

التثقيف الإعلامي
دليل الطالب

حقوق الطبع

مركز تطوير الإعلام – جامعة بيرزيت

الطبعة الثانية – أيلول ٢٠١٠



وزارة التربية والتعليم العالي



This document has been financed by the Swedish International Development Cooperation Agency, Sida. Sida does not necessarily share the views expressed in this material. Responsibility for its contents rests entirely with the author.

بدعم من: وكالة التنمية السويدية (سيدا)

وبالتعاون مع: وزارة التربية والتعليم العالي

تصميم: عاصم ناصر

تصميم الغلاف: عامر الشوملي

رسومات: عصام أحمد

إعداد :

نائلة خليل

جوهانا هالين

كارمىليا فلويد

يصدر دليل التثقيف الاعلامي عن مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت والذي يسعى ومنذ تأسيسه عام ١٩٩٦ وبوحداته: الإذاعة، والصحافة، والتلفزيون، والتصوير الفوتوغرافي؛ إلى رفع كفاءة الصحفيين الفلسطينيين العاملين في هذه المجالات، وإلى تطوير الإعلام الفلسطيني بحيث يأخذ دوره مراقباً وناقداً للسلطات الثلاث، وناطقاً بضمير الناس بمختلف توجهاتهم.

ويقوم المركز أيضاً بدور ريادي في إنتاج أدلة مهنية في الإعلام الفلسطيني؛ يدرس البعض منها في الجامعات الأردنية والمصرية، إذ تحل هذه الأدلة مشكلة جذرية لدى الصحفيين والطلبة، خاصة وأن معظم الأدلة الحديثة باللغة الإنجليزية، فقد أنتج المركز أدلة على مستوى عال من الاحتراف منها: التحقيق الصحفي، ومهارات التحرير الصحفي، وأخلاقيات مهنة الصحافة.

وفي خطوة مبادرة، يعمل مركز تطوير الإعلام / جامعة بيرزيت على المضي قدماً في مشروع التثقيف الإعلامي (Media Literacy)، الذي يهدف إلى تعميق فهم الأطفال بالإعلام، بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم الفلسطينية.

حيث تم العمل ومن خلال عشرات المقابلات والاجتماعات والورشات مع جهات الاختصاص وتحديداً طلبة المدارس ومعلميهم وآبائهم لإعداد دليل التثقيف الإعلامي الأول في فلسطين - هذا الذي بين أيديكم -، ليتم اختباره على طلبة الصف السابع في عدد من المدارس الفلسطينية الحكومية والخاصة والتابعة لوكالة غوث وتشغيل اللاجئين "الأونروا"، وبناءً على تقييم هذه التجربة تم تعديل الدليل بما ينسجم مع ملاحظات الطلبة وتوصيات المعلمين والادارة العامة للأنشطة الطلابية في وزارة التربية والتعليم العالي، وبهذا تقدم وزارة التربية والتعليم العالي وجامعة بيرزيت نموذجاً إعلامياً جديداً ومتميزاً.

يهدف هذا الدليل الى تزويد الطلبة والمعلمين على حد سواء بأدوات للنقد والتحليل، أو بعبارة مجازية "بعين ثالثة" عين الناقد الذي يذهب إلى ما وراء الخبر، أو الإعلان التجاري الجذاب، لينظر ويدرك كيف تجري الأمور، ما الموجود وما المفقود في "الوجبة الإعلامية" التي تقدم لنا يومياً، وما الأفكار والخدع التي يستخدمها الإعلام ليمرر رسالته السياسية، أو الفكرية، أو التجارية، أو الترفيحية، فخلف الرسالة الإعلامية دوماً هناك صانع قرار في الإعلام يريد نقل فكرته وجعلها مؤثرة بأكبر عدد ممكن من جمهوره المستهدف.

وفي الختام فإن هذا الدليل وسيلة لمساعدة الطلبة في إنتاج الرسائل الإعلامية التي تعكس أفكارهم، وهمومهم، وانتقاداتهم، وطموحاتهم في الإعلام الذي يشكلون جزءاً منه.

مركز تطوير الإعلام
جامعة بيرزيت

أنت والإعلام . . . بين الأمس واليوم

المتعة... المفاجأة... الإلهام... الإثارة... المرح... أمور قد تكون هامة وقد لا تكون... قد تكون محببة أحياناً، وقد تكون مخيفة أحياناً أخرى... هذا هو الإعلام بل هو أكثر من ذلك.

إن جيل اليوم من الشباب والفتيان جيل فريد في التاريخ، إذ لم يتعرض أي جيل في السابق إلى هذا الكم الهائل من حشد الرسائل الإعلامية، يقول البعض إننا نعيش في مشهد إعلامي، إنهم لا يتكلمون عن أشجار وأعشاب، بل عن الصحف، وبرامج التلفاز، ولوحات الإعلانات، والموسيقى والإنترنت. فهناك الأخبار والتسلية على مدار الساعة في الصحف المكتوبة، أو عبر الهاتف النقال، ولا احد يعلم كم تؤثر هذه الرسائل الإعلامية الهائلة فينا، ما نعلمه فقط هو أنها تزداد وتتغير بشكل مطرد .

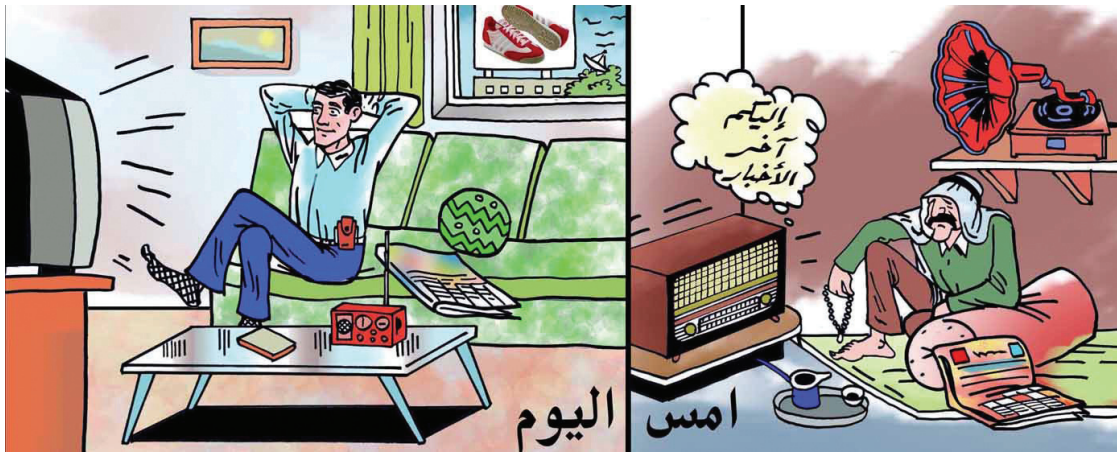
حين كان والداك في سن الشباب، كان وضع الإعلام في فلسطين مختلفاً تماماً؛ كان هناك عدد محدود من القنوات التلفزيونية والصحف اليومية، ولم يكن الإنترنت معروفاً بعد، وكان من الصعب الحصول على أحدث الأغاني وتسجيلات الموسيقى، هل كان هذا مملاً؟ أم أنه أمر جيد؟ أم أنه وضع آمن؟ ما رأيك؟

لماذا يجب عليك أن تهتم؟

يؤمن الصحفيون المهنيون أن الإعلام سلطة إيجابية، ليس مصدراً للأخبار والمعلومات والمتعة فحسب، بل هو ضرورة لأي مجتمع ديمقراطي. ويعتقدون أيضاً أن الإعلام فرض على العالم مطالب ذات سقف عالٍ، سواء عليك أو على أي شخص يستخدمه، وأصبح من المهم جداً الآن أن نتعلم أكثر كيف تعمل الآلة الإعلامية. لا تصدق كل ما تسمع، راقب واقرأ، واستخدم عيناً ناقدة دوماً.

هذا الدليل يزودك ببعض الأفكار والأساليب التي يمكنك من التعامل بذكاء مع الإعلام، سوف تتعلم المزيد حول:

- كيف يصنع الإعلام؟
- كيف يمكنك تحليل المادة الإعلامية والنظر إليها بعين ناقدة؟
- كيف يمكنك أن تصنع إعلاماً خاصاً بك؟



اعرف حقوقك !



لكل فرد الحق في الوصول للمعلومات، كما له الحق في التعبير عن نفسه، وتشير الدراسات اليوم إلى أن واحداً من كل ثلاثة أشخاص يعيشون في مجتمعات لا توجد فيها صحافة حرة مستقلة. إن حرية الوصول إلى المعلومات والحرية في التعبير منصوص عليهما بوضوح في إعلان حقوق الإنسان الصادر عن هيئة الأمم المتحدة. إذا كنت طفلاً (تحت سن ١٨)، فإن اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل توفر لك الحماية أيضاً، وقد تم تبنيها عام ١٩٨٩، ونصت على الحقوق الإنسانية التي يجب أن يتمتع بها جميع الأطفال في كل مكان. تحتوي الاتفاقية على ٥٤ نصاً، حول جميع الحقوق، من الحق في الغذاء والمسكن إلى الحق في التعلم واللعب، وتنص أيضاً على أن من واجب البالغين الاستماع لما يقوله الأطفال فيما يتعلق بمواضيع تتناول أمورهم، ومن حق جميع الأطفال:

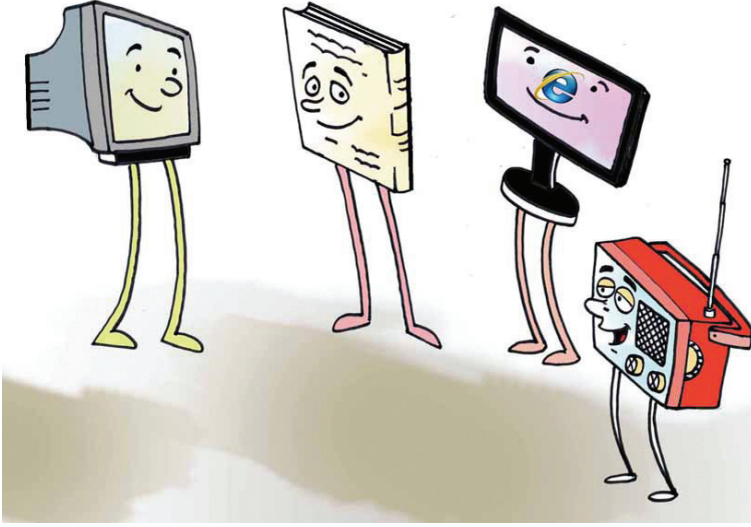
- أن يتواصلوا
- أن يشاركوا
- أن يتعلموا

المبادئ الأساسية لاتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل والتي تنص على:

- جميع الأطفال يتمتعون بنفس الحقوق على قدم المساواة.
- من حق كل طفل تلبية حاجاته الأساسية.
- من حق كل طفل الحماية من سوء المعاملة والاستغلال.
- من حق كل طفل أن يعبر عن رأيه الذي يجب أن يحترم.

فيما يلي بعض مضامين اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل المتعلقة بالإعلام:

- المادة (١٢) تنص على حقك في التعبير عن آرائك، وأن تؤخذ بالاعتبار في الأمور التي تتعلق بك.
 - المادة (٣١) تتحدث حول حقك في المشاركة في الأنشطة الثقافية والفنية والتمتع بوقت الفراغ.
 - المادة (١٣) تعرف الحق في حرية التعبير عن الرأي، وتنص أيضاً على الحق في استقبال وتبادل جميع أنواع المعلومات سواء كانت شفوية أو مكتوبة أو مطبوعة أو على صورة فنية، أو أية مادة إعلامية تختارها أنت.
 - المادة (١٧) توضح " الدور المهم الذي يقوم به الإعلام بكافة أنواعه " ، وتطالب الحكومات بالتأكيد على تزويد الأطفال بالمعلومات والمواد من مختلف المصادر المحلية والعالمية، وتحت الإعلام على " نشر المعلومات والمواد الثقافية والاجتماعية ذات الأهمية للطفل " ، وتحت الحكومات على وضع خطوط عريضة لحماية الأطفال من أية مواد ضارة.
 - المادة (٣٦) تتضمن حماية الأطفال من الاستغلال سواء الجنسي أو أي شكل آخر من الاستغلال بما فيه المواد الإباحية.
- وقد وضعت منظمة الأمم المتحدة للطفولة " يونيسف " عدداً من المبادئ الأخلاقية لوسائل الإعلام عند قيامها بالتوثيق والنشر عن الأطفال أبرزها:
- أن تكون المصالح الفضلى للطفل محمية وفوق كل اعتبار، بما يشمل اعتبارات مناصرة قضايا الأطفال والترويج لحقوقهم.
 - أن تتم استشارة الأشخاص الأقرب الى وضع الطفل والأقرب على تقييمه بخصوص العواقب السياسية والاجتماعية والثقافية لأي نشر عن الأطفال.
 - ألا يتم نشر أي رواية أو صورة يمكن أن تعرض الطفل أو الأخوة والأخوات أو الأصدقاء للخطر حتى إذا لم يتم الكشف عن هوياتهم أو تم تغييرها أو طمسها.
 - يجب على وسائل الإعلام ألا تتسبب بالأذى لأي طفل، عبر تجنب الأسئلة أو الإتجاهات أو الملاحظات التي تتضمن إصدار أحكام أو تكون غير حساسة للقيم الثقافية أو تضع أي طفل في وضع الخطر أو تعرض أي طفل للإذلال أو تعيد للطفل الإحساس بالألم والأسى بسبب أحداث صادمة.
 - يجب أن تحصل وسيلة الإعلام على إذن من الطفل ووصيه بخصوص أية مقابلات أو تصوير فيديو أو صور توثيقية قدر المستطاع، ويجب أن يكون هذا الإذن خطياً، وينبغي ألا يتعرض الطفل وولي له للأكراه بأي شكل.
 - يجب أن يقدم الصحفي شرحاً للطفل وولي له بأن ما يقولونه سيكون جزءاً من تقرير يمكن أن يتم نشره محلياً وعالمياً، ويجب تزويدهما بالتوضيحات الكافية وباللغة التي يفهمانها.



تحيط بنا وسائل الإعلام المختلفة في كل مكان، سواء في البيت أو المدرسة أو الشارع أو في السيارة، حيثما كنا، وفي أي وقت، ودائماً هناك وسيلة إعلام أو أكثر تبث رسائل إعلامية.

في البيت تجتمع معظم وسائل الإعلام، فهناك الراديو، والتلفزيون، والإنترنت، وأحياناً الصحيفة، وفي المدرسة هناك الإذاعة المدرسية أو مجلات الحائط، أما في السيارة فمن الصعب عدم وجود جهاز راديو ينقل لك كل الأخبار والمعلومات من أكثر من محطة إذاعية، وفي الشارع أنت أيضاً محاط بوسائل الإعلام، فهل دقت جيداً في الياقات واللوحات الإعلامية؟، وهناك أيضاً من يوزع نشرات تثقيفية أو صحية أو تجارية مجانية، كل ما سيق يعتبر ضمن وسائل الإعلام.

أنواع وسائل الإعلام

١ وسائل الإعلام المرئية: مثل التلفزيون والسينما

التلفزيون: منذ اختراع التلفزيون وهو يتربع على عرش وسائل الإعلام بسبب إنتشاره وإقبال الناس عليه، ويكاد يوجد في كل بيت بصرف النظر عن خلفية العائلة الإجتماعية أو الدينية أو مستواها الإقتصادي. وفي فلسطين يوجد تلفزيون وطني هو تلفزيون فلسطين ويبث في جميع الأراضي الفلسطينية ويوجد أكثر من مئة محطة تلفزة محلية تبث في حدود المدن فقط.

السينما: يُنظر للسينما على أنها وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، بينما يتم من خلالها أيضاً عرض أفلام علمية وصحية ودينية على شاشتها ترسخ المعلومات بصورة أعمق، وتضفي عليها متعة أكبر، وقد مر إبتكار السينما بمراحل طويلة، وأضاف أكثر من مخترع إضافة نوعية لإختراع السينما وأبرزهم مهندس الكهرباء الإسكتلندي جون لوجي بيرد، وفيلو فارنسورت

٢ وسائل الإعلام المسموعة: مثل الراديو

منذ أن أخترع الإيطالي غولييمو ماركوني الراديو عام ١٩٠١ وهو ما يزال من أكثر وسائل الاعلام إنتشاراً في العالم، والامر المميز فيه أنك تستطيع سماعه وأنت تقوم بأعمال أخرى مثل سيطرة السيارة أو الأعمال المنزلية. الى جانب صوت فلسطين وهي الإذاعية الوطنية الرسمية، يوجد في الأراضي الفلسطينية أكثر من ٦٠ محطة راديو محلية منتشرة في جميع أنحاء المدن والبلدات الفلسطينية.

٣ وسائل الإعلام المكتوبة: مثل الصحف والمجلات، والنشرات

تعتبر الصحف من وسائل الإعلام الأكثر إنتشاراً في العالم، وأول صحيفة صدرت في العالم كانت في الصين عام ٩١١ قبل الميلاد، وكانت تدعى "كين بان" أو صحيفة أخبار العاصمة الصينية وإلى اليوم هناك مئات الآلاف من الصحف تطبع كل يوم. أول صحيفة صدرت في العام العربي كانت "الوقائع المصرية" باللغتين العربية والتركية، وقد أسسها الوالي محمد علي في القاهرة عام ١٨٢٨. أما أول صحيفة رسمية صدرت في فلسطين فكانت "القدس الشريف" عام ١٨٦٧، باللغتين العربية والتركية، وكانت شهرية. وحالياً يوجد في فلسطين ثلاثة صحف يومية هي القدس والأيام والحياة الجديدة.

٤ وسائل الإعلام الإلكترونية:

تعتمد هذه الوسائل على التطور التكنولوجي، وظهورها ارتبط بشكل أساسي مع ظهور شبكة الإنترنت التي جعلت من التواصل بين انحاء العالم أمراً سهلاً وفي متناول الجميع.

أشكال الإعلام الإلكتروني:

- وكالات الأنباء الإلكترونية: مثل وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) www.wafa.ps
- المواقع الإلكترونية الإخبارية، الترفيهية، التفاعلية، وهناك نوع جديد من المواقع تخص شخصيات مهمة تريد أن تبقى على تواصل مع الجمهور.

هل تعلم

أن هناك موقعاً خاصاً بأخبار سيادة الرئيس محمود عباس، ينشر فيه تصريحاته الصحفية، وإنجازاته وزياراته المختلفة محلياً ودولياً!

- مواقع إلكترونية للصحف والإذاعات ومحطات التلفزة: تقوم بنقل حي لما تبثه الإذاعة والتلفزيون، فيما تنقل مواقع الصحف الإلكترونية الأخبار والإعلانات التي تنشرها الصحف بصورتها الورقية.
- المدونات: كلمة مدونة أو "بلوج" هي اختصار لـ "سجل الويب" وينشر على الإنترنت وغالباً ما يتضمن إمكانية تفاعل القارئ عبر قيامه بالرد والتعليق على المحتوى. ويعرف أحد أكبر مزودي برمجيات "البلوج" على الشبكة العنكبوتية على هذا النحو: هو "مذكرات شخصية ومنبر يومي وفضاء تعاوني وصندوق غير متخصص في السياسة ومنفذ للأخبار العاجلة ومجموعة من الأفكار الخاصة بك ومذكراتك التي تقدمها إلى العالم".
- وبعبارة بسيطة، فـ "البلوج" أو المدونة هو موقع إلكتروني تستطيع من خلاله كتابة الأشياء على نحو مستمر حيث تظهر الأشياء الجديدة في الأعلى، بحيث يستطيع الزوار قراءة ما هو جديد، ثم التعليق عليه أو وضعه كرابط، أو إرساله إليك بالبريد الإلكتروني؟ أو عدم فعل ذلك إذا اخترت عدم السماح بإدراج التعليقات. وهناك الملايين من المدونات اليوم بكافة الأشكال والأحجام وبعده لغات. ومنذ إطلاق أول بلوجات البرمجيات مثل بلوج "وورد برس" في أواخر التسعينيات، أعادت المدونات تشكيل الشبكة الإلكترونية وأثرت على السياسة، وهزت الصحافة، ومكنت الملايين من الناس من أن تُسمع أصواتهم وأتاحت لهم التواصل مع الآخرين، وتتيح المدونات وضع كل شيء من الكلمات والصور إلى الصوت والفيديو.

فنون الكتابة الصحفية



عندما نقرأ صحيفة أو مجلة، سواء ورقية أو إلكترونية فإننا نرى العديد من الأشكال الصحفية لكتابة الأخبار والقضايا التي تهم الناس، ووظيفة كل هذه الأشكال هي تزويدنا بالمعلومات عن هذه القضايا. في الصحافة نطلق على هذه الأشكال "فنون الكتابة الصحفية"، التي يجب أن يتقنها كل من يعمل في الصحافة.

أشكال الكتابة الصحفية

الخبر:

من أكثر الفنون الصحفية شيوعاً على الإطلاق، وعليه تُبنى غالبية أشكال الفنون الصحفية، وهو نبأ عن أمر جديد، حقيقي، يؤثر على الناس أو على فئة محددة منهم، لا مكان فيه للرأي الشخصي. ويجب على الخبر أن يجيب على الأسئلة الخمسة التالية حتى يكون خبراً مكتملاً: من، ماذا، متى، أين، ولماذا.

وزارة التربية والتعليم العالي تعتزم إفتتاح ملعب كرة قدم

مثال

تعتزم وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية إفتتاح ملعب كرة قدم مغلق، خاص بطلبة المدارس الأساسية في مدينة جنين. ومن المتوقع أن يتم الإفتتاح في شهر كانون الأول ٢٠١٠، بهدف تدريب الطلبة تمهيدا لإقامة بطولة فلسطين لكرة القدم للمدارس الأساسية.

وأحيانا يكون الخبر عن الأكبر؟، الأضخم؟، الأسرع؟، الأطول؟، "أطول برج تجاري في العالم تم بناؤه في دبي".

للمناقش

- لماذا يجب أن يكون الخبر جديداً؟
- هل يجوز للصحفي وضع رأيه الشخصي في الخبر؟ لماذا؟
- كم سؤالاً أجاب عليه مثال "إفتتاح ملعب كرة قدم"، هل لديك المزيد من الأسئلة؟، اذكرها.

التقرير:

التقرير مبني أساساً على الخبر، لكنه أكبر منه حجماً، لأن الصحفي قرر أن يتوسع في الخبر، لذا يتضمن التقرير معلومات أساسية وتفصيلية تعطي القارئ معلومات وافية عن موضوع ما، وغالباً ما يستعين كاتب التقرير بالأشخاص الذين يتعلق بهم الخبر، أو خبراء لديهم معلومات وتحليلات مفيدة حول ذات الموضوع.

مثال

أعلنت وزارة التربية والتعليم العالي عن أرقام ترصد التسرب من المدارس للعام الدراسي ٢٠٠٩/٢٠١٠، وجاء فيها التالي: نسبة التسرب العامة في المدارس الحكومية بلغت (١,٤٦٪) بارتفاع (٠,٣٧٪) عن العام الماضي، وقد بلغت نسبة التسرب لدى الذكور (١,٩٧٪) بواقع (٢٢٣٠) طالب، في حين بلغت نسبة التسرب لدى الإناث (٠,٩٨٪) بواقع (١١٨٨) طالبة.

كيف يمكن تطوير ما سبق ليصبح تقريراً؟

بعض وسائل الإعلام تكتفي بنشر ما رصدته وزارة التربية والتعليم العالي من أرقام، بينما يفضل البعض الآخر بعد أن ينشر هذه الأرقام، أن يقوم بتناولها بتوسع أكبر وغير متاح في الخبر، فيقوم بكتابة تقرير عن التسرب في المدارس، لمعالجة الموضوع بشكل أوسع وأعمق. لذا يقوم الصحفي بمقابلة تربويين، آباء وأمهات لديهم أطفال تسربوا من المدارس، أو أطفال متسربين من المدارس، وإضافة هذه المعلومات إلى التقرير ليكون شاملاً، ويقوم باستعراض أسباب التسرب من إقتصادية وإجتماعية وتربوية.

للمناقشة

- إذا قررت أنت وزميلك كتابة هذا التقرير مع من ستحدثون إضافة إلى ما ذكر؟، لماذا؟
- إذا تعذر عليك الذهاب إلى مقر وزارة التربية والتعليم العالي في رام الله؟ فكيف تحصل على تقرير التسرب الذي أعلنت عنه الوزارة؟
- هل الكتابة عن موضوع التسرب مفيد لمنع هذه الظاهرة؟، لماذا؟

نشاط

يقوم الطلبة بجمع نماذج عن تقارير من الصحف الفلسطينية ومناقشتها في الصف، ومعرفة الفرق بين الخبر والتقرير

المقابلة:

المقابلة الصحفية: هي حوار يجريه الصحفي مع شخصية أدبية- سياسية أو شخص كان شاهداً على حدث ما، أو مع خبير في موضوع ما، بهدف الحصول على معلومة.
وتعتبر المقابلة من أهم مصادر الحصول على المعلومة، وتُعطى الجمهور المعلومات الأساسية على لسان شخص مطلع أو له علاقة أو رأي بالقضية.
ومن الأفضل قبل إجراء المقابلة أن يقوم الصحفي بالإعداد لها بشكل مسبق، عبر البحث عن معلومات منشورة سابقاً عن الشخص أو الموضوع، وإعداد الأسئلة.

- هل فكرت يوماً أن تجري مقابلة مع مدير /ة، مدرستك، حول وضع المدرسة وخططها المستقبلية، ونوع المشكلات والتحديات التي تواجهها.
 - إذا إتاحت لك فرصة مقابلة رئيس /ة البلدية في مدينتك أو رئيس المجلس القروي، فهل ستثير معه قضية عدم وجود مكان مخصص للعب في المنطقة التي تسكن فيها؟، ما أهم الأسئلة التي ستوجهها؟
- ملاحظة: لرؤية نماذج عن المقابلة، إرجع للمقابلات في هذا الدليل.

للتقاش

- هل تتيح لك المقابلة الحصول على معلومات أكثر؟
- من هو المسؤول الذي تود مقابلته وطرح الأسئلة عليه؟ لماذا؟

الريپورتاج:

هل تصفحت يوماً ما مجلة، وقرأت مادة صحفية يخبرك فيها الصحفي عن زيارته لمكان ما، ربما مكان سياحي مثل قمة جبل قرنطل في أريحا، أو تاج محل في الهند، أو كيف شارك في مسابقة ركوب الجمال في الصحراء، مع وجود الكثير من الصور التي تنقلك لمكان الحدث، وتشعرك أنك تزور المكان مع الصحفي وتشاهده بعيونه، ما قرأته يسمى "الريپورتاج".
كلمة "ريپورتاج" مشتقة من الكلمة الإنجليزية "Reporter" وتعني المحقق الصحفي.
يراعي الصحفي عند كتابة "الريپورتاج" أن يكون أسلوبه شيقاً، ويتمتع بجمال اللغة والتعبير لوصف المكان أو الحدث مما يمنح القارئ فرصة المشاركة في تذوق جماليات الأشياء ويخلق عنده التشويق.
ورغم جمالية هذا الفن الصحفي إلا أنه قليل في الصحف اليومية لما يحتاجه من وقت في الإعداد والتحضير وذهاب الصحفي الى المكان، لأن ذلك شرط أساسي، إضافة لحاجة هذا النوع من الفنون الصحفية الى مساحة أكبر لنشر الصور، لذلك نراه أكثر في المجلات الشهرية التي تهتم به وتخصص له مساحة كبيرة.

للتقاش

- هل لديك اقتراح لموضوع يصلح لـ "ريپورتاج"؟، ما هو؟
- ماذا يميز الريپورتاج عن التقرير الصحفي؟
- هل يستطيع كل شخص يسافر الى بلد ما ويملك كاميرا أن يكتب "ريپورتاج"؟ علل إجابتك.

القصة الصحافية:

هناك نوع من الكتابة الصحافية يعتبر حديث إلى حد ما في الصحافة العربية، يدعى "القصة الصحافية"، وهو نوع غير تقليدي، يستخدم خلاله الصحفي مهاراته المختلفة وحواسه المتعددة في عرض مادته ونقل القارئ إلى موقع الأحداث من خلال تقديم صورة حية عن الحدث تتسم بالحيوية والديناميكية وإحياء الطابع الإنساني للقضايا المطروحة أو ما يعرف بـ "الأنسنة".، ويجب أن يتمتع الصحفي بلغة شيقة غنية، وأن يكون شاهدا على الحدث أو أن يذهب إليه حتى يستطيع أن يكتب قصة صحفية جيدة.

القصة الصحافية تعتمد على المعلومة الحقيقية، ولا مجال فيها للخيال.

للتقاش

- بماذا تختلف القصة الصحافية عن القصة الأدبية؟
- ما المواضيع التي تصلح لتكتب بشكل قصة صحفية في محيطك.
- بماذا تختلف القصة الصحافية عن الخبر؟

التحقيق الصحفي:

التحقيق الصحفي هو أحد أنواع الكتابة الصحافية التي تهدف الى الكشف عن معلومات سياسية أو صحية أو إقتصادية وغيرها تهتم الناس.

قضايا مثل تزوير الأدوية، تهريب الأغذية الفاسدة، تشغيل الأطفال في التسول بالشوارع، مواضيع مهمة في التحقيقات الصحفية.

المحقق الصحفي لا يختلف عمله عن عمل الشرطي، لكن المحقق يكشف الحقيقة ويبحث عن الأدلة والبراهين لإدانة المجرم أو الفاسد وينشرها في وسائل الإعلام، أما الشرطي فيقدم الأدلة والبراهين التي بحث عنها، أمام المحكمة لوضع المجرم في السجن.

كتابة التحقيق الصحفي تحتاج الى خبرة كبيرة من الصحفي، وجهد ووقت طويل أحيانا يصل الى أشهر قبل أن يكشف عن معلومات خفية تمس مصلحة وحقوق المواطنين بشكل مباشر.

نشاط

- يقوم الطلبة بجمع نماذج عن تحقيقات صحفية نشرت في الصحف الفلسطينية ومناقشتها في الصف.
- يستضيف المعلم صحفيا أو صحفية كتبوا تحقيقات في الصحف الفلسطينية

للتقاش

- هل يمكن للصحفي أن يكتب تحقيا صحفيا كل يوم؟، لماذا نعم؟، لماذا لا؟
- أذكر مثلا على موضوع يصلح أن يكون تحقيا صحفيا؟
- هل من الممكن أن يتعرض الصحفي للخطر جراء كتابته التحقيق الصحفي؟

المقال:

عندما يريد أي مواطن -بصرف النظر إن كان صحفياً أو لا- أن يعكس وجهة نظر معينة ورأي شخصي حول قضية أو ظاهرة ما فإنه يقوم بكتابة "مقال"، وذلك بهدف إقناع الناس برأيه أو التأثير على صانع القرار. وهناك أشخاص تخصصوا بكتابة المقال لأنهم يملكون معرفة واسعة بما يجري في المجتمع، ولديهم قدرة على التحليل بناء على ثقافتهم وخبرتهم، وهؤلاء يكتبون آراءهم بشكل منتظم في الصحف والمجلات وفي مواضيع مختلفة (سياسية، إقتصادية، الأزياء، القانون الدولي وغيرها). والمقالات أنواع: جادة وعميقة، ساخرة، تحليلية، وتعبوية وغيرها.

للتقاش

- هل يستدعي إنقطاع الماء الدائم عن مدرستك كتابة مقال؟ علل إجابتك.
- بماذا يختلف "المقال" عن موضوع "التعبير" الذي تكتبه في حصة اللغة العربية؟، ما أوجه الاختلاف؟،
- ما أوجه التشابه؟
- هل تعرف كتّاب مقالات فلسطينيين؟ من هم؟ وفي أي الصحف يكتبون مقالاتهم؟

مقابلة - القاص محمود شقير

الأدب هو المكان المناسب لبدء الجدل

محمود شقير كاتب قصص قصيرة، وأحد الأدباء الفلسطينيين القلائل الذين ألفوا العديد من الكتب للفتيان الفلسطينيين.

يقول شقير: "هناك القليل من الكتب الموجهة للفتيان في العالم العربي، ومن الصعب الكتابة لهذه الشريحة، لأن الكثير من الأشياء تحدث أثناء الانتقال من الطفولة إلى المراهقة، لكن تبقى الكتب مهمة جداً عندما نكون في مرحلة المراهقة".

ويقول: "لم أبدأ بقراءة الكتب حتى بلغت السادسة عشرة من عمري، لأنه ببساطة لم يكن هناك أي كتاب بمتناول يدي، أحياناً أشعر بالحزن لأنني لم أمتلك الفرصة للقراءة قبل تلك السن".

ويقول: "أعتقد أن من حق الأطفال الوصول للكتب، على سبيل المثال الكثير من الطلاب الذين أقابلهم يشكون من أن الكتب الموجودة في المكتبات المدرسية قديمة، وأنه يتم اختيارها لهم من قبل القائمين على المكتبة، يجب على الطلاب أن يختاروا الكتب بأنفسهم، لأن قراءة ما يختارون سيشجعهم على توسيع مداركهم".

– ما الموضوع المفضل في كتبك؟

أنا عادة أكتب عن العائلة، المدرسة، الوطن والنوع الاجتماعي، هذه جميعها مواضيع مهمة للفتيان، مثلاً أنا كتبت قصصاً تتحدث عن أهمية أن يتم الفصل بين الإخوة والأخوات في النوم عندما يبدأون بالنمو نحو مرحلة المراهقة، هذه المواضيع حساسة لكن يجب الحديث عنها حتى لا تبقى مخفية في العتمة.

– في نظرك ما أهم جانب يمكن فيه الكتابة للفتيان؟

أولاً احترام عقول الفتيان، ومنحهم مادة أدبية عميقة ومثيرة، ويجب أن نجذبهم للقراءة عبر الكتابة عن مواضيع اجتماعية وإنسانية، إضافة لذلك لا بد لنا من التطرق الى المواضيع الحساسة التي من الممكن أن تتعارض أحياناً مع الثقافة السائدة في مجتمعنا.

يجب أن يكون الأدب المكان المناسب لبدء جدل حول أمر ما، الكتب وحدها لا تستطيع تغيير المجتمع، ولكن إذا كانت قراءة كتاب ستقوي الصبي أو الفتاة في تعزيز قيمهما الإيجابية والتصدي للمفاهيم الخاطئة في المجتمع عندها سنكون قد قطعنا شوطاً طويلاً باتجاه التغيير الإيجابي.

للنقاش

- هل قرأت أي كتاب للأديب محمود شقير؟ ما رأيك بما قرأت؟
- هل الكتب مهمة بالنسبة لك؟ علل إجابتك.
- ما قصتك المفضلة؟ لماذا تفضلها؟ ما الرسالة الأساسية للقصة؟

لماذا كان الإعلام مهماً في حياتنا؟

نحتاج إلى وسائل الإعلام لمعرفة: ما يجري في العالم، وللاسترخاء والمتعة، فعن طريق المطالعة، والاستماع والمشاهدة، يمكننا الحصول على الأخبار العاجلة والاستمتاع بالموسيقى و"الفيديو كليب" بلمح البصر.

لا يمكن لأحد أن يشرح بالضبط كيف نتأثر بالانفجار الإعلامي المعاصر، وهذا ما يعكف عليه الخبراء والعلماء في أنحاء العالم حالياً، حيث يقومون على سبيل المثال بإجراء المقابلات مع الشبان حول: كم يستخدمون من الإعلام؟ وكيف يشعرون حيال ذلك؟ بهذه الطريقة يمكننا أن نعرف، مثلاً، أن العديد من الشبان يستقبلون مئات الآلاف من الرسائل الدعائية قبل سن (١٨)، وإن الكثير من الأطفال يمضون وقتاً أطول مع وسائل الإعلام مقارنة بما يمضونه مع دروسهم، ولكن لا أحد يستطيع أن يجزم إن كان هذا أمراً جيداً أم سيئاً، أم كليهما معاً؟ ما رأيك أنت؟

يملك مستخدمو الإعلام اليوم خيارات وإمكانات لا حصر لها، وهذا رائع!

ولكن هل تعلم أنك تستقبل مئات الآلاف من الرسائل الإعلامية دون أن يكون لك دور في اختيار أي منها؟، إنها تصلك كل يوم من خلال: نشرات الأخبار ولوحات الإعلان في الشوارع ومن واجهات المحلات والشاشات، قد تكون أخباراً محزنة، حول حرب أو نكبة، أو صورة أو إعلان تلفزيوني قد تجده مخيباً للآمال. فكيف يمكننا حماية أنفسنا من الرسائل غير المرغوبة؟

الإعلاميون لا يؤمنون بمبدأ الوصاية، أو محاولة إخبار وسائل الإعلام بما يجب أن تفعله أولاً، بل يفضلون أن تصبح أنت وغيرك من الشبان أكثر قوة وذكاءً، إذا تعلمت بشكل أكبر عن كيفية عمل وسائل الإعلام، يمكنك عندئذ أن تحلل الرسائل الإعلامية التي تعترضك يومياً وتنتقي منها ما يتوافق وقناعاتك بحيث لا تؤثر فيك بشكل سلبي.

الجيد والردىء

يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل كسلطة إيجابية من خلال قيامها بما يلي:

- تعزيز الديمقراطية بحيث تقوم بدور "حارس البوابة أي المراقب" على السياسيين والعاملين في مراكز القوة، وتقوم بإيصال أصوات ملايين المواطنين.
- نشر الأخبار والمعلومات والفرح والإلهام وفتح المجال لعوامل وأفكار جديدة.
- المساهمة في إحداث تفاهم أكبر بين الناس والثقافات.

ويمكن أن تكون ذات دور سلبي، في الحالات الآتية:

- حين يتم استخدامها لدعم حكومات ديكتاتورية وأفراد في السلطة، وحتى في الدول التي تدعي حرية الإعلام والديمقراطي، يتم توجيه وسائل الإعلام أحيانا بشكل جزئي لخدمة بعض المصالح.
- إذا تم توجيه وسائل الاعلام ولو جزئيا، بشكل يجعلها لا تتعارض أو تنتقد المصالح الإقتصادية للشركات الكبرى.
- إشعال أو حتى خلق نزاعات، بإعطاء تقارير مضللة والوقوف إلى جانب طرف دون الآخر.
- ممارسة الضغط على الشباب، الذين تؤثر الرسائل الإعلامية على ثقتهم بأنفسهم ونظرتهم لها بالترويج لقوالب سلبية أو لنماذج جمالية لا يمكن الوصول إليها.

حين نتحدث عن وسائل الإعلام في هذا الدليل، فإننا نشمل الكتب والمجلات والجرائد والمذياع والتلفاز والأفلام والفيديو والموسيقى وألعاب الكمبيوتر والتسجيلات والمدونات ووسائل الإعلام الاجتماعية والصور المتحركة ولوحات الإعلان والإعلانات وغيرها من الرسائل الإعلامية وأنت ما وسيلتك المفضلة؟





كم نستخدم من المواد الإعلامية؟

- ما الكم الإعلامي الذي نستخدمه؟
- املاً هذه الأوراق بالتفصيل قدر الإمكان، تذكر أنك قد تستخدم أكثر من وسيلة إعلامية في آن، فقد تقرأ الجريدة وأنت تستمع إلى المذياع، الرجاء تعبئة كليهما.
- إذا كان هناك وسيلة إعلام تعمل في هذه الأثناء مثلاً: أن يشاهد أخوك أو أختك التلفاز وأنت تحل الواجب في نفس الغرفة، فأدرج "التلفاز" في ورقة العمل.
- هناك نوع آخر من وسائل الإعلام ننسأه دوماً وهو الإعلانات، مثل الدعايات على التلفاز، لوحات الإعلان التي نراها في الشوارع أو الإعلانات الموجودة على الكثير من علب المواد الغذائية التي نشترها.

ورقة عمل

يوم في حياتي الإعلامية

التاريخ:

الاسم:

ضع إشارة (✓) في المربع المناسب:

● اختر الوسيلة الإعلامية:

تلفاز. ألعاب كمبيوتر. جريدة. مذياع. إنترنت. موسيقى. غير ذلك.

● اختر نوع المادة الإعلامية:

أخبار. برنامج فكاهي. انترنت.

● أين تجد المادة الإعلامية التي ترغب بها؟

تلفزيون فلسطين. موقع شبكة معاً. موقع وكالة وفا. قناة بي بي سي. موقع آخر:

● لماذا اخترت هذه الوسيلة؟

للتسلية. للحصول على معلومات. سبب آخر.

● كم تقضي من الوقت هناك؟ دقائق. ساعات.

● هل صادفت أي إعلان أثناء متابعتك لوسيلة الإعلام؟ نعم لا

نشاط

يناقش المعلم مع الطلبة نتائج هذه الورقة واسباب التباين بينهم في الاجابات.



الصورة تساوي ألف كلمة

هناك مقولة مفادها "إن الصورة تغني عن آلاف الكلمات"، ولكن في هذا النشاط ستتعلم كيف أن كلمات قليلة يمكن أن تغير معنى الصورة كلياً.

تستخدم العناوين لتوضيح معنى الصور، إن هدف هذا النشاط هو إظهار كيف أن نفس الصور يمكن أن تُفهم بطرق مختلفة، تبعاً للعناوين التي وضعت عليها.

- اختر بعض الصور من الصحف اليومية الفلسطينية
- اختر تعليقاً أو ضع واحداً من انشائك.
- ضع عنواناً يحث الناس على شراء مجلتك مثلاً.
- اقرأ العنوان بصوت عال على زملائك في الصف.

للتقاش

- كيف تغير معنى الصورة حين تبدلت الكلمات؟
- من الذي يقرر العناوين الرئيسية للمجلة؟
- ما الأكثر أهمية، التعليق أم الصورة؟ أم أن الأهم هو كيفية الدمج بين الاثنين؟ لماذا؟

ماذا يقول الأطفال:

أحب برنامج الشيخ محمد يعقوب على قناة الناس الإسلامية، عائلتي بأكملها تتابع هذا البرنامج، المشاهدون يتصلون بالشيخ ليحدثوه عن مشاكلهم، ويعطيهم حلولاً بناءً على ديننا الإسلامي، أنا لا أشاهد إطلاقاً أفلاماً بها مشاهد إباحية، أعتقد أن هذا شيء إباحي، ولذات السبب لا أعب على الكمبيوتر بعض الألعاب التي تحتوي على صور تخدش الحياء ومع ذلك أحب ألعاب الكمبيوتر بشكل عام مثل لعبة " تانتو " .

نبيل " ١٥ عاماً " من قطاع غزة

" أنا لا أحب الإعلانات لأنها تكذب وتحاول أن تخدع الناس، أحياناً الإعلانات التجارية تقول إن هذا المنتج رائع، وهو ليس كذلك، كما أنني لا أصدق ما تقوله لنا الاعلانات من أننا عندما نشترى منتجاً ما فسوف نحصل على آخر مجاناً، هذا كله كذب، لأننا بالفعل دفعنا ثمن المنتج المجاني عندما اشترينا المنتج المعلن عنه، أليس كذلك؟

" رغد ١٥ عاماً " من مدينة الخليل

مقابلة - ولاء البطاط

الأطفال هم الشريحة الأكثر تهميشاً في المجتمع الفلسطيني

عملت ولاء البطاط مقدمة برامج تلفزيونية للأطفال منذ أن كانت صغيرة، البداية كانت عبر محطة تلفزيون محلية في مدينتها الخليل ولم تكن حينها قد أكملت الثانية عشرة من عمرها. الآن تقوم ولاء " ٢٤ عاماً " بتقديم برنامجها الخاص للأطفال المعروف باسم " تلي جيم " عبر شاشة تلفزيون فلسطين.

– لماذا تقدمين برامج الأطفال على التلفزيون؟

أشعر أن الأطفال والفتيان هم الشريحة الأكثر تهميشاً في المجتمع الفلسطيني، لذلك أرغب بتسليط الضوء عليهم، ومنحهم مكانة بارزة ولو عبر برنامج مخصص لهم. التلفزيون بشكل عام لم يعطهم حيزاً كافياً في برامجهم، وبذلك لم يعطهم الحق في أن تسمع أصواتهم وآراؤهم من خلاله، من أجل هذا كافحت كثيراً لبقاء برنامج خاص بالأطفال على التلفزيون الوطني الفلسطيني.

– لماذا لا يحصل الأطفال على المساحة التي يستحقونها في تلفزيون فلسطين؟

أعتقد أن هذا سؤال يتعلق بالشأن المالي للتلفزيون، لدينا الكثير من الطموحات والأحلام والأفكار أيضاً، لكن ليس لدينا المال الكافي لإنتاج أي شيء، هذا أمر محبط للغاية.

– ماذا تقدمين في برنامجك؟

على مدار ساعة ونصف الساعة أسبوعياً، أستضيف الأطفال والفتيان الموهوبين، بعضهم يكتب والبعض الآخر يعزف الموسيقى، إضافة لذلك يحتوي البرنامج على رسوم متحركة وبرامج ترفيهية، الكثير من الأطفال يتصلون على البرنامج لمناقشة قضايا تهمهم، مثل ماذا يفعلون في أوقات فراغهم وغيرها من الأمور.

– ما أصعب تحدٍّ واجهك خلال عملك في البرنامج؟

الأطفال يتعرضون لعنف كبير من قبل الاحتلال الإسرائيلي، ويواجهون الدم والخوف يومياً، والكثير منهم يتحدثون باستمرار عن الشهداء والجرحى والأسرى، إنهم يحملون هموماً كبيرة على عاتقهم، كل هذا يصيبني بالإحباط في الكثير من الأحيان، ورغم ذلك أحاول دائماً أن أعود للتركيز على الحياة الطبيعية والاهتمامات الشخصية للأطفال والفتيان بعيداً عن السياسة، ومع ذلك يبقى الأمر صعباً للغاية.

للنقاش

- هل تعتقد أن برنامج " تلي جيم " نجح في جعل أفكار ووجهات نظر الأطفال والفتيان مسموعة؟
- هل هناك أي برنامج تلفزيوني آخر يسمح للأطفال والفتيان بطرح وجهات نظرهم؟
- ولاء البطاط تعتقد أن الأطفال والفتيان هم شريحة مهمشة في المجتمع، ماذا يعني ذلك؟

مقابلة - كامل الحسيني

العلاقات الإعلامية .. تدريب السياسيين على التعامل مع وسائل الإعلام

كامل الحسيني متخصص في العلاقات الإعلامية، وتكمن وظيفته في مساعدة الشخصيات البارزة إعلامياً من سياسيين، رؤساء الشركات وكبار الشخصيات من الحصول على تغطية إعلامية مناسبة وواسعة.

– ما طبيعة عملك؟

أنا همزة الوصل بين السياسي أو المسؤول في المؤسسات غير الحكومية والوسائل الإعلامية المختلفة. الهدف هو التأكد من حصول هؤلاء الأشخاص على الاهتمام الإعلامي، وليس استخدامهم كأداة، بل تدريبهم على كيفية التعامل مع الإعلام والتزام الهدوء حتى ولو واجهوا أسئلة تستفزهم. أنا أعمل على زيادة وعي هؤلاء الذين يواجهون وسائل الإعلام بشكل مستمر ومنتظم، لأن الصحفيين ليسوا أعداء، ومن المهم أن نفهم أن من واجب الصحفي توجيه الأسئلة الصعبة، وهذا يجب ألا يثير الغضب، لأننا يجب ألا نكون عدوانيين أو عاطفيين بل نهتم بالجانب الإنساني.

– من يستفيد من العلاقات الإعلامية؟

الجميع يحتاج أن يعرف ولو قليلاً عن كيفية عمل وسائل الإعلام. لكنني أعتقد أن من يعمل بحقل السياسة بالدرجة الأولى يحتاج إلى معرفة تامة عن هذا الموضوع، ومن المهم أن يعرف رؤساء المؤسسات غير الحكومية وأي شخص يواجه وسائل الإعلام في عمله طبيعة وقوة وسائل الإعلام ومدى تأثيرها، وبما أن الإعلام يفضل الأخبار السياسية عن الأخبار الأخرى فإن المعرفة مهمة جداً للسياسيين بشكل خاص.

– هل باستطاعة الشخص الذي تتم مقابله التأثير على ما يرد في الجرائد أو التلفاز؟

وسائل الإعلام تختلف عن بعضها البعض، هناك الصحافة المسموعة مثل الراديو، والمرئية مثل التلفزيون، والمكتوبة مثل الصحف والمجلات، وأنا أقوم بتدريب الأشخاص على تقديم رسالة مركزة، واضحة وجذابة لكل نوع من وسائل الإعلام. عند الحديث عن التلفاز لدينا نوعان من التدريب: النظري والعملي. يحتوي التدريب مثلاً على ما يمكن قوله أمام الكاميرا وما لا يمكن قوله، الملابس التي يجب أن يرتديها والمظهر العام. أما التدريب العملي فيقف الشخص أمام الكاميرا لساعات. لسوء الحظ معظم السياسيين لا يخصصون الوقت الكافي للتدريب العملي.

– هل العلاقات الإعلامية شائعة في فلسطين؟

الاهتمام بالإعلام في طور النمو، ولكنه ما زال صغيراً مقارنة بالولايات المتحدة الأميركية مثلاً. إمارة دبي في العالم العربي لديها نمو في العلاقات الإعلامية والسياسية، والمسؤولون هناك مدربون بشكل جيد على التعامل مع الإعلام. وتستهدف العلاقات الإعلامية السياسيين والمشاهير من الفنانين ونجوم المجتمع في الولايات المتحدة وأوروبا ولكن في العالم العربي يكون التركيز على الشخصيات السياسية فقط. هنا في فلسطين نرى السياسيين يرفضون التدريب على العلاقات الإعلامية. فهم يثقون في خبرتهم ويعتقدون أن لديهم المهارات للتعامل مع الإعلام دون تدريب، لكن أعتقد أن العلاقات الإعلامية مهمة جداً لهم وتحديداً عندما يتعاملون مع وسائل الإعلام الإسرائيلية "العدو" وبعض وسائل الإعلام الغربية. وأعتقد أن السياسيين الفلسطينيين الشباب أكثر تقبلاً واهتماماً بالمعرفة والتدريب بمجال العلاقات الإعلامية.

– البعض يعتبر ما تفعله نوعاً من الخداع للصحفيين والجمهور. ما رأيك؟

أنا أقدم لمن يطلب مساعدتي الإعلامية نصيحة وهي أن يكونوا دائماً صادقين ويعترفوا بأخطائهم، الانفتاح أمر مهم جداً، ثقة الشخص الذي يتعامل مع الإعلام ومصداقيته أمر في غاية الأهمية، هذا بالضبط ما نعلمه لمن نتعامل معهم وليس الخداع.

للمناقشة

● هل توافق العبارة القائلة: إن العلاقات الإعلامية نوع من الخداع للصحفيين والجمهور؟ ولماذا؟

تحليل الإعلام وفهمه

هل تساءلت يوماً من وماذا يقف خلف الوسيلة الإعلامية التي تستخدمها للحصول على الأخبار أو المعلومات أو التسلية؟ إن وراء كل رسالة إعلامية سلسلة من القرارات التي يتخذها صانعو الإعلام من مديعين، رؤساء تحرير، ومنتجين، وصانعي أفلام، ورسامي الرسوم المتحركة وآخرين....

ولكل منهم أسبابه الخاصة للعمل في الإعلام، فالبعض يرغب في رواية القصص، وآخرون يريدون تغيير العالم، وكسب المال، واستخدام التقنيات الحديثة، أو إضحاك الناس، والبعض يريد أن يقوم بكل شيء دفعة واحدة، القاسم المشترك بينهم جميعاً هو أنهم يريدون الوصول للجمهور والتأثير عليه: أتعلم من هو هذا الجمهور؟ إنه أنت!

كيف تؤثر وسائل الإعلام عليك؟

عادة ما نتأثر بالرسائل الإعلامية دون أن ندرك ذلك، سواء أكان مقالاً في صحيفة أو مسلسلاً هزلياً أو إعلاناً، فإن الرسالة قد صُممت لتجد صدى، بأن تشعرك مثلاً بالسعادة أو الغضب أو الإثارة أو الدهشة، وهذا في حقيقة الأمر أمر جيد، فكثير من الناس ألهمتهم وزادت من تصميمهم في الحياة قصة عظيمة، أو أغنية أو فيلم، على كل حال، في المرة المقبلة حين تشعر أن رسالة ما قد أثرت فيك، حاول أن تجد السبب، وهل تعكس مشاعرك ما تفكر وتشعر به فعلياً؟ أم أنك تعرضت للخداع من قبل صانع إعلام محترف: أنت فقط من يملك الجواب....

حلل نفسك

– في المرة المقبلة، حين تجد نفسك قد تأثرت بمقال أو برنامج تلفزيوني، فاسأل نفسك:

– من يقف خلف هذه الرسالة؟

– ماذا يريد أن يقول؟

– ماذا يريدني أن أشعر وأفكر؟

– كيف جعلتني هذه الرسالة

الإعلامية أشعر وأفكر؟

– هل ترك شيئاً ما؟ معلومة

مهمة أو صوتاً، يمكن أن يغير

شعوري وتفكيري؟

– ما التقنيات الإنتاجية التي

استخدمت؟ صور، موسيقى،

كلمات؟ وكيف تؤثر هذه على

قوة الرسالة بالنسبة لي؟

– هل تؤثر هذه الرسالة على

شخص آخر بطريقة مختلفة؟

– هل أثق بما تريد الرسالة الإعلامية أن تقوله لي؟





" انظر عن كثب "

تعتبر مهارة استخدام وسائل الإعلام بناءة جداً، للتفكير فيما وراء أية مادة إعلامية وتحليلها عن كثب لفهم المعنى بشكل أعمق، وهنا ننظر إلى بعض الإعلانات، ولكن يمكن تحليل أية مادة إعلامية بهذه الطريقة مقال صحفي، كوميديا، فيلم... الخ. الهدف هو أن نتعلم طرح الأسئلة على أية مادة إعلامية، وبذلك نعبّر بالكلمات عن المشاعر التي تثيرها هذه الرسائل فينا وما يؤثر علينا بشكل فعلي.

ابداً بالنظر إلى هذه الإعلانات واحتفظ بالأسئلة في رأسك حين تتعرض للمزيد منها في الصحف أو التلفاز، وعندها ستجد أن هناك تكراراً لبعض الرسائل والأنماط، فعلى سبيل المثال هذه الإعلانات عادة ما تصور المرأة وهي تقف في أوضاع غير طبيعية وغير مريحة، بينما يبدو الرجل على طبيعته ينظر إلى الأفق. في المادة الإعلامية تحديداً في الأفلام أحياناً ما يقوم المخرج بإعطاء الأدوار الطيبة لأشخاص يتمتعون بالجمال، والأدوار الشريرة إلى الشخص الأقل جمالا، لماذا؟

توضيح

سنستخدم الإعلانات لتوضيح هذا النشاط، ما يقوم الطالب بقص إعلاني واضح بشكل كبير من الصحف أو المجلات، ويجب أن تتناسب الأسئلة مع الإعلانات، الأسئلة أدناه غير نهائية فبالإمكان وضع المزيد من الأسئلة حول الإعلانين.

- ماذا يفعل الأشخاص المتواجدون في الصورة؟
- من منهم يبدو عليه النشاط؟ من منهم يراقب فقط؟
- من المسؤول؟
- من منهم يبتسم؟ من الجاد فيهم؟
- من الحزين فيهم؟ من المبتهج؟
- من الضحية؟ من المتهم؟
- من لديه مشكلة؟ من لديه الحل؟
- من الذي قام بتمويل الإعلان؟
- ما الهدف من تمويله؟
- من المستهدف؟
- ما النص أو الصورة أو الصوت الذي قد يوصلك إلى النتيجة؟
- ما الرسالة التي يتضمنها النص؟
- ما القصة التي لم تحك؟
- كيف تكون هذه الرسالة الإعلامية مفيدة / أو ضارة؟

تمعن أكثر في الإعلان وأجب عن الأسئلة لنفسك، ثم شارك ثلاثة أو أربعة من زملائك بمناقشة إجاباتك، هل يتفقون جميعاً؟ ما الطرق الأخرى لتفسير هذا الإعلان؟

ورقة عمل



الذكر والانثى في وسائل الإعلام

هل تعلم أن المرأة هي المسؤولة عن ثلثي العمل على هذا الكوكب؟

لكن هذا لا يظهر في وسائل الإعلام، لقد اكتشف الخبراء أن المرأة تصور دومًا في الإعلام وهي داخل البيت، بينما يصور الرجال خارجه، وفي الإعلانات تظهر المرأة وهي في البيت، أو المطبخ، أو تقوم بالغسيل، بينما تصور الإعلانات الرجل وهو يعمل أو في الطريق إلى العمل، يقود سيارته الجديدة والسريعة.

وحتى في الصحف اليومية، ونشرات الأخبار غالبًا ما يظهر الرجل كرئيس سياسي، أو مدير، أو محلل مالي، بينما تقوم المرأة بدور الأم أو عارضة أزياء.

1



2



في رأيك، كيف تصور الفتاة / المرأة دومًا في الإعلام؟ ضع علامة (✓) داخل المربع.

- | | | | | |
|---------------------------------|--|---------------------------------|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> صديقة | <input type="checkbox"/> محتالة | <input type="checkbox"/> مستقلة | <input type="checkbox"/> خجولة | <input type="checkbox"/> ثرثارة |
| <input type="checkbox"/> واثقة | <input type="checkbox"/> ناعمة | <input type="checkbox"/> صارمة | <input type="checkbox"/> حساسة | <input type="checkbox"/> متهورة ومجنونة |
| <input type="checkbox"/> جادة | <input type="checkbox"/> ضاحكة | <input type="checkbox"/> أنيقة | <input type="checkbox"/> دميمة | <input type="checkbox"/> ذكية |
| <input type="checkbox"/> مراهقة | <input type="checkbox"/> غريبة الأطوار | <input type="checkbox"/> حنونة | <input type="checkbox"/> داعمة | <input type="checkbox"/> قوية |
| <input type="checkbox"/> ضعيفة | <input type="checkbox"/> قاسية | <input type="checkbox"/> مسلية | <input type="checkbox"/> كسولة | <input type="checkbox"/> سعيدة |
| <input type="checkbox"/> غبية | <input type="checkbox"/> مظلومة | <input type="checkbox"/> فوضوية | <input type="checkbox"/> قديرة | <input type="checkbox"/> هادئة |

في رأيك، كيف يصور الفتى / الرجل في الإعلام؟ ضع علامة (✓) داخل المربع.

- | | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> صادقاً | <input type="checkbox"/> محتالاً | <input type="checkbox"/> مستقلاً | <input type="checkbox"/> خجولاً | <input type="checkbox"/> ثرثاراً |
| <input type="checkbox"/> واثقاً | <input type="checkbox"/> ناعماً | <input type="checkbox"/> صارماً | <input type="checkbox"/> حساساً | <input type="checkbox"/> متهور |
| <input type="checkbox"/> جاداً | <input type="checkbox"/> ضاحكاً | <input type="checkbox"/> أنيقاً | <input type="checkbox"/> دميماً | <input type="checkbox"/> ذكياً |
| <input type="checkbox"/> مراهقاً | <input type="checkbox"/> غريب الأطوار | <input type="checkbox"/> حنوناً | <input type="checkbox"/> داعماً | <input type="checkbox"/> قوياً |
| <input type="checkbox"/> ضعيفاً | <input type="checkbox"/> قاسياً | <input type="checkbox"/> مسلياً | <input type="checkbox"/> كسولاً | <input type="checkbox"/> سعيداً |
| <input type="checkbox"/> غيبياً | <input type="checkbox"/> مظلوماً | <input type="checkbox"/> فوضوياً | <input type="checkbox"/> قديراً | <input type="checkbox"/> هادئاً |

بعد تعبئة النموذج، شارك بقية طلبة الصف برأيك، في حوار صفي أو مجموعات نقاش:

- ماذا كان رأي معظم الطلبة حول صفات المرأة والرجل حسب الظهور في الإعلام؟
- هل هذه صورة حقيقية؟ هل تجري الأمور في بيتك على هذا النحو؟
- برأيك، كيف يؤثر الإعلان والإعلام على تكوين وجهة نظرك حول العالم؟

مقابلة - باسمة التكروري

الإعلام الفلسطيني يكرر نفسه وأغاني الفيديو كليب تصيب الفتیان بانفصام في الشخصية

باسمة تکروري روائية ومحركة في ملحق "يراعات" التربوي الصادر عن مؤسسة تامر للتعليم المجتمعي، تكتب القصة منذ كانت في الخامسة عشرة من العمر، بدأت مشوارها مع الكتابة منذ أن التحقت بورشة عمل للشباب حول الكتابة الإبداعية والرسم.

باسمة تحب أن تكون كاتبة، لكن المشهد الإعلامي الفلسطيني الحالي يجعلها حزينة. "قبل اجتياح الضفة الغربية عام ٢٠٠٢ كان هناك ازدهار في المشهد الإعلامي الخاص بالأطفال والفتيان، لكن الآن كل شيء معطل. كنا نقوم بعمل رائع فيما يتعلق بتشجيع الفتیان على الاشتراك وإنتاج المواد الإعلامية، الآن العمل مع الفتیان سطحي، وكأننا على خشبة مسرح، نتظاهر أننا نعمل لكن ليس هناك عمل حقيقي"، تقول باسمة تکروري.

– لماذا تعتقدین أن المشهد الإعلامي الخاص بالأطفال والفتیان يسوء؟

أعتقد أن جميع دوافعنا اختفت مع تدمير أو هام قيام دولة فلسطينية، الآن الصحافة الفلسطينية تعيد نفس القصة مراراً وتكراراً، الإعلام كسول، إنه يتوقع أن تأتي الأخبار إليه، وليس أن يذهب الصحفيون وراء الأخبار، لم يعد هناك إبداع في الصحافة كحرفة، ووسائل الإعلام تقودها الإعلانات التجارية وليس المحتوى الجيد.

– ما تأثير هذا على الفتیان حسب اعتقادك؟

هناك المئات من الرسائل السلبية المدمرة التي تتنافس على جذب اهتمام الفتیان، وخاصة الفيديو كليب، كونهم المستهدف الأول من هذه الرسائل، ما سبب عزلهم مجتمعيًا، نحن حاليًا نعاني من انفصام الشخصية عند قسم كبير من الفتیان والفتيات، في أحيان كثيرة تبث الفضائيات أغاني "فيديو كليب" التي تظهر فيها الفتيات بملابس وأزياء لا يرتدينها في الشارع والجامعات والأماكن العامة، لأن غالبية هذه الأزياء غير مقبولة في مجتمعنا المحافظ، لذلك ما يراه الفتیان على الفضائيات يختلف كلياً عما يرونه في الواقع. ومن جهة أخرى يقال لهم إن القيم التي يقدمها "الفيديو كليب" لا بأس بها، لذلك يقلدون الملابس وقصة الشعر، لكن في الجهة المقابلة يدين المجتمع هذا التقليد ويرفضه، مما يخلق حالة من الإرباك والانفصام لدى الفتیان ما بين المقبول والمرفوض مجتمعيًا.

للنقاش

- باسمة تقول إن الإعلام الفلسطيني يكرر نفس القصة مراراً وتكراراً – ولكن مع اختلاف الناس – أي قصة تقصد بكلامها؟
- هل تعتقد أن الفيديو كليب يعطي الصورة الحقيقية للفتیان اليوم؟، علل إجابتك.
- إذا كنت بصدد إنتاج برنامج تلفزيوني يستهدف الفتیان، ماذا ستقدم لهم في هذا البرنامج؟

مقابلة - سعيد الماروق

أريد أن أرسم صورة ملونة للعالم العربي

سعيد الماروق منتج أغاني فيديو، يعيش ويعمل في لبنان، أنتج العديد من الأغاني المصورة "فيديو كليب" لأشهر المغنين في العالم العربي، من أشهر أغاني الفيديو كليب التي أخرجها الماروق أغنية كان بطلها شاباً أصم وأبكم وكان هذا الفيديو كليب الأول في العالم العربي الذي كان بطله شاباً من ذوي الاحتياجات الخاصة. ملايين الفتيان والشباب في العالم العربي الذين يعانون من الصمم لا يظهرون على التلفزيون إلا ليتحدثوا عن معاناتهم لكن هذا الفيديو كليب، قدم شكلاً آخر لهم، الشباب الوسيم الذي يستطيع أن يعيش حياته بشكل طبيعي ويخطب ويتزوج بمن يحب. سألنا المخرج اللبناني ما يلي:

– لماذا تعمل في مجال الأغاني المصورة "الفيديو كليب"؟

لدي شغف كبير بالصورة الممتزجة مع الموسيقى، عندها تصبح الصورة أداة قوية جداً وتتفاعل مع عواطف الناس، والأغاني المصورة هي نوع من الفن الذي ليس له قواعد، إنه حقل مثالي للتجريب، "الفيديو كليب" هو نوع من التمرد في حد ذاته، ويمكنني استخدامه للتواصل مع الأشخاص الذين يستخدمون أدوات مختلفة مثل: الإضاءة، التمثيل، الديكور، المجموعات أي الممثلين والتأثيرات البصرية.

– ما هدفك عندما تنتج أغنية مصورة؟

الهدف، الذي ما زال هو ذاته عندما بدأت بصناعة الأغاني المصورة، هو رسم صورة ملونة للعالم العربي، وإنشاء قاعدة قوية لإنتاج السينما الحديثة، الأغاني والموسيقى المصورة هي الوسيلة الفعالة لرفع توقعات المشاهدين، وأنا أريد لهم أن يتوقعوا صورة عالية الجودة.

– أنت صاحب جميع القرارات حول أغنية الفيديو؟

كل عضو من أعضاء الطاقم، الفنان، المخرج، ومدير شركة الإسطوانات، المصمم وغيرهم، يساهمون في العمل والإنجاز النهائي يحمل لمسة كل عضو منهم، لكن رغم أنني أحترم دور كل واحد منهم، لكن رؤيتي الفنية هي التي تقدم الأغنية المصورة لأنني مخرج العمل ومديره في النهاية.

– ما الفرق بين جنون أغاني الفيديو في العالم العربي وتلك التي في الغرب أو في أي مكان آخر في العالم.

أغاني الفيديو ما زالت ظاهرة حديثة في العالم العربي، الثقافة الغربية تستخدم الصور المؤثرة قبلنا بكثير، في الغرب تعتبر الصورة حاسمة في بناء الثقافة والمجتمع، والثقافة التجارية والفنية، بينما في العالم العربي ما زال للكلمة الدور الأساسي، لكن الصورة حالياً تكسب المزيد من المساحة في الثقافة العربية، على سبيل المثال الثقافة البصرية الغربية المتحررة تنافس أغنية الفيديو في لبنان.

– هل هناك أية قواعد أو لوائح تنظيمية بخصوص محتوى الأغاني المصورة؟

بالتأكيد، هناك ما يتعلق بالعلامة التجارية، وكل فنان يمتلك الحق في حماية منتجه والتحكم في كيفية الترويج له. ومن ناحية أخلاقية، الأمر يعود للمجتمع كله، وأنا أعتقد أنه من غير المقبول أن تُحرق هذه القواعد، لأن التمرد الفني يجب أن يكون في إطار قدرة الجمهور على قبول ما هو جديد.

– ما الحدود الأخلاقية التي تلتزم بها عندما تخرج أغنية مصورة؟

أولاً وقبل كل شيء، الصورة هي الابنة المقدسة لروحي الفنية، أحب الصور والألوان، وأحترم المشاعر المقدسة للإنسان، وجميع الرغبات والهواجس، حتى تلك غير الطبيعية، أنا سعيد بكل محاولات في التصوير، لكن بالتأكيد

دون أن أقدم شيئاً سهلاً أو سطحياً أو رخيصاً.

– هل تعتقد أن الأغاني المصورة تؤثر على الأطفال والفتيان؟

أغاني الفيديو كليب فيها عالم بصري حالم، وهو قريب من الطريقة التي يعمل بها عقل الفتیان، التمرد، الحرية، التغيير، الظهور، المشاعر غير المحدودة، المظهر العصري، كلها أشياء مشتركة بين الفتیان وأغاني الفيديو، من أجل ذلك فإن أغاني الفيديو كليب مهمة جداً عندما يتعلق الأمر بتأسيس الفتیان لاتجاه ما في حياتهم. الأطفال أيضاً ينجذبون إلى العروض الموسيقية الملونة، لكن يتوقف على الوالدين ترك طفلهم يشاهد أي نوع من الأغاني، فهناك خطورة عليهم من الصور القذرة أو تلك التجارية جدا، والتي تتسبب بصدمة لهم ويكون تأثيرها سلبياً على الطفل.

للتقاش

- سعيد يعتقد أن المشاهد والصور أصبحت أكثر أهمية في الثقافة العربية. هل توافقه على ذلك؟ وكيف تعتقد أن هذا الشيء يعمل على تغيير تأثير وسائل الإعلام؟
- سعيد يقول أيضاً إن الأغاني المصورة والفتیان لديهم الكثير من الأشياء المشتركة؟ هل توافقه على ذلك أو لا؟ ولماذا؟
- هل تعتقد أن هناك فرقاً في كيفية ظهور الرجال والنساء في الأغاني المصورة؟



أطفال خلال مشاركتهم إحدى ورشات عمل التثقيف الاعلامي في مركز تطوير الاعلام – آذار ٢٠٠٩

اجعل صوتك مسموعا

معظم المؤسسات الإعلامية تسعى للوصول إلى علاقات جيدة مع جمهورها، فهم يهتمون بما تفكر به- أو بالأحرى عليهم أن يفعلوا ذلك، لأنهم لن يستطيعوا الحصول على المال اللازم لتسديد الدعايات مما سيؤدي بهم إلى الإفلاس. ولكنهم نادراً ما يحصلون على تغذية راجعة من الصغار بل ويتناسون وجودهم. من الوسائل الكفيلة لتذكيرهم بذلك هو التواصل مع أية محطة تلفزيونية، أو صحيفة، أو برنامج إذاعي أو أي وسيلة أخرى، يمكنك أن ترسل إليهم بريداً إلكترونياً، أو تتصل بهم تلفونياً، أو تراسلهم، يمكنك أن تقتطع بطاقات بريدية من هذا الكتيب، قد تتفاعل مع موضوع رأيت، شيئاً تسبب في غضبك وترغب في تغييره والتعليق عليه، أو يمكنك أن تكتفي بتذكيرهم أن الفتیان هم أيضاً مستخدمو إعلام ولديهم توقعات عالية من صانعي الإعلام.

ورقة عمل



بطاقة معايدة غير مطبوعة

مرحباً

عمري وأنا أنثى ذكر، أعيش في

أنا واحد من مليوني طفل وفتى فلسطيني، جمهوركم الحالي والمستقبلي.
أود أن: أخبركم شيئاً أشكو أحتج بقوة.

مع تحياتي

.....

وأصدقائي يعتقدون الشيء نفسه.

ضع طابعاً هنا

إلى

ماذا يقول الأطفال:

"أحب مشاهدة التلفزيون كثيراً، وتحديداً البرامج التي فيها مشاركة، وأحب الصحف والمجلات التي تنشر صوراً كثيرة، الصور في المجلات والتلفزيون تمكنني من مقابلة أناس يعيشون في دول أخرى بعيدة، أحب أن أقرأ عن المشاهير والأحداث الغربية التي تحدث في العالم، لا أحب رؤية صور الموتى في التلفزيون والصحف، مثل الأطفال الشهداء إنها تجعلني أشعر بالخوف والحزن معاً.
تقوى " ١٤ عاماً " من مدينة غزة

عناوين

على كافة وسائل الإعلام أن توفر لمستخدميها وقرائها ومشاهديها ما يلي:

- عنواناً يسهل الوصول إليه.
 - الشخص المسؤول عن المادة الإعلامية (يكون عادة رئيس التحرير أو المدير)، ووسائل الاتصال بهم.
- انظر إلى المعلومات الموجودة في الافتتاحية سواء في الصحيفة أو الإنترنت كي تحصل على معلومات حول الاتصال، وللبدء بذلك هذه معلومات للاتصال ببعض الشبكات الإعلامية الكبرى في فلسطين:

جريدة القدس
العنوان
رقم الهاتف
الموقع الإلكتروني
www.alquds.com

جريدة الأيام
ص.ب. ١٩٨٧
رام الله
٠٢٢٩٨٧٣٤١
info@al_ayyam.com
www.al-ayyam.ps

جريدة الحياة
ص.ب. ١٨٨٢
رام الله
٠٢٢٤٠٧٢٥١
alhayat@p-ol.com
www.alhayat-j.com

سببيس تون
دبي، الامارات العربية
المتحدة
ص.ب. ٣٥٩٢٤
الموقع الإلكتروني
www.spacetoon.com

قناة الجزيرة للأطفال
ص.ب. ٢٣١٢٧
الدوحة، قطر
٠٧٧٧-٤٨٩-٠٠٩٧٤
الموقع الإلكتروني
www.aljazeera.net

هيئة الإذاعة الفلسطينية
العنوان
٠٢٢٢٩٥٩٨٩٤
pbcinfo@pbc.gov.ps
www.pbc.gov.ps

روتانا
برج المملكة- منطقة العليا
الرياض، السعودية
٢١١٠٠٠٠ ١٩٦٦٠٠
info@rotana.net
www.rotana.net

MBC
دبي، الإمارات العربية المتحدة
ت: ٩٧١٤٣٣٥٥٨٥٨
ads@mbc.net
distribution@mbc.net

طيور الجنة
مؤسسة طيور الجنة الفنية
للأطفال، عمّان، الأردن
٠٠٩٦٢٦٥٦٠٦٣٠٧
ص.ب. ٢٤٠٦٦٤
www.toyoraljanah.com

ارفع صوتك عالياً!

ماذا تفعل إذا أغضبك شيء ما في وسائل الإعلام؟

قد تهز كتفك استهجاناً، وتعتقد أنه لا يمكنك عمل شيء؟ هذا غير صحيح! لقد أصبح من السهل الآن أكثر من أي وقت مضى أن تخبر أولئك الذين خلف الكواليس بما يدور في رأسك. اغتنم الفرصة واسمع صوتك، إذ إن صناع الإعلام يهتمون بآراء الشباب وأفكارهم أكثر مما تظن، وتذكر، أنهم يرغبون بالوصول إلى جمهورهم: ألا وهو أنت! وكلما استمعوا إلى أناس أكثر، مالوا إلى الاهتمام والتغيير بشكل أكبر. اعط تغذية راجعة إيجابية أيضاً! وهذا من شأنه أن يزيد من قوة صانعي الإعلام الذي تفضله أنت ويساعدهم في البقاء في عملهم.

قل كلمتك لصانعي الإعلام

إذا أردت أن تقدم شكوى بشأن برنامج تلفزيوني أو تقرير إخباري، اتصل بغرفة الأخبار مباشرة حيث رئيس التحرير أو بالصحفي، ويمكنك أن تجد معلومات الاتصال مطبوعة في الجريدة أو على غطاء قرص مضغوط أو على الانترنت، وفي بعض الأحيان يقوم برنامج تلفزيوني أو إذاعي بتوفير معلومات الاتصال في نهاية العرض، ويمكنك أيضاً أن تكتب شكاوك إلى أصحاب الشركة الإعلامية.

خاطب وكالات الإعلانات وشركاتها

هل شاهدت مرة رسالة دعائية لا تستسيغها؟ ربما اشتريت جهازاً ليس بالجودة التي وعد بها إعلان أو دعاية تلفزيونية؟ أولاً وقبل كل شيء، اتصل بالشركة صاحبة المنتج، وعادة يكون للشركة (سواء كانت شركة مرطبات أو سلسلة من المخازن) دائرة للتسويق يمكنك الاتصال بها، وأيضاً حاول الوصول إلى الإدارة العليا للشركة، لأنهم من يتحملون المسؤولية الكاملة عن إعلانهم. ويمكنك التواصل أيضاً مع شركة الإعلانات، وعادة يكون اسم الشركة مطبوعاً بأحرف صغيرة في طرف الإعلان.

اتصل بالمسؤولين

اتصل بالمسؤولين المحليين أو الوطنيين وأخبرهم برأيك حول وسائل الإعلام، إن مساعدتك وحمايتك هي مسؤوليتهم، إن الاستماع إليك وإلى رفاقك جزء من عملهم. أرسل رسائل عبر البريد الإلكتروني، والعادي أو الهاتف، أو قم بالتوقيع على عريضة أنت وأصدقائك، وكلما ازداد عددكم ازدادت رسائلكم قوة!





من الذي يصنع الخبر؟

تمعن جيداً في أي فضائية عربية أو محطة تلفزيون وطنية، وحاول أن تعرف من الذي يصنع الخبر، اختر نشرة أخبار وسجلها لتعرف وجهة النظر المسيطرة في الأخبار، وعندما تنتهي أحضر تسجيلاتك إلى الصف وقارن ما توصلت إليه مع زملائك.

فكرة هذا النشاط تتضمن النظر إلى الأخبار بعيون ناقدة، هل حياة صغار السن والأطفال مصورة في الأخبار؟ ما المهم؟ وما الذي يعتبر غير مهم؟

تسجيل نشرة أخبار

التاريخ:
النشرة الإخبارية:
المعتمد(ون):

بالنسبة لأهم ثلاثة أخبار، ضع قائمة:

المذيع: المذيع: المذيع:
الموضوع: الموضوع: الموضوع:

بالنسبة للنشرة بشكل عام، عدد:

كم خبراً كان عن البالغين؟
وكم خبراً كان عن الشباب والأطفال؟

عدد أي موضوعات عُرضت على أنها مواضيع أطفال نموذجية، مواضيع فتيان أو مواضيع بالغين.

اختر واحداً من الأخبار المهمة : هل كان هناك خبير في هذا الخبر؟

نعم لا إذا كان الجواب نعم، فمن هو؟ رجل أم امرأة؟، كبير أم صغير؟، ما جنسيته؟

هل كان هناك ضحية في القصة؟

نعم لا إذا كان الجواب نعم، من هو؟ رجل أم امرأة؟، كبير أم صغير؟، ما جنسيته؟

هل كان هناك متهم؟

نعم لا إذا كان الجواب نعم، من هو؟ رجل أم امرأة؟، كبير أم صغير؟، ما جنسيته؟

ملاحظات أخرى؟

ما الجديد في الأخبار؟ شارك زملاءك بما توصلت إليه، في مجموعات عمل للتحليل والتقويم.

حقائق و تساؤلات :

- ٦٤٪ من الشعب الفلسطيني تحت سن ١٥ (تقرير التنمية البشرية ٢٠٠٧-٢٠٠٨). هل عكست الأخبار هذه الحقيقة؟ هل حصل الأطفال والشباب على نصف التغطية الإخبارية؟
- ما الدور الذي لعبه صغار السن في الأخبار؟ هل هذه هي الصورة الحقيقية لحياة الفلسطينيين الصغار، لحياتك أنت و حياة أصدقائك؟
- الطريقة التي يُصوّر بها صغار السن في الأخبار هل تعتبر جيدة؟ هل ينبغي تغييرها أو تطويرها بأي طريقة؟

ماذا يقول الأطفال:

أصدقاء شبكة الإنترنت

على الرغم من الحواجز العسكرية الإسرائيلية

ساهر يبلغ من العمر " ١٥ عامًا "، ويعيش في مدينة الخليل، يقول: بسبب الحواجز العسكرية الإسرائيلية المنتشرة في الضفة الغربية لا أستطيع أن ألتقي صديقي الذي يعيش في مدينة رام الله، لكن بفضل الإنترنت نتواصل معاً.

أستخدم قلبي

إسلام من أبو ديس يبلغ من العمر ١٤ عامًا، يكتب مواضيع في صحيفة تصدر عن مؤسسة شبابية، وهذه أهم هواياته، يقول: العديد من أصدقائي في سجون الاحتلال الإسرائيلي، وأنا نجوت من هذا المصير بأعجوبة، في صباح أحد الأيام عندما كنت أرمي الحجارة مع أصدقائي على جنود الاحتلال، أمسكني أحد الجنود وضربني على وجهي وطلب مني ذكر أسماء الأطفال الذين كانوا يرمون الحجارة معي، غير اني تمكنت من الهرب، واليوم أكتب في مختلف المواضيع التي تهمني، وأتعلم العمل الصحفي، وأراسل أصدقائي عبر مختلف الوسائل المتاحة.

مقابلة - رناد القبج

رناد القبج: لا يوجد في فلسطين صحافة متخصصة بقضايا الأطفال

رناد القبج مديرة مؤسسة تامر للتعليم المجتمعي التي تصدر الملحق الدوري التربوي "يراعات" المتخصص بنشر المقالات والقصص التي يكتبها الفتيان بأنفسهم قالت: "المواضيع التي يكتبها الفتيان تعبر دوماً عما يواجهونه في الحياة وعما يشغل بالهم، نحن في "مؤسسة تامر" نعتقد أن وجود ملحق يكتب فيه الفتيات والفتيات، يشجع المزيد منهم على الإقبال على القراءة والكتابة، وتحديدًا في هذه الأيام حيث لم يعد الإعلام المطبوع ينافس التلفزيون والإنترنت، هذه هي الطريقة لجعل كل الخيارات متوفرة للأطفال الفتيان، وبذلك نعطيهم فرصًا متنوعة".

– برأيك، هل يعكس الإعلام الفلسطيني هموم الأطفال والفتيان وقضاياهم؟

لسوء الحظ، هذا لا يحدث سواء في تلفزيون فلسطين الوطني أو في الصحف الرئيسية الثلاث، وحسب ما أعتقد لا يوجد في فلسطين جميعها صحافي متخصص بشؤون الأطفال تحت سن ١٨ عامًا. هناك صفحة أسبوعية للأطفال في صحيفة القدس على سبيل المثال وهي غير كافية، ولا يوجد متابعة للقضايا والهموم التي تواجه الفتيان، وتتم معالجة مشاكلهم وقضاياهم من منظور الكبار، والتركيز دائمًا يكون على الوضع السياسي، وطرح قضايا الأطفال تحت إطار السياسة أي "تسييسها" يؤدي إلى اختطافهم بعيدًا عن سياقهم الإنساني الطبيعي.

– ما الوقت المناسب لبدء الأطفال والفتيان التعلم حول الإعلام؟

محو الأمية الإعلامية موضوع مهم للغاية يجب أن تبدأ المدارس بالتعامل معه، بالطبع يوجد صفوف دراسية مزدحمة جدًا والكثير من الأمور المعقدة التي تجعل التعاطي مع هذا الموضوع أمرًا صعبًا، ورغم ذلك يبقى موضوع محو الأمية الإعلامية أمرًا مهمًا للأطفال الذين يتواصلون يوميًا مع وسائل الإعلام، ويجب أن يفهموا كيف يعمل الإعلام. هذا يشمل معرفة كيفية الدخول لأنواع مختلفة من الإعلام الذي يُدعى السلطة الرابعة، ويعني أيضًا أن من المفروض على الإعلام أن يقوم بدوره بشكل مستقل لتقييم الحكومة والمجتمع، وأن يكون العين والأذن للمواطنين عبر إعطائهم معلومات حقيقية وذات صلة. أعتقد أن أفضل مكان للتعلم وتعريف الإعلام هو مكتبة المدرسة، يجب ألا يكون هذا المكان مقتصرًا على القراءة وحسب، بل مكانًا للتعلم وطرح الأسئلة.

للنقاش

- ماذا تعني كلمة "من منظور الكبار" حسب رأيك؟
- ماذا يعني "تسييس قضايا الأطفال" حسب اعتقادك؟
- ماذا تحب أن تقرأ في قسم الصحيفة الخاص بالفتيان؟

مقابلة - علاء صيام

علاء صيام: تجارب الشباب العملية أفضل وسيلة للتعلم

علاء علي صيام يبلغ من العمر ١٤ عاماً يكتب مقالات لمؤسسة شبابية تركز على دعم وتشجيع الإبداع لدى الشباب وتصدر ملحقاً في واحدة من الصحف الفلسطينية الرئيسية وتتضمن قصصاً يكتبها الشباب وتكون موجهة لقطاع الشباب أيضاً.

- لماذا تشارك في النشاطات؟

أنا أحب الكتابة والمشاركة في النشاطات المجتمعية، وأرغب بتعلم الكثير عن المجتمع المحلي، وعن ظروف حياتنا كفلسطينيين، ولاحقاً أخبر عائلتي وأصدقائي من خلال المجلة عن الأشياء التي استمتعت بها، والمشاكل التي تواجه الشباب في هذا المجتمع، أنا أبدأ بالكتابة عن مشاكلي ومعاناتي وهي تختلف ربما عن غيرها من مشاكل الشباب، لذلك أرغب بتعلم المزيد عما يواجهه الشباب، وبذات الوقت أخبرهم عن تجاربي التي أتعلم منها.

- ما أنواع القصص التي تحب كتابتها؟

- أحب الكتابة عن الرياضة التي يحبها الشباب، والفرص المتاحة للرياضيين الشباب هنا، وهل يوجد إمكانيات تدريبية؟، وأيضاً أحب أن أكتب عن الشخصيات المؤثرة في المجتمع سواء السياسيين، أو الأطباء، أو المهندسين، أو أي شخص يقوم بعمل مميز، اعتقد أن عرض النماذج الواقعية أمر مهم للشباب.

- برأيك، كيف تؤثر وسائل الإعلام والإعلانات على الشباب؟

يظهر التأثير السيئ للإعلام عندما يبدأ الشباب البالغون والأطفال بالتقليد الأعمى لما يرونه في وسائل الإعلام، مثلاً هناك عدد من أصدقائي يصرون على تصفيف شعرهم مثل الفنانين أو يرتدون ملابس بموديلات غريبة مثل بعض المطربين والفنانين المشهورين، لكن أنا شخصياً لا أقوم بذلك.

- ما أفضل شيء في وسائل الإعلام؟

أفضل شيء في الإعلام هو أنه يزودنا بمعلومات كثيرة بسرعة، عن أماكن وشخصيات بعيدة أو لا نعرف عنها الكثير، وأعتقد أن الإعلام يقلص الفجوة بين الأغنياء والفقراء، الرجال والنساء فالكل يعتمد على وسائل الإعلام لتزويدهم بالمعلومة وهي متاحة للجميع.

- ما أسوأ شيء في وسائل الإعلام؟

الكذب هو أسوأ شيء في وسائل الإعلام، مثلاً في بعض الأحيان إذا انحاز الإعلام لشخص أو حزب فإنه يبدأ بترويج أكاذيب لإظهار هذا الشخص أنه بطل، مع أن الأمر ليس كذلك. وأمر آخر سيئ هو عندما يكون هدف وسائل الإعلام الوحيد والأول هو تحقيق الربح، بدل تزويد الناس بمعلومات دقيقة ومفيدة وبشكل سريع. وأعتقد أن وسائل الإعلام يجب أن تولي مزيداً من الاهتمام بالشباب والقضايا التي تتعلق بهم مثل: التعليم، الصحة، العنف في المنزل، وغيرها من القضايا المهمة.

للنقاش

- حسب رأيك ما أفضل شيء في وسائل الإعلام؟
- ما أسوأ شيء في وسائل الإعلام؟
- علاء علي صيام لا يحب وسائل الإعلام عندما يقوم أصدقاؤه بتقليد نماذج لفنانين يرونهم في وسائل الاعلام. هل تتفق معه؟ أو هل تستطيع أن تقلد فنانين في تسريحة الشعر وطريقة الملابس كطريقة مرحة للتعبير عن نفسك؟

مقابلة - قاسم منصور

قاسم منصور: تلفزيون فلسطين لا يملك أية ميزانية لإنتاج برامج الأطفال والفتيان

قاسم منصور مدير البرامج في تلفزيون فلسطين، المسؤول عن كل ما يبث على شاشة التلفزيون من برامج.

– كشخص مسؤول عن كل ما يبث على تلفزيون فلسطين، لماذا تختار أن يُعرض الأطفال بهذه الطريقة؟

أعتقد أن هذا السؤال بحاجة الى النظر فيه في المستقبل القريب، نحن بحاجة إلى إعادة النظر جذرياً في عملنا، يجب ألا يتم استغلال الأطفال نتيجة للأحداث السياسية، ونحن في تلفزيون فلسطين يجب أن نسأل أنفسنا عن الرسالة التي نهدف إلى إيصالها.

– كم هو الوقت المخصص لبرامج الأطفال والفتيان على تلفزيون فلسطين؟

نحن نبث عدة ساعات في الصباح، وساعة واحدة مساءً، ولمدة ساعة ونصف الساعة نبث برنامج "تلي جيم" الذي ينتجه التلفزيون، بقية البرامج إما برامج قديمة معادة أو يتم تحميلها من الإنترنت. لا نملك أي جزء من الميزانية المخصصة للتلفزيون لإنتاج برامج تستهدف الأطفال والفتيان، هناك اتجاه في التفكير داخل التلفزيون يعطي الأولوية دائماً للأحداث السياسية.

للتقاش

- ما الرسالة التي تعتقد أن منتجي الأغاني والمواد التلفزيونية يريدون إيصالها من خلال ظهور الأطفال كضحايا؟
- هل جميع الأطفال الفلسطينيين ضحايا فقط، ومن هم غير ذلك؟
- لماذا تعتقد أنه لا يوجد ميزانية لبرامج الفتيان؟
- ماذا برأيك يستطيع أن يفعل الإعلام ليدرج وجهات نظر الفتيان في الأخبار؟

اصنع إعلامك الخاص

هل فكرت يوماً بصناعة إعلامك الخاص؟ مدونة؟ مجلة أو برنامج تلفزيوني؟

بالمشاركة الفاعلة في وسائل الإعلام يمكنك أن تروي قصتك وأن تعطي انطباعاتك في المواضيع التي تؤمن بها. إن إيجاد بديل إعلامي يعتبر وسيلة لإيصال صوت أولئك الذين لا يشاركون في الإعلام المتوفر، وإنتاج إعلامك الخاص، يمكنك أن تتعلم أكثر حول آلية عمل وسائل الإعلام، والقرار الذي يتم اتخاذه بشأن أية رسالة إعلامية.

يمكنك أن تنتج إعلاماً حول أي شيء، لكن من المفضل أن يكون شيئاً تستمتع به ما يجعل من السهل عليك أن تجعل الآخرين يستمتعون به، ويمكنك أن تتحدث مثلاً عن: الموسيقى، الرياضة، السياسة أو هوايتك المفضلة.

في السنوات الأخيرة جعلت التقنية الحديثة نشر إعلامك الخاص وتوزيعه أمراً سهلاً ورخيص الثمن خاصة عبر شبكة الإنترنت، ويطلق على منشورات الإنترنت اسم "إعلام المواطن"، إن شركات الإعلام المهنية تواجه مكملات لدورها، وأحياناً تحديات من قبل "الصحفيين المواطنين" الذين يوصلون أصواتهم وآراءهم بطرقهم الخاصة، وأنت هل ترغب أن تكون واحداً منهم؟

نشاط ١: قائمة رصد لإنتاج وسيلتك الإعلامية

• ماذا تريد أن تقول؟

• هل لديك رسالة سياسية؟، هل تريد المشاركة بحقائق حول حياتك اليومية أو اهتماماتك / هواياتك؟ اختر موضوعاً تعرفه جيداً وتؤمن له.

• إلى من تريد الوصول؟

أصدقائك، عائلتك، أو العالم بأسره؟ اختر وسيلتك وطريقة النشر.

• ماذا تريد أن تحقق؟

لفت الأنظار، المال أو الشهرة؟ هل تريد الترفيه، إثارة نقاش، أم المساهمة في إحداث تغيير حقيقي؟ إن دوافعك مهمة لتحقيق النتائج.

• ما الوسيلة التي ستستخدمها؟

مطبوعات أم انترنت، صور متحركة، صوت أم رسوم؟ عليك أن تقرر بشأن الوسيلة والتقنية الإنتاجية الأفضل لإيصال رسالتك إلى جمهورك الذي ترغب في الوصول إليه.

• كيف تكسب ثقة الناس؟

مصداقيتك هي المحك الأساسي، لذا تأكد من صحة معلوماتك وأن جمهورك يثق بك.

• شارك آخرين!

اطلب المساعدة من أصدقائك، سيكون ذلك ممتعاً أكثر، وسيكون العمل أفضل وأكبر.

أخلاقيات مهنة الصحافة

- إذا كنت ستصنع إعلامك الخاص، فمن المهم أن تتحلى بالمسؤولية، فالعديد من الدول حول العالم يضع خطوطاً عريضة لمساعدة الصحفيين المهنيين في عملهم.
- وفي العادة توضع هذه الخطوط من قبل ممثلين عن الوسط الإعلامي وليس عن الحكومة، وهذه بعض الأمثلة على التوصيات الأخلاقية الموجهة للصحفيين:
- أعط معلومات صحيحة دوماً.
 - احرص على النزاهة والعدل في جمع المعلومات وبنها وتفسيرها.
 - كن ناقداً لمصادر معلوماتك.
 - احرص على التحقق من معلوماتك قدر الإمكان.
 - لا تزور أو تنتحل أية مقابلات.
 - تأكد من أن الصور أصلية وأنها لا تستخدم بطريقة خاطئة.
 - لا ترضخ لأية ضغوطات خارجية من أي شخص يحاول أن يوقفك أو يعيق عملك.
 - انتبه إلى حقوق الطبع وقوانين الاقتباس والحق في التصوير، لا تنتحل آراء غيرك.
 - احذر نشر أية معلومة تعلم أنها غير صحيحة.

احترم الناس وخصوصياتهم

- دوماً أظهر أكبر قدر من الاحترام للأطفال، ولضحايا العنف والجريمة والحوادث.
- أظهر تفهماً أكبر لأولئك الذين لم يعتادوا على إجراء مقابلات.
- تذكر أن الناس العاديين لديهم حق أكبر في التحكم بالمعلومات المتعلقة بهم من الشخصيات العامة وغيرهم ممن يسعون إلى السلطة أو التأثير أو إثارة الانتباه.

استمع إلى الطرفين

- حاول دوماً أن تعطي الأشخاص الذين يتعرضون للانتقاد فرصة للرد، وابدل دائماً جهدك لعرض جميع وجهات النظر.

حاسب نفسك

- اعترف بأخطائك وحاول تصحيحها بالسرعة الممكنة.



أطفال خلال مشاركتهم إحدى ورشات عمل التثقيف الاعلامي في مركز تطوير الاعلام - آذار ٢٠٠٩

إصنع إعلاناً حقيقياً

تحيط بك الكثير من الإعلانات والرسائل الإعلامية التي لا تحبها ولا تقتنع بجدواها وبصحة كل ما يقال أثناء ترويجها من معلومات.

لكن هل فكرت أن أفضل وسيلة للرد على هذه الإعلانات والرسائل هو أن تبتكر إعلاناً مضاداً لها؟
يمنحك هذا النوع من الابتكار فرصة للسخرية وأحياناً كشف حقائق عن منتج أراد مروجوه ألا يسلط عليها الضوء.
إن ابتكار إعلانات مضادة، يعطي رسائل بناءة وأكثر صدقيةً، والأمر الجيد أنها تستخدم تقنيات الإقناع نفسها التي تستخدمها الإعلانات الحقيقية، إنها تمكنك من تطبيق المهارة الإعلامية لإيصال رسائل إيجابية، وفي الوقت نفسه تتسم بالمرح.
إن أسهل طريقة لعمل مثل هذه الإعلانات هي تعديل إعلان حقيقي (إعلانات الصحف، أو المجالات هي الأفضل - بإمكانك إضافة صور، فقط اكتب أو أرسم على الإعلان الأصلي، أو الصق مواد جديدة عليه -
إن رسم صورة جديدة، أو نسخ التصميم والإطار للإعلان الحقيقي، من شأنه أن يصنع إعلاناً معدلاً، وكذلك تقنيات الكولاج "قص ولصق". كما يمكنك أن تكتب نشرة للراديو أو إعلاناً تلفزيونياً وأن تقرأه على مسامع زملائك أيضاً، أو أن تذهب إلى أبعد من ذلك بأن تصور إعلانك وتنشره على مدونتك الخاصة.

فيما يلي قائمة بالخطوات والنصائح للقيام بإعلانات مضادة فعالة:

- **حل:** انظر إلى عدد من الإعلانات وحاول أن تكتشف السر وراء فاعليتها، إن أفضل إعلان يستخدم نفس الآليات لتمرير رسائل عدة.
- **القوة:** يجب أن تنطلق رسالتك الإعلامية من خلال ركाम من الإعلانات التي يراها ويسمعها الناس، فكر بالأمور التي تجعلك تتذكر أي إعلان، ما الآليات التي يستخدمها لجذب انتباهك؟ استخدمها.
- **أقنع:** استخدم نفس آليات الإقناع المتبعة في الإعلانات الحقيقية لنشر رسائلك البديلة مثل: الدعاية، التكرار، الإطار.
- **صور:** الصور المرئية تتسم بالقوة الكبيرة، ينسى الناس عاد ما يقرأونه أو يسمعونه ولكنهم يتذكرون ما يرونه، لذا فإن أفضل الإعلانات هي التي تحكي قصتها من خلال الصور.
- **ثورة:** الإعلانات التي تستهدف صغار السن عادة ما تلجأ إلى حس الثورة الشبابية وهي أي الإعلانات تعرض أساليب مخادعة وتحول روح الثورة لديهم باتجاه الراعين المشتركين الذين يستخدمونهم.
- **اجعلها قصيرة وسهلة:** استخدم فكرة واحدة فقط لرسالتك الأساسية، وجه كل ما لديك باتجاه واحد لتنجح في تمرير رسالتك.
- **خطط:** حاول التفكير في كل شيء - الكلمات، الصور، التصميم - قبل البدء، اعمل عدة مسودات قبل أن تبدأ بعمل المنتج النهائي.
- **تمرن:** إذا كنت بصدد أداء نشرة إذاعية أو تلفزيونية (خصوصاً إذا كنت تقوم بتسجيل صوتي أو فيديو) فإن طاقم العمل معك بحاجة للتدريب، بعدها قم بالتدرب عليها مرة أخرى.

● **فريق عمل:** العمل ضمن فريق من شأنه أن ينير عملك ويقدم زناد إبداعك بفضل أفكار العصف الذهني الجماعية، وبالتالي تتأكد أن الجميع يتحمل مسؤولية العمل.

● **راجع:** حين تنتهي عرض إعلانك على أناس غير مشاركين للحصول على تغذية راجعة. هل فهموها؟ هل يعتقدون أنها مسلية؟ استخدم استجاباتهم لمراجعة عملك من أجل تأثير مضاعف.

● **وزع:** يجب أن تجعل أفكارك مرئية، اصنع نسخًا من إعلانك ووزعها في جنبات المدرسة، المراكز التجارية، على الجدران... الخ. اعمل على نشرها في صحيفة المدرسة، اعرض شريط الفيديو على أطفال وبالغين، يمكن لإعلانك ان يثير حوارًا حول مواضيع إعلامية.

● **استمتع بوقتك:** إن عمل إعلانات طريقة مسلية لتتعلم عن وسائل الإعلام ولتصبح مبدعًا ولتعبّر عن آرائك، لذا استمتع بها.



أطفال خلال مشاركتهم إحدى ورشات عمل التثقيف الاعلامي في مركز تطوير الاعلام - آذار ٢٠٠٩

مقابلة - رامي مهداوي

رامي مهداوي: المدونات: طريقة رائعة للتعبير عن الرأي وإثارة القضايا المجتمعية

رامي مهداوي أحد أشهر المدونين في فلسطين، يكتب عن حقوق الإنسان والديمقراطية، اسم مدونته "PNGOF" وهي اختصار لمنتدى مؤسسات المجتمع المدني الفلسطيني. يزور هذه المدونة يومياً أكثر من ٦٢٠٠ زائر، معظمهم نشيطون جداً ويشاركون في النقاشات من خلال إرسال تعليقاتهم إلى المدونة.

– ما المدونة؟

هي طريقة للتعبير عن رأي المدون، في مدونتي أكتب عن القضايا المجتمعية التي تأتي مباشرة من المجتمع المحلي، ما يعني أحياناً الكشف عن مشاكل لا تريد الحكومة الكشف عنها. المدونة أيضاً هي طريقة رائعة لإثارة المواضيع التي لا تتناولها وسائل الإعلام وحتى المحلية منها. والكثير من الأشخاص يستخدمون مدوناتهم لوضع المعلومات الشخصية من أفكار، خواطر، وشعر، وأعتقد أن هذا أضعف أنواع المدونات. هناك طلب كبير من الناس للمشاركة في نقاش قضايا مهمة، وهذا واضح في مدونتي مثلاً، التي أصبحت مثل مجموعة نقاش افتراضية مفتوحة أمام الجميع. ومع ذلك المدونات ما زالت غير مألوفة في فلسطين مقارنة مع مصر وسوريا مثلاً. هناك تلعب المدونات دوراً كبيراً في تغيير الرأي العام.

– من يتابع مدونتك؟

أشخاص من المجتمع المحلي، سياسيون، قادة دينيون وطلاب جامعات، مختلف فئات المجتمع الفلسطيني، ويمكنني رؤية التباين في الطريقة التي يردون فيها على ما أكتبه بوضوح عند مشاركتهم في ردود الفعل والتعليقات. فتحت باب التعليق على المدونة للجمع بين الآراء المختلفة لأن الحوار مهم جداً.

– ما التحدي الأكبر في إدارة المدونة؟

أولاً مواصلة تحديث المدونة بالقضايا والمواضيع الجديدة، ثانياً، قراءة جميع الرسائل والتعليقات التي تصلني في المدونة وفرز تلك التعليقات الهجومية إذا كان الموضوع قيد النقاش مثيراً للجدل. وتبقى السيطرة على تدفق التعليقات أمراً صعباً للغاية، إضافة إلى أنني أتلقى الكثير من التهديدات بسبب مدونتي كونها مكان مناقشات ساخنة على مواضيع مهمة مثل الفساد.

للنقاش

- هل تشارك بأية مدونة؟
- لماذا تعتقد أن رامي تلقى التهديدات بسبب مدونته؟ من تعتقد قام بتهديده؟
- هل التدوين يعد نوعاً من أنواع الصحافة؟ لماذا؟ علل إجابتك.

إن عمل مجلة هوايات وسيلة رائعة لإنتاج وسيلتك الإعلامية، مجلة الهوايات هي صحيفة أو مجلة بجهد ذاتي، ويمكن أن تكون حول أي شيء: رياضة، موسيقى، ألعاب، سياسة، غذاء، تسلية، أصدقاء أو أي شيء تريده.

من السهل طباعة مجلة الهوايات على آلة نسخ الأوراق، لكن تأكد من التخطيط لصفحاتك، تذكر أن عدد الصفحات ينبغي أن تكون في مضاعفات الرقم ٤: ٤، ٨، ١٦، ٢٠ من الطرق الجيدة لتخطيط مجلتك أن تدوّن ما تريد أن يكون في كل صفحة، إذا كنت لا ترغب بعمل المجلة حاليًا يمكنك أن ترسم محتوى المجلة التي تحلم بها، هل تتشابه مع أي مجلة تعرفها؟

مثال

الصفحة ١	الصفحة ٢	الصفحة ٣
فلسطين	سلمى ولورا	خالد وليث
الصفحة الأولى	تاريخ	مقابلة مع مدير المدرسة
العنوان: وسائل الإعلام	لماذا نحب المشاهير	كتب مدرسية مكفولة

النص أدناه يجب أن يواكبه توضيح أنه يمكن للطلبة استخدامه أو تعبئته عند التخطيط لمجلة الهوايات



مجلة الهوايات - ٢٠ صفحة

- الصفحة ١
- الصفحة ٢ - الصفحة ٣
- الصفحة ٤ - الصفحة ٥
- الصفحة ٦ - الصفحة ٧
- الصفحة ٨ - الصفحة ٩
- الصفحة ١٠ - الصفحة ١١ (الموضوع الرئيس)
- الصفحة ١٢ - الصفحة ١٣
- الصفحة ١٤ - الصفحة ١٥
- الصفحة ١٦ - الصفحة ١٧
- الصفحة ١٨ - الصفحة ١٩
- الصفحة ٢٠



صور الضحايا تسبب الكوابيس للأطفال

٧٢٪ من الفلسطينيين بين عمر ١٠ إلى ٢٤ عامًا، يشعرون بالسعادة ووضعهم جيد في أغلب الأحيان، حسب المسح الإحصائي الذي أجراه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، لكن عندما يشاهدون صور الأطفال الشهداء بأجسادهم المحطمة والدامية:

٤٨٪ يواجهون صعوبة كبيرة في النوم

٣٦٪ يشاهدون كوابيس أثناء نومهم

٥٦٪ يشعرون بالإحباط ويفقدون شهيتهم للطعام

٦٦٪ لا يشعرون بالأمان

٧٩٪ يريدون الانتقام

المعظم يشعر بالغضب والحزن، هل هناك طرق أخرى لنقل

خبر استشهاد الأطفال، دون إظهار صورهم، طرق لن تؤدي لجعل أطفال آخرين يشعرون بالخوف ولا يستطيعون النوم؟

طفل أم مجرم؟

منذ اندلاع الانتفاضة الثانية عام ٢٠٠٠، قامت قوات الاحتلال الإسرائيلي باعتقال نحو ٤٠٠٠ طفل فلسطيني تحت سن الثامنة عشرة، إسرائيل تحاكم الأطفال فوق ١٢ عامًا في محاكم عسكرية وتعتبر الطفل الذي يبلغ ١٦ عامًا إنسانًا بالغًا، هذا انتهاك لاتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل التي وقعتها إسرائيل والتي تفيد أن أي إنسان دون سن الثامنة عشرة يعتبر طفلًا.

كيف يصور الأطفال الفلسطينيون في الإعلام الإسرائيلي والفلسطيني؟

رامي الحجارة هل هو مجرم أم مشروع شهيد؟

هل هذه هي الصور الحقيقية للأطفال الفلسطينيين؟

مراهقو الشاشة

الشباب ينفقون في المتوسط من ست ساعات ونصف الساعة الى ثماني ساعات يوميًا في التفاعل مع وسائل الإعلام التي تشمل التلفزيون، المجلات، ألعاب الكمبيوتر، الكتب، الإذاعة، الم بى ٣، الإنترنت، الهواتف الخلوية والصحف، ووفقًا للخبراء هناك مصطلح جديد بدأ بالظهور وهو مراهقو الشاشة بدلاً من كلمة مراهقين فقط، لوصف الطريقة التي يتواصل بها الفتيان مع الإنترنت من خلال العديد من الشاشات في نفس الوقت وعلى مدار العام، هذا يعني أن الشباب يمضون وقتًا أكثر مع وسائل الإعلام مقارنة بما يمضونه في المدرسة.

الرجال = خبراء

عندما تصور المرأة في الأخبار عادة ما تظهر كأنها مواطنة ذات وضع خاص، على سبيل المثال تبدو إما ضحية أو أمًا. عندما يصور الرجال في الأخبار هم غالبًا ما يدلون بتصريحات تستند إلى مهنهم، على سبيل المثال وحسب خبراء الاقتصاد والسياسة يشكل الرجال ٨٣٪ من الخبراء الذين تتم استضافتهم في نشرات الأخبار. لماذا يحدث هذا؟ كيف تعتقد أن هذا يؤثر على الطريقة التي تنظر بها إلى الرجال والنساء؟

تراهم لكن لا تسمعهم

النساء أقل من ٣٠ عامًا، غالبًا ما يُشاهدن في وسائل الإعلام، يظهرن كعارضات أزياء في المجلات والإعلانات والتجارية. ولكن نادرًا ما يحصل أن يقلن كلمة واحدة. ثانيًا أغلبية الرجال في منتصف العمر يشاهدون في وسائل الإعلام، وغالبًا ما تتم مقابلتهم لأنهم سياسيون أو رجال أعمال. نادرًا ما نرى أو نسمع في وسائل الإعلام عن الأطفال المشردين، ذوي الاحتياجات الخاصة، العاطلين عن العمل، والمزارعين والسكان الذين يعيشون في المخيمات والقرى البعيدة.

الفتيات في ألعاب الكمبيوتر

في دراسة للباحثين وجدوا أن ٣٣ لعبة الأكثر شعبية من الألعاب نينتندو وسيجا، وجدوا أن أكثر من نصف هذه الألعاب لا يوجد فيها شخصية أنثوية واحدة، وفي أغلبية الألعاب إما أنه لا وجود للفتيات أو أنهن موجودات كضحايا.

لا مهارات ولا مال

الباحثون المصريون توصلوا في أبحاثهم الى أن القائمين على إنتاج وتقديم البرامج الإعلامية للأطفال ليسوا مؤهلين أو مدربين بشكل جيد، على العكس من القائمين على صناعة الإعلام للبالغين. كذلك فإن الميزانيات المخصصة للأطفال والمراهقين في برامج التلفزيون، أو أقسام الصحف أقل بكثير من تلك المخصصة لبرامج أو أقسام أخرى. حان الوقت لمطالبة كبيرة من الصحفيين للمساواة في تمويل هذا الواجب المهم والمفيد والمسلي للأطفال والشباب.

وسائل الإعلام الأجنبية .. مخيفة أو مثمرة

التلفزيون هو وسيلة الإعلام المختارة عند الشباب، ٩٩٪ منهم قالوا إنه وسيلة الإعلام المفضلة لديهم. وفقا لما ذكرته البحوث المصرية فإن ٩٠٪ من البرامج التلفزيونية للأطفال والفتيان يتم استيرادها من دول أخرى أو عن طريق القنوات الفضائية، وجزء ضئيل يتم إنتاجه وطنيًا. الأطفال والشباب يشاهدون برامج القنوات الفضائية أكثر من أفراد الأسرة الآخرين. ٨٣٪ من الآباء والأمهات يعتقدون أن هذه البرامج الأجنبية هي السبب الرئيس في السلوك العنيف للأطفالهم، لكن بذات الوقت بعض الباحثين يعتقدون أن البرامج المستوردة والإعلانات التجارية تعتبر مصدرًا مهمًا للمعلومات بالنسبة للأطفال.

هل تعتقد أن الإعلام الأجنبي جيد أم لا؟

تكوين الصداقات

هل تعلم أن الأبحاث أظهرت أن ممارسة ألعاب الفيديو في الأماكن الخاصة بها تؤدي إلى تعزيز الصداقات والروابط الاجتماعية بين الأطفال اللاعبين.

أريد المزيد من الأشياء!

إعلانات تجارية على التلفزيون من المفترض أن تجعلنا نرغب بشراء المزيد من الأشياء، لكن ٦٥٪ من الأشياء التي يتم الترويج لها يستطيع شراءها فقط الأغنياء، مثل تكاليف رحلة أو شراء سيارة أو لعبة غالية الثمن، هذا يجعل الكثير من الأطفال يشعرون بشكل سلبي وفقا للدراسات.

مقابلة - الفنان عادل سباعنة

الفنان عادل سباعنة: الرسم والكتابة على الجدار لإدانة الاحتلال الإسرائيلي

عادل سباعنة فنان فلسطيني يبلغ من العمر "٢٥ عاماً"، قام برسم العديد من اللوحات والجداريات على جدار الفصل العنصري الذي أقامته إسرائيل على الأراضي الفلسطينية. يعمل سباعنة منسق نشاطات في مؤسسة شارك الشبابية في رام الله، وإحدى خطته المستقبلية تحويل الجدار إلى سينما في الهواء الطلق.

"عندما بدأت بالرسم على الجدار كان الأمر خطيراً جداً، مجرد كون الشخص قريباً من الجدار قد يتسبب بإطلاق الجندي الإسرائيلي النار عليه، لذلك بدأ الأمر كطريقة لتحدي الجنود، مثل لعبة تهدف إلى الكتابة والرسم على الجدار، لكن الآن بعد أن أكملت إسرائيل بناء الجدار لم يعد الرسم والكتابة على الجدار أمراً خطراً"

- لماذا ترسم على الجدار؟

أريد أن ألفت انتباه الناس لما يحدث في فلسطين، كل صباح المئات من المواطنين والأجانب ينتظرون في طوابير لاجتياز حاجز قلنديا العسكري الواقع بين رام الله والقدس، رسالتنا من الكتابة على الجدار كانت لفتت الانتباه الى الحصار الإسرائيلي على المدن الفلسطينية، إننا نعيش في "كانتونات" تماماً مثل جنوب أفريقيا.

- هل نجحت في ذلك؟

نعم، أعتقد ذلك، الكثير من الناس توقفوا ليشاهدوا الرسومات، لقد كسبنا اهتماماً كبيراً على الصعيد المحلي، إضافة إلى اهتمام الإعلام العربي والأجنبي، وقمنا بإقناع العديد من الناس بالانضمام إلينا، والمشاركة في رسم وكتابة رسائل تدين الاحتلال الإسرائيلي. من خلال الكتابة نركز على الجدار الذي لا يقوم فقط بحجب الهواء والشمس، بل يزيد المسافة بين الناس ويضعف من المشقة والأعباء الملقاة عليهم.

- لكن لا يقبل جميع الفلسطينيين على ما تفعل، أليس كذلك؟

لا، لقد سمعنا العديد من التعليقات أغلبها كانت من الناس الأكبر سناً تفيد بضرورة بقائنا بعيدين عن الجدار، وقد رفضوا الحضور الى الفعاليات الفنية التي أقمناها قرب الجدار لأن الإسرائيليين هم الذين بنوه لذا رفضوا أن يكون هناك أي نوع من لفت الاهتمام إليه.

للنقاش

- هل تعتقد أن الكتابة والرسم على الجدار طريقة فعّالة للتواصل مع رسائل عادل؟ مع من هو يتواصل؟
- ما أنواع الرسائل الأخرى التي تقابلها في الشارع؟ رسومات؟ لوحات إعلانات؟
- هل الفن إعلام؟ لماذا نعم؟ ولماذا لا؟

مقابلة - رامي الدريملي

رامي الدريملي: الإعلانات التجارية ما لها وما عليها

رامي الدريملي مدير شركة إعلانات في قطاع غزة، تنتج شركته بشكل رئيس إعلانات الراديو، اللوحات الإعلانية في الشوارع وإعلانات الصحف، لصالح شركة الاتصالات الفلسطينية، وشركات الكمبيوتر، مصانع الأزياء، ورياض الأطفال.

– ما هدف عملك؟

الهدف الأساسي هو جني الأرباح بالإضافة إلى تزويد المستهلك بمعلومات حول المنتج.

– هل تُزوّد إعلاناتك الجمهور بمعلومات حقيقية حول المنتجات؟

بالتأكيد نحن نزود المستهلك بمعلومات حقيقية، لكن ليست كاملة.

– هل تستخدم دائماً أشخاصاً يتمتعون بالجمال والجاذبية لتقديم الإعلانات؟

نعم، بالنسبة للإعلانات الشوارع يجب أن يكون الموديل جميلاً وجذاباً قدر الإمكان، أما بالنسبة للراديو من المهم أن يكون الصوت لطيفاً.

– هل قمت باستخدام الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة كموديلات في أي من حملاتك الإعلامية؟

لا، لا يمكننا استخدام الأطفال المعاقين. ولا أعرف لماذا بالضبط، ولكن اعتقد أننا لا نريد أن نضيف أي تأثير عاطفي عند تسويق المنتج. إضافة إلى أننا لا نريد أن نُؤذي مشاعر أحد.

أنا أشعر بالاستياء تجاه عبارة "استخدام الأطفال"، كموديلات في شركتنا، نحن لا نستخدمهم بل نشركهم في عملنا، هم لا يتقاضون راتباً مقابل ذلك، بل يتم منحهم هدايا قيمة نظير مشاركتهم في الإعلانات.

– ولكن ألا تعتقد أن من حق الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة أن يظهرُوا في الإعلانات أمام الجمهور كما

هو الحال مع الأطفال الأصحاء؟

أعتقد أن الحديث عن الحقوق يتعلق في جوانب المأكل والملبس وغيره؛ أما فيما يتعلق بالإعلانات، فهذا جانب حساس.

للنقاش

- لماذا تعتقد أن رامي دريملي يستخدم موديلات جميلة وجذابة في الإعلانات؟
- رامي لا يستخدم أناساً من ذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلانات، ما المجموعات الأخرى التي لا تظهر أو من النادر ظهورها في الإعلانات؟ لماذا يحدث هذا حسب اعتقادك؟
- بما أن الإعلانات تركز على الجانب الإيجابي، من أين يمكن الحصول على معلومات متوازنة تظهر إيجابيات وسلبيات المنتج قبل شرائه؟

قائمة المحتويات

٥	مقدمة
٧	أنت والإعلام . . . بين الأمس واليوم
٨	اعرف حقوقك
١٠	وسائل الإعلام
١٢	فنون الكتابة الصحفية
١٧	مقابلة - القاص محمود شقير
١٨	لماذا كان الاعلام مهماً في حياتنا؟
٢٠	ورقة عمل - كم نستخدم من المواد الاعلامية؟
٢١	ورقة عمل - الصورة تساوي ألف كلمة
٢٢	مقابلة - ولاء البطاط
٢٣	مقابلة - كامل الحسيني
٢٤	تحليل الإعلام وفهمه
٢٥	ورقة عمل - " انظر عن كتب "
٢٦	ورقة عمل - الذكر والانثى في وسائل الإعلام
٢٧	مقابلة - باسمه التكروري
٢٨	مقابلة - سعيد الماروق
٣٠	اجعل صوتك مسموعاً
٣١	عناوين
٣٢	ارفع صوتك عالياً !
٣٣	ورقة عمل - من الذي يصنع الخبر؟
٣٤	حقائق و تساؤلات
٣٥	مقابلة - رناد القبيج
٣٦	مقابلة - علاء صيام
٣٦	مقابلة - قاسم منصور
٣٨	اصنع إعلامك الخاص
٤٠	إصنع إعلاناً حقيقياً
٤٢	مقابلة - رامي مهداوي
٤٣	مجلة الهوايات
٤٤	بالأرقام
٤٦	مقابلة - الفنان عادل سباعنة
٤٧	مقابلة - رامي الدريملي