

جامعة بغداد – كلية الإعلام

قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

المادة / فن المقابلة والتحقيق

أستاذ المادة / د. بشرى داود السنجري

المقابلة الإذاعية والتلفزيونية

مفهوم المقابلة :

تسمى المقابلة أحيانا بالحديث الصحفي الذي هو عبارة عن (أسئلة وأجوبة بين المحاور والضيف أو الضيوف الذين يقابلهم بهدف جمع المعلومات وتوجه الى جمهور واسع) ويمكن القول أن المقابلة هي: فن التحوار مع مصدر من المصادر بهدف الحصول على المعلومات جديدة حول واقعة معينة أو معرفة وجهات النظر والآراء أو تسليط الضوء على شخصية أو مجموعة أشخاص.

تحتل برامج الحوار أو المقابلة interviewing نسبة لا بأس بها من وقت الإرسال اليومي في كل إذاعة من الإذاعات (الراديو أو التلفزيون) وبعض هذه المقابلات يكون قصيراً جداً لا تتجاوز عشر ثواني وهناك مقابلات أخرى قد يخصص لها ساعة أو أكثر. ويطلق اصطلاح المقابلة في الراديو والتلفزيون على هذا النوع من البرامج الذي يلتقي فيه مذيع مع شخص ليجري معه حواراً حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين أو المشاهدين فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها.

يرى البعض أن المقابلة ليست إلا هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة conversation ومن ثم فإن المقابلة النموذجية يشتمل على العديد من خصائص المحادثة مثل: الانسيابية أو التدفق الحر free owing وتبادل الرأي أو الحوار والحديث الطبيعي والتلقائية أو العفوية.

غير أن هناك من يقول غير ذلك ويرى أن الشخص الذي يجري المقابلة لا يكون شخصية مستقلة لأنه في تلك الحالة لا يمثل ذاته أو يعبر عن نفسه وهو يمثل ويجسد ويعبر عن فضوله وجبه للاستطلاع. كذلك عن سلوكه الذي يتسم بالانحياز والألفة ليس أكثر من وسيلة لتزويد جمهوره بالمعلومات ويضيف هؤلاء أن المقابلة التي لا تزيد عن أنها مجرد محادثة إنما هي مقابلة رديئة وليست إلا تبديداً للوقت. ويكفي أن المقابلة تخضع للتحكم والسيطرة والإعداد والترتيب وهذا ما لا تخضع له المحادثة.

أشكال وقوالب المقابلة:

تأخذ المقابلة في الراديو والتلفزيون إشكالا متعددة وهي:

(١) المقابلة المتعلقة بالواقع

كما هو الحال في الصحافة الإذاعية والقصص الإخبارية وهي مقابلة قصيرة عادة حيث لا تزيد مدتها عن ٣٠-٤٠ ثانية وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى دقيقتين، وذلك في حالة اعتماده على موضوعات هامة أو معقدة، وكثيراً ما تخضع لعملية (مونتاج) لكي تتاح الفرصة لظهور أكثر من شخص يتحدث كل منهم جملة أو جملتين ويشاركون جميعاً في موضوع واحد.

(٢) المقابلة الاستعراضية: Interview show

وهي مقابلة تنفذ بالراديو أو التلفزيون وقد تكون المقابلة الاستعراضية مقابلة كلية (تستغرق الوقت كله) أو تتركب من أشكال متنوعة مثل الأخبار والترويج مقابلات. ويمكن تنفيذ هذا النوع من المقابلات من داخل قاعات العرض بالمسرح وما إلى ذلك. أما مدة البرنامج فقد تكون من ١٥-٣٠-٦٠ دقيقة وتصل في أحيان أخرى إلى ٩٠

دقيقة وفي هذه الحالة ينبغي التدقيق في اختيار الضيف الذي يستحق ان يمنح مثل هذا الوقت.

٣) الفيلم التسجيلي: Documentary Film

يستخدم هذا النوع من المقابلات في التلفزيون فقط بطبيعة الحال هي مقابلة تسجيل على فيلم أو شريط فيديو وتتخللها لقطات تتصل بموضوع المناقشة، ويمكن أن يقوم هذا النوع من المقابلات على ضيف واحد أما عندما يكون موضوع الفلم قضية أو مشكلة تستحق التسجيل فيمكن إجراء المقابلة مع عدة أشخاص إذا كان الوقت المخصص يسمح بذلك .

٤) الحديث الاستعراضي: Talk show

وهي المقابلة التي تجري مع ضيف البرنامج داخل الاستديو وهذا ما يحدث في الغالب أو تجرى معه تلفزيونيا إذا كان موجوداً في مكان بعيد عن المحطة.

٥) السرد التاريخي: Oral History Interview

وهي نوع من المقابلات يستخدم فيه المذيع الذي يجري المقابلة الفيلم أو الفيديو والشريط الصوتي ليسجل معلومات يعيد جمعها من الأشخاص وتتعلق بتجارب أو أحداث وقعت أو مذكرات.

أنواع المقابلة:

يرى البعض إمكانية تقسيم برامج الحوار الإذاعي وفقاً لأهدافها والغرض منها إلى ثلاثة أقسام هي:

١. حوار المعلومات: ويستهدف الحصول على بيانات أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات أو الأحداث ومن ثم فإن هذا النوع من أنواع الحوار يقتصر على المتخصصين أو الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع أو المناسبة التي يجرى الحوار.

٢. حوار الرأي: وهو الحوار الذي يستهدف عرض آراء الأشخاص ومواقفهم إزاء موضوع أو قضية عامة وقد يكون ذلك بهدف الوقوف على الاتجاه العام أو بهدف تشكيل رأي عام في قضية معينة. وفي كلتا الحالتين فإنه لا توجد مواصفات معينة لضيف هذا النوع من الحوار، فكل من له رأي أو موقف أو وجهة نظر في الموضوع المثار يصلح أن يكون ضيفا لهذا النوع من برامج المقابلات.

٣. حوار الشخصية: يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساسا على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارتها لاهتمام وانتباه المشاهدين والمستمعين وعلى ذلك فإن شخصية الضيف الهدف الأول والأخير لهذا النوع من برامج الحوار، وسواء كان من المشاهير أو البارزين في مجالات الفن أو الرياضة أو السياسة أو كان من ذوي المواهب والقدرات الفذة أو حتى من الأشخاص العاديين. فالمستمع عادة ما يشترك إلى معرفة كيف يعمل الآخرون وكيف يفكرون إن الشرط الوحيد الذي يشترط توفيره هو قدرة الشخص على التعبير ورغبته في أن يتحدث للناس من خلال برنامج إذاعي.

وقد قسمها د. عبد الدائم عمر الحسن إلى ثلاثة أيضا:

١. مقابلة المعلقة:

الهدف من هذا النوع من المقابلات هو تزويد المستمع بمعلومات معينة في موضوع ما لأهميته السياسية والاقتصادية أو الصحية إذن هذا النوع من المقابلة يستهدف الحصول

على بيانات ومعلومات معينة حول أحد الموضوعات الهامة والأحداث الجارية أو الحصول على معلومات حول مؤسسة ما.

٢. مقابلة الرأي:

يقصد بهذا النوع من المقابلات عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة أو موضوع بعينه أو يعالج الموضوعات التي تحتوى على نقاط متعارضة ولا يهدف إلى جمع معلومات بل إلى التعرف على كيفية تفكير الناس حيال المسائل المطروحة في الساحة ويستوي هنا أن يكون الشخص صاحب الرأي عالماً أو فناناً أو أستاذاً جامعياً أو عابراً سبيل.

٣. مقابلة الشخصية:

يجرى هذا النوع عادة مع شخصية مشهورة في مجالها وتخصصها معروفة الرأي العام، وتهدف المقابلة الى إحداث الاتصال بين الشخصية المشهورة والمعرفة وجمهور المستقبلين، والمطلوب أن تكون هذه الشخصية التي يتم عرضها بواسطة هذا النوع مثيرة للانتباه بشكل أو بآخر.

وقد تكون شخصية عادية لسبب أو لآخر يجعل الشخصية هامة. مثال مزارع بولاية من الولايات أنتج أكبر محصول وحصل على تقدير الدولة وتم تكريمه فهل هذه شخصية هامة لابد من الوقوف عندها لأنها اكتسبت الأهمية من خلال الإنتاج والعمل، فالمستمع دون شك يريد معرفة قصة هذا النجاح الكبير وكيف تحقق. وعلى ضوء ما ذكر يمكن القول بأن عناصر المقابلة الإذاعية هي:

١- مضيع يجرى المقابلة.

٢- شخص أو ضيف تجرى معه المقابلة.

٣- موضوع المقابلة الذي يدور الحوار حوله.

٤- أسئلة يوجهها المذيع إلى الضيف لتكشف عن أبعاد الموضوع وجوانبه المختلفة.

٥- المستمع أو الشاهد الذي يتابع الحوار معاً من جانب السائل والمجيب ويعتبر نفسه في السؤال والجواب معاً والذي يبحث هو الآخر مع المذيع عن المعلومات والأفكار والآراء عند الضيف.

المناقشات والندوات:

تعرف برامج الندوات والمناقشات بأنها البرامج التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المختصين لبحث موضوع معين وتناوله من جوانب كافة سواء اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، ولكن نقطة الاتفاق والاختلاف هذه جعلت بعض الباحثين في هذا الموضوع يقدرّون نوعين من هذه البرامج أطلقوا عليها اسم (وبرامج الندوات) و(برامج المناقشات) مفرقين بينهما بأن برامج الندوات هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون اختلاف أو تعارض في وجهات النظر أي أن كلاً منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جوانب الموضوع يكمله وهكذا.

أما الموضوع الواحد الذي تختلف حوله آراء المشاركين ويحاول كل منهم ان يقنع الآخر بوجهة نظره فهذا يعرف باسم (برنامج المناقشات)

ذكر الدكتور عبد الدائم في كتابه إن الندوة والمناقشة يعتمدان بالدرجة الأولى لموضوع من الموضوعات بين عدد من الاشخاص لا يقلون عن اثنين ولا يزيدون عن أربعة، وقد يدور النقاش في الندوة دون تعارض في وجهات النظر ويحاول كل طرف أن يقنع

الآخر برأيه أو وجهة نظره بينما في المناقشة قد يثار جدل ويبرز الاختلاف في الآراء ووجهات النظر ويحاول كل طرف أن يقنع الآخر برأيه أو وجهة نظره. وهناك قول مأثور يذكر في هذا الصدد (إذا أردت مناقشة ناجحة فاجمع الخصوم في الفكر معاً ودعهم يتعاركون أمام الكاميرا والميكروفون). وقد ثبت أن برامج الندوات والمناقشات من أحسن الوسائل في وجهات النظر الإذاعية وأكثرها تأثيراً في معالجة الموضوعات الجادة التي تكون حولها الآراء ووجهات النظر. فالمنافشة والندوة شكل حوارى أى من أشكال برامج الحوار يهدف إلى تبادل الآراء ووجهات النظر حول الموضوعات والقضايا المثارة في الساحة. ويشترك المستمعين ويدفعهم الى التفكير فيما سواء كانت المناقشات جادة أو خفيفة. وبرامج الندوات والمناقشات تدرج تحت ما يعرف بالحوار الدائري كشكل من أشكال الحوار الإذاعي والذي فيه عادة ما يطرح الإذاعي سؤالاً واحداً على كل شخص مشترك في الحوار وتنقل الإجابات واحدة بعد الأخرى. أما عن علاقة الندوة والمناقشة بالخبر (أكد دكتور كرم شلبي في كتابه المذيع وفن تقديم البرامج أنه قد يبدو لأول وهلة لا توجد ثمة علاقة بين الخبر وهذا النوع من البرامج الإذاعية لأن ذلك بعيداً جداً عن الصواب فمثل هذه البرامج يمكن أن تستضيف عدداً من الشخصيات الهامة من المسؤولين أو المتخصصين ذوي علاقة بالأحداث الهامة الجارية. ومن خلال هؤلاء يتعرض برنامج لشرح وتفسير عدد من الأخبار فضلاً عن إمكانية الحصول على أخبار جديدة تذاغ في نفس الوقت. ويعرفها الجمهور للمرة الأولى. وتصبح برامج المناقشات والندوات برامج وطيدة الصلة بالعمل الاختباري ليس في مجال شرح وتفسير الأخبار فقط بل وفي مجال صنع الأخبار واستيفائها من

مصادرها أيضا وفي كلتا الحالتين تؤدي وظيفتها مستهدفة تحقيق عدد الأهداف الأساسية هي:

١. شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأى عام ووجهات نظر محددة حيالها.
٢. تقديم المعلومات والحقائق الى الناس بطريقة مبسطة وقريبة إلى نفوسهم تغلب عليها التلقائية والعفوية.
٣. ازدياد ثقة المتلقي وقناعاته نظراً لإحساسه بالمشاركة أو إحساسه بأنه يحصل على الأخبار من مصدرها مباشرة " دون وجود وسطاء في نقل الخبر " خاصة إذا كانت هنالك تصريحات للمسؤولين وردت على لسانهم أثناء المناقشة.

القولب والأشكال الفنية للبرنامج:

يقوم برامج الندوات والمناقشات أساسا على اشتراك عدد من الأشخاص لا يقل عددهم من شخصين ولا يزيد على أربعة مع وجود مدير للندوة يتولى إدارة المناقشة وتوجيه الأسئلة وهناك عدد من الأشكال والقولب الفنية لبرنامج المناقشات والندوات تختلف هذه الأشكال وفقا لاعتبارات كثيرة من بينها مكان وجود المشاركين وعددهم ومدى مشاركة الجمهور في الندوة مشاركة فعلية وأسلوب إدارة الندوة ... الخ.

الشكل الأول: المائدة المستديرة:

وهو تعبير يشير إلى اجتماع المشاركين في الندوة حول مائدة داخل الاستيديو يتبادلون الرأى ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال أسئلة يوجهها إليهم مدير الندوة أو الجوانب والموضوعات التي يطرحها عليهم للمناقشة. وتعتبر المناقشة حول المنضدة المستديرة أولى الأشكال التقليدية وأسهلها وهى في الواقع امتداد للقاء.

الشكل الثاني: المناظرة:

وهي المناقشة الثنائية عادة حول موضوع يمثل طرفان من الأطراف واكل منهما رؤية نظر مختلفة وقد يلتقي الطرفان وجها لوجه داخل الاستيديو أو يكون كل منهما في مكتبه أو بلده كما أن هناك نوعا آخر من المناظرة توجه فيه الأسئلة كل من الطرفين المتناظرين دون أن يعرف أي منهما الآخر أو إجابته على نفس السؤال وبالطبع فإن مثل هذه الحالات الأخيرة التي تدور فيها المناظرة خارج الاستيديو على النحو الذي تم توضيحه فيما سبق يعتبره من الأشكال المشوقة بالنسبة للجمهور.

الشكل الثالث: الندوات الجماهيرية:

المقصود بها ذلك الشكل من برامج الندوات والمناقشات التي يحضرها جمهور من المستمعين ومثل هذه الندوات يمكن انعقادها داخل أحد الاستديوهات المناسبة لذلك أو بإحدى القاعات خارج محطة الإذاعة، أما بالنسبة لمشاركة الجمهور في هذه الندوات فالأمر يأخذ إطارين:

الإطار الأول: قد يكون حضور الجمهور لمجرد الحضور فقط ومتابعة الحوار والمناقشات دون المشاركة الفعلية بالسؤال أو الاستفسار أو حتى التعليق.

الإطار الثاني: اشتراك الجمهور في المناقشات بالفعل عن طريق توجيه الأسئلة أو المشاركة بالتعليق وإبداء الرأي. بالإضافة إلى هذه الأشكال ذكر د. عبد الدائم عمر في كتابه أشكال أخرى.

(١) المناقشة الجماعية:

تهدف المناقشة الجماعية إلى التوصل إلى حلول المشكلات الخاصة بالصناعة والتجارة والصحة والتعليم وغيرها من القطاعات المهنية والاجتماعية ويمكن بواسطتها الوصول إلى معلومات ونتائج موضوعية لأهداف ذات فائدة مشتركة.

٢) الندوة الأفقية:

يشمل هذا الشكل كلا من الندوة والمناقشة ويقوم على استضافته بعض الشخصيات التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق للموضع المطروح يكون السؤال الذي يهم الجماهير ويتم منح كل مشترك وقتاً محدداً ومتساوياً للإجابة على السؤال المطروح وعرض أفكاره وتحديد أرائه وفي الغالب يكون السؤال في الأول الذي يطرح موحداً لجميع المشاركين في الندوة عند الانتهاء من الإجابة يجب الانتقال إلى السؤال الثاني في الندوة وهكذا. هذه الأشكال الخمسة التي تم عرضها هي المتعارف عليها ولكن هذا لا يعنى أنها الوحيدة المتعارف عليها بل هناك تصنيف آخر لأشكال وأنواع أخرى من برامج الحوار لكنه في الأغلب يتناسب والإذاعات المحلية، وهذا التصنيف يحتوى عدداً من الأشكال على النحو التالي:

أ- ندوة الحوار المباشر: في هذا الشكل يكون جمهور الندوة هم الذين يشتركون فقط في الحوار والنقاش بينما يقوم الإذاعي بإدارتها بدون حضور ضيوف آخرين تلك هي ندوة الحوار المباشر بين الجماهير الذين يحضرونها ومن ثم يطرح الإذاعي الأسئلة وينظم عملية النقاش.

ب- ندوة الضيف الواحد: وهذا الشكل يشترك فيه ضيف واحد يتم توجيه الأسئلة إليه بعد أن يقوم هو نفسه بتعريف الموضوع وعرض وجهة نظره في القضية المطروحة للمناقشة، ثم يتولى الرد على الأسئلة.

ت- ندوة الفريق الثابت: يعتمد على وجود فريق ثابت لمناقشة القضايا المطروحة ويتكون هذا الفريق عادة من أهل الرأي والفكر من الإعلام وقادة الرأي في المجتمع، ومن المهم أن تكون الموضوعات التي يناقشها هذا الفريق الثابت موضوعات وقضايا عامة لا تحتاج إلى تخصص.

ث- ندوة الجو المعتدل: هي الندوة التي يجرى فيها النقاش حول موضوعات لا خلاف عليها أي ليس فيها خلاف في وجهات النظر (كندوة عن شهر رمضان).

ج- ندوة الحوار الساخن: هذا عكس الشكل السابق (الجو المعتدل) فندوة الحوار الساخن تختلف فيها وجهات النظر اختلافاً جوهرياً مثل انتخابات المجالس المحلية.

ح- ندوة الأفكار المستحدثة: هذا النوع غالباً يستخدم في الإذاعات المحلية لتلعب دوراً تربوياً وتعليمياً خاصة عند مناقشة أي أفكار مستحدثة في مجالات التعليم والثقافة... الخ وعن طريقها يمكن توجيه الأفكار وتحميلها إلى فعل.

أشكال المقابلات الإذاعية والتلفزيونية

تجرى المقابلات عادة حول موضوع أو قضية مثل ارتفاع أجور السيارات، تأخر الرواتب، تدني نسبة الناجحين في الامتحانات ، إجراءات السفر على الحدود ، الأوضاع الأمنية ، موازنة الدولة، قضية فساد، البناء العشوائي ، انتشار مرض أو وباء كأففلونزا الطيور أو وباء كورونا، محاكمة نواب، انتشار المخدرات ...إلخ. أو حول شخصية معينة؛ فنان، شاعر، أديب، مقاتل قديم، عالم، فائز بجائزة، موهوب، مجرم، ضحية، رياضي، ...إلخ.

لكن، ماذا عن المقابلة مع مرشح للرئاسة أو للبرلمان أو للمجلس المحلي؟ مقابلة من هذا النوع ستشمل بالتأكيد الشخص وبرنامج الانتخابي وأفكاره ومواقفه من عدة قضايا مدار بحث.

هناك مقابلات حصرية يعطيها السياسي مثلا لوسيلة إعلام معينة أو لصحفي محدد. أو أن تستضيف وسيلة إعلام معينة شخصا محددًا في مكاتبها أو استوديوهاتها لإجراء مقابلة معه.

وهناك مقابلات مفتوحة كأن يستدعي وزير معين أو ناطق باسم جهة ما وسائل الإعلام لاطلاعهم على خبر معين، ويفتح بعدها باب توجيه الأسئلة وربما بالتنافس، أو بالدور والتساوي بما يشمل الجميع.

وهناك المؤتمر الصحفي الذي يعقب اجتماع الحكومة أو الجلسات التفاوضية، أو اجتماعات الرؤساء، وهنا يكون التزام شديدًا على توجيه الأسئلة، وجرت العادة أن تكون الأولوية لمن يبيت المؤتمر الصحفي على الهواء، أو لوسيلة الإعلام الرئيسة في بلد المضيف وبلد المضيف.

وقد يلجأ بعض الصحفيين الى توجيه أكثر من سؤال بدعوى الحق في طرح سؤال متابعة على الجواب، وتسعى الجهات المنظمة دائماً إلى اختيار من سيوجه الأسئلة مسبقاً وفق الأسس سالفة الذكر، خاصة حين يتعلق الأمر برؤساء الدول والحكومات. عند تغطية مؤتمر صحفي، يجب الاهتمام بإيراد ما إذا كانت الأقوال رداً على سؤال أم جزءاً من الحديث التمهيدي الذي أدلى به المسؤول.

على سبيل المثال: قال وزير فلان إن الدول المانحة تبرعت بكذا وكذا. وسُئل عن تبرعات الدول العربية فقال إن السعودية قدمت كذا، وردا على سؤال حول مساهمة دولة الكويت، قال الوزير إنها لم تقدم شيئاً حتى الآن. (صحفي مغرض أو غشيم قد يبدأ خبره بالقول: أعلن الوزير فلان أن الكويت لم تقدم شيئاً وذلك خلال مؤتمر صحفي.) وهنا لا يكمن الخطأ في التقديم والتأخير وتقدير الأهمية والأولوية فقط، وإنما في عدم ذكر أن ذلك جاء رداً على سؤال، لأنه من الواضح أن الوزير لم يكن مبادراً أو راغباً في ذكر هذه المعلومة لو لم يُسأل عنها. ولن ينجو هذا الصحفي من العقاب أو العتاب، ولن يشفع له التسجيل الصوتي الذي يؤكد كلام الوزير.

وهناك لقاءات **off record** يعطي فيها المسؤول معلومات غير مصرح بنشرها، وتختلف هذه عن المعلومات غير المصرح بنشر مصدرها. والصحفي الممارس يستطيع معرفة ما هو هدف سياسي من إعطاء هذه المعلومات، وتحديد مصلحته الصحفية من حضور هذه اللقاءات.

تجرى بعض المقابلات الصحفية في الميدان، ولحظة أو بعيد وقوع الحدث، سواء أكان حريقاً، أو حادث سير، أو انفجاراً، أو جريمة قتل، أو افتتاح معرض فني أو عرض

مسرحي، وفي هذا النوع من المقابلات، يبدو الحماس وتظهر الانفعالات بشكل مؤثر، مما يوفر انطباعات تساعد الصحفي على نقل الحدث وتأثيراته بشكل فعال. وتجري مقابلات أخرى مع أشخاص على علاقة بالحدث عبر الهاتف أو الأقمار الصناعية، ويجتهد خلالها الصحفي لتوفير الانطباعات والانفعالات المصاحبة للحدث، ولإضفاء الحيوية والتواصل الفعال الذي قد يخف بسبب عدم التقاء نظرات الصحفي مع الضيف.

وتجري مقابلات مع ضيف أو ضيوف في الاستوديو، ولكن بوجود جمهور يُعطى حق توجيه الأسئلة، أو بفتح المجال للاتصالات. ومعروف أن كيفية اختيار الجمهور تخضع لنوع البرنامج. فالبرامج الجادة تحتاج لجمهور مهتم أو متخصص. وتلجأ بعض وسائل الإعلام إلى شركات الإنتاج الإعلامي لجلب جمهور لبرامجها المتنوعة كديكور. ومعروف أن أجرة الصبايا هي ضعف أجرة الشاب في مثل هذا النوع من البرامج. وبعض المحطات تكون قد نسقت الاتصالات مسبقاً، ولكن هذا صعب في برامج المسابقات مثلاً.

أما المقابلات المسجلة للإذاعة والتلفزيون، فإن الأصل فيها أن تسجل وكأنها على الهواء مباشرة، لتقليل كلفة زمن العمل في إعادة التحرير لإصلاح ما فيها من أخطاء، أو شطب ما يزيد عن الحاجة أو الوقت المخصص للمقابلة.

الكثير من المقابلات تجري بكاميرا واحدة تلتقط صورة الضيف، وعندها يجب الاختيار بين شطب الأسئلة واستخدام الإجابات فقط، أو إعادة توجيه الأسئلة للضيف من قبل الصحفي أمام الكاميرا بعد انتهاء المقابلة وهو ما يحتاج إلى مهارات في التمثيل وغيره، وسنأتي على ذكر ذلك بشكل مفصل.

وظائف المقابلات

تتحدد وظائف البرامج الحوارية بشكل الآتي :

- ١- وظيفة الإعلام والإخبار : وتعني تقديم الحوار كل ما هو جديد من معلومات وأخبار عن الأحداث المهمة في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.
 - ٢- وظيفة الشرح والتفسير : وتعني شرح وتفسير ما يحدث من أحداث وأمور في جوانب الحياة المختلف.
 - ٣- وظيفة التعليم : وتعني كل ما يقدمه من معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات المشاهدين.
 - ٤- وظيفة التثقيف : وتعني تثقيف المشاهدين عن طريقة الحوار مع قادة الفكر و الأدباء والفنانين.
 - ٥- وظيفة خدمة المجتمع وتنميته : وتعني توعية وتنمية المشاهدين في مجالات تخصهم عن طريق الحوار مع المتخصصين في المجالات كافة
 - ٦- تتيح للمتلقى التعرف بشكل جيد على القضية أو الموضوع الذي يراد توضيحه للرأي العام ومن خلال ذلك يمكن أن يبنى اتجاه معين بخصوص قضية أو موضوع.
- فيما حدد باحثون آخرون وظائف أخرى للحوار أهمها:
- توضيح فكرة أو ظاهرة أو قانون أو تقييم تجربة.
 - التعريف بالشخصيات و ابرز أفكارها وتجاربها.
 - التأثير في جمهور المشاهدين.
 - إبراز الرأي للأفراد المعارضين.
 - تعميق فهم لقضية أو شرح موقف غامض.

- دحض الشائعات والأفكار المسبوق.
- أكشف الحقائق وإعطاء المعلومات حول موضوعات مختلفة تهم أكبر شريحة من المجتمع.

أولاً / البرامج الحوارية الإذاعية والتلفزيونية

يرتبط مفهوم الحوار التلفزيوني بطرق الاتصال الشفهية المباشر، وهو ليس المجادلة أو الحديث أو الخطاب، فالحوار يجمع بين شخصين أو أكثر يناقشون قضية معينة بطريقة مقبولة ثقافياً واجتماعياً، ولها اهتمام ومطلب جماهيري.

والحوار أساسه اللغة بأصنافها اللفظية والإشارية، وقد نتج عنه قوالب وأساليب في التلفزيون والصحافة والمسرح وباقي قنوات التأثير الاتصالية.

والبرامج الحوارية: هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص يتحدثون إلى المشاهد مباشرة في موضوع معين، ومن تلك الأحاديث السياسية والاقتصادية والدينية، وتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث وحسن عرض الموضوع وطرق التحدث للمشاهدين واللغة المستخدم.

حيث تتميز هذه البرامج بالتلقائية والعفوية والارتجال بأسلوب التقديم وطرح أسئلة من قبل المذيع التي يعتقد أنها تدور بأذهان المشاهدين وأنه بحاجة لمعرفة إجابات عنها، وتعطي الحوار حيوية أكثر وتلقائية وعفوية من الحديث المباشر .

و يعرف الحوار التلفزيوني بأنه: أحد أشكال التعبير التلفزيوني الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة جوهر الأحداث والتطورات التي تهم وتمس شرائح اجتماعية واسعة.

وعرفه يوسف مرزوق على أنه: عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها، أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما، أو تقديم شخصية للمتلقي مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر .

ثانياً / أنواع الحوار التلفزيوني :

يصنف الحوار إلى عدة أنواع منها:

❖ **الحوار على أساس الهدف:** وهو حوار إعطاء المعلومات، حوار تحليل الظواهر، حوار الحصول على الآراء.

❖ **الحوار حسب المكان:** وهو الحوار الميداني، حوار داخل الاستوديو، حوار مباشر عبر الأقمار الصناعية .

للحوار التلفزيوني ثلاث أنواع أخرى هي :

- **حوار المعلومات:** الذي يستهدف الحصول على معلومة ما من الضيف.
- **حوار الرأي:** ويستهدف التعرف على رأي الضيف في مسألة أو قضية معينة.
- **حوار الشخصية:** ويستهدف إلقاء الضوء على جوانب مختلفة من حياة الضيف.

ثالثاً / خصائص الحوار التلفزيوني :

١. له سمة الدراما حيث يتضمن الحوار موضوع وشخصيات وأخراج وحركة وإضاءة وديكور.
٢. له سمة العرض إذ إن له القدرة على العرض أكثر من أن يروي أو ينقل أو يقص إذ أن من المهم جداً أن يقول المحاور وهو يعرض أقواله ويؤديها من خلال حركة يديه ونبرة صوته.
٣. يتميز بصعوبة استخدام النص المكتوب في جوانب الأسئلة المطروحة لأنه يفقد الكثير من فاعليته وعفويته.
٤. يقوده فريق عمل كامل خصوصاً داخل الاستوديو إذ واجه المحاور والمعدات والأضواء وتعليمات المخرج والمنتج والمصورين ومع ذلك عليه أن يتصرف بعفوية .
٥. وتتميز البرامج الحوارية بمميزات:
 - البرنامج الحوارى يكون مجدولاً زمنياً ضمن فقرات البث للقنوات التلفزيونية.
 - البرنامج الحوارى له مقدم برنامج وفريق فنى ثابت.
 - للبرنامج الحوارى وقت زمنى معقول ومناسب للضيف لطرح الرأى.
 - نسبة مشاهدى البرامج الحوارية عادة من فئة أصحاب الرأى والنخب المثقفة
 - نسبة التغيير الديكورات من حلقة لأخرى قليلة جداً.

رابعاً/ تصنيفات البرامج الحوارية :

يمكن تصنيف برنامج الحوار على ضوء المشاركين فيها الى :

أ -الحوار الفردي : يمكن استخدامه مع شخصيات بحجم رؤساء الدول أو الشخصيات المهمة أو من يحمل آراء مهمة أو من خلال اللقاءات المباشرة على الهواء من خلال نشرات الأخبار أو اللقاءات القصيرة داخل التقارير الإخبارية.

ب -الحوار الثنائي : ويعتمد غالباً على رأيان متباينان لعرضهما على المشاهدين بطريقة حيادية ومتوازنة.

ج -الحوار الجماعي : كما يحدث في الندوات التي يتواجد فيها أكثر من ثلاثة ضيوف أو عدد منهم، يتواجد مشاركين أو جمهور ويدير هنا المذيع الحوار بين المشاركين والضيوف على نحو متوازن ويمكن تصنيف المؤتمرات الصحفية للمسؤولين تحت هذا النوع.

كذلك يمكن تصنيف برامج الحوار من حيث طبيعتها:

- برامج الحوار الحي أو المباشر : يتم على الهواء مباشر.
- الحوار المسجل : وهذا النوع يسجل ويذاع في وقت لاحق.
- الحوار المستقل : هذا النوع يمثل برنامجاً متكاملًا.
- الحوار التابع : الذي يشغل فقرة من برنامج آخر.

عناصر البرنامج الحواري :

يتكون الحوار التلفزيونية من مجموعة مكونات متداخلة مع بعضها البعض تبدأ بمقدم البرنامج الحواري وضيوفه أو ضيوفه والقضية التي يتحاورون فيها، والأجهزة المستخدمة،

والوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش، ثم الأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيوفه، ومكان إجراء المقابلة، والمشاهدين الذين تعتبر مراعاتهم والاهتمام بهم البداية الصحيحة لأي اتصال تلفزيوني فعال وكذلك طريقة إعداد الأسئلة باعتبارها مفاتيح الحصول على المعلومات، ومراعاة ترتيبها ومدى تغطيتها للموضوع من جهة، وجوانب شخصية الضيف في اللقاء، أو ضيوف المناقشة من جهة أخرى إضافة إلى مدى تمكنهم من الإجابة على تساؤلات مقدم اللقاء أو الندوة، وأسلوب أو طريقة معالجتهم وتناولهم لموضوعاته.

وللحوار التلفزيوني عناصر أساسية منها :

❖ **العنصر الأول: مقدم البرنامج أو المحاور**

وهو الشخص الذي يقوم بالتحدث، أو استعراض فقرات إجراء الحوار وضبط آلياته الفكرية والزمنية، ويقع على المحاور عبئا كبيرا في إنجاح واستثارة قطب أو أقطاب الحوار، على أن يحمل الصفات الآتية :

أ- **المهارة الاتصالية:** أي الثقافة والدراية الواسعة بموضوع الحوار، أي أن يتسم بالموسوعية المعرفية واللغوية.

ب- **المناورة :** أي القدرة على تفهم الترميز في دلالة المعاني الاصطلاحية والإشارية لأعضاء الحوار، ومن ثم يعمل على وفقها استدعاء آليات المشاكسة أو التوافق أو الاستنتاج أو التكرار، على وفق الحقيقة الموضوعية.

ت- **القدرة في إشعار المحاورين على أهمية موضوع الحوار بالنسبة للمشاهدين.**

ث- **السمات التقديمية :** كالصوت والهيئة والعمر والسمع والتنظيم وتوزيع الأدوار التلقائية، ويتسم بشخصية تجمع بين الاتزان والتواضع المعرفي

ج- الربط والقدرة على توظيف الأحداث (الخاصية التاريخية) والقدرة على توظيف السياقات اللغوية (ربط القول السابق بالملاحق).

ح- **اللاتقليدية** : اعتماد فنون تقديمية مختلفة البدء بمكان الحدث، البدء والانتهاه بشاهد عيان، بمسؤول، بقول سابق لنفس المتحدث، ومن ثم يجري الحوار.

خ- **الذوق العام** : ملاحظة عدم الخروج عن الذوق العام، أو الإساءة إلى الآخرين، بالأسماء والأفعال في سياق الحديث.

د- **مواد الإسناد** : أي توفير مادة أرشيفية سائدة لمجرى الحديث وإمكانية التعليق عليها أفلام، صور، خرائط، أدوات توضيح وتفسير، على أن تحتوي آراء متناقضة أو متطابقة، أو إشراك القنوات أو أشخاص لديها رأي سابق، لكنها لم تدخل ميدان الحوار.

❖ **العنصر الثاني : المادة التنفيذية :**

تعتمد فنون الإخراج والتقديم للبرنامج الحوارية على طبيعة موضوع الحوار، والجمهور المتخيل له، وهذا الأمر يجعل من عدم ثبات أدواته ووسائله، فبعض الحوارات تستلزم مادة أرشيفية، والأخرى تستلزم مقابلات فورية، خارج نطاق الاستوديو بالإضافة إلى فنون استخدامات الكاميرا وزوايا التصوير، وظهور الانفعالات والارتياح ومديات التقاطع والتآلف الذي يصاحب العملية الحوارية، وعلى ذلك يمكن إدراج المستلزمات التنفيذية للبرامج الحوارية بالآتي :

❖ مكان مناسب لطبيعة موضوع الحوار، ديكور إضاءة، شاشة خلفية، أمامية

❖ أجهزة نقل الصوت مخفية، والحرص على أن توزع القوة الصوتية للمتحدثين بشكل متساوي (لا يتناشز) مع مصدر الصوت، ويشتت تركيز منظم المكسر الصوتي .

- ❖ توزيع الكاميرات بالشكل الذي يغطي ساحة التحدث، وأقطاب الحوار بشكل جمعي وفردى مع إمكانية التركيز على لقطات الانفعال والارتياح التي يطلقها المتحاورون .
- ❖ توفير مادة أرشيفية منظمة، بشكل يتناغم مع أجندة الأسئلة والقضايا المطروحة، وهذا التنسيق يتم بين المحاور (مقدم البرنامج) والمخرج.
- ❖ إمكانية ربط أستوديو الحوار مع الفضاء الخارجي بكاميرا خارجية، بالإضافة إلى التهيئة لاستقبال مكالمات خارجية عبر أرضي أو محمول لتحقيق الاتصال التفاعلي .
- ❖ يستحسن أن يتم تغيير خلفية البرنامج، إذا كان دورياً بحسب طبيعة الموضوع وشخصه، وكلما كان المكان جو الحوار يرتبط بموضوع الحوار كلما كان تفاعل المتلقي أشد .

• العنصر الثالث : طبيعة موضوعات الحوار وشخصه

على الرغم من أن البرامج الحوارية تسير وفق أجندة الأحداث الساخنة وربما الملحة اجتماعياً، لكن بعض الدراسات أثبتت أن توقعات التلقي ، تتنافر مع ما يفترض أن يقدم، وهذا نابع من سببين أساسيين، الأول يتعلق بأن الرأي العام لديه قنوات خاصة من شخصيات مباشرة كقادة الرأي والأقران والجماعة الأولية، والثاني أن لديه قنوات الإعلام الأخرى المتاحة، وهي بذلك تشبع فضوله حول القضايا المطروحة، (باعتبارها ساخنة). الحقيقة التي تنبه لها رجال الإعلام على أن بالإمكان استخدام التلفزيون ليس كأداة تذكيرية (التذكير بالحدث) وضرورة تغطيته، إنما في البحث عن قضية تثير رأيهم، ربما غير منظورة أو محسوسة في حاضنة الذاكرة الاجتماعية، وهنا يتوق الناس إلى متابعة غائبا أو منسيا، وما لم تتذكره باقي القنوات (كسر التوقع).

وهنا ستتوزع خارطة البرامج الحوارية على أطراف عدة، بحسب سياسية القناة ورؤيتها السياسية والثقافية وعلاقتها بالجمهور، فلدينا حوار السياسة وحوار الدين، وحوار المجتمع . من هنا نستطيع أن نقول لكل قضية يمكن أن يكون لها حوارا وكل ظاهر يمكن أن تستقطب جمهورا، وهذا كله يعتمد على كيف يقدم ؟ ولماذا؟

شروط اختيار موضوعات الحوار وشخصياته

تتركز خصائص اختيار موضوعات الحوار وشخصياته في :

١. كلما كان موضوع الحوار يحمل قضية أو مشكلة أو ظاهرة آنية، كلما كان تفاعل المشاهدين أشد، على أن يجري العمل على الخروج عما تغطيه القنوات المنافسة الأخرى، ربما بطريقة الأسلوب، أو الشخصيات، أو مواد داعمة أخرى.
٢. أن يتم انتقاء الشخصيات المعدة للحوار بطريقة مدروسة وليست اعتباطية، وأن يتم الاتفاق مع هذه الشخصيات على محاور اللقاء وخطوطه العريضة، بحيث يجري الحوار بالشكل المخطط له لتحقيق الجدوى من الحوار .
٣. أن تقوم القناة التلفازية بتتويع برامجها الحوارية من ناحية الموضوعات أو الشخوص أو طرق التقديم، كما أن الناس بدأت تميل إلى التفاعل مع حوارات الآخرين تلفزيونيا، لأن درج الإشباع من تواتر الصور المجردة قد أخذ مداه لدى الجمهور.
٤. عدم إقحام أشخاص ليست لديهم علاقة بموضوع الحوار، لأن ذلك يثقل كاهل المقدم والمشاهدين ويسيء إلى فعل الاستجابة القصوى.

٥. انتقاء ذوي المراكز الأكاديمية أو الوظيفية والسياسية الذين يمتلكون الجرأة وروح الموضوعية واللغة المحببة، لأن بعض فواصل البرنامج يأخذ زمامها الضيف وليس فقط المحاور.
٦. إشراك المتلقين في إبداء آرائهم بشكل مباشر (الحضور الفعلي في قاعة النقاش) أو عن طريق الاتصال عبر الهاتف، واحترام آرائهم ووجهة نظرهم.
٧. التنويه لبرامج الحوار قبل وقت العرض بوقت كاف، ليتسنى للجمهور الارتباط ، لأن التعرض الآن يجري بشكل غير منتظم (عشوائي).
٨. الكشف بشكل تفصيلي عن هوية واختصاص وخبرة الشخص الضيف، وهذا يعطي له وللمشاهد بعضاً من الحيوية والمسؤولية في إبداء الرأي والمناقشة.

الضيوف والمشاركين في اللقاءات التلفزيونية

يعتبر الضيف المشارك عنصر مهم لإنجاح أي لقاء فهو الهدف الرئيس وصاحب المعلومة المنتظرة أو الفكرة المقدمة أو الشخصية التي يريد المشاهدون التعرف عليها أكثر ولذلك فإن عليه مراعاة عدة أمور أهمها:

- أ- عند الطلب منه المشاركة في أي لقاء تلفزيوني أن يكون مطلعاً على نوعية البرنامج وأن تكون له مشاهدة سابقة لمرة واحدة على الأقل على حلقة سابقة منه لمعرفة اتجاه البرنامج السياسي مثلاً وكيفية تعامل المحاور مع ضيوفه
- ب- يجب على الضيف المفترض أن يسأل معد البرنامج عن محاور اللقاء لضمان التحضير الكافي والإلمام بكل الجوانب قبل الدخول إلى الاستوديو وتبرز أهمية ذلك أكثر في

البرامج الحوارية المباشرة والطويلة كما يفضل أن يكون ذلك قبل أربعة وعشرين ساعة على الأقل.

ت- بالنسبة للبرامج الحوارية التي يتواجد فيها أكثر من مشارك يفضل أن يعرف المشارك من هو المشارك الآخر الذي سيتواجد معه في الحلقة وذلك لكي يستعد بشكل أفضل ويجمع معلومات عن أفكار الضيف المقابل مما سيحسن من الأداء في الحلقة.

ث- على الضيف وقبل دخوله إلى الاستوديو أن يشعر بالارتياح داخل المكان من خلال دردشة قصيرة مع مضيفه أو مع المخرج وأن يتلاءم لبسه أيضا مع الديكورات المستخدمة وأن يراعي أثناء اللقاء حركات اليد والإيماءات التي يقوم بها. أثناء اللقاء يجب الحفاظ على الهدوء وعدم السماح للمحاور أن يستفزه ويفضل رفض الإجابة عن الأسئلة المخرجة أو التي قد تسيء لصاحبها خاصة فيما يتعلق بالمعلومات التي تحتوي على أرقام وكذلك مراعاة الوقت لكل إجابة.

أساليب تقديم البرامج الحوارية

١- أسلوب الحديث المباشر: هي المادة الإعلامية التي يقدمها أحد المختصين إلى جمهور المشاهدين، ويعتمد أسلوب السرد، ويكون لشخصية المتحدث أثر كبير في تحقيق نجاح البرنامج.

٢- أسلوب المقابلات : وهو شائع الاستعمال، ويقسم إلى ثلاثة أقسام:

أ -مقابلة الرأي : استطلاع رأي المحللين والمختصين في الموضوعات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتكون شخصية المحاور من المختصين في ميدان الحوار.

ب -مقابلة المعلومات : تستخدم في البرامج الإخبارية والوثائقية وتهدف إلى تزويد الجمهور بالمعلومات المتخصصة حول حدث سياسي أو اقتصادي أو علمي.

ج -مقابلة شخصية : يتناول هذا النوع الحوار مع شخصية مثيرة أو مشهورة أو جذابة للجمهور، ويتضمن نشأة الشخصية واهتماماتها اليومية وطريقة عيشها وأفكارها، وتتجه الأسئلة إلى التعمق في أغوار الشخصية مما يثير اهتمام الجمهور.

٣- أسلوب المناقشات : ويهدف إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة مهمة نحو مشكلة معينة، وعلينا أن نفرق بين أسلوب المقابلات وأسلوب المناقشات فالأول هدفه الحصول على المعلومات واستنباط الآراء، بينما يهدف الثاني إلى تبادل الآراء والمعلومات بطريقة حوارية تصل إلى مرحلة الجدل والاختلاف، ويتخذ هذا النوع أربع أنواع أساسية :

- المائدة المستدير : استضافة بعض الشخصيات المتخصصة التي لديها حلول واقعية وقابلة للتطبيق .
- الندوة الأفقية : ويتم منح كل مشترك وقتاً محدداً أو متساوياً للتعبير عن آرائه وأفكاره ويكون السؤال محدداً لكل المشتركين من جانب مدير الندوة أو المحاور .
- المناقشة الجماعية : وتركز على قطاع معين من الجماهير مثل الصناعة أو الزراعة، الصحة، التعليم، وهي عبارة عن معلومات موضوعية تستخدم لأغراض محددة تهم فئة محددة من الجمهور، ويسعى هذا النوع من أشكال المناقشات إلى إيجاد حل من خلال توظيف الأهداف، ويعتمد على أسلوب التفكير الجماعي والمناقشة الحرة، من جانب المشتركين في الحوار أو من الجمهور الفئوي في الخارج.

- **المناظرة :** وتعتمد على وجود طرفي نقيض، إذ يستخدم كل طرف في المناظرة إمكانياته ومهاراته من أجل تدعيم آرائه وأفكاره، وشرح الحجج المؤيدة لوجهة نظره وفي نفس الوقت، دحض فكرة الطرف الآخر.
- **المناقشة التفاعلية :** ويتم فيها الحوار لأشخاص داخل الاستوديو، وخارجه عن طريق شاشة تلفزيونية ضخمة، يمكن أن تصل انفعالاته وصوته إلى مكان الحوار وبالعكس، وغالباً ما يتم ربط عدة شخوصه ومن عدة أمكنة داخل حلبة الحوار.

مهارات المذيع الناجح :

تختلف مواصفات ومقومات المذيع الواجب توفرها، باختلاف مجال اختصاصه، وهناك فرقاً نوعياً بين المواصفات المطلوبة لدى المذيع التلفزيوني عن المواصفات الواجب توافرها لدى المذيع الإذاعي، كما أنّ هناك اختلافاً شاسعاً في مواصفات كلّ من مذيع البرامج السياسية ومذيع البرامج الاقتصادية ، وتختلفان عن مواصفات المذيع الرياضي أو الفني على سبيل المثال. لكن هناك بعض المواصفات العامة، والمشاركة في المجالين (التلفزيوني والإذاعي)، والتي يشترط وجودها لدى المذيع مهما اختلفت الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، وذلك حتّى يضمن نجاحه وتميزه بين الكم الكبير من المذيعين والمذيعات الموجودين حالياً في الوسط الإعلامي، ومن هذه المهارات :

١. يتقن قواعد اللغة العربية إتقاناً تاماً، فاللغة العربية السليمة من أولويات عمل المذيع، فإن لم يكن -متقناً لقواعد اللغة العربية بشكلٍ كافٍ، عليه البدء بتطوير مهاراته، وصقلها قدر الإمكان.

٢. يحسن الإلقاء، وصوته جهورياً، ومخارج حروفه واضحة ، يمتلك الموهبة، والتي قد تصقل مع التدريب المكثف، والقراءة، والخبرة العملية.
٣. يمتلك القدرة على التملص من المواقف المحرجة على الهواء مباشرة، ويكون سريع البديهة في تلافي الأخطاء التي قد تحدث من جهته، أو من قبل ضيوف البرنامج، فقد يتفاجئ المذيع بفقدان النص المطلوب، وقد يأتيه اتصال مزعج خلال بث الحلقة، وقد يعتذر ضيف ما عن الحضور للاستوديو فجأة، وإن لم يكن المذيع جاهزاً، ومستعداً لمثل هذه الظروف الطارئة فسيقع بالفخ، ويقضى على مستقبله المهني.
٤. يمتلك ثقافة واسعة، واطلاعاً تاماً على المستجدات، وإلماماً بكل جوانب الموضوع حتى يتمكن من إدارة الحوار بشكل جيد، وألا سيكون مهزوزاً وصامتاً.
٥. كون صبوراً، واسع الصدر، ومتمالكاً لأغصابه مع ضيوفه وفي برامج لإدارة الحوار بالشكل المطلوب.
٦. يكون مختصاً في مجال معين، ويكرس وقته وجهده في هذا المجال حتى يبرز اسمه فيه، لتكون له بصمته الخاصة، فالقوالب الجاهزة، والتقليد الأعمى لمذيعين مشهورين ستقل شأنه مع الوقت، وإن كانت طريقة سهلة للشهرة.
٧. يمتلك الجرأة، والشخصية القوية، ولا يخشى المواجهة الحوارية، ويتحلى بأخلاقيات الصحافة من مصداقية، وشفافية، ومرونة.
٨. يطور نفسه، ويتعلم من تجارب غيره، ويستفيد من خبراتهم، ويتفادى أخطاء بعضهم.
٩. يكون متواضعاً، وتلقائياً غير متصنع، ولا يغتر على الناس، ووسط أقرانه الصحفيين مهما ارتفعت مكانته وذاع صيته.

١٠. يحترم المهنة، وفيه بمتطلباتها، فيلتزم بالمواعيد ويتصف باللباقة، والابتسام، ويحرص على بث روح المرح بين طاقم العمل ككل.

اما الصفات التي تتعلق بالمظهر العام والكاريزما ومنها :

١١. يكون شكله مقبولا لدى الجمهور، ولا تشتت الوسامة هنا، بل يتعلق الأمر بالحضور، والقبول لدى المتلقي سواء كان مشاهداً أم مستمعاً. يحافظ على مظهره العام دون تكلف زائد.

١٢. لجعل برنامجك ناجحاً ، لن تحتاج إلى الاهتمام بالناس فحسب ، بل يجب أيضاً أن تتمتع بالكاريزما . لهذا تحتاج إلى أن تكون شخصا متطورا على نحو شامل مثيرا للمشاهد .

١٣. تعلم أن تبتسم دائما وكل شيء ان مذيعي التلفزيون هم أشخاص عاديون قد يواجهون مشاكل ولكن ، مهما حدث ، ليس لديهم الحق في إظهار المزاج السيئ للجمهور ، لان الجمهور سيشعر بذلك على الفور.

مفهوم التحقيق الإذاعي والتلفزيوني

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية ، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد ، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي ، وهو من أصعب الفنون التحريرية ، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في المؤسسة الإعلامية، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة ، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق .

التحقيق الصحفي

ويعرف بأنه (التحقيق الذي يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزواج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي) .

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكثر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

والتحقيق التلفزيوني ذلك التحري والتقصي عن موضوع ما في جوانبه المختلفة قصد الكشف عن حقائق لم تكن معروفة من قبل وذلك في قالب فيلمي مصور. إن التحقيق التلفزيوني كأحد الفنون الصحفية المعروفة التي تقوم على أساس تفسير ودراسة :

- ١- قضية أو فكرة فهو فن جمع الحقائق وعرضها بالكلمة والصورة
- ٢- أن يكون التحقيق قابل للتنفيذ
- ٣- أن يراعي سياسة القناة التلفزيونية
- ٤- أن تكون الفكرة جديدة أو يدرس الموضوع من زاوية نظر جديدة، إذا كانت قنوات أخرى تناولت نفس الموضوع .
- ٥- اختيار مواضيع تهم شريحة كبيرة من الجمهور.

مصادر التحقيق الصحفي

- يمكن لك كمحرر أن تلتقط أفكار تحقيقاتك من خلال هذه المصادر:-
- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
 - المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
 - المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
 - القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة.
 - الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإنك كمحرر تحقيقات صحفية نشيط يمكنك أن تحصل على أفكار موضوعاتك من كل ما تقع عليه عيناك. وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

وظائف التحقيق الصحفي

يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:-

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.
- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديده لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.
- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.
- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

أنواع التحقيق الصحفي

تتعدد تصنيفات التحقيق فهناك التحقيقات الطويلة التي تستغرق الوقت لانجازه والتصويره والتحقيقات القصيرة، كما يصنف التحقيق على أساس الموضوع أو المجال إلى : سياسي، ثقافي، اجتماعي.... ويرتبط بالحدث فيصنف إلى تحقيق آني الذي يرتبط بالوقائع الانية التي تتطلب توضيحات وحقائق أكثر، ويوجد كذلك التحقيقات الغير آنية

التي لا ترتبط بالحدث لكن بمجرد انجازها وبثها بإمكانها صناعة الحدث . وهناك نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ- التحقيق الصحفي المفصل

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدنا المواد المصورة (صور ، رسوم ، أشكال توضيحية) وتعتمد كمحرر في تحقيقك هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاتك مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنك الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنك الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعك، فأنت تستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ب- التحقيق الصحفي المصور

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

- تحقيق الخلفية:

وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

- تحقيق البحث أو التحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسئوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

- تحقيق الاستعلام

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

- تحقيق التوقع

وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث ، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

- تحقيق الهروب

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

مراحل إعداد وتنفيذ التحقيق التلفزيوني

يمر التحقيق التلفزيوني بعدة مراحل وإجراءات أساسية ، وإن صحفي التحقيقات غالباً ما يتبعون هذه الخطوات خلال مراحل انجاز التحقيق ، ومن أكثر هذه الخطوات أهمية:

١- مرحلة اختيار الفكرة

٢- مرحلة التوثيق العام (جمع المعلومات)

٣- مرحلة حصر جوانب الموضوع في زاوية محددة

٤- مرحلة العمل الميداني

٥- المراجعة والتقييم

٦- بناء هيكل التحقيق

أولاً : مرحلة اختيار الفكرة

كثيراً ما يسأل الصحفيون المبتدئون: كيف نختار فكرة او قصة التحقيق؟ فكثيراً ما يجدون صعوبة في العثور على واحدة من تلك القصص التي يمكن تحويلها الى تحقيق صحفي .

لا يوجد نقص في أفكار القصص في العالم بشكل عام والوطن العربي بشكل خاص ، وفي أوقات كهذه، فإن المراسلين ينهكون في تغطية الأخبار العاجلة المتواصلة والتطورات السريعة. ويتم استنفاد طاقة المراسل في ملاحقة تلك القصص يوميا .وعلى نفس القدر من الأهمية، يجب أيضا الرجوع خطوة إلى الوراء، والتفكير في مشروعات يكون من شأنها تجاوز الأخبار اليومية، والغوص فيما وراءها.

ويزخر العالم بأفكار للتحقيق في قضايا الخدمة العامة .انظر حولك .ابقي يقظا طوال الوقت .ما الذي يقوله السياسيون؟ ما هي المشكلات التي يواجهها الناس؟ ماهي شكاوهم؟ ايضا استمر في مراقبة وسائل الإعلام ، كذلك بريد القراء المنشور و غير

المنشور منجم من المواضيع التي تنتظر من ينجزها المتابعات والتفاعلات والتعليقات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي .

كيفية العثور على أفكار للتحقيقات :

واليك بعض النصائح عن كيفية العثور على أفكار للتحقيقات التلفزيونية :

● تنمية المصادر

ان العثور على مصادر جيدة وتتميتها والحفاظ عليها أمر في غاية الأهمية والمصادر التي اكتسبت ثقتك فيما مضى لا تقدر بثمن . سوف تجد دائماً أناساً ترفدك بالمعلومات المفيدة والأدلة الواردة ، فأن كل شخص تتعرف عليه هو مصدر، أن يكون لديك مصادر تحتل مراكز مرموقة هو بلا شك ميزة عظيمة، إلا أن بعض المعلومات الأكثر قيمة والإحياءات بقصة إخبارية قد تأتي من مصادر من مراكز أدنى شأنًا تتمتع بحرية التحدث ولا تملك الكثير لكي تخاف من أن تفقده.

وهناك عدد من النقاط التي تساعدك في عملية تنمية المصادر ومنها :

١- اعرف مصادرك : تحدث إليهم عن أشياء ليست ذات صلة بتغطيتك الإخبارية استكشف حياتهم وابحث عن شيء ما تشاركهم فيه الحديث مثل، فريق كرة القدم المفضل أو إحدى الهوايات أو الأطفال أو الإجازات.

٢- كن على اتصال دائم: اتصل بهم من وقت لآخر؛ حتى لو لم يكن هناك ما تحتاجه منهم.

٣- لا تكذب أبداً على مصادرك : اشعرهم بأنك تتوقع منهم نفس الشيء . أعطهم الفرصة ليتحدثوا إليك عن مخاوفهم وهمومهم وهذا من شأنه أن يقوي علاقتك بهم، ويساعدك في فهم مواقفهم .

٤- قم دائماً بإجراء بحث عن الخلفية التاريخية لمصادرك : اطلب منهم أن يخبروك بأي شيء لا تعرفه اذ يمكن استخدامه في زعزعة مصداقيتهم بعد نشر تقريرك أو إذاعته.

٥- تحقق من معلوماتهم: .استمر في طرح السؤال التالي: كيف تعرف ذلك؟ أحياناً تخطط المصادر الحقائق التي تعرفها بافتراضات والبعض قد يبالغ أو يروي قصصاً من نسيج خياله . غالباً ما تحمل المصادر أجندات أنت من يتحمل مسؤولية التحقق من صحة تصريحاتهم.

٦- قم بأفضل ما في وسعك لإقناع مصادرك بالإفصاح عن هويتهم : في حالة رفضهم، تأكد من أن الأسباب التي يبدونها مقنعة بشكل كاف. بالرغم من تفاوت الآراء حول استخدام مصادر مجهولة الاسم، إلا انها تكون ضرورية في بعض الأحيان خصوصاً في صحافة الخدمة العامة، حيث تكشف التحقيقات الصحفية في أغلب الأحيان معلومات حساسة .

٧- بعد نشر أو بث التحقيق ، اتصل بجميع مصادرك: والأشخاص الذين أجريت تحقيقاً معهم، للتحدث معهم بشأنها، إنها طريقة عظيمة لتنمية المصادر وبناء الاحترام، حتى بين هؤلاء الذين يزعمهم تحقيقك .

وأخيراً، لا تبحث فقط عن أفعال خاطئة أو أفكار سلبية لانجاز تحقيقك . فكثيراً ما يكون أكثر صعوبة أن تقوم بتغطية أفضل حول شيء يجري بشكل صحيح -مثلاً موهبة

جديدة، أو مشروع تطوير حقق أهدافه، أو شركة تخلق ثروة ووظائف وتخدم المجتمع ... من الموضوعات الجيدة .

● معلومات من مصادر مجهولة

يوفر الإنترنت للناس طريقة سهلة لإرسال معلومات مفيدة من مصادر مجهولة ، حاول أن تشتمل مقالاتك على بريد إلكتروني خاص بك أو رقم هاتفك أو أي وسيلة للاتصال بك وأن يكون مرئياً بشكل واضح وسهلة الاتصال لديها سوف يكون ذلك على الناس يسير من الوصول إليك بالمعلومات .

● متابعة القصص الإخبارية

في العالم المعاصر، المصادر العلنية لا نهاية لها. وهي تشمل: المعلومات التي نُشرت في أي وسيلة إعلامية يسهل الوصول إليها بحرية. وعادة ما يمكن الوصول إلى هذه المعلومات في مكتبة عامة أو في أرشيف الوسيلة الإعلامية التي نشرت القصة الخبرية(الصحف، المجلات، التلفزيون، الراديو، الإنترنت).

وعند متابعتك لحدث محدد حاول البحث عن زوايا مختلفة ، مثلاً لماذا استغرق رجال الإطفاء وقتاً طويلاً للوصول إلى الحريق؟ لماذا لم تعمل خراطيم إطفاء الحريق جيداً؟ هل تعاني جميع محطات إطفاء الحريق بالمدينة من هذه المشكلات؟ غالباً ما تكون ملاحظتك وغرائزك هي المفتاح إذا كانت لديك فكرة ما لإجراء التحقيق ، انظر فيما إذا كانت المؤسسات أو الموضوعات التالية تستحق إجراء تحقيق حولها في منطقتك أم لا : نظام الرعاية الصحية، الصناعات الغذائية، المنظمات الخيرية، الشرطة، المحاكم ، المدارس الأهلية ، البنية التحتية والمشروعات الحكومية الأخرى، حماية المستهلك،

الفساد، محاباة الأقارب، انتهاكات حقوق الإنسان، السجون، البيئة، أو عمالة الأطفال وغيرها من الأفكار التي يمكن تنفيذها .

المرحلة الثانية / مرحلة التوثيق العام (جمع المعلومات)

في هذه المرحلة لا تتردد في جمع ملف عام يشمل كل ما يمكن أن تكون له علاقة بالموضوع، و كأنك ستتجزر عرضا شاملا عن موضوع او القضية . عليك أن تتحول في أقرب وقت إلى متخصص في الموضوع على بيئة بمختلف جوانبه .

ابحث في الصحف و المجلات و في المواقع الإلكترونية عن مواضيع مماثلة نشرت لا تهمل المجلات الأجنبية حتى و أن كانت المعطيات مختلفة عن مجتمعك لأنك يمكنك أن تقارن و المقارنة منهج يمكن من إنتاج المعرفة كما يمكنك أن تقتبس بعض الأفكار و تختبر مدى صلاحيتها في مجتمعك المحلي ، ابحث في المكتبات عن كتب نشرت حول الموضوع أو راجع ما خصصته بعض الموسوعات .

تشبه هذه المرحلة ما يسمى في مجال البحث العلمي بحصر أدبيات الموضوع أي كل ما سبق نشره. لا تتردد في تلخيص ما جمعته من مصادر متنوعة في نص تألوفي يمثل عصارة الملف الوثائقي و يساعدك على وضوح الرؤية.

لا تقتصر على الوثائق و تحدث مع من حولك من الأصدقاء و الزملاء و الأقارب الذين يمكنهم أن يوفرؤ لك معلومات أو ملاحظات تفتح في ذهنك أسئلة جديدة أو تجعلك تنتبه إلى جوانب للموضوع لم تفكر فيها. سجل على دفتر ملاحظاتك أو على وريقات مستقلة أفكارك و انطباعاتك و ملاحظات و معلومات من تحدثت معهم حتى و

إن بدت لك من أول وهلة سطحية و غير دقيقة...إنها مادة يمكنك أن تنطلق منها و تطورها.

كيفية الحصول على الوثائق والمعلومات

غالباً ما تكون الوثائق هي الدليل الأكثر مصداقية لدى الصحفي ، وهي تشكل جزءاً لا يتجزأ من العديد من التحقيقات وعادةً ما يتردد المسؤولون عن نشر السجلات الرسمية، لكن هناك العديد من البلدان تقرر قوانينها حق الوصول إلى المعلومات .

ويمكن الحصول على الوثائق والمعلومات بعدة طرق :

١- تحقق أولاً ما إذا كانت الوثائق والمعلومات التي تبحث عنها متوفرة أم لا على الإنترنت.

٢- قد تتوافر الوثائق في بعض الأحيان في مكاتب الأجهزة الحكومية، خصوصاً الوثائق التاريخية .بعض الأجهزة والوزارات الحكومية في الدول العربية لديها مكباتها الخاصة. وإذا تعذر ذلك، حاول الحصول عليها من خلال تقديم طلبات رسمية.

٣- يمكن أن يشكل الناس، بما فيهم المصادر الخاصة بالصحافي، مصادراً قيمة للمعلومات والوثائق.

٤- توفر المقابلات فرصة جيدة للحصول على المعلومات .

٥- قم بتأجيل إجراء المقابلات، خصوصاً مع الأشخاص المهمين للتحقيق ، حتى تحصل على كل أو معظم الوثائق التي تريدها .سوف يساعدك ذلك على طرح أسئلة جيدة والتحقق من صدق اقوال الشخصية التي ستجري المقابلة معها.

٦- السجلات العامة لا تكون دقيقة دائماً ويجب مراجعتها أكثر من مرة .إحدى

الطرق للقيام بذلك تتمثل في العثور على كاتب الوثيقة من أجل التحقق من مصداقيتها وإعطاء المزيد من المعلومات عنها.

المرحلة الثالثة : مرحلة حصر جوانب الموضوع في زاوية محددة

إذا كانت المرحلة الأولى ذات صيغة شاملة (شبيهة بالمسح في مجال البحث) تمكّنك من الإلمام بجوانب عدة من الموضوع عليك الآن أن تحدد و تقتصر على جانب واحد ترى انه أكثر أهمية أو أكثر طرافة لأنه يقدم الموضوع بإضاءة جديدة أو لأنك لا تستطيع أن تحصل على معلومات كافية خارج هذا الجانب من الموضوع...هذا التحديد و هذا الحصر و هذا التقيّد بجانب غالب في الموضوع يسمى تحديد الزاوية. بعد تحليل و فهم المشكلة تبدأ مرحلة تحديد الزاوية المهمة و يجعلنا نرجّح الاشتغال على جانب واحد. و لا يمكن أن نختار الزاوية بصفة مبكرة إلا عندما تكون لنا خبرة سابقة و دراية كافية بالموضوع.

وعندما تتضح زاوية الموضوع فأنت ستهمل كل المعلومات المتعلقة بالجوانب الأخرى و تقتصر على استكمال المعلومات التي لها علاقة واضحة بالزاوية التي تم اختيارها. فلا تتردّد في التخلص من الوثائق التي جمعتها إلى حد الآن و التي يكون موضوعها خارج الزاوية .

الزاوية تعطي وحدة للموضوع تجعل فهمه أسهل لدى القارئ و توفر الكثير من الوقت في مرحلة العمل الميداني لأنني لن أجمع مادة لن أستعملها في تحرير الموضوع. و من مزايا الزاوية أيضا أنها توفر الجهد والنفقات والوقت وتوجه عمل الصحفي بشكل علمي ممنهج دون التخبط في عالم المعلومات .

ويجب أن تكون الزاوية واعدة و منتجة و مفتوحة على المرحلة الميدانية تسمح بالحصول على معلومات جديدة و عندما تضيق الزاوية بصفة مفرطة يمكن أن تتحول إلى حاجز يعطل تطوّر الموضوع في مرحلته الميدانية. كذلك عندما تتسع الزاوية كثيرا نميل إلى البحث عن كل شيء دون تركيز و عمق و يصعب الالتزام بالهدف الرئيسي من تحقيق.

ان تحديد الزاوية خطوة يجب اتخاذها قبل الشروع في العمل الميداني...و لكن عليك أن تبقى على قدر كبير من المرونة قصد تعديل الزاوية إن لزم الأمر حسب ما سيتوفر لديك من أفكار و معلومات جديدة تجعلك تعدّل نظرتك إلى الموضوع. ندخل للميدان بمجموعة من الأفكار و الافتراضات و لكن لا نسقط على الواقع نظرة مسبقة متحجرة و يجب أن نكون على استعداد للاهتداء بما يتيح لنا العمل الميداني من أفكار و معلومات جديدة. العمل الميداني سيكون محكّا نختبر فيه أفكارنا و افتراضاتنا التي سيتأكد بعضها و سيعدّل البعض الآخر و قد نترك جانبا أفكارا أخرى نكتشف عدم صلاحيتها .