

المعهـــــد العربي للتنهــية و المـــواطنة Arab Foundation for Development and Citizenship

# ظرية المجمّع المائة الخالف المعرفة المعرفة المجمّع المائة المائة المعرفة المع

اغلاة

مُحَلِّ السَّعَلَا

عُبَيْكُ فَالْرَسُ

جهاداللاخ



اصْدَارُ المَعْمُ ذَالعَوْدِ اللَّهَيْمُ المُواطِّنُةُ



#### المعهد العربى للتنمية والمواطنة

المعهد العربي للتنمين والمواطنة ، منظمة مستقلة ، غير حكومية ، تعمل على نشر مفاهيم المواطنة والديموقراطية وحقوق الإنسان في العالم العربي. والمعهد مبادرة لعدد من النشطاء العرب ، المؤمنين والمؤمنات بالتغيير ، وبأن المواطنة هي الحل لم يعتري مجتمعاتنا من ترهّل سياسي وثقافي واقتصادي. ويعمل المعهد على دعم منظمات المجتمع المدني الأخرى ، من خلال تقديم الخبرات ، وتقاسم المعارف ، وهو يتعاون في عمله مع مَن يُقاسمونه أهدافه وتطلعاته.

26 York Street , London, W1U 6PZ

**United Kingdom** 

E-mail: info@arabfdc.org Website: www.arabfdc.org Tel: +44 20 7788 7472

Fax: +44 20 7806 8161

الملكة الأردنية الهاشمية رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (٢٠٠٩/٧/٢٩٤٢)

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.



تم إعداد هذا الدليل وطباعته بدعم من مبادرة الشراكة الشرق أوسطية

# طريق المجتمع المدني إلى الإعلام دليل تنفيذي

إعداد

محمد الأسعدي

عبيدة فارس

جهاد الملاح

ساعد في الإعداد

رومان حداد

تحرير

د. عيسى برهومت

رسوم وتصميم

محمد أبوعفيفت

# المحتوى

	الفصل التمهيدي	
09	المقدمت	
11	لمنهذاالدليل	
12	أهدافالدليل	
12	ملاحظات منهجيت حول الدليل	
13	المنهجية اللغوية: نحو لغة متسامحة مع الجنسين	
14	كيفيت الاستفادة من هذا الدليل	

17	الباب الأول: نحن والإعلام
18	_ ماهيتالإعلام
19	ـ بداية الإعلام
19	_ الصحافة والإعلام
20	_ أهمية الإعلام ورسالته
21	_ أجندة الإعلام
22	_ وسائل الإعلام التقليديَّة والحديثة
23	_ الإعلام الحديث
24	ـ تمويل الإعلام
25	_ الإعلام والمجتمع المدني
27	_ كيف تصبح المنظمة مصدراً مهماً لوسائل الإعلام؟
31	_ تصنيف وسائل الإعلام بالنسبة إلى منظمات المجتمع المدني

# الباب الثاني: الفنون الصحفية لمنظمات المجتمع المدنى

35 أولاً: الخبر الصحفي قواعد الخبر 36 \_ بداية الخبر **37** \_ عنوان الخبر 38 \_ صياغة نص الخبر 40 \_ نموذج خبر صحفي 40 \_ اختيار الصور للأخبار الصحفية 42 ثانياً: التقرير الإخباري \_ نموذج لتقرير إخباري 42 44 ثالثاً: القصم الصحفيم \_ نموذج لقصم صحفيت 45 47 رابعاً: المقابلة قواعد التعامل مع المقابلات 47 أ. قبل المقابلة **50** ب. في أثناء المقابلة 53 \_ كيفية تجنب الأسئلة الصعبة 54 \_ بعد المقابلة 54 \_ نصائح خاصم بالمقابلات التلفازيم

الباب الثالث:	
أشكال التواصل الإعلامي	

أولاً: المؤتمر الصحفي

أ. ما قبل انعقاد المؤتمر الصحفي

ب. في أثناء المؤتمر الصحفي

ج. بعد انتهاء المؤتمر الصحفي

ثانياً: النشرات التعريفية

ثالثاً: النشرة الإخبارية

رابعاً: الإعلام الحديث

أ. الموقع الإلكتروني

ب. المدوّنات

ج. قوائم البريد الإلكتروني

د. مواقع التواصل الاجتماعي

هـ. الرسائل النصيت

و. منتديات الإنترنت

ز. مواقع تبادل الفيديو

ح. مواقع تبادل الصور

قائمة بالمصطلحات الإعلامية باللغتين العربية والإنجليزية

61

# الفصل التمهيدي **Introductory Chapter**



#### ● المقدمت



تتفاعل الجمتمعات، في داخلها ومع محيطها، من خلال مظاهر تتشعب أدواتها وأوجهها، وتشكِّل على اختلافها وفي مجموعها، نظام تواصل واتصال بين الأفراد والتجمعات، تطوَّر مع الزمن وعبر الجِقب التاريخيَّة، حتى ارتقى إلى ما يُعرف حاليا بمصطلح "الإعلام" على اختلاف مضامينه وأبعاده ودرجاته.

فالإعلام يمثّل أحد أبرز وسائل التفاعل في الحياة البشريَّة العصريَّة، وأحد أهم مخرجاتها، في جوانبها المتعددة؛ السياسيَّة، والاجتماعيَّة، والاقتصاديَّة وغيرها، ليعبّر عما يدور داخل التجمعات والجماعات الختلفة، وما يصدر عنها من آراء ومواقف. فالإعلام مرآة تفاعليَّة تعكس الرأى العام، وتؤثِّر فيه أيضاً.

وتبعاً لتطوّر الجِراك الجتمعي، ظهرت مؤسسات الجتمع المدنى التي أصبحت تقوم بدور مثل غير منتخب للمواطنين، ما تُقدّمه من خدمات عديدة، تمتد من العون اليومى المباشر. إلى التنمية المستدامة، بما يشمل الصحة والتعليم، والأفكار والبرامج السياسيَّة والثقافيَّة والحقوقيَّة والاجتماعيَّة. لكن العلاقة بين الطرفين؛ الإعلام والجمتمع المدنى في العالم العربي، ما تزال بحاجة إلى توثيق وتمكين، فالإعلام لا يهتم إلا بجوانب من عمل الجتمع المدني، بالقدر الذي ترتبط فيه هذه الجوانب بما يلفت الإعلاميين والإعلاميات مهنياً، والمقصود هنا الجانب الإخباري. أما مؤسسات الجتمع المدنى فإنها في معظمها تفتقر إلى المهارات التي تمكّنها من التعامل مع الإعلام. وتعزز من قدرته على ترويج أنشطتها، وتعريف الجتمع بها.

ومن هنا تأتى أهمية هذا الدليل الذي يستهدف منظمات الجتمع المدنى على وجه الخصوص، من أجل تمكينها من المهارات الضرورية واللازمة للتواصل مع الإعلام، ونشر أخبارها وأفكارها التي قامت من أجلها.

وبالرغم من توجّه الدليل إلى منظمات الجتمع المدنى، إلا أنه يصلح في استخدامه لكل المؤسسات التي ترغب بالتواصل مع الإعلام.

ولابد من الإشارة إلى أن الدليل يقدم المهارات الأساسيَّة في جوانب إعلاميَّة عدّة، يمكن لمؤسسات الجتمع المدنى أن تسترشد بها في عملها الإعلامي، ولكن على

المؤسسة أن تعمل على تنفيذ خطتها الإعلاميَّة بما يتناسب مع ظروفها وبيئة عملها أولاً، وبما يتوافق وإمكاناتها الماديَّة والبشريَّة.

وقد جاءت فكرة هذا الدليل من خلال عمل المعهد مع عشرات منظمات الجمع المدني في عدة دول عربيَّة، ومع عدد كبير من الإعلاميين والإعلاميّات، حيث لمسنا الفجوة التي تفصل بين الطرفين، إلا أنّ بعض مؤسسات الجمع المدني القويّة، عملك كادراً مؤهلاً. يضمن تغطية أنشطتها إعلامياً بالقدر الكافي، حتى ليخال للمراقب/ة أنها وحدها التي تعمل دون غيرها.

ولم يكن لهذا الدليل أن يرى النور لولا الجهود التي بذلتها نخبة من الختصين والختصات في هذا الجال، فقد قام على إعداد مادة الدليل، كل من الأستاذ محمد الأسعدي، من اليمن، والأستاذ جهاد الملاح من لبنان، وكاتب هذه السطور، وقام على خريره د. عيسى برهومة، أستاذ اللسانيات في الجامعة الهاشميَّة في الأردن.

والشكر موصول إلى الأستاذ رومان حداد، والأستاذة سمر حدّادين، اللذين أسهما بشكل عميق في المادة النهائيَّة للدليل، وقاما بإضافات مهمّة ونوعيَّة. ولابد أن أتوجه بالشكر إلى الأستاذ إبراهيم ياقتي الذي قدّم ملاحظات مهمَّة في القسم الفني المتعلق بالإعلام الحديث، والأستاذ جمال الخطيب الذي ساهم في الإعداد الأولى لمادة الدليل.

إنني أرجو، والدليل في طريقه إلى رؤية النور. أن يكون التوفيق قد أصاب هذا العمل، ويسرنا دائماً أن نتلقى ملحوظاتكم وتصويباتكم، بما يفيد في تطوير الدليل في طبعاته المقبلة.

عبيدة فارس مدير المعهد

#### لنهذاالدليل





يتوجه هذا الدليل إلى العاملين والعاملات في مجال التواصل مع الإعلام في منظمات الجمع المحتوي والإداريين والإداريات الذين قد يقومون بأعمال الإعلام في المنظمات التي لا يوجد فيها مسؤولون عن الإعلام، وهو الحال الغالب في معظم المؤسسات.

كما يستفيد منه بشكل مباشر المسؤولون والمسؤولات عن العلاقات العامة في منظمات الجتمع المدني، ولاسيما البابين الأول والثاني.

ويمكن للعاملين والعاملات في هذه الجالات في المؤسسات الحكوميَّة والشركات الخاصة الاستفادة من محتوى الدليل أيضاً، فقواعد التعامل مع الإعلام تتشابه إلى حد كبير بين المؤسسات كافة، كالتشابه بين الإعلاميين والإعلاميات أنفسهم، في كل مكان.

والدليل موجّه بشكل خاص إلى المؤسسات العاملة في الدول العربية. ولا يستهدف هذا الدليل الإعلاميين والإعلاميات الختصين العاملين في منظمات الجتمع المدنى، وإن كان بإمكانهم الاستفادة منه لمراجعة بعض النقاط.

كما يمكن لمدربي ومدربات منظمات الججتمع المدني في الشأن الإعلامي. الاستفادة من محتويات الدليل، لكن عليهم أن يُراعوا الجانب العملي. إذ ينبغي إضافة تمرينات تطبيقية، وهو ما لم يُضف إلى الدليل، باعتباره دليلاً تثقيفياً لا دليلاً تدريبياً.

# ● أهداف الدليل



يهدف هذا الدليل إلى توفير قاعدة من المعلومات حول مهارات التواصل الفعّال مع الإعلام، للمسؤولين والمسؤولات عن التواصل مع الإعلام في منظمات الجتمع المدنى في العالم العربي.

#### ويهدف بشكل خاص إلى:

- التعريف بصدور الإعصلام وخصائصه وأشكاله، وكيفية تفعيل العلاقة بينه وبين الجتمع المدنى.
- التعريف بالفنون الصحفيّة الختلفة، بالقدر الذي يحتاجه العاملون والعاملات، في الجتمع المدني فى مجال التواصل مع الإعلام.
- التعريف بأشكال التواصل الإعلامي للمنظمة، من خالال استخدام أشكال الإعلام الحديث الختلفة.



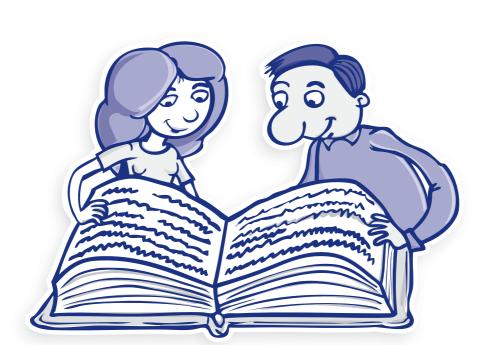
#### ● ملاحظات منهجية حول الدليل

- أُضيفت المرادفات الإنجليزية لكل المصطلحات الواردة في هذا الدليل، بالإضافة إلى قائمة بالمصطلحات Glossary. تعميقاً للفائدة المرجوة منه، ولتمكين القارئ/ة من التوسّع في المراجع الإنجليزية إن رغب/ت.
- 😥 وُضِعت بعض المعلومات المهمة، والتنبيهات الضرورية في مربعات نصية خارج النص، حتى ننبّه القارئ/ة إليها.



- قد يجد القارئ/ة بعضاً بما هو بدهي بالنسبة إليه/ا، وبما لا يجد مسوّغاً لكتابته، بينما يجده قارئ/ة آخر/أخرى فنياً ومختصاً أكثر بما يجب، ويعود ذلك إلى تنوّع الخبرات الفردية، ويظهر هذا الأمر بوضوح في الباب الثالث، الذي يتعلق بالتعامل مع الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة، وهو ما يُعدّ في بعض بنوده من متطلبات الحياة اليومية لبعضنا.
- العملي المتعلق بإعلام منظمات المجتمع المدني. من خلال نصائح تتعلق بالتفاصيل الصغيرة التي تواجهها في عملها اليومي مع الإعلام. وهي خلاصة العمل اليومي لمُعدِّي الدليل، مع الإعلام.
- قُسّمت كل الموضوعات إلى نقاط صغيرة، ومربعات تفسيريَّة وملاحظات تنبيهيَّة، حتى يسهل على قارئ/ة الدليل من غير الختصين/الختصات متابعة الموضوع، والاستفادة من كل نقطة على حدة، بعيداً عن الملل الذي قد يُصيب قارئ/ة الفقرات الطويلة، والشروحات المسهبة.

#### المنهجية اللغوية: نحو لغة متسامحة مع الجنسين



يرومُ الدليل من جملة أهدافه ترسيم لغة متوازنة لا تتحيّز إلى طرف من المعادلة الكونية، بل يأخذ بعين الاعتبار وجود الذكر والأنثى، طرفي المعادلة في الحياة، فلم نكتفِ بالخطاب الذكوري ليكون موجّها إلى الذكور والإناث، لفكرةٍ استقرّت عبر التاريخ بأن المُذكّر هو الأصل، ومن ثمّ نكتفي به ليضمّ تحت لوائه الذكر والأنثى. مما يترتّب عليه إلغاء وجود النساء/ نصف الجموع في كوكبنا.

حاول الدليل أن يُقدّم مقترحاً نأمل أن ينال استحساناً ويؤسِّس للغة متسامحة للجنسين، ومن ذلك:

أضاف تاء التأنيث حيث اقتضى الأمر, نحو:

القارئ/ة

الإعلامي/ة

رئيس/ة التحرير

إلحاق ميّز التأنيث، نحو:

تقول/ين

تكتب/ين

حاول/ي

اختر/اختاري

إضافة المؤنّث مفرداً أو جمعاً, نحو:

المشاركون/المشاركات

الإعلاميون/الإعلاميات

صديق المنظُّمة/وصديقتها

قد يُلاحظ أننا أبقينا بعض الأفعال أو الصفات على حالها لئلا يختل البناء اللغوي. ثم إن هذه المقترحات هي محاولة أولى نتقدّم بها، وفي حاجة إلى تعميقٍ ونقد حتى تستوي على عُودها، وتُستساغ من لدن المتلقين والمتلقيات.

# 

كُنصح بقراءة الجزء الأول بشكل كامل، من أجل الإحاطة بنظرة شاملة حول الإعلام ودوره وأهميته، وعن علاقته مع الجتمع المدني، وكيفية بناء علاقة متميّزة مع الإعلام.



- أيُكن الرجوع بعد ذلك إلى الأبواب التي تعني القارئ/ة. فيمكن مثلاً لمن يتابعون الموقع الإلكتروني والرسائل الإلكترونية في المنظّمة، قراءة القسم المعنى بهما في الباب الثالث.
- أنصح عند قراءة قسم أن تتم بشكل كامل، متضمناً التنبيهات والملحوظات الجانبية، لأنها تُشكّل بعضها مع بعض كلاً متكاملاً.



البرغم من إمكانية قراءة كل جزء بشكل منفصل، فيُنصح الاطلاع على بقية الأجزاء، فالمهارات الإعلاميَّة تترابط مع بعضها، فمن يريد نشر خبر على مدونة، يحتاج إلى الاطلاع على صياغة الخبر الصحيحة، وإرسال الدعوة إلى إعلامي/ة لحضور نشاط معين لا يختلف في شروطه إن كان سيتم بالبريد الإلكتروني أو برسالة مسجّلة بالبريد العادي.

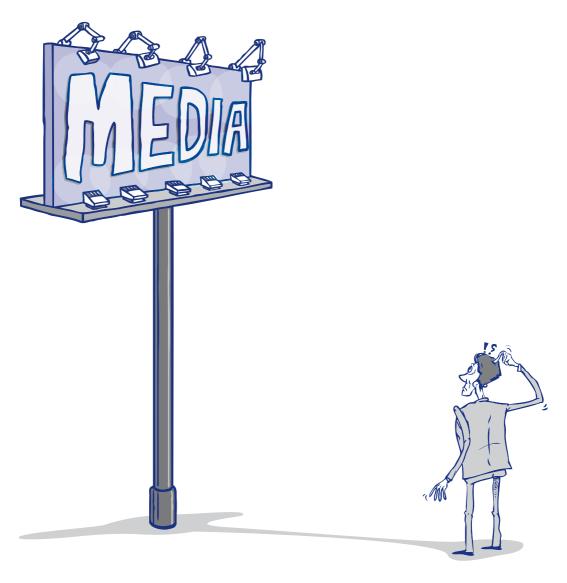
# الباب الأول Section 1



#### نحن والإعلام We and Media

هل فكّرت يوماً لماذا نرتدي بزّة ما دون غيرها، أو لماذا نفضل منتجاً ججارياً دون آخر. ألم نسأل أنفسنا يوماً لماذا نشعر بتعاطف مع شعب ما، أو قضيّة ما دون غيرها؟ كم مرة شاهدنا برامج صحّحت مفاهيمنا، أو غيّرت مواقفنا أو عزّزت قناعتنا؟ كم مرة تأخرنا في الذهاب للنوم لأن فيلماً أو مسلسلاً ما يبث على الشاشة الساحرة؟!

كم مرة وجدنا أنفسنا لا نستطيع أن نتخلى عن مشاهدة تلفاز. أو حضور مسرحية, أو قراءة جريدة؟ كم مرة اشترينا مجلة أو جريدة ما وقمنا بلفها بين أوراق العمل وحملها إلى السيارة, وقد ترافقنا إلى غرفة النوم؟

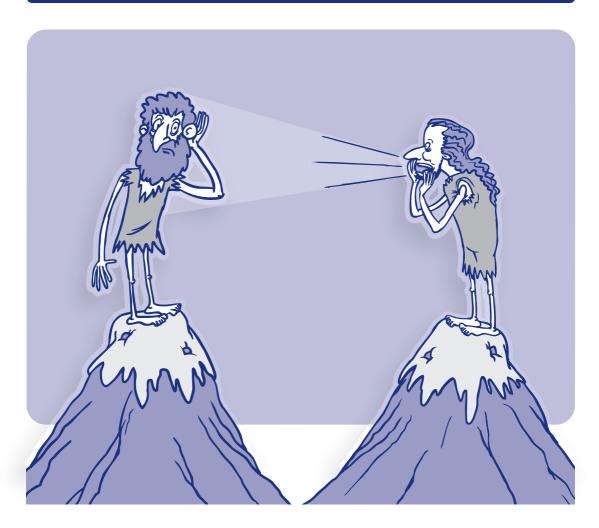


كم مرة استوقفتك لوحة إعلانية في الشارع، واستهوتك فكرتها والرسالة التي تضمنتها، فغيرت قناعة سابقة أو صححت مفهوماً كان لديك؟

تمرُّ بنا تلك المواقف على اختلاف الأماكن والأزمنة، ونمارس بشكل طبيعي ما تكتنفه من سلوكيات، تبعاً لاهتمامات كل فرد وميوله، وبحسب توافر الظروف وتلك "الوسائط" أو بعضها في محيطه. فانطلاقاً من الصحيفة والمذياع، مروراً بالتلفاز وما يرادفه من وسائط، وصولاً إلى الإنترنت والهاتف المحمول، يتشكَّل نظام اتصال وتواصل بين مفاصل الحياة البشرية ومكوّناتها، ليتكوَّن "الإعلام" في وسائله وأنواعه المتعددة.

# ماهيتالإعلام





الإعلام ببساطة هو التبليغ والإبلاغ، أي الإيصال، فيقال: بلّغت شخصاً بلاغاً، أي أوصلتُ إليه رسالة. والبلاغ ما بُلّغ لشخص ما؛ أي وصل إليه، وذلك من خلال عملية تتضمن وجود رسالة "إعلامية" خوي أخباراً أو معلومات أو أفكاراً أو آراء، تنتقل في اتجاه واحد من مرسِل/ة إلى متلق/ية.

تشتق كلمت إعلام من فعل أعلم، ومن ثم ترتبط بإعلام جهب ما بأمر ما، أو خبر ما، وهذه الجهت عادة ما تكون العامى من الناس، في العمل الصحفي.

والتعريف العلمي لـ "الإعلام" أنه كُل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكريَّة والسلوكيَّة من خلال أدوات الإعلام والنشر ووسائلهما.

يُطلق على الإعلام في الإنجليزية لفظ Media، وليس Informing، لأنه يعدّ حالة وسيطة وليس Informing، لأنه يعدّ حالة وسيطة وليس وسيلة للتبليغ أو الإخبار فحسْب، فلا ينتهي دوره ورسالته بالإعلام أو التبليغ، بل يكون دوره في إثارة تفاعل اجتماعي تكون الوسائط الإعلامية هي الوسيلة فيه.

#### بدايتاالإعلام



يعود ظهور الإعلام إلى بدايات التجمعات البشرية، فالشعراء كانوا بمنزلة "وسائل" إعلام ضمن قبائلهم ومجموعاتهم. أما بداياته بوصفه صناعة، فتعود إلى القرن الثامن عشر.

غير أن التحول الإعلامي الحقيقي بدأ باختراع الآلة الطابعة والمطابع، مما سهّل طباعة الصحف بأعداد كبيرة، ثم جاء اختراع الراديو في أواخر القرن التاسع عشر ليُساعد في تطور الإعلام. وبعد الحرب العالمية الأولى وفي عام 1922، خرجت هيئة الإذاعة البريطانيّة على مدى الموجات اللاسلكيّه الطويلة للمرة الأولى. ومنذ ذلك الوقت اعتُبر المذياع وسيلة مهمّة لنقل المعلومات.

أنشئت أولُ مطبعة في العالم العربي عام ١٧٠٥م في مدينة حلب في سوربة، وكانت تَطبع

سوريم، وكانت تطبع بالأحرف العربيم، وفي عام ١٧٩٨م دخلت الطبعم المصر، مع الحملم الفرنسيم.



ومع مرور الأيام وتطوّر الاختراعات، خول الإعلام إلى واحدٍ من أكثر وسائل التأثير الجمعى وأبرز مصادر الثراء والسلطة في العالم.

#### الصحافة والإعلام





الإعلام مصطلحٌ أشمل وأعمّ من الإعلام. الصحافة التي هي جنسٌ من الإعلام. فمصطلح الإعلام قد يستخدم للدلالة على الإعلام المسموع والمرئي والمقروء. أما الصحافة فتستخدم للدلالة على الإعلام المطبوع المقروء.

هناك صحفي/ة وهناك إعلامي/ة. ولذا نستطيع أن نقول لكليهما إعلامي/ة، ولا يفضّل أن نقول لهما صحفي/ة.

#### أهميَّة الإعلام ورسالته



تكمن أهميَّة الإعلام من خلال الرسالة التي يقوم بها وذلك بالتعريف بقضايا العصر ومشاكله. وهموم الناس وما يخص حياتهم. وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والأطر القانونيَّة المعتمدة لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً.

الإعلام يقدّم من المعلومات ما هو صحيح، وما هو غير صحيح. وعلى المتلقي/ة أن يميّز هذه المعلومات، ولا يتلقى ما يصله من الإعلام على أنه مُسلّم به.

#### وتبرز أهمية الإعلام فيما يلى:

- حمایة الحقوق والحریات.
- الرّقابة على السلطة والجتمع في آن واحد.
- تعزيز مبدأ الشفافيَّة والمساءلة والحكم الرشيد.
- نشر الأخبار والمعلومات التي ترفع من مستوى وعي المواطنين/المواطنات.
  - التّعرف على ما وراء الأحداث.
  - تقديم وجهات النظر بين الفرقاء وتقريبها.
  - المشاركة فى خلق ثقافة التعايش مع الشعوب الأخرى.
    - القتصادي. عجلة التنمية والإسهام الاقتصادي.
      - ⊚ التنوير والتثقيف.
      - التّرفيه والتسلية والاستمتاع.



والإعلام قد يزود الناس بالمعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، أو قد يزودهم بالأكاذيب، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام.

#### أجندة الإعلام



تختلف رسالة الإعلام بحسب أجندة المرسل والموجّه للرسالة الإعلاميّة. فما تراه الوسيلةُ الإعلامية من حيادية في طرحها ومصداقيّة وشفافيّة واستقلاليّة، يراه آخرون/ أخريات منتهى التحيز والمبالغة إن لم يكن التزييف، وتشويه الحقائق. فما نعتقدُ أنه حياد في بعض وسائل الإعلام، قد ينظر إليه آخرون/أخريات على أنه حيّز وجنوح عن الحقيقة، والعكس.



فحرية الإعلام نسبيَّة، والاستقلاليَّة نسبيَّة. ومن ثُم تأتي أهمية إدراك ما وراء الرسالة الإعلاميَّة، والعوامل التي ظهرت فيها كالزمان والمناسبة.

إلا أن قوة الإعلام التي قد نلمسها اليوم تأتي من خلال توافر مجموعة من العناصر أبرزها:

- المصداقيّة.
- الموضوعيّة.
- الاستقلال.
  - السرعة.
  - الانتشار.
- الضمون. تنوع المضمون.
- 📵 تنوُّع القوالب الفنيَّة والتحديث.
- احترام الجمهور ومواكبة التطور في أذواق الناس.
  - 📵 مواكبة التطور التقني.
    - 📵 تنوّع مصادر المعلومة.
    - 📵 تنوّع مصادر التمويل.

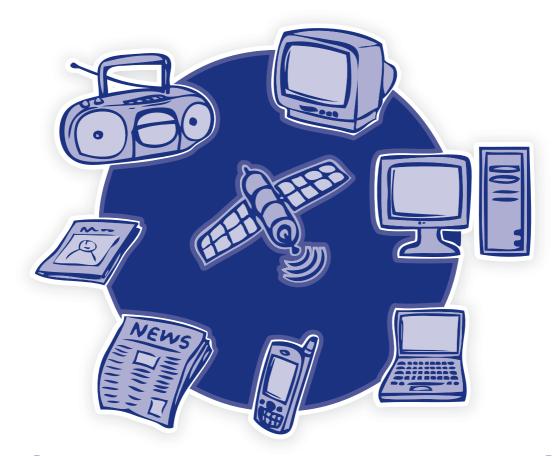


### وسائل الإعلام التقليدية والحديثة



يقصد بوسائل الإعلام جميع الأدوات التي تستخدم في الإعلام والاتصال، بدءاً من ورق الصحيفة وانتهاءً بالحاسبات الآلية والأقمار الصناعية، إلا أن وسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة تنقسم إلى وسائل مقروءة، ووسائل سَمُعية، ووسائل بَصَريّة وسمعيّة. كما أنها تشمل الوسائل التقليديَّة مثل الخُطب، والشعر، والفنون، والرسم، والمراسلات، والمهرجانات، والمؤتمرات وما إلى ذلك. ومن الوسائل التقليديَّة (المقروءة) الكتب والصحف التي تدخل ختها النشرات، والجُلات والجُرائد.

أما الوسائل السمعيّة فتشمل الإذاعة وأجهزة التسجيل السمعيَّة، وأما السمعيَّة والبصريَّة فهي المسرح، والتلفاز، والفيديو، والسينما وغيرها. وقد ساعدت التكنولوجيا الحديثة، والإنترنت وأجهزة الهاتف المحمول خاصة، على توسيع مفهوم وسائل الإعلام، بما أصبح يُسمَّى "الإعلام الحديث".

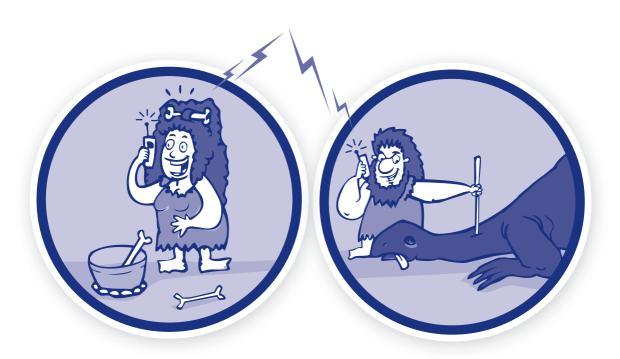


غيرت التكنولوجيا الحديثة التي انتشرت في السنوات الماضية من مفهوم الإعلام، وجعلت الإعلام متاحاً لكل من يرغب في التعبير عن أفكاره، ولديه المعرفة باستعمال هذه التقنيات، ويستطيع الوصول إليها.

بعد الثورة التكنولوجيَّة الكبيرة التي شهدها العالم، توسّع مفهوم وسائل الإعلام ليشمل النصوص والرسوم المتحركه، والصور والأفلام، وألعاب الفيديو والأقراص المُدُمَجه CDs، ووسائل التسجيل والعرض الرقميَّة والإعلانات المباشرة وغير المباشرة، وظهرت مؤخراً ثورة الهاتف الحمول Mobile Phone بوصفه أحد أصغر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وأهمّها، والذي يخطط له أن يجمع بين التلفاز والخاسوب والهاتف. كما أن المحونات الشخصية Blogs أحدثت جَلَبة إعلامية وحضوراً قوياً في وقت قياسي، فأصبحت من أبرز وسائل الإعلام الحديثة التي تقوم على المضمون الذي يشكله القارئ/ة.

\*وسوف نعرض بتفصيل أكثر هذه الوسائل في الباب الثالث من هذا الدليل.

قربت وسائل الاتصال الحديثة بين البشر بصورة أفضل من ذي قبل، فأصبح بالإمكان وبلمسم إصبع أن تتحدث مع أي شخص بالصوت والصورة في أي مكان في العالم يتوافر فيه الإنترنت، وتتابع أي حدث يجري في أي مكان في العالم، ولكن ينبغي على هذا الشخص أن يعرف كيفيت استعمال هذه التقنيات، ومعرفة مع من سيتحدث، وماذا سيقدُم

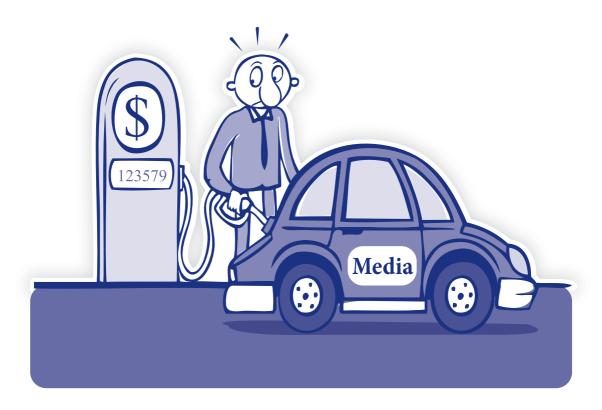


تمويل الإعلام

\$

يحتاج العمل الإعلامي إلى إمكانات مالية كبيرة لشراء الأجهزة المتقدمة وإنتاج البرامج المناسبة. وخديث نظم العمل ومواكبة التطورات التقنية في مجالات الإعلام التى تعيش ثورة تقنية هائلة.

ويرتبط تمويل الوسائل الإعلاميَّة بالجهات التي تملك حق استخدام هذه الوسائل، من أنظمة سياسية وأحزاب وجهات خيريَّة أو استثماريَّة.



وبالنسبة إلى منظمات الجامع المدني، فإن وسائلها الإعلاميَّة في الغالب تكون رخيصة الثمن (إلا إذا قرّرت المنظَّمة أن تُنشئ إذاعةً أو محطة فضائيَّة!)، ولكن يبقى على المنظَّمة أن تؤمّن الموارد الماليَّة التي تمكّنها من توظيف أشخاص مؤهلين، يمكنهم تسويق برامج المنظَّمة وأهدافها إعلامياً، ضمن الوسائل التي تتعامل بها المنظَّمة.

الجهات التي تملك وسائل الإعلام تتحكم في المادة الصادرة وتوجّهها وفقاً للأهداف التي تؤمن بها، وتسعى لإحداث التأثير في جماهير المستقبلين والمستقبلات وفق هذه الأبعاد.

#### الإعلام والمجتمع المدني



أصبحت منظمات المجتمع المدني- على الأغلب- مصدراً للمعلومات، حيث تقوم هذه المنظمات بنشر مبادىء حقوق الإنسان أو مفاهيم العمل التطوعي أو تقديم نماذج المشاركة في التنمية المجتمعية، وتشكيل ثقافة الشراكة بين القوى الفاعلة في المجتمع من أجل إحداث تنمية مستدامة... ومن هنا فقد أصبحت هذه المنظمات هدفاً للإعلام، وكثيراً ما يجدُ الإعلاميون والإعلاميات أنفسهم بحاجتها عندما يُعِدُّون تقاريرهم وخقيقاتهم ومقالاتهم، كما أن أنشطة منظمات المجتمع المدني وفعالياتها بدأت خظى باهتمام أكبر من قبل القراء، ومن ثمّ فقد أصبح من مصلحة الإعلاميين والإعلاميات أن يتابعوا هذه الأنشطة والفعاليات.

أصبحت العلاقة تبادلية بين منظمات المجتمع المدني والإعلام، وأصبح كلاهما مهتماً بالآخر، ونجاحه مرهوناً بعلاقته مع الطرف الآخر.



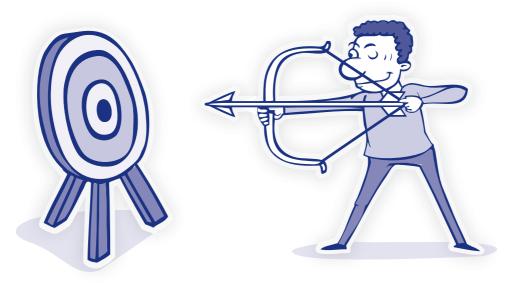
وفي الوقت نفسه فإن هذه المنظمات أصبحت بحاجة أكثر فأكثر إلى أن تقوم وسائل الإعلام بتغطية أخبارها. والتعريف بأنشطتها. من أجل جذب الجمتع الحلي، أو الفئة التي تستهدفها. وخلق ثقة متبادلة بين الطرفين. كما ترغب المنظّمة في التواصل مع المولين المحتملين لبرامجها (أشخاص، شركات، مؤسسات حكومية أو شبه حكومية، مؤسسات دولية...)، إذ يصعب على هؤلاء المولين في كثير من الأحيان التعرف على أنشطة هذه المنظمات، وتلك التي تعمل في المجتمعات الحلية خاصّة.

وتنطلق منظمات الججتمع المدني من مبادئ تعمل على نشر مضامينها، وأهداف تسعى إلى خقيقها، عبر وسائل عمليَّة ومعنويَّة مختلفة، التي غالباً ما تتمثّل في منظومة اتصال وتواصل مع الججتمع والمنظمات الرديفة، والركن الأساسي في هذه المنظومة يرتبط بالإعلام، بأشكاله كافة، والذي يؤمِّن ظهور فعاليات المنظّمة أمام الرأي العام، أو الفئة المستهدفة من الججتمع، ومن ثمّ تتحقق فائدة متعددة الأبعاد، بدءاً من نشر الأفكار والمبادئ ذات الصلة، مروراً بجذب أصحاب العلاقة نحو المنظّمة ونشاطاتها، وصولاً إلى خقيق الهدف بإحداث تأثير أو تغيير

معان

من هنا، فإن العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام لا ترتبط بكون الإعلام ينقل ما يجري على جميع الأصعدة فحسب، بل هي أيضاً علاقة تساهم مباشرة في حقيق أهداف أي منظمة. إذاً، لا بد من إيلاء أهمية قصوى لهذه العلاقة ومقاربتها على أنها ركن أساسي لا يقل حيوية عن الأهداف التي حَرِّك عمل المنظّمة.





ولعلّه من الطبيعي أن تمتد هذه العلاقة إلى مختلف وسائل الإعلام المرئيّة والمقروءة والمسموعة، الواسعة الانتشار خاصّة.

ومع التقدم الذي شهده العالم، الذي انعكس على شكل عولمة قرَّبت المسافات وجعلت الكرة الأرضية تشبه منطقة جغرافيَّة واحدة، فقد كثُرت فيه المنظمات الدوليَّة غير الحكوميَّة، ومن جهة أخرى انتشرت وسائل الإعلام "المعولمة"، من فضائيات وصحف تقرأ عبر الإنترنت، وإذاعات تصل إلى كل بيت في هذه القرية الصغيرة.

لابد أن تعمل منظمات المجتمع المدني على تعزيز علاقتها مع وسائل الإعلام، وبناء فريق عمل قادر على نسج علاقة مهنية معها، تمكِّن المنظمة من إيصال ما تريد إيصاله.

### كيف تصبح المنظمة مصدراً مهماً لوسائل الإعلام؟



مع حاجة الإعلام لنشر أخبار منظمات المجتمع المدني، فإن المنظّمة يقع عليها دور في كيفية الترويج لأخبارها وأنشطتها، وبناء علاقة متينة مع الإعلام.

ونلاحظ أن بعض منظمات الجحتمع المدني يحظى بتغطية جيدة من وسائل الإعلام. بينما لا خصل منظمات أخرى على مثل هذه التغطية. وهنا ينبغي أن نعلم أن هذه المنظمات لديها مهارات التواصل مع الإعلام، ولا يعني ذلك بالضرورة أن أنشطتها أكثر أهمية من أنشطة غيرها.



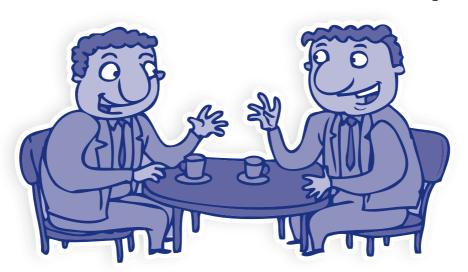
مهارات صياغة الأخبار والبيانات الصحفيّة والقصص الإخباريّة، حيث يشجّع هذا الأمر الإعلاميين/الإعلاميات على نشر أخبار المنظّمة، ولن ختاج إلى الكثير من الجهد من قِبلهم.



لا يكفي أن يكون لدى منظمات المجتمع المدني خبر ما حتى تسرع وسائل الإعلام إلى نشره، فهناك عشرات الأنشطة التي تعقدها منظمات المجتمع المدني كل يوم، بل يجب أن تكون هناك معلومة في الخبر.

بناء علاقات شخصية مع الإعلاميين/الإعلاميات، فعلى الفريق الإعلامي فى المنظَّمة. أو الفريق الإداري، أن يقوم بتنمية العلاقات الشخصية مع الإعلاميين والإعلاميات، فمع أن الإعلامكي/ة يقومان بواجبهما في تغطية أخبار هذه المنظمات، إلا أنه يمكن أن يُساعدا منظمة ما على الحصول على مساحة أكبر لو كانت هناك علاقة شخصية معه/ا، حيث مكن أن يؤجل نشر خبر ما إلى اليوم التالي من أجل حجز مساحة أكبر أو نشر الخبر مع صورته. أمّا لو لم يكن معنيّاً شخصيًا بهذا الأمر. لقام بنشر جزء منه كما يفعل مع الأخبار الأخرى.

لبناءعلاقة شخصية مع الإعلاميين والإعلاميات، ينبغى الاحتفاط بعناوينهم الشخصيت وتحديثها، ومتابعتهم في المناسبات العامة ركالأعياد)، ومناسباتهم الشخصية الأفراح والأتراح..)، وخصّهم بنسخ من أية منشورات للمنظمة.



[3] التعرف على السياسات التحريريَّة لوسائل الإعلام الختلفة، حيث يمكن للمنظمة أن خصل على مساحة أكبر من التغطية من خلال معرفة هذه السياسات.

مثال: من خلال التعامل مع صحيفة يوميَّة معينة. يمكن أن تدرك المنظَّمة أن الصحيفة لن تنشر الخبر كاملاً مع صورة للنشاط إلا إذا أرسل إلى قسم "أخبار الحافظات"، بينما لو أُرسِل إلى قسم "الأخبار الحلية" فلن يحصل على مساحةِ كافيةِ، فهنا يُمْكن للمنظمة أن تُرسل خبراً كاملاً إلى قسم "أخبار الحافظات"، وتُرسِل خبراً مختصراً بعد أيام إلى قسم "أخبار الحليات".

بمكن أن تستثمراي الخبر بالترويج لنظمتك، من خلال تمرير إحصائيات عن عدد الأنشطة التي نفذتها خلال العام، أو عن أنشطتك المستقبلية، على أن يكون هذا الأمر بصورة مختصرة، ومتسقمً مع السياق العام للخبر.



يمكن للمنظمة أن تقيم عشاء للإعلاميين والإعلاميات في الذكرى السنوية لتأسيس المنظمة، أو في اليوم العالمي للمرأة لمنظمة تعمل في مجال العنف ضد المرأة مثلاً.

الإعلاميين/الإعلاميات، وهذه اللقاءات لا الإعلاميين/الإعلاميات، وهذه اللقاءات لا ترتبط بالأنشطة التي تقيمها المنظّمة. كما هو الأمر في المؤتمرات الصحفيَّة، ولكنها بهدف تقوية الروابط مع الإعلاميين/ الإعلاميات.

122335568090000078678678678678567812 233556809090000786786786786785678122 335568090900078678678678678567835456 789764532145676887654335456789764532 145676887654335456789764532145676887 654335456789764532145676887654335456 789764532145676887654324354657687980 7643354567897645321456777777776887 65433549764532656556761456768 000777770003354567897116453214 7654356575668876543354976453214 6776893134567890765432123456 45550050050000000005673090000 57894455555550055556775555564532

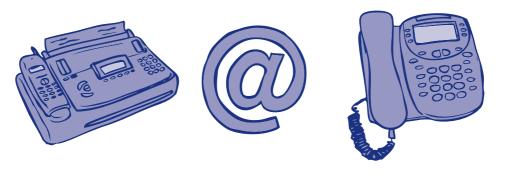
عندما ترسل/ين خبرا إلى وسيلة إعلامية، ينبغي أن تُتابع/ي هاتفياً إن كانت التغطية قد وصلت للشخص المعني وبالوسيلة المطلوبة.

تأسيس قاعدة بيانات إعلاميّة لدى المنظّمة، حيث ينبغي على المنظّمة أن تقوم بحفظ عناوين جميع وسائل الإعلام الموجودة في بلدها. وتشمل قاعدة البيانات المعلومات الخاصة بوسيلة الإعلام، وأهم المعلومات التي ينبغى أن يتم حفظها في قاعدة البيانات:

• **دوريّة الصدور** (سنويَّة، فصليَّة، شهريَّة، نصف شهريَّة، أسبوعيَّة، يوميَّة..)

تنبه مي جيداً إلى عامل الزمن ووقت النشر – مع وسائل الإعلام المطبوعة، فما يرسل من أخبار إلى وسائل الإعلام اليومية (الصحف، وكالات الأنباء، الإذاعات..) يختلف في الشكل والمضمون عما يرسل إلى تلك الأسبوعية أو الشهرية.

- الشخص المسؤول عن وسيلة الإعلام (رئيس/ة التحرير ومدير/ة التحرير).
- الأشخاص المسؤولون والمسؤولات عن الأقسام الختلفة (رئيس/ة قسم الحليات، مراسل/ة وكالة الأنباء لشؤون المرأة.. الخ.



• أرقام الهاتف والفاكس والبريد الإلكتروني لكل شخص من هؤلاء.



على المنظمة أن تبذل جُهداً دائماً للتأكد من تحديث بياناتها، فعند كل لقاء مع إعلامي/ة، والحصول على بطاقة تعريفه Business Card بينبغي التأكد من وجود اسمه/ا في قاعدة البيانات، وفي حالة وجوده التأكد من أن معلومات الاتصال الخاصة به مطابقة لتلك الموجودة، مطابقة لتلك الموجودة، فوجود معلومات اتصال فوجود معلومات اتصال وجديدة في آن واحد يساوي عدم وجود المعلومات أصلاً.



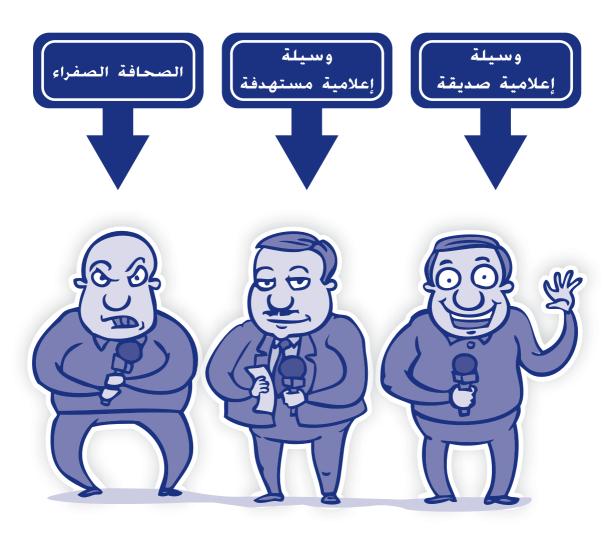


على المنظمة أن تنتبه عند مراسلة عند مراسلة الصحفيين/الصحفيات إلى الدُقة في أسمائهم ومواقعهم، فهما أمران مهمان في العلاقات العامة، والخطأ فيهما يعطي مردوداً عكسياً على المنظمة.

# تصنيف وسائل الإعلام بالنسبة إلى منظمات المجتمع المدني

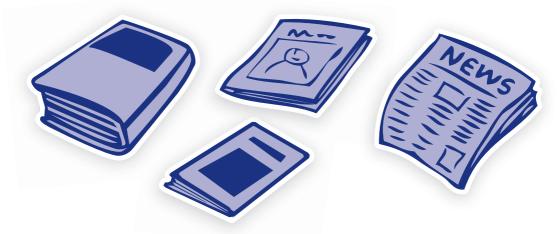
ينبغي على المنظَّمة أن تصنَّف وسائل الإعلام إلى ثلاثة أصناف حسب العلاقة القائمة بين منظمتهما وتلك الوسائل:

- وسائل إعلاميَّة صديقة: وهي التي لها علاقة جيدة مع المنظَّمة.
- وسائل إعلاميَّة مستهدفة: وهي التي ينبغي أن تسعى المنظَّمة إلــــى المنظَّمة علاقة جيدة معها.
- الصحافة الصفراء: وسائل الإعلام التي ينبغي جنب التعامل معها بقدر الإمكان، لعدم مهنيتها وفقدان المصداقيّة لديها، وفقاً لرؤية المنظّمة.

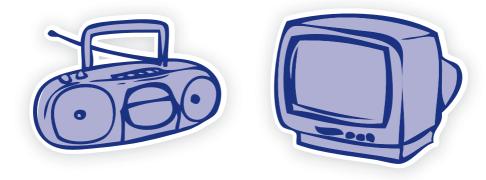


#### كما مكن تقسيم وسائل الإعلام حسب نوعيَّة النشاط:

⊗ صحافة مطبوعة: الصحف والجلات والنشرات الخاصة والمطبوعات المتخصصة.



والقنوات العلام مرئي ومسموع: محطات التلفاز والإذاعة الحليّة والقنوات الفضائيّة.



إعلام إلكتروني: مجموع المواقع الإلكترونيَّة الحليَّة والإقليميَّة والعالميَّة.
ووسائل الاتصال الحديث (انظر/ ي الباب الثالث من هذا الدليل).



#### كما يمكن تقسيم وسائل الإعلام حسب التخصص أو مجالات الاهتمام:

صحف سياسيَّة: تركز على القضايا السياسيَّة بشكل أساسي وتتناول تأثير السياسة في مجمل القضايا والعكس.

صحف اجتماعيّة: تركز على قضايا المجتمع والعلاقة القائمة بين المكونات الاجتماعيّة ومناحى الحياة الأخرى الختلفة.

الاقتصادي لكل نشاط سياسي أو اجتماعي وغيره، وتقوم على دراسة التكلفة والفائدة لها. وتأثير ذلك في الاقتصاد الكلّي والاقتصاديات الجزئيّة.

صحف عامّة ومتنوعة: نَتناول كلّ ما يصل إليها ويصلح للنّشر.









أبرزاي الجانب الاقتصادي والدلالات الاقتصادية في القضية أو الموضوع المراد نشره في وسائل الإعلام ذات الاهتمام الاقتصادي، وركزاي على جزئية المرأة أو الطفل في موضوعك إذا كنت ترغب ين في النشر في وسيلة إعلامية تهتم بالنوع الاجتماعي وقضايا الطفولة، وهكذا..