



من أين تأتي القصص الإخبارية الجيدة؟

"الخبر الجدي هو الذي يثير انتباه القراء أما المقالات والقصص الإخبارية فتستحوذ عليهم".

اللورد نورث كليف(*)

يبدو أن بعضا من أفضل القصص تأتي من اللامكان - حوادث، استقالات، نوازل مفاجئة ومذهلة إلى حد أن الحقائق الجوهرية وحدها كافية لاحتلال عناوين الأخبار. ليس بمقدور الصحفيين فعل شيء للتأثير في وجود مثل هذه القصص: كل ما يمكننا فعله هو تقديم نسخ عنها بعد إعدادها وكتابتها بأفضل طريقة. لكن العديد من القصص الجيدة الأخرى تعتمد في وجودها فعلا على الصحفيين - تلك التي تبدأ كأحداث ثانوية لكنها تصبح مذهلة مجفلة بسبب اكتشاف بعض الجوانب والملاحم الخفية؛ وقصص حقيقية مجهولة بالنسبة للجمهور إلى أن يكتشفها صحفي ويكتب عنها.

لا يوجد ما هو اتفاقي أو عرضي في هذه العملية. فالقصص الجيدة كهذه لا تأتي من المجهول؛ بل من صحفيين ناجحين يعرفون أين يبحثون وكيف

(*) الفريد تشارلز وليام (1865-1922)، ناشر صحف بريطاني أسس "ديلي ميل" (1896)، و"ديلي ميرور" (1903). (م)

يفعلون الأشياء بشكل صحيح - لهذا السبب يأتون بعدد أكبر بكثير من مثل هذه القصص مقارنة بالصحفيين العاديين. أما الغموض الذي يكتنف مصدر القصة الجيدة على ما يبدو ظاهريا فلا يعتبر أحجية ملفزة على الإطلاق. إذ يتعلق الأمر باتباع ممارسات العمل الصحيحة، إضافة إلى معرفة الأماكن التي تبحث فيها - والأماكن التي تتجاهلها.

عادات المراسلين الناجحين؟

يحصل أكفأ المراسلين على أفضل القصص الإخبارية لأنهم يتمتعون بمواهب فطرية قوية ويعرفون أين يبحثون عن الخبر، وبمن يتصلون، وماذا يسألون. أما التفاصيل فسوف تغطيها الفصول الثلاثة التالية حول المصادر، والبحث، والمساءلة. لكن للمراسلين عادات أخرى، ربما تكون أقل وضوحا لكن على نفس القدر من الأهمية، تنتج باستمرار قصصا جيدة.

استكشاف كل السبل

ربما يمثل العزم والتصميم الفارق المميز الأكبر بين المراسل العادي والجيد. المثال التقليدي الوثيق الصلة هنا - بسبب طبيعته اليومية - تجسده قصة ديريك لامبرت، الذي كان تحت الاختبار في صحيفة "ديلي ميرور". للوهلة الأولى بدت القصة جريمة قتل روتينية: رجل بولندي وجد مطعونا في قبو منزل متواضع في مانشستر، وأرسل لامبرت لاستطلاع الأمر. لم تبد القضية واعدة. لم يعرف الجيران شيئا ولم يقولوا شيئا، كما لم يصرح رجال الشرطة الذين يحرسون مسرح الجريمة بأي معلومات مهمة، وحين ذهب لامبرت إلى المخفر، قالوا له إنهم لا يستطيعون إضافة شيء إلى البيان الوجيز الذي صدر.

عند هذه النقطة يعود المراسل العادي إلى مكتبه ليقول ليس في القضية ما يثير. وفي الحقيقة هذا ما فعله المراسلون من منافسي لامبرت. لكنه لم يكن مراسلا عاديا. فقد ظل مصمما على معرفة المزيد من المعلومات، وأمل

بالحصول على بضع كلمات من شرطي انتهى دوام عمله في المخفر. بعد برهة، رأى محققين يركبان سيارة، فاعتقد أنهما يعملان على القضية، فعاد أدراجه إلى مسرح الجريمة. وهناك شاهد رجلين بملابس رسمية يدقان على الأبواب. عرف نفسه إلى المحققين وتحدث معهما عن القضية. وتبين له أن القتل كان مخبرا لدى الشرطة صدمته سيارة ثم طعن بسكين حتى الموت. كتب لامبرت القصة وسرعان ما أرسلها إلى مكتبه: "الشرطة كانت تحقق في الليلة الماضية لحل الغموض المحيط بالرجل الذي قتل مرتين". القصة احتلت صدر الصفحة الأولى وضمنت له العمل في صحيفة "ديلي ميرور".

"التسكع" في موقع الحدث

أفضل المراسلين لا يصلون متأخرين لاهئين إلى موقع الحدث، إلا إذا دعتهم الضرورة الملحة لذلك. فهم أول من يصل وآخر من يغادر إذا كان لديهم الوقت الكافي. وبذلك يتواصلون مع الحدث وشخصياته الفاعلة، ويسمعون ما يقال عنه، ويلاحظون التفاصيل المفيدة، ويتحدثون إلى الناس، وي طرحون الأسئلة. ومهما كانت طبيعة الحدث - دعوى قضائية، تحقيق عام، اجتماع سياسي، حملة تنطلق، إصدار تقرير - فإن أفضل القصص الإخبارية لا يعثر عليها في الجزء العلوي من الحدث بل خلال الوقت الذي يمضيه الصحفي قبل وبعد الحدث مع المشاركين فيه. فبرغم كل شيء، لا يعرف معظم الناس خارج مهنة الصحافة مكونات القصة الإخبارية الجيدة. ولا يدلون بمعلومات مفيدة تشكل قصة أفضل بمراحل من تلك التي أتى من أجلها الصحفي أصلا، إلا حين يتحدثون بصورة غير رسمية قبل أو بعد اللقاء، أو المقابلة.. الخ.

حظك يعتمد على جهدك

لكي تكون محظوظا، يجب أن تضع نفسك في موقع يرجح أن يحالفك الحظ فيه. وهذا أمر يعتمد - من ناحية - على المثابرة والدأب، ومن ناحية أخرى على الموهبة الفطرية التي تدلك على الجزء المثير والنشط من القصة،

خصوصا حين تكون مهمة ويتابع فصولها العديد من المراسلين، ومن ناحية
ثالثة على عدم اتباع خطى الغوغاء. في عام 1981، أطلق الرصاص على البابا،
وجاء المراسلون من مختلف أرجاء العالم إلى روما، كان من بينهم، جون
ادواردز، من صحفية "ديلي ميل". وصل ادواردز، مثل زملائه، إلى روما في
الساعة الحادية عشرة والنصف ليلا، لكن بدلا من التوجه مباشرة إلى الفندق،
أراد الحصول على تفاصيل القصة على الفور. لكن إلى أين يذهب؟ كانت
ساحة القديس بطرس تغص بالراهبات اللاتي يصلين من أجل شفاء البابا.
ولم تضاف الشرطة شيئا إلى البيان المقتضب الذي أصدرته، ففكر ادواردز
بالذهاب إلى الموقع الذي ما زال يشهد تطور أحداث القصة - المستشفى الذي
كان البابا يقارع فيه الموت.

دهش ادواردز حين وجد بعيد وصوله المستشفى في الواحدة صباحا، أنه
المراسل الوحيد هناك، والأهم أن السبيل كان مفتوحا أمامه (لم يجد رجال
شرطة يمنعونه من الدخول). وهكذا دخل المستشفى وتجول قليلا في أرجائه،
ثم وجد غرفة انتظار ليجلس فيها ويراقب ويقدر الوضع. غضا لبعض الوقت،
وانتبه في حوالي الساعة السادسة على صوت أبواب تفتح، ووقع أقدام. ثم
رأى ستة جراحين، تطلخت معاطفهم بالدم، يدخلون غرفة الانتظار ويخرجون
إلى الشرفة. وعندما دخنا سجاثرهم وتنشقوا نسيمات الصباح المبكر، تبين له
أنهم يتبادلون الابتسام. اقترب منهم وفاتحهم بالأمر وسر بحظه السعيد.
عرف أن هؤلاء قد أنقذوا حياة البابا، وكان عدد منهم يتحدث الإنكليزية
بطلاقة، وعبروا له عن رضاهم عن العمل الذي قاموا به الليلة الفائتة وزودوه
بالمعلومات التي يحتاجها عن طيب خاطر وبكل حرية. بل رسموا صورا في
دفتر ملاحظاته تبين كل خطوات العملية الجراحية بالتفصيل. ولم يكن من
المفاجئ أن يعتبر ادواردز فيما بعد هذه القصة هي أفضل ما كتبه في حياته.

معرفة أفضل صيغة للقصة الإخبارية

بعض المواهب الفطرية الغامضة للمراسلين الأكفاء، كما يظن من يفتقد الخبرة والتجربة، هي في الحقيقة حسابات مباشرة ومدروسة. ومن أهم المفاتيح التي يستخدمها الصحفيون الناجحون "حبل الأفكار": ما هي أفضل صيغة لهذه القصة؟ وإذا أخذت بالاعتبار جميع السيناريوهات والحقائق المحتملة، ما هي أقوى مقدمة يمكن أن أكتبها؟ هذا المخطط المحسوب يفيد في التعرف على القصص الإخبارية التي لا تستحق المتابعة، مثلما يساعد في الكشف عن تلك المهمة والمؤثرة والمثيرة.

بناء الثقة مع المصادر

يحافظ المرسلون الأكفاء على علاقة منتظمة مع مصادرهم ولا يكتفون بالاتصال بهم عند الحاجة إليهم فقط. ويعملون على تمتين أواصر هذه العلاقة من خلال حضور اللقاءات والاجتماعات ونقل المعلومات إلى هؤلاء بين الحين والآخر. والنتيجة هي أن يتذكر مصدر المعلومات الصحفي "الصديق" حين يحظى بقصة جيدة. كما يتذكر مصدر المعلومات الصحفي الذي أثبت نزاهته ودقته حتى حين لا تربطه به علاقة وثيقة ومنتظمة. ويمكن للثقة بالصحفي أن تساعد بشتى الطرق. كان لإحدى السيدات المسؤولات في الحزب الحاكم من معارفي دور فعال في "تسلل" واحد من كبار المتمرسين في الأخبار الخارجية في صحيفة "الابزرغر" إلى العراق لكي يحقق في التقارير التي كانت تتلقاها حول الأعمال الوحشية التي ارتكبها صدام حسين ضد سكان الأهوار. ولولا علاقتي مع هذه السيدة، وثقتها في صدق وأمانة الصحيفة، وصلاتها مع المجموعات المعارضة في العراق، وشجاعة هذه المجموعات وبسالتها، لما تمكنا من دخول جنوب العراق، ولما سمع العالم بهذه الفضاعات. أما المراسل، شيام باتيا، فقد فاز بلقب أفضل مراسل أجنبي في تلك السنة عن عمله في العراق.

إظهار الاهتمام بالموضوع لا بمجرد القصة

يمكن أن يستشعر الناس، مثلك تماما، أن الصحفي يحصر اهتمامه بهم من أجل القصة الإخبارية. لكن المراسل الجيد يبدي اهتماما مخلصا بالقضايا وبالناس المشاركين فيها. وهو يستفيد من ذلك. في عام 1968، بعد أن سجن المنشق السوفييتي الكسندر غينزبرغ في أعقاب محاكمة مغلقة، دعت زوجته لودميلا إلى مؤتمر صحفي. وفي الليلة التي سبقت انعقاده، اتصل المكتب الصحفي في الحكومة بالمراسلين الأجانب المائة العاملين في موسكو وحذّروهم من أن الحكومة ستتخذ "إجراءات صارمة" ضد أولئك الذين يحضرون المؤتمر. في اليوم التالي، لم يمتلك الشجاعة الكافية لزيارة شقة غينزبرغ سوى أربعة مراسلين، ومن بينهم ريموند اندرسون من "نيويورك تايمز". بعد بضعة شهور (تموز/ يوليو 1968)، حصل اندرسون على وثيقة من صديق تلقاها بدوره من اندريه اميلريك، المؤرخ السوفييتي المنشق، تضم المقالة التي أصبحت مشهورة الآن والتي يتحدى فيها الدكتور اندريه ساخاروف النظام السوفييتي. وبعد عدة مغامرات واستقصاءات، تأكد اندرسون من أن الوثيقة أصلية وأرسلها سرا لتحتل عناوين الأخبار في مختلف أنحاء العالم.

استشفاف القصص غير المكتملة بعد

"المتابعة" ليست كلمة مجيدة بالنسبة للعديد من المراسلين، حيث تحمل دلالات ضمنية على طلب جمع وترتيب بعض التفاصيل غير المكتملة أو المفسرة، أو إضافة بعض الزخارف لقصة قديمة لكي تبدو جديدة وطازجة. يصدق هذا على العديد من الصحف، لكن هناك أيضا كثيرا من القصص التي تعطي ثمارا أفضل وأينع عند متابعتها مقارنة بحالتها الأصلية. لذلك، يستشف الصحفي الجيد هذه القصص عبر التفكير بالحلقة المفقودة (أو ربما تكون مفقودة) من القصة برمتها. على سبيل المثال، توفيت امرأة طاعنة في السن دون أن يلحظ موتها أحد في بيتها في شمال إنكلترا. قال المحقق الجنائي في معرض تعليقه على التباين بين العلامات المرئية (زجاجات الحليب على باب

البيت.. الخ) وبين لامبالاة جيرانها: لو انتبهوا لها أو تجشموا عناء زيارتها لكانت الآن حية ترزق.

أرسلت "ديلي ميرور" ديريك لامبرت لاستقصاء الملابس التي أحاطت بموت المرأة التي تجاهلها جيرانها، واحتمال كتابة قصة حول الموضوع. تنقل من بيت إلى بيت، وجمع نتفا من المعلومات، لكن الناس قابلوه بمزيج من النظرات الجوفاء والاستخفاف واللامبالاة. في نهاية المطاف، عثر على رجل من الجيران كان راغبا في الحديث معه. وحين التفت لامبرت ليغادر، صاح الرجل: "لا تتس وقاحة المحقق!". عندما سأله لامبرت عن قصده (وهذا سؤال مفيد في كل الحالات) قال: "إنه يسكن قريبا من هنا". فقد كان واحدا من جيران المرأة الذين انتقدهم. عندئذ، عرف لامبرت أنه حصل على قصة جيدة - حكاية المحقق الذي انتقد نفسه دون أن يدري.

النظر إلى الأمور بطريقة أخرى

هنالك الكثير من العوامل المشتركة بين الممثل الهزلي والصحفي الجيد. فكلاهما يعثر على الأفكار المنتجة عبر تقليب الأمور بذهنه، وعكس الحالة (أو الجملة) من أجل تفحصها، وبالتالي تقديم ما هو مفاجئ وغير متوقع. المراسلون الناجحون يجدون العديد من الأفكار الجيدة عبر معاينة الأشياء من منظور غير عادي. حين أرسل جون تيرني من صحيفة "نيويورك تايمز" - مثلا - ليكتب قصة عن امرأة انضمت إلى دروس تدريب الدفاع عن النفس (فكرة مملة على أقل تقدير)، لم يكتب مقالة عنها، بل عن "مجسم لمعتد أثيرم" - أو مجسم اللص مغتصب النساء الذي يتلقى لكلمات وركلات المتدربات.

لكن هناك حدودا لمقدرة المراسلين الإبداعية. على سبيل المثال، كان لصحيفة "ديلي ميل" مراسل يدعى موريس فاغنيس، عرف بعدم الحفاظ على مواعيده. وتأخر ذات يوم كثيرا فعاقبه مديره بإرساله لتغطية حدث باهت لا يناسب الصحفيين يقع على مسافة بعيدة - معرض للحمام في بيرمنغهام. ولأن

فاغنيس لا يحب أن يغلب، استطاع تهريب قطة إلى المعرض تحت معطفه، لكن يكتب قصة مثيرة عن ذلك الذي وضع قطة بين الحمام.

إيجاد الروابط

العثور على روابط تصل بين الأشياء هو ما يفعله المراسل الجيد حين يأخذ قصتين أو حقيقتين منفصلتين ويجمع بينهما برباط. وهذا ما دعاه ويلي غوتمان، الناشر الصحفي الذي هرب من ألمانيا النازية، "السبق الصحفي بالتحقيق". وهو أحد الأسباب التي تثبت خطأ أولئك الذين ينتقدون الصحف لأنها "تعتاش على بعضها بعضاً". فالعديد من القصص الإخبارية الجيدة تأتي من صحافي عثر على مادة منشورة في صحيفة أخرى، ليجري تحقيقاته واستقصاءاته ويكتشف وجود الكثير من المعلومات حول الموضوع أو القضية مقارنة بما كتبه تلك الصحيفة. كما أن العديد من القصص الإخبارية المهمة لم يكشف النقاب عنها بالكامل إلا لأن الصحف اشتغلت عليها بشكل جماعي - لكن مستقل - للعثور على قطع اللغز المتناثرة التي تكمل الصورة حين تجتمع معا. أما المثال التقليدي على هذه الحالة فهو التحقيق في فضيحة ووترغيت في أمريكا (1973-1974)، التي أدت إلى استقالة الرئيس نيكسون.

عدم الاعتماد على المختصرات الوجيزة للتقارير الرسمية

من الصعب ألا يصيبك السأم حين ترى غلاف معظم التقارير الرسمية. لكن قد تجد في بعضها قصة حقيقية. وقد تكون وضعت فيها عمداً، على أساس التوقع بأن معظم الصحفيين لن يتحملوا عنق قراءتها حتى الصفحة الأخيرة، أو بصورة دقيقة. فالعديد منهم يكتفون بقراءة صفحات الموجز إن كان التقرير سميكا. إذا وجدت الوقت الكافي، اقرأ التقرير برمته؛ وإلا فادرس الصفحات التي يرجح أن تضم المادة المهمة - المسائل المعروضة من الأطراف التي استهدفتها الانتقادات، الدليل المقدم من المظلومين، القسم المتعلق بسجلات الحالة.

يمكن لقراءة التقرير بكامله أن تغل مكاسب هائلة. في بداية التسعينات، كانت ايلين ويلسوم المراسلة الإخبارية لصحيفة "البكركي تريبيون"، تتصفح وثيقة نزعت عنها السرية حول التجارب الإشعاعية على الحيوانات في أواخر الحرب العالمية الثانية. وفي هامش غامض أسفل إحدى الصفحات، وجدت إشارة إلى ثمانية عشر شخصا حقنوا بجرعات من البلوتونيوم لكي يدرس العلماء تأثير الإشعاع في الجسم. بدأت ويلسوم البحث، وفي تشرين الثاني/نوفمبر 1993، نشرت سلسلة من ثلاث حلقات. بعد مرور شهر، دعت الحكومة الأمريكية إلى مؤتمر صحفي واعترفت بما حدث. وأمر الرئيس كلينتون بإجراء تحقيق، ورفعت عائلات الضحايا دعاوى قضائية. في السنة التالية، فازت ويلسوم بجائزة بوليتزر (*).

عدم الحكم المسبق على الناس

أنجح عميل استخباراتي قابلته في حياتي كان رجلا ضخما لحيما عليه أمارات السذاجة، تتكر بقناع مصارع محترف. وباستثناء رحلاته المتعددة إلى الخارج، كان آخر من تتوقع أن يكون جاسوسا: ولهذا السبب لم أعرف مهنته الحقيقية إلا بعد وفاته. وأعتقد أن تلقى كثيرا من الضربات على أم رأسه.

يعرف الصحفي الناجح أن الحكم على الناس من مظهرهم الخارجي ومهنتهم أقصر الطرق لارتكاب الأخطاء وخسارة القصص الإخبارية الجيدة. بعض من أقل مصادر الأخبار موثوقية قد تتبدى عليهم مظاهر الثراء والرخاء، وقد يبدو أفضلهم كالمسولين المشردين. هذا لا يعني أن عليك قضاء ساعات مع المعتوهين والممسوسين والمصابين بالذهان وجنون الاضطهاد، الذين اعتادوا إزعاج الصحفيين بحكاياتهم حول ما يتعرضون له من مطاردات، أو للخطف

(*) جائزة أسسها الأمريكي جوزيف بوليتزر (1847-1911) وتمنح للإنجازات المتحققة في ميادين الصحافة والأدب والموسيقى في الولايات المتحدة. (م)

من قبل كائنات فضائية، أو للظلم من قبل الحكومة. بل يعني إطلاق الحكم على الناس اعتمادا على ما يقولونه لا على مظهرهم. كان أحد الصحفيين في "ديلي ميل" (في أوائل ثلاثينيات القرن العشرين) عائدا إلى مكتبه بعد أن قابل زائرا رث الثياب في البهو. وقال إن الرجل معتوه على ما بدا واضحا، وتحدث بتلعثم حول بث الصور المتحركة. بعد ثلاثة أيام، نشرت صحيفة منافسة اختراع التلفزيون بواسطة رجل يدعى لوغي بيرد - وهو الشخص "المعتوه ذو الثياب الرثة" الذي قابله صحفي "ديلي ميل" في البهو.

الاحتفاظ بملف للأفكار

رؤية مفيدة لكن من الشائع تجاهلها. فنوعية وجودة ومدى الأفكار من الأشياء التي تظهر الفرق بين الصفحات الإخبارية المترعة بالإثارة وتلك الباهتة الباردة المملة. لذلك يتوجب عليك الاحتفاظ بملف تسجل فيه الأفكار، وتضع قصاصات الجرائد والمجلات التي قد تفيد قصة إخبارية تكتبها في المستقبل. الملف مهم حتى لو اقتصررت فائدته على التشجيع على ممارسة عادة الصحفيين الناجحين - قراءة الكثير من الصحف والمجلات. وبغض النظر عن إبقائهم على اطلاع على آخر التطورات، وعلى اتصال بما يفعله المنافسون، فهو يحافظ على معلوماتهم العامة - السبب الآخر وراء بروزهم ولفت الأنظار إليهم.

المصادر غير الواضحة

يضيق أفق ومدى تفكير معظم الصحفيين حين يتعلق الأمر بالمصادر. لكن عند معاينة الصحف الرصينة على المستوى الوطني، التي تختار من بين كل ما هو متوفر من الأخبار في أي يوم، نجد أن مصادر أخبارها وقصصها ليست تقليدية كما يتخيل الناس. "الاندبندت" على سبيل المثال، تضم في العدد العادي ما بين 33 - 38 قصة إخبارية محلية، باستثناء الإجازات أو التقارير البرلمانية. أحد الأعداد الصادرة في شهر كانون الأول/ ديسمبر 1999، ضم 36 قصة إخبارية كانت مصادرها كالتالي:

10	إدارات أو وكالات حكومية
5	صلات، مصادر، مشاهدات..
5	محاكم، تحقيقات
3	جامعات
3	مجموعات ضغط، نقابات.. الخ.
3	مصادر سياسية
2	صحافة متخصصة
2	شركات تجارية
1	مجلات استهلاكية
1	منظمات دولية
1	الشرطة

الأعداد الأخرى من الصحيفة تظهر زيادة طفيفة في المصادر السياسية والشرطية، وانخفاضا في مصادر المحاكم، لكن على العموم لا تتفاوت هذه النسب تفاوتاً كبيراً. الأمر الذي يعني أن نصف القصص الإخبارية تأتي باستمرار من مصادر غير رسمية. فإذا شملت المصادر الحكومية البيانات والتصريحات الرسمية فقط، مقابل تلك المستخلصة من الصلات الشخصية، فإن المصادر غير الرسمية تشكل بصورة منتظمة حوالي 60% من القصص. وهذا يظهر أهمية بناء الصلات الشخصية، ولا سيما الانفتاح على المصادر والموضوعات غير التقليدية. نقدم فيما يلي بعض المقترحات حول الأماكن الأقل بروزاً ووضوحاً حيث يمكن العثور على القصص الإخبارية الجيدة.

الجامعات ومعاهد البحوث

يتولى الأكاديميون إجراء دراسات لا يجرؤ الروائيون على القيام بها، بغض النظر عما إذا كانت بحوثاً طبية رائدة، أو تتعلق بالحياة البرية في منطقتك، أو تحقق في السبب الذي يدفع الرجال لارتداء لون معين من ربطات العنق.

بعضها على درجة رفيعة من التخصص، لكن العديد منها يثير اهتمام الجمهور العريض. على سبيل المثال، ظل أحد معاهد الأبحاث الفضائية في ضواحي موسكو يدرس طيلة سنين عديدة أنماط الشخصيات القادرة على التعايش والانسجام لكي لا يبدأ رواد الفضاء الذين يجتمعون معا على المحطة الفضائية "مير" العراك حالما يغادرون الأرض. إن الكتابة لعموم القراء، وتطبيق الدراسة على الناس الذين يعيشون معا في المنازل والمكاتب (بدلا من سفينة الفضاء) سوف تثير اهتمام الجميع.

الصحافة المتخصصة والطليعية

إذا امتلكت المعرفة الكافية لقراءة المجلات المتخصصة، يمكن أن تحصل على مصدر ثر للقصص الواقعية. كما أن صحف بلدك الطليعية والراديكالية تستحق أن تقرأها بانتظام. صحيح أن التقارير والتحقيقات في مثل هذه الصحف تفتقد التوازن، إلا أنها غالبا ما تكون نتاجا للاتصال مع المصادر غير التقليدية. ولا ننسى أن بعضا من أفضل القصص الإخبارية ظهرت أول ما ظهرت في هذه الصحف.

الكتب

في عام 1998، كشف ماسييه زاريمبا، وهو صحفي من أصل بولندي يكتب لأكبر صحيفة سويدية، "داغينز نايتير"، القصة الكاملة لكيفية قيام السويد بتعقيم أكثر من 60 ألف امرأة بالإكراه بين عامي 1935 - 1976 فبعد أن عمل مع باحث يدعى ماييا رونسييز، الذي تمكن من الوصول إلى محفوظات المجلس الطبي الحكومي، اكتشف زاريمبا أن التعقيم لم يكن طوعيا، وذلك على العكس من الاعتقاد الشائع في السويد. فالطالبات اللاتي تخلفن في الدراسة، و"الفاجرات"، ومعارضات السلطة، اعتبرن "غير مرغوب بهن"، ونقلن من بيوتهن بواسطة المسؤولين الحكوميين، ووضعن في مؤسسات خاصة ولم يطلق سراحهن إلا بعد أن خضعن للتعقيم. ذاعت القصة في كافة أرجاء العالم،

وشكلت الحكومة السويدية لجنة للتحقيق. لكن أين عثر زاريمبا على هذه القصة؟ في كتاب مهمل كتبه سويديان لم ينشر إلا في الولايات المتحدة.

المجلات المخصصة لفئات معينة

هذه المجلات ليست موجهة للأكاديميين، ولكن للقراء العاديين من ذوي الاهتمامات الخاصة. إن قراءة مثل هذه المجلات تتيح لك الدخول إلى مجالات وعوالم (مثل عالم صيادي الكنوز، أو زارعي الخضراوات) ما كنت لتدخلها في العادة. وسوف تجد في كل قضية تقريبا قصة يمكن أن تثير قراء جريدتك إذا استطعت التعامل معها بالشكل المناسب. لربما تنشر مجلة متخصصة بالكمبيوتر قصة حول فيروس جديد يهدد أنظمة البيانات التجارية؛ أو تحقق مجلة سيارات بأعمال السلب والنهب التي يرتكبها لصوص يركبون السيارات؛ أو تعرض مجلة جنسية دعاية تستخدمها أنت لكتابة تحقيق حول الصور الإباحية للأطفال؛ أو تنشر مجلة للبيستنة قصة حول كيفية تحويل الأوراق المالية إلى عجينة يصنع منها السماد المخصب.

المنظمات الدولية

هنالك آلاف مؤلفة من المنظمات الدولية التي تصدر التقارير، والإحصائيات، والبيانات، وتعدّد المؤتمرات والندوات، وتوظف الخبراء والمتخصصين - ومع ذلك لا يغطي مثل هذه الأحداث مراسلو الصحف إلا فيما ندر لسوء الحظ. ولا ريب أن هذه المنظمات تشكل مصادر عظيمة وغير مستغلة للقصص الإخبارية، كما أنها لا تتحصر في مجرد تناول المشكلات العالمية. فمعظم نشاطها يشمل دراسة/ أو العمل على حل المشكلات المحددة في بلدان معينة. اذهب إلى المكتبة، وابحث عن المنظمات التي تعمل في المجال الذي يثير اهتمامك، وقم بزيارة موقعها على الويب. للأمم المتحدة، مثلا، هيئات ومنظمات للمرأة، والكوارث، ورعاية الطفولة، والصحة، ونزع السلاح، والتدريب، والتنمية الاقتصادية، والمستوطنات البشرية، والبيئة، والمحيطات،

والتجارة، واللاجئين، وقوات حفظ السلام، والسكان، والمعونات الغذائية، وزراعة الغذاء، والطاقة الذرية، والطيران المدني، والعمل، والنقل البحري، والاتصالات، والصناعة، وحقوق الطبع والنشر، والأرصاد الجوية - أي كل موضوع يهم البشر في مختلف أرجاء العالم.

الإعلانات المبوبة

الصحفي الذي لا يقرأ الإعلانات المبوبة في أية صحيفة تقع عليها يدها يفوت واحدا من أهم مصادر القصص الإخبارية التي تثير اهتمام الناس. فبرغم كل شيء، يشكل هذا المجال نقطة تواصل البشر - من غير الصحفيين - مع أقرانهم. على سبيل المثال، نشرت صحيفة "سان فرانسيسكو اكزامينر" الإعلان التالي لسيدة تدعى غلاديس كيد (2 / 5 / 1962):

لا أريد أن يعدم زوجي في غرفة الغاز عقابا على جريمة لم يرتكبها. لذلك سوف أعرض خدماتي لعشر سنوات كطاهية أو خادمة أو مدبرة منزل لأي محام يدافع عنه ويبرئته.

شاهد أحد أشهر المحامين في المدينة، فينسنت هالينان، الإعلان واتصل بالسيدة غلاديس. وكانت محاكمة زوجها، بتهمة قتل تاجر للتحف الأثرية بعد أن وجدت بصماته على سيف مرصع وملطخ بالدم في متجر الضحية، على وشك أن تبدأ. وخلال المحاكمة، أثبت هالينان أن التاجر لم يقتل بواسطة السيف. كما أكد أن سبب وجود بصمات ودماء المتهم على السيف يعود إلى أنه عبث به حين كان يتسوق مع أحد أصدقائه. وجد المحلفون أن المتهم بريء، ورفض هالينان عرض السيدة غلاديس بخدمته. ثمة عدد لا حصر له من القصص التي يمكن العثور عليها في الإعلانات المبوبة: بدءا بقصة امرأة روسية دفعها الفقر لمحاولة بيع ابنها، وانتهاء بعصاة لتهديب الحيوانات النادرة التي أعلنت عن "بضاعته".

مناسبات الذكرى السنوية

تشكل هذه المناسبات مصدرا لا ينضب للقصص الإخبارية. ويمكن أن تكون مجرد احتفال بسيط بعيد ميلاد أو ذكرى وفاة، أو أحداث تاريخية كبرى، أو مناسبات اجتماعية مثل ابتكار أدوات منزلية جديدة، أو سوى ذلك من المعالم المميزة للحياة اليومية. لا ضرورة لأن تكون القصص التي تتناول احتفالات الذكرى السنوية خفيفة ومسلية. فدراسة قصة إخبارية مهمة بمناسبة مرور خمس سنوات عليها من أجل كتابة خلفية لمقالة جديدة قد تكشف عن تقرير مخبأ، أو جماعة مهمة، أو حدث آخر يجعل القصة جديّة ومثيرة.

المجالات المفيدة الأخرى تشمل: الفروع الجنائية المتخصصة وغيرها من خدمات الطوارئ (خصوصا تلك التي تتعامل مع قضايا التزوير، وجرائم الكمبيوتر، والفن، والتحف الأثرية)؛ الهيئات الحكومية المهمشة (مثل تلك التي تتعامل مع إتاحة الحصول على الأراضي والعقارات للجمهور مقابل ضريبة تركات مخفضة، وإدارة ممتلكات المتخلفين عقليا..). الاستثمارات الواعدة بعائدات مرتفعة؛ أولئك الذين أثروا بسرعة أو "لا يمكن أن يخطئوا" المشاريع التجارية؛ الشركات المانحة للقروض (لا سيما التي تستهدف ذوي الدخل المحدود)؛ الوثائق العامة التي سمح بنشرها حديثا؛ مجموعات الضغط أو المجموعات ذاتية الاعتماد التي تعمل في المجالات غير العادية. لسوف تصادف المزيد إذا أبقيت عينيك وأذنيك مفتوحة. ابحث عن التنافر، عن الأشياء التي لا تبدو معقولة أو متسقة، الأشياء التي تحتاج إلى تفسير. قصتي الخيرية الأولى كانت حول المشردين في شوارع المدينة البريطانية التي كنت أعيش فيها. ونتجت عن مشاهدتي لهم ليلا عند مداخل البيوت وفي الحدائق، ثم توجيه أسئلة المراسل الأساسية إليهم: من؟ لماذا؟.. الخ. السلسلة التي كتبتها أدت إلى زيادة عدد الناس الذين قصوا علي حكاياتهم، وإلى أن يوكل لي رئيسي مهمات أفضل.

القصص الإخبارية التي يتجنبها المرسلون الأكفاء

إذا تمتع المرسل الناجح بخصلة مميزة، بغض النظر عن الجد والدأب والمثابرة، فهي معرفة القصص التي يستبعد أن تكون مهمة، والبقاء بعيدا عنها. وهو يعرف أن القصص الجيدة تأتي (باستثناء بعض الحالات النادرة) من النشرات الصحفية التجارية، والمؤتمرات الصحفية الروتينية، والبريد الذي يصل إلى مكتبه في غرفة الأخبار، أو من الأشخاص الذين يتصلون به هاتفيا ويقولون: "لدي قصة لك!". ولا تأتي من عمليات المسح واستطلاعات الرأي التي تستفتي عينات صغيرة العدد، ولا تلك التي تتعامل مع الواضح الصارخ بلغة العلم، وتلك التي تستهدف تحديد جماعات اجتماعية جديدة، ولا القصص المتعلقة بما يقوله الناس فقط، أو تأتي من أحداث تُعد خصيصا للصحفيين وحسب، مثل الدعوات لالتقاط الصور التذكارية، وإطلاق المبادرات أو المنتجات أمام الصحافة، أو المناسبات التي تستهدف الدعاية ولفت الانتباه. كما أنهم - فوق كل شيء - يعرفون أنها لا تأتي عموما من قصص "النزاع والخلاف".

قصص النزاع والخلاف

أصبحت مثل هذه القصص وباء الصحافة وخدعتها الاحتيالية. صحيح أنها تكون مشروعة حين تنقل انتقادات جديّة للإجراءات والتصرفات الرسمية، أو الاختلافات الحقيقية أو الحادة بين أولئك الذين يمكن أن يؤثروا في النتيجة، إلا أن من الشائع اعتبارها صيغة لا يزيد فيها النزاع أو الخلاف على وهم نسجه خيال المرسل الصحفي ورغبته في بعض الدراما الزائفة. يحدث شيء، أو يقال شيء، فيتصل المرسل بمتبجح معروف فيقوم هذا - لإرضائه - بالإدانة أو الأسف أو المطالبة بإجراء تحقيق. هذا المعادل الصحفي للاصطياد السهل في الماء العكر يوضع تحت عناوين مثل "خلاف حول.."، أو "غضب عارم على.."، أو "غضب حانق من..". أما النتيجة فقصص متوقعة ومبتذلة وخيالية وليس لها وجود إلا على صفحات الجريدة التي تنشرها.

من الأشكال الشائعة الأخرى إضافة "النزاع" إلى القصة الخبرية في محاولة "لتثقيط" شيء حدث أو أعلن في وقت سابق. ويطلب من الخصم المتوقع التعليق على ما حدث، ثم تنقل معارضته في مقدمة القصة باعتبارها "نزاعا غاضبا تفجر الليلة الماضية حول..". وبغض النظر عن الإثارة المصاحبة لكلمات مثل "تفجر" و"نزاع غاضب"، فإن هذا الأسلوب يضعف القصة بدلا من أن يقويها.

لكن الاختبار النهائي لقصص "النزاع والخلاف" هو التالي: هل سمعت في حياتك قارئاً يناقش قصة "النزاع والخلاف" بتعابير مشابهة لتلك التي توردها الصحف؟

"هنالك نوعان من الصحافة: الصحافة التي تحاول قول الحقيقة

وتلك التي تتعامل مع الخبر وكأنه استعراض"

ماكس هاستينغز.





البحث

"حين أتى النداء في منتصف الليل، كان على الإطفائي ارتداء لباسه
بسرعة وإطفاء النار. أما المراسل فعليه أن يخبر مليون شخص من
أشعل عود الكبريت ولماذا؟".

مورت روزينلوم، أسوشييتد برس

لا ينبغي عليك تحرير القصص الخبرية والحكم عليها قبل أن يتضح أمر
واحد: فأكثر الأسباب شيوعا وراء فشل القصص ليس الأسلوب السيئ في
الكتابة، أو ضعف البناء، أو الاقتباسات المزيفة، بل البحث غير الكافي. ولن
تستطيع الجمل والعبارات المنمقة إخفاء ذلك عند كتابة التقارير الصحفية.
فإما أن تمتلك المادة الخام أو لا.

إن امتلكت المادة الخام امتلكت الوسيلة الناجحة لكتابة قصة خبرية
واضحة، خالية من الفجوات، تتمتع بمنظور قوي وأصيل، وتورد أمثلة حية أو
حكايات طريفة، إضافة إلى فهم متعمق لأهمية الأشياء. ويمكن لقصتك أن
تكون متماسكة ومحكمة نظرا لانتفاء الحاجة إلى التطويل والإسهاب.

إذا افتقدت المادة الخام، ستكون قصتك مشوشة وغامضة، ومليئة بالفجوات
نتيجة غياب المعلومات أو التفسيرات. وستصبح لغوا فارغا وجامدا يبعث على

الملل. في أفضل الحالات ستكون ما يدعوه محررو ومدراء الأخبار "التحويم حول المكان"، أي مجرد "جولة" حول النقاط الواضحة والمألوفة في القصة.

إذن، ماذا تفعل للحصول على المادة الخام؟ أولا، يجب أن تعرف عموما ما الذي تبحث عنه. ثانيا، عليك أن تعرف من أين تحصل على ما تريد، أو على الأقل أين ومن تسأل.

ما الذي يجب أن تبحث عنه

ابدأ بالأساسيات: من، ماذا، أين، متى، كيف، لماذا - لكن لا تتوقف هنا. فما أنت بحاجة إليه قبل كل شيء هو التفاصيل والرواية التي توضح الأساسيات. هذه المعلومات الإضافية هي التي تميز عموما بين النسخة العادية من القصة والنسخة الجيدة. خذ أي قصة مهمة في أي يوم وتفحص الروايات المختلفة عنها في مختلف الصحف. إن غنى بعضها - مقارنة بالأخرى - هو ما يثير انتباهك.

التفاصيل

جمع التفاصيل أمر حاسم الأهمية بالنسبة للبحث. فإن كنت تكتب تقريرا صحفيا عن حدث ما، عليك أن تبني ترتيبا زمنيا مفصلا لما حدث، بحيث تستطيع "تشغيل شريط فيديو" لعرضه في رأسك. صحيح أنه لن يكون "فيلما" مكتملا (لقطة وراء لقطة)، لكن يجب أن يكون ذلك هدفك. لن تستخدم هذه التفاصيل جميعا، لكنك لن تعرف المعبرة والمهمة منها قبل أن تبدأ كتابة القصة. فليس هناك تقريبا تفاصيل صغيرة لا ينبغي جمعها، ولربما يضيف أصغرها قيمة كبيرة للقصة يتجاوز حجمه بمراحل. على سبيل المثال، يمكن لوصف جريمة أن يشير إلى أنها ارتكبت في الريف ويذكر حتى التاريخ: في الأول من أيار/ مايو. لكن إذا ذكرت في قصتك أنها ارتكبت في مزرعة يوم الاحتفال بمقدم الربيع، ستصبح أقوى إثارة وأشد تأثيرا. والأفضل من ذلك أن تدخل المشهد وتصفه: حديقة الكوخ حيث وجد سلاح الجريمة، جدران المطبخ

الوردية، الزهور المزروعة في الأصص عند الباب الخلفي.. الخ. في أحيان كثيرة، يمكن لأقسام من التقرير (أو حتى للتقرير برمته) أن تتعلق بأصغر التفاصيل. كما قد تكون أكثر التفاصيل أهمية وقيمة هي تلك التي لا تتوقعها، بما فيها المنسجمة والمتنافرة على حد سواء.

التفاصيل مهمة على نحو خاص حين تكتب تقريرا، أو مقالة إخبارية حول موضوع محدد بعد أن تشيع القصة الأساسية يوما أو يومين. في إحدى المرات، ارتكزت مقدمة مقالة بيل كونور ("كاساندر" في "ديلي ميرور") التي كتبها حول موت ستالين بعد عدة أيام من الحدث، على معلومة تفصيلية تشير إلى أن الوحش العجوز، الذي أرسل العديد من مواطنيه الروس إلى حتفهم قبل أن يحين أجلهم، توفي عن عمر ناهز الثالثة والسبعين على فراشه "بين الملاءات المريحة".

الحكاية

الأمر نفسه ينطبق على الحكايات والأمثلة. لكن يجب ألا تكون مسهبة (وإلا سوف تطفئ على الاندفاع الرئيسة للقصة)، وفي الحقيقة فإن أفضل الحكايات والأمثلة في التقارير الإخبارية هي الأحداث أو الوقائع التي تلخص بجملة أو اثنتين. إن قصة تدور حول قرار غريب اتخذه مجلس بلدة صغيرة سوف يكون نابضا بالحياة إذا تضمن بعض الحكايات عن ماضيها. ولربما لا تتجاوز هذه مجرد ذكر حادث أو اثنين من التاريخ، عن شخص مشهور من سكانها المحليين، أو حتى نقش على لحد في المقبرة المحلية. لكن بمقدورك التأكد من أنها ستكون أشد إثارة، وتوفر للقارئ معلومات أوسع، من الاقتصار على الاقتباسات المتوقعة من أبطال القصة.

الخلفية

تتعلق الخلفية بما تجمعه من معلومات حول أي قصة، حتى أكثرها إجازا واختصارا. ينبغي عليك البحث عن مكان وزمان الحدث، وسياقه، والأجزاء

ذات الصلة بتاريخ الموضوع أو القضية. ولربما لا تزيد الخلفية عن فقرة أو اثنتين، أي تاريخ وجيز للقضية. وقد تشمل بعض التشبيهات والمقارنات الأوسع نطاقا. فمن الأفضل لقصة تدور حول محاولات السلطات في بلدك أو مدينتك الحد من استخدام السيارات داخل المدن مثلا، أن تتطرق إلى السياسات (الناجحة والفاشلة) التي تم تبنيها في أماكن أو بلدان أخرى. ونادرا ما تكون القصص الإخبارية عبارة عن أحداث تندلع بشكل فجائي؛ بل هي في معظم الأحيان جزء من سلسلة متتابعة.

المنظور

يمكن للسياق أحيانا أن يشكل الجزء الحيوي والمهم من القصة، حيث يضع الحقائق أو التطورات في إطار منظور مناسب، بل حتى أقل درامية. وهذا أمر مهم على نحو خاص حين يصدر أحدهم إنذارا مرعبا حول الصحة أو السلامة العمومية. والقصص المتعلقة بالمخاطر الصحية في البيئة مثلا يمكن أن تصبح مبالغة سخيفة إلا إذا وضعت ضمن منظور محدد. فهل تظن أن القصة جيدة حين تشير إلى احتواء عينة من ماء البحر 6000 من الجزيئات السامة؟ لربما تفكر بصدر الصفحة الأولى إلى أن تعلم بأن ذلك يحدث حين تفرغ زجاجة تحوي نصف لتر من السم في محيطات الأرض. كما أن العديد من القصص المتعلقة بالمبيدات الحشرية تصبح أكثر دقة وذكاء إذا قارنت المخاطر مع حجم المواد الكيميائية المبيدة التي توجد بشكل طبيعي في الريحان والفول السوداني والفطر.

هنالك صحفيون يظنون بأن مهنتهم تتطلب مسرحة كل شيء، لكن قدرا بسيطا من التفكير المتعمق سوف يظهر مدى خرق هذه الطريقة. لنتذكر ردة فعلنا على أولئك المحيطين بنا الذين يحولون كل شيء إلى ميلودراما. في النهاية، نعتبرهم أغرارا يسهل خداعهم ولا يعتمد عليهم ويملؤون نفوسنا بالضجر. لم ينبغي على القراء التفكير بشكل مختلف بنا إذا أغفلنا السياق والمنظور من أجل المبالغة في كل قصة؟

المصدر

البحث يتعلق بمعرفة أين تخبأ - أو قد تخبأ - المعلومات. لذلك، ينبغي أن تكون شهيتك لجمع المصادر المحتملة للمعلومات بقدر نهك للمعلومات نفسها. هذه المصادر تنقسم إلى ثلاث فئات: الشبكة الإلكترونية (التي سنفرد لها فصلاً من هذا الكتاب)، المصادر البشرية، والمصادر المطبوعة.

المصادر البشرية

أكثر المصادر شيوعاً: بدءاً بالناطقين الرسميين، مروراً بالمسؤولين والسياسيين الذين تقابلهم بانتظام، وانتهاءً بالأشخاص الذين تتحدث معهم مرة واحدة وقد لا تقابلهم بعدها. كما تمتد لتضم الأشخاص الذين لا يحلم الصحفيون الأغرار بالاتصال بهم. فإن كانت هنالك قاعدة ذهبية للبحث الناجح فهي: لا تخف أبداً من السؤال. فأسوأ ما يرد عليك من تسألته هو "لا"، وسوف يذهلك حجم العون الذي تحصل عليه. نقدم فيما يلي بعضاً من الإرشادات الأخرى:

اجمع/ وركز على أرقام الهواتف

الوسيلة الأساسية هنا مفكرة مرتبة مفصلة تضم أسماء المصادر، وعناوينهم، وأرقام هواتفهم (وأجهزة الفاكس إن أمكن). وحين تكون بمفردك في مكتبك والوقت متأخر، وتكون بحاجة ماسة للمعلومات، سوف تكتشف أهمية مثل هذه المفكرة. لذلك يجب عليك أن تدون كل اسم تحصل عليه، وتستخدم كل وسيلة ممكنة لإضافة المزيد من الأسماء. حاول جمعها بأي طريقة من الزملاء وحتى المنافسين، وحين تقرأ صحيفة أو مجلة سجل أسماء الخبراء الذين يمكن أن تستفيد منهم، ثم جرب الحصول على أرقام هواتفهم. إياك أن تسقط - كما حدث معي في أحيان كثيرة - في شرك التفكير بأنك لن تحتاج رقم هذا الشخص أو ذلك مرة أخرى، فتمتنع عن نقل اسمه من دفتر الملاحظات إلى المفكرة التي تضم أسماء مصادر المعلومات. من المؤكد أنك ستحتاجه في وقت ما، وسيؤدي غيابه إلى مشكلة حقيقية.

هنالك عدد كبير من الأشخاص يحصلون على أجر مقابل مساعدتك

عدد الذين يقدمون يد المساعدة للصحفيين يفوق خيالك. ولربما لا يعلمون هم بذلك. كم عدد البحيرات في "منطقة البحيرات"؟(*) كم يبلغ عمق ذلك المحيط؟ ما ارتفاع هذا الجبل؟ هنالك شخص يعمل في سفارة، أو هيئة للسياحة، أو مركز للزوار ويمكن أن يعطيك جوابا فوريا. إن أردت معلومات حقيقية ودقيقة وسريعة، اذهب أولا إلى أولئك الموظفين الذين تدفع لهم الدولة لمساعدة الناس على معرفة الموضوع المعني. في بلد مثل بريطانيا، هنالك عشرات الألوف من هؤلاء الموظفين. حاول الاستفادة من المعلومات التي يقدمونها، فهم يقبضون رواتبهم لمساعدتك.

مهما كان الموضوع، لا بد من وجود خبير متمرس فيه

يوجد عدد مدهل من الأماكن والأشخاص تستطيع من خلالهم الوصول إلى الخبراء المتخصصين بمختلف جوانب الحياة الغامضة بالنسبة لك. المعاهد المهنية، والجمعيات التجارية، والمتاحف المتخصصة، تضم غالبا خبراء متخصصين في مجالاتها، أو تستطيع إرشادك إلى سبل الوصول إليهم. على سبيل المثال، لنفترض أنك ترغب بالتحدث إلى خبير في الإنقاذ البحري. يمكنك زيارة المتحف البحري الوطني، وجمعية الغطاسين، وشركة للتأمين البحري، وضابط في المكتب الصحفي للبحرية، والاطلاع على مجلة التاريخ البحري، بل حتى الدخول إلى مكتبة المجلس المحلي للمدينة الساحلية - وذلك قبل البحث في الشبكة الإلكترونية، أو في الجرائد والمجلات للعثور على أسماء الخبراء التي ظهرت في التحقيقات الصحفية السابقة حول الموضوع. بعض المؤسسات، مثل المكتبات والمتاحف المحلية، تحتفظ بقاعدة بيانات للخبراء المتخصصين حتى بأكثر الموضوعات غموضا وسرية.

(*) منطقة سياحية شهيرة في شمال غرب إنكلترا تضم جبال كامبريا وخمس عشرة بحيرة. (م)

عندما تتعدد الخيارات أمامك، فكر قبل أن تقرر بمن تتصل

الخطأ الشائع في البحث هو سؤال الشخص غير المناسب. فالكثير من المعلومات التي تريدها ستكون متوفرة لدى تشكيلة متنوعة من المصادر، لكن من المرجح أن تتفاوت قدرتهم أو رغبتهم في مساعدتك. فإن أردت مثلاً معرفة الهامش الربحي الذي تفرضه محلات الأحذية على البضاعة المستوردة، لا تتصل بالمتجر المعني مباشرة. لأن عبارة "الهامش الربحي" وحدها ستثير حفيظة مديره - وبدلاً من ذلك حاول الاتصال ببائع الجملة أو الشركة المصنعة، ثم عرج على المتجر للحصول على الملاحظات والتعليقات.

جرب وسائل إعلامية أخرى

سمعت ذات مرة وأنا في موسكو عن أستاذة روسية أوقفتها سلطات الهجرة في سان فرانسيسكو (في الولايات المتحدة) في انتظار ترحيلها تحت ظروف غير عادية. بدت القصة جيدة. المشكلة أنني لم أكن أعرف رقم هاتف محاميتها أو سلطات الهجرة الأمريكية؛ فقد كانت السفارة الأمريكية مغلقة، ولم يرد في الأنباء شيء عن الحادثة، وكنت بحاجة لإرسال القصة بخلال ساعة. بعد محاولتين فاشلتين، تمكنت من الحصول على رقم هاتف مكتب "اسوشييتد برس" في سان فرانسيسكو، فاتصلت به على الفور وحصلت على جميع الأرقام الضرورية، بما فيها رقم زوج الأستاذة الأمريكي، الذي حصلت منه على أرقام أولئك الذين ينظمون حملة لصالحها. الصحف المحلية تستحق دوماً الاتصال بها في مثل هذه الظروف، حيث يمكنك الحصول على المعلومات المهنية أو النشرات المجانية المهمة لمقالك الصحفي.

الوقاحة لا تضر

أكثر الكلمات التي يقولها المراسل الصحفي إثارة للأسف والرتاء هي: "لا أستطيع اكتشاف حقيقة الأمر. لقد طرقت كل سبيل". حقا؟ في 99% من الحالات لا ينطبق هذا القول على الواقع. فلا بد من وجود مزيد من السبل لم

يطرقها، وهناك على الدوام - تقريبا - أماكن يمكن الحصول منها على المعلومات المطلوبة. تخيل هذه الحالة: أنت في مكتبك وقد تجاوزت الساعة العاشرة ليلا، وسمعت أن أحد مواطني بلدك قد ألقى القبض عليه في ميامي بتهمة السطو المسلح أو تهريب السلاح. ما الذي ستفعله؟ السفارة الأمريكية في مدينتك مغلقة، وقنصلية بلدك في ميامي لا ترد على الهاتف، ومكتب التحقيقات الفيدرالي في نيويورك لا يعرف شيئا عن القضية، وكذلك مكتب وكالة "اسوشييتد برس" في المدينة. حين حدث ذلك معي، اتصلت بمكتب بطاقات الائتمان "أميركان اكسبريس" في ميامي، وادعيت أنني أحمل إحدى هذه البطاقات (وكنت صادقا، لكن لا ضرورة لذلك نظرا لعدم وجود من يتحقق من الأمر)، وطلبت أرقام هواتف الشرطة المحلية، ومكتب المدعي العام، والسجن. وسرعان ما كتبت قصتي.

المصادر المطبوعة

هنالك نوعان أساسيان من المصادر المطبوعة: الكتب، والصحف وقصاصاتها.

الكتب والفهارس والقوائم المبوبة

قد يمضي المراسل الصحفي ساعات باحثا عن حقيقة يضمها كتاب مرجعي على مبعده ذراع منه. ومثلما هي الحال مع المصادر البشرية، فإن المهم هو معرفة ما هو متوفر وأين يمكن العثور عليه. وهذا يشمل تمييز أسماء المكتبات الذين يعرفون مكان المعلومة التي تبحث عنها. ولسوف تفاجئ من مدى استعداد هؤلاء لمساعدتك لمجرد متعة إثبات قدرتهم وكفاءتهم.

بالنسبة للصحفيين، تستخدم الكتب لأربعة أغراض: التحقق من تهجئة الكلمات والتواريخ، والحصول على الحقائق الأساسية، وعلى أسماء المصادر المحتملة من الكتب السنوية (التي تضم المعلومات المستجدة عن موضوع معين)، وعلى الوقائع التاريخية أو الحكايات الطريفة الوجيزة لإضفاء الحياة والنشاط

على القصة الإخبارية. لكن يجب الاحتراس - بالنسبة للفئات الثلاث الأولى - والتأكد من أن النسخة التي تأخذ منها المعلومات جديدة ومنقحة.

عمليا، يعني ضيق الوقت المتاح أن زيارات المكتبات ليست ممكنة على الدوام، وأن استخدامك للمصادر المطبوعة يعتمد عادة على ما هو متوفر لديك في المنزل أو المكتب. ولهذا السبب، إضافة إلى شهيتي الطبيعية المفتوحة دوما للتوافه وما يسمى ب"المعلومات عديمة النفع" (التي كثيرا ما تكون نافعة جدا)، جمعت على مر السنين مجموعة من كتب الحقائق الغريبة. هاهي تريض على الرفوف فوقي - وأنا أطبع هذه الكلمات: كتب عن اليوميات، والأحداث المرتبة حسب تسلسلها الزمني، والحياة العاطفية والغريبة والأصول الغامضة للأثرياء والمشهورين، ومنشأ الحكم والأمثال والشعارات، وأصول الشخصيات الشهيرة في القصص، والإعلانات المبوبة الغريبة، والأوائل، والابتكارات والاختراعات، وموسوعات الجريمة، وقصص الأغاني.. الخ. لقد أسهمت جميعا في تزويد القصص الإخبارية والأعمدة الصحفية بالفقرات الوجيزة المفيدة، وفي بعض الأحيان وفرت المادة اللازمة لمقال صحفي كامل.

القصص الإخبارية في الصحف الأخرى كمصادر

من الشائع أن يطلب منك تحليل قصة إخبارية ظهرت في صحيفة أخرى وكتابة ما يماثلها. ينبغي عليك أن تحاول مضاهاتها، وألا تكتفي بتكرار ما جاء فيها. فإن لم تتمكن من الحصول على أي مصدر جديد للمعلومات لتدعيم وتوكيد قصتك، بينما يصر رئيسك على كتابتها، اقتبس من الأصل ولا تنسى الإشارة إلى الصحيفة الأولى.

المصدر المكتوب الذي ينبغي التعامل معه بعناية شديدة هو قصاصات الصحف. فمجرد ظهور الخبر مطبوعا لا يعني أنه صحيح وصادق. فلربما صحح فيما بعد أن تعرض لإجراء قانوني - وهذا ينطبق أيضا على الصحافة الإلكترونية وغيرها من قواعد البيانات.

حاذر من العبارة التي تقول "كل المصادر توردها هذا الخبر، ولا بد بالتالي أن يكون صحيحاً". وكثيراً ما يكون صادقا، لكن لا تعتمد عليه. في خريف عام 1989، حين كانت تشيكوسلوفاكيا (السابقة) على شفا ما سيعرف لاحقا بـ"الثورة المخملية"، أبلغت امرأة شابة المراسلين الصحفيين أن ضباط الشرطة اعتدوا بالضرب على طالب يدعى مارتن سميده، مما أدى إلى وفاته. شاعت القصة محليا وبدأ الناس زيارة الموقع الذي توفي فيه الطالب، وسرعان ما اكتسب هالة القداسة. أوردت وكالة "رويتر" القصة، وذكرت وكالة الصحافة الفرنسية أن ثلاثة شبان قتلوا أيضا.

فشلت وكالة "اسوشييتد برس" في الحصول على القصة. وغضب مدراء قسم الأخبار من مدير مكتب براغ وطالبه بالعمل بسرعة لتزويدهم بالتفاصيل وللحاق بركب المراسلين الآخرين. مدير المكتب، اوندرية هيما، كان عازف غيتار جمع الصحافة مع موسيقا "الروك"، وتفوق في المجالين معا. لم يصدق التقارير السابقة حول الطالب، وبدأ تحقيقاته. جال هو وزوجته الطيبية في المستشفيات والمشرحات المحلية، في محاولة للعثور على من عالج الطالب سميده، أو قام بتشريح جثته. ولم يجد اوندرية أي دليل يثبت قصة سميده، وبعد عدة أيام اضطرت الوكالات المنافسة لنفي وجود شخص يدعى سميده توفي على الرصيف في أحد شوارع براغ.

"لا يوجد جهاز استخباري، ولا بيروقراطية، يمكن أن يقدم المعلومات التي يوفرها المراسلون الصحفيون المتنافسون؛ فأدنى عميل سري في الدولة البوليسية يظل أدنى منزلة وقدرة من المراسل المتعب في الدولة الديمقراطية".

هارولد ايفانز





تحكم بالمصادر ولا تدعها تتحكم بك

"حقيقة أن الرجل مراسل صحفي دليل يثبت عيبا في الشخصية".

ليندون ب. جونسون، رئيس الولايات المتحدة (1963-1968)

قبل عشرين سنة، لم تكن مصادر الأخبار في مدينة عادية تزيد عن صحيفتين اثنتين، ومحطة إذاعية، وأخرى تلفزيونية. أما اليوم فقد انتشرت منافذ الأخبار وتزايدت إلى درجة أن أي مصدر رسمي محلي يتعامل ربما مع صحيفتين، وعدة نشرات إخبارية، ومجلة محلية متخصصة في الأعمال التجارية (أو اثنتين)، ومحطتي بث إذاعي، ومحطة تلفزيونية، وثلاث قنوات كبلية، إضافة إلى عدد متزايد بسرعة من مواقع الأخبار على الشبكة الإلكترونية.

هذا النمو المتزايد سرّع إلى حد كبير نزعة المؤسسات الرسمية إلى تفويض المحترفين المتخصصين بتولي مهمة العلاقات الصحفية. كما أشار في مدلوله إلى وجود مزيد من الصحفيين الباحثين عن المعلومات مقارنة بقلّة قليلة منهم في الماضي. في هذه الأيام، من المرجح أن تكون واحدا من كثيرين، وسوف تجد أنك لا تتعامل مع الشخص العارف والخبير بل مع الناطقين باسمه. إذن، كل ذلك يدعونا لمعرفة كيفية التعامل بحرفية مهنية مع المصادر، والاستفادة إلى أقصى قدر ممكن من (وأحيانا إضعاف) القنوات التي تفضل المؤسسة الرسمية أن تنقل المعلومات عبرها. فبالرغم من أن معظم هذه

التعاملات مع المصادر هي روتينية، ولا تزيد عن كونها صفقات مباشرة يكسب فيها الطرفان، إلا أنك ستخوض أحيانا لعبة ذكاء على قدر كبير من التنافس مع المصادر للتأكد من أن النسخة الأصدق والأكمل من القصة هي التي قدمت، وليست تلك التي تخدم المصلحة الذاتية ويفضلها المسؤولون الرسميون.

دلائل إرشادية للتعامل مع أي مصدر

قبل التفكير بالخصائص المحددة للتعامل مع المصادر الرسمية، وتقنيات إدارة الأخبار، والمصادر المثيرة للخلاف والنزاع، وبعض الأخطار الأخرى، نقدم هنا بعض الدلائل الإرشادية الأساسية للتعامل مع أي مصدر للمعلومات:

عرف عن نفسك على الدوام

حين تخفي مهنتك فإنك تخدع الناس للحصول على المعلومات، وهذا لا يعتبر غشا فقط بل قد يعرضك للخطر أيضا. فكثيرا ما يتكلم الناس بحرية إلى أن يعرفوا أنك صحفي، ليصبحوا أكثر حذرا وتحديدًا للمعلومات التي يقدمونها. لأنهم الآن يتحملون بعض المسؤولية حول نوعية هذه الحقائق، بدلا من مجرد الحديث العابر الذي يفتقد التروي والتفكير. إن عدم التعريف بمهنتك يدفع الناس إلى المبالغة والتهويل كما يفعلون عادة في أحاديثهم الودية وغير الرسمية. الفصل العاشر المتعلق بالصحافة الاستقصائية سوف يتناول الأوقات النادرة التي يمكن خلالها تبرير إخفاء هويتك.

كن عادلا ونزيها مع مصادر المعلومات

صدق أو لا تصدق: الصحافة تشبه كثيرا الحياة الواقعية. ومن هذا المنبع تتدفق الحقيقة الصارخة التي تقول: إذا أردت من مصادرك مساعدتك، فإن التعامل معهم بود وصدق وأمانة ونزاهة أفضل كثيرا من الاستئساد عليهم، أو خداعهم، أو ترهيبهم. النزاهة أمر حيوي على نحو خاص. فإن تعرضوا للانتقاد أو الاتهام بإساءة التصرف، فلا ينبغي أن تكتفي بعرض الانتقادات والاتهامات عليهم، بل عليك منحهم الوقت الكافي للرد. وعشر دقائق قبل الموعد النهائي مدة غير كافية.

الموافقة على النسخة

إن عرض المقال بعد اكتماله - وقبل نشره - على المصدر هو استجداء للرقابة. أما السبب المعتاد المقدم فهو أن ذلك يمثل فرصة لتصحيح الأخطاء - وإن صدقت بأن ذلك هو الدافع الحقيقي، فليسوف تؤمن على الأرجح بأي شيء. إن عرض ما سيوصف حتماً بـ"مسودة" القصة على شخص ما يشجع فكرة أنها عرضت لأخذ الموافقة، وبالتالي يمكن أن تخضع للتعديل. مهمة الصحفي تقديم نسخة صحيحة عن الحدث، لا نسخة تؤسس للتفاوض مع المصدر حول الموضوع.

التراجع

في مرات عديدة سوف يقول المصدر للمراسل شيئاً يندم إليه فيما بعد. وليس ثمة معنى في تدريب الصحفي على الحصول على المعلومات الجيدة من شخص إذا منحه فرصة لاحقة لسحبها. لكن إذا رغب المصدر بتصحيح المعلومة التي زدك بها، فعليك أن تعطيه المجال لذلك، إلا إذا كان لديك سبب وجيه يدعو للتفكير بوجود مكيده مخادعة - في هذه الحالة عليك نشر النص السابق واللاحق. أما المصدر الذي يتوسل لسحب تصريحه السابق على أساس أن ذلك سيؤدي إلى طرده من العمل فهذا أمر مختلف. عليك التعامل مع مثل هؤلاء بدقة وعناية، ونقل المسألة إلى مديرك. المراسل ليس قاضياً؛ اترك الأمر للمحررين.

المال مقابل المعلومات

هذه قضية أخرى يمكن للمراسلين الصحفيين أن يتركوا أمر معالجتها إلى رؤساء التحرير. فهؤلاء هم الذين يقررون هل بمقدورهم أن يدفعوا الثمن - مالياً أو معنوياً - مقابل الحصول على المعلومات. أما أخطار الممارسة فواضحة لا لبس فيها. أولاً، تحول القضية إلى سوق وتشجع المشاركين في القصص الإخبارية على المطالبة بالحصول على المال. ثانياً، لا يتمتع المخبرون المأجورون

بسجل مؤثر من المعولية والمصداقية. فهم يعرفون أن قوة القصة تتناسب طردا مع الأجر، ولذلك فهم يملكون حافزا مباشرا ومغريا للتفريق أو المبالغة والتميق. قبل بضع سنين، توجب على أكثر الصحف البريطانية شعبية وشهرة، "صن"، أن تدفع مليون جنيه إسترليني تعويضا عن الضرر الذي لحق بالمغني التون جون، نتيجة تصديقها، ونشرها، قصة مختلقة باعها لها أحد المثليين. المثال ليس الوحيد، كما أن الأمثلة على خداع الشخصيات العامة الذي افتضح من خلال القصص المدفوعة الأجر كثيرة ومتوفرة. ومن المفهوم أن تتعرض صحف الإثارة لإغراء دفع المال مقابل القصص والمعلومات.

المصادر الرسمية

وهي مصادر مفوضة بتزويدك بالمعلومات - بدءا من صاحب المتجر الذي يعلق على أحوال التجارة، وانتهاء بكبير الناطقين الصحفيين باسم رئيس الحكومة الذي يدلي بتصريح عن أسباب استقالته. وهؤلاء يضمون مجموعة متنوعة ومتفاوتة من الأشخاص الذين يتصفون بكل سمات البشر: فمنهم المفيد والعنيد والمشاكس والخبير والعارف والجاهل والأحمق. لكن معظمهم يقدمون العون والمساعدة للصحفي إذا عرف الأسلوب الصحيح لمقابلتهم.

حين يتعلق الأمر بالتعامل مع إدارات العلاقات العامة والمكاتب الصحفية، فإن الأشخاص المفوضين رسميا بإعطاء التصريحات ليسوا بالضرورة الأكثر معرفة واطلاعا. بعضهم يتمتع بمعرفة جيدة بالمؤسسة ويمكن أن يجيب بالتفصيل عن الأسئلة المطروحة. بعضهم الآخر يلعب دور الوسيط، حيث يكتفي بنقل أسئلتك إلى المسؤول المعني ويعود منه بالأجوبة، مع حتمية خسارة الجدة - وضياع فرصة المتابعة. لهذا السبب، حاول الاتصال بالمسؤولين الذين يوفر لك المعلومات بصورة مباشرة، لا عن طريق موظفي العلاقات العامة العاملين تحت إمرتهم.

حدثت في السنوات الأخيرة تغييرات جذرية في طريقة تعامل المؤسسات التجارية والسياسية والحكومية الكبرى مع وسائل الإعلام. كما جأر

الصحفيون بالشكوى من الظلم في "إدارة الأخبار" ومن "محرفي المعلومات". كل ما حدث هو أن هذه المؤسسات والهيئات بدأت بتوظيف ناطقين صحفيين أكثر ذكاء من الصحفيين. أما النتيجة فهي مقارنة أكثر تطورا وتعقيدا (رغم أنها نادرا ما تكون بارعة) للتعامل مع وسائل الإعلام، أهم ملامحها الفعل الاستباقي بدلا من رد الفعل المتأخر. ينبغي أن نتذكر النقاط التالية.

محرفو المعلومات

كثيرا ما تطبق العبارة خطأ على موظفي العلاقات العامة جميعا. فقد استخدمت أصلا لوصف العاملين في الحملات السياسية الذين انحصرت مهمتهم في "الدردشة" الودية مع الصحفيين بعد الاستفتاءات الجديدة، ومناظرات المرشحين.. الخ، وتقديم تفسير إيجابي من منظور أحزابهم للتأثير في الرأي العام. ثم بدأت تطبق تدريجيا - بشكل خاطئ - على كل من يعمل في العلاقات العامة أو تحسين الصورة أمام الجمهور. "محرر المعلومات" الحقيقي هو شخص يعمل في المجال السياسي باعتباره كبير الناطقين الصحفيين أو كبير معاونين. وبغض النظر عن البيانات والمؤتمرات الصحفية الروتينية، يحاول تفسير الأحداث للصحافة نيابة عن/ وباسم رئيسه، وتوقع الأخبار السيئة (وتحويل الانتباه عنها)، وإدارة كل الأمور بطريقة تساعد قضيته.

في هذه الحالة الأخيرة يضل "محررو المعلومات" معظم الصحفيين. فخوفا من الأخبار السيئة الوشيكة مثلا، يوجزون للصحفيين أن النتائج المتوقعة تقترب من حافة الكارثة بحيث يمكنهم حين تظهر النتيجة الفعلية أن يفاخروا بنصرهم، ويبدو أن وتيرة تكرار هذه الخدعة المموجة التي تمارس على الصحفيين لا تعرفل نجاحها.

لكن محرفي المعلومات الحقيقيين يتمتعون بميزة يتفوقون بها على أولئك الأقل أهمية في مهنتهم. فهم قريبون، بل قريبون جدا، من رؤسائهم، وكل ما يصرحون به يحظى بسلطة مرجعية جدية. كما يمضون جزءا كبيرا من حياتهم

وهم يتعاملون بشكل مباشر مع الأسئلة الروتينية، ويعتبر أفضلهم مصادر للمعلومات لا تقدر بثمن. تأكد من حماية نفسك عبر طرح السؤال التالي باستمرار: لماذا يبلغوني بذلك؟

إدارة الأخبار

للمؤسسات العامة أو الخاصة، التجارية أو السياسية، عدد كبير من التقارير والبيانات والتصريحات التي ترغب، أو تجد أنها ملزمة، بإعلانها. وليس من المفاجئ أن تسعى لاختيار أفضل الطرق وأنسب الأوقات للقيام بذلك. وفي الحقيقة، كثيرا ما تكون "إدارة الأخبار" هذه مفيدة ومساعدة، حيث تضمن أن يملك الصحفيون الوقت الكافي للكتابة عنها، أو تجنب التضارب بين إعلان التقرير والأحداث الهامة.

لكن من غير المستبعد اللجوء إلى الاحتيال والخداع، حيث يتخذان هنا ثلاثة أشكال رئيسة ترتبط على الدوام تقريبا بالمعلومات التي تخشى المؤسسة من تأثيرها السلبي. الأول التلاعب بتوقيت إعلان المعلومات ليتزامن مع أقل اللحظات ملائمة في دورة الأخبار - مثل الهزيع الأخير من الليل، أو ساعة متأخرة من أصيل يوم الجمعة. وبذلك يزداد احتمال تجاهلها أو التعامل معها بدون ما تستحق من اهتمام. الثاني هو تسريب الجزء الرئيس من القصة إلى وسيلة إعلامية متعاطفة أملا بأن تصبح القصة، بحلول الوقت الذي تتناقلها وسائل الإعلام الأخرى أو تتلقى المعلومات عنها من خلال القنوات السرية، قديمة أو تحدد "جدول أعمالها". الشكل الثالث من الخداع هو تغطية "مرارة" الخبر السيئ بـ"حلاوة" الخبر السار، ومن ثم نشره باعتباره الجزء الرئيس من التقرير.

على سبيل المثال، حددت الحكومة البريطانية عام 1999 موعدا لإعلان أرقام جديدة لللائحة الانتظار في المستشفيات. ولأنها تعرف مسبقا أن الأرقام سيئة، وتسعى لتجنب العناوين المعادية في الصحف، فقد أعلنتها في نفس اليوم الذي ظهرت فيه نتائج امتحانات المدارس السنوية (وهي على ثقة بأن

النتائج ستغطي على أرقام وبيانات المستشفيات). كما ألحقت خبر أرقام المستشفيات بخبر تخصيص منحة بقيمة ثلاثين مليون جنيه لتحسين الوضع. نجحت الحكومة في مسعاها. إذ لم تفرد الصحف مكانا بارزا للقصة، ولم يتجاوز الخبر في الصحيفة التي كنت أعمل فيها ثلاث فقرات. وحين اكتشفنا حقيقة ما حدث (أظهرت الأرقام زيادة في قوائم الانتظار بنسبة 64% بخلال سنتين) نقلنا القصة إلى الصفحة الثانية. أما السبيل الوحيد لتوقي هذه وغيرها من أشكال إدارة الأخبار فهو استعمال ذكائك.

منع الوصول إلى المعلومات

في بعض الأحيان يشعر المسؤولون في المؤسسات بالاستياء من التغطية الصحفية إلى درجة منع الوصول إلى المعلومات المتعلقة بها. هذه الممارسة النادرة والفضة لا تظهر إلا في الصحافة الفنية، حيث تسبب المراجعة النقدية الضيق والانزعاج للقائمين على المسرح أو صالة العرض إلى حد أنهم يفرضون حظرا على الناقد المعني. وتبدو صناعة السينما نزاعة على نحو خاص لهذا النوع من الرقابة. في الولايات المتحدة، وتبعاً لدراسة أجرتها جامعة كاليفورنيا الجنوبية، منع الصحفيون من حضور العروض السينمائية أو تعرضوا للطرد من قبل أحد الاستوديوهات بسبب نبذة مقالاتهم أو خرق الحظر المفروض. جودي غيرستل على سبيل المثال، كتبت تقريراً صحفياً حول استجابة الجمهور الهزيلة لفيلم "هوك" إلى "ديترويت فري برس"، وسرعان ما نبذت من قبل الأستوديو، وانضمت إلى مقاطعتها شركتان أخريان ("ورنر" و"يونيفرسال"). في نهاية المطاف، ليس ثمة حل. فالمعلومات تخص الشركة، ولديها الحق القانوني (والأخلاقي) لتفعل بها ما تشاء. أما استجابة الصحف فيجب أن تتمثل في إبلاغ القراء بمحاولة التلاعب بالمعلومات، والتكاتف معاً في المواجهة، فربما تتعرض أي منها لذلك في المرة التالية.

التعامل مع المصادر غير المعتمدة رسمياً

هذه المصادر ليست مفوضة رسمياً بتقديم المعلومات التي تعلنها. قد يكون هؤلاء من الذين يفضحون الأخطاء في المؤسسة وعلى علاقة وثيقة بها، أو لا تربطهم أي صلة رسمية بالمعلومات. ويمكن أن ينقلوا الوثائق، أو يكتفوا بالإشارة إلى المكان الذي ينبغي التتقيب فيه. أما معلوماتهم فهي محل جدال وخلاف على الدوام، ولن يرغبوا - في البداية على الأقل - بالاستشهاد بهم في القصة. من مثل هذه المصادر يأتي بعض من أفضل القصص الإخبارية - ومعظم المشكلات إن كانوا على خطأ. عند التعامل مع هذه المصادر، عليك تذكر النقاط التالية.

اسأل نفسك ما هي دوافعهم

نادراً ما يقدم أحد العون والمساعدة للصحفي لأنه يتصف بالكمال والمثالية. فلربما يريد إلحاق الضرر بخصم سياسي، أو تجاري، أو شخصي، أو الترويج لقضية تهمه (أو إضعاف قضية خصومه)، أو الانتقام، أو مجرد إثارة المشكلات. وفي حين أن مهمة الآخر الانتقامية قد تكون مفيدة، لكن من الأفضل معرفة الدوافع منذ البداية. لذلك اسأل نفسك، ومصادرك أيضاً، ما هي الدوافع والبواعث. صحيح أن حساباتهم قد لا تفقد القصة أهليتها، إلا أنها تشكل سبباً وجيهاً للتعامل معهم بحذر.

اسأل نفسك، ومصادرك، ما هو الجانب الآخر من القصة

نادراً ما تكون حقيقة القصة التي يقدمها مصدر مثير للخلاف والجدل باللونين الأسود والأبيض كما يريده أن تعتقد. وفر وقتك من خلال سؤال مصادرك هل يوجد جانب آخر للقصة، أو معلومات مهمة يجب أن تعرفها. هنالك أمور جنونية، ومرعبة، وعبثية تحدث فعلاً: لكن ليس بالوتيرة التي تزعمها معظم المصادر. صحيفة "نيويورك بوست" كتبت ذات مرة على صدر صفحتها الأولى تحت عنوان رئيسي: "عار على المدينة - حكاية شنيعة عن

نيويورك في أسوأ أوضاعها"، قصة رجل اغتصب طفلة في الثالثة من عمرها على جانب أحد طرقات منهاتن السريعة والمزدحمة، بينما لم يحرك الناس ساكنا واكتفوا بمشاهدة ما حدث. هل تبدو القصة معقولة؟ في الحقيقة، شاهد ثلاثة سائقين رجلا يهاجم طفلة، فقفزوا من سياراتهم لمطاردته، في حين حوصر الآخرون في الزحام المروري. المثال يعبر بوضوح عن قصة خيرية اعتمدت على مصدر وحيد ولم تخضع للاستقصاء والتحقق.

هل يحتل المصدر موقعا يؤهله لمعرفة ما يزعم معرفته؟

العديد من المصادر المعرفة بالاسم تزعم مرارا وتكرارا أنها في موقع "يؤهلها لمعرفة أدق المعلومات"، بينما لا تحتل في الحقيقة سوى موقع هامشي. المثال التقليدي على ذلك تجسده تغطية الصحافة الغربية للأحداث في الاتحاد السوفييتي خلال العامين التاليين لثورة أكتوبر 1917. فقد حظر على المراسلين الغربيين دخول روسيا، ولذلك أرسلتهم الصحف إلى ريغا على بعد 300 ميل من بيتروغراد، حيث انحصرت مصادرهم الوحيدة في جنرالات ومسؤولي وسياسي النظام القيصري البائد. وكلهم زعموا أنهم في موقع "يؤهلهم لمعرفة أدق المعلومات"، بينما لم يكن أحد منهم كذلك في حقيقة الأمر. أما النتائج بالنسبة لصحيفة "نيويورك تايمز" فكانت "سوريالية"، وذلك تبعا للدراسة الشهيرة التي أجراها والتر ليبمان وتشارلز ميرترز. فبين عامي 1917 - 1919، أكدت الصحيفة أن الحكومة البلشفية قد سقطت أو على وشك السقوط (91 مرة)؛ وأن لينين وتروتسكي يستعدان للهرب من البلاد (4 مرات)؛ وأنهما هربا من روسيا فعلا (3 مرات)؛ وأن لينين أودع السجن (3 مرات)؛ وأن لينين قد قتل (مرة واحدة).

اطلب الوثائق بإصرار كلما أمكن

اطلب من المصدر دوما أي وثيقة تثبت ما يخبرك به. فإن رفض اطلب نسخة عنها؛ فإن رفض اطلب أن تتطلع عليها في حضوره على الأقل، وإلا

ارفض القصة بحزم وتجاهلها. أما في حالة حصولك على الوثائق، فتأكد من أنها أصلية وحقيقية. الفصل الثاني عشر المتعلق بالأخطاء والخداع يصف ماذا يحدث حين تكون الوثائق مزورة. في بعض الأحيان، تكون حتى الصور عرضة للشبهات والشكوك. يروي اد بيهر قصة تحذيرية في كتابه "هل تعرض أحد هنا للاغتصاب ويتحدث الإنكليزية؟" عن وكالة صحافة وزعت أدلة "فوتوغرافية" على الأعمال الوحشية التي ارتكبتها أحد الأطراف في حرب أهلية في دولة إفريقية. الصور تعرض امرأة يغتصبها الجنود. كانت الصور دامغة ومقنعة إلى أن طلب رئيس المكتب الصحفي المحلي الحصول على الفيلم بأكمله. أظهرت الصور في بدايته مشاهد الاغتصاب المريعة، لكن في اللقطة الأخيرة، كانت "الضحية" تعانق أحد "مغتصبيها" وقد رسمت على وجهها ابتسامة سعيدة!

حاذر من الثقة بالمصدر حين يتعاضم حماسه وانفعاله

لا يعني الحماس والانفعال عدم الموثوقية، لكن كلما ازدادت مشاعر التعاطف لدى شخص تجاه حدث ما تضاءلت موثوقيته كشاهد عدل. لذلك يجب استجواب ومساءلة مثل هؤلاء المصادر بدقة وعناية. فكثيرا ما يكيفون الحقائق لتتناسب نظرياتهم، كما تدفعهم مواقفهم إلى تجاهل المعلومات الأساسية. حاذر على وجه الخصوص من الناشطين والملتزمين بقضية ما، والموظفين المفصولين، والمطلقات، والمطلقين، والعشاق المهجورين. اطلب منهم إثبات ما يخبرونك به بواسطة أشخاص آخرين يتصفون بالنزاهة. وغالبا ما تدخل تعديلات فورية على روايتهم للأحداث.

المصادر المجهولة

الشعار المنطقي هو: ابتعد عن استخدام "مصادر رفضت الكشف عن اسمها" بقدر ما تستطيع. فإن لم تفعل، ستتراكم لديك مصادر عديدة لا يمكن أن تسميها. وحين تناقش بعض أنواع المعلومات المأخوذة من مصادر مجهولة

الاسم وضع لمصادرك بصورة لا لبس فيها ما اتفقتم عليه. وبهذه الطريقة تتفادى الجدل والخلاف فيما بعد. فهل سيقدمون لك المادة ثم ينبغي عليك توكيدها والحصول على المعلومات من طرف آخر (الخلفية)؟ أم يقدمون لك المعلومات على أساس أن المصدر مجهول الاسم، بحيث يمكنك استخدامها دون كشف هويته؟ تأكد من أن عبارة "مصدر رفض الكشف عن اسمه" تحمل المدلول نفسه بالنسبة لك ولمصدرك.

من المهم ألا تقبل بسهولة إحجام مصادرك ورفضهم الاقتباس عنهم. تشبث بإصرارك العنيد على ذكر أسمائهم. وقدم الحجة على أن أهمية القصة تعتمد على إثباتها من مصادر معروفة ومذكورة. فإن أصروا على البقاء "خلف الستار"، تابع اللقاء معهم ثم حاول في نهاية المطاف أن تقنعهم بقبول الاقتباس عنهم وذكر أسمائهم. فإياهم. ولا تدعهم يقولون لك في نهاية المقابلة: "بالمناسبة، كل ما ذكرناه ليس للنشر". القاعدة هي: لا تكون مجريات اللقاء "ليست للنشر" إلا إذا اتفقت أنت ومصدرك على ذلك. وحالما يتم الاتفاق حافظ على كلمتك. ولا تذكر اسمه في القصة، وإن أراد البقاء خلف الستار، لا تكشف اسمه - أبدا - إلا أمام رئيس التحرير.

إحدى المشكلات الرئيسية الملازمة لأسلوب "ليس للنشر" طريقة استخدامه من قبل السياسيين ومستشاريهم لأغراضهم الخاصة التي تكون مشبوهة أحيانا. لتوضيح ذلك نعرض مثلا استخدمته جامعة هارفارد في حلقة دراسية لها حول الصحافة في موسكو:

دعيت لإجراء مقابلة نادرة مع أحد كبار المستشارين الحكوميين. فأبلغك أن كل ما سيقوله ليس للنشر. وخلال المقابلة تحدث عن تغيير جذري في السياسة الاقتصادية. ملأت القصة كيانك بالإثارة ورجعت مسرعا إلى مكتبك لتكتبها، مستشهدا بـ"مصادر حكومية حسنة الاطلاع".

لكن تبين أن الحكومة لا تتوي إجراء مثل هذا التغيير، وأن المستشار كان على علم بذلك عندما تحدث إليك، وأراد أن يزودك بقصة تشتت انتباه الرأي العام عن مشكلات أخرى تواجه الحكومة. من الأمور الأكثر شيوعا استخدام السياسيين أسلوب "ليس للنشر" في إيجازاتهم الصحفية لاختبار فكرة ما، فإن تعرضت للهجوم والانتقاد سارعوا إلى إنكارها. في الحالتين كليهما، سوف تتعرض للخديعة. فإن اشتبهت بفتح ينصب لك، حاول العثور على مصدر ثان للمعلومات.

المبالغة في الاقتراب من مصادر المعلومات

أخيرا، نعرض قصة توضح أخطار مغالاة الصحفي والصحيفة في الاقتراب من المصادر والتورط معها. القصة تدور حول رجل يدعى الفريد "جيك" لينغل، كان يعمل مراسلا لصحيفة "شيكاغو تريبيون" في أقسام الشرطة في عشرينات القرن الماضي. العديد من القصص الحسنة الاطلاع حول الجريمة المنظمة في شيكاغو أتت من هذا المراسل ومن معارفه ومصادره، كما تمتع بسمعة أسطورية لدى قرائه وزملائه. عاش لينغل حياة باذخة، ولبس أفخر الثياب، وامتلك عدة بيوت، رغم أن راتبه كمراسل لم يتجاوز 65 دولارا في الأسبوع. لكنه عزا ثراه إلى مبلغ الخمسين ألف دولار الذي ورثه عن أبيه. وفجأة نضب مخزونه الضخم من قصص الجرائم في التاسع من حزيران/ يونيو 1930. فحين كان يهجم بالدخول إلى محطة القطار في "راندولف افنيو"، أطلق رجل يرتدي زي كاهن النار عليه وقتله في الشارع في وضع النهار.

جريمة القتل حملت كل سمات عالم العصابات والقتلة المأجورين المحترفين. وانفجر غضب الصحيفة التي يعمل فيها:

مدلول الجريمة واضح لا لبس فيه. فقد ارتكبت بدافع الانتقام وفي محاولة للتهديد والتخويف. كان لينغل مراسلا يغطي الأخبار في قيادة الشرطة المحلية، ويتمتع بمعرفة ودراية على نحو استثنائي.. لقد أضيف إلى لائحة أسماء أولئك الذين قتلوا في مذبحه عيد الحب [حيث قتل سبعة

رجال في نزع بين العصابات [اسم رجل كانت مهمته فضح أعمال القتل.
"شيكاجو تريبيون" تقبل هذا التحدي. إنها الحرب.

دعمت الصحيفة كلماتها المتحدية بمكافأة بلغت 25 ألف دولار لمن يدلي بمعلومات عن المجرمين، وخذت حذوها صحف أخرى. بينما أقيم للينغل مأتم شعبي ورسمي في المدينة، شاركت فيه الفرق الموسيقية العسكرية وحرس الشرف. واصطف عشرات الألوف من سكان شيكاغو على طول الشوارع التي سار فيها الموكب الحزين وأحنا رؤوسهم أمام النعش احتراماً وإجلالاً.

لكن لم يمض وقت طويل قبل أن تتكشف تفاصيل لم تكن معروفة عن حياة لينغل حتى ذلك الحين. فقد تبين أنه لم يرث عن والده أكثر من بضعة مئات من الدولارات (وليس 50 ألفاً كما زعم). وحين قتل كان في محفظته ألف دولار عدا ونقداً، كما كانت بكلة حزامه مرصعة بالألماس. فهو على ما بدا هدية من آل كابون، أشهر زعماء العصابات والجريمة المنظمة في المدينة. علاوة على أن في حسابه المصرفي ودائع زادت قيمتها عن 60 ألف دولار خلال الأشهر الثمانية عشرة السابقة.

أحد حساباته المصرفية المشتركة كان مع قائد شرطة المدينة، وليام اف. رسل، الذي استقال من منصبه على الفور ذليلاً مهاناً. فقد كانا صديقين منذ فترة الشباب، وكان المراسل الجنائي يبيع نفوذه لدى رسل إلى رجال الشرطة الراغبين بالنقل أو الترقية، والسياسيين، والمجرمين وزعماء العصابات مثل آل كابون. تبين أيضاً أن لينغل قد حل ضيفاً مراراً وتكراراً على آل كابون في منتجعه في بالم ايلند (فلوريدا)، وعلى اتصال يومي بالرجل الذي أدخل الرعب في قلوب الأمريكيين خلال تلك الفترة.

لكن لينغل أدمن القمار. وبالرغم من عدد من المحاولات الناجحة للتلاعب بنتائج السباقات والمراهنات، إلا أنه بدأ يخسر ألف دولار أسبوعياً في المضمار وفي كازينوهات القمار السرية التابعة لآل كابون. وبحلول صيف عام 1930، بلغ

إجمالي ديونه لزعيم الجريمة المنظمة مائة ألف دولار - أي أكثر من مليون بالقيمة الحالية. أما محاولته لابتزاز المال من أفراد عصابة آل كابون ذاته فقد كانت - بالنسبة لزعيم العصابات - القشة التي قصمت ظهر البعير. وتم استئجار القاتل المحترف المتكرر بزي الكاهن(*)).

بعد ثلاثة أسابيع من مقتل لينغل اضطرت الصحيفة للاعتراف بأن:
الفريد لينغل اتخذ الآن شخصية لم تعرفها إدارة "تريبيون" عندما كان على قيد الحياة.. لم يكن، ولا كان بمقدوره أن يكون مراسلا عظيما.
"يظل المراسلون في هوليوود ممددين تحت أشعة الشمس طيلة النهار، وبعد الغروب يبقون على حالهم".

فرانك سيناترا





المساءلة

"يوجه رجال الصحافة أسئلة غبية. فهم ينظرون إلى الشمس
ويسألونك هل هي مشرقة".

سوني ليستون

طرح أسئلة على شخص من أجل قصة صحفية يحتاج إلى مهارة خاصة. فربما يشبه أحيانا المحادثة، لكنه ليس كذلك؛ في أحيان أخرى، يكون من المسلي أن تسترق السمع أو تشارك في الحديث، لكن كل ذلك ليس مهما. إن طرح الأسئلة له غرض واحد: جمع المعلومات.

المقابلات الشخصية أو عبر الهاتف لا تكون مكتوبة في العادة، ولذلك ينبغي عليك الاستعداد للأجوبة غير المتوقعة، من أجل متابعة مضامينها ومقتضياتها وطرح الأسئلة المناسبة. كثيرا ما تكون هذه المقابلات مطولة ومتحذقة، حيث تلح على سؤال تريد الإجابة عنه أو أمرا تريد استيعابه. وهي لا تعتبر بمثابة فرصة متاحة لك لإبلاغ المسؤول برأيك فيه، أو استعراض معرفتك، أو إقحامه في جدال محتدم.

العديد من المقابلات تكون مباشرة وصريحة تماما. لكن هنالك حالتين إشكاليتين على نحو خاص: طرح الأسئلة على من يشعر بالقلق والارتباك

ويحجم عن الكلام، ومساءلة المراءوغ أو حتى العدائي. لسوف نعاين الحاليتين في موضع لاحق، لكن سنعرض هنا بعض الدلائل الإرشادية التي يمكن تطبيقها على طرح الأسئلة على أي مصدر كان.

دلائل إرشادية عامة

اعرف غرضك من المقابلة قبل أن تبدأ

يجب أن تكون لديك فكرة جيدة عن المعلومات الأساسية التي تريدها من المصدر قبل البدء بطرح الأسئلة. فكر بالصيغة النهائية التي قد تأخذها القصة، وبالتالي المعلومات التي ستحتاجها. خلال المقابلة، عليك متابعة التفكير بتقريرك وكيف ستغيره المعلومات الجديدة التي تحصل عليها. والأهم من كل شيء أن تدرك أين تقع فجوات المعلومات في قصتك، وتحاول ملئها في كل وقت. قد يبدو ذلك بالغ التعقيد لكنه سيفقد عادة متبعة وراسخة لديك بعد فترة وجيزة. ولا تخف من كتابة رؤوس أقلام من كلمة واحدة على دفتر ملاحظاتك تساعدك على تذكر الأسئلة المهمة، مما يعينك على تجنب الاتصال بالشخص المعني مرة أخرى للاستفهام حول قضايا نسيت طرحها في المقابلة. وهو أمر يكون مستحيلاً في بعض الأحيان ولربما يجبرك على محاولة كتابة القصة بدون المعلومات المطلوبة.

اعمل على إجراء أكبر قدر من البحث والدراسة قبل المقابلة

لا ينبغي أن تخشى من إظهار جهلك، فهذا أفضل من التباهي بعدم المعرفة. قبل مقابلة الشخص المعني، حاول العثور على أكبر قدر من المعلومات عنه، وعن الموضوع، وكل ما له صلة بهما. فبغض النظر عن كل شيء آخر، سيساعدك ذلك على عدم التعرض للخداع أو الحرمان من الفهم.

أفضل الأسئلة أكثرها بساطة

لا يوجد مثال واحد في الصحافة يثبت أن ما يدعى بالأسئلة المخادعة أو الذكية قد أفرزت نتائج إيجابية. اطرح الأسئلة التي تدل على الخبرة أو على

الاهتمام بترك انطباع جيد بدلا من الحصول على أفضل قصة. الأسئلة البسيطة عادة هي: من؟ ماذا؟ أين؟ كيف؟ لماذا؟ فإن حصلت على أجوبة مرضية لتلك الأسئلة فأنت على الطريق الصحيح لاستكمال بحثك الأساسي.

في القصص المتعلقة بالأحداث، حاول بناء ترتيب زمني لما حدث

عندما تتصل بالمصدر المطلع على تفاصيل ما حدث، حاول أن تعيده إلى بداية الحدث (أو الأحداث)، أو قبلها، وأسأله حول كل مرحلة، خطوة خطوة. لا تخف من الإلحاح في السؤال: "وبعدها ماذا حدث؟". اجعل تسلسل الأحداث واضحا تمام الوضوح في ذهنك. وهذا أمر حيوي بالنسبة للقصص التي تقوم على الحدث، مثل حوادث التصادم. عند نهاية بحثك، عليك أن تكون قادرا على تشغيل "شريط فيديو" في رأسك يصور "دقيقة بدقيقة" ما حدث. عدم قدرتك على ذلك يعني وجود ثغرات في قصتك.

اقنع مصادرك برواية ما حدث بـ"الحركة البطيئة"

في العديد من قصص الحوادث سوف تطرح أسئلة على الأشخاص الذين كانوا جزءا من الحدث أو شهودا عليه. ولن تكون سوى قلة قليلة منهم على استعداد لتقديم رواية متسقة لما حدث، ولربما غلبتهم الإثارة، أو أصابتهم صدمة، أو شعروا بالكرب والغم. لذلك، عندما تستفهم عن الحدث الأساسي، حاول الحصول على كل التفاصيل الممكنة. اسأل مصادرك عما حدث في كل لحظة، أين كانوا، وماذا شاهدوا، وماذا سمعوا: الألوان والأصوات والروائح والملابس، وحالة الطقس.. الخ.

تحقق من الأسماء والمواقع

اسأل مصادرك عن المعلومات المتعلقة بالأسماء والألقاب والأعمار والعناوين إن كنت تحتاجها. قد تجد ذلك مملا، لكنه أمر جوهري وبالغ الأهمية. وعندما تكون الأسماء صعبة أو أجنبية، اطلب منهم كتابتها في دفتر ملاحظاتك. لربما تظن أن ذلك يجعلك تبدو سخيفا - لكن تخيل ما سيحدث حين تعود إلى مكتبك لتجد أنك لا تعرف كيف تكتب الأسماء.

احصل على أكبر عدد ممكن من أرقام الهواتف

هذا يعادل في الأهمية أسماء مصادرك الصحيحة. احصل على أرقام هواتفهم النقالة والثابتة في المكتب والمنزل، وأجهزة النداء كلما كان ذلك ممكنا.

احصل على أكبر قدر من المعلومات

في أغلب الأحيان لن تحصل إلا على فرصة واحدة لمقابلة أحد المصادر المهمة. استنفد منها إلى أقصى قدر ممكن واطرح كل سؤال تجده ضروريا. ولا تنس أن الإجابات عن تلك الأسئلة الإضافية كثيرا ما تشكل العناصر التكوينية للقصة، وأن التفاصيل هي التي تجعلها استثنائية وبعيدة عن الابتذال. اسأل عنها على الدوام.

لا تخف من أن تبدو كالمغفل

مررنا جميعا بهذه الحالة، حيث نجلس أمام شخص يتحدث إلينا ونحن نومي برؤوسنا علامة الموافقة دون أن نعلم شيئا عما يقوله. فنحن نخشى أن نبدو كالمحمقى إذا طلبنا تفسيراً يوضح ما يقال. وحين نحاول كتابة القصة ندرك أننا لم نفهم ما زعمنا معرفته طيلة ساعات اللقاء.

لا تخف أبدا من طرح الأسئلة الأساسية حتى وإن بدوت مغفلا سخيفا. أولا، من النادر أن يكون المعنيون، حتى في المؤتمرات الصحفية، على درجة من الفظاظة بحيث يسخرون من جهلك. وحتى لو فعلوا لا يجب أن تتأثر. فمن هو الأحمق: من يدعي المعرفة أم من لا يعرف ويعترف بجهله؟ كل مصدر تقريبا على استعداد لتفسير المفاهيم المتخصصة للمراسلين الصحفيين، ومعظم الناس سيشعرون بالإطراء حين يهتم شخص بموضوع تخصصهم.

إذا راودتك الشكوك، حاول وصف فهمك للوضع

إن لم تفهم الإجابة، أو إذا كان الوضع الذي تكتب عنه في تقريرك مشوشا ومربكا، حاول وصف فهمك لأولئك الذي تطرح عليهم الأسئلة. لا

تخجل أبدا من القول: "هل يمكن أن أعود مرة أخرى إلى هذه النقطة.. لقد بدأ كل شيء حين.."، أو حتى: "إذا كتبت وصفا للوضع على هذا النحو.. فهل أكون على صواب؟". هذا أسلوب معياري، ولا يعني أنك بطيء الفهم. وحتى في هذه الحالة، ليس هناك ما تخجل منه. فهو أفضل من التقرير الغامض أو الخاطئ. الأمر نفسه ينطبق على الدوافع والبواعث. لا تفترض مسبقا وجود دوافع وبواعث. فإن فعل أحدهم شيئا وبدت دوافعه وثيقة الصلة بما فعل، اسأله. لا تفترض بشكل مسبق. فكتابة التقرير الصحفي ليست لعبة تمارس في "الصالونات" المغلقة لتشكيل وانتقاء الكلمات.

اطرح الأسئلة للحصول على المعلومات، لا الآراء أو ردود الأفعال

أنت تتحدث إلى المصادر لمعرفة الحقائق، وينبغي تصميم كل سؤال من أجل هذا الغرض. من السهل البدء بطرح الأسئلة المتعلقة بردود أفعالهم على أمر ما. لكنها نادرا ما تكون جديدة أو مفاجئة، ولذلك لن تجمع ما يفيد قصتك. فمعرفة رفض سياسي يميني مثلا للإصلاحات الليبرالية لا تعتبر خبرا مهما. أما الاستثناء الوحيد لذلك طبعاً فهو أن تتمحور القصة على الآراء والأفكار.

حاول تجنب طرح الأسئلة المبتذلة (الكليشيات)

إن سؤال شخص عانى للتو من مأساة عن حاله وصحته هو دعوة للحصول على جواب مبتذل في أفضل الأحوال، ويؤدي في أسوأها إلى رفض قاطع للإجابة عن أي أسئلة أخرى. فهل تنتظر منه أن يجيبك: "أنا على ما يرام وصحتي جيدة" وقد فقد ابنه في حادث سقوط الطائرة مثلاً! ومع ذلك، نجد كل يوم استعراضاً للمشاعر المبتذلة في القصص الإخبارية ("شعرت بالإثارة حين كسبت هذا المبلغ من المال"، و"تملكننا الغضب عندما طردنا من العمل دون تعويض") وكأنها رؤى ثابتة وعميقة.

اعمل على سبر واستكشاف الحكايات الطريفة والنادرة

يمكن للحكايات الطريفة أن تضيف قدرا هائلا من الحيوية إلى القصص الإخبارية. حاول جمعها كلما سنحت الفرصة من الأشخاص الذين تطرح عليهم الأسئلة. لكن تذكر أن دفع المصدر لرواية حكايات مسلية وساخرة ومعبرة أمر يتعلق بتبادل الحديث معه بشكل ودي وغير متشنج، وليس الجلوس بجدية وتجهم قبالتة، لتأمره قائلا: "والآن قص علي أطرف ما رأيت/ أو خبرت". لن يفعل ذلك. وسينسى كل شيء. حاول الاقتراب بدلا من ذلك من المجالات المتعلقة بحياته/ أو عمله/ أو نشاطه، التي يرجح أن توفر لقصتك روح الدعابة والفكاهة. على سبيل المثال، إذا كنت تقابل مضيعة جوية لكتابة تحقيق صحفي حول خدمة جديدة أدخلتها شركة الطيران، وأردت إضافة بعض النوادر الطريفة لتصرفات الركاب الجنونية، فلا تقل لها: "ما هي أسخف تصرفات المسافرين". بل حاول بدلا من ذلك دفع الحديث - بصورة طبيعية - نحو تناول المسكرات في الطائرة، أو الرهبة من الطيران، أو حمل الأمتعة، أو الشكاوى من الطعام والأولاد، والطلبات الغريبة.. الخ.

لا تدع مصادرك تخدعك

عليك - كما هو واضح - أن تطلب تفسير المفردات الاصطلاحية كافة. لكن معظم العبارات والجمل التي تبدو فنية وتقنية هي في الواقع لغة ملطفة. ففي كل صناعة ومجال ومهنة يطور المعنيون في الشركات أو الطبقة البيروقراطية تعابير لتمويه الواقع الحقيقي. المسؤولون عن شركات الطيران مثلا يستخدمون تعبير "نقص تدفق الركاب"، الذي يعني في حقيقة الأمر قلة عدد الركاب الراغبين بالسفر على متن طائراتها. ولربما يصدر صندوق استثماري بيانا حول "وضع تصدير السيولة الصافية"، ليغطي به حقيقة أن المستثمرين لم تنطل عليهم الخدعة وبدؤوا بنقل أموالهم إلى الخارج.

المؤسسات التي تتعامل مع المواد الخطرة، مثل الشركات العاملة في الصناعة النووية والعسكرية، تتمتع ببراعة خاصة في هذه الأنواع من الخداع.

في أمريكا، وفي أعقاب الحادث الذي وقع في "ثري مايل ايلند" (1979)، قدمت صناعة الطاقة النووية سلسلة من الكلمات والتعابير المحيرة والمربكة التي استهدفت التخفيف من شدة الأذى والضرر والخطر. فقد تحدثت البيانات عن "ارتقاء شاذ" في المنشأة النووية أدى إلى "تشنت نشط"، ثم إلى "أكسدة سريعة"، ليعقب ذلك - ربما - "توطن البلوتونيوم". أما المعنى الحقيقي لكل ذلك فهو حادث في المنشأة النووية سبب انفجارا أدى إلى اندلاع حريق، ثم التلوث بالبلوتونيوم - لكن حظر استخدام كل هذه الكلمات والجمل ذات المعنى المباشر. حاول رفع الحظر عن الكلمات والجمل الممنوعة. وأسأل عن معناها الدلالي.

استمع إلى الأجوبة كافة

من السهل الانشغال بتحضير صيغة السؤال التالي، أو تدوين الإجابة، بحيث تفشل في تقدير الأهمية الدلالية لما يقال. إذا انقضت عشر دقائق على مقابلة شخص دون أن تدرك أهمية - أو سخف - ما يقوله، فأنت متأخر جدا. وهذا يصدق بشكل خاص حين تطلق مزاعم ودعاوى استثنائية في المقابلات الشخصية.

الروائي الفرنسي جورج سيمنون قال ذات مرة لمراسل صحيفة "داي تات" السويسرية: "مارست الحب مع عشرة آلاف امرأة". الصحيفة أوردت الخبر كما هو دون تعليق. لكن حتى العقول التي تبغض الأرقام ستكتشف أن على الروائي كي يحقق هذا الرقم القياسي أن يقيم علاقة مع إحدى النساء كل يومين طيلة خمس وستين سنة - وهي مهمة "شاقة" إن لم تكن مستحيلة بالنسبة لرجل في الثالثة والسبعين، وجد أيضا متسعا من الوقت لتأليف حوالي مائة كتاب. أما الرقم الإجمالي الحقيقي فكان 1200 تقريبا، وذلك تبعا لزوجته المتساهلة والمتسامحة في مقابلة لاحقة.

راجع الإجابات في نهاية المقابلة

راجع - إن أمكن - الملاحظات التي دونتها مع المصدر، وتحقق مرة أخرى من الأرقام والمعلومات التي ما زلت غير متأكد من صدقيتها. وبغض النظر عن

مثل هذا الغرض الصريح، فإن لهذه العملية هدفين مستترين. أولاً، اكتشاف أي ثغرات أو "فجوات في المعلومات" فاتتك، وثانياً، معرفة هل تستطيع استخلاص مزيد من المعلومات من المصدر. أسأله في هذه المرحلة هل يوجد شخص آخر يمكن أن يدعم ما قدمه من معلومات.

لا تقدم وعوداً لمصادرك تتعلق بكيفية التعامل مع القصة

رئيس التحرير وحده هو المخول بمعرفة كيفية التعامل مع القصة وطريقة ظهورها في الصحيفة. الكثير من الأشخاص الذين تقابلهم للحصول على المعلومات سوف يطرحون هذا السؤال، لكنك لست مضطراً للإجابة عنه. قل لهم إنك "مجرد مراسل صحفي"، وقدم لهم اسم رئيس التحرير ورقم هاتفه.

طرح الأسئلة على المصدر القلق والمرتبك

يشعر العديد من الناس بالتهديد والرغبة في حضور الصحفيين. ولا يرجع ذلك إلى كونهم مرعبين (وإن كان بعضهم يربح حقاً)، بل لأن الناس غير معتادين على التعامل مع الصحافة. وحتى إن كانوا معتادين، فقد يحجمون عن التحدث مع الصحفيين خوفاً من خسارة الوظيفة أو غير ذلك من التبعات والعواقب. وباعتباري مشاركا في العديد من القصص الإخبارية والمقابلات، أعرف أن المقابلة الشخصية مع الصحفيين أمر يثير القلق: حول ما ستقوله، أو ما يقتبس منك.

كثيراً ما تكون مهمة المراسل الأولى عند لقائه مع شخص يشعر بالقلق هي إقناعه بالكلام. وبعد ذلك يمكنه أن يتحدث بمودة ومرح، ويتطرق مثلاً إلى حق الجمهور بمعرفة ما يحدث.. الخ؛ في الحقيقة، سينجح كل أسلوب يخطر على بالك. لكن لا تتاح لك على الأغلب فرصة التفاوض أولاً حين تكون "زائراً غير منتظر"، أي عندما تقوم بزيارة المصدر بدون اتصال هاتفي يمهد لها. في مثل هذه الظروف، فإن مجرد عبور الباب الأمامي يمثل مشكلة. أما المهم هنا (كما يوضح الشاهد التالي) فهو الدخول إلى غرفة الجلوس أو المكتب. وحين تصبح

هناك سيكون من الأصعب على مصدرك رفض الإجابة عن أسئلتك. ومهمتك الآن العثور على الطرق المناسبة للبقاء في المنزل أطول مدة ممكنة.

القصة التالية مستمدة من كتاب "كل رجال الرئيس"، لكارل بيرنستاين وبوب ودوارد (من صحيفة "واشنطن بوست")، حيث يقدمان وصفاً للتحقيق الذي أجريه وأدى في نهاية المطاف إلى استقالة الرئيس ريتشارد نيكسون. أما تقاريرهما الصحفية، والقصة خلفها، فسوف نتطرق لها بمزيد من التفصيل في الفصل التالي. هنا، كان كارل بيرنستاين مقتنعاً بأن المرأة التي يحاول مقابلتها تعتبر مصدراً مهماً على الأرجح لمعرفة أنشطة مستخدميه. لهذا السبب، إضافة إلى توقع إحجامها عن الكلام، قام بزيارتها في بيتها ولم يمهّد لزيارته باتصال هاتفي:

فتحت امرأة الباب وأفسحت المجال لبيرنستاين كي يدخل. قالت "أنت لا تحتاج إلي، بل إلى أختي". دخلت شقيقتها الغرفة. توقع أن تكون كهلة في الخمسين وقد شاب شعرها؛ تلك هي صورة كاتبة الحسابات في مخيلته. لكنها كانت أصغر عمراً بكثير.

قالت: "أوه، يا إلهي. أنت من واشنطن بوست- عليك أن ترحل. أنا آسفة".

بدأ بيرنستاين التفكير بطرق تساعد على البقاء حيث هو. كانت الأخت تدخن، ولاحظ وجود علبة سجائر على المنضدة؛ طلب لفافة. قال حين كانت الأخت تتقدم لأخذ العلبة: "لا، سأخذ واحدة بنفسي". وبذلك استطاع الدخول مسافة عشرة أقدام في المنزل. لجأ إلى التمويه والخداع، قال للموظفة إنه يتفهم خوفها؛ فهناك العديد من الأشخاص مثلها في اللجنة يرغبون بقول الحقيقة، لكن بعض الناس لا يريدون الإصغاء. وأنه عرف أن بعض الأشخاص عادوا إلى مكتب التحقيقات الفيدرالي وإلى النائب العام لتقديم مزيد من المعلومات.. تردد لوهلة.

سألته "من أين تحصلون على معلوماتكم على أية حال؟ هذا ما لا يعرفه أحد في اللجنة".

سألها بيرنستاين إن كان بمقدوره الجلوس وتدخين لفافته.

"أجل، لكن عليك أن تغادر بعد ذلك. ليس لدي ما أقول حقاً". كانت تشرب القهوة، فسألت شقيقتها بيرنستاين إن كان يرغب بفنجان منها. جفلت كاتبة الحسابات، لكن تأخرت جداً، فقد كان بيرنستاين يرشف القهوة من فنجانه. بكل تمهل.

تحدثت المرأة، وأعطت بيرنستاين بعض المعلومات البالغة الأهمية والفائدة، التي شكلت طرف الخيط لكشف ملابسات القضية. ثم كررت ذلك أمام الصحفيين كليهما وأثبتت أنها مصدر ثمين للمعلومات. ولربما كان لذلك صلة بحقيقة أن بيرنستاين لم يخرج على الفور دفتر ملاحظاته ليبدأ بتسجيل كل كلمة تقولها المرأة، ويرسم على وجهه إمارات السرور والدهشة. بل انتظر، ربما عشر دقائق، قبل أن يسحب الدفتر من جيبه ويدون بشكل عرضي ملاحظاته.

لكن إذا قبل المصدر الكلام، فإن الخطوة التالية هي التفكير بطريقة تجعله يشعر بالارتياح والاطمئنان. الأمر الذي سيساعدك في الحصول على أكبر قدر من المعلومات منه. نقدم فيما يلي بعض النصائح المفيدة.

فكر بعناية حول مكان وكيفية الحديث مع مصدرك

هل ستقابل مصدرك وجها لوجه أم تكتفي بالحديث معه على الهاتف؟ ما هي الطريقة المفضلة لديه؟ إذا كانت المقابلة وجها لوجه، أين ستعقد؟ في مقهى؟ في مكتبه؟ على مائدة العشاء؟ في بيته؟ بكلمات أخرى، ما هي البيئة التي لا تجعله يشعر بأنه مهدد، وبالتالي يظهر أكبر قدر ممكن من التعاون؟

تكيف مع مصدرك

يتمثل هدفك حين تقابل مصدرا للمعلومات في إبعاد الضغوط عنه وجعله يشعر بالارتياح والاسترخاء، وإقناعه بمساعدتك. وهذا يعني عدم تهديده أو ترهيبه أو إزعاجه. وقد يتوجب عليك تعديل مسلكك ومظهرك قليلا. لا ينبغي عليك تغيير شخصيتك مع كل مقابلة، لكن خذ شخصية مصدرك بعين

الاعتبار. على سبيل المثال، حين تذهب لمقابلة المرشحين في الشوارع، لا تلبس أفخر بزة لديك. فهذا قد يزعجهم. وعلى نحو مشابه، حين تذهب لمقابلة رئيس الوزراء، لا تلبس سروال "الجينز" والقميص القطني الخفيف، فربما يشعر بالإهانة ويظن أن رغبتك في التعبير عن نفسك تفوق مسعاك لإجراء مقابلة مفيدة - وقد يكون مصيبا في ذلك. وعندما تقابل شخصا لا تجمعك به علاقة ودية، قد يتوجب عليك التصرف بطريقة تظهر اهتمامك به، أو تكييف أساليبك لتتناسبه. إما إذا كان مسؤولا رسميا، فاتبع الأسلوب الرسمي في التعامل معه؛ وعندما يكون متساهلا بعيدا عن الرسميات، يمكنك أن تجاريه في ذلك.

احكم على شخصية مصدرك

ما الذي يدفع مصدرك إلى الوقوف في صفك؟ المديح والإطراء؟ الصداقة والمودة؟ الدعابة والنكتة؟ الحوار الجدي؟ مهما كان دافع المصدر، حاول إشباعه إن كان مهما. ما الذي يثير اهتمامه؟ مهما كان الباعث، أظهر اهتمامك به. وهذا أسهل دوما إذا كنت تقابله في منزله أو مكتبه على وجه الخصوص. اعتاد الناس أن يحيطوا أنفسهم بما هو مهم بالنسبة لهم - صور أفراد العائلة، لوحات تعرض الأماكن المفضلة، تحف وتذكارات تهمهم. حاول الاستفادة من هذه الأشياء، اسألهم عنها. استحث المصدر كي يرغب بمساعدتك. حاول العثور على العوامل المشتركة معه، حتى إن كنت تملك الحيوان الأليف ذاته، أو كنت أبا مثله.

جرب حيلة "قصة الحياة"، إن سمح لك الوقت

إذا كان مصدرك خجولا، أو معاديا لك، لكن يبدو أن لديك ما يكفي من الوقت، حاول السؤال عن قصة حياته. هذا النوع من الأسئلة يتصل بمجمل السيرة الذاتية - مكان النشأة، التعليم، التدريب، أول عمل، النجاحات، الإنجازات، التجارب الخارجية.. الخ. لربما يوفر لك ذلك سبلا واعدة لطرح الأسئلة، وفي أسوأ الأحوال سوف يقربه إليك ويدخل الطمأنينة إلى قلبه. فكل واحد منا يرحب بأي شخص يظهر اهتماما به.

إذا كانت المقابلة شخصية، لا تخرج دفتر ملاحظات على الفور

لا شيء يقلق ويزعج المصدر أكثر من مراسل صحفي يدخل الغرفة وقد فتح دفتر ملاحظاته وشرع قلمه واستعد لتسجيل كل كلمة يقولها. حاول بدلا من ذلك أن تسحب دفترك من جيبك أو حقيبتك خلسة حين تشعر بأن التوتر قد زال عن محدثك. بل يمكنك القول: "ذاكرتي ضعيفة.. هل تمانع لو سجلت بعض الملاحظات". في بعض الأحيان، يتبين لك أن مجرد ظهور دفتر الملاحظات يوقف الشخص عن الكلام. في هذه الحالة، حاول حفظ المعلومات المهمة في ذاكرتك، ثم حاول العثور على عذر لمغادرة الغرفة مؤقتا. وحالما تبتعد عن ناظريه يمكنك تدوين ما أشار إليه من نقاط مهمة في معرض حديثه.

كن صادقا في مقاصدك - لكن لا تخبر مصادرك بكل شيء

لا ينبغي عليك أبدا أن تخفي هويتك. ولا أن تضلل المصدر الذي تقابله. لكنك لست مضطرا لشرح الغرض من لقائه بشكل دقيق ومفصل. فإن كانت القضية خلافية أو السؤال مثيرا للجدل، فمن الحكمة إعلانهما عند بداية اللقاء. قل: "أنا أقوم ببعض الاستقصاءات العامة حول هذا الموضوع".

لا تفاجئ مصدرك بسؤالك الرئيس

اطرح في البداية بعض الأسئلة العامة، التي يمكن أن تعرف مسبقا الإجابات عنها. فعلى أقل تقدير، سوف تعلم من أجوبة المصدر مدى إطلاعه وصدقه وأمانته. وعندما تشعر بأنه مستعد يمكنك أن تسأله عما تتحرق شوقا لمعرفته. وحين تفعل، قد يكون من الأفضل التظاهر بعدم المبالاة تجاه الجواب. وليس من المناسب أن تكون ردة فعلك: "يا إلهي! هل تدرك ما تقول!". إن مجرد التفكير بأنه قدم لك سبقا صحفيا لم يشهد العقد مثله، سوف يدفعه إلى الانسحاب والتراجع.

استخدام طريقة السكوت المؤقت "المفعم بالمعاني"

إذا كان الشخص الذي تطرح عليه الأسئلة لا يجيب عنها بشكل كامل جرب أسلوب السكوت المؤقت "المفعم بالمعاني"، مصحوبا بنظرة ترقب وأمل.

في بعض الأحيان، سوف يجيب مقدما معلومات إضافية تحتاجها. هنالك بالطبع حدود لفترة الصمت والترقب هذه، والتأخير لأكثر من بضع ثوان قد يفسر على أنه حمق أو نوبة ناتجة عن اختلال خطير في الجهاز العصبي.

إذا انسدت كل السبل، ضع نفسك تحت رحمة مصدرك
قل لمصدرك إنك ستواجه مشكلة مع رئيس التحرير إذا لم تحصل على هذه المعلومات. اطلب منه العون. وغالبا ما تتجح هذه الطريقة.

حافظ على سلاسة واستمرار الحوار

حين تواجه بعبارة "ليس لدي تعليق"، لا تحاول التركيز بصورة مباشرة على ما يسبب القلق لمصادرك. في جميع الحالات تقريبا، سوف تخسر في ذلك الحوار لأن أسبابهم مرتبطة بمناصبهم أو مؤسساتهم، وهم مطلعون على خفايا الأمور أكثر منك. بدلا من ذلك، حافظ على سلاسة واستمرارية الحديث، وجرب أساليب وطرقا أخرى. أولا، طمئن مصدرك وأكد له أن الحديث معك ليس انحرافا ضلاليا صادما، فقد تحدث العديد من الأشخاص معك. ثم أردف، دون أن تتوقف عن الكلام: "ما يحيرني هو.. هل أستطيع أن أسألك عن..".

طرح الأسئلة على المصادر المراوغة والمعادية

بعض طرق التعامل مع الأشخاص الذين يشعرون بالقلق والانزعاج تنطبق على أولئك المراوغين أو المعادين. لكن في أغلب الأحوال، لا بد من اتخاذ أساليب مختلفة لمقاربة المصدر الذين يحاول مراوغتك وتجنبك.

تشبث بالإصرار والإلحاح

من الصعوبة بمكان أحيانا مقابلة مثل هؤلاء المصادر. لكن إياك والاستسلام. دوام على الاتصال بهم، وقم بزيارتهم في مكاتبهم. واجعلهم يدركون بأن الطريقة الوحيدة للتخلص من إلحاحك العنيد هي الموافقة على التحدث معك.

عند الاتصال بالمصدر، لا تنخدع بعبارته "سوف يتصل بك لاحقا"

لا ينوي العديد من الأشخاص فعل ذلك، برغم ما تقوله السكرتيرات أو الزملاء. لا تقبل هذه العبارة. قل إنك ستبقى منتظرا على الخط، أو ستتصل فيما بعد، أو - في حالات نادرة - وافق على انتظار مكالمته، لكن حدد موعدا لذلك. فإن لم يتصل بك، اتصل أنت. ومن الأفضل الاتصال قبل ساعة من الموعد المحدد. غالبا ما تقول السكرتيرة إن المصدر سيتصل بك في الرابعة بعد الظهر مثلا، لأنها تعلم بأن الموظفين يغادرون المكتب في الثالثة والنصف.

إذا لجأ المصدر إلى أسلوب المناورة حول إجابة واقعية، ضع خيارات متعددة أمامه

على سبيل المثال، إذا احتجت لمعرفة المبلغ الذي دفعته الحكومة لعقد معين، ورفض الشخص الذي يملك المعلومات إعطاءك الجواب، حاول تحديد المبلغ أمامه: "هل دفعت ستة ملايين؟"، "هل وصل المبلغ إلى اثني عشر مليوناً؟". غالبا ما تعطي مثل هذه الأسئلة نتائج مثمرة، أو تلميحات معبرة. كن حريصا عند استخدام هذا الأسلوب، وتأكد من أن الشخص المعني يعرف موضوع السؤال. فقد يؤدي، مع غيره من أساليب التلاعب بالألفاظ، إلى التشوش والارتباك.

أشهر مثال على ذلك حدث خلال تحقيقات صحيفة "واشنطن بوست" في قضية "ووترغيت" التي أشرنا إليها آنفا. فقد كان لدى المراسلين قصة جيدة ومثيرة، لكنها أتت من مصدر واحد. أما رئيس التحرير فأصر بإلحاح على وجود مصدرين اثنين قبل أن يوافق على النشر. وهكذا، وفي ساعة متأخرة من الليل، اتصل أحد المراسلين بالشخص الآخر الوحيد الذي يمكن أن يدعم ويثبت القصة. لكنه رفض ذلك بشكل مباشر؛ فقال المراسل:

"سوف أعد حتى عشرة، أغلق سماعة هاتفك إن كانت القصة مزيفة. أما إن

كانت صحيحة فابق على الخط". ثم بدأ العد. "واحد، اثنان، ثلاثة، أربعة، خمسة..". بدأت الإثارة تظهر على صوته، " .. ستة، سبعة، ثمانية، تسعة، عشرة.

وضع السماعه وأبلغ زميله المنتظر ورئيس التحرير أن الشخص أكد على صحة القصة، فتم نشرها. أما المشكلة الوحيدة فهي أن القصة لم تكن صحيحة. فالشخص الذي جرى الاتصال به في ساعة متأخرة من الليل أساء فهم المراسل وظن أن بقاءه على الخط يعني أن القصة مزيفة.

بين الحين والآخر، حاول الادعاء بامتلاك معارف تفوق ذخيرتك الفعلية منها

إذا آمنت بقوة بصحة شيء، لكنك لا تستطيع الحصول على توكيد له، اتصل بالمصدر وقل إنك تطلب تعليقا. على سبيل المثال، جرب أن تسأله "لماذا حدث ذلك؟"، بدلا من "هل حدث ذلك؟"، فيبدأ بالشرح والتفسير بدلا من الإنكار. لكن في بعض الأحيان يجب ألا يستخدم هذا الأسلوب سوى المراسلين المتمرسين.

انتبه لعبارات الإنكار التي لا تنكر ما حدث

تطلق مثل هذه العبارات حين يوجه اتهام لشخص، وبدلا من إنكار التهمة، يصدر بيانا يوجه فيه الإهانات لمن اتهمه، أو إلى المراسل، أو إلى كليهما. فلو سألت مصدرك، مثلا، هل كان العقد الحكومي غير خاضع للإشراف مما أدى إلى إهدار أموال طائلة، وأجاب: "مصادرك لا تعرف شيئا عما تتحدث"، فإن ذلك لا يعتبر إنكارا للموضوع. إنها الخدعة التقليدية لمن يحاول إخفاء أمر ما - لكن لا تعتمد دوما على ذلك.

انتبه للإنكار غير الضروري

على العكس من الحالة السابقة، يمكن لشخص يخفي شيئا أن يتجاوز في إجابته ما يتطلبه سؤالك. على سبيل المثال، حين تطلب تعليقا، ينكر أشياء لم تتهمه بها أصلا. كن مستعدا! قد يكون ذلك مكسبا مفاجئا، وأول إشارة على أمر يخفيه.

لا تستخدم أسئلة "المكائد"

الهدف من مثل هذه الأسئلة محاولة إيقاع شخص في الفخ من خلال الخدع اللفظية وليس المعلومات. أما حقيقة ابتذالها فلم تمنع استخدامها. وهي تعتبر تنويعا على السؤال القديم: "هل توقفت عن الاعتداء على زوجتك بالضرب؟"، حيث يجيب الزوج المتهور "أجل"، مما يعني ضمنا أنه اعتاد ضرب زوجته في السابق واهتدى إلى جادة الصواب الآن، أو تكون الإجابة "لا"، مما يدل على أنه مازال مواظبا على فعلته الشنيعة!

استخدمت هذه الخدعة بشكل فاضح حين انتشرت الشائعات التي أشارت في الصحف البريطانية إلى أن الأمير إدوارد، رابع أبناء الملكة، شاذ جنسيا. طارده صحيفه "ديلي ميرور" إلى نيويورك، وفي إحدى المناسبات العامة، صاح مراسلها في وجه الأمير: "هل أنت شاذ؟". فرد الأمير الساذج "لا"، وفي اليوم التالي كتبت الصحيفة عنوانا عريضا على صدر صفحتها الأولى: "إدوارد: أنا لست شاذاً". أما الانطباع الذي خلفه العنوان في ذهن القارئ فهو أن الأمير شاذ فعلا، لكنه الآن يجهد لإنكار الحقيقة. تقرير صحفي شنيع دون ريب.

اطلب من مصدرك أن يتخيل كيف ستبدو عبارة "بدون تعليق" في الصحيفة لكن لا تجعل الطلب يبدو كتهديد، بل محاولة لإنقاذه من كارثة تدمر علاقاته العامة: "القراء سيجدون أن -السيد.. يمتنع عن التعليق-، وسوف يظنون أنك تخفي سرا خطيرا. أعلم أن القضية ليست على هذا النحو، فهل أستطيع الحصول على إجابتك حول..".

أخيرا، تذكر أن شخصا قد يرفض التحدث إليك اليوم قد يصبح لين العريكة ويقبل لقاءك بعد بضعة أيام. فإن كان مصدرا مهما، حاول معه مرة أخرى.

المؤتمرات الصحفية

تعتبر المؤتمرات الصحفية حالة خاصة حين يتعلق الأمر بطرح الأسئلة. فأنت لست وحدك، ولا تقابل المصدر في اجتماع ثنائي، وغالبا ما يكون الوقت

محدودا. في هذه الحالة، تأكد من أنك، والآخرين، تطرحون الأسئلة التي تحتاجون الإجابة عنها. يمكن لذلك أن يعني في بعض الأحيان أن تكون جسورا، بحيث تطرح سؤالك بصوت مرتفع يسمعه المسؤول المعني، أو تقف لطرحة.

يبدو أن الكثيرين ممن يدعون إلى المؤتمرات الصحفية يحسبونها مناسبات يمكنهم فيها عقد لقاء مع جماعة من المعجبين الوديعين الذين يكتفون بتدوين الملاحظات. لا ينبغي على أي مراسل صحفي أن يدع تلك الفكرة تتجذر وتترسخ. صحيح أن هذه المناسبات قد تنظم بغرض الدعاية فقط، لكن ذلك لا يعني بأن عليك المشاركة في اللعبة. أنت من يقرر ماهية القصة الإخبارية، وليس منظمو المؤتمرات الصحفية. لا تأبه لرأيهم حول الرسالة المهمة، فهل هنالك قصة أخرى، أفضل وأكثر إثارة؟

إذا كان الشخص الذي يعقد مؤتمرا صحفيا جليلا عظيم القدر، ولديك ما يكفي من الوقت، يمكنك تأجيل أسئلتك. في هذه الحالة لا تدعه يغادر القاعة قبل الإجابة عن أسئلتك ومحاصرته بها. قد يعني ذلك في بعض الأحيان الوقوف بينه وبين باب الخروج. لا تكن خجولا فتحجم عن ذلك، فكل من يعقد مؤتمرات صحفية بانتظام معتاد على مثل هذه التصرفات الجسورة. فأنت لا تحضر المؤتمر لعقد صداقات، بل للحصول على المعلومات الضرورية لقصتك.

النصيحة الأخرى هي أن تراقب وتحاول أن تعرف هل يوجد مراسل آخر يبدو أنه يعرف الكثير عن الموضوع. بعد المؤتمر، جرب الحديث معه. معظم المراسلين لا يستطيعون مقاومة التباهي بما يعرفون وبمن يعرفون، وبالتالي يكشفون أمامك مفاتيح مهمة وقيمة توصلك إلى المعلومات المطلوبة. لا تضع ثقتك الكاملة بما يرويه المراسلون الآخرون، لكنك غالبا ما تلتقط بعض الأفكار الجيدة حين تتابع أحاديثهم. كل ذلك يذكرك بأن الفائدة الحقيقية التي تستمدها من المؤتمرات الصحفية هي الالتقاء بالآخرين والاتصال بهم، أكثر من الحصول على المعلومات المزعومة.

المقابلات الشخصية مع المشاهير والمسؤولين المهمين

كلما زاد نفوذ وسطوة وشهرة الشخصية، تضاعف الوقت المتاح للقاء بها. لذلك لا تهدر وقتك بطرح الأسئلة التي يمكن الإجابة عنها بواسطة البحث قبل أو بعد المقابلة. النجوم الكبار يوظفون لديهم غالبا وكلاء صحفيين يحضرون اللقاء ويحاولون وضع حدود تقيد المواضيع التي تستفسر عنها وحولها. مهمتك مراوغة هذه القيود كلما كان ذلك ممكنا، فإن لم تستطع أبلغ قراءك بالأمر. أنت مراسل صحفي، ولست من الحاشية. لا تستسلم لإغراء الإطراء والتباهي إذا تكلم معك أحد النجوم الكبار؛ وبالمقابل، لا تدع كرهك لهم أو حنقك على ما يرتعون فيه من ثراء أو جمال أو ذكاء أو نجاح، يدفعانك لكتابة ما تعتقد أنه سيدمر حياتهم المهنية بشكل نهائي. وحين تنشر قصتك ستفضح ما يعتمل في صدرك من دوافع، وليس هم.

بدلا من ذلك، استخدم الأسلوب البسيط الميسر. قدم وصفا دقيقا لهم بقدر ما تستطيع، وركز بؤرة الاهتمام على الأسئلة التي تمكنك من مقارنة شخصياتهم بصورهم العامة لدى الجمهور. وكما تقول لين باربر، إحدى أشهر الصحفيات اللاتي تخصصن في إجراء المقابلات في بريطانيا: "كل ما عليك أن تفعله أن تكون دقيقا في مواعيدك، كن مهذبا واطرح أسئلتك". وهي توصي (ويتفق معها معظم الصحفيين) بأن تكون الأسئلة مختصرة وقصيرة بقدر الإمكان. نقدم فيما يلي بعض الأسئلة الاستقصائية المفيدة للحصول على إجابات غير متوقعة، أو حول مجالات حياتية قد يكون المصدر راغبا في الحديث عنها. والأسئلة تعتمد على لائحة أرسلها جيرمي مارتن لمنتدى الصحافة (CompuServe Journalism Forum):

☞ ما هي أولى ذكرياتك؟

☞ ما هي أفضل نصيحة قدمها والدك/ والدتك؟

☞ من الذي مارس أكبر تأثير في حياتك؟

☞ ما هي أول وظيفة شغلتها؟

☞ ما هو أسوأ عمل قمت به؟

☞ ما هي أول سيارة ركبتها؟

- ☞ من هو الحبيب الأول؟
- ☞ ما الذي تفعله حين تكون متوتر الأعصاب؟
- ☞ ما هو الدافع القهري الذي لا تستطيع مقاومته؟
- ☞ هل أنت حاد الطبع؟
- ☞ ما الذي تأكله/ ولا تأكله؟
- ☞ من هو أفضل صديق لك؟
- ☞ ما هي أسوأ عاداتك؟
- ☞ ما الذي يثير غضبك؟
- ☞ ماذا تدرس؟
- ☞ ماذا تقرأ؟
- ☞ ما هو الوقت الذي تقضيه في المطالعة؟
- ☞ كم ساعة تنام؟
- ☞ ما الذي تفعل إذا صحوت في الليل وجافاك النوم؟
- ☞ ما هو يوم العطلة المثالي بالنسبة لك؟
- ☞ متى تنوي الاعتزال؟
- ☞ من هم الضيوف الذين تفضلهم في حفلاتك؟
- ☞ هل تحب عيد الميلاد؟
- ☞ ما هو كتابك/ أغنيتك/ فيلمك/ مطربك/ فنانك المفضل؟
- ☞ من الذي يثير إعجابك أكثر من سواه؟
- ☞ ما هو مشروبك المفضل؟
- ☞ ما هو الطعام الذي لن تأكله؟
- ☞ ما هو المكان المفضل لقضاء إجازتك؟
- ☞ أين تعيش لو امتلكت حرية الاختيار كاملة؟

"أشد المرسلين مكرًا وخداعًا هم أولئك الذين يظهرون المودة ويرسمون الابتسامة ويزعمون والمساندة. فهم الذين يدمرونك في كل مناسبة أو فرصة سانحة".

اد كوش، محافظ نيويورك.



كتابة التقارير التي تتضمن الأرقام والإحصائيات

"الصحفي مقامر، ورقيب، وناصح، ووصي على الملوك، ومعلم للأمم.
وأربع صحف معادية أشد ترويعا وتخويفا من ألف حربة مسنونة"
نابليون بونابرت.

هنالك قلة (قليلة) من الصحفيين تتبنى الفكرة القائلة إن الأرقام والحسابات نوع من الفيروس الذي يمكن أن يلحق الضرر بالعقل الأدبي إن أصابه بعدواه، مما يؤدي إلى فقد دائم للمفردات، وانكماش للحساسية. هذا هراء خطير، لأن العديد من القصص والتحقيقات الصحفية تعتمد على الإحصائيات والأرقام هذه الأيام. إذ يتعرض الصحفيون لقصف متواصل من المسوحات، واستطلاعات الرأي، وموظفي العلاقات العامة، ورجال الأعمال، وجماعات الضغط، والسياسيين. ويبدو، للوهلة الأولى، أن هؤلاء جميعا يستشهدون بأرقام إحصائية مؤثرة. أما الابتعاد عن الأرقام والإحصائيات بذريعة الفصاحة والجزالة الأدبية، فيعتبر بالنسبة للصحفي الحديث نقطة ضعف قاتلة. فإذا لم تعرف ما يكفي لاختبار واستقصاء البيانات فأنت تفتقد القدرة والكفاءة الصحفية. مصادر المعلومات تمارس الخداع وتغش بالأرقام على الدوام. وبدون المعرفة الأولية الضرورية لاكتشاف الأرقام المزيفة، سوف تضطر لقبول ما تعلنه المصادر وتعيد نشره (أو

إنتاجه) بكل إخلاص وأمانة. العاقبة؟ سوف تضلل قراءك وتزودهم بمعلومات خاطئة، وستبدو - وتكون فعلا - مغفلا.

من حسن الحظ أن ثمة وقاية تتمثل في تسليح نفسك بما يكفي من المعرفة لفهم الإحصائيات اليومية. إذا شعرت بأن هذه الفكرة تهددك وترهبك، تأكد من أن ما يلي يحتوي من الرياضيات ما يستطيع حتى صبي في الثانية عشرة فهمه واستيعابه. إن كنت ما تزال تشعر بالتهديد، فقد حان الوقت كي تبحث عن مهنة أخرى؛ شئت أم أبيت، لسوف تتعامل مع الإحصائيات بشكل ما كل يوم من أيام حياتك المهنية.

مسألة واستقصاء البيانات والمعطيات

ينبغي مسألة البيانات والمعطيات، مثلها مثل كل المصادر الأخرى للمعلومات. هذا يعني استجواب أولئك الذين يقدمون ويروجون الأرقام الإحصائية، والمعطيات والبيانات ذاتها، وأي استنتاجات مستمدة منها. أما نقطة البداية فهي:

هل تبدو القصة محتملة؟

من المدهش كم تبدو القصص بعيدة الاحتمال. في عام 1991، واجهتُ قصة تقول إن 50% من القروض الشخصية التي تقدمها المصارف للنساء تصرف على عمليات التجميل. في الأحياء الراقية من لوس أنجلوس (بولاية كاليفورنيا)، يمكن للقصة أن تكون منطقية ومعقولة. لكن في لندن لا تصح أبدا. وحين تحققت من الأمر، وجدت الإحصائية صحيحة: نصف القروض الشخصية المقدمة للنساء لأغراض صحية تصرف على بعض أنواع العمليات غير الضرورية. الآن، أصبحت القصة أكثر احتمالا وصدقا - لكنها لا تستحق أن تشكل خبرا مشيرا، فتجاهلتها.

ثم هنالك نوع من القصص التي تتطلب بديهة أسرع قليلا لاكتشافها. في الولايات المتحدة، نشرت إحدى الصحف قصة تقول إن 50% من سكان بلدة

ايتابوم في البرازيل يتناولون المهدئات. يمكن أن تكون الإحصائية صحيحة، لكن قليلا من التفكير المتعمق يثبت زيفها. فلا بد من وجود الأطفال والمراهقين في المدن والبلدات. وفي الحقيقة يشكل الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة نصف السكان على أقل تقدير في البلدات الصغيرة في البرازيل. فهل تعني القصة أن النصف الآخر من السكان جميعا أي كل البالغين، حتى من هم في عمر التسعين، يتناولون المهدئات؟ هذا أمر مستبعد. وسرعان ما نشر تصحيح بعد ظهور القصة. أما الرقم الصحيح فكان 16% من السكان البالغين.

إذا بدت الأرقام للوهلة الأولى على الأقل قابلة للتصديق، فإن السؤال التالي هو:

ما هو مصدر البيانات والمعطيات؟

جامعة؟ شركة خاصة؟ مؤسسة استطلاع للرأي؟ جماعة ضغط؟ هل المصدر مؤهل لجمع أو فهم هذه البيانات/ المعطيات؟ أم أن البحث الذي أجراه مصدر شهير ومعروف قد استخدم من قبل طرف ثالث؟ في هذه الحالة الأخيرة، عليك العودة إلى الباحثين الأصليين، وسؤالهم عن رأيهم باستخدام معطياتهم ودعوتهم للتعليق على الاستنتاجات المستخلصة منها. يمكن لذلك أن يؤدي إلى كتابة قصة إخبارية أفضل من الأصلية.

من أين أتت؟

إذا لم يستطع أحد إبلاغك عن مصدر الأرقام - وهي حالة شائعة مع المسوحات غير المباشرة ومسوحات المسوحات - يتوجب عليك أن تقرع أجراس الإنذار.

لماذا يقدمون هذه البيانات/ المعطيات؟

لماذا تقدم لي هذه البيانات/ المعطيات؟ بدافع المصلحة الشخصية؟ أم أن هنالك قضية يريد المصدر ترويجه؟ إن دراسة تتناول تأثيرات قرار حظر الصيد على استخدام العمالة في الريف تتضاءل مصداقيتها إذا أجريت من قبل باحثين استأجرتهم مجموعة ضغط تؤيد الصيد. لكن الأبحاث المزورة عمدا من قبل مجموعات الضغط تظل نادرة. والأرجح أن تكفي بعدم نشر

الأبحاث التي تعارض قضيتها، أو تحلل الأرقام بطريقة تدعم الفكرة المتبناة مسبقا (سوف نتناول مجموعة الطرق التي يجري بواسطتها التلاعب بالإحصائيات في قسم لاحق من هذا الفصل).

لماذا تعلن البيانات/ المعطيات الآن؟

نادرا ما يكون التوقيت اعتباطياً، حتى بالنسبة للباحثين الأكاديميين. وما يبدو أنه توقيت اعتباطي استكمل عنده الأكاديميون (الذاهلون عن وقائع الحياة المعاشة!) أبحاثهم الشاقة في أبراجهم العاجية، لينشروا حكمتهم بين العامة، سوف يثبت على الأرجح ارتباطه الوثيق بالحاجة إلى معاودة طلب المنح الحكومية، أو الأمل بالحصول على رعاية جديدة، أو إضافة بحث علمي منشور إلى بيان سيرة ومنجزات القسم الذي يعملون فيه في الوقت المناسب لعملية التقييم الحكومي التالية. بالنسبة للبيانات/ المعطيات التجارية وتلك التي تصدرها جماعات الضغط، يمكن الاعتماد بشكل كلي على وجود سبب منطقي يكمن وراء التوقيت. فالأعمال التجارية تنتعش بإطلاق منتج جديد، وصدور إشارة عن منتج منافس، واجتماع وشيك يعقد لحملة الأسهم.. الخ. لكن السبب الكامن وراء التوقيت لا يتضح على الدوام، ويجب أن يشكل دائماً جزءاً من سياق القصة.

هل الأعداد كلها مدورة (معبر عنها بالعشرات أو المئات..)?

تعتبر الأعداد المدورة إشارة مؤكدة إلى عدم الالتزام بصرامة العلم. وهنالك قاعدة منطقية تقول إن أي مصدر يزعم "تحقيق 50% من هذا الهدف أو 60% من ذلك" متهم حتى تثبت براءته".

هل الرسوم البيانية صادقة؟

لرسم البيانية مقاييس متدرجة عمودية وأفقية يمكن تعديلها لتقديم الانطباع المرغوب. كما يمكن جعل ارتفاع بسيط يبدو وكأنه ضخمة وكبير، والعكس بالعكس. مخططات الأعمدة يمكن أن تخدع أيضاً. أما الخدعة القديمة فهي التمثيل البياني للدخل على شكل حقائق مالية. فإذا كان دخل

شخص يعادل ضعفي دخل آخر، تظهر الحقيقية أعلى بمرتين من الأساسية. وهذا أسلوب مضلل لأن الحقيقية المالية الناتجة أكبر حجما بثماني مرات من الأصلية.

كل ما أنت بحاجة إليه حتى الآن جرعة من الحس البدهي السليم وقدرة صحفية صحية على التشكك والاشتباه. وهذا كاف لبلوغك هذه النقطة. لكن في أي قصة إخبارية تشمل إحصائيات، أنت بحاجة إلى معرفة - أولية - بالرياضيات. وبدونها، سوف تتعرض للخداع وتتطلي عليك الحيل. على سبيل المثال: تبلغك شركة في خضم نزاع تخوضه حول الأجور أن متوسط أجر العامل هو 28000 جنيه في السنة. فتتخدع وتتشتر الرقم في جريدتك! في الواقع، ما أخبرتك به هو المعدل الوسطي، محسوبا بإضافة رواتب جميع الموظفين والعاملين - بمن فيهم المدراء الأربعة (من العائلة التي تملك الشركة) الذين تتجاوز رواتبهم 200 ألف جنيه في السنة. ولو قدمت لك أجر العامل تبعا للعدد المتوسط الأقرب للصحة، لكان الرقم 14 ألف جنيه. فإذا لم تسمع بالعدد المتوسط من قبل، كيف تستطيع توقي الخديعة؟ سنقدم فيما يلي "دليل الصحفيين" للتعرف على استخدام، وإساءة استخدام، أكثر الإحصائيات شيوعا.

المعدلات

هنالك ثلاثة أنواع من المعدلات:

المعدل الوسطي

هذا ما يعنيه معظم الناس بالمعدل. ويتم الحصول عليه من جمع القيم كلها ثم تقسيم الناتج على عددها. نقطة ضعف المعدل الوسطي تكمن في أنه يخفي بقدر ما يكشف. فهو لا يقول شيئا حول مدى القيم في الحساب. ولن يظهر - كما في مثال الرواتب والأجور الآنف ذكره - أن قلة من القيم المرتفعة (أو المنخفضة) تحرف النتائج وتشوهها، وبالتالي تقدم "معدلا" مضللا. لسوء الحظ، يعتبر هذا النوع المزييف من المعدلات أكثرها شيوعا. نقول "لسوء الحظ" لأنك حين تكتب عن "المعدل الوسطي للآباء" أو "المعدل الوسطي للطلاب" فأنت

لا تريد الإشارة إلى "معدل" وهمي افتراضي، بل إلى الآباء أو الطلاب في الوسط. وهذا ينقلنا إلى العدد المتوسط.

العدد المتوسط

يمثل هذا العدد، ضمن سلسلة من الأعداد (الوترية أو الشفعية)، القيمة التي تتوسطها. فبالنسبة للأجور التي تتراوح بين 9 - 23 ألف جنيه (ومعظمها عند الحد الأدنى)، يكون الرقم الأوسط 14500 جنيه - وهذا يعبر بشكل أكثر دقة عن معظم رواتب العاملين في شركة ما مقارنة بالمعدل الوسطي الذي يشوّهه الأجر المرتفع لحفنة من المدراء. أما الخلط بين هذين النوعين الأكثر شيوعاً من المعدلات فيأتي من تفكير الناس بمجموعات من القيم مثل الأعداد 1 - 20 هنا المعدل الوسطي هو 10 وكذلك العدد المتوسط. ويرجع ذلك إلى أن القيم موزعة بصورة متساوية وترتفع بالنسبة ذاتها كل مرة. لكن معطيات العالم الحقيقي نادراً ما تكون كذلك.

القيمة المشتركة

يمكن تعريفها ببساطة بأنها القيمة الأكثر تكراراً في مجموعة من الأرقام.

التوزع

ما يماثل العدد المتوسط في صلته بموضوعنا هو المدى الذي تغطيه القيم، وتحتاج غالباً لمعرفته لتبدأ بفهم معنى المعطيات/ البيانات. على سبيل المثال، المعدل الوسطي لدرجة الحرارة في منطقتين قد يبلغ 61 درجة (فهرنهايت)، الأمر الذي يعطي الانطباع بأن مناخيهما متشابهان. وهذا خطأ. فربما تشترك المنطقتان بمتوسط درجة الحرارة نفسه، لكن قد يبلغ مدى الأولى 45 درجة، والثانية 130 درجة. وبالتالي يختلف المناخ السائد في الأولى عن ذلك السائد في الثانية اختلافاً بيناً.

يطلق على مدى القيم اسم التوزع. ولمعظم المعطيات الاجتماعية توزع قياسي تقترب قيمه من المعدل المتوسط، إضافة إلى قلة على الطرفين. على

سبيل المثال، تشير إحصائيات المعدل الوسطي للساعات التي يقضيها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 21 - 40 سنة في النوم، إلى أنها موزعة بشكل قياسي. مع أن قلة منهم يكتفون بخمس ساعات أو أقل من النوم ليلاً، وقلة أخرى تحتاج إلى أكثر من تسع. ومعظم القيم ستتجمع حول 7.5 - 8 ساعات، مع انخفاض حاد في كلا الاتجاهين. أما إظهار مثل هذا التوزيع على مخطط بياني فيأخذ شكل الجرس، ومن هنا أتى تعبير "منحنى الجرس" لوصف التوزيع القياسي. من ناحية أخرى، سوف يتفاوت الدخل المتاح (بعد حسم الضرائب) للشريحة السكانية التي تتراوح أعمار أفرادها بين 21 - 40 تفاوتاً هائلاً - بعضهم يعيش على الإعانات الحكومية وبعضهم من المليونيرات. التوزيع هنا يكون أكثر انتشاراً.

الانحراف المعياري

يشير هذا المقياس إلى مدى تجمع القيم حول المعدل الوسطي. فالقيم المتجمعة معا تنتج انحرافاً معيارياً أقل. في حين تنتج القيم المتباعدة انحرافاً أكبر. وبالرغم من أنه قد يطلب منك ألا تشغل ذهنك وتفكيرك "الأدبي" بمثل هذه الأمور، إلا أن الانحراف المعياري قد يكشف الكثير من الحقائق. خذ على سبيل المثال قصة تدور حول دراسة تتعلق بامتحان مقارنة يجتازه الطلاب في مدرستين. الأولى تحقق علامات أفضل في المعدل الوسطي من الثانية. لكن هذا - بحد ذاته - لا يعني أن طلاب الأولى أكثر ذكاءً، أو أساتذتها أكثر كفاءة. لذلك فإن ذكر هذا الرقم المجرد في تقرير صحفي قد يكون مضللاً. لكن الانحراف المعياري سوف يقدم سياقاً ومعلومات إضافية مهمة، كما يشير إلى الأسئلة التي ينبغي طرحها. أما الانحراف المعياري الأكبر في إحدى المدرستين فيكشف لك عن مدى أوسع بكثير من النجاح مقارنة بالأخرى. اسأل عن السبب. فربما تقبل الثانية تلاميذ تتفاوت قدراتهم، بينما لا تقبل الأولى سوى المعهم وأكثرهم ذكاءً ومقدرة. أو قد تركز الأولى كل جهدها على تدريس أذكى وأمع التلاميذ، بينما تركز الثانية على أقلهم ذكاءً ومقدرة، وبالتالي تتخفف فيها معدلات النجاح.

يمكن للانحراف المعياري أيضا أن يساعد في الحكم على الروابط المزعومة بين مجموعتين من الظروف. فإذا ادعت دراسة وجود علاقة بين ظاهرتين مع انحراف معياري كبير، فإن الاحتمالات تشير إلى أنها تنطبق على بعض الحالات فقط، أي أنها تحدث مصادفة وحسب.

النسب المئوية

من المذهل كم يرتكب المرسلون من أخطاء عند حساب النسب المئوية في القصص الإخبارية التي يكتبونها. ولذلك، ومن أجل كل صحفي تغيب عن دروس الرياضيات حين كان طالبا، نقدم كيفية حساب الزيادة في النسبة المئوية: نطرح القيمة القديمة (الرقم الأساسي الذي يقارن به الرقم الجديد) من الجديدة، ونقسم الناتج على القيمة القديمة ثم نضرب الجواب بمائة.

مثل هذه العملية الحسابية البسيطة تسبب برغم ذلك الكثير من التشوش والارتباك. على سبيل المثال، من المستحيل رياضيا انخفاض نسبة إلى ما دون 100٪، لأن ذلك يعني انعدام الرقم. فإذا انخفض عدد إلى ربع ما كان عليه، فهو لم ينخفض بنسبة 400٪، بل بنسبة 75٪. الشراك الأخرى التي تنصبها النسب المئوية هي:

الأرقام الأساسية

الرقم الأساسي هو القيمة القديمة التي تقارن بها القيمة الجديدة. انتبه دوما للأرقام الأساسية. فلسوف تختار المصادر كافة، باستثناء أشدها تشبيها بالصدق والأمانة، الرقم الأساسي الذي يعطي - حين يقارن بالرقم الجديد - نتائج تدعم قضيتهم. فكر على الدوام: لماذا تم اختيار هذا الرقم الأساسي؟

تجاهل الرقم الأساسي الخاطئ

إذا انخفض رقم بنسبة 40٪، ثم ارتفع بنسبة 20٪، فإن العديد من الصحفيين سوف يظنون بأن نصف الخسارة السابقة قد تم تعويضها. لا أبدا.

إذا كان الرقم الأساسي 100، وانخفض بمقدار 40، فإن الرقم الإجمالي الجديد هو 60، والارتفاع بنسبة 20% يعني 12، أي أن المجموع الجديد هو 72، وليس 80، وهو الرقم الذي نحصل عليه إذا تمت فعلا استعادة نصف الخسارة الأصلية.

انتبه لغياب الرقم الأساسي

يغرم السياسيون والمعلنون بـ"دس" المزاعم التي تدعي تحقيق تقدم مؤثر. "نحن نزيد استثماراتنا في المدارس بنسبة 25%". بماذا نقارن هذه الزيادة؟ بمعدلات السنة الماضية؟ بما استثمرته الحكومة السابقة؟ مقارنة بالاستثمار في شؤون الدفاع؟ لا طائل في هذا النوع من المقارنة بغياب الرقم الأساسي - ولربما يجهد المسؤولون لإخفائه لا لكشفه. انتبه أيضا للمصادر التي تقدم النسب المئوية دون داع، ودون أن تصاحبها الأرقام الأساسية التي تعتمد عليها.

لا يمكنك جمع النسب المئوية

في الحقيقة، يمكنك ذلك، لكن من الصعب المحافظة على الدقة في هذه الحالة. على سبيل المثال، إذا ارتفعت تكلفة العمالة في صناعة من الصناعات بنسبة 4%، وتكاليف التأمين بنسبة 20%، والمواد الخام بنسبة 2%، فإن الزيادة الإجمالية في التكاليف ليست $4 + 20 + 2 = 26\%$. فبمجرد تأمل بسيط نكتشف أن من المستبعد أن تزيد تكاليف التأمين عن نسبة ضئيلة من تكاليف العمل والمواد الخام. وعلينا إضافة كل أرقام التكاليف الأساسية لنحصل على مجموع جديد ثم نعاود حساب الزيادة المئوية على المجموع القديم.

المعدل لكل فرد

حين نقارن بين مجتمعين، أو مدينتين، أو بلدين، فإن تغيرات النسب المئوية بحد ذاتها تضلل مثلما تعلم، فمن أجل مقارنة ظاهرات مثل التغيرات الاجتماعية أنت بحاجة لمعرفة السكان في المنطقتين بحيث تستطيع استنباط المعدلات لكل فرد. لنفترض (بالاقتباس عن مثال ورد في كتاب داريل هوف الممتاز "كيف تلفق في الإحصائيات") أنك تكتب قصة حول عمليات الاغتصاب

في مدينتين: (آ) و(ب). كلتاها تشهد خمسين عملية في السنة، الأمر الذي يجعلهما متشابهتين ظاهريا، إلى أن تستفهم عن الأشياء التي تغيرت مؤخرا. تعلم الآن أن العدد كان 42 في مدينة (آ) قبل خمس سنين بينما لم يتجاوز 29 في مدينة (ب). إذن، الارتفاع في مدينة (آ) بلغ 19% وفي مدينة (ب) 72%. واعتمادا على هذه المعطيات، قد يخطط الصحفي المتسرع لكتابة قصة حول أزمة الاغتصاب في مدينة (ب)، تتناول ما يجري فيها والخطوات التي اتخذت لمواجهة الأزمة. لكن المدن الكبيرة تشهد عددا أكبر من الجرائم مقارنة بالصغيرة. لذلك، أنت بحاجة لمعرفة المعدل لكل فرد. ويمكن حسابه بتقسيم عدد الجرائم على عدد السكان، ثم ضرب الناتج بمائة ألف (لتفادي التعامل مع الأرقام الصغيرة المهمة) للحصول على المعدل لكل مائة ألف شخص. الآن، تبدو الأمور مختلفة قليلا. فقبل خمس سنين كان يقطن المدينة (آ) 55 ألف نسمة، ومعدل عمليات الاغتصاب 7.64 لكل مائة ألف من السكان. أما المدينة (ب) فكان يسكنها 450 ألفا ومعدل عمليات الاغتصاب 6.44 لكل مائة ألف. الآن، يقطن المدينة (آ) 600 ألف نسمة، والمعدل 8.33 لكل مائة ألف شخص، والمدينة (ب)، التي توسعت بصورة هائلة، يسكنها 800 ألف نسمة، والمعدل فيها 6.25، إذن، انخفض في الحقيقة المعدل في المدينة (ب) حوالي 3%، بينما ارتفع في المدينة (آ) بنسبة 9%. وهكذا، حصلت الآن على المعلومات الضرورية لكتابة تحقيق صحفي أكثر توازنا وورصانة وثنقيفا وتنويرا للقراء.

عند عقد أي مقارنة، أنت بحاجة لمعرفة المعدل لكل وحدة، بغض النظر عما إذا كانت فردا، أو أسرة، أو ميلا يقطع. على سبيل المثال، يمكن تقدير معدل الأمان والسلامة في السفر بحساب عدد الحوادث أو الوفيات لكل ميل يقطعه المسافر. على سبيل المثال، شهد 1998 أكبر عدد من الوفيات في حوادث الطيران، وبالمقارنة مع عام 1952، يمكن القول إن الطائرات أكثر خطرا اليوم. لكن معاينة الأرقام المتعلقة بالأميال التي يقطعها المسافر تصحح بسرعة هذا الخطأ. وتذكر أن تقارن الوحدات المتشابهة. فمعدل الوفيات في الجيش

البريطاني أكثر انخفاضا منه في قرية لوار بيدلينغتون الهادئة. لكن الحقيقة تكمن في أن الأول عبارة عن مجموعة من الشبان الأصحاء، في حين أن الثانية تضم أساسا فقراء وشيوخا في أزدل العمر.

المسوحات

من بين أنواع القصص الإخبارية كافة، تحوم أكثر الشبهات باستمرار حول المسوحات. فقد أدرك كل مروجي الدعاية الرخيصة منذ أمد بعيد أن المسوحات طريقة سهلة التلفيق لتغطية قضيتهم، أو سياستهم، أو مؤسساتهم. وهم يفكرون بإحدى القضايا الخلافية، أو بموضوع مثير إعلاميا، ويطرحون على الناس أسئلة حولهما، ثم يصدرن نشرة إخبارية تكشف عن أن المنتج (أ) هو المفضل لدى الأمة، أو أن سياسة (ب) هي أنجح السياسات، أو أن نسبة الإنجاز قد تجاوزت التقديرات السابقة. وفي كل يوم، تشر الصحف مثل هذه التوافه غير العلمية. والأسوأ من ذلك مسوحات الاتجاهات والميول الاجتماعية، التي تؤكد اكتشاف شرائح فرعية جديدة في المجتمع اعتمادا على أجوبة متسرعة عن أسئلة لا تمت إلى العلم بصلة.

معظم المسوحات التي تحاول إغراء الصحفيين لا تأتي من الأكاديميين، بل من رجال الأعمال والناشطين المؤيدين لقضية من القضايا. ولم يعرف عن أي من هاتين المجموعتين إجراء بحوث علمية نزيهة ومتجردة. لذلك، حين تواجه عملية مسح، فإن أول سؤال يجب أن يخطر على بالك هو: من يبلغك به، ولماذا؟ لكن شركاء المسوحات لا تقف عند هذا الحد.

ما هي العينة؟

في عدد لا يحصى من المرات، تتفكك القصص الإخبارية البارزة المعتمدة على المسوحات، وتتهار حين تواجه بالسؤال التالي: ما حجم العينة؟ حتى بعض الصحفيين المتمرسين في الصحف الوطنية المحترمة كتبوا مقالات من 700 كلمة اعتمادا على مسوحات تبين أن العينات التي ضمتها لا تزيد عن

العشرات. فرصة مثل هذه العينات في تمثيل الواقع الحقيقي ضئيلة جداً، إلا إذا شكلت جزءاً معتبراً من الكل الإجمالي الذي يخضع للقياس (مثلاً: عينة من عشرين في فئة من أربعين). صحيح أن النتائج التي تستخلصها قد تكون مثيرة ولافتة (وهذا ليس بالأمر المفاجئ حين نأخذ بالاعتبار مدى ابتعادها عن الدقة)، لكن لا ينبغي أن يمثل ذلك سبباً موجباً لنشرها. إن مسؤولية الصحفيين تتجاوز إطار العثور على مصدر للقصة الإخبارية. فهي تمتد لتشمل إيجاد روابط عقلانية تتصل بالمادة الخبرية. وهذا يعني أحياناً عدم كتابة القصة من الأساس.

كم يجب أن يكون حجم العينة؟

من الواضح أنه كلما كبر حجم العينة زادت قدرتها على التمثيل. لكن لا ينبغي على الدوام أن تكون كبيرة الحجم، بشرط أن يتم اختيارها بذكاء. المسوحات التي تتناول 1600 شخص مثلاً يمكنها إذا أجريت بصورة صحيحة أن تشكل دليلاً إرشادياً جيداً لمعرفة انقسام الرأي العام ضمن دولة يسكنها خمسون مليوناً. لكنها لا تزيد عن ذلك: دليل إرشادي وحسب. أما مدى صدق هذا الدليل فيحدده هامش الخطأ.

ما هو هامش الخطأ؟

إنه مدى الدقة. لنفترض أن لعملية مسح هامش خطأ يبلغ 5.2%. ووجدت أن نسبة الدعم والتأييد للحزب الحاكم تبلغ 45%، إذن فإن النتيجة مدى يتراوح بين 5.42 - 47.5%. يتم حساب هامش الخطأ تبعاً لعدد الأشخاص في العينة (وليس بالإشارة إلى العدد الإجمالي للسكان الذين تتقى منهم). فحجم العينة يحدد هامش الخطأ، بغض النظر عما تمثله. إذ إن لتلك التي تضم 1600 شخص هامش خطأ يبلغ 5.2%، وتلك التي تضم 400 شخص هامش خطأ يبلغ 5%. أما هامش الخطأ للعينة التي تضم مائة شخص (وهي ليست أمراً غير عادي في المسوحات التي تجرى على عجل من أجل العلاقات العامة)

فيبلغ 10%. وهذا يعني أن النتيجة التي تشير إلى أن 50% من المواطنين يؤيدون السياسي (س)، قد تنخفض في الحقيقة إلى 40% أو ترتفع إلى 60% (أو تبلغ أي نسبة بينهما). ولا ريب أن مثل هذا الاستطلاع يفقد الدقة.

كيف تم اختيار العينة؟

تظهر فجوة واسعة في المصادقية بين عينة المسح المختارة عشوائيا وبين تلك المختارة بشكل انتقائي. فاستقصاءات الرأي المختارة ذاتيا يجيب عنها عادة أصحاب الدوافع والبواعث - الناشطون الذين يتمتعون برأي قوي ونافذ (وبالتالي أبعد ما تكون عن التمثيل الدقيق)، أو أولئك الذين منحوا دافعا محفزا للاستجابة ("أكمل هذا الاستبيان البسيط وستدخل السحب على جوائزنا").

من هم الذين تشملهم العينة؟

العينة العشوائية الجيدة تقدم بشكل أكيد فرصة متساوية لضم الجميع. لكن حتى بالنسبة للإحصائيات يصعب تحقيق ذلك. فبرغم كل شيء، أين تذهب للعثور على عينة "تمثيلية"؟ الشارع؟ فيفوتك جميع العاملين والموظفين، وربات البيوت، والذين يتقلون بالسيارات؟ البيوت؟ فتخفق في استطلاع رأي العاملين، والمتسوقين، وكل من خرج من منزله. وهل تجري المسح في النهار أم في الليل؟ لهذا السبب تشمل عمليات المسح الشهيرة والموثوقة عينات عشوائية طبقية - أي تقسم السكان إلى مجموعات متعددة وتأخذ عينات منهم تبعا للجزء الذي يمثلونه من الكل. وحتى في هذه الحالة، تعتمد دقة المسح على من يقوم به ويعرف الحصة التي يمثلها هؤلاء. مثلا، نسبة النساء اللاتي تتراوح أعمارهن بين 25 - 40 سنة ويحصلن على مستوى معين من الدخل. في الحقيقة، تعاني كل طريقة من مشكلات التحيز، أو التعمد المقصود أو غير ذلك.

من المستبعد من العينة؟

هذا يعادل في الأهمية من يشمله المسح. يستشهد داريل هوف بعملية مسح واسعة النطاق أجريت قبل سنوات عديدة حول رواتب خريجي جامعة بيل

(للعام الدراسي 1924). كانت النتيجة 25.111 دولارا، وتم الاتصال بالمبحوثين من خلال الكتب السنوية التي تعرف بالصناعة والصناعيين.. الخ. بكلمات أخرى، كانوا من كبار المدراء التنفيذيين في الشركات والمؤسسات. لكن صعب اقتفاء أثر خريجي تلك السنة من جامعة ييل الذين لم يحققوا نجاحا يذكر، أو رفضوا الإجابة عند العثور عليهم. فإذا أجريت عملية المسح بواسطة إرسال الاستبيانات (بالبريد مثلا)، يجب معرفة نسبة الذين لم يجيبوا ولماذا.

هل تشمل النتائج العينة برمتها، أم مجرد أولئك الذين أجابوا عن الاستبيان؟

حين يقول تصريح صحفي مثلا إن عملية المسح التي أجريت لمعرفة مواقف الفعاليات التجارية تجاه معدلات الفائدة، قد أظهرت أن نسبة 80% من الشركات اعتبرت معدلات الفائدة المرتفعة مشكلة، يجب أن تسأل عن عدد الاستثمارات التي أرسلت. إذا كان الجواب: 2000 استمارة، اسأل: كم عدد الشركات التي أجابت؟ لنفترض أن الجواب 160 - 80% منها اعتبرت معدلات الفائدة المرتفعة مشكلة. إذن، الحقيقة هي: "وجدت عملية مسح أجريت لمعرفة مواقف الفعاليات التجارية تجاه معدلات الفائدة، أن 80% من الشركات التي استجابت اعتبرت المعدلات مشكلة، لكن 93% من الشركات الألفين التي استطلعت آراؤها لم تجب عن الاستبيان".

هل يشمل المسح استطلاع الشؤون الذاتية؟

في هذه الحالة عليك أن تتبّه، خصوصا إذ تطلب المسح من المبحوثين التحدث عن مسلكهم بدلا من معتقداتهم. هل هناك وصمة عار ترتبط بإجابة معينة دون غيرها؟ في المسح الذي يتناول النظافة الشخصية أو الاستقامة أو الأمانة مثلا، من المستبعد أن يصرح الناس عن أساليبهم الكريهة أو غير القانونية. والمثال الصارخ على ذلك عمليات المسح التي تتناول الأمور الجنسية. فهذه محكوم عليها منذ البداية بأن الإجابات ستكون استعراضية أو متفاخرة ومتباهية. ومن المستبعد مشاركة المتزمتين والمحافظين والذين يميلون إلى العزلة وبيتعدون عن المغامرات.

هل الأسئلة مجردة ونزيهة؟

في المسوحات التي تبدو موثوقة ومحترمة، لكن تفرز نتائج مفاجئة، قم بمراجعة الأسئلة. على وجه العموم، من النادر أن يضم استبيان أسئلة "جوابية" سافرة (أي تتضمن تلميحا إلى الجواب، مثل: "ارتبط اللون الأحمر بالشرائح السكانية المحدودة الدخل. الآن، ما هو لونك المفضل؟"). أما تلك الأكثر شيوعا فهي سلسلة تقود المبحوث الذي يفقد الذكاء إلى اتجاه معين بشكل تدريجي.

ما مدى دقة إجابات المبحوثين؟

يميل الناس، خصوصا في مسوحات المواقف والسلوكيات، إلى إعطاء الإجابات التي يعتقدون أنها ستعتبر إيجابية من قبل الآخرين. ومن الأمثلة على ذلك المسح الذي أجري لصالح صحيفة "نيوز اوف ذي ورلد"، حين سئل القراء عن المقالات التي يحبونها ويكرهونها. أجاب معظمهم بأنهم يفضلون المقالات الافتتاحية والمقالات الدينية؛ ولم يعترف سوى عدد قليل منهم بقراءة التقارير التي تتناول الجنس والجريمة. وحين أوقفت الجريدة نشر مثل هذه التقارير، هبطت نسبة التوزيع بشكل حاد.

استطلاعات الرأي

نادرا ما تكون مؤسسات استطلاعات الرأي الشهيرة مذنبة بالتهم والمثالب والعيوب التي أشرنا إليها آنفا، وطالما ظلت النتائج تنقل في الصحف بشكل دقيق وصحيح (وهذا يعني الإشارة ضمن القصة الإخبارية إلى هامش الخطأ)، إضافة إلى السياق طبعا، فإن فرصة تضليل القراء تبقى ضئيلة. فبرغم كل شيء، هم الذين يحددون مقدار الثقة التي يضعونها في هذه الاستطلاعات.

الخطر في استطلاعات الرأي يأتي من التفسير. لذلك، ينبغي أن نتذكر

عدة نقاط مفاتيحية:

اتجاه عدة استطلاعات أكثر أهمية من استطلاع واحد

يمكن للاستطلاع الوحيد أن يكون مضللاً، ولا ينبغي الاعتماد عليه كثيراً. لكن إذا قادت عدة استطلاعات نحو نفس الاتجاه، فإن احتمال دقة وصحة الاتجاه الذي أشارت إليه يكون كبيراً.

راقب العينة بعناية

في الاستطلاعات السياسية، خصوصاً مع اقتراب موعد الانتخابات، كثيراً ما تجري وسائل الإعلام استطلاعات متعجلة، ومن المرجح أن تشمل عينات صغيرة العدد. ولذلك تكون أقل موثوقية ومعمولية.

راقب هامش الخطأ في الاستطلاعات المقارنة

الخطأ التقليدي في نقل استطلاعات الرأي هو مقارنة استطلاعين، والتركيز على أهمية دلالية لا وجود لها. فإن وجد الاستطلاع الأول أن نسبة المؤيدين للحكومة تبلغ 45%، وللمعارضة 42%، ووجد الاستطلاع الثاني أن نسبة المؤيدين والمعارضين هي 44%، فهل يعني ذلك أن الحكومة تخسر التأييد؟ يعتمد كل شيء على هامش الخطأ. فإذا كان 3% في الأول، فإن نسبة التأييد للحكومة تتراوح بين 42-48%، وللمعارضة بين 39-45% فإذا كان للاستطلاع الثاني أيضاً هامش خطأ بنسبة 3%، فإن نسبة التأييد للحكومة والمعارضة تتراوح بين 41-47% وبذلك تكون نتائج الاستطلاع الثاني ضمن نطاق هامش الخطأ في الأول، أي أنه لم يحدث جديد على الصعيد الإحصائي. وسوف تحتاج إلى مزيد من الاستطلاعات لاستخلاص النتائج.

الصلة

أخطر كلمة في الصحافة هي "الرابطة". إذ يظهر عدد كبير من القصص والمقالات المضللة بسبب ادعاء أصحاب الأهداف الشخصية بوجود علاقة رابطة بين شيئين، وفشل الصحفيين في إجراء ما يكفي من الاستقصاء والبحث والمساءلة. أما النتيجة فهي تشوش وخلط بين الصلة الإحصائية

والعلاقة السببية. وهما مفهومان مختلفان. إذ يمكن، ويرجح، للصلة أن تكون مجرد مصادفة. أما الرابطة السببية فهي بين علة ومعلول، أي حين يسبب شيء شيئاً آخر (أو يساعد على حدوثه).

الصلة بين عاملين لا تعتبر دليلاً يثبت وجود علاقة بينهما. فقد توجد مثلاً صلة وثيقة بين زيادة إنفاق الرهبان الكاثوليك وارتفاع مبيعات العازل الذكري، لكن لا توجد رابطة سببية بين الأمرين. إذ إن جميع أنواع الروابط الاقتصادية المعقولة (والمزيفة أيضاً) تروج للصحفيين حين يكون التفسير الأكثر احتمالاً - في فترة النمو الاقتصادي مثلاً - هو أن كل المعطيات والنسب المتصلة والعديد من تلك التي لا تجمع بينها أي صلة، سترتفع بالمعدل ذاته. الصدفة هي أفضل تفسير هنا، مثلما هي بالنسبة للعديد من الصلات.

القصص الإخبارية التي تتناول الشؤون الصحية

القصص التي تؤكد أكثر من سواها على "الروابط" بدون قيود هي التي تتناول الشؤون الصحية. على سبيل المثال، يقال لك إن هنالك علاقة واضحة بين الاعتدال في تناول النبيذ وانخفاض في اختطار الإصابة بالسرطان. قبل أن تكتب عن تلك الرابطة في قصتك، توقف وفكر ملياً. فلربما يلجأ أولئك الذين يتناولون النبيذ باعتدال إلى سبل أخرى تقلل خطر إصابتهم بالسرطان - كإجراء مزيد من الفحوص الطبية، أو التقليل من التدخين، والتخلص بسهولة أكبر من الضغوط النفسية، أو يكونون من الأثرياء أو الأصحاء بدنياً.. الخ. هذا مثال تقليدي على كيفية وضع السياق الذكي المتوازن "للرابطة" في مكانها المناسب. ثم هنالك القصص التي تقارن معدلات انتشار الأمراض بين البلدان المختلفة. وهذه تعطي غالباً نتائج مفاجئة. فمعدلات الإصابة بالسرطان في البلدان المتقدمة مثلاً أكثر ارتفاعاً من تلك السائدة في البلدان الأقل ثراءً وتقدماً. فهل يعني ذلك أن سكان البلدان الفقيرة يتبعون أنظمة غذائية معينة أو لديهم وصفات سرية يحتفظون بها؟ هذا احتمال ممكن، لكن من جهة

أخرى، يمكن أن يفسر ذلك بأن السرطان مرض يصيب الكهول والشيخوخ، ومتوسط عمر السكان في البلدان الغنية أعلى منه في البلدان الأقل غنى، ولذلك يرتفع عدد المصابين بالسرطان فيها .

عند كتابة قصة إخبارية حول الصحة أو السلامة، تذكر أن إحصائيات الوفيات أكثر موثوقية على الدوام من معطيات وبيانات الجرحى والإصابات. لأن هناك التزاما قانونيا يوجب تسجيل سبب الوفاة، وبالتالي فإن مثل هذه الأرقام أقل عرضة للتلفيق وإساءة التشخيص. كما أنها متحررة كلية من التشخيص الذاتي، الذي يمكن، في حالة الإصابات، أن يشوه ويحرف بواسطة الحوافز المالية للمبالغة والتضخيم للحصول - مثلا - على التأمين أو التعويض.

الدراسات الانتقائية

هنالك نوع آخر من القصص الإخبارية حيث توقع "الرابطة" السطحية الصحفي الغافل في شراكها، ألا وهي الدراسات التي تتناول الأمراض المنتشرة في المناطق القريبة من خطوط الطاقة الكهربائية، أو أماكن التخلص من النفايات السامة، أو المزارع التي استخدمت فيها المبيدات.. الخ. يجري مثل هذه الدراسات عادة المشاركون في الحملات أو المحامون عن الضحايا، وقد مارست تأثيرا لا يقدر بثمن في التنبه إلى الأخطار المهددة للبيئة. لكن "الروابط" المزيفة تظهر هنا في أغلب الأحوال، لأن الباحثين المتلهفين على إثبات قضايهم، سرعان ما يعتمدون الأسلوب الانتقائي في جميع المعطيات، حيث يختارون ما يناسبهم منها، ويوسعون المجال للحصول على النتائج المرغوبة. تحقق على الدوام من حدود مثل هذه الدراسات، وإلا لن تجد فيها أي معنى منطقي. ولا تنس أن الأسلوب المخادع نفسه قد تستخدمه السلطات لإجراء دراسات مضادة في محاولتها لإنكار وجود مشكلات صحية أو بيئية.

التقديرات المستقبلية

تبالغ المصادر بصورة متكررة بالتقديرات والتوقعات. أما أكثر الطرق شيوعا فهي تطبيق أعلى معدل محتمل للنمو على فترات قادمة تكون فيها

المعدلات المبكرة المرتفعة (التي ترتفع فيها بالضرورة النسب المثوية) قد انخفضت. نعرض فيما يلي أسلوبا آخر لإساءة استخدام التقديرات.

"نحن نخسر سبعة ملايين جنيه في الشهر"

تدلي الشركات غالبا بمثل هذا التصريح خلال الإضرابات عن العمل. أما السؤال فهو كيف توصلت إلى مثل هذا الرقم. في معظم الحالات يتم حساب المبلغ من خلال ضرب حاصل أعلى أيام السنة إنتاجا بـ 365، ثم إضافة كل أنواع الخسائر المقدرة - زيادة أقساط التأمين، نفقات استبدال العملاء.. الخ. عليك أن تسأل أولا ما هو العائد في السنة الماضية، ولماذا تبدو خسائر الشركة المقدرة شهريا وكأنها تؤدي إلى عائد يتجاوز ما تحقق فعلا بعدة مرات.

الارتفاع الحقيقي مقابل الظاهري

وهذا من مصادر الخداع الأخرى، حيث لا يدل الارتفاع في المعدلات على ارتفاع حقيقي. لربما حدث ارتفاع حاد في درجة الوعي، أو ظهرت حوافز وبواعث جديدة يجب الكتابة عنها. مثل هذه العوامل مهمة للسياق، وحيوية على نحو خاص حين يصبح نوع من أنواع السلوك - الإجرامي عادة - الخبير الذي يثير اهتمام الناس. ما يحدث عندئذ هو أن الظاهرة تكتسب اسما مخادعا ("الشجار العنيف بين سائقي السيارات" مثلا). وعلى نحو مفاجئ، تبدو مثل هذه الحالات منتشرة في كل مكان. لكن حين تخضع للاختبار الإحصائي، يثبت أن ظاهرة "الوباء المتفشي الجديد" ليست "وباء متفشيا" ولا "جديدا"، مثلما تشير الصحف.

هل تغير تعريف موضوع المسح؟

يمكن تحقيق نمو هائل في عدد مدارس الحضانة مثلا إذا أطلق على ما كان يعرف سابقا بـ "أماكن لعب الأطفال" اسم "مدارس الحضانة". ولذلك فإن من الخطأ هنا استنتاج تزايد كبير في تعليم الأطفال تحت سن الخامسة.

الحقيقة أشد إثارة من التضليل أو الخرافة

أولاً، لأنها واقعية. ثانياً، لأنها كثيراً ما تفاجئ. في البلدان التي تعاني من طقس سيئ في الشتاء، تدور القصة الإخبارية المعتادة حول ارتفاع الحوادث المرورية بسبب هطول الثلج مثلاً. لكن إن تحققت من المعطيات تجد أن حوادث الاصطدام أكثر عدداً في الأيام التي يصفو فيها الجو وتشرق الشمس - ربما تزيد بمقدار الضعفين. فحين يصفو الجو ويتحسن يخرج عدد أكبر من الناس إلى الطرقات، بينما لا يخرج في الأيام العاصفة سوى المضطربين (بمن فيهم أولئك الذين يكسبون رزقهم من القيادة). ولذلك يقل عدد الحوادث. إن "هطول الثلج ينقذ أرواح الناس" لا يعتبر عنواناً لتحقيق صحفي مثير، مقارنة بـ "عاصفة ثلجية تقتل 13 شخصاً"، رغم أنه أقرب إلى الدقة والحقيقة.

أخيراً، بالرغم من أهمية الإحصائيات التي لا يرقى إليها الشك، تذكر أن المبالغة في الاستشهاد بها قد تقطع سلاسة وتدفق حتى أفضل القصص الإخبارية. استخدم ما تحتاجه منها، وضع البقية في إطار، أو رسم بياني، أو جدول، أو عمود جانبي.

"تتلاشى وتبهت في الحال ألف قصة يرويها ويؤمن بها الجهلة، حين يقبض عليها عقل حسابي".

صمويل جونسون





البحث على الشبكة الإلكترونية

"توفير الملاذ والمأوى لأكبر عدد ممكن من العاملين المأجورين الغربيي الأقطار جزء من الرسالة الاجتماعية لكل صحيفة عظيمة".

لورد تومسون، صاحب جريدتي "تايمز" و"صنداي تايمز" (1961-1981)

شهد العالم ثلاث ثورات في مجال الحفاظ على المعلومات، وإتاحتها، ونقلها، ومعالجتها. تجسدت الأولى في ظهور الكلمة المكتوبة قبل آلاف السنين، والثانية في اختراع الطباعة قبل مئات السنين، أما الثالثة فما زلنا نعيش في ظلها حتى الآن، إنها بالطبع الإنترنت - الوسيلة التي يستطيع بها كل إنسان في هذا الكوكب عرض معلومات يستطيع الآخرون قراءتها على الفور.

في عام 1990، كانت المعلومات المطلوبة موجودة على الورق أو على الأقراص: فإن احتجت للحصول على معلومات من المكتبة فعليك الذهاب إليها، وعليك استخدام الفاكس أو البريد لإرسال الرسائل المكتوبة. بخلاف بضع سنين، تغير الوضع. فكل من يتاح له حاسب مزود بجهاز "مودم" (*) يستطيع الآن أن "ينشر" ما يريد ليقرأه الناس في مختلف أرجاء العالم؛ ويتلقى

(*) Modem: اختصار لكلمتي معدل/مفكك التعديل (modulator/demodulator) جهاز اتصالات يمكن الحاسب من نقل المعلومات عبر خطوط الهاتف العادية. (م)

المعلومات المعقدة الفنية بالرسوم البيانية بصورة فورية تقريبا؛ والأهم من كل ذلك بالنسبة للبحث، الوصول الفوري إلى معظم المخرجات المكتوبة المتراكمة (والمتنامية بسرعة) في العالم. يمكنك الآن مثلا "الجلوس" وسط روسيا وإجراء البحوث الضرورية لكتابة مقالة شاملة وحديثة حول كرة القدم البرازيلية. نعم، لقد فعلت ذلك بنفسني.

ربطت الإنترنت سبعين ألف شبكة كمبيوتر في أرجاء العالم كافة، شملت المكتبات، وقواعد البيانات، والشركات التجارية، والمنظمات الأهلية (المنظمات غير الحكومية)، والجامعات.. الخ. وباستخدام الكمبيوتر وجهاز المودم، يمكن للمراسلين الصحفيين الآن أداء المهام التالية من منازلهم أو مكاتبهم المريحة:  الوصول إلى كم هائل من المعلومات لا تتوفر لهم بدونهما.

 التحقق من الشواهد والاقتباسات في القواميس، والموسوعات، والمعاجم الجغرافية، والتقويمات والكتب السنوية، التي تفوق ما كانوا يعتقدون بوجوده سابقا.

 تحديد موقع المصادر والخبراء والاتصال بهم.

 البحث في محفوظات (أرشيف) القصص الإخبارية.

كما يمكنهم، باستخدام حواسيبهم والبرمجيات المعيارية، القيام بما يلي:

 تخزين هذه المعلومات.

 تداولها ومعالجتها بسرعة.

 تحميل المعلومات إلى قاعدة بيانات.

 البحث في قاعدة البيانات وتحليلها.

الحمقى وحدهم يرفضون الاستفادة من كل ذلك. وفي الحقيقة، يماثل رفض استخدام الإنترنت لإجراء البحوث والدراسات امتناع المراسل الصحفي عن استخدام الهاتف. لنأخذ مثلا شائعا (ومبتذلا) على ذلك، ولنفترض أنه طلب من صحفيين اثنين تحضير مقالة حول متلازمة الصدمة السمية، وهي

حالة تصاب بها النساء بعد استعمال سدادة الحيض. لسوف يتبع كل منهما الخطوات التالية:

المراسل الذي لا يستخدم الشبكة الإلكترونية. يلجأ إلى الهاتف للعثور على الأطباء وسؤالهم عن الحالة، ثم يبحث عن الخبراء ويطلب إجراء مقابلة شخصية معهم، وبعد ذلك يبحث عن المقالات التي تناولت الموضوع في الصحف غير المتخصصة. ويسعى للوصول إلى الناشطين في هذا المجال ويقابلهم أملا بلقاء المريضات، كما يلتقي بالشركات المصنعة للسدادات.

المراسل الذي يستخدم الشبكة الإلكترونية. يقوم بجميع الخطوات السابقة، إضافة إلى البحث عن الموضوع على الإنترنت ليعثر على مواقع مجموعات الناشطين وأعضاء الحملات في هذا المجال، علاوة على المواقع التي تقدم "الدليل" حول الموضوع، وتلك التي تعرض قائمة بأحداث المقالات التي تناولت القضية في الصحف، وشهادة المريضات، والمصنعين الذين يرفضون تحمل مسؤولية الحالة. ومن هذه المواقع، يحصل على عناوين البريد الإلكتروني الضرورية لإجراء المقابلات (بواسطة الهاتف أو البريد الإلكتروني)؛ ويبحث عن الموضوع في محفوظات القصص الإخبارية، ويجد جميع الأخبار الجديدة والمقالات المنشورة حديثا في المطبوعات الرئيسية؛ ثم يذهب إلى مواقع أخبار ورسائل جماعات الاعتماد الذاتي، ويتابع الشهادات المنشورة هناك، ويعرف أسماء الخبراء والمختصين؛ ثم يتصل بهؤلاء جميعا من خلال البريد الإلكتروني ويطلب الإذن بالاقتباس منهم وي طرح أسئلة إضافية. كما يكتشف أيضا مواقع الأخبار المهمة حول الموضوع، وموقع المتحف العالمي الوحيد حول الحيض.

فأي من المرسلين يتفوق على منافسه ويحصل على وظيفة مرموقة في صحيفته؟

عند التعامل مع الأخبار العاجلة، يمكن للإنترنت أن تقدم مساعدة أكبر. فحين انتشرت أخبار المذبحة في مدرسة كولومباين عام 1999، تمكن مراسلو

الصحيفة التي أعمل بها، وهم على مسافة 7000 ميل، من العثور على مواقع "الويب" الخاصة بالمدرسة التي تنشر الصور والتفاصيل المتعلقة بالمخطط التنظيمي، ومواقع محطات التلفزة والإذاعة والصحف المحلية التي تعرض التقارير الصحفية، ثم وجدوا الموقع الذي يديره أحد المراهقين القاتلين. وفي أوائل عام 1999، حين غرق مركب لصيد المحار قبالة ساحل نيوجرسي، استطاع الباحثون في وكالة اسوشييتد برس الوصول إلى قواعد البيانات للحصول على عنوان الشركة المالكة للسفينة، وتاريخ آخر فحص فني أجري عليها، وعنوان وسيره حياة أحد المفقودين من أفراد الطاقم، وأرقام هواتف جيرانه - كل ذلك بخلال نصف ساعة. ومثلما يقول روبرت بورت، محرر القسم الخاص في وكالة اسوشييتد برس:

أستطيع باستخدام الإنترنت أن أعرف مثلا هل أقيمت دعوى ضد الشخص المعني، وهل هو متزوج أم مطلق، وهل له سجل جنائي. وبإمكانني أن أعرف مكان أي شخص في الولايات المتحدة يستخدم بطاقة الائتمان أو لديه حساب مصرفي، بخلال خمس دقائق. وبمقدوري أيضا معرفة مكان أفراد أسرته وتاريخ عناوينهم في أقل من ثلاثين دقيقة.

لكن - ونشدد هنا على كلمة لكن - للإنترنت نقائصها ومثالبها أيضا. صحيح أن ميزتها الهائلة تكمن في الحجم الضخم للمادة المتوفرة، لكن هذا يمثل أيضا أكبر عيوبها. فبالنسبة للمبتدئين الأغرار، يمكن للافتقار إلى الممارسة والخبرة في معرفة ما الذي يبحثون عنه وأين يجدره (إضافة إلى الإغراء المحتوم بالتجول في المواقع الجانبية التي لا تتصل بالموضوع) أن يجعل البحث على الإنترنت مهمة بطيئة وشاقة. وليس من الصعب العثور على صحفيين يطلقون على "شبكة الويب العالمية" (World Wide Web) "شبكة الانتظار العالمية" (World Wide Wait)، وكيف أدى البحث عن معلومة إلى

عرض 345789 صفحة من قبل محرك البحث! حتى أولئك الذين يستخدمون الإنترنت بانتظام للبحث يفعلون ذلك بطرق تسبب لهم التأخير والإحباط.

بالنسبة لمعظم هذه المشكلات (باستثناء إغراء الدخول إلى المواقع الفرعية التي لا تتصل بموضوع البحث) هنالك تقنيات يمكن بواسطتها حلها أو التخفيف من حدتها، وهذا ما يتناوله هذا الفصل. كما يغطي حدود وقيود وشراك الإنترنت التي ينبغي أن ينتبه لها الصحفيون.

الويب

شبكة الويب العالمية هي أبرز وأفضل ما في الإنترنت. أما أسوأ ما فيها - المواقع الخلاقية للأطفال، وصفحات الموطن (homepages) السخيفة، والمواقع التي تعد بالكثير وتقدم القليل - فترافقها دعاية كبيرة. في حين أن أكثرها فائدة أقلها شهرة: المواقع الحكومية التي تتيح الوصول الفوري إلى المعطيات والبيانات والتقارير والخطط والصلات الرسمية؛ والمصادر الأكاديمية التي تقدم الدلائل الإرشادية، والمقالات، والمعطيات/البيانات حتى حول أكثر المواضيع غموضاً؛ والمواد المرجعية التي تتراوح بين "موسوعة المعارف البريطانية" الشاملة، وبين قواعد البيانات المتعلقة بموضوع واحد؛ ومواقع الأخبار ومحفوظاتها (الأرشيف)، ومواقع البحث الأخرى مثل دليل الهاتف، وجداول مواعيد الأحداث والمناسبات الإخبارية القادمة، والبرامج الخاصة بالعثور على الأشخاص، ولوائح السجلات العمومية، وقواعد بيانات الخبراء، ومستكشفات العناوين، والأسئلة المتكررة. فإن عرفت أين تبحث، يمكنك بخلال دقائق معدودات أن تجد عملياً أية معلومة: بدءاً بقواعد بيانات الإعلانات التلفزيونية، وقوائم بأسماء المحامين المتخصصين بدعاوى الحوادث الجوية، مروراً بمواقع تصف 2000 مادة خطيرة على الصحة، وانتهاءً بالمحفوظات والمقالات المتعلقة بالجريمة المنظمة، وقوائم تضم أسماء الأنواع الحيوانية المهددة بالانقراض، والسير الذاتية المختصرة للمشرعين.

ومع اكتسابك للخبرة، ستجد مزيداً من الاستخدامات المتخصصة لشبكة الويب للبحث: العثور على المصادر والصلات، الاستعانة بالخبرات حول الموضوع الذي تحقق فيه، تبادل معلومات مع الصحفيين (من غير المنافسين)، بل حتى العثور على قصص إخبارية.

إذن، من أين تبدأ؟ تبعا لتجربتي، الدلائل الإرشادية، لا محركات البحث، هي أفضل مكان مثمر تبدأ منه.

الدلائل الإرشادية

وهذه عبارة قوائم تدرج أكثر المواقع فائدة حول موضوع معين، مع بعض الملاحظات حول محتواها. أفضل الدلائل الإرشادية جمعت من زبدة ما تعرضه محركات البحث، إضافة إلى المواقع المنعزلة التي قد تخطئها. وفي حين أن هناك دلائل إرشادية على الإنترنت لأي موضوع تقريبا، إلا أن أكثرها فائدة بالنسبة للصحفيين هي مصادر البحث. اللائحة التالية من الموارد الموثوقة هي مجرد قمة جبل الجليد (لن نقدم مواقع "واجد الموارد الموحد" [URL]، لأنها تتغير باستمرار. ومن أجل العثور على المواقع، انظر معلومات البحث المقدمة في موضع لاحق من هذا الفصل).

 *American Library Association* (جمعية المكتبات الأمريكية): موقع مفيد على نحو خاص، فهو يشمل دليلا إرشاديا لأفضل مواقع المراجع، إضافة إلى العديد من المواقع المفيدة، مثل برامج العثور على الأشخاص، وخرائط الطرق، والدلائل الإرشادية للمدن، وعناوين البريد الإلكتروني للمشاهير، ودليل الهواتف على الإنترنت، ووصلات التاريخ.. الخ.

 *Awesome Lists* (القوائم المدهشة): ما زالت تعتبر أفضل اختيار لمواقع المراجع الجيدة النوعية والعالية الدقة. صحيح أنها شاملة لكنها منظمة ومرتبطة.

 *Beaucoup* مجموعة تضم حوالي ألف محرك بحث، ودليل، وفهرس من مختلف أرجاء العالم، مرتبة ضمن فئات مثل محركات بحث عامة، مواقع

مراجعة/ ما الجديد، برمجيات، مراجع، تربية وتعليم، فنون ورسوم بيانية، اهتمامات اجتماعية/ بيئية/ سياسية، طب استهلاكي.

كـ [CIA World Factbook](#) بغض النظر عن عمليات الاحتيال والخداع التي تمارسها وكالة المخابرات المركزية، فهي تجمع المعطيات والبيانات أيضا. هذا الموقع يقدم معلومات شاملة وضخمة عن كل بلد من بلدان العالم - معطيات/ بيانات، معلومات عن الظروف المحيطة والمؤثرة (الخلفية)، وآخر الاتجاهات والنزعات في كل بلد.

كـ [FinderSeeker](#) يزعم هذا الموقع بأنه محرك بحث لمحركات البحث، وهو لا يبعد عن ذلك كثيرا. يمكنك استخدامه للبحث عن محرك بحث تبعا للموضوع، أو الكلمة المفتاح، أو البلد.

كـ [Infonation](#) دليل الأمم المتحدة للمعطيات والبيانات التفصيلية لجميع الدول الأعضاء. وهو يشمل كل شيء، بدءا بالأرقام الاقتصادية الأساسية، مروراً بمعدلات الوفيات، وانتهاء بملكية السيارات.. الخ.

كـ [Internationalaffairs.com](#) مخزن واسع للمعطيات/ البيانات، والتقارير، ويعتبر دليلا مفيدا بشكل خاص لوسائل الإعلام العالمية.

كـ [Internet Sleuth](#) دليل لمحركات البحث، مع وصف وجيز لأكثر من 3000 موقع بحث على الويب.

كـ [Librarians Index To The Internet](#) دليل قابل للبحث لموارد الويب، منظم ضمن: "أفضل"، "أدلة"، "قواعد بيانات"، "موارد محددة".

كـ [Needle In A Cyberstack](#) صحيح أن العنوان سخيف ("إبرة في كومة قش إلكترونية")، لكنه يعتبر أفضل موقع بحث مفرد على الشبكة الإلكترونية. فهو يقدم روابط إلى مواقع المراجع الرئيسية، إضافة إلى مئات المواقع الأخرى، مثل المجلات الإلكترونية كافة، والأسئلة المتكررة، ودليل الهواتف العالمية، ودليل المتاحف العالمية، وأفضل مواقع العثور على الأشخاص.. الخ.

يُتيح [North Harris College Library Online Guide To US Government Information](#) الوصول إلى مخزن هائل للمعلومات، مع الكثير من المادة المرجعية والمعطيات الجديدة المفيدة للبحث العام (الذي لا يتعلق بالولايات المتحدة). وهو يشمل وصلة إلى "GOVBOT"، محرك بحث الحكومة الأمريكية، ودليل ممتاز للمعطيات/ البيانات حول مختلف بلدان العالم.

[researchbuz.com](#) دليل محدث باستمرار لما هو متوفر للباحثين.

[searchenginecolossus.com](#) قائمة مفيدة لمحرك البحث تبعاً لكل بلد.

[The Ready Reference Page](#) يعدد موارد الويب الكبرى اعتماداً على نظام "ديوي" التصنيفي. مرتبة حسب مراجع "مكتبة ليكوود العامة".

[Expert Finders](#) قاعدة بيانات قابلة للبحث لتفاصيل الاتصال بعدد كبير من الخبراء والمتخصصين.

[Experts.com](#) من أفضل مواقع الخدمات. موقع يضم محرك بحث يقودك إلى قوائم تعدد أسماء الخبراء وسبل الاتصال بهم بالتفصيل وبعض الإرشادات إلى مؤهلاتهم.

[Pisco's Ask An Expert](#) من أشهر مواقع مصادر الخبراء على الشبكة الإلكترونية، يشمل وصلات لمواقع الويب، وعناوين البريد الإلكتروني، وتفاصيل عن أكثر من 300 خبير ومتخصص على استعداد للإجابة عن أسئلتك.

موارد الصحافة

إن كان لديك أي شك بقيمة الإنترنت، حاول قضاء ساعة من وقتك في معاينة بعض المواقع المدرجة أدناه، ولا بد أن تغير رأيك. حتى بعد ست سنوات من استخدامها، لم أتمكن حتى الآن من استكشاف جميع المواقع التي يمكن أن تزودك بالرؤى، والنصائح والتلميحات المفيدة، والتفوق، مهما كان نوع العمل الصحفي الذي تمارسه.

[FACSNET](#) موقع يشمل المعلومات المتعلقة بالظروف المحيطة بالعديد من القضايا، وأدوات لترويض الإنترنت وغير ذلك من المساعدة في مجال البحوث ودراسة وإعداد القصص الإخبارية وفهم قضايا السياسة العامة.

- 📖 WWW Virtual Library: Journalism يحتوي أقساما حول جميع جوانب مهنة الصحافة، إضافة إلى وصلات للمناقشات الجماعية.
- 📖 The Beat Page يقدم خدمات للصحفيين عن طريق البريد الإلكتروني، أو خدمات تجارية.
- 📖 UN Foundation Wire خدمة تنبيه ممتازة للأخبار. لكنها بحاجة لتسجيل المستخدم.
- 📖 Poynter Institute يشمل واحدة من أفضل قوائم مواقع الصحافة، إضافة إلى العديد من المواقع الأخرى.
- 📖 University of Miami Computer Assisted Reporting Site مورد استثنائي يقدم موادا تعليمية مفصلة حول العديد من المهارات الجديدة.
- 📖 PowerReporting.com يضم آلاف موارد البحث للصحفيين التي تحدّث يوميا. وتشمل برامج العثور على أسماء الأشخاص، وأدوات البحث، والتبويضات المتعلقة بالبريد الإلكتروني، الخ. هنالك أيضا قسم ممتاز لمواقع كتابة التقارير الصحفية بمساعدة الكمبيوتر.

مواقع الأخبار

أفضل وأسرع مواقع الأخبار العامة هي:

- 📖 BBC World Service (موقع هيئة الإذاعة البريطانية): لا يقدم الموقع مجرد خدمة إخبارية عالمية ممتازة فقط، بل يضم دليلا متفوقا ومفصلا للمؤتمرات، والاجتماعات، والمحاکمات، والانتخابات القادمة.
- 📖 Drudge Report موقع الأخبار الشهير على الإنترنت الذي كشف عدة حقائق حول قضية مونیکا لونسكي. تضم الصفحة الأمامية مختارات جيدة من أفضل خدمات الأخبار السلوكية. صحيح أنها ليست شاملة، لكنها أسهلها وأسرعها استخداما.

Newscenter قائمة عالمية كاملة ومدهشة لمواقع الحكومات، ووسائل الإعلام، والأخبار السلكية.

للبحث عن قصص إخبارية محددة، اذهب أولاً إلى موقع إخباري حيث ستجد آخر الأخبار العاجلة الرئيسية، مرتبة حسب أهميتها، إضافة إلى مواقع:

BBC, CNN.com, Nado.net, Excite`s Newstracker, Northern Light`s News..

وغيرها. بالنسبة للأخبار المحلية، ابحث في مواقع وسائل الإعلام الإقليمية. في موقع "Yahoo" دليل سريع لوسائل الإعلام في أي منطقة. أما أفضل موقع لأرشيف الأخبار فهو newsindex.com ابحث بواسطة أي عنوان وستظهر أمامك مئات من أحدث القصص الإخبارية (السلكية والمطبوعة) في مختلف أرجاء العالم.

البحث

هنالك نوعان من المواقع المساعدة على البحث في الويب:

الفهارس

وهذه عبارة عن قوائم أو لوائح مختارة بعناية، مثل خدمة البحث "Yahoo"، حيث تعرض المواقع للمراجعة (اليديوية) بأعداد قصد أن تكون محدودة. لذلك لا تحتوي قواعد بياناتها سوى جزء صغير من تلك الموجودة على الويب. على سبيل المثال، لا تدرج خدمة البحث "Yahoo" سوى عدد محدد من جميع المواقع المتاحة. لكن هذه الحدود ذاتها تجعلها بمثابة نقطة انطلاق جيدة.

محركات البحث

توجد هذه المحركات، مثل "HotBot"، لوائجها بشكل آلي. البرامج التي تسمى "عناكب" (spiders) تبحث في قواعد البيانات عن الوثائق الجديدة ومواقع عناوينها والمعلومات المتعلقة بها، وتنسخ هذه الصفحات، وحين يدخل موضوع بحث، تدرجها حسب ترتيب صلتها به. لكن محركات البحث ليست

قوائم شاملة كليا لكل ما هو موجود على الشبكة الإلكترونية. فهي قواعد بيانات، وقواعد البيانات هي في نهاية المطاف "بضاعتنا ردت إلينا"، أي أنها لا تعرض إلا ما أدخل فيها. ونظرا للحجم الهائل للشبكة الإلكترونية (التي تزداد بعشرات الملايين من الصفحات كل سنة)، فلا نعجب من أن أكبر محركات البحث لا تغطي سوى نسبة تتراوح بين 16-17% من مواقع الويب المتوفرة. وتغطي معظم المحركات الشهيرة نسبة لا تتجاوز 10% من الشبكة، ونظرا لأنها تجسد الطريقة الوحيدة لمعرفة ما هو موجود على الإنترنت، هنالك حقيقة مجهولة تقريبا وهي أن الشخص الذي يستخدم محرك بحث واحد ستغلق في وجهه نسبة تتراوح بين 85-95% من الإنترنت.

تعمل محركات البحث المختلفة بطرق متباينة، ولن تعرف ما يناسبك منها إلا بعد استخدامها. هنالك دليل ممتاز لاستخدام محركات البحث وميزاتها المختلفة في موقع: "searchenginewatch.com" أما القاعدة العامة عند البحث فهي أن تحدد طلبك بقدر ما تستطيع. فطلب "ميليشيا تيمور الشرقية" أكثر كفاءة وفعالية من طلب "ميليشيا" فقط. عليك أيضا أن تتبهن نتائج البحث المختلفة التي يمكن أن تحصل عليها. نقدم فيما يلي دليلا موجزا لإرشادك:

Match Any (مطابقة أي [كلمة]) يعرض صفحات تحتوي أيا من التعابير/الكلمات التي طلبتها. ويمكن أن يقدم نتائج عديدة جدا. معظم محركات البحث الكبرى سوف تفعل ذلك من خلال عرض الصفحات التي تحتوي جميع التعابير التي طلبتها، ثم بعضا منها.. وهكذا.

Match All (مطابقة الكل): البحث عن صفحات تحتوي الكلمات التي طلبتها جميعا، بدلا من واحدة منها. استخدم الرمز + لإدخال كلمتين أو أكثر (على سبيل المثال: +earthquake+turkey سوف يؤدي إلى البحث عن الصفحات التي تذكر الكلمتين فقط).

Exclude (إسقاط): حذف الوثائق التي تحتوي كلمات معينة. فلو أردت مثلا معلومات حول كلينتون ومدينة واكو (في تكساس)، ونظرا لمعرفتك

المسبقة بأنك سوف تحصل على العديد من الإشارات إلى قضية لوينسكي، يمكنك حذف هذه الإرشادات بواسطة استخدام: + - Clinton + Waco Lewinsky وبذلك تحذف أي صفحة تشير إلى مونيكا لوينسكي.

☞ *Phrase Searching* (البحث بواسطة الجملة): استخدام الرمز (+) يأمر محرك البحث بعرض جميع الصفحات التي تذكر تلك الكلمات. فالبحث عن: + Kenya + wildlife + vacations سوف يعرض الصفحات التي تضم هذه الكلمات كلها. لكن بعضها سيتعلق بشكل رئيس بالعطلات مع إشارة عابرة للحياة البرية وكينيا. لذلك فإن البحث بواسطة الجملة هو الحل. لأنك ستجد عبره الوثائق التي تحتوي الكلمات بالترتيب الذي حددته تماما. يمكنك القيام بذلك من خلال وضع جملتك ضمن علامات الاقتباس (" ")، مثل "Kenya wildlife vacations"، حيث ستعرض أمامك المواقع التي تستخدم هذه الكلمات فقط، بالترتيب ذاته.

☞ *Title Search* (البحث بواسطة العنوان): سوف يجد كلمة أو جملة حين تستخدم في عنوان صفحات الويب فقط، وبالتالي يحذف الصفحات التي تستخدم كلمة البحث بشكل عابر في النصوص. ولقيام بذلك، اكتب في حقل البحث:

title: الكلمة (الكلمات) التي تبحث عنها،

استخدم الأمر "t" بدلا من "title" بالنسبة لخدمة البحث "Yahoo".

☞ *Site Search* (البحث بواسطة الموقع): طريقة تبحث في الصفحات المتعلقة بنطاق معين فقط:

ادخل اسم النطاق (مثلا: bloggs.com)

تستخدم غالبية محركات البحث البادئة: " (نطاق): بالنسبة لمثل هذه الأنواع من البحث.

آلة البحث "Alta Vista" تستخدم المضيف (:).

كـ *Combining* (التركيب): يمكن جمع وتركيب أي من التحديدات الأنفة لتقديم نتائج أكثر تحديدا، وهو ما يدعى "التعشيش" (nesting)، ويتيح لك بناء أسئلة معقدة باستخدام الأقواس، مثل:

(clinton OR Johnson) impeachment AND

يمكن لهذه الخيوط أن تطول بقدر ما ترغب، كما يمكن لتراكيب الأسئلة (المعششة) أن تستخدم بالتوافق مع رمزي "+" و "-" . وللحصول على بحث أكثر تحديدا، اجمع أي من التحديدات السابقة معا. مثلا: للبحث في صفحات الأمم المتحدة فقط حول المعلومات المتعلقة بتييمور الشرقية، ادخل:

Domain: un.org "East Timor"

إذا أدى البحث عن "تييمور الشرقية" إلى قائمة طويلة من النتائج من الأمم المتحدة، حاول التخلص من صفحات الأمم المتحدة عبر القيام بما يلي:

"East Timor" -domain:un.org

أما إذا أردت أن تحصر البحث في مواقع الجامعات فقط فأدخل ما يلي:

"east Timor" +domain:edu

وإن أردت المواقع البريطانية فقط، فأدخل:

"East Timor" +host:uk

كـ Wildcards إذا لم تكن تعرف تهجئة الكلمة، أو أردت البحث عن جذورها جميعا، أضف الرمز (x) إلى موضوع البحث. بعض محركات البحث تقوم بهذه المهمة بشكل آلي.

كـ Natural Language (اللغة الطبيعية): عملية بحث تتم من خلال طرح

سؤال (مثلا: "Where is the source of the Nile") (أين تقع منابع النيل؟). لكن فائدها محدودة، باستثناء الحالة التي تفشل فيها جميع الطرق الأخرى.

مميزات البحث المتقدم

لمعظم الخدمات صفحات بحث متقدم توفر مزيدا من التحكم بسؤالك، أو تتيح لك صياغة أسئلة أكثر تعقيدا. ولمعرفة ما تقدمه اقرأ صفحة المساعدة في محرك البحث. في "HotBot" على سبيل المثال، بحث متقدم مفصل جدا يتيح لك تحديد الجمل، واللغة، ومرشح الكلمات، والتاريخ، وحصر الوسائط (صور، وسائط سمعية، وصيغة "Shockwave"*)، والنطاقات، والأصول الجغرافية.. الخ.

الميزات المحددة التي تعرضها غالبية محركات البحث الرئيسية تشمل:

☞ *Result Clustering* يمكن لصفحات موقع واحد أن تتحكم بالنتائج. ولتفادي هذه الحالة استخدم ميزة التجمع، التي تتيح لك إدراج صفحة واحدة من كل موقع.

☞ *Find Similar* إذا بدت إحدى النتائج مطابقة لما تحتاجه، استخدم ميزة "Find Similar" للعثور على أخرى شبيهة بها. محرك البحث "Excite" يعتبر فعالا للقيام بمثل هذا البحث.

☞ *Sort By Date* فكرة عظيمة نظريا، لكن في التطبيق العملي يحمل العديد من مواقع الويب التاريخ الراهن، وبذلك لا تتيح لك التاريخ الذي تسعى إليه (الذي جمعت فيه). الأمر نفسه ينطبق على ميزة "daterange".

☞ *Search Within* تتيح لك هذه الميزة البحث ضمن النتيجة التي وصلت إليها للتو. على سبيل المثال، ابحث عن "New York"، ثم ادخل "Buffalo"، واختر "search within"؛ تحصل عندها على المواقع التي تذكر المدينة ضمن النتائج الأولية التي توصلت إليها.

(*) صيغة لخدمات الوسائط المتعددة والصور المتحركة ضمن الوثائق الشعبية. (م)

Find the Person عملية تتيح لك البحث في مواقع الويب ومجموعات الأخبار عن إشارات إلى شخص محدد. موقع "HotBot" يؤدي خدمة ممتازة في هذا المجال.

Boolean Searching عبارة عن أوامر (And/Or) استخدمت منذ مدة طويلة من قبل خبراء ومحترفي الكمبيوتر للبحث في قواعد البيانات. أوامر (+) و(-) تقوم بالوظيفة نفسها. فإذا أردت بحثا جديا على الويب، اذهب إلى المواقع التي تقدم "Boolean tutorial" (أو التعليم المنطقي [البولياني]).

كيف تقييم صفحات الويب

ليست الإنترنت فرصة ضاعت بسبب المواقع السخيفة، والاستعراضية، والمملة. ومع ذلك يسهل تبين الشروخ في مصداقية بعض مواقع الويب، واكتشاف التحيز السافر فيما يعرضه الناشطون والمتعصبون والمتهوسون بقضية واحدة دون غيرها. المشكلة تظهر مع المواقع التي تبدو معقولة وجديرة بالتصديق، لكنها ليست كذلك بالفعل. عليك أن تطور "رادارا داخليا" لاكتشافها، وإثارة الأسئلة المعتادة كلها عند الاقتراب من أي مصدر (من يقف وراءه؟ لماذا يعرضون هذه القضية؟ ما الذي تتضمنه؟ ما الذي أهملته؟) نقدم فيما يلي الجوانب التي ينبغي البحث عنها وراء الأشكال البديعة والرسوم المزخرفة لمواقع الويب؟

المبالغة في التصميم

من القواعد المستخلصة من الخبرة العملية أن الموقع الذي يضم الإعلانات، والصور الصغيرة الجميلة والملونة التي تومض وتختفي، وغير ذلك من الخدع، سيكون أقل فائدة للبحث الجاد من الموقع الذي يبدو عاديا لا زخارف تزينه.

المواقع التي تفتقر إلى عناوين الاتصال

حاذر من الموقع الذي لا يضم عنوانا، أو رقم هاتف، أو بريد إلكترونيًا. فبرغم كل شيء، لماذا لا يريدون منك الاتصال بهم؟

غياب تاريخ التحديث

وجود تاريخ لتحديث الموقع علامة جيدة، بشرط أن يكون صحيحًا. لكن العديد من المواقع مبرمجة آليا لتحمل تاريخ اليوم الراهن. المستعرضات تتيح لك التحقق من التاريخ عبر مراجعة بيانات المورد، التي يجب أن تذكر تاريخ إنشاء الموقع وآخر تحديث له.

راقب "واجد الموارد الموحد" (URL)

العديد من لواحق النطاق تقدم دليلا جيدا يقود للمؤسسة التي أنشأت الموقع: "gov." تعني أن المؤسسة رسمية، "edu." أو "ac." تعنيان جامعة، "com."، "co.uk" تدلان على أن الموقع يعود إلى شركة تجارية. لكن بعض لواحق النطاق، مثل "net." و"org." يمكن أن تعني أي شيء - وهي في الحقيقة كذلك. فإذا كان "واجد الموارد الموحد" مفصلا، يمكن العثور على أدلة إضافية. العلامة المائلة (~) تشير عادة إلى دليل مواقع الويب الشخصية، لا إلى مواقع المؤسسات الرسمية.

الإفراط في تقليب الصفحات

المواقع التي تدخلك في متاهة من الصفحات كي تصل إلى حيث تريد، تدل على أن مشغليها أكثر اهتماما بدفعك لرؤية عدد أكبر من الصفحات (وبالتالي زيادة احتمال مشاهدة إعلاناتها) من تقديم المعلومات بكفاءة وفعالية.

معلومات مفيدة أخرى لمن يستعرض المعلومات على الإنترنت

اغلق الرسوم البيانية

بغض النظر عن مدى سرعة الوصلات، فإن الصور تستغرق وقتا طويلا لتحميلها. فإن كنت مهتما بالحصول على المعلومات بسرعة (لا بالاستمتاع

بالصور الجميلة)، أغلق الصور (من شريط الأدوات) وسوف يحمل الكمبيوتر النص بشكل فوري تقريبا. يمكن تسريع التحميل أيضا عبر إغلاق "Java".

الكمبيوترات الأقدم عهدا تفضل المستعرضات الأقدم

تحدث المستعرضات على الدوام. وفي حين قد تبدو ميزاتها الجديدة مغرية، إلا أن قلة قليلة منها (إن وجدت) تدخل تحسينات على العملية الأساسية لاكتساب المعلومات. كما تتطلب حجما أكبر من الذاكرة للقيام بذلك. فإذا كان حاسبك قديما، تشبث بالمستعرض القديم فهو أفضل خيار لك.

الكشف عن الفيروسات

تصل الفيروسات إلى حاسبك من خلال الأقراص والملفات المحملة. أجز عملية مسح لكل ملف تحمله، باستخدام البرمجيات المحدثة للكشف عن الفيروسات ومكافحتها. والأفضل من ذلك، استخدم برنامج خدمي يسمح بشكل آلي جميع الملفات والمواد المحملة، بما فيها مرفقات البريد الإلكتروني.

اشترك في مواقع تحديث وتلخيص البريد الإلكتروني

العديد من المواقع ستبعث لك رسائل بالبريد الإلكتروني بعد تحديثها، ومعظمها سيشمل "واجد الموارد الموحد" (URL) للموقع الدقيق إضافة إلى الوصف التفصيلي.

مجموعات الأخبار

هنالك منتديات على الإنترنت مفتوحة للجميع، يزيد عددها عن 17000، وتغطي كل شيء، بدءا بالموسيقى الكلاسيكية، وانتهاء بالموضوعات الإباحية غير المعروفة سابقا. كما أن العديد منها يتصف بالعبث والاستهتار، لكن هناك مواقع رصينة وجادة. بعضها، مثل "alt.disasters.aviation" متهوس بنظريات المؤامرة، لكن هناك ما يكفي من مجموعات الأخبار التي توفر المعلومات المفيدة وترسل المقالات الرصينة التي تجعلها تستحق الزيارات المنتظمة. الأكاديميون

وغيرهم من الخبراء والمختصين يستخدمون العديد من مواقع مجموعات الأخبار. وعلى وجه العموم، يرجح أن تقدم مجموعات الأخبار المتخصصة رسائل ومعلومات مفيدة. وتستحق إجمالاً أن يقضي الصحفي نصف ساعة من وقته لتحميل القائمة الكاملة من المجموعات التي يوفرها مزود خدمات الإنترنت (ISP) ويقوم بمراجعتها، مع التركيز على تلك التي تغطي اهتماماته.

تصنف مجموعات الأخبار تبعا لبادئات مختلفة: "alt" (تعني اهتمامات عامة)، "comp." (موضوعات الحاسب)، "rec." (رياضة واستجمام)، "soc." (شؤون ثقافية واجتماعية)، ولواحق البلدان: "uk" (بريطانيا)، "jap." (اليابان)، "de" (ألمانيا).. الخ. هنالك أيضا العديد من التصنيفات الفرعية، مثل "alt.current-events" (يضم 36 مجموعة أخبار)، "alt.activism" للحملات، مثل: "alt.fan" و"alt.activism.deathpenalty" (للمجموعات المعجبة بالمشاهير) - وهي مفيدة جدا إذا كنت ستكتب نبذة عن حياة أحدهم. ومن رسائل الإعجاب المبهرة، يمكنك الوصول إلى مواقع السيرة الذاتية المفصلة للمشاهير.

فائدة مجموعات الأخبار ثلاثية الوجوه:

تزودك بشعور عام حول القضايا الراهنة (في مجال معين)

اذهب إلى موقع "alt.environment.pollution" مثلا، وستعرف بعد خمس دقائق من القراءة العناوين والموضوعات الرئيسية في مجال تلوث البيئة.

توفر لك قصصا إخبارية

هنالك رسائل على الدوام تحتوي قصصا إخبارية محتملة، خصوصا مساهمات الخبراء المؤهلين. إضافة إلى وجود العديد من المجموعات التي تعرض رسائل تقترب من مخالفة القانون. مواقع مجموعات الأخبار التي تهتم بالمبادلات التجارية (التحف الأثرية، أو الطيور والحيوانات النادرة مثلا) كثيرا ما تضم نقطة انطلاق لتحقيق صحفي مثير.

تتيح لك العثور على الموارد / المصادر

إن كنت تبحث عن مصادر للمعلومات، أو خبراء مؤهلين في مجال معين، قم بزيارة موقع مجموعة إخبارية تتعامل مع الموضوع ومن المؤكد أنك ستجد رسائل من هؤلاء. ويمكنك عندئذ سؤالهم عبر البريد الإلكتروني أو طلب التحدث إليهم. وتبعا لخبرتي الشخصية لم تفشل مثل هذه المقاربة أبدا. لكن تصرف بلباقة وكياسة. فمجموعات الأخبار تجتذب عادة المهوسين الذين يدافعون بكل غيرة وحمية عما يعتبرونه أمانة واستقامة مجموعتهم، ويمكن أن تظهر العداء للمقاربات الغبية من قبل الصحفيين.

محفوظات مجموعات الأخبار من أكثر المصادر فائدة للبحث على الإنترنت. فهي عبارة عن خدمات تفهرس الرسائل لمدة سنة في الحالة النمطية. ولديها محركات بحث تتيح لك العثور على الرسائل حول مختلف الموضوعات عبر المجموعات كلها. خذ على سبيل المثال ما حدث معي شخصيا: فقد بنى في المدينة التي أقيم فيها نظام للنقل بالحافلات الكهربائية (الترام). بحثت في الأرشيف حول هذا الموضوع والخطط والمشروعات ذات الصلة، وعثرت على رسائل تبين أداء الشركة المنفذة في مناطق أخرى. من محفوظات مجموعات الأخبار الجيدة: "dejannews.com".

لوحات الرسائل

هنالك لوحات رسائل تظهر على مواقع الويب، ويمكن الحصول منها على فوائد مجموعات الأخبار برمتها، مع قيمة إضافية تتمثل في إزالة كل الرسائل العابثة أو غير ذات الصلة. من النادر "أرشفة" لوحات الرسائل ولا توجد طريقة منهجية للعثور عليها. أما أكثر المواقع ملائمة للبحث عن المفيدة منها فهي مواقع الدليل.

القوائم

عبارة عن لوائح بريدية متخصصة في موضوع معين. يمكنك الاشتراك في لائحة، ومن ثم تتلقى الرسائل (الإلكترونية) التي يسهم فيها المشاركون.

على وجه العموم، تغطي اللوائح البريدية موضوعات أكثر جدية مقارنة بلوحات الرسائل، كما أن المساهمات فيها أكثر فائدة من المساهمات في مجموعات الأخبار أو لوحات الرسائل. وهي أكثر اعتدالا حين يساهم فيها أكاديمي متخصص أو متحمس جدي. والمثال الجيد على القوائم هو: قائمة "The Com-puter Assisted Reporting".

تميل بعض القوائم لأن تكون بلاغات وجيزة بالتطورات (إضافة إلى روابط للمواقع المتعلقة بالمؤتمرات والتقارير.. الخ). بعضها الآخر عبارة عن مناقشات. لكن غيرها قد يتمتع بنشاط لافت بحيث يتسلم المشاركون حوالي عشر رسائل في اليوم. أما إلغاء الاشتراك فعملية سهلة. وأفضل طريقة للعثور على القوائم تتم عبر المواقع الأكاديمية التي تقدم المصادر حول موضوع معين. على سبيل المثال، في موقع مالكوفيتش (Malkovich) لمصادر الصحافة صفحة تضم عددا وفيرا من لوائح الصحافة. أما محرك البحث للوائح كافة فهو "liszt.com".

"الواجب الأول للصحافة هو الحصول على أسرع وأصدق المعلومات عن الأحداث الراهنة وبشكل فوري، من خلال كشفها، لجعلها ملكا مشاعا للأمة".

محرر "التايمز"، لندن، 1852

