Jour-You

بتمويل مشترك من
الاتحاد الأوروبي

أكاديمية صحافة المواطن للشباب

إيراسموس – الشباب – 2021 -CB-101052000

الدليل الإرشادي لصحافة المواطن



Jour-You

CITIZEN JOURNALISM ACADEMY FOR YOUTH

ERASMUS-YOUTH-2021-CB-101052000

jour-you.eu

الطبعة الأولى 3/4/2023

إنتاج مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم ومجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي وEUROSUD

تنويه

هذا الدليل مُموّل من الاتحاد الأوروبي. ومع ذلك، فإن وجهات النظر والآراء المعرب عنها هي آراء المؤلف (المؤلفين) فقط ولا تعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي أو المفوضية الأوروبية. ولا يمكن تحميل الاتحاد الأوروبي ولا الجهة المانحة المسؤولية عنهم.

المحتويات

المقدمة.....
.....

تعريف صحافة المواطن
ونشأتها.....

الأداة التدريبية 1: أين هي
حقيقتي؟.....

الأداة التدريبية 2: ألف باء صحافة
المواطن.....

الأداة التدريبية 3: الجدل التاريخي حول صحافة
المواطن.....

الأداة التدريبية 4: حان الوقت لرسم
التاريخ.....

الأداة التدريبية 5: الشباب ضد
البروباغندا.....

صحافة المواطن كأداة لإشراك
المجتمع.....

الأداة التدريبية 6: حلول لاحتياجات
المجتمع.....

.....الأداة التدريبية 7: براعم

الأداة التدريبية 8: ورشة عمل رواية القصص
المجتمعية.....

الأداة التدريبية 9: المعرض الفني
المنحاز.....

الأداة التدريبية 10: قصص
الحي.....

القيادة أو كيفية بناء تنمية
الجمهور.....

الأداة التدريبية 11: ماذا لو تواصلنا حول مشكلة
اجتماعية؟.....

الأداة التدريبية 12: كُن قائدًا
مدنيًّا.....

الأداة التدريبية 13: أريد أن
أُسمع!.....

الأداة التدريبية 14: اروي قصتهم.....

الأداة التدريبية 15: اجعل حججك أقوى.....

الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة – استراتيجيات تحديدها.....

الأداة التدريبية 16: حقيقي أم زائف.....

الأداة التدريبية 17: خمن المزيف.....

الأداة التدريبية 18: تظاهر حتى تكتشف الحقيقة.....

الأداة التدريبية 19: الأخبار الزائفة وفحص الحقائق.....

صناعة المحتوى الإلكتروني وتغطية الأحداث.....

الأداة التدريبية 20: مدى أهمية أصغر التفاصيل.....

الأداة التدريبية 21: مهارات المقابلات الصحفية النشطة.....

الأداة التدريبية 22: الصحافة النشطة: فن الاستماع النشط.....

الأداة التدريبية 23: اعرض حقيقتهم.....

الأداة التدريبية 24: حاول كتابة قصة.....

المشاركة النشطة خلال التواجد على الانترنت.....

الأداة التدريبية 25: التصوير.....

الأداة التدريبية 26: كيف تبدأ الحملات (الآمنة).....

الأداة التدريبية 27: كيف تحافظ على الحملات (الآمنة).....

المنصات والشبكات والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون.....

الأداة التدريبية 28: الكشف عن الأخبار المحلية: حشد المصادر في الصحافة.....

الأداة التدريبية 29: آراء العالم.....

الأداة التدريبية 30: كيف تكتشف.....

الخاتمة.....

المقدمة

يعرض هذا الدليل الإرشادي أساليب وتقنيات متاحة يمكن من خلالها للعاملين مع الشباب تعريفهم بالمبادئ الأساسية لصحافة المواطن. سيغوص المتدربون في فهم عميق لمبادئ صحافة المواطن ويتعلمون كيفية استخدام هذه المبادئ بالإضافة لعناصر صحافة المواطن من خلال ألعاب تقمص الأدوار المختارة بعناية والتي تحتوي على أساليب لتحفيز التفكير الإبداعي واتخاذ القرارات والعمل الجماعي.

ويركز على بناء المهارات اللازمة للبحث عن المعلومات ومعالجتها واكتشاف الأخبار الزائفة وتمييزها وصناعة المحتوى ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي وعبر القنوات التقليدية. ويوجه اهتمام خاص لبناء مهارات القيادة والتواصل مع جماهير محددة بالإضافة لتنمية موقف أخلاقي بالنسبة للقضايا والمواضيع المجتمعية الهامة.

لماذا طُوِّر هذا الدليل؟

تعد مشاركة المعلومات والرأي الشخصي أمرًا سهلاً للغاية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي بحيث يمكن للشباب أن يضيعوا بسهولة في حال لم يعرفوا المبادئ الأساسية للصحافة والموقف الأخلاقي لها. من ناحية، يسهل عمل الصحفيين في الوصول السريع جدًا للمعلومات، ولكن من ناحية أخرى، يتطلب قدرًا كبيرًا من المعرفة والمهارات حتى تتمكن من التنقل وفهم المصادر التي يمكن الوثوق بها وأيها لا.

في الوقت نفسه، يبدو من السهل للغاية على الشاب أن يصبح قائدًا ومؤثرا إعلامياً ويكتسب نفوذًا على مجموعة معينة من الأشخاص. المشكلة هنا هي أن الوعي بالمسؤولية التي يتحملها الصحفيون المواطنون تجاه المجتمع يتطلب الكثير من الخبرة والعمل الميداني قبل أن تصبح مبدأ أساسيًا لإنشاء ونشر المعلومات. ومن ناحية أخرى، أصبح الشباب أكثر نشاطا وأكثر حساسية للمشاكل الاجتماعية والأخلاقية للمجتمعات التي يعيشون فيها. يؤدي صعود هذا النشاط والعدد المتزايد من الشباب ذوي المواطنة النشطة إلى إنشاء قادة الرأي بشكل طبيعي.

تصميم مجموعة الأدوات هذه، هو محاولة لتسهيل الطريق للشباب للانتقال من الموقف المدني النشط إلى قادة رأي وصحفيين مواطنين وجعله أكثر متعة. وترتبط الوحدات المطورة ارتباطًا مباشرًا بالجوانب الفردية لصحافة المواطنين وتطور المعارف والمهارات اللازمة لتدريب الشباب في هذا الاتجاه. وبهذه الطريقة سينظَّم عمل العمال والمدربين الشباب في عملية شاملة لخلق وتطوير المهارات المهنية من خلال تقديم الأفكار والأساليب لتطوير هذه الصفات والمهارات.

واستنادا إلى خبرة مبتكري هذا الدليل وأفضل الممارسات الصحفية، تُقدَّم هذه الأدوات خطوة بخطوة - من توضيح المفاهيم النظرية الأساسية إلى المهارات العملية للحكم على الأخبار والمقابلات والتقارير والتعليقات الخاصة بالصحفي المواطن وتوزيعها.

كيف يُنظَّم هذا الدليل؟

يقسم هذا الدليل إلى سبعة مواضيع رئيسية أُعدت لها أيضًا دورة تدريبية إلكترونية في مجال صحافة المواطن. وهذه المواضيع هي:

- نشأة صحافة المواطن وتعريفها
- صحافة المواطن كأداة لإشراك المجتمع
- القيادة أو كيفية بناء تنمية الجمهور (صنع العلامة التجارية الشخصية للمواطن الصحفي)
- الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة – استراتيجيات تحديدها
- صناعة المحتوى الإلكتروني وتغطية الأحداث

- المشاركة النشطة خلال التواجد على الانترنت
- المنصات والشبكات والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون

يحتوي كل موضوع من المواضيع السابقة على عدد مختلف من الأدوات التدريبية المُطورة على شكل ألعاب تقمص الأدوار لتعزيز العمل الجماعي مما يساعد على إيجاد المعارف والمهارات اللازمة في مختلف جوانب كل موضوع.

وتحتوي كل من الألعاب على التالي:

- المهارات والمبادئ المستهدفة
- الأهداف
- المواد اللازمة
- المدة الزمنية
- عدد المشاركين في اللعبة
- وصف اللعبة
- أسئلة استطلاعية
- نشرات

يعطى المدرب تعليمات منهجية لكل من هذه الألعاب حول كيفية إعدادها وإجرائها. ويولى اهتمام خاص لكل من المواد اللازمة لتنفيذها وعمليتها التدريجية. وبما أن الألعاب تحتاج أوقاتًا مختلفة وتضم أعدادًا مختلفة من المشاركين، يمكن للمدربين اختيار العدد الملائم للظروف الموجودة لتغطية أهم عناصر الموضوع المعني بأنسب الأشكال للمتدربين.

تعريف صحافة المواطن ونشأتها

في هذا الموضوع، يعرض الإطار النظري والتعريف بالمفاهيم الرئيسية المتعلقة بصحافة المواطن. يتعرف المشاركون في هذا التدريب على أهم المصطلحات وتطبيقاتها العملية على شكل ألعاب تقمص الأدوار وطرق أخرى. نظرًا لأن صحافة المواطن هي مفهوم جديد نسبيًا ومعظم اللغات المحلية تفتقر إلى نظير محلي، فإن بعض العناصر في هذا الموضوع تتعلق بإجراء مناقشات لتوضيح السياق التاريخي والتطبيق المعاصر لصحافة المواطن.

تتمثل المهمة الرئيسية من خلال العناصر المقترحة في هذا الموضوع في الفهم المتعمق لدور صحافة المواطنين في المجتمع الحديث. كما يولى اهتمام خاص للبروباغندا وأوجه التشابه والاختلاف بينها وبين المفهوم الحديث لصحافة المواطن.

الأداة التدريبية 1: أين هي حقيقتي

المهارات والمبادئ المستهدفة	• محو الأمية الرقمية • فحص الحقائق/ التحقق من المصادر
الأهداف	• رفع الوعي حول كيفية نشر الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي • تسليط الضوء على أهمية التحقق من المصدر الأصلي • مساعدة المشاركين على استيعاب مبدأ "فقدان المعلومات" كلما تمت إضافة المزيد من النقاط بين متلقي الرسالة والمصدر الأصلي
الأدوات والموارد	بيان أو نص محدد مسبقًا من جملة إلى جملتين حول بعض القضايا الاجتماعية المثيرة للقلق أو حول فئة اجتماعية معينة مثال:" كانت أمريكا مدينة للهجرة من أجل استيطانها وازدهارها. هذا الجزء من أمريكا الذي شجعهم أصبح أكثر تقدمًا من حيث السكان والزراعة والفنون"
المدة الزمنية	15-20 دقيقة
عدد المشاركين	20-40 شخص. العمر: +16

وصف اللعبة

ينقسم المشاركون إلى مجموعتين ويجلسون في دائرتين. يختار المدرب شخصين من إحدى الدوائر (على سبيل المثال، الدائرة على اليمين) ويخبرهم، دون السماح للآخرين بالسماع، أن مهمتهم هي تغيير كلمة واحدة من الجملة التي سيستمعون إليها. لا يتم إعطاء هذه التعليمات للمشاركين في الدائرة الأخرى.

يفكر المدرب "المصدر الأصلي" في بيان الجملة 1-2 الذي له آثار اجتماعية (على سبيل المثال، يتعلق بفئة ضعيفة كالأقليات العرقية أو الدينية والأشخاص ذوي الإعاقة والنساء والمهاجرين أو المثليين جنسيًا أو الأشخاص العاملين في الصحة العامة وما إلى ذلك). ثم يهمس "المصدر الأصلي" بالرسالة أعلاه إلى شخص في الدائرة على يساره وإلى شخص في الدائرة الأخرى على يمينه. بمجرد أن يتلقى شخص واحد من كلتا الدائرتين الرسالة، يجب أن يهمس للشخص الموجود على جانبه الأيسر داخل دائرته.

سيتعين على الشخصين اللذين تم اختيارهما سابقًا (داخل الدائرة اليمنى) تغيير شيء ما من الرسالة (الاسم أو الضمير أو الرقم أو الصفة - لا يمكن أن تكون كلمة ثانوية). ثم يكرر الشخص التالي العملية حتى تصل الرسالة إلى آخر شخص في كلتا الدائرتين، والذي يقول الرسالة بصوت عالٍ.

وفي النهاية يخبر "المصدر الأصلي" الجميع بالرسالة الأصلية. يمكن للمجموعة بعد ذلك مناقشة الفرق بين الرسالتين والرسالة الأصلية.

الأسئلة الاستطلاعية

- ما رأيك في الفروقات بين الرسالة الأصلية والرسالتين النهائيتين؟
- هل لاحظت أي اختلافات في الرسالة التي نشرتها الدائرة والتي كان من المفترض أن تبقى مطابقة للنموذج الأصلي؟

- هل تشعر أن نفس الشيء الذي حدث في النشاط يمكن أن يحدث على وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا ؟ لماذا ؟
- هل سبق لك أن تحققت من مصادر المعلومات التي تتواصل معها؟ إذا كانت إجابتك نعم فكم مرة تفعل ذلك؟

المصدر: تمت موائمة هذه الأداة من قبل مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي من مواد تدريبية للعاملين الشباب والمعلمين التي تم تطويرها في سياق إيراسموس+، مشروع Fake Off! شريك GoEurope: https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/toolkit-for-fostering-adolescents-knowledge-/and-empowerment-in-outsmarting-fake-facts.2889

الأداة التدريبية 2: ألف باء صحافة المواطن Training Tool 2: The ABC of Citizen Journalism

المهارات والمبادئ المستهدفة	• المعرفة بالمصطلحات والمبادئ المتعلقة بصحافة المواطن • مهارات التواصل • التفكير الناقد • العمل الجماعي
الأهداف	• تعزيز المعرفة بالمصطلحات الرئيسية المتعلقة بصحافة المواطن • تعميق فهم المصطلحات والمواضيع المتعلقة بصحافة المواطن
المواد اللازمة	قصاصات من الورق تحتوي على المصطلحات والكلمات المفتاحية، وفليب شارت وأوراق الملاحظات
الأدوات والمصادر	قائمة كبيرة من المصطلحات والكلمات المفتاحية للميسر (أنظر للأسفل) نشرة: أحجية التعاريف
المدة الزمنية	60-70 دقيقة
عدد المشاركين	10-30 شخص، العمر: 16- 30

الوصف

التجهيز

قم بإعداد ورقة فليب شارت (أو أكثر) حيث يتم تدوين المصطلحات الرئيسية التي تريد تقديمها دون أي معلومات أخرى. امنح كل مصطلح مساحة كافية بحيث يمكن وضع 5-10 وظائف أو أكثر حولها. استبعد «قطع اللغز» من لغز التعريفات، مع التأكد من وجود ما يكفي لعدد المجموعات التي ستنشئها (زوجين من التعاريف والمفاهيم الخاطئة لكل مجموعة).

الجزء الأول – المفاهيم والمصطلحات الرئيسية

الجزء الفرعي الأول: الكلمات المفتاحية

قسم المشاركين إلى مجموعات صغيرة (2-3 أشخاص) وأعطَ كل مجموعة 10-15 ورقة ملاحظات (أو بحسب عدد التعاريف/ المصطلحات من القائمة التي تريد تعريف المشاركين بها). إذا كنت ستنفذ الخطوة الاختيارية فيجب عليك ترقيم المجموعات والمصطلحات.

أظهر إحدى كلمات القائمة على الشاشة وأعط المشاركين دقيقة لتبادل الأفكار واكتب الكلمات المتعلقة بهذا المفهوم. عندما تنتهي الدقيقة، استمر إلى الكلمة التالية. لتجنب الارتباك، يجب على المشاركين كتابة المفهوم في أعلى ورقة الملاحظات، مثل العنوان.

بعد الانتهاء من نفس الإجراء لجميع الكلمات، اطلب من المشاركين إلصاق أوراق الملاحظات بجانب المفهوم المعني على flipchart. اقرأ جميع الكلمات الرئيسية المرتبطة بكل مفهوم بصوت عالٍ.

نصيحة للميسر: إذا لم يكن لديك الوقت الكافي، بدلاً من قراءة جميع الكلمات الرئيسية، أخبر المشاركين بتصوير الفليب شارت لأنهم سيحتاجون إليها في الجزء التالي.

الجزء الفرعي الثاني: التعريفات الشخصية

الخطوة الاختيارية (إذا كان هناك وقت كاف؛ 15 دقيقة تقريبًا): لدى أعضاء كل مجموعة 5-6 دقائق لمناقشة وتحديد مفهوم واحد محدد من المفاهيم التي حللوها في الجزء السابق. تعرف المجموعة الأولى المفهوم الأول، والمجموعة الثانية تعرف المفهوم الثاني وما إلى ذلك. يجب كتابة التعريف على قطعة من الورق. في النهاية، يتعين على كل مجموعة قراءة تعريفها للآخرين.

الجزء الفرعي الثالث: أحجية التعريفات

أعطِ كل مجموعة مصطلحين وتعريفين غير متطابقين من ورقة "أحجية التعريفات". يتعين على المجموعات أن يذهبوا إلى المجموعات الأخرى ويقايضوا أوراقهم حتى يجدوا زوجين من المصطلحات والتعاريف المتطابقة.

تحصل كل المجموعات التي أنهت خلال 5 دقائق على "جائزة كبرى" (قطعة كاملة من الشوكولاتة لكل شخص مثلًا).

تحصل كل المجموعات التي أنهت خلال 10 دقائق على "جائزة أصغر" (قطعة صغيرة من الشوكولاتة لكل شخص مثلًا).

وأخيرًا تُعرض جميع التعريفات الصحيحة على المجموعة كاملة.

الجزء الثاني – نشأة صحافة المواطن وخصائصها (20-30 دقيقة)

استمر من خلال عرض قصير يعرض مفهوم صحافة المواطن وتاريخها باختصار (10-15 دقيقة). يمكنك استخدام محتويات الوحدة الأولى من دورة JOUR-YOU الإلكترونية (مسرد المصطلحات ومقاطع الفيديو والرسوم البيانية) كأساس لعرضك التقديمي.

بعد عرض الفيديو، ادعو المشاركين للقيام بعصف ذهني قصير، يتعين عليهم خلاله تسمية الخصائص الرئيسية لصحافة المواطن وتوضيحها بإيجاز. قدم ملاحظاتك وتحقق مما إذا كان المشاركون قد ذكروا وفهموا جميع الخصائص الرئيسية. يجب أن تكون المدة الإجمالية لهذا الجزء 10-15 دقيقة.

وكبديل عن ذلك ولتوفير الوقت، بدلاً من تنفيذ العصف الذهني، يمكنك تقديم خصائص صحافة المواطن في الخطوة الأولى أثناء العرض.

معلومات للميسر:

خصائص صحافة المواطن:

1. **ليست مدفوعة بالربح**: على عكس الصحافة التقليدية، فإن غالبية أنشطة الصحفيين المواطنين ممولة ذاتيًا.
2. تحدث **من غير تدريب رسمي**: لا توجد أي جامعة تقدم شهادة في صحافة المواطن.
3. تعمل بناءً على **عملية لامركزية من القاعدة إلى القمة**: لا يوجد مقر صحفي للمواطنين، ولا يوجد رئيس تنفيذي أو مسؤول مالي أو مدير تسويق. صحافة المواطن هي حركة بدون أي بنية فرعية مرئية أو غير مرئية في العمل.
4. تسمح بمستويات غير مسبوقة من **التعدد**: يمكن للمواطنين العاديين أن يكونوا مشاركين نشطين في إنشاء ونشر الأخبار والمعلومات، مما يسمح بتنوع أكبر بكثير في الآراء والخبرات لتصبح في متناول الجميع مقارنة بالصحافة التقليدية.
5. تحدث صحافة المواطن **بدون معايير ثابتة للشكل أو التحرير**: تتطلب وسائل الإعلام الإذاعية والمطبوعة من الصحفيين الامتثال لمعايير معينة، فيما يتعلق بالقواعد، والهجاء، وأساليب الكتابة، وما إلى ذلك. لديهم

أيضًا معايير عالية للمصادر والاقتباسات والخصوصية وما إلى ذلك. في حين يعمل الصحفيون المواطنون خارج كل هذه القيود.

6. تتمتع صحافة المواطن **بدرجة عالية من الفورية**: يمكن للصحفيين المواطنين أن يكونوا أكثر قدرة على الحركة والاستجابة للأخبار العاجلة من الصحفيين التقليديين حيث أن الهياكل التقليدية أو عمليات التحرير لا تسبب عائقًا لهم.
7. **توسع صحافة المواطن المحتوى** الذي تنشره وسائل الإعلام التقليدية: أصبحت مشاركة المعلومات أسهل من أي وقت مضى بسبب الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، في حين أن المواطنين كمجموعة ليس لديهم أي أجندات خفية أو محددة. وبالتالي، فإن صحافة المواطنين تغطي مواضيع يتم تجاهلها أحيانًا من قبل وسائل الإعلام الرئيسية، وبهذه الطريقة تعزز التعددية في وسائل الإعلام.
8. تساهم صحافة المواطن في **إضفاء الطابع الديمقراطي على المجتمع** حيث أن المواطنين ووسائل الإعلام المستقلة لا يقومون بإعلام الناس فحسب، بل يشككون في مشاكل مختلفة بشكل نقدي ويجعلون الإجراءات الحكومية أكثر شفافية. هذا مهم بشكل خاص عندما يتعلق الأمر بالرقابة

الأسئلة الاستطلاعية

- هل تعتقد أن النشاط كان مفيدًا لاكتشاف المصطلحات والمبادئ المتعلقة بصحافة المواطن؟
- هل كان من الصعب فهم التعاريف الصحيحة؟
- والآن، بعد كل هذه العملية، هل يمكنك تعداد بعض الأشياء التي يقوم بها الصحفي المواطن عادةً؟

بالنسبة للميسر (إجابات إرشادية للسؤال الأخير): المواطنون الصحفيون مستقلون ويعملون لحسابهم الخاص في مجال الأخبار ومراسلي الرأي. وهم ليسوا مقيدين بالعمليات أو المنهجيات الصحفية التقليدية، وعادة ما يعملون دون إشراف تحريري. ويقومون بجمع الأخبار والمعلومات ومعالجتها وإجراء البحوث والإبلاغ عنها وتحليلها ونشرها، ويستخدمون في أغلب الأحيان مجموعة متنوعة من التكنولوجيات التي تتيحها شبكة الإنترنت. إنهم لا يكتبون فقط رسالة إلى المحرر ويأملون أن تتم طباعتها. ولكنهم يمكن أن:

- يكتبوا مدونة.
- يرسلوا رسائل عبر البريد الإلكتروني لجميع جهات الاتصال لديهم.
- يطوروا موقع إخباري إلكتروني لمنطقتهم.
- يحافظوا على حضور منتظم على Twitter أو Facebook أو YouTube أو المنصات الأخرى للتعليق على الموضوعات ذات الاهتمام الرئيسي للمجتمع المحلي والإبلاغ عنها والتوعية بها.
- يرسلوا رسائل نصية للأشخاص الذين يريدون التأثير عليهم.

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

نشرة: أحجية التعاريف

صحافة المواطن	الأشخاص الذين يجعلون حياة الآخرين أفضل باستخدام معارفهم ومهاراتهم ووقتهم. وهم يشاركون بنشاط في تحسين رفاه مجتمعاتهم المحلية ومعالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، إما من خلال المناصب المنتخبة أو المعينة أو من خلال العمل التطوعي. (12)
الإعلام المجتمعي	مصطلح نستخدمه للمعلومات الخاطئة المنشورة بسبب أخطاء غير مقصودة. يمكن إعادة نشر هذه المعلومات التي لم يتم التحقق منها والتي لا تتوافق مع الحقيقة، أو الإشارة إلى الوسائط الساخرة كمصادر لمعلومات خطيرة، أو الأخطاء غير المقصودة في أسماء الأشخاص أو الأماكن أو الصور أو المعلومات الإحصائية الخاطئة. (8)
الصحفيون المدافعون عن المواطنين	الأشخاص الذين يعلقون بشكل غير متوقع في منتصف حدث ما وقاموا بالتقاط الصور أو مقاطع الفيديو وتحميلها إما على مواقع الشبكات الاجتماعية مثل Facebook أو MySpace أو Twitter أو المواقع الإخبارية مثل iReport على CNN أو Fox News' uReport
الصحفيون بالصدفة	نوع من الصحفيين الذين يتبنون وجهة نظر من أجل الدعوة نيابة عن غرض اجتماعي أو سياسي أو تجاري أو ديني وتكييف عملهم في مجال التقارير وفقًا لذلك. ما يجعل عملهم يعد صحافة بدلاً من الدعاية هو استخدام حقائق قابلة للدعم ويمكن التحقق منها بشكل مستقل تدعم الافتراضات المسبقة للكاتب أو المنشور أو المدونة أو الموقع. ويعترف هؤلاء الصحفيون بتحيزهم لجمهورهم ويكتبون أو يتحدثون بآرائهم بحرية.
التعدد	أي نص أو صور أو مقاطع الفيديو أو الصوت أو أي شكل آخر من أشكال تقديم المعلومات، والتي يتم إنشاؤها بواسطة أفراد ليسوا بالضرورة صانعي محتوى محترفين أو منتسبين إلى أي منصة تستضيف تلك المعلومات. لكن يُنشئها أشخاص عاديون يستخدمون المنصة لأسباب شخصية أو مهنية خاصة بهم. الأمثلة الأكثر شيوعًا هي منشورات وسائل التواصل الاجتماعي ومقالات المدونات والمراجعات والتعليقات والتقييمات. (7)
الفورية	هي الظاهرة التي يستخدم فيها الجمهور (أشخاص ليسوا صحفيين محترفين أو صحفيين مدربين) الأدوات الصحفية التي يمتلكونها لإعلام بعضهم البعض؛ ليصبحوا مساهمين في وسائط الإعلام، مستخدمين أشكالا عديدة مختلفة لتوزيع المعلومات. تُعرف أيضًا باسم صحافة الشبكة والصحافة التشاركية وصحافة الويب 2.0 والصحافة التعاونية. (1)
المحتوى الذي ينشئه المستخدم	سمة من سمات صحافة المواطن: يمكن للمواطنين العاديين أن يكونوا مشاركين نشطين في إنشاء ونشر الأخبار والمعلومات، مما يسمح بتنوع الآراء والخبرات بشكل أكبر بكثير ليصبح في متناول الجميع مقارنة بالصحافة التقليدية. (5)
المعلومات المغلوطة	سمة من سمات صحافة المواطن: يمكن للصحفيين المواطنين الذين لا تعوقهم الهياكل التقليدية أو عمليات التحرير أن يكونوا أكثر قدرة على الحركة والاستجابة للأخبار العاجلة من الصحفيين التقليديين (6)
المعلومات المضللة	اللجوء إلى مجموعة من الناس للحصول على المعارف أو السلع أو الخدمات اللازمة. استخدمت الشركات والأفراد والمنظمات المختلفة هذه العملية لجمع الأفكار والأموال بالإضافة إلى توحيد المعلومات وتعزيزها. وتنفذ العديد من منصات صحافة المواطنين هذه الممارسة أيضًا. (14
المعلومات المنشورة بهدف الإضرار	هي أداة يملكها ويسيطر عليها المجتمع المحلي استجابة للاحتياجات المحلية لأنها "تركز بدرجة أكبر على المشاركة والانفتاح الذي يظهر في كثير من الأحيان قدرة غير المحترفين على تنظيم الإنتاج الإعلامي بأنفسهم". (2)
تفاعل الجمهور	الأفراد الذين يمارسون قدرًا كبيرًا من التأثير داخل شبكتهم والذين يمكنهم التأثير على آراء الأفراد من حولهم. قد يظهرون في سياقات متنوعة بما في ذلك السياسة والأعمال والحركات الاجتماعية ووسائل الإعلام. (13)
القادة المدنيين	معلومات شخصية تُنشر عمداً بهدف إلحاق الأذى بشخص أو مؤسسة ما. ويمكن أن يكون ذلك عن

	طريق تغيير أجزاء من المعلومات، مثل الوقت أو المكان أو السياق الذي نشأت فيه. (10)
قادة الرأي	هو محتوى خاطئ ينشر لغرض رئيسي هو إلحاق الأذى بفرد أو مؤسسة أو بلد أو فئات اجتماعية محددة. يستخدم كأداة أساسية في البروباغندا. ويتم الاستشهاد بالأشخاص أو المنظمات الحقيقية كمصدر للمحتوى دون أن يكون صحيحًا. (9)
حشد المصادر	يشير إلى كيفية عمل الأفراد والجماعات معًا لمعالجة القضايا وتحسين نوعية الحياة في مجتمعهم. ويمكن أن يشمل ذلك أنشطة مثل التطوع والمشاركة في نشاطات بناء المجتمع والعمل مع المنظمات المحلية لتلبية احتياجات المجتمع. يمكن أيضًا اعتباره وسيلة لبناء رأس المال الاجتماعي والذي يشير إلى الشبكات والمعايير والثقة التي تيسر التعاون والتنسيق داخل المجتمع. (17)
التواجد على الانترنت	استخدام التقنيات الرقمية وأدوات الاتصال لتمكين الأفراد والمجتمعات من المشاركة في مجموعة من الأنشطة المتعلقة بصنع القرار والحوكمة والسياسة العامة. ويتمثل هدفه في تحسين فرص الحصول على المعلومات والخدمات العامة، فضلًا عن تعزيز المشاركة في صنع السياسات، سواء من أجل تمكين المواطنين كأفراد أو لصالح المجتمع ككل. (16)
المشاركة الإلكترونية	الوجود على الوسائط الرقمية من خلال مختلف نظم الخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت. وهو تمثيل شخص أو شركة على الإنترنت من خلال الشبكات الاجتماعية والتداول والبريد الإلكتروني والفيديو. (15)
المشاركة المجتمعية	الإجراءات الفردية والجماعية المصممة بهدف تحديد ومعالجة القضايا ذات الاهتمام العام. وهذا النوع من المشاركة النشطة أكثر توجها نحو السياسة وأكثر تركيزا على المشاركة في عملية صنع القرار، بما في ذلك الأنشطة مثل التصويت والمشاركة في الحملات السياسية أو القضايا السياسية والترشح للمناصب العامة. (18)
المشاركة المدنية	مدى اهتمام جمهورك بالمحتوى الخاص بك. ما مدى تفاعلهم مع المحتوى الخاص بك (عن طريق القراءة والمشاهدة والتعليق)؟ (11)

معلومات للميسر:

أ. جميع أزواج المصطلحات والتعاريف في الجدول **خاطئة.**

ب. تتوافق الأرقام الواردة بين قوسين مع الأرقام في الجدول التالي:

1. صحافة المواطن	2. الإعلام المجتمعي
3. الصحفيون المدافعون عن المواطنين	4. الصحفيون بالصدفة
5. التعدد	6. الفورية
7. المحتوى الذي ينشئه المستخدمون	8. المعلومات المغلوطة
9. المعلومات المضللة	10. المعلومات المنشورة بهدف التضليل
11. تفاعل الجمهور	12. القادة المدنيين
13. قادة الرأي	14. حشد المصادر
15. التواجد على الإنترنت	16. المشاركة الإلكترونية
17. المشاركة المجتمعية	18. المشاركة المدنية

ت. تأكد من أن زوجي التعريف المفاهيمي اللذين تعطيهما لكل مجموعة لا «يحلان بعضهما البعض». على سبيل المثال، إذا أعطيت التعريفين الخاطئين أدناه أزواجًا لمجموعة واحدة:

التواجد على الانترنت: " الوجود على الوسائط الرقمية من خلال..." و

المشاركة الإلكترونية: " استخدام التقنيات الرقمية وأدوات الاتصال..."

ستحتاج المجموعة لقلب التعريفين للحصول على زوجين صحيحين من دون الحاجة إلى التنقل للمجموعات الأخرى.

الأداة التدريبية 3: الجدل التاريخي حول صحافة المواطن

المهارات والمبادئ المستهدفة	• المنظور التاريخي لصحافة المواطن • مهارات التواصل (التعابير اللفظية والاستماع النشط ومهارات المناظرة والتحدث أمام الجمهور) والتفكير الناقد • العمل الجماعي
الأهداف	• زيادة معرفة المشاركين وفهمهم لتاريخ صحافة المواطن وتعريفها • تعزيز التفكير الناقد حول أثر صحافة المواطن على المجتمع • التفكير في دور صحافة المواطنين في مجتمعات المشاركين
المواد اللازمة	أوراق وأقلام لتسجيل الملاحظات والعروض الجماعية
الأدوات والمصادر	نشرات تحتوي على أمثلة على صحافة المواطن مجموعة من التصريحات المثيرة للجدل حول صحافة المواطن
المدة الزمنية	2-3 ساعات
عدد المشاركين	20-30 شخص، العمر +18

الوصف

التحضير

الجزء الأول: قسّم المشاركين إلى مجموعات صغيرة (4-5 أشخاص في كل مجموعة). لاحظ أنه يجب ألا يكون هناك مجموعات أكثر من الحالات في نشرة "الأمثلة التاريخية لصحافة المواطنين". أعط كل مجموعة أوراقًا وأقلامًا والنشرة الأولى (أمثلة تاريخية على صحافة المواطن).

الجزء الثاني: قسّم المساحة المستخدمة لجزئين باستخدام لاصق وقم بتسمية جزء منهما "أوافق" والجزء الآخر "لا أوافق". حضّر مجموعة من تصريحات مثيرة للجدل تتعلق بدراسات الحالة التي استكشفتها، بالإضافة إلى مزايا وعيوب وتأثير صحافة المواطن.

تعريف (20-25 دقيقة)

ابدأ بعرض قصير عن صحافة المواطن ونشأتها باختصار (10-15 دقيقة). يمكنك استعمال محتويات الفصل الأول من دورة JOUR-YOU الإلكترونية (قائمة المصطلحات والرسوم البيانية والفيديو) كقاعدة لعرضك.

بعد مشاهدة الفيديو أعط المشاركين المساحة للعصف الذهني وعليهم خلالها تعداد الخصائص الرئيسية لصحافة المواطن وشرحها بشكل قصير. قدم ملاحظاتك وتأكد من ذكر جميع الميزات الرئيسية وفهمها من قبل المشاركين.

معلومات للميسر: انظر نفس القسم في الأداة 2 (خصائص صحافة المواطن)

الجزء الأول – استكشاف الأمثلة التاريخية (60-70 دقيقة)

تمتلك جميع المجموعات نشرة تحتوي على حالة تاريخية واحدة. ولديهم بعض الوقت لقراءة النشرة – 5 دقائق

ثم أمام أعضاء كل مجموعة 15 دقيقة لمناقشة الأمثلة والتفكير فيها بناءً على الأسئلة التالية:

- كيف ستكون معرفتنا وفهمنا وشعورنا بشأن الأحداث الهامة الموصوفة في النشرات إذا لم يكن هناك صحفيون مواطنون حولنا لتوثيقها؟
- بناءً على الحالة التي تقوم بتحليلها ما هي خصائص صحافة المواطن التي تمنحها قوتها العظيمة؟

- ما هي بعض المشاكل المتأصلة في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لنشر المعلومات (التي تستند إليها صحافة المواطنين بالكامل تقريبًا) ؟ بالنسبة لهذا الجانب، يرجى قراءة المصدر الأصلي المقدم للحالة التي تقوم بتحليلها.
- كيف ساهمت صحافة المواطن في تعزيز الشفافية والمساءلة ومشاركة المواطنين في مجتمع ديمقراطي في الحالة التي تقوم بتحليلها؟

يجب على المجموعات تسجيل الملاحظات وتقديم عرض شفوي حول قضيتهم – 15 دقيقة. تعرض المجموعات قضاياها واكتشافاتها واستنتاجاتها بعد هذا الجزء (دقيقتان لعرض القضية و4 دقائق لتحليل إجابات الأسئلة).

الجزء الثاني – مناظرة تاريخية (40-60 دقيقة)

اشرح قواعد المناظرة للمشاركين:

أ. يقرأ الميسر "بيانًا مثيرًا للجدل" وبعد وقت قصير من التفكير، يتعين على المشاركين الانتقال إلى الجانب الذي يتوافق مع رأيهم حول البيان (موافق / غير موافق).

ب. يشجع الميسر عددًا من المشاركين من كل جانب على شرح موقفهم ودعمه بالحجج. يتم إعطاء الدور إلى جانب ثم إلى الجانب الآخر بالتناوب. يمكن لشخص واحد فقط التحدث في كل مرة.

ت. خلال المناقشة حول بيان معين، من الممكن تغيير الرأي إذا اقتنع شخص ما بجدل أشخاص من الجانب الآخر. في أفضل مناظرات المشي، يمكن رؤية العديد من الحركات حيث تتغير آراء المشاركين من خلال الحجج القوية التي يقدمها الآخرون.

معلومات للميسر:

<u>تصريحات إرشادية مثيرة للجدل حول صحافة المواطن</u>

- صحافة المواطن هي مستقبل النشرات الإخبارية.
- صحافة المواطن هي وسيلة للأفراد للوصول إلى السلطة والنفوذ دون مساءلة عن تقاريرهم.
- غالبًا ما تكون صحافة المواطن مدفوعة بأجندات شخصية أو أيديولوجية بدلاً من الالتزام بالحقيقة.
- يمكن أن تؤدي صحافة المواطن إلى مواطنة أكثر استنارة وإشراكًا بشكل أكثر كفاءة من وسائل الإعلام التقليدية.
- صحافة المواطن هي أداة لمحاربة المعلومات المضللة ومواجهة الأخبار الكاذبة لأنها الطريقة الوحيدة للتحايل على الرقابة والقمع في الأنظمة الاستبدادية.
- تساهم صحافة المواطن في الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة، حيث يمكن خلط الآراء والحقائق ونشرها دون أي سيطرة.
- يمكن أن تتطور صحافة المواطن إلى شكل من أشكال أعمال قصاص المدنيين وتؤدي إلى عدالة الغوغاء.
- الصحفيون المواطنون أكثر تحيزًا وأقل موثوقية من الصحفيين المحترفين.
- في الوقت الحاضر، يمكن لأي شخص لديه إمكانية الوصول إلى الأدوات الرقمية اللازمة أن يصبح مواطناً صحفيًا.
- ستحل صحافة المواطن حتمًا محل الصحافة التقليدية.
- أصبحت صحافة المواطن الأداة الأكثر كفاءة لتمكين المواطنين والسيطرة الديمقراطية بسبب قوة وسائط الإعلام الجديدة.

- سيكون العالم مختلفًا بدون صحافة المواطنين.

استمر في المناظرة ل 6-10 أدوار حسب الوقت المتاح بعد استشعار الطاقة في المجموعة.

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن نشأة صحافة المواطن وتعريفها؟
- كيف غيرت صحافة المواطن المحادثة حول الأحداث الضخمة التي درستها؟ ما هي عواقب ذلك؟
- ما هي الدروس المستفادة من الأمثلة التاريخية التي تم استكشافها، وكيف يمكن تطبيقها على ممارسة صحافة المواطنين اليوم ؟
- ما هو الدور الذي تعتقد أن تلعبه صحافة المواطن في مجتمعك؟

المصدر: : طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

الجدل التاريخي حول صحافة المواطن

الربيع العربي – 2010
كان الربيع العربي بمثابة نهوض ثوري لكل من المظاهرات السلمية والعنيفة والانقلابات وأعمال الشغب والاحتجاجات التي بدأت في شمال إفريقيا وانتشرت في جميع أنحاء الشرق الأوسط، والتي بدأت في ديسمبر 2010 في تونس. بحلول عام 2012، تضاءلت الموجة الأولى من الثورات في هذه البلدان بسبب الردود الوحشية من السلطات الحكومية والمتظاهرين المناهضين، وتبع ذلك صراعات خطيرة، مثل الحرب الأهلية السورية والحرب الأهلية الليبية والأزمة اليمنية. تم توثيق احتجاجات الربيع العربي على وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك كميات كبيرة من المحتوى الذي أنتجه الصحفيون المواطنون الذين نقلوا مشاهد مقنعة من القمع والثورة في تلك البلدان في جميع أنحاء العالم. كانت الشبكات التي تم تشكيلها عبر الإنترنت حاسمة في تنظيم مجموعة أساسية من النشطاء، خاصة في مصر. بالإضافة إلى ذلك، استخدم العرب الوسائط الرقمية لممارسة حرية التعبير وكمساحة للمشاركة المدنية. دور مواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي كانت ثروة المحتوى التي أنتجها المواطنون خلال الانتفاضات العربية غنية لدرجة أن بيتر سنودون، المخرج السينمائي والصحفي أنشأ فيلم "الانتفاضة" وهو فيلم مكون بالكامل من مقاطع فيديو على الهاتف الخلوي تم تصويرها من قبل مواطنين ومقيمين في البحرين ومصر وتونس وسوريا وليبيا واليمن، مما يوفر منظورًا فريدًا وخامًا لثورات الربيع العربي من الداخل، دون انقطاع من قبل وسائل الإعلام المختلفة.  المقال كامل: (pewresearch.org) The Role of Social Media in the Arab Uprisings

هجمات مومباي – 2008
في تشرين الثاني/ نوفمبر 2008، هزت سلسلة من 12 هجومًا منسقًا لإطلاق النار والقصف من قبل "لشكر طيبة" ، وهي منظمة إرهابية من باكستان، مومباي لمدة أربعة أيام. لعبت البيانات التي حملها أفراد حول هجمات مومباي دورًا حيويًا في نشر المعلومات. لقد شكلوا حقبة جديدة من صحافة المواطنين بسبب قدرتهم على تقديم التقارير في الوقت الفعلي عن التطورات على الأرض. فلم يتمكن الصحفيون المحترفون القلائل المتواجدون في الموقع من التنافس مع جماهير الناس في جميع أنحاء المدينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت تقوم بتحديث Twitter وFlickr من خلال هواتفهم المحمولة كلما ظهرت تطورات جديدة ظهرت التقارير الأولى حول الأحداث حال وقوع الهجمات الأولى في مومباي على Twitter حتى قبل أن تتمكن وكالات الإعلام الرئيسية من نشر قصص إخبارية. قدم المستخدمون روايات مباشرة من خلال نشر مستمر للتقارير والتعليقات الشبكات الاجتماعية من خلال وضع علامة #mumbai على المنشورات المتعلقة بالهجمات. وكان الناس في الوقت نفسه يحملون الصور على موقع Flickr، وهو موقع لمشاركة الصور. حتى أن وسائل الإعلام الرئيسية استخدمت بعض الصور من الموقع لتقاريرها. أصبح المصور فينوكومار رانجاناثان ضجة كبيرة بين عشية وضحاها عندما اجتذبت صفحته على فليكر مئات الآلاف من الزيارات للصور التي حملها في أعقاب الهجمات مباشرة. ويشارك المدونون أيضا بفاعلية في نشر المعلومات، فقد جمعت مدونات مثل «Mumbai Help» المعلومات المشتقة من Twitter وFlickr، كما أدرجت تفاصيل الاتصال بالخطوط الساخنة للسفارة والقنصلية التي تم إنشاؤها للأزمة. كما سعت إلى مساعدة الأفراد على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم في مومباي. بالإضافة إلى أن المدونة أتاحت وسيلة للمتطوعين والأطراف المهتمة للتواصل وكانت موقعًا يمكن فيه توحيد طوفان المعلومات وسهولة الوصول إليه وفهمه.  المصدر: هجمات مومباي موجة جديدة من صحافة المواطن (لي هونجيان، 2008)

سقوط البرجين التوأمين – 2001
تغير أفق مدينة نيويورك إلى الأبد في صباح يوم 11 سبتمبر 2001، حيث اصطدمت طائرتان في البرجين التوأمين لمركز التجارة العالمي في هجوم إرهابي جريء. ضربت الطائرة الأولى البرج الشمالي في حوالي الساعة 8:45 صباحًا، مما تسبب في انفجار هائل وحطام في الشوارع أدناه. واصطدمت طائرة ثانية بعد دقائق فقط في البرج الجنوبي، مما أدى لاشتعال النيران في المبنى. أفاد شهود عيان عن مشاهد من الفوضى والرعب حيث حاول العمال والزوار المذعورون الموجودون في الأبراج الفرار من مكان الحادث. وتسابق المستجيبون للطوارئ إلى الموقع للمساعدة بينما كانت كل من شرطة نيويورك ودائرة اطفاء نيويورك في حالة تأهب قصوى. كان هذا الهجوم الإرهابي الأكثر دموية في تاريخ العالم حيث أن عدد القتلى كان حوالي 3000 شخص، وكان له تأثير كبير على الولايات المتحدة والعالم. يعتبر الكثيرون أن سقوط البرجين التوأمين لمركز التجارة العالمي هو بداية نهضة صحافة المواطن. سعت العديد من المواقع الإخبارية الكبيرة للحصول على مواد أصلية من أشخاص مرتبطين بالمأساة، مما يثبت أن الناس العاديين يمكنهم تسجيل القصص ونشرها بطريقة لا يستطيع الصحفيون القيام بها. صرح رئيس جمعية نيويورك التاريخية، كينيث تي جاكسون، أن "حوالي 100 كاميرا التقطت رحلة الخطوط الجوية المتحدة رقم 175 وهي تصطدم بالبرج الجنوبي، والتقطت آلاف الكاميرات الأبراج وهي تسقط، وسجل مئات الآلاف ما تلاها في ذلك اليوم." وصرح أيضًا: "إنه الحدث الأكثر توثيقًا في تاريخ البشرية".  المصدر: سقوط البرجين التوأمين ونهضة صحافة المواطن (جيسون ترويت)

كارثة تسونامي – 2004
في 26 ديسمبر 2004، وقع زلزال بقوة 9.2 درجة تحت المحيط الهندي قبالة الساحل الغربي لشمال سومطرة في إندونيسيا، مما جعله رابع أكبر زلزال في العصر الحديث. وكانت النتيجة تسونامي هائل، مع موجات تصل إلى 30 مترًا (!)، أثرت على 14 دولة. وأدى تسونامي إلى القضاء على المنازل والمدارس والمرافق الصحية، وهدمت الطرق والجسور وخطوط الكهرباء، فقد غيرت حياة الملايين وكلفت حياة ما يقدر بنحو 230,000 شخصا، أكثر من ثلثهم كانوا أطفالًا مفقودين. كانت الكارثة نقطة تحول في صحافة المواطنين، حيث جاءت العديد من الصور والتقارير الأولى من أشخاص عاديين في مواقع الحدث. في الواقع، خلال الـ 24 ساعة الأولى، كانت جميع التغطية المبلغ عنها عبارة عن صور ومقاطع فيديو تم إرسالها من المواطنين مباشرة. أنشأ المدونون موارد تفاعلية للمساعدة في الجهود الإنسانية وتبادل المعلومات الحيوية، ونما عدد المدونات بسرعة في الساعات والأيام التي أعقبت الكارثة. يعتبر تسونامي نقطة محورية في الجدول الزمني لصحافة المواطنين لأنه كان أحد الأحداث الأولى التي اعترفت فيها وسائل الإعلام التقليدية بالناس العاديين على أنهم يساهمون في الصحافة المفيدة. كان مثالًا على إبقاء المواطنين على اطلاع في وقت الحاجة الماسة، والجمع بين الناس كمجتمع.  المصدر: Boxing Day tsunami heralded new era of citizen journalism (جليندا كوبر)

حادثة إطلاق النار في مدرسة باركلاند الثانوية – 2018
في 14 شباط/ فبراير 2018 أطلق طالب سابق النار في مدرسة مارجوري ستونمان دوغلاس الثانوية في باركلاند بولاية فلوريدا، مما أسفر عن مقتل 17 شخصًا وإصابة 17 آخرين. كان مطلق النار مسلحًا ببندقية نصف آلية واستخدم قنابل دخان لإثارة الفوضى أثناء تحركه عبر المدرسة. استمر إطلاق النار ست دقائق قبل أن يسقط مطلق النار سلاحه ويهرب. أثار الحادث مناقشات واسعة النطاق حول مراقبة الأسلحة وتدابير السلامة المدرسية، مما أدى إلى حركة وطنية لإصلاح قانون الأسلحة بقيادة الطلاب الناجين من إطلاق النار. شاهد ملايين الأشخاص مشاهد من إطلاق النار مباشرة تقريبًا، حيث سجل الطلاب طلقات نارية وصراخ وهم مختبئين في الفصول الدراسية، ليراها الجميع على الإنترنت ويسمعونها. كان هذا الحدث مثالًا آخر على كيفية تغيير الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي والصحفيين المواطنين لكيفية إعلام الناس وفهمهم للأحداث الكبرى حال حدوثها تقريبًا. بالنسبة لبلد أصبح فيه إطلاق النار في المدارس حدثًا منتظمًا، إن المواد التي يتم إنتاجها من خلال مشاهدة المواطنين الصحفيين توفر وجهة نظر غير متاحة بخلاف ذلك، وأكثر عمقًا وتأثيرًا عاطفيًا مما يمكن أن يقدمه المراسلون التلفزيونيون.

المصدر: Screams and gunshots: Social media changed what the public sees and hears during school shootings (دارتونورو وجيسون ابروزيس)

احتجاجات جيزي باركي – 2013
بدأت موجة من المظاهرات والاضطرابات المدنية في تركيا في 28 أيار/ مايو عام 2013، في البداية لمعارضة خطة التنمية الحضرية لمنتزه تقسيم غيزي في اسطنبول. واندلعت الاحتجاجات بسبب الغضب من الإخلاء العنيف لاعتصام في الحديقة من مجموعة صغيرة من المواطنين المحتجين على الخطة. بعد ذلك، تم دعم الاحتجاجات والإضرابات في جميع أنحاء تركيا ضد مجموعة واسعة من المخاوف، في جوهرها قضايا حرية الصحافة والتعبير والتجمع، فضلاً عن تآكل العلمانية التركية من قبل الحكومة السياسية الإسلامية. ما يجعل هذه الحركة مهمة جدًا، أنها كانت ممكنة من خلال تبني الصحافة الشبكية. والتي عرفها جيف جارفيس على أنها "محترفون وهواة يعملون معًا للحصول على القصة الحقيقية، ومشاركة الحقائق والأسئلة والإجابات والأفكار ووجهات النظر والاعتراف بالعلاقات المعقدة التي ستصنع الأخبار والتركيز على العملية أكثر من المنتج". وفي الفترة من 29 أيار/مايو إلى 10 حزيران/يونيو 2013، زاد استخدام موقع تويتر يوميا في تركيا من 1.8 إلى 10 ملايين. وكان هناك أكثر من 20 وسم تتعلق بالاحتجاجات التي أصبحت أكثر الموضوعات العالمية شعبية. تجاوزت ستة من هذه الوسوم حاجز 1 مليون رسالة يوميًا، مما يوضح للعالم ما كان يحدث: رد الحكومة العنيف على أعمال الشغب، والتي شملت مركبات مدافع المياه وقنابل الغاز المسيل للدموع، بالاقتران مع انقطاع التيار الكهربائي على وسائل التواصل الاجتماعي، وقمع القنوات الإعلامية التي لا تتوافق مع الإعلام الحكومي، والرقابة الذاتية لوسائط الإعلام المستقلة، وحملة التضليل الإعلامي لوسائط الإعلام الموالية للحكومة، ورُصِد العنف غير المسبوق الذي تمارسه قوات الشرطة التركية ضد المتظاهرين العزل مرارًا وتكرارًا في صور، واستخدمت ضدهم. بدا السبب الجذري للحركة واضحًا في البداية (احتجاجًا على تدمير حديقة وطنية محبوبة وأماكن عامة) لكن ذلك لا يفسر سبب نجاح الحركة ووصولها إلى ما هو أبعد من تركيزها الداخلي. كان السبب أكثر تميزًا وانعكاسًا حيث أشار 84٪ من المتظاهرين في اسطنبول إلى نقص التغطية الإعلامية كسبب للانضمام إلى الاحتجاجات، مقارنة بـ 56٪ الذين أشاروا إلى تدمير الحديقة. يصف فاتيكيوتيس ويوروك الاحتجاجات بأنها «لحظة اندلاع سلسلة من السخط الاجتماعي المتراكم». كانت جيزي معركة أيديولوجية بين صحافة المواطنين المترابطة والصحافة التقليدية السائدة.  المصدر: The ‘Marauder’ Movement: Citizen Journalism and the 2013 Gezi Park Protests (by Asligul Armagan)

الأداة التدريبية 4: حان الوقت لرسم التاريخ

المهارات والمبادئ المستهدفة	• الإبداع • التبادل الثقافي • صحافة المواطن
الأهداف	• التفكير بدور صحافة المواطن في المجتمعات • التعرف على الأحداث التاريخية لصحافة المواطن • التأكيد على الحركات التاريخية
المواد اللازمة	ورق A2، ورق طباعة A4، أقلام خطاط، أقلام حبر، فليب شارت
المدة الزمنية	60 – 90 دقيقة
عدد المشاركين	12 – 13 شخص العمر: +15

الوصف

التعريف

يقسم الميسر المشاركين إلى مجموعات من 4-5 أشخاص من دول مختلفة

النشاط الرئيسي

يعطي الميسر كل مجموعة مثالًا على صحافة المواطن ويطلب منهم صناعة لوحة تمثل تلك القصة وأثرها على المجتمع. **(20 دقيقة)**

يمكن أن يطلب من المجموعة أن يذكروا بعض الاقتباسات أو المعلومات الأساسية من مثالهم في اللوحة. **(5 دقائق)**

تُرسم اللوحة على أوراق كبيرة وتُعرض في موقع متوسط لجميع المشاركين.

تعرض كل مجموعة مثالهم التاريخي (**5 دقائق**) ثم تناقش النتائج.

وأخيرًا على جميع المشاركين تشكيل دائرة كبيرة (مع البقاء بالقرب من مجموعاتهم) وصياغة الترتيب التاريخي الدقيق للأحداث المرسومة.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل وجدت أي تحسينات بين الأمثلة التاريخية وصحافة المواطن في الوقت الحاضر؟
- ما هو دور صحافة المواطن في مجتمعك؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 5: الشباب والبروباغندا

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد ومحو الأمية الرقمية • التعاون والعمل ضمن فريق • استخدام الأدوات الرقمية • التواصل ومهارات العرض • فهم البروباغندا وبعض من تقنياتها
الأهداف	• تطوير المهارات الرقمية من خلال من خلال فحص كيفية تغطية وسائل الإعلام المختلفة للحدث نفسه • اكتشاف دور صحافة المواطن في الكشف عن البروباغندا والمعلومات المضللة وإمكانية إساءة استخدامها لتسهيل البروباغندا • فهم إيجابيات وسلبيات صحافة المواطن مقارنة بالصحافة التقليدية • رفع الوعي حول أهمية فحص الحقائق التفكير الناقد عند تصفح أي وسلة من وسائل الإعلام
المواد اللازمة	هاتف ذكي، ورق طباعة، أقلام خطاط، أقلام حبر
الأدوات والمصادر	البطاقات التعليمية "صحافة المواطن والبروباغندا"
المدة الزمنية	90 – 100 دقيقة
عدد المشاركين	12 – 23 شخص، العمر: +15

الوصف

قطّع البطاقات التعليمية التي تحتوي قضايا كشفت فيها صحافة المواطنين عن بروباغندا لوسائل الإعلام التقليدية، وألصقها على الحائط على شكل معرض صور.

يُقسّم الميسر/ة المشاركين لمجموعات من 3-4 أشخاص ويعرفهم على النشاط على أنه محاكاة للتمثيل الإعلاني وهدفه الرئيسي هو إنشاء فيديو.

لدى المجموعات **5 دقائق** لاستطلاع معرض الصور واختيار قضية لإنشاء فيديو عنها.

بعد أن تختار كل منها القضايا المفضلة تبحث المجموعات لمدة 15 دقيقة عن قضيتهم وكيف غطتها كل من الصحافة التقليدية وصحافة المواطن (يمكن لأكثر من مجموعة العمل على نفس القضية).

ثم أمام كل مجموعة **45 دقيقة** لتسجيل مقطع فيديو قصير (**مدته 3 دقائق**) يسلط الضوء على كيف يمكن لصحافة المواطن أن تلعب دورًا حاسمًا في الكشف عن الحقيقة وكشف البروباغندا وكيف يمكن أن تسهل أحيانًا نشر معلومات خاطئة أو مضللة. ينبغي إدراج الحدث المحدد "الحالة" وكيفية تغطيته في وسائط الإعلام التقليدية وكيف غطاه الصحفيون المواطنون. يمكن للمشاركين اختيار الطريقة لتقديم المعلومات (على سبيل المثال، بلهجة صحفية جادة أو برنامج حواري أو مسرحية، إلخ).

في نهاية هذا النشاط، تقدم كل مجموعة الفيديو الخاص بها لبقية الفرق. وعند انتهاء جميع العروض، يناقش المشاركون الاختلافات بين الصحافة التقليدية وصحافة المواطنين، فضلاً عن مزايا وعيوب كل منها.

يمكن استبدال إنشاء فيديو بسرد قصصي

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن القضية التي اخترت العمل عليها؟ هل تفاجأت بالاختلافات ما بين طريقة تغطية الحدث من قبل الصحافة التقليدية وصحافة المواطن؟

- كيف قررت المجموعة عرض المعلومات في الفيديو الخاص بكم؟ لماذا اخترتم هذا النهج؟
- كيف يمكن لصحافة المواطن مناهضة البروباغندا؟ هل توفر دائمًا منظورًا صحيحًا وغير متحيز للقضايا؟
- ماذا تعلمت عن مزايا وعيوب صحافة المواطن مقارنة بالصحافة التقليدية؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

البطاقات التعليمية: صحافة المواطن والبروباغندا

احتجاجات هونج كونج:

في عام 2019، خرج المتظاهرون في هونغ كونغ إلى الشوارع للمطالبة بإصلاح ديمقراطي ومزيد من الحكم الذاتي عن الصين. بينما صورت الحكومة الصينية ووسائل الإعلام التي تديرها الدولة الاحتجاجات على أنها عنيفة ومناهضة للحكومة، تمكن الصحفيون المواطنون التقاط لقطات لوحشية الشرطة وغيرها من انتهاكات السلطة التي طعنت في هذه الرواية



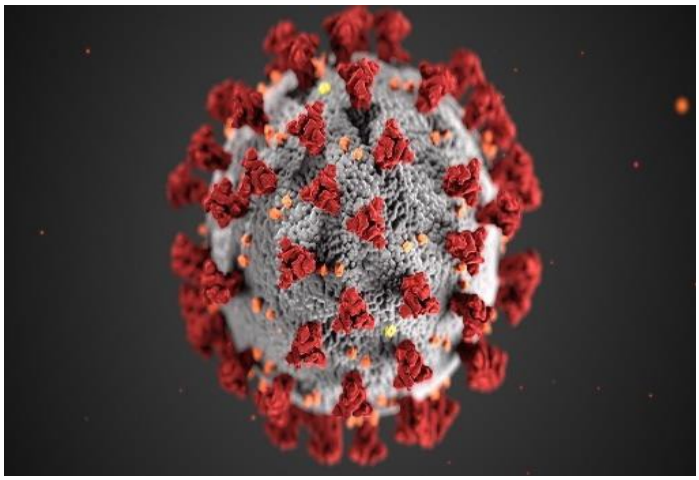
احتلال وال ستريت:

خلال حركة احتلال وول ستريت في عام 2011، استخدم الصحفيون المواطنون وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة تجاربهم وملاحظاتهم حول الاحتجاجات التي تحدت تصوير وسائل الإعلام التقليدية للحركة على أنها غير مركزة وغير منظمة



جائحة كوفيد-

خلال جائحة كوفيد 19، لعب الصحفيون المواطنون دورًا حاسمًا في توفير المعلومات ومساءلة الحكومات. لقد وثقوا تأثير الوباء على المجتمعات المختلفة وتحدوا المعلومات المضللة والدعاية في وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، تمكن الصحفيون المواطنون من فضح التستر على تفشي فيروس كوفيد 19 في ووهان، الصين، في المراحل الأولى من الوباء، والذي يتعارض مع الرواية الرسمية المقدمة من الحكومة الصينية ووسائل الإعلام التي تديرها الدولة.



الربيع العربي

خلال الربيع العربي، لعب المواطنون الصحفيون دورًا حاسمًا في فضح بروباغندا وسائل الإعلام التقليدية. فعلى سبيل المثال، خضعت وسائل الإعلام الرئيسية في مصر لرقابة شديدة خلال ثورة 2011، لكن المواطنين الصحفيين تمكنوا من التقاط لقطات لوحشية الشرطة والاحتجاجات، التي كانت الحكومة تحاول قمعها.



هجوم شارلي إيبيدو:

في عام 2015، هاجمت مجموعة من الإرهابيين مكاتب المجلة الفرنسية الساخرة شارلي إيبدو، مما أسفر عن مقتل 12 شخصًا. بينما ركزت وسائل الإعلام التقليدية على الآثار المباشرة للهجوم والاستجابات السياسية، تمكن المواطنون الصحفيون من تقديم منظور أكثر دقة وسياقًا لتاريخ الإرهاب وحرية التعبير في فرنسا.



احتجاجات اليوروميدان:

في 2013-2014، شهدت أوكرانيا احتجاجات واضطرابات مدنية واسعة النطاق حيث طالب المواطنون بمزيد من الحرية السياسية وتوثيق العلاقات مع أوروبا. تأثرت وسائل الإعلام التقليدية في أوكرانيا بشدة البروباغندا الحكومية، لكن تمكن المواطنون الصحفيون من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومصادر الأخبار البديلة لتقديم منظور أكثر توازناً ودقة للاحتجاجات والوضع السياسي في البلاد.



استفتاء الاستقلال الكتالوني:

في عام 2017، عقدت الحكومة الإقليمية الكتالونية في إسبانيا استفتاء حول الاستقلال، والتي اعتبرته الحكومة غير قانوني. فتأثرت وسائل الإعلام التقليدية في إسبانيا بشدة البروباغندا الحكومية، لكن تمكن المواطنون الصحفيون من توثيق الاستفتاء وعنف الشرطة الذي حدث أثناء التصويت وبعده.



احتجاجات بيلاروسيا

في عام 2020، احتج المواطنون في بيلاروسيا على إعادة انتخاب الرئيس ألكسندر لوكاشينكو، المتهم على نطاق واسع بتزوير الانتخابات. بينما صورت وسائل الإعلام التي تديرها الدولة في بيلاروسيا الاحتجاجات على أنها مدعومة من الخارج وغير شرعية، استخدم الصحفيون المواطنون وسائل التواصل الاجتماعي لتوثيق الاحتجاجات ومشاركة القصص ووجهات النظر من المتظاهرين والمواطنين الآخرين.



أزمة الديون في اليونان:

من عام 2009 إلى عام 2018، واجهت اليونان أزمات ديون حادة هددت استقرار المنطقة الأوروبية. في حين ركزت وسائل الإعلام التقليدية في كثير من الأحيان على المفاوضات السياسية والمناقشات السياسية، تمكن الصحفيون المواطنون من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوثيق تأثير تدابير التقشف على المواطنين اليونانيين وتحدي الرواية التي قدمها القادة الأوروبيون والمؤسسات المالية.



احتجاجات المزارعين الهنود

في 2020-2021، أطلق المزارعون في الهند سلسلة من المظاهرات ضد القوانين الزراعية الجديدة التي قالوا إنها ستضر بمعيشتهم وتمنح المزيد من السلطة للشركات الكبرى. تعرضت وسائل الإعلام التقليدية في الهند لانتقادات لكونها متحيزة أو صامتة بشأن هذه القضية، لكن الصحفيين المواطنين على وسائل التواصل الاجتماعي تمكنوا من مشاركة القصص واللقطات التي تحدت رواية الحكومة ولفتت الانتباه إلى مخاوف المزارعين.



أزمة مياه فلينت

في عام 2014، حولت مدينة فلينت بولاية ميشيغان إمدادات المياه إلى نهر فلينت، الذي كان ملوثًا بشدة بالرصاص. قللت وسائل الإعلام التقليدية في البداية من خطورة الأزمة، لكن الصحفيين المواطنين والنشطاء المحليين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لتوثيق آثار المياه الملوثة ومطالبة الحكومة باتخاذ إجراءات.



أزمة الروهينجا

خلال أزمة الروهينجا في ميانمار، لعبت صحافة المواطنين دورًا في نشر معلومات ودعاية كاذبة. على سبيل المثال، شارك بعض الصحفيين المواطنين وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي صورًا وقصصًا مزيفة بالغت في الوضع على الأرض أو شوهته. مما جعل من الصعب على المصادر الرسمية والمنظمات الإنسانية تقديم معلومات دقيقة والاستجابة بفعالية.



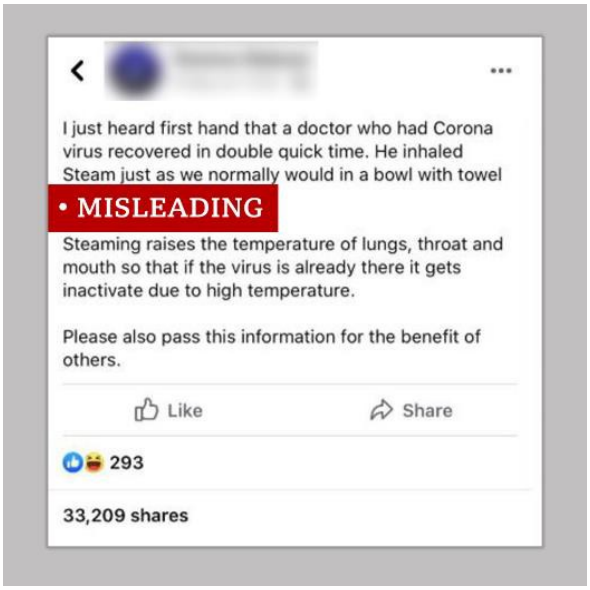
معلومات مضللة عن تفجير ماراثون بوسطن

في عام 2013، بعد تفجير ماراثون بوسطن، استخدم العديد من الصحفيين المواطنين وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة معلومات كاذبة حول الجناة والتحقيق. على سبيل المثال، حددوا رجلاً بريئًا على أنه مشتبه به ونشروا شائعات حول سلوك الشرطة أثناء المطاردة.
صححت المصادر الرسمية في وقت لاحق هذه الادعاءات الكاذبة، لكنها تسببت بالفعل في الارتباك والذعر بين الناس.



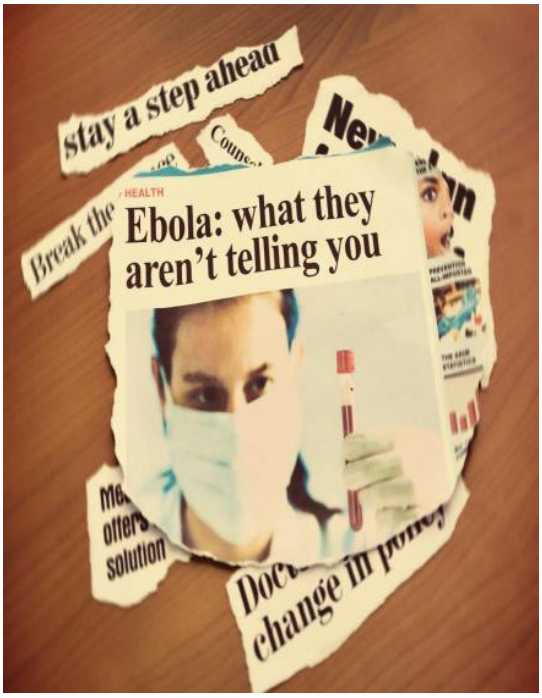
معلومات خاطئة عن

خلال جائحة COVID-19، كانت هناك العديد من الحالات التي نشرت فيها صحافة المواطنين معلومات خاطئة عن الفيروس وانتقاله. على سبيل المثال، ادعى بعض الأفراد أن شرب المبيض أو المواد السامة الأخرى يمكن أن يعالج الفيروس، بينما نشر آخرون نظريات المؤامرة حول أصل الفيروس أو فعالية اللقاحات. ولم تكن هذه الادعاءات مدعومة بأدلة علمية ويمكن أن تكون ضارة بالصحة العامة.



أزمة التواصل خلال تفشي فايروس إبولا

خلال تفشي فيروس إبولا في غرب إفريقيا في عام 2014، نشر الصحفيون المواطنون وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي معلومات كاذبة ونظريات مؤامرة حول الفيروس، مما ساهم في جو من الخوف وانعدام الثقة. على سبيل المثال، ادعى بعض الأفراد أن الفيروس كان خدعة أو أنه نشر عن قصد من قبل الحكومات الغربية. مما جعل من الصعب على مسؤولي الصحة العامة الاستجابة بفعالية لتفشي المرض وحماية المواطنين.



صحافة المواطن كأداة لإشراك المجتمع

يركز هذا الموضوع في المقام الأول على فهم صحافة المواطن كوسيلة لإشراك الجماهير المحلية. وتتمثل مهمة أدوات التدريب المدرجة فيه في تكوين المعارف والمهارات اللازمة لجذب انتباه الجمهور عن طريق تحديد الاحتياجات من المعلومات واكتشاف مصادر المعلومات المناسبة. ويولى اهتمام خاص لضرورة فهم مصادر المعلومات التي يثق بها الناس وكيفية استخدام هذه المعرفة.

يتضمن الموضوع أيضًا المفاهيم الأساسية لرواية القصص. هذه عناصر تتعلق بتطبيق المبادئ الأساسية في إنشاء المحتوى لإشراك الجمهور. ويتحقق فهمهم من خلال مهام عملية لإنشاء محتوى يستهدف جماهير محددة ويوزع لتحقيق أهداف محددة ومحددة سلفا.

الأداة التدريبية 6: حلول لاحتياجات المجتمع

المهارات والمبادئ المستهدفة	• مهارات البحث وحل المشكلات • العمل ضمن فريق • التعاطف • الوعي بالمسؤولية المدنية
الأهداف	• فهم احتياجات المجتمع ومشاكله • إيجاد حلول ممكنة للمشاكل المجتمعية • تطوير فهم لكيف يواجه المهمشين القضايا المجتمعية • رفع الوعي بالمسؤولية المدنية وتشجيع المشاركة النشطة في المجتمع، وتهيئة الأرضية الحافزة للمشاركين للعمل كمواطنين صحفيين
المواد اللازمة	ورق فليب شارت، أقلام خطاط، أوراق ملاحظات
الأدوات والمصادر	نشرة: مصادر المعلومات حول القضايا المجتمعية
المدة الزمنية	90 دقيقة
عدد المشاركين	12-32 العمر: +15

الوصف

الجزء الأول – تحديد احتياجات المجتمع والحلول المقترحة

قسّم المشاركين إلى مجموعات صغيرة من 3-4 أشخاص. إذا كانوا من بلدان مختلفة، فقم بإنشاء مجموعات من نفس البلد. تحصل كل مجموعة على ورقة فليب شارت، وأوراق الملاحظات وأقلام الخطاط. اطلب من المجموعات قراءة النشرة (مصادر المعلومات حول قضايا المجتمع) ومصادر البحث ذات الصلة للحصول على لمحة عامة عن القضايا المهمة التي تواجهها مجتمعاتهم (على مستوى المدينة أو البلد) - 10 دقائق.

بعد البحث، يتعين على كل مجموعة تبادل الأفكار وسرد الاحتياجات والقضايا داخل مجتمعهم على أوراق الفليب شارت باستخدام أوراق الملاحظات. ويمكن أن تشمل هذه المسائل مسائل تتعلق بالإسكان والتعليم والرعاية الصحية والنقل والسلامة والمشاكل البيئية والموارد والخدمات المقدمة للأسر، إلخ - 10 دقائق.

بمجرد أن تنتهي المجموعات من سرد الاحتياجات والمشكلات الرئيسية، اطلب منهم تنظيم أوراق الملاحظات في فئات - 3 دقائق.

بعد ذلك، اطلب من المجموعات التفكير في الحلول المحتملة لكل حاجة/قضية مدرجة في قائمتها. يجب مطابقة كل "ورقة ملاحظات المشكلة/ القضية" مع "ورقة ملاحظات الحل" - 10 دقائق.

بمجرد انتهاء المجموعات، اطلب من كل مجموعة تقديم احتياجاتها وقضاياها وحلولها للمجموعة بأكملها - 5 دقائق لكل مجموعة.

الجزء الثاني - دراسة قضايا المجتمع من منظور مختلف

اطلب من الأفرقة اختيار مجموعة أقلية واحدة منتشرة في مجتمعها (مثل الأسر ذات الدخل المنخفض أو المهاجرين أو الأشخاص ذوي الإعاقة أو كبار السن وما إلى ذلك) والنظر إلى مشاكلهم المدرجة في القائمة، والتفكير في معاناتهم. أخيرًا، عليهم اختيار مشكلة واحدة يعتبرونها أخطر مشكلة لتلك المجموعة - 10 دقائق.

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن احتياجات وقضايا مجتمعك؟
- كيف تعاملت مجموعتك مع مهمة تحديد المشكلات الرئيسية التي يواجهها مجتمعك ؟
- كيف حددتم حلول هذه المشاكل؟
- ماذا تعلمت عن تجارب مجوعة الأقليات التي اخترتموها؟ هل ظهرت أي مفاجآت أو رؤى جديدة كما فكرت في المشكلة من منظور هذه المجموعة ؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

نشرة: مصادر المعلومات حول القضايا المجتمعية Handout Sources of Information on Community Issues

مواقع البلديات الإلكترونية

تمتلك العديد من البلديات مواقع إلكترونية رسمية لنشر معلومات حول خدماتهم وخططهم وبرامجهم بالإضافة إلى التقارير حول قضايا متنوعة. يمكن أن يعطي تصفح هذه المواقع نظرة عامة واسعة على بعض القضايا المجتمعية المهمة!

مجموعات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمجتمعات

يمكن للصفحات أو المجموعات التي أنشأها المواطنون بأنفسهم لأحيائهم أو مجتمعاتهم أن تكون مصدرًا عظيمًا للمعلومات ذات الصلة.

الوسوم

يمكن للوسوم مثل #قضايا_مجتمعية و #أخبار_محلية و #مشاركة_مجتمعية، إلخ، المساعدة لإيجاد معلومات حول القضايا التي يواجهها المجتمع. أيضًا، يمكن للوسوم الشائعة في منطقتك مساعدتك على التنقل بسرعة بين الاهتمامات الرئيسية في البلد/ المجتمع.

مواقع الأخبار الإلكترونية

وتشكل الصحف الإلكترونية المحلية أيضا مصدرا غنيا للمعلومات عن القضايا التي يواجهها مجتمع محلي معين، وكذلك عن المبادرات التي يجري اتخاذها لمعالجتها.

بوابات البيانات

وتوفر بعض بوابات البيانات إمكانية الوصول المفتوح إلى نطاق واسع من البيانات والإحصاءات، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بقضايا المجتمعات المحلية على مختلف المستويات (المحلية والوطنية والدولية). فعلى مستوى الاتحاد الأوروبي، على سبيل المثال، تشمل بعض أبرز بوابات البيانات المكتب الإحصائي للجماعات الأوروبية، وبوابة البيانات المفتوحة، والبوابة الأوربية للبيانات، والوكالة الأوروبية للبيئة، وشبكة دليل البيانات الصحية الأوروبية، وما إلى ذلك

المنظمات غير الحكومية والمجتمعية

مصدر آخر مفيد للمعلومات المتعلقة بقضايا المجتمع هو النظام المحلي لمنظمات المجتمع المدني. غالبًا ما تنشط هذه المنظمات في معالجة قضايا محددة في المجتمع، مثل الفقر والتعليم والصحة والبيئة وحقوق الإنسان. يمكن أن يساعد البحث في مواقعهم الإلكترونية المواطنين في الحصول على نظرة عامة على المشكلات التي تواجهها المجتمعات والنهج المتّبع لمعالجة هذه المشكلات.

الأداة التدريبية 7: براعم

المهارات والمبادئ المستهدفة	• صحافة المواطن • التفكير الناقد • الخرائط الذهنية
الأهداف	• تطوير وعي المشاركين حول الإعلام • الإشارة إلى الأفكار الإبداعية
المواد اللازمة	ورق A4، أقلام خطاط، أقلام حبر، فليب شارت
المدة الزمنية	60 دقيقة
عدد المشاركين	12-32، العمر: +15

الوصف

يقسّم الميسر/ة المشاركين إلى مجموعات من 3-4 أشخاص، ويجلسون في دوائر. بعد ذلك، يشرح لجميع المجموعات أن هذا النشاط يعتمد على مناقشة جماعية. لذلك، يجب على المشاركين اقتراح أفكار حول كيف يمكن لشاب أن يساعد في تعزيز مشاركة المجتمع من خلال أنشطة صحافة المواطن.

لدى المجموعات **25 دقيقة** لمناقشة أفكارهم وكتابتها على الأوراق. ثم تعرض كل مجموعة فكرتها في 5 دقائق وتلصقها في وسط الفليب شارت وإتاحة المجال للمجموعة التالية. يسأل الميسر عن تعليقات المشاركين وتغذيتهم الراجعة حول الأفكار المعروضة.

الأسئلة الاستطلاعية

- ما رأيك في الأفكار التي عرضت؟
- ما هي أكثر 3 أفكار واعدة؟ ولماذا؟
- هل واجهت صعوبة في إيجاد أفكار إبداعية يمكنها أن تعزز المشاركة المجتمعية من خلال صحافة المواطن؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 8: ورشة عمل رواية القصص المجتمعية

المهارات والمبادئ المستهدفة	• المشاركة المجتمعية من خلال صحافة المواطن • مهارات الكتابة المقنعة والمحفزة • تقديم المعلومات بطريقة مجدية وجاذبة • التعبير الفني والإبداعي • التفكير الناقد • التعاطف والتفهم
الأهداف	• تدريب على مجموعة واسعة من المهارات اللازمة لأي مواطن صحفي كفؤ • تعزيز التعاطف والتفهم عند المشاركين حول التحديات التي تواجهها المجتمعات والجماعات المختلفة • تشجيع استخدام صحافة المواطن كأداة للمشاركة المجتمعية ولإعطاء صوت للجماعات المهمشة وغير المسموعة
المواد اللازمة	فليب شارت، أوراق ملاحظات، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	نشرة: مصادر المعلومات حول القضايا المجتمعية نشرة: كيفية كتابة مقال جيد عرض "أساسيات كتابة المقال"
المدة الزمنية	90-120 دقيقة
عدد المشاركين	12-32، العمر: +15

الوصف

قسّم المشاركين إلى فرق أصغر (3-4 أشخاص لكل مجموعة). امنح كل فريق مجموعة من أوراق الملاحظات والنشرة الأولى (مصادر المعلومات حول قضايا المجتمع)

الجزء الأول – تحديد قضايا المجموعات المهمشة (25 دقيقة)

تكليف كل فريق بمجموعة مختلفة من الأشخاص الأقل حظًا داخل المنطقة المحلية (مثل المستأجرين ذوي الدخل المنخفض وكبار السن ومجتمعات المهاجرين وما إلى ذلك) من خلال الاختيار العشوائي (على سبيل المثال، الأشرطة الورقية مع الفئات الاجتماعية المختلفة في كأس، والتي يتعين على كل فريق سحب شريط واحد منها).

يجب على كل فريق البحث وجمع المعلومات حول فئته الاجتماعية وتحديد قائمة بالقضايا التي يواجهونها في مجتمعهم. لتسهيل عملية البحث، يمكن للفرق استخدام نشرة "مصادر المعلومات حول قضايا المجتمع، والتي يمكن أن تساعدهم على التنقل بسهولة أكبر من خلال المصادر ذات الصلة.

ثم يتعين على كل فريق اختيار مشكلة واحدة؛ الذي يعتقدون أن لها أكثر الآثار سلبية على مجموعتهم الاجتماعية.

الجزء الثاني – مقال صحفي

ابدأ بعرض قصير حول المقال الصحفي وبعض النصائح حول كتبة مقال جيد – 10-15 دقيقة

وزّع نشرة "كتابة مقال" لجميع المجموعات. يتعين على كل فريق إنشاء مقال مميز (800-1000 كلمة) يقدم "قصة إنسانية" أو "مقال ملف تعريف" يتعلق بشخص من مجموعته المختارة والذي يسلط الضوء على قضية المجتمع من منظور تلك المجموعة ويقدم بعض الأفكار حول الحلول الممكنة ويتضمن دعوة إلى العمل (أي إخبار الجمهور بفعل شيء ما، سواء بشكل صريح أو ضمني) - 30-40 دقيقة.

اعط وقتًا لكل مجموعة لتعرض مقالها على باقي المشاركين – 3 دقائق لكل مجموعة.

اطلب من المشاركين إعطاء ملاحظاتهم وتوصياتهم لكل جزء من المقال (الموضوع والعنوان والمقدمة والنص والخاتمة) – 5 دقائق لكل مجموعة.

طريقة بديلة

يمكنك تخطي الجزء الأول من هذا النشاط إذا طبّقت نشاط "يريد المجتمع حلولًا".

الأسئلة الاستطلاعية

ستساعد هذه الأسئلة المشاركين على إعطاء ملاحظاتهم بطريقة منظمة:

الموضوع:

- هل الموضوع ذو صلة بالفئة الاجتماعية المختارة والقضية التي تم تسليط الضوء عليها؟
- هل يعالج المسألة بفعالية من منظور الفريق؟

العنوان

- هل ينقل العنوان جوهر القصة بفعالية؟
- هل هو جاذب للانتباه؟

المقدمة

- هل توفر المقدمة خلفية كافية حول المجموعة المختارة والقضية المراد تسليط الضوء عليها؟
- هل تشرك القارئ بشكل فعال وتضع لهجة لبقية المقال؟

النص

- هل يوفر الجزء الرئيسي من المقال تفاصيل ومعلومات كافية لدعم القصة (على سبيل المثال، هل "تظهر" أو "تروي"؟ هل الآراء المعرب عنها مدعومة بشكل كافٍ؟)
- هل مصادر المعلومات ذات مصداقية وموثوقية ؟
- هل توظف المقالة التقنيات الخطابية والأدبية الفعالة؟

الخاتمة

- هل تلخص الخاتمة النقاط الرئيسية للمقالة؟
- هل تتضمن دعوة واضحة للعمل ذات صلة بالجمهور؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

العرض التقديمي أساسيات كتابة المقال الصحفي

ما هو المقال الصحفي؟

المقال الصحفي هو **نص مقنع** يعبر عن **رأي**، ويعلم القارئ بموضوع ما وهو ممتع للقراءة. عادة ما تكون المقالات الصحفية **أطول وأكثر وصفية** من الأنواع الأخرى من المقالات الإخبارية وغالبًا ما تهدف إلى **جذب انتباه** القرّاء **وإشراكهم** على المستوى الشخصي.

المقال الصحفي هو قصة إخبارية خفيفة يمكن إيصالها بطرق عديدة. يمكن أن يكون ملفًا شخصيًا أو قصة إنسانية أو نظرة أكثر تعمقًا على قضية ما. يستمتع الكثير من الناس بقراءة هذا الشكل من المقالات لأنها أكثر حرية في الكتابة وأقل تقييدًا من مقال إخباري.

الفرق بين المقال الصحفي والمقال الإخباري

الهدف: يكتب المقال الصحفي لترفيه القارئ أو إعلامه أو تثقيفه بينما تهدف المقالات الإخبارية إلى الإبلاغ عن الأحداث والقضايا الحالية.

اللهجة: غالبًا ما تُكتب المقالات الصحفية بنبرة أكثر محادثة وشخصية، في حين أن المقالات الإخبارية أكثر موضوعية ومباشرة.

الطول: تميل المقالات الصحفية إلى أن تكون أطول وأكثر عمقًا، في حين أن المقالات الإخبارية عادة ما تكون أقصر وتركز على أهم الحقائق.

التنسيق: غالبًا ما يكون للمقالات الصحفية تنسيقًا أكثر إبداعًا وقد تستخدم عناصر مثل الحكايات والاقتباسات والأوصاف الحية لإشراك القارئ. تمتلك المقالات الإخبارية بنية أكثر وضوحًا وتلتزم بالأسئلة: من وماذا ومتى وأين ولماذا.

الموضوع: يمكن أن تغطي المقالات الصحفية مجموعة واسعة من الموضوعات وتركز بشكل أكبر على قصص الاهتمام البشري والملفات الشخصية وقضايا نمط الحياة.

الأسلوب: غالبًا ما يكون للمقالات الصحفية أسلوب أدبي أكثر وقد تستخدم لغة مجازية، بينما تميل المقالات الإخبارية إلى أن تكون أكثر وضوحًا وتتجنب اللغة المنمقة.

لا يُقصد بالمقالات الصحفية توصيل الأخبار، لكنها تحتوي على بعض العناصر الإخبارية.

الهدف الرئيسي: لإضافة العنصر البشري إلى الأخبار، لإضافة اللون والشعور. غالبًا ما تلخص الأخبار الرئيسية التي تم الإبلاغ عنها بالفعل.

مثال: ستكون القصة الإخبارية هي افتتاح مدرسة الجديدة. الأخبار الخفيفة هي الملف الشخصي، الذي يجلب للقراء مزيدًا من المعلومات حول الشخص الذي يدير المدرسة. توفر هذه الأنواع من القصص للقراء نظرة ثاقبة على الأخبار.

أنواع المقالات الصحفية:

الملف الشخصي: يركز على شخص أو منظمة أو مكان، ويقدم معلومات متعمقة حول خلفيته وتاريخه وأنشطته الحالية.

القصص الانسانية: تشبه ملفات تعريف الشخصية لكنها ليس لديها دائمًا أخبار مهمة لكن يتم الإبلاغ عنها لأنها غير عادية أو لها قيمة عاطفية أو ترفيهية.

المقال الشخصي: المقال الشخصي هو مقال عاكس يستكشف غالبًا تجارب المؤلف وأفكاره الخاصة حول موضوع معين.

المقالات حول التوجهات: تسلط الضوء على التوجهات أو الأحداث أو الظواهر الحالية وتوفر نظرة متعمقة على سبب حدوثها وأهميتها

مقالات الكيفية: توفر تعليمات أو نصائح خطوة بخطوة حول موضوع معين، مثل الطهي أو البستنة أو إصلاح السيارة.

لغة المقالات الصحفية:

- طور لهجتك الخاصة – شارك آراءك
- أظهر شخصيتك (على سبيل المثال، الفكاهة، الجدية، إلخ) - استخدم لغة شبه رسمية (أي بعض العامية) - استخدم لغة عاطفية.
- الرجوع إلى الجمهور بلغة الشخص الثاني (مثل "أنت").
- استخدام التقنيات الأدبية والبلاغية لإشراك القارئ (مثل الأسئلة البلاغية والحكايات والصور الفنية وما إلى ذلك)
- لا تفرط في استخدام الصفات أو الظروف. استخدم الأفعال والأسماء القوية للوصف بدلاً من الصفات والظروف.
- استخدم الحقائق والاقتباسات والمصطلحات لإضافة الأصالة - تأكد من الكتابة بصيغة المبني بالمعلوم.

تنسيق المقالات الصحفية

1. البحث/التخطيط: إجراء بحث شامل حول هذا الموضوع، بما في ذلك إجراء مقابلات مع أشخاص رئيسيين، واستعراض المؤلفات ذات الصلة، والبحوث المكتبية للمصادر الإلكترونية و/أو الزيارات الميدانية إلى المواقع ذات الصلة.
2. العنوان: المقالات الصحفية معروفة بعناوينها اللافتة للنظر!

3. مقدمة: اكتب جملة قوية تجذب انتباه القراء على الفور وتوفر خطافًا لبقية المقال.
4. النص: هذا هو المكان الذي تتكشف فيه القصة، وتشارك رسائلك وآرائك الرئيسية.
5. الاستنتاج: الاستنتاجات مهمة بشكل خاص في المقالات الصحفية لأنها تلخص أفكارك وموقفك وتلهم قراءك للتصرف.

الأداة التدريبية 9: المعرض الفني المتحيز :

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد • التأمل الذاتي • الابتكار
الأهداف	• التعرف على ظاهرة التحيزات المعرفية وأنواعها • التعرف على القيود المعرفية في أنفسنا والآخرين واكتساب نظرة ثاقبة حول كيفية تأثير هذه القيود على حكمنا وآرائنا • تنمية عقلية مختلفة قائمة على التحيزات المعرفية • التوعية بالتحيزات المعرفية وصحافة المواطنين
المواد اللازمة	ورق A4، (قصاصات من الورق)، فليب شارت، أقلام خطاط، أوراق ملاحظات، مواد أخرى للرسم وصنع الملصقات، قبعة أو كأس ورقي
الأدوات والمصادر	نشرة: أساليب التلاعب بالإعلام. يجب أن تقص التعريفات وتخلطها جيدًا نشرة: مصادر المعرفة. يجب أن تقص التعريفات والأمثلة على كل أسلوب للتلاعب وتخلطها جيدًا
المدة الزمنية	90-120 دقيقة
عدد المشاركين	12-32 شخص، العمر +15

الوصف

التعريف

يبدأ الميسر/ة بعرض تعريف التحيزات وأنواعها المختلفة **(5 دقائق).**

الجزء الأول

ينقسم المشاركون إلى أزواج أو مجموعات من 3-4 أشخاص. يقدم الميسّر/ة قبعة / كوب ورقي يمر في الدائرة، ويشمل **تعريفات لتقنيات التلاعب بوسائل الإعلام**.

عندما تتوقف الموسيقى، يسحب الشخص الذي يحمل القبعة /الكوب الورقي قطعة من الورق ويقرأ تعريفًا. بعد ذلك، يسأل الميسر/ة عن التحيز المعرفي الذي تستخدمه تقنية التلاعب المحددة حتى تتم قراءة جميع التعريفات.

بعد ذلك، يعطي الميسّر/ة مقتطفات من نشرة التحيزات المعرفية لكل مجموعة، ولدى المشاركين **6 دقائق** لمطابقة التعريفات مع المثال الصحيح. تناقش الأفرقة نتائجها ويقدم الميسر تعليقاته.

الجزء الثاني

ينبغي على المشاركين اتباع نفس الإجراء في الجزء الثاني من النشاط. ضع أوراقًا عليها اسم **كل تحيز** مقدم في النشرة داخل قبعة صغيرة/كوب ورقي.

يشكل المشاركون دائرة كبيرة، وتبدأ الموسيقى في العزف. طالما يتم تشغيل الموسيقى، يستمر المشاركون بتمرير القبعة/ الكوب للشخص الجالس بجانبهم. في كل مرة تتوقف فيها الموسيقى، يتعين على الشخص الذي يحمل قبعة صغيرة اختيار إحدى الأوراق. ثم تخرج المجموعة هذا الشخص كاملة من الدائرة. تتكرر العملية حتى يكون لدى جميع المجموعات ورقة في أيديهم: "تحيزهم المعرفي المخصص".

أمام المشاركين 5 دقائق لمناقشة أمثلة بين بعضهم على التصورات المتحيزة التي واجهوها، والتي تتوافق مع التحيز المخصص لهم.

لدى كل مجموعة 25 دقيقة لاختيار أحد هذه الأمثلة ورسم «قصة مصورة» على مخططها الذي يوضح التحيز المعرفي المخصص لها. إذا لم يتمكن المشاركون من التفكير في أمثلة واقعية، فيمكنهم التفكير في مثال خيالي. بمجرد أن يصبحوا جاهزين، يعلقون قطعتهم الفنية على الحائط.

عندما تكمل جميع المجموعات قصصها المصورة، يتم منحهم 5 دقائق لرؤية جميع القطع الفنية ومحاولة التعرف على نوع التحيز الموضح. بعد ذلك، يعود المشاركون إلى مواقعهم (كل مجموعة أمام معرض الفن الخاص بهم)، ويسأل الميسر الباقي عن آرائهم.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان من السهل التفكير في سيناريو لنوع التحيز المحدد لك؟ هل تمكنت من التفكير بأمثلة حصلت في حياتك الواقعية؟
- ما هي الأدلة التي تثبت صحة رأيك؟ هل من السهل إيجاد وتقبل الأدلة التي تثبت صحة آرائك مقارنة بتلك التي تخالفها؟
- أي نوع من التحيز المعرفي واجهته كثيرًا حتى الآن؟ في رأيك، هل يمكن استخدامها في صحافة المواطن وأي نوع؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

نشرة: أساليب التلاعب بالإعلام

الدعاية الشعبية الزائفة

محاولة لخلق انطباع بوجود دعم شعبي واسع النطاق لسياسة أو فرد أو منتج، بينما لا يوجد سوى القليل من هذا الدعم. وقد حدث هذا أيضًا في الصحف خلال مواسم الانتخابات السياسية حيث تحاول الشركات والأحزاب السياسية اعتبار نفسها مجموعات شعبية لإقناع الجمهور بتصديق معلومات غير صحيحة.

Clickbait

يشير Clickbait عادةً إلى ممارسة كتابة عناوين رئيسية مثيرة أو مضللة لجذب النقرات على جزء من المحتوى. غالبًا ما يعتمد على المبالغة في الادعاءات أو استبعاد المعلومات الرئيسية لتشجيع الدخول إلى الموقع.

بروباغندا

تعد الدعاية وسيلة للتواصل تُستخدم بشكلٍ أساسي للتأثير على الجمهور وإقناعه بخدمة أجندة معينة، قد لا تكون موضوعية وقد تقدم الحقائق بشكل انتقائي لتشجيع توليد تركيبة أو إدراك معين، أو استخدام لغة محملة بالعواطف بدلا من استجابة عقلانية للمعلومات التي تُقدَّم.

التلاعب بالصوت

التلاعب بالصور

التلاعب بالفيديو

صرف الانتباه باستخدام الأحداث المهمة

يتضمن هذا التكتيك الذي يشار إليه أيضًا باسم «ستار الدخان» جعل الجمهور يركز على موضوع يجده المروج أكثر ملاءمة. وقد ذكر هذا الشكل المحدد من التلاعب الإعلامي بشكل متكرر في الثقافة الشعبية.

التأطير

فكرة التأطير مشابهة لممارسة تحديد جدول الأعمال، لكنها توسع نطاق البحث من خلال التركيز على جوهر المشاكل الحالية بدلاً من التركيز على موضوع واحد. أساس نظرية التأطير هو أن بعض الأحداث يتم تسليط الضوء عليها بواسطة وسائل الإعلام، والتي تضعها بعد ذلك في سياقها.

المغالطة المنطقية

مثال على تفكير يُعتبر غير صحيح بسبب خلل في البنية المنطقية السليمة والذي يمكن توضيحه بشكل مثالي في إطار منهجي منطقي، مثل المنطق الاقتراحي. تحدث المغالطة المنطقية عندما لا تتكون الاستنتاجات من خلال عملية منطقية، ولكن الافتراضات ذاتها صحيحة ولكن الاستنتاج غير صحيح.

التبسيط

التبسيط المتعمد للقضايا المعقدة (مثل الكلاشيهات القاصية للفكر). وتكمن الفكرة العامة وراء هذا المفهوم في السعي لجذب جمهور مستعد للتنازل عن أي ادعاء.

التقارير المتحيّزة

تحدث عندما يؤثر اتجاه أو الأهمية الإحصائية للنتائج على ما إذا كان البحث سيُنشر وكيفية نشره. ويتعلق الأمر بشكل رئيسي بتقديم معلومات متأثرة بالأيديولوجيات.

الانقسام الزائف

الادعاء الخاطئ بأن هناك خيارين فقط في موقف معين (مثال: نحن ضدهم).

حجب المعلومات

يتم إخفاء أو حجب الحقائق والاستنتاجات المهمة وذات الصلة التي تصب في المصلحة العامة عن الإعلام العام. بعبارة أخرى، حجب المعلومات لأنها لا تفيد الأجندة.

المغالطات

المغالطة هي استخدام المنطق غير الصحيح أو الخاطئ في بناء الحجة، والتي قد تبدو حجة منطقية إذا لم يلاحظها أحد. قد يتم ارتكاب المغالطات عن قصد للتلاعب أو الإقناع عن طريق الخداع أو عن غير قصد بسبب القيود البشرية مثل الإهمال والتحيزات المعرفية أو الاجتماعية والجهل أو ربما بسبب قيود اللغة وفهمها.

انتحال الشخصية

نشر معلومات مضللة من عدد كبير من الأسماء المستعارة (مثل حكومة تسيطر على ملايين حسابات وسائل التواصل الاجتماعي).

سلطات مجهولة

يستخدم المصدر غير المحدد كدليل على الادعاء أو حتى مجموعات عامة، مثل "يقول العلماء" أو "يتفق الخبراء".

نشرة: المصادر المعرفية

تحيّز الفاعل – المراقب

وهو الميل إلى نسب أفعالك إلى أسباب خارجية مع نسب سلوكيات الآخرين إلى أسباب داخلية. على سبيل المثال، تنسب ارتفاع مستوى الكوليسترول لديك إلى الوراثة بينما تعتبر أن الآخرين لديهم مستوى عالٍ بسبب سوء النظام الغذائي وقلة التمارين الرياضية .

لنفترض أنك حددت موعدًا لاجتماع مع عميل. يمكنك الوصول قبل الوقت بفترة طويلة، لكن عميلك متأخر 30 دقيقة. إنه آسف للغاية للتأخر، لكنك لا تهتم بما سيقوله..

لقد نسبت تأخيره كسمة شخصيته، وقد تعتقد أنه لا يحترمك أو يحترم وقتك..

الآن، دعونا نغير الأدوار. يصل عميلك إلى نقطة الالتقاء في الوقت المحدد، لكنك متأخر 30 دقيقة. هنا، أنت لا تلوم نفسك على التأخر. لديك تفسير حقيقي للتأخر - مهما كان ذاك السبب..

الانحياز الارتكازي

الميل إلى الاعتماد بشكل كبير على أول معلومة تتعلمها. فعلى سبيل المثال، إذا علمت أن متوسط سعر السيارة هو قيمة معينة، فستعتقد أن أي مبلغ أقل من ذلك يمثل صفقة جيدة، وربما لن تبحث عن صفقات أفضل.

يمكنك استخدام هذا التحيُّز لتشكيل توقعات الآخرين من خلال وضع المعلومات الأولى على الطاولة للنظر فيها..

فكر في الوقت الذي تضع فيه اسمك على قائمة انتظار في مطعم للحصول على طاولة بعد أن قيل لك إن الأمر سيستغرق حوالي 30 دقيقة. ثم فكر في مدى إحباطك عندما تنتهي 30 دقيقة ولم ينادى على اسمك. فكر الآن فيما قد تشعر به إذا كانت 35 دقيقة تقترب وكان المضيف قد أخبرك أنه عليك الانتظار لمدة 45 دقيقة. في هذه الحالة، بدلاً من الانتظار بقلق في حالة إحباط، ومراقبة الساعة، وربما حتى البحث عن فرصة جيدة للشكوى للمضيف، ستبدأ في الشعور بالحماس لأن انتظارك كان على وشك الانتهاء.

تحيز الانتباه

الميل إلى الانتباه إلى بعض الأشياء مع تجاهل البعض الآخر في نفس الوقت. على سبيل المثال، عند تحديد السيارة التي تريد شراءها، يمكنك الانتباه إلى المظهر الخارجي والداخلي ولكنك تتجاهل سجل الأمان والمسافة المقطوعة..

عندما تكون جائعًا جدًا، قد تجد نفسك تتشتت بشكل مفرط بسبب الكلمات أو الصور المتعلقة بالطعام، وقد تواجه صعوبة في التفكير في أي شيء آخر غير الطعام.

المعيار التوافري

وضع قيمة أكبر للمعلومات التي تتبادر إلى ذهنك بسرعة. فتعطي مصداقية أكبر لهذه المعلومات وتميل إلى المبالغة في تقدير احتمالية حدوث أشياء مماثلة في المستقبل.

بعد الكوارث الطبيعية (مثل الفيضانات)، لوحظ أن معدلات التأمين ذات الصلة (أي المعدل الذي يشتري به المستهلكون التأمين ضد الفيضانات) ترتفع في المجتمعات المتضررة. ومن ناحية أخرى، لوحظ أيضا أنه في السنوات التي أعقبت هذه الكوارث، انخفضت معدلات التأمين إلى المستويات العادية، على الرغم من بقاء مخاطر الكوارث في المجتمع على حالها طوال الفترة الزمنية بأكملها.

الانحياز التأكيدي

تفضيل المعلومات التي تتوافق مع معتقداتك الحالية وتجاهل تلك التي لا تتوافق معها.

تخيل أن شخصًا ما لديه اعتقاد بأن الأشخاص الذين يستخدمون اليد اليسرى أكثر إبداعًا من الأشخاص الذين يستخدمون اليد اليمنى. عندما يواجه هذا الشخص شخصًا أعسر ومبدعًا، فإنه يعلق أهمية أكبر على هذا "الدليل" الذي يدعم ما يؤمن به بالفعل.

تأثير الإجماع الزائف

..الميل إلى المبالغة في تقدير مدى اتفاق الآخرين معك

طلب لي روس وزملاؤه من الطلاب في جامعة ستانفورد القيام بشيء غريب للغاية. طلبوا منهم التجول في حرم جامعة ستانفورد لمدة نصف ساعة وهم يرتدون لوحة كبيرة كتب عليها "توبوا" وإحصاء عدد الأشخاص الذين تحدثوا معهم أثناء تجوالهم وهم يرتدون اللافتة.

اعتقد الطلاب الذين وافقوا على الطلب غير العادي أن غالبية واضحة من الطلاب الآخرين سيوافقون أيضًا على القيام بذلك. لكن الطلاب الذين رفضوا حمل اللافتة حول الحرم الجامعي اعتقدوا أن غالبية واضحة من الطلاب الآخرين سيرفضون أيضًا.

الثبات الوظيفي

هذا هو الميل لرؤية الأشياء تعمل بطريقة معينة فقط. على سبيل المثال، قد تعتقد أنك لست بحاجة إلى مسامير تثبيت الورق لأنه ليس لديك لوح فلين يمكن استعماله، ولكنك لا تفكر في استخداماته الأخرى.

يمكن أن يمتد هذا إلى وظائف الأشخاص، مثل عدم إدراك أن المساعد الشخصي لديه مهارات ليكون في دور قيادي

رمي الأشياء المفيدة لأنها قمامة. فمثلًا يرمي شخص جرة فارغة كانت تحتوي على مخللات، ويستمر في شراء جرة مماثلة لتخزين السكر.

تأثير الهالة

يؤثر انطباعك العام عن الشخص على شعورك وتفكيرك في شخصيته. وينطبق هذا بشكل خاص على الجاذبية الجسدية التي تؤثر على كيفية تقييم صفاتهم الأخرى.

قد يتفاعل المعلمون مع الطلاب بشكل مختلف بناءً على تصورات الجاذبية. وجدت الأبحاث القديمة، على سبيل المثال، أن المعلمين لديهم توقعات أفضل للأطفال الذين صنفوهم على أنهم أكثر جاذبية.

(كليفورد إم، والستر إي. تأثير الجاذبية الجسدية على توقعات المعلمين. American Sociological Association.1973)

تأثير المعلومات المضللة

تداخل معلومات ما بعد الحدث مع ذاكرة الحدث الأصلي. من السهل أن تتأثر ذاكرتك بما تسمعه عن الحدث من الآخرين. أدت معرفة هذا التأثير إلى عدم الثقة في معلومات شهود العيان

سئل شاهدا عيان: الأول «هل رأيت الضوء المكسور ؟» والثاني «هل رأيت ضوءًا مكسورًا ؟». لدى الشاهد الأول فرصة أكبر لافتراض وجود ضوء مكسور مما يؤثر على ذكرى الشاهد للحدث.

نزعة التفاؤل

يقودك هذا التحيز إلى الاعتقاد بأنك أقل عرضة للمعاناة من سوء الحظ وأكثر عرضة لتحقيق النجاح من أقرانك.

عدم إضافة أموال إلى حساب طوارئ لأنك تبالغ في تقدير أمنك الوظيفي

الانحياز للمصلحة الشخصية

هذا هو الميل إلى إلقاء اللوم على عوامل خارجية عندما تحدث أشياء سيئة ومنح نفسك الفضل عندما تحدث أشياء جيدة.

يعتقد الباحث عن عمل أنه تم تعيينه بسبب إنجازاته ومؤهلاته ومقابلته الممتازة. في حين لم يتلقى عرضًا في مرة سابقة لأنه لم يُعجَب الشخص الذي قابله.

تأثير دننج – كودر

هذا عندما يعتقد الأشخاص أنهم أكثر ذكاءً وقدرة مما هم عليه في الواقع. على سبيل المثال، عندما لا يتمكنون من معرفة عدم كفاءتهم.


EDUCATED PEOPLE
UNITED 4 TRUTH
BELIEVE THE EARTH IS A BALL
INTELLIGENT PEOPLE
RESEARCH FLAT EARTH
NASALIES
KNOW THE EARTH IS FLAT

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد والتحليلي • حل المشاكل والتفكير الإبداعي • بناء قدرات المجتمع والمشاركة المجتمعية
الأهداف	• رفع وعي المشاركين حول إساءة استخدام المعلومات • تطوير المهارات للتفكير الإبداعي وإيجاد طرق لمواجهة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة • تعزيز التعاطف والتضامن
المواد اللازمة	أوراق فليب شارت، أوراق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	12 شخص على الأقل، العمر: +16

الأداة التدريبية 10: قصص الحي

الوصف

ينقسم المشاركون إلى مجموعات متساوية من 3-4 مشاركين ويطلب منهم التفكير في مشكلة ملحة تتعلق بمجتمعهم الصغير المتخيل. تمثل كل مجموعة من المشاركين مجتمعًا صغيرًا من الناس. ثم يشكلون مجموعات صغيرة لتبادل الأفكار ومناقشة مشاكلهم (20 دقيقة).

في الجزء الثاني من النشاط، ترشح كل مجموعة شخصًا واحدًا ليكون مواطنًا صحفيًا استقصائيًا ليذهب إلى إحدى المجموعات الأخرى لمعرفة المزيد عن مشاكل واحتياجات المجموعة/المجتمع المعني (15 دقيقة).

في الجزء الثالث من النشاط، يعود الصحفيون المواطنون الاستقصائيون إلى مجموعاتهم الأولية ويعدون مقالًا على ورقة فليب شارت لعرض مخاوف/مشاكل المجموعة الأخرى. بعبارة أخرى، ستقوم كل مجموعة بإعداد مقال لإحدى المجموعات الأخرى (15 دقيقة).

ستقوم كل مجموعة صغيرة بإنشاء عرض تقديمي حول أحد المجتمعات الأخرى المشاركة في النشاط وتقديمه على ورقة فليب شارت كأخبار أو منشورات حول المشكلة المعينة التي يواجهها المجتمع.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان تحديد مشكلة في مجتمعك صعبًا؟
- هل شعرتم بالضغط كمجموعة للعثور على دلالات سلبية تتعلق بمجتمع شخص آخر؟
- هل كان من الصعب أن تكون موضوعيًا عندما عرضت مجموعتك الصغيرة مشاكل مجتمع آخر؟
- هل شعرت أنك تريد العمل على قضية مختلفة تتعلق بمجتمعك؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

القيادة أو كيفية بناء تنمية الجمهور

لا يمكن للجميع أن يكونوا قادة، لكن تطوير الصفات القيادية هو عامل رئيسي لتحقيق النجاح للمواطن الصحفي. يتضمن هذا الموضوع أدوات تدريبية تساعد الشباب على تحديد الصفات الأساسية للقائد وتلقي التوجيه بشأن كيفية تطويرها داخل أنفسهم.

يولى اهتمام رئيسي لتنمية المهارات للمشاركة في المناظرات، واكتشاف الحجج وإيصالها والدفاع عن الموقف. كما يتم تشجيع استخدام المبادئ الخطابية كجزء من سرد القصص. يركز هذا الجزء على تطوير مهارات الاتصال الأساسية واستخدامها لبناء مجتمع حول قضايا اجتماعية وأخلاقية محددة.

الأداة التدريبية 11: ماذا لو تواصلنا حول مشكلة اجتماعية ?

المهارات والمبادئ المستهدفة	• إدارة عملية صنع القرار والقيام بدور نشط فيها • مهارات صنع المحتوى (على شكل فيديو) • مهارات المقابلات • تطوير حس المبادرة والعقل النقدي • مهارات الجدال (مهارات الإقناع)
الأهداف	• أن تكون قادرًا على إنشاء مقطع فيديو يعرض مشكلة اجتماعية تعطي الكلمة للمواطنين وموجهة لأعضاء الحكومة. • والهدف النهائي هو معرفة كيف تشارك وكيف تصبح طرفا فاعلا في عملية صنع القرار.
المواد اللازمة	أوراق، أقلام حبر، هاتف ذكي، مؤقت
المدة الزمنية	35 دقيقة
عدد المشاركين	10-16 شخص، العمر: +18

الوصف

ينقسم المشاركون إلى مجموعات من 3-4 أشخاص. أحدهم هو منشئ المحتوى الذي يتعين عليه إنشاء مقطع فيديو أمرته الحكومة بإنشائه ليستطيعوا فهم مشكلة اجتماعية بشكل أفضل من منظور المواطنين. أما المشاركون الآخرون في المجموعة فهم مواطنون.

أولاً، يجب أن يتفق المشاركون على مشكلة اجتماعية يريدون التواصل بشأنها وزيادة الوعي بها (5 دقائق). بعد ذلك، يجب عليهم البحث عن معلومات واقعية تميز المشكلة لجعلها واقعية قدر الإمكان (الإحصاءات والبيانات والأرقام وما إلى ذلك) (10 دقائق).

يجب أن يمثل كل مواطن مواطنًا متأثرًا بشكل خاص بالمشكلة الاجتماعية. سيتم إجراء مقابلات معهم لاحقًا، وسيتم تضمين بيانهم في عرض الفيديو القصير. لذلك، يجب على المواطنين كتابة الخطاب الذي سيلقونه للفيديو (10 دقائق).

أخيراً، يحتاجون للتفكير كمجموعة حول الحلول الممكنة التي تشمل تدابير والتي يمكن أن تحسن أو تحل المشكلة ويتوجب عليهم التوجه مباشرة إلى الحكومة لدفعها لاتخاذ إجراءات عملية (5 دقائق).

عندما يتم جمع كل هذه المعلومات، يجب على المجموعة أن تصنع فيديو يشمل هذه الأجزاء (تقديم المشكلة الاجتماعية، ومقابلات مع شخصين على الأقل تأثرا بالمشكلة، والحلول، والدعوة إلى العمل). يجب ألا يزيد الفيديو عن 3 دقائق. (5 دقائق). وفي النهاية ستقدم كل مجموعة مقطع الفيديو الخاص بها للآخرين.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان إيصال مشكلة اجتماعية من خلال الفيديو صعبًا؟
- لماذا تعتقد أن هذا مناسب لتضمين المقابلات في مثل هذا المحتوى؟
- هل تعتقد أن هذا النوع من المحتوى الإلكتروني يمكن أن يحدث فرقًا ويؤدي إلى قرارات ملموسة من جهة الحكومة؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 12: كُن قائدًا مدنيًّا

المهارات والمبادئ المستهدفة	• مهارات التأثير والإقناع • مهارات التواصل • مهارات إبداعية
الأهداف	• معرفة كيفية إقناع الجمهور • معرفة كيفية الدفاع عن موقف من خلال الجدال • معرفة كيفية التفريق بين أدوات الخطابة واستعمالها
المواد اللازمة	فليب شارت، أقلام حبر، مؤقت
الأدوات والمصادر	مثلث الأدوات الخطابية (الأخلاقيات والتعاطف والمنطق) (reddit.com) نشرة: كن قائدًا مدنيًا
المدة الزمنية	45 دقيقة
عدد المشاركين	8-14 شخص، العمر +16

الوصف

قسّم المشاركين إلى مجموعتين من 3-6 أشخاص ومجموعة واحدة من شخصين. تمثل المجموعتان المكونتان من 3-6 أشخاص المواطنين. ويمثل الشخصان الآخران الحكومة.

يتعين على كل مجموعة تحضير **خطاب شفوي** يستهدف **إقناع الحكومة لتشييد طريق يقود لقرية بعيدة**. يمكنهم اختيار أسماء الأماكن والشخصيات.

لدى المجموعات **10 دقائق** لتحضير الخطاب **و5 دقائق** لإلقائه. على المجموعات اختيار **متحدث رسمي**. ستقيم المجموعات حسب **بطاقة الأداء** (انظر النشرة).

تُقيم الحكومة خطاب المجموعتين حسب بطاقة الأداء **وتختار** المجموعة الأكثر إقناعًا.

تختار المجموعة الفائزة شخصين ليكونوا رؤساء الحكومة ويصبح الحكام الأوائل مواطنين في المجموعة الفائزة.

يتم لعب **جولة أخرى**

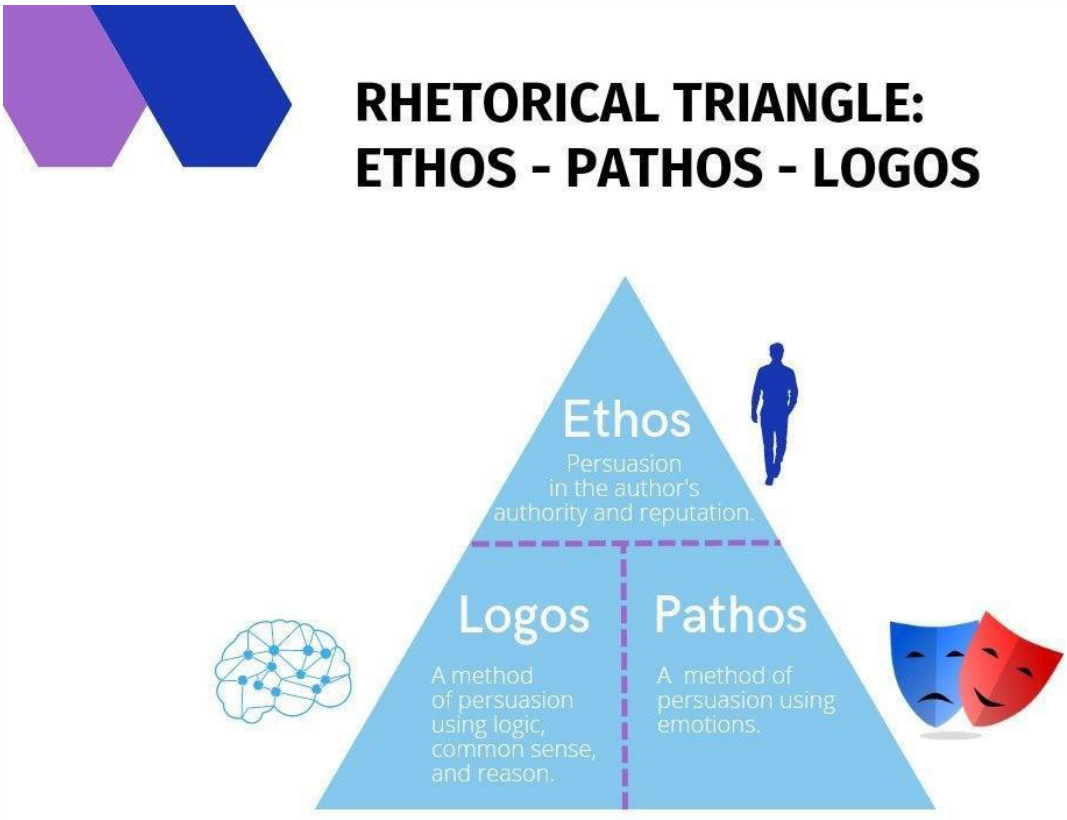
الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان من الصعب بناء حججك على أساس أسباب سياسية واجتماعية واقتصادية؟
- ما الذي يُعتبر صعبًا بالنسبة للأشخاص الذين يُمثلون الحكومة للحكم على منطق المجموعات؟
- ما هي النقاط المهمة عند بناء حججنا؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

نشرة: كن قائدًا مدنيًا

المعيار	3 نقاط	نقطة واحدة	لا نقاط
المشاركة			
أعطى كل عضو في المجموعة حجة واحدة على الأقل			
الوقت			
تم احترام وقت الخطاب (5 دقائق)			
النقاش			
كان خطابهم يحتوي على واحدة من الحجج التالية على الأقل: سياسية اقتصادية اجتماعية			
استخدم القائد الأدوات الخطابية الثلاث (الأخلاقيات والتعاطف والمنطق) مرة واحدة على الأقل لإقناع الحكومة (انظر الصورة بالأسفل)			
يدافع القائد عن مصالح المجتمع			
مهارات التواصل			
تحدث القائد بوتيرة سليمة وصوت عالٍ ووضوح			
حافظ القائد على تواصل بصري جيد			
وجه القائد الخطاب للجمهور مباشرة			



الأداة التدريبية 13: أريد أن أُسمع!

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير والكتابة الناقدة • بناء مشاركة الجمهور • صناعة المحتوى والتقارير • البحث والكتابة
الأهداف	• زيادة الوعي حول الإعلام وصناعة المحتوى • تطوير مهارات التواصل والعمل الجماعي • عرض موضوع بطريقة مثيرة للاهتمام وغنية بالمعلومات
المواد اللازمة	ورق فليب شارت، ورق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	موضوعات للبحث والكتابة
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	12 شخصًا على الأقل، العمر +18

الوصف

في هذا النشاط، ينقسم المشاركون إلى مجموعات متساوية من 3-4 أشخاص ويتم إعطاؤهم موضوعات عشوائية لإنشاء محتوى لمجلة شباب جامعية.

بعد ذلك، يُطلب من المشاركين تبادل الأفكار والبحث كمجموعة لكتابة مقال يتعلق بالموضوع الذي اختاروه. فكرة المقال هي السماح للشباب الآخرين بالعثورعلى حقائق مثيرة للاهتمام حول الموضوع المحدد.

تقدم كل مجموعة مقالها المكتوب على ورقة فليب شارت.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل أردت أن تكتب عن موضوع مختلف عن الموضوع الذي تلقيته كمجموعة ؟
- كيف ينبغي ان تبدو المقالة المفيدة للشباب برأيك؟ وعلى ماذا يجب أن تحتوي؟
- هل بحثت في الموضوع، أم كتبت في المقال ما جاء من مناقشة المجموعة ؟
- إذا بحثت في الموضوع، فما هي مصادر المعلومات التي بحثت عنها ؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 14: اروي قصتهم

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد والتحليلي • دور وسائط الإعلام في التصدي لبعض الأحداث • التحيز والصور النمطية والموضوعية في وسائط الإعلام
الأهداف	• رفع وعي المشاركين حول كيفية عمل وسائط الإعلام • تطوير فهم للمصطلحات الأساسية في وسائط الإعلام • التوعية بالحق في حرية الفكر وحرية التعبير
المواد اللازمة	ورق فليب شارت، ورق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	12 شخصًا على الأقل، العمر: +16

الوصف

ينقسم المشاركون إلى مجموعات متساوية من 3-4 أشخاص ويطلب منهم تبادل الأفكار في مجموعة حول حدث شعبي حدث وهم على علم به.

بعد أن يتبادل المشاركون الأفكار ويقررون الحدث الذي يريدون التقرير عنه. يجب على المشاركين العمل كمجموعة من الصحفيين وإعداد مقال بالكلمات والصور.

ثم تقدم كل مجموعة مقالتها إلى المجموعات الأخرى. ويتبع ذلك النقاش حول الموضوع.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان من الصعب تحديد موضوع ساخن للكتابة عنه ؟
- هل كان لديك خلافات في المجموعات الصغيرة، إذا كان الأمر كذلك، فلماذا ؟
- هل كان من الصعب اقتراح صور ونص لهذا الموضوع ؟
- ما هي المصادر التي استخدمتها ؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 15: اجعل حججك أقوى

المهارات والمبادئ المستهدفة	• مهارات التحفيز والقيادة • تقنيات الخطابة • التعاطف
الأهداف	• اكتساب مهارات التعبير عن الموقف • مناقشة وجهات النظر • مهارات الاستماع • قيادة مناظرة
المواد اللازمة	كرتا تنس (أو ما يشبهها)، عملة معدنية، مؤقت، فليب شارت
المدة الزمنية	35 دقيقة
عدد المشاركين	8-14 شخص، العمر: +16

الوصف

ينقسم المشاركون إلى مجموعتين. كل مجموعة تختار القائد.

يضع الميسر سؤالاً للنقاش يتعلق بقضية أخلاقية أو مدنية أو اجتماعية ويمكن أن يكون من الحالات الموجودة في الدورة التدريبية الإلكترونية. يرمي الميسر العملة ويحدد الفريق الذي سيكون أول من يختار الطرف في السؤال. ويدافع الفريق الآخر عن الموقف معاكس.

يعطي الوسيط كرة واحدة لكل قائد فريق. ويصطف الفريقان في نصف دائرة مقابل بعضهما البعض. يقف القادة في مواجهة فريقهم.

لدى كل فريق دقيقتان لتقديم أكبر عدد ممكن من الحجج التي تدعم موقفه. يجب على القائد رمي الكرة للاعبين المختلفين للسماح لهم بتقديم حججهم. يعيد المشارك الكرة بعد تقديمه حجته إلى قائده الذي يرميها إلى مشارك آخر.

بعد انتهاء وقت الفريق الأول، يمنح الميسر نقطة واحدة لكل حجة **متعلقة بالموضوع وذات صلة** يقدمها اللاعبون. الحجج المتكررة أو المتشابهة أو غير ذات الصلة لا تحسب.

يكرر الميسر نفس الإجراء مع الفريق الثاني.

الجولة الثانية

في **الجولة الثانية**، كل فريق لديه 4 دقائق. مهمتهم هي اختيار حجة مضادة لكل حجة من حجج الفريق الآخر. يصبح المشارك الذي تحدث آخر مرة في الجولة الأولى القائد. بعد انتهاء الوقت، يمنح الميسر نقاط وفقًا للقواعد المستخدمة سابقًا ويكرر نفس الإجراء مع الفريق الثاني.

الجولة الثالثة

تُعقد الجولة الثالثة والأخيرة بموجب نفس القواعد. المشارك الذي شارك لأول مرة خلال الجولة الثانية يصبح القائد. إذا كان قائدًا بالفعل، فسيحل محله المتلقي الثاني للكرة في الفريق. يجب على المشاركين استخدام الحجج من الجولة الأولى والحجج المضادة من الجولة الثانية لصياغة موقف فريقهم من هذه المسألة. يجادل كل من المشاركين في موقفه.

عندما ينتهي كلا الفريقين، يتم إجراء تصويت سري داخل كل فريق لتحديد أفضل مجادل في الفريق. يقدم اللاعب المختار المركز المبين للفريق الآخر. يجب أن يتوسع في موقفه من خلال تضمين الحجج التي ذكرها زملائه في الفريق.

يحدد الميسر اللاعب الذي يجادل بشكل أفضل لفريقه ويعطي 5 نقاط لأفضل فريق. يتلقى الفريق الآخر من 1 إلى 3 نقاط اعتمادًا على قوة الحجج المقدمة. الفائز هو الفريق الذي جمع المزيد من النقاط.

الأسئلة الاستطلاعية

- كيف نختار الحجج للدفاع عن موقفنا؟
- كيف نرتب حججنا - بدءًا من الأهم أو الأقل أهمية؟
- كيف يمكننا ربط حججنا بالجانب الأخلاقي أو الاجتماعي أو المدني للقضية محل النقاش؟
- ما هو دور الحجج المضادة ؟
- ما هو دور التجميع في مناقشة الموقف الذي نتخذه؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة – استراتيجيات تحديدها

الأخبار الزائفة هي أداة رئيسية للتضليل. إنها شيء يواجهه الشباب طوال الوقت في حياتهم. الاعتراف بها واكتشاف مصادرها ذو أهمية خاصة حتى يتمكنوا من مواجهة المحاولات المستمرة للتلاعب بهم. علاوة على ذلك، بوصفهم صحفيين مستقبليين، فإن القدرة على التعرف على الأخبار الزائفة هي شرط أساسي لبناء ثقة الجمهور. من ناحية أخرى، القدرة على التعرف على الأخبار الزائفة هي أداة للحد من انتشارها وتأثيرها.

تتمثل المهمة الرئيسية للتدريب في هذا الموضوع في خلق مهارات لاكتشاف الأخبار المزيفة واكتشاف مصادرها. وتقترح أدوات مختلفة يمكن أن تدعم تنمية المعارف والمهارات في هذا الاتجاه.

الأداة التدريبية 16: حقيقي أم زائف

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد والتحليلي • فحص الحقائق • تطوير المهارات الرقمية
الأهداف	• زيادة الوعي حول أثر الأخبار الزائفة على المجتمع • تطوير مهارات التفكير الناقد والتحليلي • تنمية الشعور بالمسؤولية والالتزام بتدفق المعلومات الشفافة
المواد اللازمة	ورق فليب شارت، ورق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	ثلاث مقالات إخبارية حقيقية ثلاث مقالات إخبارية زائفة
المدة الزمنية	40 دقيقة
عدد المشاركين	12 شخص على الأقل، العمر: +16

الوصف

في هذا النشاط، ينقسم المشاركون إلى مجموعات متساوية ويعطون ثلاث مقالات إخبارية حقيقية وثلاث مقالات مزيفة.

بعد ذلك، يجب على المشاركين قراءة الأخبار والتفكير لمدة 20 دقيقة والتوصل إلى إجابة وتحديد عدد المقالات الإخبارية الحقيقية والمزيفة.

بعد أن تقرر المجموعات المقالات الإخبارية الحقيقية والمزيفة، يتبع ذلك مناقشة مع جميع المجموعات.

يكتب الميسر في ورقة فليب شارت منطق كل مجموعة وراء اختياراتهم.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان من الصعب تصديق أن ما تقرأه حقيقي أم مزيف ؟
- هل أجريت مناقشات عنيفة مع أعضاء مجموعتك بشأن مصداقية كل مقالة إخبارية تقرأها ؟
- هل استخدمت أي آليات لتقييم مصداقية وصدق المقالات التي قرأتها ؟
- هل طبقت أيًا من الذي تعلمته في الممارسة العملية ؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 17: خمن المزيف

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد • اكتشاف الأخبار الزائفة • المهارات الرقمية
الأهداف	• تعلم كيفية الكشف عن الأخبار المزيفة • تعلم كيفية مقارنة الأخبار • تعلم كيفية البحث على الانترنت حول صحة الأخبار
المواد اللازمة	هاتف ذكي/ لابتوب
المدة الزمنية	60-90 دقيقة
عدد المشاركين	12 شخص على الأقل، العمر: +16

الوصف

قسم المشاركين إلى مجموعات من 3-4 أشخاص.

تبحث كل مجموعة في الإنترنت عن ثلاث مقالات إخبارية غريبة قدر الإمكان. بعد ذلك، يخترعون خبرًا يبدو مرجحًا (20 دقيقة). يمكن جعل الأخبار المزيفة تبدو حقيقية من خلال استعمال أخبار حقيقية وتحريرها.

تقدم المجموعات الأخبار بدورها. بعد كل عرض، أمام المجموعات الأخرى 10 دقائق للتشاور أو البحث على الإنترنت لمعرفة أي من الأخبار الأربعة خاطئ. تصوت المجموعات على ما يعتقدون أنه أخبار كاذبة (15 دقيقة لكل مجموعة).

في نهاية الجولة، تفوز المجموعة التي اكتشفت المزيد من الأخبار المزيفة.

الأسئلة الاستطلاعية

- ما هي المعايير التي استعملتها للبحث عن معلومات حقيقية تبدو خاطئة؟
- ما هي المعايير التي استعملتها لخلق معلومات خاطئة تبدو صحيحة؟
- كيف كان من الممكن التعرف على الأخبار الكاذبة؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 18: تظاهر حتى تكتشف الحقيقة

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد • مهارات الكتابة الصحفية • التفاعل النشط والتفنيد
الأهداف	• ممارسة كتابة مقال قادر على إشراك القرّاء • تطوير الكفاءات لفهم كيفية إخفاء الأخبار المزيفة، وكيفية فضحها عن طريق صحافة المواطن
المواد اللازمة	جهاز عرض، أوراق، أقلام حبر
الأدوات والمصادر	نموذج الحجة المكون من 6 جمل https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2379298117739856?journalCode=mtra
المدة الزمنية	ساعتين
عدد المشاركين	16 شخص على الأقل، +18

الوصف

يُطلب من المشاركين مناقشة 6 خطوات يجب أن يتبعوها كمواطنين صحفيين في مجموعات صغيرة (3-4 أشخاص) لإنشاء مقال جذاب (10 دقائق). ستقدم كل مجموعة نتائجها بإيجاز (5 دقائق). ويعرض نموذج الحجة المكونة من 6 جمل على المشاركين ثم يناقشون في معنى كل مرحلة من مراحل النموذج (10 دقائق).

يُطلب من المشاركين كتابة نظرية مؤامرة على الورق. بشكل عشوائي، سيختار الجميع واحدة (5 دقائق). يتدرب المشاركون على كتابة مقال حول نظرية المؤامرة هذه، واتباع النموذج وخلق الحجج للأخبار المزيفة المختارة (20 دقيقة).

يقرأ كل اثنين مقالات بعضهما البعض ويقيمانها وفقًا لمعايير التقييم التي سيتم توفيرها (15 دقيقة).

استخلاص المعلومات ومناقشة معايير التقييم (20 دقيقة).

بعد تحليل معايير التقييم، سيكتب نفس الأزواج مقالًا مزيفًا لمكافحة الأخبار المزيفة لبعضهم البعض بتقنيات المشاركة (20 دقيقة).

الأسئلة الاستطلاعية

استطلاع المعلومات النصفي:

- كيف كانت عملية إنشاء الأخبار الزائفة؟
- كيف ساعدك النموذج خلال العملية؟
- ما هو أكبر تحدٍ واجهك؟
- ما هي الآلية التي لاحظتها أثناء إخفاء أخبار مزيفة ؟
- ما هي أوجه التشابه التي لاحظتها بين مقالاتك والأخبار المزيفة التي قرأتها على وسائل التواصل الاجتماعي ؟
- كيف يمكنك ربط هذا بالمجتمع ؟

الاستطلاع النهائي:

- كيف كانت عملية فضح الأخبار الكاذب؟
- ما هي العناصر التي واجهتها من المقال الذي فضحته؟
- ما هي التقنيات التي استخدمتها لإشراك القارئ؟
- كيف يمكنك ربط هذه العملية بصحافة المواطن؟
- ماذا يمكننا أن نفعل من الآن فصاعدًا لزيادة الوعي؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU. مستوحى من نشاط عقده لورنزو نافا (مدرب) في دورة تدريبية بعنوان "YOUare the Voice"

https://www.linkedin.com/pulse/how-can- facebook-profile-kill-freedom-lorenzo-nava/

الأداة التدريبية 19: الأخبار الزائفة وفحص الحقائق

المهارات والمبادئ المستهدفة	• معايير التقييم للمعلومات الآمنة • الوعي بالأخبار المزيفة
الأهداف	• اكتساب أدوات تحليل أثناء قراءة الأخبار • زيادة الوعي بتقنيات التلاعب في الصحافة • تطوير مهارات التقييم
المواد اللازمة	جهاز عرض، مقالات، أوراق، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	اختبار CRAAP https://www.scribbr.com/working-with-sources/craap-test الصحافة والمقالات الدولية
المدة الزمنية	ساعتين
عدد المشاركين	12 شخص على الأقل، العمر: +18

الوصف

سيتظاهر المشاركون بأنهم يجرون مراجعة صحفية لموقع ويب دولي يتعامل مع موضوع معين. سيتم تقسيمهم إلى أربعة فرق للعب لعبة الاكتشاف في 4 جولات. سيتم عرض أربع مقالات على الشاشة، وعليهم قراءتها وتقييمها (10 دقائق لكل مقالة) للإجابة عما إذا كانت أخبارًا حقيقية أو مزيفة والإشارة إلى ثلاثة معايير على الأقل استخدموها للتقييم (40 دقيقة).

استطلاع معلومات نصفي عن العملية (10 دقائق).

عرض ومناقشة وممارسة تفاعلية لنموذج CRAAP ضد الأخبار المزيفة، مع التركيز على العملة والأهمية والسلطة والدقة والغرض (20 دقيقة).

في 4 مجموعات، سيتلقى المشاركون مقالًا لتحليله وفقًا لنموذج CRAAP (20 دقيقة).

لمحة عامة موجزة عن النتائج والأسئلة الاستطلاعية النهائية(20 دقيقة).

الأسئلة الاستطلاعية

استطلاع المعلومات النصفي:

- ما هي المعايير التي استخدمتها لتحليل الصحافة الدولية؟
- كيف كان تفاعلك اثناء قراءة هذه المقالات؟ كيف لفت الصحفي انتباهك؟
- ما هي النقاط الرئيسية التي ظهرت من هذا التحليل؟

الاستطلاع النهائي:

- كيف كانت العملية بالنسبة لك؟
- أيهما كان الأسهل، وأي جزء كان أكثر صعوبة في التحليل؟
- كيف يمكننا استخدام هذه الأداة في الحياة الواقعية وعمل الشباب؟
- كيف يمكن استخدام هذا النوع من التحليل لزيادة الوعي حول هذا الموضوع؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU.

صناعة المحتوى الإلكتروني وتغطية الأحداث

ربما يكون أهم مطلب لتكون مواطنًا صحفيًا هو القدرة على إنشاء محتوى جذاب وموثوق عبر الإنترنت. الدور الذي يلعبه الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في حياة الناس يجعل المحتوى عبر الإنترنت طريقة رئيسية لنشر المعلومات. علاوة على ذلك، فإن جميع جهود الشركات والعلامات التجارية لكسب وجذب انتباه الناس عبر الإنترنت تضع العديد من المطالب على جودة عرض المحتوى عبر الإنترنت، والذي يجب على الصحفيين المواطنين الامتثال له. هذا يعني أنهم يتعلمون إنشاء محتوى يمكنه التنافس على اهتمام جمهورهم.

تهدف أدوات التدريب في هذا الموضوع بشكل خاص إلى تطوير المهارات لإنشاء محتوى عبر الإنترنت. من ناحية أخرى، ينصب التركيز في هذه التدريبات على تعريف الشباب بالمبادئ الأساسية للإبلاغ عن الأحداث وإيصال عناصرها المهمة للجمهور.

الأداة التدريبية 20: مدى أهمية أصغر التفاصيل

المهارات والمبادئ المستهدفة	• الإبداع والقدرة على التجميع • صناعة المحتوى • مهارات لغوية
الأهداف	• تطوير التفكير الإبداعي • تطوير مهارات كتابة النصوص • العمل الجماعي
المواد اللازمة	ورق، مقصات، أقلام تلوين، فليب شارت x2، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	الخرائط الذهنية، تقنية سكامبر SCAMPER
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	6-10 أشخاص، العمر +16

الوصف
يقص المشاركون مربعات صغيرة بالمقص. يكتبون على كل منها حرفًا واحدًا من الأبجدية. يمكن تكرار الحروف، ولكن مطلوب مربع واحد لكل حرف. يتم قلب المربعات للأسفل وخلطها. يختار المشاركون أحدهم لتسجيل النتائج.

يأخذ أربعة من المشاركين مربعًا واحدًا لكل منهم. من الحروف المرسومة، يحاولون تشكيل كلمة أو بداية كلمة من خلال دمجها أو تغيير أماكنها. يكتب المشارك المختار الكلمة على ورقة فليب شارت. يتم إرجاع المربعات إلى الطاولة، وخلطها، ثم يختار المشاركون أربعة أحرف أخرى. تستمر المجموعة حتى يتم الحصول على خمس كلمات مختلفة.

يختار الميسر/ة موضوعًا يجب على المشاركين تقديم تقرير بشأنه ويحدد القناة الإعلامية التي سيبث عليها التقرير. يمكن أن يكون هذا ملفًا شخصيًا لوسائل التواصل الاجتماعي أو مدونة أو موقعًا إخباريًا أو قناة فيديو، إلخ.

ينقسم المشاركون بعد ذلك إلى مجموعتين. تكتب كل مجموعة الكلمات الخمس على أوراق منفصلة. من أصل خمس كلمات، يأخذون واحدة. تم تكليفهم بإيجاد ما تشترك فيه الكلمات الأربع وكيف تختلف الكلمة الخامسة عنها. يوصى بتجنب أوجه التشابه والاختلاف الشكلية (على سبيل المثال، أربعة أسماء، والخامس صفة). يكتب شخص واحد من كل فريق الزوج من الخصائص المتعارضة التي يجدونها. يتم إرجاع الكلمة التي اختاروها في المرة الأولى، ويتم وضع كلمة أخرى من الكلمات الخمس في مكانها. يستمر الإجراء حتى يتم استخراج جميع الكلمات الخمس.

يكتب الفريقان الصفات على فليب شارت. ويحاولون تشكيل روابط بين الخصائص المكتوبة باستخدام أقلام الخطاط ثم تجميعها في مجموعات جديدة. رتب الخصائص الجديدة الناتجة حسب الأهمية بناءً على منطق الفريق المختار.

يمنح الميسر 15 دقيقة لكلا الفريقين لكتابة قصة عن موضوع معين باستخدام الخصائص التي تم استخراجها. يمكن استخدام هذه الخصائص للمشاركين في القصة والعناصر الأخرى التي تتكون منها - المكان والعمل ومجموعات الأشخاص والمؤسسات وما إلى ذلك.

يقرأ كل فريق القصة التي كتبوها. ويناقش المشاركون كيف يمكن تصور كل قصة اعتمادًا على القناة الإعلامية المختارة.

الأسئلة الاستطلاعية

- كيف يمكن إيجاد التفاصيل التي يمكن أن تساعدنا في تطوير قصة التقرير بشكل أفضل؟
- كيف يساعدنا البحث عن الروابط بين مختلف العناصر المشاركة في كتابة التقرير؟
- كيف تستخدم التفكير الإبداعي لجعل القصة أكثر تأثيرًا؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 21: مهارات المقابلات الصحفية النشطة

المهارات والمبادئ المستهدفة	• الاستماع النشط وسرد القصص • تقنيات الاستجواب • التعاطف • فحص الحقائق
الأهداف	• لتعزيز مهارات الاستماع النشط للمشاركين وقدرتهم على طرح أسئلة فعالة أثناء المقابلات • لتطوير تعاطف المشاركين مع الأشخاص الذين سيقابلونهم والقصص التي يروونها • تعليم المشاركين أهمية التحقق من الحقائق والتحقق من المعلومات أثناء المقابلات • لتحسين مهارات سرد القصص للمشاركين من خلال الاستخدام الفعال للاقتباسات والحكايات التي تم جمعها أثناء المقابلات
المواد اللازمة	أوراق، فليب شارت أو لوح، أقلام حبر، أقلام خطاط، لابتوب أو هواتف ذكية مع وصول للإنترنت
الأدوات والمصادر	مقالات أو مقاطع فيديو لمقابلات جيدة وأخرى سيئة للتحليل والمناقشة، عينة من أسئلة المقابلات للممارسة، عينة من المقالات أو القصص الإخبارية للتحليل والنقد
المدة الزمنية	45 دقيقة
عدد المشاركين	15-30 شخص، العمر: +16

الوصف

شرح الغرض من ورشة العمل والأهداف. اسأل المشاركين عن تجربتهم في إجراء المقابلات.

الاستماع النشط والتعاطف (10 دقائق)

اطلب من المشاركين أن ينقسموا إلى أزواج وإجراء مقابلة قصيرة مع بعضهم البعض. بعد المقابلات، اطلب منهم مشاركة شيء واحد تعلموه عن شريكهم لم يعرفوه من قبل. ناقش أهمية الاستماع النشط والتعاطف عند إجراء المقابلات.

تقنيات الاستجواب (10 دقائق)

مناقشة أهمية الأسئلة المفتوحة وأسئلة المتابعة أثناء المقابلات. ثم قدم أمثلة على الأسئلة الفعالة وغير الفعالة المتعلقة بإجراء المقابلات. بعد ذلك اطلب من المشاركين ممارسة طرح أسئلة مفتوحة وأسئلة المتابعة مع شريك.

التحقق من الحقائق (10 دقائق)

مناقشة أهمية فحص الحقائق والتحقق من المعلومات أثناء المقابلات. تقديم أمثلة على الأخطاء التي ارتكبها الصحفيون في الماضي بسبب عدم دقة المعلومات. اطلب من المشاركين التحقق من صحة اقتباس أو بيان ومناقشة النتائج التي توصلوا إليها.

سرد القصص (10 دقائق)

ناقش أهمية استخدام الاقتباسات والحكايات في القصص الإخبارية لجعلها أكثر تفاعلًا وإثارة للاهتمام. تقديم أمثلة على الاستخدام الفعال وغير الفعال للاقتباسات والحكايات في الأخبار. اطلب من المشاركين التدرب باستخدام الاقتباسات والحكايات لرواية قصة قصيرة.

خاتمة (5 دقائق)

لخص النقاط الرئيسية التي نوقشت في حلقة العمل ثم اطلب من المشاركين إعطاء تعليقاتهم واقتراحاتهم للتحسين. وفر الموارد لمواصلة القراءة والممارسة لاحقًا.

وبوجه عام، تهدف حلقة العمل هذه إلى تزويد المشاركين بالمهارات والمعارف الأساسية اللازمة لإجراء مقابلات فعالة كصحفي. وباستخدام أساليب التعليم غير النظامي، سيتمكن المشاركون من المشاركة في أنشطة ومناقشات تفاعلية من شأنها أن تعزز خبرتهم التعليمية وتكفل إمكانية نقل هذه المهارات إلى عملهم في المستقبل.

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن مهارات المقابلات الفعالة؟
- كيف يمكنك تطبيق هذه المهارات في عملك؟
- ما هي أكثر جوانب التمرين الجماعي صعوبة؟
- ما هي الاسئلة الاكثر فعالية التي طرحتها مجموعتك ولماذا؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 22: الصحافة النشطة: فن الاستماع النشط

المهارات والمبادئ المستهدفة	• الاستماع ومهارات التواصل • التفكير الناقد • المهارات الرقمية
الأهداف	• فهم أهمية الاستماع النشط في الصحافة • تعلم تقنيات الاستماع النشط والتدرب عليها • تطبيق مهارات الاستماع النشط في سياق صحفي • تطوير التفكير الناقد والمهارات التقنية
المواد اللازمة	فليب شارت أو لوح، أقلام خطاط، أوراق، أقلام حبر، لابتوب أو هاتف ذكي
الأدوات والمصادر	منصات تواصل اجتماعي مثل Facebook, Twitter, Instagram أدوات البحث الإلكتروني مثل Google, Bing, Wikipedia منصات فحص الحقائق مثل Snopes, PolitiFact
المدة الزمنية	45 دقيقة
عدد المشاركين	15-30 شخص، العمر: +16

الوصف

يعرض الميسر/ة الغرض من حلقة العمل.

فهم الصحافة النشطة (10 دقائق). يناقش الميسر/ة دور الصحافة النشطة في إحداث التغيير الاجتماعي. ويُشجع المشاركين على تبادل وجهات نظرهم وتجاربهم بشأن هذا الموضوع.

البحث على الإنترنت ومهارات فحص الحقائق (10 دقائق). يشارك الميسر المهارات الأساسية للبحث وفحص الحقائق عبر الإنترنت. يشجع المشاركين على ممارسة هذه المهارات من خلال البحث وفحص الحقائق في موضوع معين.

التخطيط الاستراتيجي لحملة التوعية عبر الإنترنت (10 دقائق). يشارك الميسر أفضل الممارسات لوضع خطة استراتيجية لحملة توعية إلكترونية ثم يشجع المشاركين على وضع خطة لحملتهم.

إنشاء محتوى تفاعلي لوسائل التواصل الاجتماعي (5 دقائق). يشارك الميسر النصائح لإنشاء محتوى جذاب لمنصات التواصل الاجتماعي. ثم يشجع المشاركين على تبادل الأفكار وإنشاء محتوى لحملاتهم.

إدارة وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل معها (5 دقائق). يشارك الميسر أفضل الممارسات لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل معها. ثم يشجع المشاركين على إنشاء جدول زمني لوسائل التواصل الاجتماعي لحملتهم.

استخلاص المعلومات والاستنتاج (5 دقائق). يلخص الميسر النقاط الرئيسية لورشة العمل ويشجع المشاركين على تبادل تعليقاتهم ونتائج التعلم. ويُشجع المشاركين على مواصلة حملاتهم التوعوية عبر الإنترنت باستخدام المهارات والمفاهيم المستفادة في ورشة العمل.

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن الصحافة النشطة ودورها في إحداث التغيير الاجتماعي؟
- كيف طبقت مهارات البحث وفحص الحقائق عبر الإنترنت في ورشة العمل؟
- كيف أنشأت خطة استراتيجية لحملة التوعية عبر الإنترنت؟
- ما نوع المحتوى الذي أنشأته لحملتك؟ لماذا اخترت هذا المحتوى؟

- ماذا تعلمت عن إدارة وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل عليها؟ كيف ستطبق هذا في حملتك؟

المصـدر: طوّرتـه EUROSUD في سـياق مشـروع JOUR-YOU. مقتبس من مجموعـة أدوات الصـحافة النشـطة بواسطة Tactical Tech.

الأداة التدريبية 23: اعرض حقيقتهم

المهارات والمبادئ المستهدفة	• مهارات التحليل وكتابة التقارير • التفكير الناقد • مهارات التواصل
الأهداف	• زيادة معرفة المشاركين بوجهات النظر المختلفة في موقف ما • تطوير التفكير النقدي والمهارات الصحفية • لفهم مختلف أصحاب المصلحة في المجتمع
المواد اللازمة	أوراق فليب شارت، أوراق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	نشرة: اعرض حقيقتهم
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	12 شخصًا على الأقل، العمر: 18-30

الوصف

ينقسم المشاركون إلى أربع مجموعات: ممثلو منظمة غير حكومية وشركة بناء خاصة والسلطة المحلية والمواطنون الصحفيون. تتلقى كل مجموعة نشرة حول دورها في المجتمع.

يعرض الميسر الوضع العام: ينظم ممثلو المنظمة غير الحكومية احتجاجًا على البناء داخل حديقة في المدينة التي تعيش فيها. وتريد مجموعة المواطنين الصحفيين الإبلاغ عن الحدث في مدونتهم. خلال الاحتجاج، قام المواطنون الصحفيون بتقسيم ممثلي المنظمة غير الحكومية والمجلس المحلي وشركة البناء ومقابلتهم. ثم يبني المواطنون الصحفيون مقالاتهم.

تقرأ المجموعات نشراتها وتضيف تفاصيلًا للموضوع (10 دقائق). ثم يذهبون إلى الاحتجاج ويجيبون على أسئلة الصحفيين المواطنين (20 دقيقة).

بعد ذلك، يقوم الصحفيون المواطنون بإعداد مقال قصير مع آراء أصحاب المصلحة (20 دقيقة) وتقديمه إلى المجموعات الأخرى.

يطلب الميسر من مجموعة الصحفيين المواطنين تقديم القصة. بعد ذلك، اسأل المجموعات الأخرى عما إذا كانت مواقفهم تنعكس بشكل صحيح في القصة، وفقًا للنشرة والتفاصيل التي أضافوها.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل يمكنك صياغة المشكلة الرئيسية ؟
- أي جانب كان مفقودًا في هذه الحالة ؟
- ما هي إيجابيات وسلبيات كل مجموعة ممثلة في اللعبة ؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

النشرة اعرض حقيقتهم

ممثلو منظمات غير حكومية

نشكل مجلس إدارة منظمتنا غير الحكومية Protect the Parks. لقد تلقينا شكاوى من المواطنين بأن مجلس المدينة وشركة إنشاءات خاصة يستعدان لبناء مبنى كبير جديد (سمعنا عن مركز تسوق!) في وسط حديقتنا الجميلة، حيث نقيم العديد من الأنشطة الخارجية مع الأطفال والشباب. بحثنا واكتشفنا أن الشائعات صحيحة، وعلينا اتخاذ إجراء. لذلك، نحن ننظم الاحتجاج الآن. كثير من الناس هنا - العائلات والأطفال - يريدون حماية الحديقة. لدينا شكوك حول هذا المخطط بين مجلس المدينة والشركة الخاصة لأن هذه الحديقة في وسط مدينتنا لذلك، نريد إشراك الصحفيين المحققين لفحص هذه الحقائق.

شركة إنشاءات خاصة

قبل بضعة أشهر، دعانا ممثلو مجلس المدينة لمناقشة إمكانية بناء مركز رياضي حديث في المدينة. بالطبع، يحتاج مجلس المدينة إلى تنظيم مناقشات عامة حول الفكرة ثم اتباع عملية شراء شفافة لاختيار شركة إنشاءات. ومع ذلك، فقد أعربنا عن استعدادنا للعمل في المشروع لأننا شركة محلية ونريد إبقاء موظفينا من المدينة. سيحقق المشروع قيمة إيجابية لمحفظتنا وسنكون قادرين على زيادة رواتب الموظفين. لا نعرف لماذا يحتج الناس الآن فلم يبدأ البناء ولم نوقع أي وثيقة مع مجلس المدينة بعد. ومع ذلك، نأمل في القيام بذلك في الأيام القليلة المقبلة والبدء في العمل على البناء.

مجلس المدينة

مدينتنا في حالة ركود مع ارتفاع معدلات البطالة ومغادرة الناس إلى المدن الكبرى. نحن بحاجة إلى القيام بشيء كبير. لذلك ناقشنا داخل المجلس الخيارات الممكنة: مركز ترفيهي، مركز أعمال/تجاري، حتى مركز تسوق. لم نقرر بعد بالطبع. سننظم مناقشة عامة عندما يكون لدينا اقتراح. لذلك لا نعرف لماذا يحتج الناس اليوم. لقد التقينا بالفعل بممثلي الأعمال المحليين (شركات البناء) لمناقشة الوضع لأن الشيء الأكثر أهمية هو توفير المزيد من الوظائف للسكان أو أنهم سيغادرون المدينة.

المواطنون الصحفيون

شيء ما يحدث في الحديقة. نحن بحاجة لمعرفة كل التفاصيل حول الاحتجاج وإبلاغ المواطنين به. سنحدد المشكلة، وندرج أصحاب المصلحة، ونجمع قصصهم، ونحدد زاوية القصة ونقدمها للجمهور.

الأداة التدريبية 24: حاول كتابة قصة

المهارات والمبادئ المستهدفة	• الإبداع • صناعة المحتوى • السرد القصصي
الأهداف	• فهم المبادئ الرئيسية لكتابة قصة • معرفة عناصر القصة الجيدة • تعلم كيفية صناعة محتوى مخصص لجمهور محدد
المواد اللازمة	كرتون، مقصات، أقلام تلوين، نرد، قطع اللعب (اختياري)
الأدوات والمصادر	https://michaelpaulukonis.github.io/malepropp/
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	6-14 شخص، العمر: +14

الوصف

يقدم الميسر/ة الموضوع للمشاركين بحيث يشير إلى مكان وزمان وصراع محدد. قد تكون هذه حالة أولية تتطلب التطوير - على سبيل المثال، زيادة الكلاب الضالة في المدينة.

ينقسم المشاركون إلى ثلاث مجموعات. كل مجموعة لديها مهمة ابتكار شخصيتين - واحدة رئيسية والأخرى داعمة. يوجه الميسر كل مجموعة لرسم شخصياتها على أوراق منفصلة وكتابة خصائصها الرئيسية: الذكاء والتصميم والقوة والمكر والتعاطف والذكاء والمعرفة. ثم تحصل كل شخصية على اسم ومهنة ومركز اجتماعي محدد.

تعرض كل مجموعة شخصياتها للآخرين. ثم تقوم كل مجموعة برمي النرد لكل من سمات شخصية المجموعة الأخرى. يحدد النرد قوة الخصائص الموصوفة، حيث يكون 1 هو أضعف خصائص و6 هو الأقوى.

تجمع المجموعات النقاط لكل من الشخصيات ثم يتم تحديد الشخصيتين الرئيسيتين اللتين جمعتا أكبر عدد من النقاط. يحدد الميسر باستخدام النرد أي الشخصيات هو البطل وأي منهم الخصم وتكون باقي الشخصيات محايدة.

يشرح المشرف هيكل القصة، ويضع الأحداث الأساسية وذروتها ونهايتها ودورها في القصة.

تقوم المجموعات بقص 12 بطاقة، حيث تكتب على ثلاث منها المراحل الرئيسية الثلاث للقصة. وعلى التسع الباقية تكتب المراحل الأخرى: (2) نقطة تحول، (3) محنة، (1) معجزة، (2) خسارة، (1) سوء حظ.

يضع المشرف البطاقتين على المكتب - الذروة والخاتمة، تاركًا مساحة بينهما وتُوضع البطاقات المتبقية بوجهها لأسفل وتُخلط.

يضع الفريقان قطع اللعب الخاصة بالبطل والخصم على جانبي بطاقة البداية بينما تبقى باقي الشخصيات على الهامش. يحدد كل فريق سلوك الشخصيات التي رسموها ويشرح دوافعها وأفعالها بحيث يعتمدان على النقاط المحصلة لكل من صفات الشخصيات في المرحلة السابقة المحددة.

يحدد الميسر أدوار الشخصيات في القصة: يحاول بطل الرواية إيجاد حل، ويحاول الخصم منعه. تدعم الشخصيات الثانوية تصرفات بطل الرواية وخصمه، ويجب أن ينجذب الاثنان الآخران إلى قضية بطل الرواية أو الخصم.

يضع المشاركون أنفسهم في مكان الشخصيات ويلعبون أدوارهم. عندما يتضح دورهم في الموقف المعين، يسحب الميسر البطاقة التالية لتحديد المرحلة التالية من القصة.

تعتمد نهاية القصة على أي من الاثنين - البطل أو الخصم - سيكون قادرًا على جذب المزيد من الأبطال إلى جانبهم.

في المرحلة الأخيرة، تكتب الفرق القصة وتقرأها على المشاركين الآخرين.

يستعمل المشاركون المناظرة لإيجاد أوجه الشبه والاختلاف في القصص المقروءة.

الأسئلة الاستطلاعية

- ما هو أهم عنصر في القصة؟
- ما هو دور المشاركين في القصة؟
- كيف نرتب الحقائق لنروي قصة جيدة؟
- هل يمكننا تقديم تقييم أخلاقي للشخصيات التي نكتب التقارير عنها؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

المشاركة النشطة خلال التواجد على الانترنت

كيفية بناء الوجود الإلكتروني الخاص بك هو سؤال مهم جدًا لكل مواطن صحفي. يوفر الإنترنت العديد من الفرص، ولكنه يشكل أيضًا العديد من المخاطر.

يرتبط بناء الوجود الإلكتروني بمعرفة تفاصيل قنوات الاتصال الإلكتروني. من ناحية أخرى، يرتبط استخدامها بمعرفة مبادئ نشر المعلومات، وكذلك عادات الجماهير.

يتمحور التركيز الرئيسي لهذا الموضوع حول بناء المهارات لخلق وجود إلكتروني والتواصل مع الجماهير عبر الإنترنت. تهدف الوحدات المشمولة هنا إلى تطوير الصفات والمهارات مثل كيفية بدء وتطوير حملة إلكترونية، وما هو المحتوى المناسب لجذب انتباه الجماهير، وما هي الأدوات الرقمية المناسبة للاستخدام وغيرها.

الأداة التدريبية 25: التصوير

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير التحليلي والإبداعي • رفع مهارات سرد القصص والتأمل
الأهداف	• رفع وعي الناس حول إساءة استخدام المعلومات • الحصول على أدوات معرفية للتعرف على الصور النمطية وتفكيكها
المواد اللازمة	أوراق فليب شارت، أوراق A4، أقلام حبر، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	5 بطاقات (أوراق صغيرة) عليها الكلمات التالية: Disinformation, Misinfomation, بروباغندا، التدخل الخارجي، Bots, trolls
المدة الزمنية	ساعة
عدد المشاركين	20 شخصًا على الأقل، العمر: +18

الوصف

ينقسم المشاركون إلى خمس مجموعات متساوية تتألف من 3-4 مشاركين. تتلقى كل مجموعة بطاقة واحدة تحمل كلمة ذات دلالات سلبية (معلومات مضللة، معلومات خاطئة، بروباغندا، تدخل أجنبي، روبوتات ومتصيدون) وورقة فليب شارت لكل مجموعة.

ثم يكتب المشاركون كل ما يعرفونه خلال جلسة عصف ذهني عن هذه الكلمات في أوراق فليب شارت. (20 دقيقة)

بعد ذلك، يكتب المشاركون الكلمات على موقع Google وينقرون على الصور ويختارون صورة تصف الكلمة بشكل أفضل.

في المرحلة الأخيرة من النشاط، تقدم كل مجموعة أوراقها الفليب شارت مع الصورة المختارة وتشرح سبب اختيارها لهذه الصورة بالذات وكيفية ارتباطها بالنتائج والمعرفة المقدمة على الورقة الفليب شارت.

الأسئلة الاستطلاعية

- هل كان من الصعب التوصل إلى تعريف للكلمة في مجموعتك الصغيرة ؟
- هل كان من الصعب اختيار صورة تصف كلمتك وفهم مجموعتك للكلمة؟
- كيف كان العصف الذهني؟ هل تعلمت أي شيء جديد من زملائك المشاركين في المجموعات الصغيرة؟
- هل استخدمت أي تقنية محددة لرواية القصص والتأمل؟

المصدر: طوّرته مؤسسة تنظيم المشاريع والثقافة والتعليم في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 26: كيف تبدأ الحملات (الآمنة)

المهارات والمبادئ المستهدفة	• حملة توعية • خطاب الحملات الافتتاحي • كسب التأييد
الأهداف	• تفصيل الخطوات التي يجب اتباعها معًا لحملات التوعية، ومناقشة ما يجب القيام به وما لا يجب القيام به • اكتساب كفاءات ونصائح ملموسة حول بدء حملات التوعية • اكتساب القدرة على تقديم حملة من خلال عرض قصير
المواد اللازمة	جهاز عرض، أوراق، أقلام خطاط، أقلام حبر، فليب شارت، لاصق
الأدوات والمصادر	أدوات عرض المصعد أمام الجمهور نصائح لحملات التوعية
المدة الزمنية	90 دقيقة
عدد المشاركين	16 شخصا على الأقل، العمر: +18

الوصف

ينقسم المشاركون إلى 4 أو 6 مجموعات ستعمل معًا حتى نهاية ورشة العمل وستبدأ في لعب "10 خطوات لحملات التوعية". بعد المناقشة مع الفريق، ستتم مواجهة النتائج وستتم مناقشة بعض الخطوات المقترحة لمتابعة (مع نصائح عملية) في الجلسة العامة (30 دقيقة).

ستقوم نفس الفرق بتوضيح الفكرة الأولية لحملة توعية ستستمر في استخدامها للمراحل التالية من ورش العمل (15 دقيقة).

سيتم تعريف المشاركين بأدوات ملموسة للتحدث أمام الجمهور من أجل حملات التوعية (15 دقيقة).

سيتم تقديم أداة عرض المصعد على فليب شارت، وبعد هذا المخطط، سيكون لدى كل فريق الوقت لإعداد الخطاب الافتتاحي لمدة دقيقتين وعرض حملتهم التوعوية (15 دقيقة).

بعد التحضير، سيقدم كل فريق خطابه باستخدام عرض المصعد ويتلقى ملاحظات من المشاركين الآخرين (15 دقيقة).

الأسئلة الاستطلاعية

- كيف كانت الديناميكية في فريقك؟ كيف قررت نوع الحملة؟
- ما هو التحدي الأكبر في فريقك؟
- ما هي التعليقات التي ستقدمها لنفسك ولفريقك؟
- كيف يمكنك استخدام هذه الأداة في مجتمعك؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU. تم استلهمت بعض المهام من نشاط «Media Lab» للدورة التدريبية «SOCIAL: تعزيز الحملات عبر الإنترنت في القيادة النشطة» التي عقدها Oriel APS وكتبها لورينزو نافا وماركو سانتوس (المدربون).

الأداة التدريبية 27: كيف تحافظ على الحملات (الآمنة)

المهارات والمبادئ المستهدفة	• فحص الحقائق الخاصة ببيان المهام • المنصات والأدوات الرقمية للترويج للحملات
الأهداف	• تطوير الكفاءات لكتابة وتقييم بيان المهمة • تعلم الأدوات والمنصات الرقمية للترويج للحملة والمشاركة النشطة
المواد اللازمة	جهاز عرض، أوراق، أقلام خطاط، أقلام حبر، فليب شارت، لاصق
الأدوات والمصادر	أداة "بيان المهمة والرسالة والرؤية"، نصائح وحيل لتعزيز حملات التوعية، وتقييم أدوات بيانات المهمة بعض المنصات والقنوات عبر الإنترنت وغير المتصلة بالإنترنت مثل: • • /http://www.avaaz.org • /http://www.wemove.eu • /http://www.agantty.com • /https://startsomegood.com • /http://www.trello.com • /http://www.asana.com • /#/https://www.launchgood.com • /http://www.canva.com • /http://www.picmonkey.com • /http://www.mailchimp.com • /http://www.joomla.org • /http://www.wix.com
المدة الزمنية	3 ساعات
عدد المشاركين	16 شخصًا على الأقل، العمر: +18

الوصف

وبالاحتفاظ بنفس الأفرقة/الحملات في ورشة العمل السابقة وباستخدام جميع الكفاءات والأدوات المكتسبة، سيتعين على الأفرقة كتابة بيان مهمة مشارك لحملة التوعية التي تقوم بها باتباع أداة بيانات الهدف والمهمة والرؤية التي ستُعرض عليها (30 دقيقة).

سيوفر كل فريق ملاحظات بناءة مكتوبة على بيانات مهام فريق آخر باستخدام تقنيات التقييم للتخطيط الاستراتيجي للحملة (20 دقيقة).

يعرف الميسر المشاركين على خطط التواصل في الحملات والتواصل الاستراتيجي (20 دقيقة).

وبعد ذلك يتدرب كل فريق على كتابة خطته الاستراتيجية، ولا سيما تحديد (1) أهدافه المتعلقة بالاتصال و(2) الجمهور المستهدف و(3) المحتوى والرسائل. ثم ويقدم كل فريق النتيجة على الفرق الأخرى (30 دقيقة).

يختار المشاركون منصات لحملاتهم، خاصة القنوات التقليدية والإلكترونية. ستكون هناك مؤشرات وأمثلة ونصائح لاستخدام كل قناة مقترحة (30 دقيقة).

بالنسبة للمهمة الأخيرة، يُطلب من الفرق إنتاج محتوى وسائط مرئية للترويج لحملة التوعية الخاصة بهم باستخدام إحدى المنصات المعروضة للصور. تقوم الفرق بتحميل جميع المواد في مجلد Google Drive (20 دقيقة).

وفي ختام العملية، ستُعرض دراسة حالة ملموسة عن الحملات وتحلل مع المشاركين. وعلى وجه الخصوص، ستعرض وتناقش حملة التوعية «Mezzipertutte» (التي أدارها المدرب في هذه الحالة) (15 دقيقة).

الأسئلة الاستطلاعية

- كيف كانت هذه التجربة القصيرة لبناء الحملة وإدارتها؟
- ماذا ستنفذ أكثر في حملتك؟
- كيف يمكنك ربط كل هذه العملية بمجتمعك في بلدك؟
- ما هي الكفاءات والمهارات التي ستستخدمها في الحياة الواقعية وعملك مع الشباب؟ وكيف؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU. إحدى المهام مستوحاة من أداة SALTO: SALTO-YOUTH - Toolbox - Be(e) the change - Guide on campaigning.

المنصات والشبكات والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون

في عصر الوجود الرقمي، يمكن لأي شخص لديه إمكانية الوصول إلى الإنترنت إنشاء محتوى، وهذا له مزايا ومخاطر. يُحوّل التغيير في نموذج الاتصال الجمهور من مجموعة من المشاهدين إلى مجتمع يمكنه الحوار مع الأفراد والمنظمات والمواطنين الصحفيين. ويوفر الإنترنت وسيلة لهذا الاتصال الجديد. من وجهة النظر هذه، فإن معرفة المنصات الإلكترونية التي يتواصل من خلالها الأشخاص مع بعضهم ويبحثون فيها عن المعلومات وينشرونها أمر بالغ الأهمية. علاوة على ذلك، غالبًا ما يصبح الأشخاص أنفسهم الذين شاهدوا الأحداث أو العمليات مصدرًا قيمًا للمعلومات للمواطنين الصحفيين.

يتضمن هذا الموضوع أدوات تدريبية تساعد الشباب على فهم تفاصيل المنصات الإلكترونية للتواصل وإنشاء المحتوى. وبالإضافة إلى ذلك، يولى اهتمام خاص للطرق التي يتواصل بها الناس في الشبكات والمبادئ التي يخضع لها هذا الاتصال.

الأداة التدريبية 28: الكشف عن الأخبار المحلية: حشد المصادر في الصحافة

المهارات والمبادئ المستهدفة	• التفكير الناقد • مهارات البحث وجمع البيانات وتحليلها • تصور البيانات ومهارات عرض المحتوى عبر الإنترنت • المحتوى الذي ينشئه المستخدم • حشد المصادر والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي
الأهداف	• تشجيع المشاركين على التفكير بشكل نقدي في القضايا المهمة لمجتمعهم المحلي ولكن لا تغطيها وسائل الإعلام • تعريف المشاركين بحشد المصادر والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير قدرتهم على استخدامها لجمع المعلومات والتفاعل مع جمهورهم • تطوير قدرة المشاركين على تصور البيانات وإبلاغ نتائجهم بشكل فعال • تشجيع المشاركين على تبادل نتائجهم مع الآخرين والدخول في مناقشات مفتوحة بشأن المواضيع التي يحققون فيها
المواد اللازمة	أجهزة لابتوب أو هواتف ذكية، دفاتر وأقلام حبر، طاولات وكراسي، اتصال بالانترنت
الأدوات والمصادر	أداة تصور البيانات مثل Canva أو Infogram أو Tableau أدوات مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي مثل Hootsuite أو Social Mention أدوات لتتبع مساهمات المستخدمين وتحليلها مثل Google Forms أو Airtable
المدة الزمنية	الجزء الأول: 70-80 دقيقة الجزء الثاني: 80-90 دقيقة
عدد المشاركين	12-30 شخص، العمر: +18

الوصف

اليوم الأول/ الجزء الأول

قسم المشاركين إلى مجموعات من 3-5 أشخاص

نصيحة للميسر/ة: قسم المشاركين إلى مجموعات حسب الدول إذا كانوا من دول مختلفة.

اطلب من المشاركين تبادل الأفكار وتجميع قائمة بالموضوعات من أخبارهم المحلية التي يرغبون في التحقيق فيها (15 دقيقة). شجعهم على التفكير في القضايا المهمة لمجتمعهم والتي قد لا تغطيها وسائل الإعلام التقليدية. فمثلا:

- الشواغل البيئية في المجتمع، مثل التلوث أو التخلص من النفايات أو استنزاف الموارد
- القضايا المتعلقة بالتعليم، مثل أوجه القصور في المناهج الدراسية أو نقص المعلمين أو تمويل المدارس
- القضايا المتصلة بالعمل والعمالة، مثل سرقة الأجور، أو السلامة في مكان العمل، أو فرص العمل للشباب
- المناسبات والمهرجانات الثقافية في المجتمع المحلي
- الأعمال التجارية المحلية وريادة الأعمال، بما في ذلك قصص النجاح أو التحديات التي يواجهها أصحاب الأعمال الصغيرة
- الأخبار الحالية/حوادث محددة هزت أو استقطبت المجتمع المحلي

ثم يتعين على كل فريق اختيار موضوع واحد **والبحث** فيه باستخدام الإنترنت أو مصادر أخرى، أي جمع المعلومات والبيانات والموارد المتعلقة بموضوعه وتدوين الملاحظات **(30 دقيقة).**

بعد أن يكمل المشاركون بحثهم، يتعين على كل فريق إعداد وبدء **خطة حشد المصادر (30 دقيقة)**. أي أنه يتعين عليهم التفكير في كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الإنترنت الأخرى وتدوينها للوصول إلى شبكاتهم وطلب المعلومات أو التجارب الشخصية أو المواد (على سبيل المثال، الصور ومقاطع الفيديو والوثائق) المتعلقة بموضوعهم.

نصيحة للميسر/ة: لتوجيه المشاركين في إنشاء خطة حشد المصادر، يمكنك تقديم الخطوات التالية على الشاشة:

1. قم بصياغة رسالة واضحة وموجزة: اشرح موضوعك، ولماذا هو مهم ونوع المعلومات التي تبحث عنها؛ دعوة الجمهور إلى اتخاذ إجراءات (مثل مشاركة الرسالة مع متابعيهم أو المساهمة بتجارب أو معلومات أو مواد شخصية)
2. حدد جمهورك المستهدف: هل المشكلة التي اخترتها تهم جيرانك أو الأشخاص من منطقة أكبر/منطقة مختلفة؟ جميع المقيمين في مجتمع معين أو مجموعات معينة؟ هل يجب عليك استهداف الخبراء أو المدافعين في هذا المجال الذين يمكنهم تقديم رؤى وبيانات وهل يمكنك فعل ذلك؟
3. اختر أدوات حشد المصادر/حدد المنصات ذات الصلة: ما الأدوات والمنصات التي ستستخدمها لجمع المساهمات من جمهورك؟ ما هي وسائل التواصل الاجتماعي أو المنتديات عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني؟ قد ترغب أيضًا في استخدام أدوات لتتبع المساهمات وتحليلها، مثل نماذج Google أو Airtable.
4. حدد المؤثرين الرئيسيين: استخدم أدوات الاستماع على وسائل التواصل الاجتماعي، مثل Hootsuite أو Social Recomment، لتحديد المؤثرين أو المدافعين الرئيسيين في المجال الذي تحقق فيه، والتواصل معهم مباشرة برسالتك أو طلبك للحصول على معلومات/مشاركة رسالتك.
5. أطلق الحملة: بمجرد صياغة رسالتك واختيار جمهورك وأدواتك، أطلق حملتك وابدأ في التواصل مع الجمهور!

بعد إطلاق حملة حشد المصادر، أوقف النشاط حتى اليوم التالي لإتاحة الوقت الكافي لجمع البيانات. وفي الوقت نفسه، يجب على المشاركين مراقبة حملتهم واتخاذ الإجراءات اللازمة لتشجيع جمهورهم على المساهمة. قد يتضمن ذلك الرد على الأسئلة أو التعليقات، أو مشاركة التحديثات أو المعلومات الإضافية، أو الترويج للحملة على وسائل التواصل الاجتماعي أو القنوات الأخرى.

اليوم الثاني/ الجزء الثاني

اطلب من كل فريق **مراجعة وتحليل** المعلومات التي تم جمعها، وتحديد أي أنماط أو رؤى أو تناقضات في بياناتهم (30 دقيقة).

يجب عليهم بعد ذلك إنشاء تمثيل مرئي لنتائجهم باستخدام **برنامج تصور البيانات** (على سبيل المثال، Canva و Infogram و Tableau). يجب أن تكون التصورات واضحة ودقيقة ومقنعة وأن تنقل الرؤى والاتجاهات الرئيسية التي حددها الفريق **(30 دقيقة)**.

أخيرًا، يتعين على المشاركين تقديم موضوعاتهم وأبحاثهم ونتائج حشد المصادر في الجلسة العامة **(5 دقائق بحد أقصى)**

قبل الأسئلة الاستطلاعية، يدلي الميسر ببعض الملاحظات الختامية حول مدى أهمية مراعاة الاعتبارات الأخلاقية لحشد المصادر، مثل التحقق من دقة المعلومات التي نجمعها واحترام خصوصية مصادرنا. بالإضافة إلى ذلك، يؤكد الميسر أنه من المهم أن نتحلى بالشفافية بشأن أهدافنا وأساليبنا وأن ننسب العمل بشكل صحيح للمساهمين.

الأسئلة الاستطلاعية

- ماذا تعلمت عن موضوعك من خلال عملية البحث وحشد المصادر؟
- ما مدى فعالية حملة حشد المصادر الخاصة بك، وما الذي كان يمكنك فعله بشكل مختلف لتحسينها؟
- ما مدى فعالية تصورات بياناتك في إيصال النتائج التي توصلت إليها إلى الآخرين؟ ما هي تصورات المجموعة التي وجدتها أكثر وضوحًا/مثيرة للاهتمام/مفيدة ولماذا؟
- ما هو تأثير النتائج التي تتوصل إليها في رأيك على مجتمعك المحلي أو خارجه؟

المصدر: طوّرته مجموعة تنظيم المشاريع والاقتصاد الاجتماعي في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 29: آراء العالم

المهارات والمبادئ المستهدفة	• القدرة على إجراء مقابلة وكتابة مقال • القدرة على التوليف • القدرة على تحرير ملفات الفيديو والصوت
الأهداف	• إنشاء وثيقة صحفية • قارن الآراء المختلفة من مختلف الدول • تعميق موضوعي الحرية والمشاركة
المواد اللازمة	لابتوب، هاتف ذكي، ميكروفون، كاميرا فيديو
المدة الزمنية	3 ساعات
عدد المشاركين	15-30 شخص، العمر: +16

الوصف

قسم المشاركين إلى مجموعات من 3-5 أشخاص. أعطِ كل مجموعة موضوعًا لاستكشافه: حرية الصحافة وحرية الدين والمشاركة المدنية واستخدام الشبكات الاجتماعية وقنوات المعلومات. يمكن للمجموعات اختيار الموضوع أو يمكنك منحهم إياها عشوائيًا. يجب على كل مجموعة أن تخلق ناتجًا حول الموضوع الذي تلقته.

ويجب أن تشمل محتوياتها ما يلي:

- شرح للموضوع
- مقابلة أو تصريحات شخص واحد على الأقل من كل جنسية في المشروع بشأن الموضوع والحالة في بلده.
- تحليل الاختلافات بين البيانات المختلفة.

الاستنتاجات

وقد تكون هناك عناصر أخرى حسب تقدير المجموعة. يمكن أن يكون المحتوى بودكاست (بحد أقصى 10 دقائق) أو فيديو (بحد أقصى 10 دقائق) أو مقالة (بحد أقصى 5000 حرف) أو مخطط إنفوجرافي.

في نهاية النشاط، تعرض كل مجموعة عملها. (بحد أقصى 10 دقائق للمجموعة).

الأسئلة الاستطلاعية

- ما هي أصعب الجوانب الفنية؟
- ما الأصعب في مقابلة الآخرين؟
- ما الذي جعل المحتوى أكثر أو أقل إثارة للاهتمام؟
- ماذا تعلمتم عن المواضيع التي غطتها المجموعات الأخرى؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU.

الأداة التدريبية 30: كيف تكتشف

المهارات والمبادئ المستهدفة	• أنظمة الكشف عن الأخبار المزيفة • منصات للتحقق من الحقائق • واجبات وحقوق صحافة المواطن
الأهداف	• اكتشاف المنصات والأدوات العملية لفحص الحقائق باستخدام أمثلة ملموسة • اكتساب الكفاءات بشأن نظم الكشف وطرق إجراء التحليلات في صحافة المواطن من منظور متكامل وشامل لعدة قطاعات • زيادة الوعي بشأن فحص الحقائق
المواد اللازمة	جهاز عرض، فليب شارت، أقلام حبر، أقلام خطاط
الأدوات والمصادر	مدخلات حول أنظمة الكشف من مجلة المعلومات والاتصالات، 2021، 5 (2). منصات فحص الحقائق التي سيتم ذكرها: Fact Check Tools (google.com) https://www.factcheck.org https://fullfact.org/ https://euvsdisinfo.eu/ https://www.bellingcat.com/ https://www.snopes.com/ https://mediabiasfactcheck.com/hoax-slayer https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker
المدة الزمنية	90 دقيقة
عدد المشاركين	12 شخصًا على الأقل، العمر: +18

الوصف

سيُطلب من المشاركين في 4 مجموعات وضع تعريف قصير لـ "نظام الكشف عن الأخبار المزيفة" وإنشاء مثالين على الأقل (10 دقائق).

تقسيم غرفة النشاط إلى جزأين يرمزان إلى "أعرف" و "لست متأكدًا"، ويتعين على المشاركين التحرك وفقًا لمعرفتهم ببعض تقنيات الكشف للأخبار المزيفة (FN): نهج التعلم الآلي، تجهيز التعلم الطبيعي، نهج نظام التوصيات، نهج التعلم العميق، طريقة قائمة على الرسم البياني، نهج حشد المصادر، تقنية هجينة، التحقق من الحقائق من خلال الخبراء.

الأشخاص الذين يجيبون "أعرف" سيحاولون وضع تعريف لشرح هذه المفاهيم للأشخاص الذين أجابوا بـ "لست متأكدًا. بعد كل موضوع، سيتبع تعريف هذه الأنظمة واستخدامها العملي (30 دقيقة).

سيعمل المشاركون على تعميق فهم الأدوات والمنصات والمواقع الإلكترونية للتحقق من الحقائق باستخدام أمثلة. (30 دقيقة).

الأسئلة الاستطلاعية

- كيف كانت هذه التجربة التحقيقية بالنسبة لك؟ ما هي العناصر التي فاجأتك أكثر من غيرها؟
- كيف يمكنك ربط ما فعلناه بصحافة المواطن المسؤولة؟
- كيف يمكننا رفع مستوى الوعي حول الكشف عن الحقائق في عملنا اليومي مع الشباب؟

المصدر: طوّرته EUROSUD في سياق مشروع JOUR-YOU.

الخاتمة

تغطي الموضوعات المدرجة في مجموعة الأدوات هذه جوانب مختلفة من صحافة المواطن حيث تم تجميعها بطريقة تسمح بنقل المعرفة والمهارات لهذا الدور البالغ الأهمية لمجتمعنا، مقارنة بالصفات والمهارات الأساسية التي يجب أن يكتسبها كل مواطن صحفي. يواجه المدربون الذين يستخدمون الأساليب والتقنيات والألعاب المقترحة في مجموعة الأدوات هذه مهمة صعبة. وخاصة عند اختيار العناصر المدرجة هنا والتي تتوافق إلى أقصى حد مع احتياجات الشباب الذين يريدون معرفة أسرار صحافة المواطنين.

بالطبع، توفر مجموعة الأدوات هذه فقط الإطار الضروري لمثل هذا التدريب، لأن مهمة الأشخاص ذوي الخبرة واحدة وهل الإشارة إلى المخاطر والتحديات في بداية المسار الذي اختاره الشاب الباحث ولإعطائه التوجيه حول الصفات التي يجب أن يمتلكها والمهارات التي يجب أن يكتسبها.

لذلك، تتضمن العديد من الأدوات المقدمة هنا طرقًا تطور المهارات المهمة لكل ناشط وقائد رأي ومواطن صحفي - التفكير الإبداعي والإبداع وحل المشكلات. وباقي الأدوات هي مجرد أدوات في ترسانة المواطن الصحفي التي يمكنه استخدامها في محاولته لبناء الثقة مع جمهوره المختار.


Jour-You