

تأليف: جورج ميرلس


# أفضل الطرق للظهور في وسائل الإعلام

ترجمة: د. حنان الغفري

تقديم: د. نزار ميهوب

عنوان الكتاب: أفضل الطرق للظهور في وسائل الإعلام

الكاتب: جورج ميريس

الناشر العربي:  الأكاڤمية السورية الدولية للتدريب والتطوير

ترجمة: د. حنان الغفري

الطبعة الثانية: 2008

حقوق الطبع والافتباس والترجمة العربية والنشر محفوظة لـ:



لا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب أو اختزان مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي نحو أو بأي طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو خلاف ذلك (أو استخدامه كمنهج دراسي أو تدريبي) إلا بموافقة الناشر والأكاڤمية السورية الدولية على ذلك كتابةً ومسبقاً.

دمشق- مره فيلات شرقية- شارع الفارابي / 87 P.O.Box 9192 Damascus , Syria

TEL: +963 (11) 6670155

FAX: +963 (11) 6117020

www.sia-sy.net

info@sia-sy.net

## «إبحث عن المعرفة .. فالمعرفة لا تبحث عن أحد»

### تقديم :

قامت وسائل الإعلام منذ نشوئها بدور كبير في صناعة الرأي العام ، وأخذ هذا الدور يزداد تطوراً وتأثيراً مع تزايد وظائف الإعلام في المجتمع المعاصر وتنوع وسائله التي باتت تشغل الحيز الأكبر من الاهتمام العالمي ، أفراداً وحكومات وشعوباً ، وتدخل قوة ضاغطة في صنع القرار وتحديد المصالح والأولويات وربما تقرير مصائر شعوب بأكملها .

البعض يقول أن عصر الدعاية قد انتهى مع سقوط المنظومة الاشتراكية وانهايار الاتحاد السوفييتي لكننا نرى أن الدعاية اليوم أصبحت أكثر عمقاً ودهاءً وتأثيراً عبر وسائلها الحديثة ، وإن ما نشاهده على الفضائيات العربية وغير العربية من عملية تضليل للرأي العام وتشويه فاضح لصورة الوقائع والمجريات يشكل بمجمله نوعاً من **الدعاية السوداء** المستندة إلى تحريف الحقائق وتقديم معلومات عنوانها الكذب والمبالغة .

من هنا يأتي دور الأشخاص المعنيين بالشأن العام الذين تقع على عاتقهم مسؤولية تصويب الخطأ وتصحيح المعلومة وإزالة اللبس والتشويه الذي يكتنف معظم الأحداث والتطورات المتسارعة ، يأتي دورهم صانعين للمواقف والآراء والاتجاهات .

وإذا نظرنا إلى قادة الرأي العام والمفكرين في الدول العربية المجاورة لنجدهم يشغلون حيزاً كبيراً في وسائل الإعلام ويجتهدون في صناعة الرأي

العام العربي وحتى العالمي أيضاً عبر حضورهم الدائم المقنع المؤثر في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.

جاءت رغبتنا الكبيرة لوضع هذا الكتاب بين يديّ القراء عساه يقدم شيئاً مفيداً لنا جميعاً ونستطيع تعلم كيف نكون مؤثرين مقنعين للجمهور الذي يشاهدنا ويسمع آراءنا ويقرأ وجهات نظرنا .

يتناول هذا الكتاب جملة من النصائح المتعلقة باللقاء والمقابلة الصحفية ويؤكد على أن المقابلة الصحفية « فرصة ذهبية » يجب استغلالها بذكاء ، فعندما تدعونا مؤسسة إعلامية لإجراء مقابلة ندافع فيها عن وجهة نظرنا تجاه قضية نؤمن بها أو لتوضيح لبس حول موضوع مستجد أو لتصويب معلومات مرتبطة بجهة أو بهيئة ما ، أو قد تكون الغاية من المقابلة الحديث عن مشروع أو منتج ما ، يجب أن نذهب إلى المقابلة متكئين على المصادقات ، واضعين أنفسنا تحت رحمة الحظ والظروف والقدر بل نذهب ونحن واثقون من نجاحنا ومن وصول أفكارنا إلى الجمهور بشكل شيق مقنع .

يحدد هذا الكتاب طرائق الظهور الناجح المؤثر عبر وسائل الإعلام، فتأتي صفحاته مرشداً يساعدنا في تعلم أنجع السبل لإتقان فنون التواصل عبر شاشات التلفزة وأثناء المقابلات الإذاعية والصحفية.

يقع الكتاب في أحد عشر فصلاً ، يقدم **الفصل الأول** منه نصائح هامة جداً تتصل بالاستعداد المسبق قبل الذهاب إلى أية مقابلة إعلامية فنضع في حسابنا أن مقابلتنا تلك تشبه « الأداء المسرحي » وبالتالي لا بد من التدريب المسبق قبل إجرائها فنحضر أفكارنا التي نود طرحها بعيداً عن العفوية والارتجال واضعين نصب أعيننا ضرورة أن تثير تلك الأفكار اهتمام الجمهور

وتتال إعجابه وتقنعه، كما لا بد لنا من معرفة الصحفي الذي سيجري معنا المقابلة ... من هو؟ كيف يفكر؟ ما هو أسلوبه في إجراء المقابلات عادة؟ ما مدى ثقافته؟ ما هي مواقفه؟ .

وعلينا أن نعلم أننا لا نتحدث مع الصحفي في مقابلتنا بل نتحدث من خلاله مع القراء والمشاهدين والمستمعين وهنا تجب معرفة طبيعة الجمهور الذي سيتلقى أفكارنا ، خصائصه ، ثقافته ، شرائحه المختلفة وغير ذلك من الإعتبارات الأخرى ، وأن نصيغ أفكارنا ورسالتنا بطريقة معتدلة ولهجة وأسلوب مناسبين لشرائح وأنماط مختلفة من الجمهور وأن تكون اللغة المستخدمة قريبة من قلوب الناس وعقولهم .

كما يتضمن هذا الفصل مجموعة من النصائح التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار قبل المقابلة:

إذ نؤكد على ضرورة التسلح بالمعلومات عبر قراءة الصحف والاستماع إلى الأخبار والبحث عن معلومات محلية وعالمية سياسية واقتصادية وخاصة المعلومات المرتبطة بطبيعة المقابلة حتى لا تظهر بمظهر الجاهل.

كما يجب تناول بعض المأكولات الصحية قبل المقابلة وخاصة الأطعمة التي تحتوي على الكربوهيدرات أو الفاكهة ويجب أن تتجنب تناول المشروبات الغازية والسكر الأبيض المكرر بجميع أشكاله لأنه يسبب الخمول والنعاس.

ولا بد من الوصول باكراً إلى الاستوديو والقيام قبل الذهاب إلى المقابلة بتمارين ذهنية تثير الحماس في نفسك لمواجهة جمهورك وابدأ حديثك خلف الكواليس مع المذيعين وطاقم الكاميرات ومن المستحسن أن تكون لطيفاً وودوداً مع الجميع.

وكن متحفظاً وحادراً: فالود واللفظ مع الآخرين لا يعني أبداً منح الآخرين الثقة الزائدة ولا تكشف بعض الأمور التي لا ترغب في الحديث عنها أثناء المقابلة.

يقدم **الفصل الثاني** النصائح المتعلقة بالأداء أثناء المقابلة الإعلامية

وهي:

أن يكون حديثك قابلاً للاقتباس فيتمكن الصحفي من الاستشهاد به وإيراد أجزاء مطولة منه دون إعادة صياغته .

وأن تتدرب وتهيئ نفسك للأسئلة الصعبة أو المحرجة حتى لا تجد نفسك في وضع لا تحسد عليه.

وإذا تكذب أو تتلمص كي لا تفقد مصداقيتك ، والتزم الصمت بدلاً من مجانبة الحقيقة .

يطالبنا **الفصل الثالث** أن نسأل مضيفنا خمسة أسئلة قبل إجراء المقابلة

وهي:

ما هو الهدف من هذه المقابلة ، ما فحواها ، وإلى ماذا ترمي ؟ وهل ستقابل أحداً آخر غيري ؟ وكم من الوقت ستستغرق المقابلة ؟ وهل تحتاج إلى أية وثائق أو صور أو أشرطة فيديو؟

كما ينبهنا هذا الفصل إلى سبع حيل قد يلجأ إليها المضيف أثناء المقابلة

وهي:

- أن يحرف المضيف عباراتك تشويهاً للوقائع .
- ألا يكون السؤال الموجه إليك مستنداً إلى حقيقة واقعة بل مبني على افتراضات وهمية وادعاءات مزيفة.
- أن يهاجمك المضيف بسؤال قاتل يأخذ عادة شكل الاتهام .

- أن يعمد مضيفك إلى اختلاق معلومة ثم يطلب منك أن تعلق عليها.
- قد لا ينتظرك مضيفك لتنتهي إجابتك عن سؤال ما فيبادر إلى مقاطعتك ببرود شديد ملقياً عليك سؤالاً آخر.
- يحب بعض المضيفين سماع أصواتهم لدرجة تدفعهم إلى الحديث دون توقف وبأنهم وأنانية إلى درجة الاستئثار بالحديث دون أن يترك لك المجال لتعبر عن نفسك بشكل كاف.
- قد يلجأ المضيف إلى الصمت أثناء المقابلة محاولة منه لاستدراجك كي تملأ لحظة الصمت هذه بالإطالة في إجابتك وهذا ليس في صالحك.

يوضح **الفصل الرابع** القواعد التي تقودنا إلى الظهور بمظهر حسن على شاشة التلفزيون عبر التقيد بارتداء الملابس المناسبة والجلسة الصحيحة والوقفة اللائقة والتحرك الصحيح والتعابير المناسبة والنظر في الاتجاه السليم والتحدث السلس..

يعرض **الفصل الخامس** لقضية مهمة أثناء المقابلة الإعلامية إذ يبحث في الطرائق الممكنة المحتملة أمامنا لتجنب المواجهات الإعلامية التي لسنا على استعداد كامل للخوض فيها ، كما يدلنا على الأساليب التي تسعفنا أثناء المواجهات الإعلامية الساخنة فتجنبنا مرارة الهزيمة وتجعلنا نحقق نصراً إقناعياً وحضوراً لافتاً .

ينتقل بنا **الفصل السادس** إلى محطة أخرى في عالم المقابلات الإعلامية شارحاً لنا وبالتفصيل ماذا نفعل عندما يفاجئنا صحفي ما ويده ميكروفون موجهاً لنا سؤاله وملحاً علينا للإجابة عليه مشيراً في الوقت عينه إلى حالة أخذت تستشري على شاشات التلفزة وهي « مقابلات الصباح » وكيف تعلق

فيها الأصوات ويتقاذف المجتمعون الشتائم والسباب بعيداً عن أصول الحوار الإنساني الراقي ودون تحقيق أية فائدة تذكر للمشاهد.

ينفرد **الفصل السابع** بالحديث عن الفروق بين المقابلات في الصحافة المطبوعة ونظيرتها الصحافة الالكترونية مبيناً لنا متى يجب علينا ألا نذهب إلى مقابلة صحفية وخاصة عندما لا نكون قد حضرنا النقاط التي سنناقشها والأفكار التي سنطرحها ، يتوافق ذلك مع بعض التحذيرات التي يجب علينا تجنبها فيما يخص المقابلة الصحفية.

أما **الفصل الثامن** فيتحدث عن المقابلات التي تجري على الهواء مباشرة وخصوصية هذا النوع من المقابلات وخطورته وأهميته وأساليب التعامل معه وكيف نخرج في مقابلة على الهواء مباشرة بأفضل نتيجة ممكنة بعيداً عن الارتباك و الفجائية محققين وصولاً سليماً لمواقفنا ومسخرين هذه الفرصة الثمينة أفضل تسخير.

يتناول **الفصل التاسع** كيف نروج لمنتجنا عبر مقابلة تلفزيونية ، كيف نظهر منتجنا ونقدم مواصفاته آخذين بعين الاعتبار مسألة الوقت وآليات العرض وحركة الكاميرا وغير ذلك من الإمكانيات المتاحة التي يجب أن نسخرها من أجل ترويج أفضل لمنتجنا ، ثم يبصر بنا **الفصل العاشر** في حديث شيق ، مفيد ممتع عن شكل آخر من أشكال الظهور الإعلامي ألا وهو المؤتمرات الصحفية فيحدثنا هذا الفصل ماذا عسانا أن نفعله قبل الذهاب للإدلاء بتصريحاتنا في مؤتمر صحفي وماذا علينا أن نحضر معنا إلى المؤتمر الصحفي وما الفرق بين المؤتمرات الصحفية و المقابلات التلفزيونية بالإضافة إلى جملة نصائح فكرية وأخرى حركية تتعلق بوضعية الجسم واليدين وتعابير الوجه .



يختم الكتاب صفحاته بتذكير سريع لأهم النصائح المتعلقة بالمقابلة الإعلامية وخلالها وبعدها .

**عزيزي القارئ** ، حرصنا على تقديم هذا الكتاب بأسلوب سهل شيق ووضعنا مقدمة لكل فصل تتناول ملخصاً لمضمون الفصل والمحاور التي يتناولها لإعطاء القارئ راحة أكثر أثناء القراءة .

وقد لا تكون المعلومات الواردة في هذا الكتاب أحكاماً معيارية مطلقة لكنها ولا شك أداة قيمة تمكننا من التعامل مع أي موقف إعلامي قد نتعرض له . في هذا الكتاب ستعرف ما عليك فعله ليبدو ظهورك عبر وسائل الإعلام مناسباً ولتبدو ذكياً واثقاً بنفسك أمام مضيفك .

إننا مدعوون جميعاً لاكتساب هذه المهارات لأنه سيأتي اليوم الذي نحتاجها فيه ، في زمن أصبحت فيه سلطة الإعلام أقوى السلطات .

## **نزار ميهوب**

دمشق 6 تشرين الأول 2005



## الفهرس

3.....	تقديم
11.....	الفصل الأول: الوصايا الذهبية
33.....	الفصل الثاني: وصايا أثناء المقابلة
55.....	الفصل الثالث: المواجهة
87.....	الفصل الرابع: الشاشة والظهور التلفزيوني
107.....	الفصل الخامس: اللقاءات الإعلامية الاستجوابية
131.....	الفصل السادس: مقابلات «الكمين» ومقابلات «الصياح»
141.....	الفصل السابع: المقابلات الصحفية ومقابلات الانترنت
155.....	الفصل الثامن: المقابلات الإذاعية «الراديو»
179.....	الفصل التاسع: الترويج عبر التلفزيون
189.....	الفصل العاشر: المؤتمرات الصحفية
201.....	خاتمة

