

المحاضرة الحادية عشر: البيان و المؤتمر الصحفي.

الرسائل الإخبارية والبيان الصحفي:

الأسئلة المطلوبة قبل الكتابة:

- هل الموضوع يستحق الطرح؟
 - هل الموضوع يهم الجمهور؟
 - هل الموضوع يحمل شيء جديد؟
 - هل الموضوع يجيب على الأسئلة المطروحة؟
 - هل الموضوع يخدم الجهة التي تخدمها؟
 - هل مضمون الموضوع وبياناته دقيقة؟
 - هل تم مراجعة ما جاء في الموضوع من بيانات وأسماء ومصادر؟
- العناصر الأربعة للكتابة الناجحة:

1. الإيجاز

2. التأثير

3. الوضوح

4. الصحة والدقة

خطوات إعداد الرسالة الخيرية أو الصحفية أو المعدة للنشر (الخبر والبيان):

أولاً: البحث

ثانياً: المحتوى

ثالثاً: المقدمة

رابعاً: الاقتباس

خامساً: الصور

سادساً: طريقة العرض تتم وفق خطوات:

- العنوان

- التواريخ

- استخدام الورق الرسمي يتضمن العنوان وسبل الاتصال

السادسي السادس

- كتابة اسم الشخص الذي يمكن الاتصال به لمتابعة الرسالة
- ترك مسافات بين الأسطر ليسهل قراءتها
- ترك هوامش على جانبي الرسالة
- استخدام الجمل والفقرات القصيرة والمعبرة
- إبراز الكلمات والمعلومات المهمة
- إتاحة الفرصة للاستفسار والتوضيح إذا كانت الرسالة معقدة

سابعاً: الموافقات

أسباب ومبررات البيان الصحفي:

- تتبني رأي أو موقف
- تبرير موقف
- الاعلان عن خدمة
- التصدي لإشاعة
- تقديم توضيحات
- جسر الهوة بين المواقف المختلفة
- الكشف عن حقائق
- شروط البيان الصحفي الناجح:
- أن يكون له قيمة خبرية
- تجنب المدح والمبالغة
- تجنب سرد التفاصيل الكثيرة
- تعزيزه بالأرقام والحقائق
- إيصاله لوسائل الاعلام
- نشره على الموقع الخاص
- توثيقة من القيادة العليا للمؤسسة
- الابتعاد عن الغموض
- الشمولية والاجابة على كافة الأسئلة المتوقعة

ما يميز البيان الصحفي:

السداسي السادس

- يحمل موقف
 - يعبر رأي الجهة الصادر عنها من الموضوع المطروح.
 - يتسم بالدقة والتركيز.
 - له وقت محدد
- ما يعيب البيان: إثارة الشكوك حوله وعدم ثقة الجمهور
- أنواع البيانات: توضيحي، إعلامي، هجومي، دفاعي
- ملاحظة: البيان يختلف باختلاف الوسيلة المستخدمة في النشر
- المؤتمر الصحفي:
- تنبيه: يجب أن يعقد أو يدعى لمؤتمر صحفي لحاجات ضرورية ومهمة. ما يمكن الإعلان عنه من خلال نشرة أو بيان أو التليفون .. الخ .. لا يسمح بعقد مؤتمر صحفي وذلك لما يسببه تدني أهمية المعلومات في المؤتمر الصحفي من قطيعة بين المؤسسة ورجال الإعلام.
- مميزات المؤتمر الصحفي:
- الاتصال في المؤتمر الصحفي يأخذ طابع الثنائية أو الواجهي أثناء الانعقاد وفي حالة بثه على الوسائل المسموعة والمرئية أو نشره في الوسائل المقروءة فإنه يصبح اتصالا جماهيريا.
 - المؤتمر الصحفي يتيح إمكانية النشر والبث السريع للمعلومة والرأي.
 - المؤتمر الصحفي يقلص الوقت لصالح المؤسسة بسبب اجتماع وسائل الإعلام المختلفة.
 - المؤتمر الصحفي يضمن حصول كل وسائل الإعلام على نفس المعلومات وفي نفس الوقت وهذا ما لا يسمح بوجود حساسية بين المؤسسة والإعلاميين.
 - الإشكالية التي يمكن أن تواجه المؤتمر الصحفي هي: تعرض المتحدث أو ممثل المؤسسة لمواقف وتساؤلات حرجة غير متوقعة ولا يتمكن من التعامل معها.
- الحالات التي يفيد فيها المؤتمر الصحفي:
- الإعلان عن إنباء هامة (إعلان حرب، تشكيل وزارة، الرد على برنامج هجومي معادي... الخ)
 - ضرورة الرد على تساؤلات تثار حول موضوع ما وخاصة عن حالات نشر الشائعات التي تحدث الفتنة الوبلية.
 - رغبة الإعلاميين في لقاء مسئول ما لتوجيه أسئلة واستفسارات له.
- أنواع المؤتمرات الصحفية:

- الدفاعي: ويعقد للدفاع وبيان وجهة نظر المؤسسة حول مشكلة أو موقف سلبي تعرضت له المؤسسة (برنامج هجومي).
- الفوري: ويعقد بناء على خبر فوري يراد الإعلان عنه، وغالبا ما يكون خبرا عن جديد.
- المنتظم: وهو الذي يعقد بصورة دورية حتى ولو لم تكن هناك أخبار تستحق الإعلان عنها مثل المؤتمر الأسبوعي للبيت الأبيض، أو للخارجية.
- التخطيط للمؤتمر الصحفي:
- عند التخطيط يجب أن نطرح على أنفسنا سؤالا هو هل يجب عقد المؤتمر الصحفي.
- المادة الأساسية لأي مؤتمر صحفي هي الإخبار فان توافرت وكانت مهمة، عقد وإلا فلا.
- إعداد متحدث لبق، سريع البديهة واسع الحيلة للوقوف أمام الإعلاميين والرد على أسئلتهم وتساؤلاتهم وإن كان المتحدث ضعيفا ولم يستطع الرد ووقع في الحرج فان النتائج ستكون سلبية وعكسية في نفس الوقت، وللخروج من مأزق الإحراج فعلى المتحدث أن يعد نفسه جيدا ويتوقع أشد الأسئلة إحراجا، وذلك من خلال ما يسمى بعملية تبادل الأدوار.
- يجب أن لا تكون مادة المؤتمر الصحفي دعائية.
- إرسال خطابات دعوة للإعلاميين لتغطية المؤتمر قبل انعقاده وبوقت كاف، وتبين في الدعوة أسباب انعقاده زمن سوف يتحدث فيه ووقت وتاريخ انعقاده.
- الوقت المناسب لعقد المؤتمر الصحفي: يجب أن يأخذ بعين الاعتبار مجموع عوامل أثناء تحديد الوقت، (أثناء تحديد وقت عقد المؤتمر) وهي:
- طبيعة المدينة التي يعقد فيها المؤتمر (صناعية، زراعية، إدارية).
- حركة المرور وذروتها.
- صدور الصحف.
- مواعيد أخبار الإذاعة والتلفزيون.
- مواعيد دوام الموظفين.
- اختيار مكان الانعقاد: لابد من مراعاة ما يلي:
- أن يسهل الوصول إليه ويفضل لو كان بجانبه موقف لسيارات.
- ملائمة المكان من حيث الحرارة والبرودة والصوت وتوزيع الكهرباء.
- صالة صغيرة ملحقة بقاعة الانعقاد يوضع فيها مشروبات ومأكولات خفيفة.

تنظيم المؤتمر:

- موظفو الاستقبال ذو إشارات دالة على المؤسسة يستقبلون ويسجلون أسماء الاعلاميين
 - المؤسسات الإعلامية المشاركة في التغطية ومن ثم يجلسون في أماكن معينة بهم.
 - تجهيز المكان والكراسي وطاولات للكتابة.
 - إعداد منصة للمتحدث من خلفها ولتوضع عليها الميكروفونات والمسجلات.
 - بيان المؤتمر: في حال تقديم بيان حول المؤتمر فيفضل أن يكون مكتوباً ليحقق ما يلي:
 - يضمن الاقتباس الدقيق.
 - يعطي الإعلاميين فترة زمنية كافية لاستيعاب المضمون.
 - يقلل من تركيز الإعلاميين على عملية التسجيل الألى لما يذكره المتحدث وعلى المتحدث أن يتلو البيان عند بداية المؤتمر أن كان قصيراً أو يقتبس فقرات مهمة مئة إذا كان طويلاً.
- بدء المؤتمر:

- لا بد من الالتزام بموعد البداية.
- البداية تكون بتلاوة البيان أو حديث مختصر عن سبب الانعقاد.
- إتاحة الفرصة للإعلاميين بالتساؤل فهم مدعوين من اجل ذلك.
- يجب ألا يكون المتحدث دعائياً ويجب مراعاة ما يلي من قبل المتحدث:
- عدم ذكر ما لا يرغبه.
- عدم الطلب من الإعلاميين ألا ينشروا ما سمعوه.
- عدم الكذب فان عواقبه وخيمة على الجميع.