

ليس الأفضل أن نفكر كلنا بشكل متماثل؛
فاختلاف الآراء هو الذي يجعل سباق الخيل ممتعاً

مارك توين

تعتبر الرسائل إلى المحرر من القراءات الأثيرة لدى الناس. من هنا تعتمد جميع الصحف والدوريات تقريباً إلى طباعة عدد محدد من الرسائل في كل إصدار. فالصحيفة اليومية تنشر قرابة 30 إلى 40 بالمئة من الرسائل التي تصلها؛ بينما تنشر المجلة الإخبارية الوطنية 2 إلى 5 بالمئة فقط مما يصلها من الرسائل. مفيد أن هناك طرقاً تزيد من فرصة اختيار رسالتك للنشر.

تكتب الرسائل إلى المحرر:

- عندما توافق أو تخالف الرأي حول قصة أو مقالة أو خبر أو افتتاحية أو رسالة كتبها قارئ آخر.
- عندما يكون لديك رأي حول موضوع يحظى حالياً باهتمام محلي أو وطني.
- عندما تريد أن تصحح معلومة نشرت.
- عندما تريد أن تعمم معلومات تعتقد أنها ذات نفع لعدد كبير من الناس.

- في الجملة الأولى، اذكر الموضوع الذي دفعك على كتابة الرسالة «افتتاحية 1 نوفمبر التي تعارض إقامة ميدان جديد لرياضة الهوكي» كي يعرف القراء فوراً ما أنت بصدد الحديث عنه.
- حدد موقفك «أوافقكم الرأي»، «أعارض»، «أتساءل عن».
- عليك بالإيجاز في تأكيد موقفك أو الدفاع عنه أو شرحه. فمعظم المطبوعات تفرد عدداً محدداً من الكلمات لهذه الرسائل؛ إذا تجاوزته فإن المحرر قد يختصر رسالتك بما لا يرضيك. ويستحسن أن تكتب بحدود 100 إلى 300 كلمة.
- ضمن رسالتك حقائق (إحصائيات، دراسات، مقالات، سجلات، اقتباسات) أكثر مما تضمنها مشاعر وانطباعات. وإذا كنت على بينة بمعلومة محددة أو بقرينة حرفية مرتبطة بموضوع ما فاذكرها؛ فهذا يجعل احتمال نشر الرسالة أقوى، كما يجعل رأيك أكثر فائدة.
- عليك بتحديد التصرف الذي تريد من القراء اتخاذه (تشكيل مراقبين من الجوار، الاتصال بالمشرعين، مقاطعة سلعة معينة، توقيع عريضة، الكف عن إلقاء الأوساخ).
- اختتم رسالتك بجملة قوية تترك أثراً يجعل القارئ يعود إلى قراءة رسالتك ثانية.
- اذكر اسمك كاملاً، أو الحرف الأول من اسمك مع ذكر لقبك (كنيتك)، وعنوانك ورقم هاتفك. ووقع باسمك. فجميع المطبوعات تقريباً تلح على ذلك. وعندما تحمل الرسالة إلى المحرر توقع عدد من الناس، فإن اسماً أو اسمين فقط ينشران (مع التنويه بأن هناك «16 توقيعاً»)، فمعظم المطبوعات تفضل أن تستخدم الحيز متاح لنشر الآراء وليس الأسماء.

ما لا يقال

- لا تستهل رسالتك بالقول «لن تجرؤوا على نشر هذه الرسالة» فالمحررون يشطبون عادة هذا النوع من الجمل لأنهم، في الحقيقة، يجرؤون على نشر آراء متفاوتة بشكل كبير، حتى تلك التي تنتقدهم.
- إياك والتباكي («هذا ظلم كبير»، «هذه الامور تحدث معي دائماً»). فهي لا تثير اهتمام القارئ.
- لا تتوقع من الصحف أو المجلات أن تنشر رسائل هي إعلانات مموهة لتجارتك أو لجماعتك. إذا أردت أن يعرف الناس بحدث اجتماعي لا يهدف إلى الربح، فإن المحررين لا يمانعون عادة في نشر ذلك في صفحة الوقائع والأحداث المهمة.
- إياك وأنصاف الحقائق أو المعلومات غير الدقيقة. فالرسائل تخضع للتحريـر لأموـر تتعلق بالإطالة، والقذف والتشهير، والذوق العام، والأسلوب الصحفي، والدقة. والمحرر سيتحقق من صحة ما تتضمنه رسالتك.
- لا تكتب شيئاً يمكن إثبات أنه ينطوي على حق (حتى إذا كان صحيحاً) ولا تكتب عن شيء لا يمكن إثباته (حتى إذا لم يكن هناك نية الأذى)؛ فالناشرون لا ينشرون أي شيء قذفي أو تشهيري.
- ابتعد عن التهديد ولغة التنمر، والألقاب الأزدرائية «الغبى»، «المضحك»، «السخيف». . أو العبارات الجاهزة «وماذا تتوقع من محام»، «النقابات تدافع عن مصالحها أولاً»، «ها هو نموذج آخر من أنصار المرأة». قد يقر قراء معنيون صحة مشاعرك. إلا أن معظمهم سيرون أن هذه اللغة تعكس ضعفاً في الحجة. وقد قالت مارغريت تاتشر مرة: «إنني أبتهج عندما يكون الهجوم جارحاً وأقول عندما يكون هجومهم شخصياً فهذا يعني أنه لم يبق لديهم

- أي نقاش سياسي». لا تختم رسالتك بالقول: «فكر في الأمر». يقول أحد المحررين إن هذه الكلمات تظهر دائماً في الرسائل ودائماً تشطب. إذا كانت رسالتك موجهة إلى زاوية رسائل إلى المحرر في صفحة الرأي فهذا يعني أنك تريد أن يفكر الناس في الأمر الذي تطرحه.
- لا تكتب إلى المحرر شعراً أو إعلانات بالمفقودات أو رسائل شخصية كأن تقول «إنني أبحث عن أشخاص من سلالة جيني تريبل».

ملاحظات حول الكتابة:

- تمنع في المسافة القريبة من عمود رسائل إلى المحرر فقد يكون هناك بعض التوجيهات. لأن معظم الدوريات تفرض شروطاً للنشر.
- وجه رسالتك «إلى المحرر» وليس إلى الشخص المسؤول عن المقال أو الكاريكاتير أو الرسالة التي تكتب عنها.
- بالرغم من أن المطبوعات الإقليمية قد تقبل رسائل تعلق على رسالة نشرت سابقاً، إلا أن معظم المطبوعات الوطنية لا تنشر رسائل تعلق على رسائل أخرى.
- يجب أن يكون الموضوع الذي تكتب عنه في حينه، فقلما ينشر المحررون رسائل عن مواضيع مضى عليها عدة أسابيع أو أشهر.
- احصر اهتمامك بموضوع واحد، وبفكرة رئيسية واحدة. إذا لم تركز على نقطة واحدة فإن رسالتك قد تخضع للتحجير بشكل يجعلها كذلك.
- يجب أن يكون الموضوع الذي تكتب عنه مهم لأكثر من شخص واحد (هو أنت). فالقراء ربما لا يهتمون بما يتسببه جيرانك من إزعاج، ما لم تربط تصرفاتهم بموضوع أشمل (كأن تتحدث عن

- الأشخاص الذين لا ينظفون مداخل بيوتهم).
- إذا أردت لرسالتك أن تقبل في سوق منافسة ركز على البلاغة، أو المرح، أو المعلومة غير العادية، أو إبراز منعطف في التفكير التقليدي. فالمحررون يحبون الرسائل التي تثير اهتمام القراء، والرسائل التي تطرح آراء حول مواضيع جدلية، وتلك التي تعكس وجهة نظر فريدة حول موضوع عام، والرسائل الواضحة والمسلية والتي تحرض الفكر.
- عندما تتحمس لموضوع ما، ادفع الآخرين على الكتابة أيضاً كي يعكس عمود رسائل إلى المحرر أن هناك أشخاصاً كثيرين يشعرون بما تشعر به.
- اطلب من أشخاص آخرين أن يقرأوا رسالتك، فكثيراً ما تكون قريباً جداً من المشكلة لدرجة تمنعك من تقدير الأثر الذي تتركه رسالتك لدى الآخرين.
- معظم الصحف لا تنشر للفرد نفسه أكثر من رسالة واحدة أو رسالتين في الشهر، فإذا كانت الصحيفة قد نشرت رسالة لك لا ترسل أخرى سريعاً.
- بعض المطبوعات ترغب أن ترسل الرسالة الأصلية إليهم، ولا يرغبون بنسخ من رسائل أرسلت إلى دوريات أخرى. لذلك ننصحك بالتحقق من سياسة النشر في المطبوعة التي ترسلها.

حالات خاصة:

- الرسالة التي لا تحمل توقيع مرسلها غالباً ما لا تنشر لأن معظم الناشرين يؤمنون بأن لقرائهم الحق في معرفة صاحب الرأي الذي يقرؤونه. ولكن في بعض الحالات (كأن يتعرض صاحب الرسالة لأذى شخصي أو أن يفقد عمله) تكون الرسالة المغفلة التوقيع مقبولة. وينسب المحرر تلك الرسالة إلى شخص «امتنع عن ذكر

اسمه». عليك أولاً بالاتصال بالصحيفة لتعرف إن كان ذلك ممكناً. وعندما تكتب أوضح أنك لا ترغب أن تنشر الرسالة إلا إذا لم تذيّل باسمك.

- يصبح لعمود رسائل إلى المحرر شعبية كبيرة في الفترة التي تسبق الانتخابات. حيث تنشر بعض المطبوعات رسائل تدعم أحد المرشحين أو تنتقد آخر؛ وهناك آخرون يمنعون الرسائل المتعلقة بالانتخابات خلال الفترة التي تسبق الانتخابات مباشرة، أو في يوم الانتخابات، تفادياً لشن هجمات اللحظة الأخيرة. فالتحايلات السياسية الوقحة لا تجد طريقها عادة إلى النشر؛ وقد تعلم المحررون تمييز الرسائل التي تحاول تمويه الجهود الدعائية.
- عندما تطلب تصحيحاً أو تدقيقاً في صحة معلومة ابدأ رسالتك بتحديد المقال الذي ورد فيه الخطأ بالتاريخ والقسم والصفحة والعمود. وتوخ التهذيب والواقعية والصرامة. واعرض تزويد الجريدة بالمعلومات الصحيحة، وقدم إثباتات لما تؤكده، واذكر رقم هاتفك كي تتمكن الصحيفة من الاتصال بك للتأكد.
- اكتب رسائل إلى المحرر تمدح جماعات مدنية أو أفراداً أسهموا في العمل العام بطرق قد لا تكون معروفة للجميع. هذه الرسائل لا تقدم مادة تريح الجو العادي لعمود الرسائل فحسب، وإنما ترسخ مشاعر عامة إيجابية وكثيراً ما تولد المزيد من النشاطات الإنتاجية نفسها. ولكن تجدر الملاحظة إلى أن الرسائل «اللطيفة» لا تنشر بالضرورة؛ فهذه الرسائل تحتاج إلى لمسة إضافية من المرح أو الذكاء أو الخصوصية.

شكل الرسالة:

- يفضل المحررون الرسائل المطبوعة. فإذا كتبت رسالتك بخط اليد يجب أن يكون الخط مقروءاً.

- معظم المطبوعات تقبل الرسائل المرسلة بالفاكس أو بالبريد الإلكتروني.

كلمات

ينصح	يفكر في	مستاء	سوء فهم
وقف	يوحي	يراعي	يقلق
التباس	وضع	يخطر	يحترم
يزعج	انطباع	حالة	مظهر
يوقر	نظري	كريه	يجحف
هيئة	ييجل	غير عملي	مزعج
يفترض	يتخذ	يرى	جازم
عدواني	مغضب	يلبس	يعتقد
محرج	هجوم	مثير	يفترض
يأخذ بالاعتبار		استفزازي	موقف
يكذب	يفحص	لا مبالاة	يحرف
محابة	يناقض	يعرب عن	إسقاط
يشوه	انحياز	جدل	انطباع
إغفال	يصمد	تعليق	خلاف
يستدل	مغرض	يظن	يستنتج
مناظرة	يخمن	مشايخ	رأي
يحدث	يتضارب	يلمح	محازب
يؤذي	ملهب	نصير	إجماع
يستنكر	مثير	وجهة نظر	يدرس
يستهن	مهين	يقنع	

عبارات

بعد قراءة مقالكم المنشورة في 29 سبتمبر
جاء في مقال نشرته النيويورك بوست في 3 مايو

إهانة للأشخاص الذين ..
يجدر برسام الكاريكاتور هامفري كلينكر أن يدرك أن ..
لقد شعرت بالاحترق البطيء لدى قراءتي ..
خلاف في الرأي
لا أوافقكم الرأي
كيف لأي شخص أن يقول ما قالته ليتيشيا سناپ في (3 يونيو)
أُتفق معكم تماماً على أن ..
لقد أثار تقرير 11 أغسطس الرعب .
أنا واحد من كثير من «المضللين» الذي أغضبهم أن ..
لقد حيرتني الإشارة على الآثار البعيدة المدى لـ ..
اكتب باسم ..
إنني أخالف الأب سييتيموس كريسباركل حول مقدمته المنطقية (في 7 فبراير) ..
أعتقد أن القصة القصيرة التي نشرتموها في عدد سبتمبر ..
لا بد أن أتخذ موقفاً معارضاً من ..
إنه لأمر مثير للغضب أن ترى أن ..
بالإشارة إلى رسالة كتبها أحد القراء يوم 3 يوليو وقال فيها ..
لقد استمتعت حقاً بـ ..
أرفض رفضاً قطعياً ..
أتحفظ على الآراء التي أعرب عنها ..
يبدو لي أن ..
لقد شعرت بالانزعاج /الفرح/ الغضب/ خيبة الأمل عندما قرأت ..
الاقتراح الذي طرحته موريه ماك كومبر في 7 أغسطس كان مضللاً، ولكن ..

أمر مخجل . .
 فاتني أن أنوه بأن . .
 هذا رأي من جانب واحد
 هذا من جهة/ ومن جهة أخرى
 موضوع نقاش
 يطرح تصوراً مخادعاً
 قرأت باهتمام كبير/ ملحوظ
 هذا يتمخض عن كارثة .
 بصدد مشروع القانون الذي طرحه السيناتور سام بلنديل للنقاش . .
 علق العديد من كتاب الرسائل على . .
 المقالة حول النساء والتجارة كان لها أثر كبير في . .
 إن موقف صحيفتكم حول . .
 افتتاحية صحيفتكم الصادرة في 17 سبتمبر . .

جمل

واجه أحد الكتاب في 9 ديسمبر الحقيقة في قوله إن هيئة الترانزيت الإقليمية
 قد ألغيت منذ عدة سنوات؛ والواقع أننا قائمون على رأس عملنا .
 أكتب لأعبر عن تقديري لتغطيتكم الممتازة لاجتماعات مجلس المدينة حول
 موضوع المياه الجوفية المحلية .
 أهنتكم على مقالكم الافتتاحية يوم 11 أغسطس حول المدارس الجذابة .
 أخالف اليزابيث سوندر الرأي حول دعم المدينة لعمليات التكرير، موضوع
 زاويتها في عدد 5 أبريل .
 أترقب نشر تصحيح للمعلومات الخاطئة التي تضمنها هذا المقال .

لقد استخدمت هيني فاينشرير في زاويتها يوم 9 ديسمبر حول إدارة الحياة إحصائيات لم تعد معتمدة منذ زمن بعيد.

في زاوية الرأي الآخر المنشورة يوم 1 ديسمبر يقول جيرالد تيتلي إننا نجدع أنوفنا نكاية كي لا نعطي الأغنياء متنفساً.

لقد شعرت بالخيبة لأن أياً من عشرات الأشخاص الذين كتبوا يتذمرون من ارتفاع رسوم الصرف الصحي، لم يلاحظ أن الرسوم في الحقيقة أخفض مما كانت عليه منذ عشر سنوات.

أحب أن أعرب عن شكري الجزيل لموقفكم في الافتتاحية التي لم تلق قبولاً لكنها كانت عاقلة بشكل ملحوظ حول الحد من التسلح (2 يوليو).

نرجو أن تأخذوا بالاعتبار الأثر التراكمي لتشريع كهذا على أطفالنا.

نرجو ألا تبعدوا فلورا لويس/ كال توماس/ إيلين غودمان/ جورج ويل عن صفحاتكم الافتتاحية.

لقد حذف العديد من العناصر المهمة من مقالاتكم في 6 إبريل حول الخدمات الهاتفية.

يبدو أن كاتب رسالة 16 مارس الذي شجب الشاحنات الثلاثية لا يملك أي فهم حقيقي لسير أنصاف الشاحنات وسائقي الشاحنات المحترفين.

لقد أغفلت افتتاحيتكم يوم 3 أغسطس عن تعويضات العمل ذكر عامل بالغ الأهمية.

أغفلت افتتاحيتكم يوم 29 يونيو حول العناية بالطفل ذكر واحدة من أكبر الجماعات العاملة في هذا المجال وأكثرها كفاءة.

فقرات

هل لاحظ أحد أن المدينة أصبحت مرتعاً للكلاب خلال السنوات الأخيرة؟ وأن معظم هذه الكلاب لا تحمل أطواقاً وأنها تجري قطعاناً مؤلفة

من خمسة إلى ثمانية كلاب. لو كان لدي أطفال صغار لكنت شديد القلق عندما يلعبون خارج البيت. من أين أتت هذه الكلاب؟ ومن المسؤول عن ذلك؟ هل هو مجلس المدينة؟ أم وزارة الصحة؟ أم وزارة الأمن الداخلي؟

نسي تشارلز شاندون في رسالته الطويلة الطنانة الرنانة إلى المحرر الذي تهجم فيها على المرشح لمنصب المحافظ هيو ديسبريز، أن يذكر أنه يقود حملة ماري شاندون الانتخابية لمنصب المحافظ. وأنه زوجها.

لقد عكس مقالكم حول أحدث التقنيات المتبعة في غرف الإسعاف اليوم آراء العاملين في إدارة المشافي، والرعاية الصحية، وممثلي المصنعين. ولم يأت ذكر المريض في أي موقع. هل إغفال المريض أيضاً أحد أوجه غرف الإسعاف اليوم؟ (إذا كان الامر كذلك، فليس فيه أي جديد).

تحية خاصة إلى جميع الأشخاص الذين يدافعون من خلال هذه الصفحات، عن الإوز البري في حدائق المدينة. يفترض في الحقيقة أن تكون مكاناً طبيعياً. ولا يشترط فيها أن تكون بنظافة أرض المطبخ. وإنما هي مكان تجد فيه أوراق الشجر المهمل والحصى والحشرات وشحم الإوز. أما إذا كنت ممن لا يطيقون الطبيعة بما فيها فعليك بالنكوص إلى فنائك الخلفي.

أستطيع أن أحصي ستة نساء على الأقل (وقعن أدناه) استشطن غضباً من «رسالتكم الإخبارية» حول الأسقف البروتستانتي الذي عين مؤخراً في منطقتنا. لقد أفردتم عدة أسطر في مطلع المقالة (مما يؤكد أهميتها) للحديث عن ثياب السيدة دينا موريس وتسريحة شعرها ولون طلاء أظافرها. هل هذا ما تفعلونه عادة للأساقفة الجدد الذكور؟

ورد خطأ في مقالكم الرائعة حول شركة لامبري بروثر للنقل والتخزين. فبالإضافة إلى الأخوة هنري وكولين وستيفن (الذين ذكرتهم) هناك الأخ مايكل أيضاً، وهو شريك كامل.

«الكم الهائل من الرسائل يدفعنا إلى شن حملة ضد رفع الأجور الذي يقترحه الكونغرس. أساءل إن كانوا يعرفون بالحماية التي تؤمنها لنا هذه

الزيادة ضد أصحاب النفوذ في مجالات معينة. دعونا نتفحص هذا المشروع بدقة. فقد يكون حملاً في ثياب ذئب».

أعجبني في زاوية ميغ بيشوب 2 يناير استخدام لغة «الأشخاص أولاً». فباستخدام تعابير مثل «الأشخاص الذين يعانون من إعاقة حادة» بدل «ذوي الإعاقة الحادة»، «والأشخاص الذين يعانون من الشلل الرباعي» بدل «المشلولين»، إن بيشوب تساعد في تغيير الطريقة التي ينظر فيها المجتمع إلى الأشخاص المصابين بعجز ما.

رسائل نموذجية

السيد سكوت العزيز،

ماذا حل بأحجية الكلمات المتقاطعة الإكليريكية التي كنتم تقدمونها كل شهر في مجلة ذا أبوت؟



إلى المحرر،

أعلنت منذ عدة أشهر عن «شكل جديد جريء» للجريدة. هلا تفضلتم بإعادة شكلها الأول الجبان؟

أحياناً أجد الصفحات الاقتصادية بعد صفحات الرياضة، مرة في قسم خاص بها، وأخرى مع الإعلانات المبوبة. وقد جرت العادة على إدراج زوايا النصح والرسوم الهزلية معاً في قسم خاص بهما، ولكن كثيراً ما يفصلا، ويوضعان مع صفحات الرياضة، وأخبار المجتمع، وقسم المقالة الخاصة، أو صفحات الطبخ.

وقد حاولت أن أميز أسلوباً لحماستكم الجنونية - ربما كانت الرياضة تعطى قسماً خاصاً بها أيام الاثنين، وأيام الثلاثاء تدرج على الصفحات الاقتصادية. لكن ظني لم يكن موفقاً، لا بد أن شخصاً ما يلقي بالنرد قائلاً: «ها! دعهم يحاولون أن يجدوا أسعار القطع لهذا اليوم!».

هل لنا أن نأمل بانتظام الأمور قليلاً في المستقبل؟



عزيزي السيد بارلاب،

كان المقطع الذي اقتبستموه من بوينت كاونتر بوينت في عدد يونيو رائعاً. أرجو أن تستمروا بتقديم مختارات من مطبوعات أخرى أقل شهرة لكنها عالية الجودة.



السيد المحرر الاقتصادي،

جاء في مقال نشر في النسخة الصباحية من عدد 3 أغسطس خبر عن مبيعات بالمليارات لشركتنا. وذلك لطيف في الأحوال العادية، لكن المبيعات كانت بالملايين. نرجو نشر تصحيح في العدد القادم من الجريدة. نرفق تقريرنا السنوي الأخير.



عزيزي المحرر،

قرأت باهتمام العرض بإضافة أربعة طوابق إلى بناء المكتبة العمومية في وسط المدينة بكلفة 5,3 مليون دولار.

لكن ما يزعجني هو أن العرض لم يلحظ أي إجراء يمكن المراجعين من الوصول إلى الكتب. فهناك الآن مئات الألوف من الكتب لا يستطيع أحد الوصول إليها. فالمساحات المخصصة لوقوف السيارات في الشارع، لا تتجاوز بضعة أمتار لا يمكنك أن تحظى بموقف فيها إلا بشق الأنفس. وعندها يترتب عليك أن تخرج إلى الشارع كل ساعة لتضع قطعة نقود في الحصالة (فمراقبوا الحصالات بالغو النشاط في هذه المنطقة).

هل قام أحدكم بجولات عديدة وعديدة بحثاً عن مكان يوقف فيه سيارته؟ وهل هناك من سار مسافات طويلة ينوء بحمل مجموعة ثقيلة من الكتب؟ ومن منكم لم يحصل على مخالفة بعشرة دولارات لأنه نسي أن يضع قطعة نقود عند انتهاء المهلة الأولى؟ أي مضيعة للجهد والمال أن ينفق 5,3 مليون دولار في منشأة لا يستفيد منها أحد.



إلى المحرر،

حملت الصفحة الأولى من صحيفتكم الصادرة في 3 نوفمبر صورة ملونة لإحدى ضحايا حادث مروري، ماتت فيما بعد.

نحن، الموقعون أدناه، عملنا مع هيلدا ديريفورد - بعضنا لمدة سنتين فقط، وبعضنا الآخر لمدة ستة عشر سنة. وقد كان منظر صديقتنا ورفيقتنا في العمل معروضة هكذا في لحظاتها الأخيرة لجمهور لا يعرفها ولا يعنيه أمرها أشد ألماً مما نستطيع أن نصف. أما شعور زوجها وأولادها حيال تلك الصورة فيصعب وصفه، ولا نستطيع أن نتصور أنهم كانوا أقل تأثراً مما كنا.

ما هو الدافع وراء استخدام صورة كهذه؟ هل بإمكانكم تبرير ذلك بأية طريقة منطقية ومتفهمة؟



انظر أيضاً: التقدير، الشكاوى، الخلاف.