



المبادئ التوجيهية التحريرية

يلتزم موقع (من المخيم)، بالسعي الى التكامل مع أفضل الممارسات في مجال الصحافة اعتمادا على سياسته التحريرية المعلنة، وتستند المبادئ التوجيهية إلى مسؤوليتنا تجاه القارئ للوصول إلى منتجات إخبارية دقيقة وعادلة ومستقلة

عظفا على الجانب الفكري والأخلاقي للسياسة التحريرية لموقع (من المخيم)، يعتبر التالي مجموعة من الإرشادات، والمعايير التي ينظر إليها دائما عند بناء المضمون الإخباري، وهو بالضرورة سيكون صوت ونبرة الخط التحريري لما ينتج الموقع، وهو ما يساعد على جودة المحتوى، وزيادة ثقة الجمهور بالموقع.

باعتبارنا منصة إخبارية، فإننا ملتزمون بمبادئ الصحافة الجيدة، ونحرص على ضمان دقة وتوازن وإنصاف وشمولية، وفيما يلي بعض خطوط المبادئ التوجيهية:

أ. الخبر

يجب أن يتضمن الخبر:

1. العنوان: يخبرنا باهم معلومة.
2. المقدمة: تغطي أهم الحقائق، ودائما تقدم الروح الانسانية على أي تفصيل آخر.
3. الجسم: يتضمن وصفا تفصيليا للحدث/الوقوع.

ولكي تفهم بشكل أفضل كيفية كتابة الخبر لا بد من هذه الإجراءات التي يتخذها الصحفي للوصول الى الحقائق:

جمع المعلومات:

إن جمع المعلومات الصحيحة هو أول شيء يجب القيام به قبل كتابة الخبر. والغرض الرئيسي من كتابة الخبر الاخبار عن وقوعه ومساعدة القراء على الحصول على معلومات حقيقية حول حدث ما. ولتزويد القراء بمعلومات حقيقية، يتعين عليك تقديم أدلة مناسبة تدعمها. لذلك، من الضروري جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات لإثبات وجهة نظرك.

زيارة الموقع

تعتبر زيارة الموقع طريقة مثلى للتحقق من المعلومة وجمع كل المعلومات المتعلقة بالحدث. وسوف تساعدك على العثور على البيانات الدقيقة المتعلقة بالحدث. يمكنك تدوين كل ما تراه والنقاط الصور لعرضها كدليل.



مقابلة الشهود

أثناء إجراء المسح، قد تجد الكثير من الأشخاص حولك حتى تتمكن من جمع المعلومات من الشهود. قد تبدو رواياتهم مبالغ فيها بعض الشيء في بعض الأحيان؛ لذا كن ذكيًا بما يكفي لفصل الحقائق عن المعلومات الملقفة. ولضمان عدم تفويتك لأية معلومات، يمكنك تسجيل جميع المقابلات التي تجريها.

نسخ المقابلات

بعد أن قمت بجمع كافة المقابلات، يمكنك نسخها بحيث تكون مفهومة للقراء.

ب. التقرير

الخطوات الواجب اتباعها

بالنسبة لتقرير إخباري، تأتي المعلومات الأكثر أهمية من العنوان والسطر الأول من التقرير. يجب أن يكون أسلوب كتابة تقرير إخباري مثل الهرم المقلوب حيث يجب كتابة المعلومات المهمة في الفقرة الأولى. يغطي نص التقرير معلومات أخرى وتفاصيل داعمة تتعلق بالحدث. ويجب إضافة المعلومات الأقل أهمية في الفقرة الختامية.

مقدمة التقرير

عند كتابة التقرير، تأكد من البدء بالفقرة التمهيديّة، والتي يجب أن تتضمن القصة الرئيسية. ويجب ذكر الأشخاص المعنيين والمكان والتاريخ في هذه الفقرة. ويمكن أن يتبع ذلك وصف تفصيلي للحدث/الوقوع.

نص التقرير

يجب أن يتضمن نص التقرير معلومات أخرى ذات صلة بالحدث. يمكنك وصف أي شيء لاحظته أثناء زيارة الموقع وإضافة المقابلات التي أجريتها. تأكد من كتابة التقرير من منظور الشخص الثالث وبصوت محايد. يجب كتابته بطريقة تبدو أكثر إفادة وليس رأيًا. لا يوجد مكان كبير للعواطف الشخصية في تقرير إخباري؛ يجب أن يكون موضوعيًا.

الإجابة على الأسئلة الخمسة (Ws5) و (H)

عند كتابة تقرير إخباري، تأكد من الإجابة على جميع أسئلة WH

- ما هو الحدث؟
- أين حدث ذلك؟
- متى حدث ذلك؟ (التاريخ والوقت)
- من كان مشاركًا في الحدث؟
- لماذا حدث ذلك؟
- كيف حدث الحدث؟



بعد أن قمت بجمع كل هذه الإجابات، يمكنك البدء في كتابة تقرير الأخبار.
وعند كتابة تقرير، ضع في اعتبارك أن الجمل يجب أن تكون واضحة وموجزة. لا تكتب جملاً معقدة. سيساعدك هذا أيضاً في استخدام المفردات المناسبة وفي تقليل الأخطاء النحوية.
وحرصاً أيضاً على هذه التقيد بهذه الركائز الأساسية:

-الإسناد:

احرص دائماً على ذكر المصدر الذي حصلت منه على المعلومات ما لم تكن معلومة عامة. فعدم إعطاء الفضل لشخص ما قد يوقعك في مشاكل.
الممارسات الصحفية المهنية:

-الاقتباس:

يلتزم جميع العاملين في الموقع بهذه الممارسات، وهي اصول مهنية معروفة، في صناعة الاخبار:
تكون علامات الاقتباس هي الضمان بأن ما هو مطبوع بينها هو ما قيل من الشاهد الذي تمت مقابلته.
قد يعمل المحرر احيانا على إصلاح أخطاء في النطق من النوع العادي الذي لا يلاحظه أحد في المحادثة، ولكن التغييرات يجب أن تكون ضئيلة ولا تحمل أي احتمالية في تغيير المعنى.
يجب استخدام علامات الحذف داخل علامات الاقتباس للإشارة إلى حذف الكلمات.

-التحقق من المعلومات:

يختلف التقرير الإخباري عن مقال الرأي في أن التقرير الإخباري لا يقدم سوى معلومات واقعية. لذلك، أثناء كتابة التقرير الإخباري، تأكد من جمع كل الحقائق والأدلة وتقديمها بشكل جيد في تقريرك.
-اختتام تقرير الأخبار
وفي الفقرة الختامية، يمكنك تلخيص النتائج التي توصلت إليها وكذلك تقديم معلومات تتعلق بمتابعة محتملة.

ج. القصة:



القصة:

بناء

تذهب وسائل الاعلام مؤخرا الى التخلي عن القصص الضخمة ، وجعل قصصها بين 300 و500 كلمة، وهو الطول الذي قد يتناسب مع سرعة العصر.

ما الذي يجعل القصة جديرة بالنشر؟

فيما يلي بعض القيم الإخبارية التي يجب أخذها في الاعتبار لمعرفة ما إذا كانت القصة تستحق الكتابة والنشر او لا؟.

السرعة والإيجاز أكثر قيمة من أي وقت مضى في العصر الرقمي. ولكن هذا يثير سؤالاً آخر: مع قصر القصص، هل ينتهي الأمر بالقراء إلى تقويت شيء مهم؟

وعند اعداد القصة احرص ايضا على هذه المرتكزات:

- التوقيت المناسب

يجب أن تكون القصة عبارة عن حدث حديث أو ظاهرة تم اكتشافها حديثاً.

-القرب

من المرجح أن يهتم الأشخاص بقصة تقع ضمن نطاقهم الجغرافي. وكلما كان الحدث أقرب إلى موقعهم، زادت احتمالية لفت انتباههم. على سبيل المثال، قد يكون الشخص الذي يعيش في نابلس أكثر اهتماماً بقصة إخبارية عن شح المياه في مخيم بلاطة من غيره في محافظة اخرى.

-الشهرة

ينجذب الناس إلى القصص التي تتناول شخصيات مشهورة وليس تلك التي لا يعرفونها، وهذا لا يعني ان المواطن غير المشهور يجب ان يبقى خارج التغطية الاخبارية.

- التفرد



إن غرابة الحدث تشكل عاملاً آخر ينبغي مراعاته عند محاولة اختيار القصص الإخبارية التي ينبغي أن تكتبها، وكلما كان الحدث أكثر غرابة، كلما زادت احتمالية جذبها لاهتمام الجمهور.

-التأثير-

إن القصة تستحق أن تكون خبراً إذا أحدثت تأثيراً على مستهلكي وسائل الإعلام. وكما هو الحال في كتابة المحتوى على شبكة الإنترنت، فمن الأهمية بمكان أن نفطر مسبقاً بالفوائد التي ستعود عليهم من هذه القصة، وما هي جوانب حياة الذين نروي قصتهم وكيف تتأثر بحدث معين؟

عندما تكون هناك قصة تستحق التغطية، قبل إعطاء المحرر المسؤول في الموقع الضوء الأخضر، للبدء في تنفيذ القصة الإخبارية وعدم الاعتماد فقط على حدس مراسل، سيعمل فريق التحرير والمراسلين وفق هذه الإرشادات:

الحرص على عرض مقترح القصة الإخبارية مكتوباً ولو بشكل سريع وتضمنين الشرح إجابات عن الأسئلة التالية:

1. ما موضوع القصة؟
2. كيف ستدفع القصة تغطية أزمة اللاجئين قُدمًا؟
3. كيف ستغطي القصة. من أية زاوية؟
4. هل هذا هو التوقيت المناسب: يفضل القارئ متابعة القصة التي لديها أهمية إخبارية متعلقة بتطور حدث أو مناسبة خاصة أو ذكرى.
5. الالتزام بالإيجاز والوضوح: عليكم أن تحضروا عرضاً مثالياً للقصة.
6. الإبداع في شكل القصة: في عالم الإعلام الرقمي الذي ينافس على نسب المشاهدة، ستحتاج الصحفي إلى تنويع قصته. كما يشدد موقع " من المخيم" ضمن سياسته التحريرية على هذه الإرشادات عند بناء المضمون:

1. الاهتمام بتكامل المادة المنشورة وجودتها، من حيث جمال الصياغة وسلاسة التعبير، ووضع علامات الترقيم.
2. التركيز على نقل الخبر، وليس الإسهاب في توصيف ملابسات الحدث.
3. ضبط حجم الخبر أو التقرير، والاختصار والتكثيف بقدر المستطاع.
4. تناول الموضوعي دون تهويل.
5. الخبر يجيب عن الأسئلة الخمسة .
6. سرعة نشر الخبر، إلا إذا كان من متطلبات نشره غير ذلك كأن يكون مجدولاً وموقتاً بتوقيت.



7. عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد عند صياغة الخبر.
8. يجب موافقة رئيس التحرير او من ينوب عنه او من ينتدبه من المحررين على كل ما ينشر من مواد على الموقع.
9. ضرورة أن يتم أرشفة كافة المعلومات والأخبار والاحتفاظ بها لاستخدامها عند الضرورة.

قصة الوسائط المتعددة

عند تحديد فكرة لاعداد قصة الوسائط المتعددة، لا بد للصحفي التأكد من تجهيز العناصر التالية:

1. النصوص المكتوبة
2. اللغة المنطوقة
3. الصورة الثابتة
4. الصور المتحركة
5. لقطات الفيديو
6. الموسيقى والمؤثرات الصوتية
7. الواقع الافتراضي

التكاملية بين هذه العناصر، الاساس المهني للبدء في انشاء القصة التي تعتمد على الوسائط المتعددة، والتي تبدأ بمرحلة الاعداد وتنتهي باخر مرحلة من المونتاج ومن ثم النشر.

المحتوى الاعلاني:



أي محتوى إعلاني ننشره على موقع (من المخيم) يختلف بوضوح عن المحتوى الاخباري لدينا من حيث الأسلوب والتسمية والموضع ويكشف عن هوية العلامة التجارية التي دفعت ثمن المحتوى.

نحتفظ بالحق في تحرير وتعديل المحتوى الإعلاني لتلبية معايير النشر لدينا وعدم نشر أو إزالة أي محتوى إعلاني ينتهك معايير النشر لدينا.

ملاحظة:

يتوجب خلال إعداد المادة الخبرية، سواء كانت مكتوبة أو ضمن فئات الملتيميديا التنبيه الى استخدام الكلمة المناسبة لا مرادفها، من ناحية ثانية، يتحتم على المراسل والمحرر التنبيه الى بعض الصياغات التي تتسلل الى الاخبار من غرف اخبار لوكالات انباء أو مواقع إخبارية لا تعتمد خطأ تحريريا يتوافق مع خصوصية اللغة العربية واتساعها.

احتراز:

لا يجوز للموظفين والعاملين اداريا وتحريريا او للمتطوعين الكشف علنا عن المناقشات أو الاتصالات الداخلية المتعلقة بالقضايا التحريرية مثل خطط التغطية، وإعداد التقارير والقصص، وقرارات النشر أو عدم النشر. كما لا يجوز نشر معلومات تجارية خاصة أو سرية، ويشمل ذلك المناقشات الشفهية أو الاتصالات المكتوبة التي تتم عبر البريد الإلكتروني، ويمكن للموظفين وينبغي لهم أن يتوقعوا أن الاتصالات التحريرية الداخلية لن تكون علنية خارجية، وهي شأن خاص فقط بالفريق.