، اسأل الشخص عن اسمه ورقم هاتفه والمهلة التي يريد إجراء المقابلة ضمنها، واسأل عما إذا كان بإمكانك الاتصال بالشخص المعني بعد بضع دقائق، استغل هذه الدقائق القليلة في إعداد نفسك.. وفكر بنقاطك الإيجابية الثلاث، تمرن على المقابلة بصوت عال، اسأل بسرعة – إذا تمكنت – عن المراسل والمؤسسة التي يعمل بها والجمهور الذي يستمع إليه أو يسمع مقالاته. ثم حاول الاسترخاء، واتصل بالمراسل.

ماذا إذا كان عليك استخدام تعابير تقنية وإحصاءات في أجوبتك؟

استخدم أقل ما يمكن من الأرقام والإحصاءات. وبدلاً من هذه، كون صورة كلامية عما تريد قوله. إذا سمعت أحداً يقول ”حوالي مساحة ملعب كرة قدم” يترك ذلك انطباعاً أفضل من قول شخص آخر ”٤٣ متراً مربعاً” وإذا كان عليك أن تستخدم تعابير تقنية، تأكد من أنك تعرف هذه التعابير بأبسط ما يمكن، استخدم كلمات سهلة الفهم ومما هو معتاد ومعروف لدى الجمهور الذي تخاطبه. فسّر أي تعبير غير دارج الاستخدام، وهذا الأمر مهم جداً إذا كنت تخاطب أناساً من مستويات مختلفة.

تسجيل المقابلة

ابحث هذا الأمر مع المراسل الذي يجري معك المقابلة. والأرجح أن يكون بإمكانك عمل ذلك، وليس من المستغرب إن يطلب الشخص الذي تجري معه المقابلة ذلك، وبهذه الطريقة، يتوفر لديك سجل صحيح للمقابلة ويمكنك الاستماع إلى المقابلة في وقت لاحق كي تعتمد على تلافى الأخطاء وتحسين الأداء في المقابلات اللاحقة. ويتيح هذا الأمر أيضاً للعاملين معك الذين فاتهم سماع أو مشاهدة المقابلة أن يشاهدوها أو يسمعوها، وإذا كان في المستطاع تمرن أمام الكاميرا أو آلة التسجيل.

المؤتمر الصحافي

كيفية عقد المؤتمر الصحافي

تمنحك عملية إعداد المؤتمرات الصحافية فرصة تقديم صورة منظمة وعلى قدر من المهنية والمعرفة أمام وسائل الإعلام وأمام الجمهور. لذا

من المهم النظر جيداً إلى الموضوع أو القضية التي تود طرحها، وإذا كانت تستحق إجراء مؤتمر صحفي. فإذا كان الأمر عكس ذلك يفضل التعبير عنها ببيان صحفي وإرسالها فوراً بالفاكس إلى وكالات الأنباء. ويجب إعطاء الوقت الكافي للتحضير للمؤتمرات الصحفية بما في ذلك كتابة الدعوات للإعلان عن وقت ومكان والغرض من عقد المؤتمر، لتوزيعها على أكبر عدد من وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية.

كما ويجدر إبلاغ قسم شؤون الإعلام في المجلس عن المؤتمر. ويجب على موظفيك في المراحل الأولية من الإعداد للمؤتمر الصحفي متابعة الاتصال بوكالات الأنباء الهامة والصحافيين الذين ترغب بتواجدهم، ويجب توفير نسخ من الدعوات أيضاً في مكان عقد المؤتمر.

كما يتوجب على موظفيك زيارة الموقع أو مكان عقد المؤتمر الصحفي للتأكد من اكتمال التحضيرات بما فيها أنظمة الصوت والإضاءة الكافية للمكان، ويجب إحضار شعار المجلس وإبرازه خلف المنصة وأن تكون القاعة مجهزة تماماً قبل البدء بتوافد المراسلين الصحفيين من الوكالات الإعلامية بساعة على الأقل كما ويجب تخصيص مساحة تكفي للكاميرات الخاصة بطاقم التلفزيون والمصورين الصحفيين، والتأكد من وجود أماكن لاستيعاب الأشخاص من خارج الإطار الإعلامي أيضاً.

وأخيراً، عليك أن تقرر فيما إذا أردت التحدث شخصياً في المؤتمر أو إذا أردت إسداء هذه المهمة لأحد الموظفين، وبغض النظر عن مدى أهمية الحدث أو الموضوع ينبغي دوماً إعطاء الوقت الكافي للإعداد والتأكد من الوقائع المحيطة بالحدث والاستعداد للإجابة على الأسئلة. وفي هذا الصدد، يحبذ التنسيق مع الشخص الذي يدير المؤتمر الصحفي حول إستراتيجية معينة لتحويل الاتجاه عن الأسئلة المحرجة أو الصعبة.

ومن المعروف، أن المؤتمرات الصحافية المنظمة جيداً تستقطب حجماً لا بأس به من التغطية الإعلامية، مما يساهم في إيصال المعلومات إلى أكبر قدر من المواطنين. ولا بد من التأكد من أن اختيار التوقيت المناسب لإجراء المؤتمر لا يتعارض مع أحداث أخرى هامة على صعيد المجتمع.

الأمور الواجب التأكد منها قبيل عقد المؤتمر الصحافي

- هل وافقت على أهمية الحدث؟ وهل تم إبلاغ قسم شؤون الإعلام في المجلس بذلك؟
- هل حددت التاريخ والوقت والمكان المناسب؟
- هل عاينت المكان من حيث ملاءمة الترتيبات اللوجستية؟
- هل يمكن الاستدلال على المكان بسهولة؟ وهل هناك حاجة لإرفاق خارطة بالموقع مع الدعوة؟
- هل أعددت الترتيبات لتهيئة القاعة قبل ساعة على الأقل من عقد المؤتمر؟
- هل أجهزة الصوت والميكروفونات جاهزة؟ هل الإضاءة داخل القاعة كافية؟
- هل تم إبراز شعار المجلس خلف المنصة؟ (في حال كانت المقابلة داخل المجلس).
- هل موضوع المؤتمر الصحافي واضح؟
- هل قمت بتوزيع بيان حول المؤتمر للأجهزة الإعلامية؟
- هل تابعت الاتصال بوكالات الأنباء والصحافيين للتأكد من تواجدهم؟
- هل أعددت قائمة لتوقيع الحضور لأهميتها في تدقيق الدليل بالأسماء والعناوين خاصتك؟

هام للعضو المكلف بالحديث:

- هل أعددت كلمتك الافتتاحية؟
- هل أعددت نفسك للإجابة على الأسئلة المتوقعة؟
- هل لديك القدرة على الحديث حول موضوع بطلاقة بدلاً من الاستعانة بقراءة البيان المتعلق بالمؤتمر؟
- هل تأكدت من سيدير المؤتمر؟ وإذا اقتضى الأمر، هل تباحثت مع الشخص المكلف بإدارة المؤتمر، حول كيفية تحويل الاتجاه عن الأسئلة الصعبة التي قد يطرحها الصحافيون؟

تنظيم الاتصال بوسائل الإعلام

تماماً كما هو الحال في تنظيم برنامج عملك، عليك إسداء مهمة الاتصال بوسائل الإعلام لشخص واحد من الموظفين، بحيث يصبح مطلعاً على جميع وسائل الإعلام المحلية والدولية المتواجدة في دائرتك الانتخابية، ولكي تتأكد من التغطية الإعلامية الكافية للبيانات الصحافية التي تصدرها والمؤتمرات الصحافية التي تعقدها؛ على الموظف المختص بالاتصال بوسائل الإعلام الاحتفاظ بقائمة دقيقة لوسائل الإعلام. كما بإمكان قسم شؤون الإعلام في المجلس تزويدك بقائمة منقحة بأرقام هواتف وعناوين المحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف اليومية والأسبوعية .

ماذا يجب أن تتضمن القائمة الخاصة بوسائل الإعلام؟

يجب أن تتضمن القائمة ما يلي:

١. اسم المؤسسة الإعلامية / الصحافية.
٢. المحرر / مدير الدائرة الإخبارية / المصور التلفزيوني / المصور الفوتوغرافي .

٣. المراسل السياسي / مراسل الصحيفة الصادرة في دائرتك.
٤. أرقام هواتف المراسلين والمصورين / أرقام هواتف منازلهم أيضاً على أن لا تستخدمها إلا عند الضرورة.
٥. عنوان العمل.

٦. رقم الفاكس / البريد الإلكتروني / رقم الهاتف النقال.

عند التعامل مع وسائل الإعلام، لا يجدر بك الانتظار إلى أن يأتي الصحفيون إليك، حيث إن هناك طرقاً عملية أخرى يمكن لمكتبك استخدامها للتواصل معهم.

إن أكثر السبل الشائعة للتواصل بينك وبين وسائل الإعلام تأتي من خلال إصدار البيانات وعقد المؤتمرات الصحافية.

أساليب عملية أخرى في التواصل مع الإعلام حول الطاولة المستديرة

يمكن دعوة وسائل الإعلام إلى حوار الطاولة المستديرة بشكل دوري، سواء معك وحدك أو بالاشتراك مع آخرين، لمناقشة قضايا تشريعية عالقة أو أخرى تهتم دائرتك الانتخابية. ومن أكثر الأوقات ملاءمة لعقد حوارات الطاولة المستديرة، عندما يصادف عقد أحد جلسات المجلس لمناقشة تشريع هام. وفي بعض المناسبات قد تفضل الالتقاء بمندوبي الصحف أو مراسلي المحطات الإذاعية والتلفزيونية أو بالصحافيين فقط. ويبقى من المهم الاحتفاظ بمواد مطبوعة حول مواقفك من الأحداث الجارية إضافة إلى أجندة حول اللقاء أو الحوار.

برامج إذاعية وتلفزيونية أسبوعية

قد يرغب أعضاء لجنة ما بالتوجه إلى المحطات الإذاعية والتلفزيونية المحلية، والطلب منها تخصيص فقرة منتظمة لمناقشة أبرز القضايا الأسبوعية

والتي قد ترفع للتصويت في ذلك الأسبوع أو التي سيتم مناقشتها في الأسبوع التالي. وقد يرغب أعضاء المجلس بالمشاركة في تلك المناقشات سواء بالظهور وحدهم أو بمشاركة أعضاء آخرين في مناسبات مختلفة.

استضافتك لكتابة كلمة المحرر

طريقة أخرى تساعدك في إيصال الرسالة إلى العامة، تأتي من خلال كتابتك كلمة المحرر في الصحف، حيث تشكل هذه وسيلة هامة تمنحك السيطرة التامة على التعبير عن أهدافك ورسالتك كعضو مجلس الشورى، ويقوم حالياً بعض الأعضاء باستخدام هذا الأسلوب الذي يحظى بالتواصل مع المواطنين والمسؤولين. ومن بين القضايا التي يمكن مخاطبتها في كلمات التحرير مواضيع مطروحة للنقاش في جلسات المجلس المقبلة، أو تلك التي تهم الناخبين بشكل خاص، والتوقيت يعتبر عاملاً هاماً آخر حيث إن كتابة كلمة التحرير وإرسالها للصحيفة المعنية في الوقت المناسب «كحديث الساعة» يكون أكثر تأثيراً وفعالية.

أسلوب العمل مع الصحفيين

تقوم مهمة الصحفيين على تقصي «الحقيقة» بما يخدم المصلحة العامة، بهدف تقديم تقارير إخبارية بطريقة متوازنة ودقيقة، والارتقاء بمجتمع واسع الاطلاع.

إلا أن الآراء حول «حقيقة» التحقيقات المتعلقة بإحدى المسائل تختلف باختلاف الأشخاص، لأن كل شخص يرى الحدث أو المسألة من منظاره. فحين يتعرض أحد المناجم لكارثة معينة، تتسبب بمقتل عدد من العاملين في المنجم أو بإعاقتهم، فإن الشركة التي تدير المنجم ستورد الخبر على نحو مغاير عن الخبر الذي يورده اتحاد عمال المناجم.

ولهذا السبب يضطر الصحفيون، في أغلب الأحيان، إلى إجراء مقابلات مع أشخاص لهم وجهات نظر مختلفة عن الحدث، مما يتيح لهم إعطاء صورة أشمل عنه. ولهذا السبب أيضا يطرح الصحفيون أحيانا أسئلة تنم عن شيء من العداية، وتشكك في أقوال الأشخاص. بطريقة أو بأخرى، يفترض أن نهلل لهذه الخطوة، إذا كانت تساعد على تعزيز الانفتاح الديمقراطي.

ولا يغيب عن ذهنك حين تتحدث إلى الصحفيين أنه يعمل في ظل الضغوطات التي يماريها عليه رئيس التحرير، كي يسلمه تحقيقا مثيرا، أو خبرا جديدا، لذا بجدر بك، في معرض حديثك معه، ان تأخذ بعض النقاط الأساسية في الاعتبار.

■ أن الصحفيين هم أشخاص يقومون بعمل مهم، ومن هذا المنطلق حاول أن تتصل بهم مع اعتبارهم محترفين ينجزون هذا العمل.

- أن بعض الناس يكونون فكرة سلبية مسبقة عن الصحفيين، وكأن تفكر بأنهم قد يقدمون على أي عمل مقابل الحصول على تحقيق ما، وبأنهم يسعون لإثارة عواطف الجمهور، وما إليها من أفكار أخرى. ولكن لا يفيدك أن تتناولهم بالسوء إذا كنت ستتعامل مع وسائل الإعلام. فابحث عن يوحى لك بالنزاهة.
 - أن التنسيق مع الصحفيين أفضل من معاداتهم.
 - أن تقييم علاقات مع الصحفيين وتوطدها، فمن المستحسن أن تعتبرك وسائل الإعلام من الأشخاص الممكن العودة إليهم، للحصول على تعليقات قيمة ومعلومات خلفية موثوق بها، ومن شأن هذا أن يساعدك على جعل قضاياك في متناول الجميع.
 - أنك تستطيع أن تطلب من الصحفيين أن يرسلوا لك التصريح أو التحقيق بالفاكس، قبل أن ينشروه، ولكن أكد لهم على أنك لا تطلب إرساله بهدف التدخل في مضمونه وأسلوبه، وإنما للتحقق من مدى دقته.
- كلما وطدت علاقتك مع الصحفيين، يزداد إطلاعهم على أعمال المجلس والملفات المطروحة على طاولته.

الملاحق

قائمة بجميع وسائل الإعلام في مملكة البحرين ومسئولياتها وأرقام هواتفهم وعناوينهم البريدية والإلكترونية، من صحف يومية وأسبوعية، ومحطات تلفزيونية، وإذاعات، ومكاتب المراسلين الأجانب لوسائل الإعلام كافة.

الصحف اليومية

صحيفة أخبار الخليج

رئيس التحرير: أنور محمد عبد الرحمن

موبايل: ٣٩٦٠٧٩٧٠

هاتف المكتب: ١٧٦٢٢١١١ - فاكس: ١٧٦٢٣٥٢٥

العنوان: شارع الاستقلال ص - ب: ٥٣٠٠ مدينة عيسى - مملكة البحرين

هاتف: ٠٠٩٧٣١٧٦٢٠١١١ - فاكس ١٧٦٢١٥٦٦ ١٧٦٢٣٠٩٧٣

الموقع الإلكتروني: www.akhbar-alkhaleej.com

البريد الإلكتروني: local@aaknews.net

صحيفة الأيام

رئيس التحرير

عيسى الشايحي

موبايل: ٣٩٦٩٣٩٩٣

مكتب: ١٧٦١٧١٧٢ - ١٧٦١٧١٧١

العنوان: ص. ب. : ٣٢٣٢ المنامة البحرين

الإدارة والتحرير

هاتف: ١٧٦١٧٧٧٧ - فاكس: ١٧٦١٧١١١

البريد الإلكتروني com.alayam@alshaiji

الموقع الإلكتروني alayam.com@localnews

صحيفة الوسط

رئيس التحرير د. منصور عبد الأمير الجمري

موبايل: ٣٩٦٦٦٤٣١

مكتب: ١٧٥٩٦٩٩٩ - فاكس: ١٧٥٩٦٩٠٨
 العنوان: شارع البديع ، أبو صبيع ، ص. ب ٣١١١٠، مملكة البحرين
 هاتف: +٩٧٣ ١٧٥٩٦٩٩٩ - فاكس: +٩٧٣ ١٧٥٩٦٩٠٠
 البريد الإلكتروني mansoor.aljamri@alwasatnews.com
 الموقع الإلكتروني: www.alwasatnews.com

صحيفة الوطن

رئيس التحرير
 عبد الله سلمان
 هاتف: ١٧٤٩٦٦٦٩ - فاكس: ١٧٤٩٦٦٧٠
 صندوق بريد / ٣٨٨٠١ الرفاع - مملكة البحرين
 هاتف: ١٧٤٩٦٦٦٦ - فاكس: ١٧٤٩٦٦٧٨
 البريد الإلكتروني abdullas@alwatannews.net
 الموقع الإلكتروني www.alwatannews.net

صحيفة البلاد

رئيس التحرير
 مؤنس محمود المردي
 موبايل: ٣٦٥١٥١٥١
 هاتف: ١٧٧٠٦٦٦٦ - فاكس: ١٧٧٠٦٦٦٧
 صندوق بريد / ٣٨٥ المنامة - مملكة البحرين
 البريد الإلكتروني moanes.almardi@albiladpress.com
 الموقع الإلكتروني <http://www.albiladpress.com>

وكالة الأنباء

وكالة أنباء البحرين

القائم بأعمال مدير الوكالة علي الرميحي

موبايل: ٣٩٧٧١١١١

الموقع الإلكتروني: www.ban.bh

مكتب مدير عام وكالة أنباء البحرين

هاتف: +٩٧٣ ١٧ ٦٨٩٠٨٨ - فاكس: +٩٧٣ ١٧ ٦٨١٨٧٤

bnaadmin@brtc.gov.bh

قسم التحرير العربي والانجليزي

هاتف: +٩٧٣ ١٧ ٨٧١٦٠٨ - +٩٧٣ ١٧ ٦٨٢٩٦٢

فاكس: +٩٧٣ ١٧ ٦٨٧٠٠٨

قائمة بأسماء المسؤولين في الصحافة المحلية

صحيفة أخبار الخليج

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المنصب	الاسم
	١٧٦٢٣٥٢٥	٣٩٦٠٧٩٧٠	١٧٦٢٢١١١	رئيس تحرير صحيفة أخبار الخليج	أنور محمد عبد الرحمن
	١٧٦٢١٥٦٦	٣٩٦٢١٢٥٨	١٧٦٢٨٤٣٠	نائب مدير التحرير	لطفى نصر
	١٧٦٢١٥٦٦	٣٩٩٣٤٩٩٣	١٧٦٢٠١١١	صحافي	محمد الساعي

صحيفة الأيام

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المنصب	الاسم
	١٧٦١٧١١١	٣٩٦٩٣٩٩٣	١٧٦١٧١٧١	رئيس تحرير صحيفة الأيام	عيسى الشايعي
	١٧٦١٧١١١	٣٩٩٥٥١٢٣	١٧٦١٧٠٠٦	رئيس قسم الشؤون السياسية	محمد الأحمد
	١٧٦١٧١١١	٣٩٩٣٢٢٦٧	١٧٦١٧٠٣٧	صحافي	علي مجيد

صحيفة الوسط

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المنصب	الاسم
	١٧٥٩٢٩٠٨	٣٩٦٢٦٤٣١	١٧٥٩٢٩٩٩	رئيس تحرير صحيفة الوسط	د. منصور الجبري
	١٧٥٩٢٩٠٠	٣٩٩٠٠٩٤٠	٩٧٦	رئيس قسم الشؤون السياسية	عقيل ميرزا
	١٧٥٩٢٩٠٠	٣٩٩١١٤١٩	٩٢١	نائب رئيس قسم الشؤون السياسية	علي العليوات

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المناصب	الاسم
	١٧٧٠٦٦٠٢	٣٦٥١٥١٥١	١٧٧٠٦٦٠٠	رئيس تحرير صحيفة البلاد	مؤنس المردي
	١٧٧٠٦٦٦٧	٣٦٣٦٦٣١١	١٧٧٠٦٦٧٧	رئيس قسم الشؤون المحلية والسياسية والتطوير	عادل مرزوق
	١٧٧٠٦٦٦٤	٣٣٤٤٣٤٦٣	١٧٧٠٦٦٠٨	صحافي	راشد الغائب
	١٧٧٠٦٦٦٤	٣٣٧٥٥٧٣٥	١٧٧٠٦٦٠٨	صحافي	حسين خلف

صحيفة الوطن

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المناصب	الاسم
	١٧٤٩٦٦٧٠		١٧٤٩٦٦٦٦	رئيس تحرير صحيفة الوطن	عبد الله سلمان
	١٧٤٩٦٦٧٨	٣٩٩٠٤٤٥٦	١٧٤٩٦٦٦٦	رئيس قسم الشؤون السياسية	أحمد المدوب

صحيفة GDN

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المناصب	الاسم
	١٧٦٢٢١٤١	٣٩٦١٤٤٤٨	١٧٦٢٠٢٢٢	رئيس التحرير	جورج ويليامز
	١٧٦٢٢١٤١	٣٩٦٥٩٦٣٥	١٧٦٢٠٢٢٢	صحافي	محمد العالي

صحيفة Bahrain Tribune

ملاحظات	الفاكس	النقل	المكتب	المناصب	الاسم
	١٧٥٨١٣٢٦	٣٦٠٥٥٤٦٦	١٧٥٦٦٨٠٢	رئيس التحرير	أجيت جون
	١٧٥٨١٣٢٦	٣٩٠٤٥٦٥٢	١٧٥٨١٢٦٩	صحافي	الكساندر آراكل

مراسلو الوكالات والصحف الأجنبية وشبكات التلفزيون الفضائية

الاسم	الجهة الإعلامية	الهاتف	الفاكس	البريد الالكتروني
١	حبيب الترمي	News Gulf	٢٩٦٥٠٠١٩	١٧٥٣٠٤٠٥
٢	سلمان الدوسري	الشرق الأوسط	+٩٧١٥٠٢٢٥٦٥٥٩	ssalman@gmail.com
٣	محمد سامي كمال	صحيفة الأهرام	٣٩٦٢٣٨١١	Mohdsami@hotmail.com
٤	د. خالد آل هميل	صحيفة الجزيرة السعودية	١٧٥٤١٢٢٧	
٥	جمال الباقوت	صحيفة الجزيرة السعودية	٣٩٦٩٩٩٣٣	Alyaqoot2000@yahoo.com
٦	عبد الحكيم الرفاعي	وكالة الأنباء الكويتية (كونا)	٣١٥٥٨٣٣٧	Q8wiseguy@gmail.com
٧	ريم خليفة	لم يتم التعرف على الجهة المراسلة	٣٩٦٦٧٦٨١	Reem.khalifa@alwasatnews.com
٨	مهدي سليمان	صحيفة اليوم السعودية	٣٩٧٢٢٢٩٦	mohannaad@gmail.com
٩	تمام أبو صافي	صحيفة خبر عاجل الإماراتية	٣٩٦٠٦٦٦٨	tamam@batelco.com.bh
١٠	فيصل الشيخ	راديو سوا العالم	٣٩٦٦٩٦٩٢	Faisal76@batelco.com.bh
١١	عبد الرسول حسين	صحيفة الخليج الإماراتية		
		مراسل رياضي		

الاسم	الجهة الإعلامية	الهاتف	الفاكس	البريد الإلكتروني
محمود النسيط	مجلة النور	٣٩٦٦٦٥٥١	١٧٤٤٢٢٧٨	mmashheet@batelco.com.bh MaZmood90@gmail.com
مازن علي	صحيفة عرب نيوز وكالة الأنباء الألبانية الأوردوية	٣٩٤٠٥٦٥٠	١٧٥٥٥٣٢٦	Mazenmahdi@gmail.com
نزينة سعيد	راديو مونت كارلو	٣٩٦١١٧٢٦٦ ١٧٧٩٢٤١٩	١٧٧٩٠٥٣٩	Nazeaha.saeed@gmail.com
فاطمة عبد المحسن	تلفزيون الكويت	٣٩٧٣٩٧٢٢	١٧٥٨٢٨٧٦	Fatima_news@hotmail.com
سيد عبد القادر	الأخبار المصرية	٣٩٧٩٤٤٢٨	١٧٦٢١٥٦٦	sayedo@hotmail.com
غازي الغريزي	صحيفة البيان الإماراتية	٣٦٤٤٤٢٢٠٠		Ghazi.algjurairi@gmail.com
تيمور ر عوف	Review Marketing Gulf	٣٩٦١٦٤٣٤		taimour@batelco.com.bh
Asar. D Anil	Re- Magazine Business tailMe	٣٩٦٦١١٣٤٥		
أشرف محمد المرزوق	صحيفة عالم اليوم الكويتية	٣٩٩٣٣٠٩٥٩		ashrafwithu@yahoo.com
زينب عباس	قناة الإخبارية السعودية	٣٩٢٩٦٥٨٠		Z_mbtv/bh@hotmail.com
آمنة إبراهيم البدري	مجلة سواح	٣٩١٢٧٧٨٨١	١٧٣٣٠١٣٣٣ ١٧٣١١٢٢٠	artistry@batelco.com.bh

البريد الإلكتروني	الفاكس	الهاتف	الجهة الإعلامية	الاسم	
artistry@batelco.com.bh	١٧٣٣٠٦٣٣ ١٧٣١١٢٢٠	٣٩١٢٧٨٨١	صحيفة الراية القطرية	رقية البدرى	٢٣
gmadyam@batelcom.bh	١٧٧٢٨٥٢٢	٣٩١٩٦٦٦١ ١٧٧٢١٨٤١	صحيفة مادميام الخليج	عبد الجليل عبدالله	٢٤
	١٧٧٢٨٥٢٢	٣٩٢٠٣٨٦٥ ١٧٧٢١٨٤١	صحيفة مادميام الخليج	سوريش كومار	٢٥
Bahrain@jeevan.tv		٣٩٤٤٩٢٣٩ ١٧٢١٥٩٥٧	TV Jeevan	روي ماثيو	٢٦
asoknews@yahoo.com		٢٩٨٦٧٠١٦ ١٧٢١٥٩٥٧	News Malayalam	اهوك كومار	٢٧
rfarouk@alwatannews.net	١٧٤٩٦٦٤٥	٣٢٥٥٦٠٢٢	مجلة الصيد اللبنانية	رندة فاروق	٢٨
ahmad@alubaydli.com		٣٩٢٣٧٦٦٠	صحيفة الحياة	أحمد العبيدلي	٢٩
		٣٩٤٢٢٥٦٥	وكالة AP (مصور)	حسن عباس جمالي	٣٠
		٣٩٠٥٨٩٦٥	مجلة الأهرام	هيثم محمد	٣١
jordanmedia@gmail.com	١٧٧٢٧٢٤٤	٣٢٦٥٨٨٧٩	وكالة الأنباء الأردنية (بترا)	سمير اليافعي	٣٢
maria@maritaranos.co.uk		٣٣٤٩٠٠٠٨	BBC	ماريا راموس	٣٣
Mohammed.albaz@cncarabia.com	١٧٢١١٧٧٦	١٧٢١١٧٢١ ٣٩٢٦٦٩٤٦	CNBC عربية	محمد الياز	٣٤

البريد الإلكتروني	الفاكس	الهاتف	الجهة الإعلامية	الاسم	
Mohammed.nazih@cnbcarabia.com	١٧٢١١٧٧٦	٣٩٨٣٩٢٠٦ ١٧٢١١٧٢١	عربية CNBC	محمد نزية	٣٥
Mohammed.abbas@reuters.com	١٧٥٣٦١٩٤	٣٩٧٦٠٢٩٩	رويترز	محمد عباس	٣٦
	١٧٥٣٦١٩٤	٣٦٤١٤٠٠٧	رويترز	حمد إقبال	٣٧
Badi.bah@gmail.com		٣٦٦٨٤٠١٩ ١٧٦٩٣٨٩٥	وكالة السودان للأنباء	ابراهيم خالد بادي	٣٨
mfadhel@batelco.com	١٧٧٢٥٩٩٥ ١٧٦٢٠٧٨٤	٣٩٦٥٦٨١٢ ١٧٦٢١٢٤٦	وكالة الأنباء الفرنسية	محمد فاضل	٣٩
ghasra@yahoo.com	١٧٧٨١٠٣٠	٣٩٦٢٣٥٢٥	مجلة المستثمرون	محمد العسرة	٤٠
Tarek3elmasy@hotmail.com		٣٩٨٠٤٧٩٢	الوكالة العربية للأخبار	طارق غانم	٤١
		٣٦٦١٦٥٠٥	الوكالة العربية للأخبار	سمر الأبيروكي	٤٢
husseing@aljazeera.net		٣٦٣٩١٦٧٦	الجزيرة	غسان أبو حسين	٤٣
		٣٩٤١١٧٩٩	جريدة الاقتصادية السعودية	مهدي محمد مهدي	٤٤
		٣٩٣٠٢٧٥٦	صحيفة بو لغاز الفلسطينية	عبده بشارة	٤٥
algayeb@gmail.com		٣٩٩٠٠٤٧٧	الوطن السعودية	راشد الغائب	٤٦
Suhaier80@hotmail.com		٣٩٦٥٧٧٧٦	تلغرافون قطر	سهير المهدي	٤٧
salmohandi@alwatannews.net			مجلة بنت الخليج		
Alzaman76@hotmail.com	١٧٢٥٩٧٩٧	٣٩٤٥١٥٠٢	الجزيرة نت	حسن محفوظ	٤٨

٢	المقدمة
٣	مدخل
٣	لماذا تعتبر العلاقات بوسائل الإعلام هامة؟
٣	ما فائدة النصائح المتعلقة بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام؟
٤	مالداعي لاتصال وسائل الإعلام بك؟
٤	مالداعي لاتصالك بوسائل الإعلام؟
٥	مدخل إلى الفنون الصحافية
٥	الإعلام
٥	الإنشاء الإعلامي
٥	الصحافة
٥	اتجاهات الصحف
٧	خصائص الفنون الصحافية
٩	مبادئ عامة في مهارات الاتصال
٩	المقصود بالاتصال
٩	معيقات الاتصال الفعال وأساليب مواجهتها
١١	عادات الاتصال السيئ
١٣	التعامل مع وسائل الإعلام
١٣	هل لديك آلية للحصول على المعلومات؟
١٦	البيان الصحافي
١٦	كيف يمكن إعداد البيان الصحافي
١٧	بعض الأمور الواجب التأكد منها بخصوص البيان الصحافي
١٧	ما هي المعلومات التي يجب أن يتضمنها البيان الصحافي
١٨	أفضل أسلوب لكتابة البيان الصحافي
١٩	كيف يصل البيان الصحافي إلى الشخص المعني؟
٢٠	كيف تتابع البيان بعد صدوره؟

المقابلات..... ٢١

أُسئلة لا بد من معرفة إجاباتها..... ٢٢

مقابلة للنشر والإذاعة..... ٢٣

مقابلة للإذاعة والنشر مع عدم ذكر اسمك..... ٢٣

المقابلة التي لا يصح نشرها أو إذاعتها..... ٢٤

كيف أعد نفسي لإجراء مقابلة؟..... ٢٥

المقابلة الصحافية..... ٢٦

كيف تعد للمقابلة؟..... ٢٦

المقابلة التلفزيونية..... ٢٧

الأمر الواجب إتباعها مع من سيجري معك المقابلة التلفزيونية؟..... ٢٧

المقابلات الإذاعية..... ٣٢

هل ينطلق ما يجب أن يتبع في المقابلات الإذاعية على المقابلات التلفزيونية؟..... ٣٢

المؤتمر الصحافي..... ٣٣

كيفية عقد المؤتمر الصحافي..... ٣٣

الأمر الواجب التأكد منها قبيل عقد المؤتمر الصحافي..... ٣٥

تنظيم الاتصال بوسائل الإعلام..... ٣٦

ماذا يجب أن تتضمن القائمة الخاصة بوسائل الإعلام؟..... ٣٦

أساليب عملية أخرى في التواصل مع الإعلام حول الطاولة المستديرة..... ٣٧

برامج إذاعية وتلفزيونية أسبوعية..... ٣٧

استضافتك لكتابة كلمة المحرر..... ٣٨

أسلوب العمل مع الصحافيين..... ٣٩

الملاحق..... ٤١

