



تاريخ التسجيل: Nov 2008
المشاركات: 189
معدل تقييم المستوى: 10

أعدّه الإتحاد الدولي للإعلاميين العلميين WFSJ وشبكة العلوم والتنمية SciDev.Net

قام بترجمة الدروس إلى العربية: مجدى سعيد، وقام بمراجعة الترجمة: نادية العوضى

مرحباً بك في الدورة الإلكترونية الأولى في العالم حول الإعلام العلمي والتي طورها الإتحاد الدولي للإعلاميين العلميين بالتعاون الوثيق مع شبكة العلوم والتنمية SciDev.Net
معظم الدروس جاهزة و هي تتكون من:
-محاضرة إلكترونية وأمثلة.
-أسئلة للتعليم الذاتي.
-واجبات
كما يحتوي الدرس الثاني على شهادات شخصية كتبها إعلاميون من ذوي الخبرة.
ستجد في هذه الصفحة جميع الدروس الجاهزة حتى الآن و عددها . 7

الدرس الأول: تخطيط وبناء أعمالك (أعدّه يان لوبنسكى - ألمانيا)

- المحاضرة الإلكترونية
- أسئلة للتعليم الذاتي
- واجبات

الدرس الأول

تخطيط وبناء أعمالك (أعدّه يان لوبنسكى - ألمانيا) المحاضرة الإلكترونية

مقدمة:

موضوع مثير، وضيوف ملهمون، وكتابة جذابة، ومحرر يحب أعمالك. لماذا لا تكون كل تغطية إعلامية علمية هكذا؟ لأن الحياة صعبة، وكذلك الإعلام العلمي. تحتاج الأمور المعقدة على الأقل أن تفهم وتوضع في سياقها، بينما شخصيات العلماء ربما لا تساعد على إجراء مقابلات سلسة. وبالطبع فإن المحررين والقراء ليس من السهل إرضائهم. في هذا الدرس نعرف أن جزءاً مهماً من الإعلام العلمي الاحترافي يتكون من التخطيط لعملك وبنائه منذ البداية .
يقع الإعلاميون العلميون- حتى أصحاب الخبرة منهم- في الحب من أول نظرة: دواء جديد لعلاج الدرن...لا بد أن أكتب عنه. المادة المعتمة...يا له من غموض مثير. جهاز كمبيوتر محمول لكل طفل...نحتاج إلى أن نناقش هذا الأمر. لكن الكتابة العلمية الناجحة لا تأتي فقط بالعثور على موضوعات مثيرة. إن الكتابة العلمية تدور حول تلك الأسئلة: كيف يمكنني أن أركز عملي؟ كيف يمكنني أن أخطط وأسوق وأقدم تغطية إعلامية علمية؟
حينما تنتهي من هذا الدرس ستكون قد حظيت بنظرة جديدة على المنافذ الإخبارية والجمهور، والزوايا الإخبارية للتغطية الإعلامية. وسوف تكون أكثر ألفة مع مفهوم "العبرة البحثية"، والتي سوف تساعدك على بناء بحثك وكتابة تغطيتك الإعلامية. وسوف تحصل على مقدمة مختصرة حول مفاهيم الكتابة الحكائية والعبرة السردية .

1.من أنا؟

قبل كل شيء: تذكر أنك إعلامي، ولست عالماً. الإعلام مهنة مهمة تلعب دوراً حيوياً في المجتمع. لذا فإن عملك بنفس درجة أهمية عمل المزارع، أو السياسي، أو الطبيب أو العالم. لكنها مهنة مختلفة تماماً، وكذلك ينبغي لأولوياتك أن تكون مختلفة. ضع في اعتبارك أيضاً أنك لست معلماً، على الرغم من أن عليك أن تشرح أموراً كثيرة لقرائك. لست كاتباً أدبياً، على الرغم من أنك تحتاج إلى أن تكتب بطريقة تجعل قراءك يستمتعون بقراءة تغطياتك الإعلامية. إن وظيفتك هي أن تعرف قراءك بطريقة فعالة وممتعة وأن تحلل الأمور التي حولها جدل "الإعلام المراقب". ولا يهم إن كنت تعمل إعلامياً حراً أم كنت معيماً كموظف دائم، أكنت رئيساً للتحليل أم كنت مراسلاً، فأنت إعلامي محترف تقدم خدمة جليّة للمجتمع .

ولتطالعوا الآتي :

المهنة الخدمة المقدمة للمجتمع

المزارع الغذاء والطاقة

السياسي الديمقراطية والتشريع

الطبيب معالجة المرضى ورعاية الصحة العامة

العالم المعرفة والتكنولوجيا والبحث عن الحقيقة

المعلم التعليم

الأديب الأدب والخيال والترفيه

الإعلامي المعلومات وإثارة النقاش العام و"الإعلام المراقب"

2. ماذا يجب أن أتجنب فعله؟

في الإعلام العلمي هناك الكثير مما ينبغي تجنبه:

- لا تقدم تغطيتك الإعلامية بنفس الطريقة التي وردت بها في البيان الصحفي الذي استقيتها منه.
- لا تظن أنه ينبغي عليك إرضاء العلماء أو الأطباء بتقاريرك، فأنت لست المتحدث الرسمي باسمهم، وهم ليسوا قراءك .
- ربما ينبغي عليك رغم ذلك أن تشرح للعلماء الذين تجري معهم مقابلاتك أن هناك فرقاً بين العلاقات العامة والإعلام.
- لا تتردد في أن تحاور أكثر من عالم في الموضوع الواحد، فإن ذلك سوف يمكنك من أن تقدم جانبين أو أكثر من تغطيتك.
- لا تتردد في أن تزور أكثر من جامعة أو معهد بحثي حول نفس الموضوع.
- لا تبالغ في تضخيم أهمية اكتشاف ما من أجل أن تروج لتغطيتك الإخبارية. حاول أن تضعه (الاكتشاف) في سياقه الطبيعي.
- لا تضع معلومات غير ضرورية في مقالاتك، فالإعلام في كثير من الأحيان هو ترك ما لا ينبغي من أجل وضع ما ينبغي.
- لا تخف من أن تسأل أسئلة قد تبدو غبية، لأن ذلك من وظيفتك، ولأنك لن تعدم من قرائك من يحتاج إلى إجابة تلك الأسئلة.
- لا تخف من أن تقول للعالم: عفواً، أنا لا أفهم ما تقول.

3. وماذا يجب أن أفعل؟

حاول أن تفعل الآتي:

- تحكّم في تغطيتك الإعلامية، وحاول أن تفكر: إنها تغطيتي الإعلامية، وأنا إعلامي، وأنا الذي أستطيع تحديد ماذا يجب أن تدور التغطية حوله، وما هي الجوانب الأكثر جاذبية والأكثر أهمية للقارئ فيها.
- حاول أن تكون دقيقاً قدر المستطاع، ليس بالمعنى العلمي للدقة، ولكن بمعناها الإعلامي. حاول أن تستخدم لغة واضحة يستطيع فهمها الكافة. وتأكد من أنك قد أوردت الحقائق بشكل صحيح.
- أجب على الأسئلة التالية (في موضوعك): من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ لماذا؟ وكيف؟ وتأكد من أنك تجيب على كل الأسئلة الأخرى التي يمكن أن يسألها قراؤك.
- تأكد من الحقائق التي توردها، خاصة إذا وجدت على شبكة الإنترنت، إذ ربما تكون قديمة.
- حاول أن تقدر أهمية تغطيتك الإعلامية. ما هو حجمها وأهميتها؟ من هو المتأثر بهذا الموضوع؟ مع من يجب أن أتكلم لأتعلم أكثر ولأعرف كل الجوانب؟
- حاول جاهداً أن تجد وتشرح خلفيات القصة. واجبك هو أن ترى الروابط والتأثيرات التي ربما حتى لا يراها العلماء والسياسيون.
- اجعل عملك شفافاً. تأكد من أن قراءك يعرفون مصدر أهم الحقائق التي تذكرها. إن ذلك يساعدهم على معرفة كيف قمت ببحثك ومع من أجريت مقابلاتك.
- راعي عملية التحرير في عملك. إن الإعلامي الذي يرفض الاستماع إلى النقد من زملائه لا يعمل بحرفية.

4. تعرّف على المنفذ الإعلامي

تظل التغطية الإعلامية الممتازة غير جيدة حتى تناسب مكان نشرها. يقترح بعض الإعلاميين العلميين الجدد على المحررين مواضيع غير مناسبة لأسباب ربما يتوقعها الإنسان بمجرد الفحص المتأنى للمنفذ الإعلامي سواء كانت مطبوعة أو محطة إذاعية أو تليفزيونية .

لذلك طالع المنفذ الإعلامي لترى ما نُشر حتى الآن حول نفس موضوعك أو المواضيع ذات الصلة. كيف تعاملوا معها؟ ما الزاوية التي يأخذونها؟ هل يقدمون الموضوعات كمجرد أخبار أم يقدمونها كمادة للنقاش؟

يجب عليك أيضاً أن تأخذ في اعتبارك أي نوع من المقالات تكتب، أو أي لون من الألوان الإذاعية تقدم. إذا كنت تريد فقط أن تقدم مجرد أخبار، أو أن تضع موضوعك الإعلامي في سياقه، فإن الشكل الإخباري القصير هو غالباً الشكل الأفضل. وإذا كان لديك موضوع أطول لتحكي عنه يتطلب معلومات وخلفيات أكثر، فإن المقالة ربما تكون أفضل. أما إذا كانت تغطيتك الإعلامية عبارة عن رأي شخصي، فقدمه في شكل مقال تعليقي. أما الإذاعة والتلفزيون فيقدمان أشكال مختلفة عديدة: المقابلات، التقارير مع مقاطع من مقابلات، أو الموضوعات الوثائقية. للتأكد من أن ما تنتجه يتناسب مع مكان النشر، فلتعمل على أن تجد/تطالع/تستمع إلى موضوع منشور في الشكل (الإعلامي) الذي اخترته. حاول أن تتأقلم مع أكبر عدد ممكن من القوالب الإعلامية .

5. العمل مع محرر.

تعرف على المحرر. يغلب على المحررين الحماس إذا تعرفت على اهتماماتهم وما قاموا بنشره قبل ذلك .

خاطب محررك لدى حصولك على موضوع إعلامي واضح، شارحاً له عبر التليفون لماذا تراه مناسباً، وكيف تخطط لتغطيته. سيكون ذلك أكثر تأثيراً من التواصل عبر البريد الإلكتروني. أعطه عرضاً موجزاً وكن مستعداً لتقبل اقتراحاته، وتأكد من الاتفاق على طريقة العمل. أما إذا قررت التواصل عبر البريد الإلكتروني قبل التليفون فاعتن بعبارتك، فقليل من الجهد فيها قد يوصلك إلى مرادك .

ولتكن لك علاقة عمل جيدة مع المحرر. فإذا بدأت بحثك (في الموضوع الصحفي) ابق على اتصال، فأعلم المحرر وأشركه، خاصة إذا حدث تغيير في الموضوع نفسه أو في زاوية تناولك له. لكن فلنأخذ في اعتبارك أن المحررين دائماً ما يكونون مشغولون، ويفضلون ألا يشغلهم المراسون بمشاغل إضافية، ومن ثم حافظ على اتصالاتك في حدها الأدنى. وأعلم المحرر في حالة عدم قدرتك على المحافظة على موعد تسليم موضوعك الإعلامي. وتأكد من أنك لم تتجاوز المساحة (عدد الكلمات) المسموح بها. فإذا كانت لديك معلومات إضافية، فاعتبر ذلك فرصة لإعداد موضوع آخر للمتابعة .

كن مستعداً لمراجعة موضوعك بعد أن يراه المحرر. فللمحررين رؤيتهم الخاصة في الموضوعات التي ينشرونها وربما يعملون على تشكيلها وفقاً لظريقتهم، مما قد يتطلب منك شغلاً إضافياً. ولكن تأكد من توصيل موضوعك للرسالة التي تريدها .

بالطبع يختلف المحررون ما بين جيد، بل وممتاز وما بين سيء. والعمل مع جميع المحررين سوف يعلمك الكثير. ولا تفقد حماسك بسبب المراجعات والمناقشات. فهذه هي ثوابت الممارسة التحريرية. كن يقظاً لتلك التغييرات التي يطلبها منك المحررون الجيدون، فهذه أفضل طريقة لتطوير مهاراتك الإعلامية .

6. تعرّف على جمهورك.

من هو الجمهور المستهدف من وسيلة إعلامية ما؟ هل بقرؤون الموضوعات العلمية بانتظام؟ أم أنهم يفعلون ذلك مرة ضمن العديد من قراءاتهم؟ هل هم من أنصاف-المهتمين (كما يحدث كثيراً في حالة الأعمال الإذاعية) وهل يحتاجون للاقناع لمتابعة موضوعاتك؟

توقف عن التفكير بأنك تستهدف أن يقرأك العلماء الذين حاورتهم. فهم ليسوا قراءك/ مستمعيك/ مشاهديك الرئيسيين .

إن شرح العلوم أمر مهم، ولكنها ليست المهمة الوحيدة للإعلامي. على الإعلامي أن يجعل من العلوم شيئاً شعبياً ليجتذب اهتمام

الجمهور، وهو أمر تستوي فيه البلدان النامية مع البلدان الأكثر نمواً. لكن دور الإعلام العلمي أيضاً أن يبين للجمهور حدود معارفنا. إن الإعلام العلمي يعتنى أساساً بالبحث الجيد وبياضاح ارتباط العلوم بالجوانب الأخرى من حياة المجتمع، كالسياسة والاقتصاد والصحة مثلاً. كما يعنى بنقد العلماء والخبراء الآخرين حينما يكون ذلك ضرورياً .

حاول أن تتخيل أنك صديق القارئ أو نصيره، ولست معلمه. فكيف يمكنك إعلامه، وتسليته، ومساعدته؟ ومن ثم حاول النظر في أي جوانب الموضوع تحتاج للنظر فيه، وأيهما أقل أهمية .

حاول أن تفكر إلى أي درجة من العمق ينبغي أن تغوص في العلوم والطرق المستخدمة. فغالباً ما تكون التأثيرات هي الأكثر أهمية، مع أن العلم في حد ذاته قد يكون في أحيان أخرى مهماً. إذا لم تكن متأكداً، فحاول أن تقرأ في مطبوعات أخرى حول نفس الموضوع، سل محررك أو زملاءك، ولا تنس أبداً من هم جمهورك .

المثال الأول :

انقر على الرابط التالي لترى خبراً يحتاج إلى شرح طريقة علمية من أجل وضع الخبر نفسه في سياقه :

دراسة تبين كيف يتسبب الإيبولا والماربورج في المرض؟

<http://www.scidev.net/content/news/eng/study-shows-how-ebola-and-marburg-cause-disease.cfm>

المثال الثاني:

انقر الرابط التالي لخبر يتناول استخدام تكنولوجيا جديدة ولكنه لا يشرح بالتفصيل طريقة عملها. لكن الخبر بدلا من ذلك يشرح التطبيقات المحتملة لتلك التكنولوجيا، وهو ما يمكن أن يكون أكثر جاذبية للقراء :

المحمول يساعد في تتبع الأمراض

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/6058162.stm>

7. البحث في الموضوع

خذ وقتك الكافي للتخطيط لبحثك الصحفي بعناية. اكتب أي الأشخاص تحب أن تتحدث معهم، وفي أي ترتيب تحب أن تقابلهم أو تتكلم معهم تليفونيا .

اعلم أن العمل الصحفي معناه استخدام أكثر من مصدر .

اعلم أيضاً أن مقابلة الأشخاص المناسبين في نفس درجة أهمية مقابلة العديد من الأشخاص. تأكد من أنك غطيت جميع جوانب موضوعك الإعلامي. لا يكفي في العديد من التغطيات الإعلامية العلمية أن تتحدث فقط إلى العلماء، فربما تحتاج إلى الحديث أيضاً مع أعضاء بعض المؤسسات الأهلية أو السياسيين، أو ممثلي الشركات، أو مع عموم الناس أو المرضى الذين يعانون من مشكلة ما. قابل كل من يتيسر لك من أشخاص، لكن تأكد من أن الإعلامي يجب أن يعمل بشكل فعال. لا تضيع وقتك مع مصادر أو مع جوانب من القضية لا تخدم تغطيتك الإعلامية .

من المهم أيضاً أن تكون قادراً على الحكم على سمعة مصادر الأخبار العلمية المختلفة. تأكد من دقة المعلومات الأساسية في تغطيتك من أكثر من خبير. واسألهم أيضاً عن المصادر التي لجأت إليها ورأيهم في تلك المصادر. ولا تتردد في سؤال بعض الخبراء عن خبراء آخرين ومجالات تخصصهم. بهذه الطريقة تكون حاسمة صحفية قوية للموضوع الذي تغطيه .

حاول أن تكون عدداً من الفرضيات وتفكّر فيها كثيراً. مثلاً إذا كنت تكتب عن تكنولوجيا جديدة واعدة حاول أن تفكر أين تكمن محدودية تلك التقنيات. وإذا أخبرك أحد أن خبير ما لا يبارى حاول أن تبحث عما إذا كان ذلك صحيحاً بحق أم لا. وبالتالي، كن مستعداً لتغيير خطتك حينما تجد أن ذلك ضرورياً .

مثال :

انقر على الرابط التالي لمقالة خبرية، حيث تقدم مثلاً ممتازاً حول كيف يمكن للصحفي أن يغطي عدة جوانب لموضوع واحد .

أجهزة كمبيوتر شخصية للفقراء

<http://www.scidev.net/content/features/eng/pcs-for-the-poor-as-good-as-their-hype.cfm>

8. أين أقف؟ الجزء الأول: كاميرا الإعلامي

عليك كإعلامي أن تعي أنك ترى الأمور من زاوية معينة. أنت تكتب التقارير حول أحداث أو قضايا ما وترأها من جانب واحد. فربما تكون جالساً على مكتبك أو تكون في معمل عالم من العلماء. أو ربما تكتب من خلال حضور مؤتمر صحفي أو تكتب ما رأيته في مطبخ أحد ما .

كل تغطية إعلامية تحتاج إلى زاوية إخبارية أو منظور تنظر منه إليها. وعلى الرغم من أنك تكتب حول العلوم فليس ثمة وجهة نظر صحفية موضوعية بشكل حقيقي. فربما تختار أن تركز على اتجاه أو أن تضع نتيجة بحث وجدته في سياقه، أو أن تعلق على جدل دائر حول قضية علمية ما. أو ربما تريد أن ترسم بورترية لشخص ما من خلال خبرة قضائك يوم عمل معه أو معها .

ومن ثم فعليك أن تتذكر أن هناك طرقاً كثيرة لكتابة موضوع ما. فاختر زاويتك بعناية. تخيل أنك صحفي تحمل كاميرا) سواء كنت تعمل لمطبوعة أو لموقع إلكتروني أو لراديو). والسؤال هو: أين تضع كاميرتك تلك؟

يمكن لكاميرتك أن تكون :

- قريبة من شخص معين: مريض أو ضحية مثلاً.
- في الأعلى تنظر نظرة أفافة إلى مشهد، فتكتب من بعيد بشكل استقلالي (عن المشهد) غير منغمس فيه إلا أقل القليل.
- قريبة من منظمة تنتج معلومات، كمؤسسة أهلية أو شركة
- قريبة من المجتمع العلمي
- قريبة إلى الجمهور، مستكشفة مشكلاتهم التي يعانونها في حياتهم اليومية
- وبالتأكيد هناك زوايا أخرى للنظر والكتابة

وحالما ضبطت كاميرتك، اتركها حيث هي. ولا تقفز حولها (أي لا تغير زاوية الرؤية) دون سبب واضح. وبمعنى آخر، ثبت زاوية رؤيتك طوال عمالك في التقرير. إلا إذا كنت تخطط لقصة طويلة تحتاج معها إلى تغيير موضع كاميرتك. وإذا حدث ذلك فلتجعل ذلك واضحاً للقارئ: متى ولماذا تفعل ذلك .

مثال :

تخيل أنك تريد أن تغطي بناء محطة جيولوجية-حرارية جديدة في غرب أفريقيا. وسوف يسمح لك محررك بكتابة قصة طويلة. وربما يأخذ التقرير الخبري القصير واحداً من المناظير (زوايا النظر) المحتملة لكاميرتك، لكن تلك التقارير الصغيرة يمكن أن تدمج لتكون أجزاء من مقالة أطول .

- أ) الناس الذين يمكنهم أن يستفيدوا من مصدر الطاقة المتجدد
- ب) المهندسون والشركة التي تبني المشروع، عملهم والمخاطر المالية التي يتحملونها مع كل بئر يحفرونه
- ج) المسؤولون الحكوميون والمنظمات الأهلية التي تدعم بناء الوحدة وما هي رؤيتهم لتدفق الطاقة في المستقبل .

انقر على الرابط التالي لتقرأ تحقيقاً يوضح كيف يمكن أن يتم كتابة مثل تلك المقالة .
كينيا تنظر تحت الأرض بحثاً عن الطاقة

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/africa/4473111.stm>

" 9. أين أقف؟ الجزء الثاني: العمل مع "العبارة البحثية"

لكي توضح للمحرر الموضوع الذي تود تغطيته، ربما يكون مفيداً أن تكتب طرحك في عبارة واحدة. إذ يمكن أن يساعدك ذلك على التخطيط لبحتك وبناء شكل تغطيتك وإيجاد الطريقة الأفضل لكتابتك .

وقد أثبت ما يلي فائدته الكبيرة كنقطة بداية :

إذ قمت ببحثي الإعلامي فإنني أنظر إلى الأمر بالطريقة التالية :

والفكرة هي أن تكمل تلك العبارة البحثية بأن تنطقها بصوت عال، أو أن تكتبها .

أمثلة :

1. "إذ قمت ببحثي الإعلامي فإنني أنظر للأمر بالطريقة التالية: تعمل كينيا من أجل مستقبل أفضل بالاستثمار في مصادر الطاقة الجيو-حرارية".
2. "إذ قمت ببحثي الإعلامي فإنني أنظر للأمر بالطريقة التالية: تساعد محطات الطاقة الجيو-حرارية على حل مشكلات الطاقة في بعض مناطق العالم، لكن المخاطر الاقتصادية في الحفر لا تزال تمثل عائقاً كبيراً".
3. "إذ قمت ببحثي الإعلامي فإنني أنظر للأمر بالطريقة التالية: إن مشتلاً للزهور يستخدم الطاقة الجيو-حرارية في كينيا يعد مثلاً لاستخدام مبدع وناجح لهذا النوع من الطاقة".

كما في الأمثلة السابقة، فإن استكمال العبارة يجب دائماً أن يتضمن زاوية للنظر، أو حتى تقييماً. ولا يعني هذا أنك تضع وجهة نظرك أو تعليقك. ولكنها الزاوية أو التقييم الذي يعينك على تركيز بحثك واختيار موضع كاميرتك.

يساعدك استخدام العبارة البحثية على :

- توضيح الطريقة التي تريد استخدامها لسرد روايتك كما تساعدك على اتخاذ قراراتك حول أية جوانب من الحقائق مهمة وأي منها غير مهمة. وبإمكانك أيضاً استخدام العبارة البحثية قبل البدء في البحث.
- التعرف على كيفية تركيب كل فقرة داخل تغطيتك الصحفية. فكل فقرة تكتبها يجب أن تتبع نفس اتجاه عبارتك البحثية أو أن تناقش جانباً منها.

لكن الصحافة بالطبع هي أيضاً وضع فرضياتك الخاصة نفسها موضع السؤال، لذا فاستعد لتغيير عبارتك البحثية أثناء البحث ذاته إذا وجدت ضرورة لذلك. إذ ربما تكون خاطئة، أو ليست جيدة كذلك العبارة الجديدة .

10. بناء المحتوى

قبل أن تبدأ تقريرك، خذ وقتك لتخطيطه. اكتب على قطعة من الورق ما ينبغي بشدة أن يكون جزءاً من تغطيتك ووفقاً لأي ترتيب. أوجد مقدمة لتجذب القارئ نصف المهتم. وفي معظم الحالات من الأفضل أن تدخل في موضوعك مباشرة، حيث يريد القراء أن يجدوا بسرعة ما هي الأخبار وأين يتجه المقال. القصة جيدة الكتابة لا تمد القارئ بمجرد وقائع ضعيفة الترابط، لكنها تتبّع خطاً معيناً، ولا بد أن يكون واضحاً للقارئ لماذا جاءت فقرة ما تالية لفقرة أخرى. وربما بدا لك بعد أن تبدأ الكتابة أن تغير من البناء الأولي للمقال. وبالرغم من ذلك فإنك سوف تستفيد من البدء بخطة أولية. ومن المفيد أيضاً أن يكون لديك خطة أولية لكيفية إنهاء المقال .

إن الإعلامي العلمي الجيد يتجنب إغراق القارئ في الكثير من المعلومات. فليس على الإعلامي العلمي أن يضع أمام القارئ كل ما يعرفه من معلومات، بل عليه أن يختار ما يقدمه منها للقارئ. وأثناء التخطيط والكتابة حاول أن تقسم الأجزاء الأكثر صعوبة من التغطية بحيث يكون هناك فقرات سلسلة ومسلية تربط بينهما. وتذكر دائماً العدد المحدد للكلمات المتفق عليه مع المحرر .

كن واعياً بأن الكتابة العلمية هي لون من ألوان الاختيارات الدقيقة. فالموضوعات التي تتناولها معقدة، ومن ثم فإن عليك اختيار أي جوانبها يحتاج إلى تناوله بلغة بسيطة، أو شرحه بالتفصيل. وكذلك فمن المهم: أي العناصر التي ستلمسها لمساً خفيفاً وموجزاً؟ وما

هي العناصر التي سنتركها بالكلية؟ فكلما كانت الزوايا الخبرية التي تختارها، وزاوية الكاميرا التي تضعها والعبارة البحثية التي تنتقيها واضحة، كلما سهل عليك اتخاذ تلك القرارات.

11. الكتابة السردية (الحكاية)

من المفيد أن تبدأ المقالات الصحفية بشكل خاص بقصة قصيرة، ولكن ذلك يكون مفيداً فقط إذا قاد مباشرة إلى مركز موضوعك الصحفي. وإذا كانت تلك القصة القصيرة ملائمة حقاً، فربما تتمنى أيضاً أن تجعلها تمتد لتشمل كل المقال، من أجل أن تمسك باهتمام القارئ .

مثال: انظر على الرابط التالي وانظر إلى الفقرات الأولى الثلاث والفقرة الأخيرة في هذه المقالة. لقد بدأ المقال ليس بقصة واحدة بل باثنتين بسيطتين أخذتا القارئ إلى النقطة الرئيسية :

التنمية في مقابل تغير المناخ في الهند

<http://www.scidev.net/dossiers/index.cfm?fuseaction=dossierReadItem&type=2&itemId=546&language=1&dossier=4>

تتبع الكتابة السردية القواعد الكلاسيكية في الدراما. إذ تتطلب شخصية رئيسية إضافة إلى شخصية معارضة أو صعوبة ما تقابلها. وفي النهاية يجب أن تنبئ القارئ إذا كان الصراع قد انتهى وكيف؟ أو إذا تم التغلب على الصعوبة. سوف تركز كاميرتك على تلك الشخصية وسوف يريد القراء أن يعرفوا ماذا حدث (تصلح هذه الطريقة جيداً في التلفزيون والإذاعة أيضاً) وسوف يتم تضمين كل التفاصيل العلمية في ثنايا التفاصيل الدرامية للقصة .

ومن ثم فالكتابة الحكائية تساعد على استكمال تلك العبارة السردية: "اليوم سوف أخبركم بقصة شخصيتي الرئيسية والتي تسمى ... وقد قابل/ أو قابلت الصعوبة /التحدي/ الصراعوفي النهاية تم حل أو تجاوز تلك الصعوبة/ التحدي/ الصراع، أو أن شيئاً ما لم يتغير".

وعلى سبيل المثال، فبدلاً من وضع الحقائق الجديدة المرتبطة بلقاح الأنفلونزا، فربما يختار الكاتب أن يضعها في ثوب العبارة التالية :

"سوف أخبركم اليوم بقصة جو سميث، العالم الذي حاول أن يوجد لقاحاً جديداً لفيروس الأنفلونزا. لكن عليه أن يخوض غمار تلك المعركة كل عام".

أسئلة التعليم الذاتي 3-1

الأسئلة الثمانية التالية سوف تساعدك على مراجعة النقاط التي أثارها الدرس الأول. الإجابات على تلك الأسئلة (أو الإجابات المحتملة لها) تجدها على الصفحة التالية. حاول ألا تنتظر إليها قبل أن تكون قد كتبت بالفعل الإجابات على رقعة من الورق . من فضلك ألق نظرة على الموقع التالي :

<http://www.scidev.net/en/practical-guides/planning-and-writing-a-science-story.html>

ولتجد ما هي الخصائص التي يجب أن يتسم بها الموضوع الخبري إذا أردت أن تنشره على موقع سايديف.نت. ثم حاول أن تجيب على الأسئلة الثلاث التالية :

السؤال الأول: كم عدد الفقرات التي يجب أن يقرأها قارئ المقال على موقع سايديف.نت بشكل عام قبل أن يفهم ما هي الفحوى الأساسية للمقال .

أ. فقرة واحدة

ب. ثلاث فقرات

ت. خمس فقرات

السؤال الثاني: تخيل أنك قد بدأت كتابة أول قصة إخبارية لك لموقع سايديف.نت ولكنك تبينت أنك قد وصلت إلى 600 كلمة قبل أن تنتهي منه، في حين أخبرك المحرر ألا تزيد على 500 كلمة، ماذا يجب عليك أن تفعل؟ أ -تختصر المقال إلى 500 كلمة

ب -تطلب من المحرر السماح لك بكتابة 650 كلمة .

ت -تكتب 1200 كلمة وترسلها للمحرر مع تعليل لماذا حوّلت الخبر إلى مقالة صحفية .

السؤال الثالث: أي الموضوعات التالية أرجى أن يقبل للنشر في موقع سايديف.نت :

أ -بديل آمن لعلاج الملاريا في فترة الحمل: أجريت تجارب في غانا لعلاج النساء الحوامل بدواء أمودياكوين amodiaquine ، إما منفرداً أو مضافاً إليه سلفادوكسين-بيريميثامين (إس بي) sulphadoxine-pyrimethamine (SP) ، وقد قضت تقريباً على طفيل الملاريا دون حدوث أية آثار جانبية خطيرة .

ب -تحذير من اجتياح الجراد لغرب وشمال أفريقيا: حذرت الأمم المتحدة غرب وشمال أفريقيا من اجتياح محتمل للجراد، والذي من الممكن أن يؤدي إلى تأثير مدمر على محاصيل المنطقة. حيث أدى اجتياح الجراد في صيف 2004 إلى تدمير المحاصيل وأشجار

الفاكهة في أجزاء كثيرة من غرب أفريقيا بما كلفته 400 مليون دولار .
ت-تونس تكشف عن خططها لزيادة التنمية العلمية: أعلنت تونس عن ثلاث مبادرات لزيادة مساهمة العلوم والتكنولوجيا في التنمية القومية. ويتمثل جزء من دورها في تزويد صانعي السياسات بمعلومات حول اتجاهات البحث ذات الأهمية الاجتماعية/الاقتصادية.

السؤال الرابع: انقر على الرابط التالي لمقالة صحفية وحدد عبارتها البحثية :
الدواء الذي قد يقتل الملايين

<http://www.newscientist.com/channel/health/mg19125683.900-the-medicines-that-could-kill-millions.html>

السؤال الخامس: انظر إلى هذه المقالة الصحفية: ما هي عبارتها البحثية
http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=Article_C&cid=1159951553865&pagename=Zone-English-HealthScience%2FHSELayout

السؤال السادس: ابحث عن عبارتين بحثيتين على الأقل على ماكينات البحث مثل: جوجل وياهو (المقصود بالعبارة البحثية هي أنها جملة أو عبارة تركز وتلخص فكرتك وتحدد زاويتك لتناول الفكرة والموضوع وكأنها عناصر الموضوع، والبحث في ماكينات البحث ربما يقتضي تركيزا واختزالا أشد للفكرة)

<http://www.ydyemen.org/vb/showthread.php?t=47>