

الكتابة من أجل جذب الانتباه كتيب للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي



EU Neighbourhood Info Centre
An ENPI project



طبعة 2012



هذا المنشور متوفر فقط على شكل إلكتروني. وقد تم إعداده من قبل مركز معلومات الجوار الأوروبي، وهو مشروع ممول من الاتحاد الأوروبي. ولا يمثل هذا المنشور وجهة النظر الرسمية لمؤسسات المفوضية الأوروبية أو الاتحاد الأوروبي. ولا تتحمل المفوضية الأوروبية أي مسؤولية من أي نوع فيما يتعلق بمضمونها.

www.enpi-info.eu

3 المقدمة

تحديات الكتابة الشائعة

أسلوب الكتابة:

5 أكتب لكي تشد الاهتمام، لا لتبعث على الملل

7 طرح الأسئلة، تقييم الأهمية

8 استخدام الاختصارات: EBDF لا يعني شيئاً

9 الأقل هو الأكثر فعالية: طول النصوص

10 التوقيت: عامل مستخف به

11 دورة الكتابة

الكتابة لوسائل الإعلام

12 الدور الخاص للصحفيين

13 كتابة البيان الصحفي

14 خمسة نصائح إضافية

أمثلة وغيرها

أسلوب الكتابة:

21 أكتب لكي تشد الاهتمام، لا لتبعث على الملل

22 طرح الأسئلة

23 الأقل هو الأكثر فعالية: الكتابة باختصار

24 تجزئة النص

المقدمة

تخيل نفسك تلتقط صحيفة أو مجلة، تستمع إلى عناوين الأخبار على شاشة التلفزيون أو الراديو، أو حتى تزور موقع على شبكة الانترنت ...

ماذا تفعل؟

تستمع الى العناوين الرئيسية ومقدمة الاخبار، ثم تقرأ المزيد أو تستمع أكثر فقط إذا استحوذت مسألة معينة على اهتمامك، وفي حال بدت القصة قيد النشر مثيرة لاهتمامك.

يقرأ الناس ما يلفت انتباههم، ما يثير اهتمامهم، ما يبدو مفيدا لهم، ويقرأون قصة يشعرون ان من شأنها أن تحسن حياتهم، مسألة قد تؤثر على عملهم أو حياتهم الخاصة، وما شابه.

مع أخذ هذا المبدأ في الاعتبار، يجب أن تكيف تواصلك مع العالم الخارجي بطريقة تخلق الاهتمام وتثير الانتباه، سواء كان ذلك من خلال بيان صحفي، منشور، قصة صحفية أو مقابلة، وكذلك في الطريقة التي تقدم بها مشروعك شفويا. عند التوجه إلى الناس يجب التأكد من انك تخاطبهم، هذا الجمهور المستهدف، وأن تقول ما يهمهم وليس ما يهم أولئك الذين يشاركون في المشروع.

ما هو موضع اهتمام الناس؟

يهتم الناس بالمسائل التالية:

- المسائل الكبرى: الصحة، وفرص العمل، والبيئة، وغيرها، وجميع مشاريع التعاون تعالج المسائل الكبرى بطريقة أو بأخرى.
- المسائل اليومية: النتائج المحلية والتأثيرات الذي يشعر بها الناس في حياتهم اليومية، ولجميع المشاريع تأثيرات ملموسة في شكل او في آخر.

كيف يمكنك أن تصل إلى الجمهور المستهدف؟ من خلال تحديد نمطي لمواصفاتهم، ويعني ذلك معرفة ما يثير اهتمامهم والعوامل الأخرى مثل نوع الجنس، الفئة العمرية، ومستويات معرفة القراءة والكتابة، وأين يعيشون. في الوقت نفسه، يجب التواصل معهم بطريقة تجعلهم يشعرون بأهمية مشاركتهم.

هذا الكتيب عن "الكتابة من أجل جذب الانتباه" يهدف إلى مساعدة المشاريع الممولة من قبل الاتحاد الأوروبي على فهم الفرق بين الكتابة الجيدة والكتابة الرديئة، وذلك باستخدام أمثلة حقيقية صادفناها خلال عملنا لمركز معلومات الجوار الأوروبي. وبما أننا نقوم بتغطية منطقتين، جنوب الجوار وشرق الجوار، نستخدم في نشرة واحدة أمثلة من كلا المنطقتين. ولقد تم تغيير أسماء المشاريع المستخدمة في معظم الأمثلة. كذلك نشارك القارئ بعض النصائح المفيدة التي نستخدمها نحن كصحفيين وخبراء تواصل وعلاقات. يركز الكتيب على المواد المطبوعة، لأغراض عملية.

كيف يمكنك أن تخبر قصتك إذا التقيت أحد الأصدقاء بعد العمل؟

عقد أعضاء لجنة تنسيق الإطار الثالثة اجتماع
JCFHS الثاني في المقر الرئيسي لفريق العمل
المشترك الفرعي الإقليمي وناقشوا التقدم
المستمر في تنفيذ استراتيجية المشروع.

حققت أعمالنا لتنظيف البحيرة
المحلية نجاحا مذهلا وسوف
نوصي بفتحها للاستحمام العام
للمرة الأولى منذ 20 عاما.



ماذا تفهم من حديث السيدة على اليسار؟

على الأرجح القليل جدا إلا إذا كنت عضوا في اللجنة التي تشير إليها!
في حين أن السيدة على اليمين تتحدث بلغة مفهومة، وتعطي رؤية جيدة حول ما تفعله، وتتقاسم نتائج أنشطة المشروع، وتخلق
اهتمام من أجل معرفة المزيد.

تحديات الكتابة الشائعة

أسلوب الكتابة: أكتب لكي تشد الاهتمام، لا لتبعث على الملل

الأسلوب الذي تستخدمه في الكتابة هو أمر مهم، لأنه هو ما يجذب القارئ. تجنب في الكتابة، المصطلحات التي لا يفهمها الناس وعناصر المشروع التي لا تحظى باهتمام على نطاق أوسع. استخدم كلمات بسيطة مفهومة، وابتدع صوراً مع النص، واعتمد صوتاً حيويًا، وإشرك القارئ، الخ.

تؤدي الجمل والكلمات المثيرة للاهتمام والقوية والقصيرة إلى جعل ما تكتبه ممتعاً ومفهوماً، وهذا ما يجب عليه أن يكون هدفك. «لكي تخبر قصتك»، يجب تسليط الضوء على إنجازاتك وأنشطتك والتطورات المهمة التي تؤثر على الآخرين، وعلى المواطنين خصوصاً، حيث أن الهدف النهائي من كل مشروع ممول من الاتحاد الأوروبي هو إحداث تغيير مستدام يعود بالنفع على المواطن.

عليك أن تركز، عند الكتابة، على ما تريد أن تقوله، وعلى ما هو مهم أن يعرفه الجمهور المستهدف، ما هي أولوياتك وماذا تريد أن تروج. لكن دائماً ينبغي أن تكون انتقائياً. الكثير من المعلومات، في النهاية، سوف 'تقتل' قصتك!

تذكر دائماً أنه لا يمكنك أن تقول كل شيء في بيان صحفي واحد أو في مقال واحد، أو حتى في منشور واحد، ولكن عليك أن تقدم المعلومات ذات الصلة إلى القارئ، عند نقطة زمنية معينة.

نصيحة: لا تخف من حذف الأشياء، تعرف فقط ما تبقى منها ...



أكتب من أجل:

- جذب الانتباه
- خلق الاهتمام
- تعريف الناس الغير مطلعين
- دعم قضيتك، الخ

لا تكتب واضعاً في الاعتبار فقط الأشخاص المعنيين مباشرة في المشروع. ترغب بالطبع في ذكر مسؤول من بلدك ووفد الاتحاد الأوروبي، على سبيل المثال، لكن لا تبدأ فقط مع هذه المعلومات. هناك طرق لخلق الاهتمام في ما تريد أن تقوله، مع ذكر اسم الشخص أو الاتحاد الأوروبي في الوقت نفسه.

مثال من بيان صحفي للمفوضية الأوروبية

"كلايمت أدابت" CLIMATE-ADAPT: أداة جديدة لصنع سياسات التكيف المناخي

بروكسل، 23 آذار/مارس 2012 - المنصة الأوروبية للتكيف المناخي (كلايمت أدابت)، والتي هي أداة تفاعلية على شبكة الإنترنت للتكيف مع تغير المناخ، تنطلق اليوم على الإنترنت في الوكالة الأوروبية للبيئة (EEA) في كوبنهاغن. وقدت شاركت في الإطلاق كل من كوني هيديجارد، المفوضة الأوروبية لشؤون المناخ، وإيدا أوكن، وزيرة البيئة الدنماركية، والمديرة التنفيذية للوكالة الأوروبية للبيئة جاكلين ماكغلايد.

المنصة الأوروبية للتكيف المناخي هي موقع الكتروني متاح للجميع (<http://climate-adapt.eea.europa.eu>)، مصمم لدعم صانعي السياسة في الاتحاد الأوروبي، وعلى الأصددة الوطنية والإقليمية والمحلية في تطوير تدابير وسياسات التكيف مع التغير المناخي. ويقصد بالتكيف توقع الآثار السلبية لتغير المناخ، واتخاذ الإجراءات المناسبة لمنع أو تقليل الضرر الذي يمكن أن ينجم.

يشير هذا المثال إلى الحدث في الجملة الأولى ويذكر المسؤولين المعنيين في الجملة الثانية. ويشير في الفقرة الثانية إلى ماهية المنصة الالكترونية متمكنا في فقرتين وعنوان من سرد القصة كاملة.

يواجه الأشخاص العاملين في المشاريع أربعة تحديات شائعة جدا عندما يحاولون الكتابة عن ما يفعلونه. فهم:

- معنيون ومشاركون لدرجة أنهم لا يستطيعون أن يقرروا ماذا يمكن حذفه وينتهي بهم المطاف بإدراج الكثير، مما يجعل النص طويلا، مرهقا، وحتى في بعض الأحيان غير مفهوما
- لا يميزون بين ما هو مهم بالنسبة إليهم، والمهم معرفته بالنسبة للجمهور المستهدف
- يكتبون بالمصطلحات التقنية، مستخدمين مفردات إصطلاحية والمختصرات
- يستخدمون الاجتماع وجدول أعماله للتواصل، وهذا أمر جيد، لكن لا ينبغي أن يكون جدول الأعمال هو القصة، بل نتائج المناقشات هي القصة

طرح الأسئلة، تقييم الأهمية

هذا الأمر لا يمكن التشديد عليه بما فيه الكفاية: عند الكتابة اطرح الاسئلة دائما... خذ بعين الاعتبار إلى من تريد البلوغ، ماذا تريد أن تقول لهم وما هي المعلومة المهمة بالنسبة للناس. أجب على أسئلة من قبيل:

- ماذا حققت؟
- ماذا قررت بحيث يجدر الاعلان عنه؟
- هل قراراتك وأنشطتك تؤثر على المواطنين؟
- كيف يستفيد الناس في المجموعة المستهدفة من نشاطك / أنشطتك؟
- كما يساعد طرح الأسئلة على تجلية أفكارك. على سبيل المثال:
- هل تريد فقط الوصول إلى الزملاء أو الاعضاء المشاركين؟
- إلى من تريد الوصول؟ هل تستهدف قطاع من الجمهور - من هو هذا القطاع؟
- أي من نشاطاتك تثير حقا اهتمام المستهدفين والقراء؟ هل يجب تعزيز نشاط واحد فقط أو بضعة أنشطة؟
- ماذا تريد أن تقول؟
- هل يجب أن يكون النص الخاص بك قصيرا جدا أو عبارة عن صفحة؟
- هل لديك كل ما تحتاجه من معلومات؟
- هل هناك معلومات أساسية مفيدة للقارئ؟ وهل ستقوم بوضع ذلك على حدة؟
- كيف ستستخدم ما تكتبه؟
- هل تريد خلق اهتمام إعلامي؟ إذا كان الجواب نعم، كيف؟

وأخيرا وليس آخرا بما انه من المهم للغاية: كيف يمكنك الكتابة عن أنشطتك في كلمات بسيطة كي يفهمها الناس!

فكر مسبقا وضع خطة صغيرة. وسوف يساعد هذا في تدفق الكتابة.
إذا لم يكن لديك خطة أو إذا لم تكن مطلع على كل المعلومات، فإن ذلك سوف يظهر بالتأكيد في الكتابة.
هدفك هو دفع القارئ للرغبة في معرفة المزيد، وحتى لو كان عند الاعلان عن اجتماع!
عند إعداد نص لوسائل الإعلام على وجه الخصوص، سواء كان بيان صحفي، قصة بارزة أو مقابلة، يجب أن يكون هدفك بأن يقوم الصحفي باستلام النص واستخدامه كما هو، ما هو معروف بلغة الصحفيين "نسخ ولصق"! والاستفادة من ذلك ليس فقط في استخدام قصتك كما هي، ولكن الأهم في استخدامها مع الرسائل التي تريد إيصالها!
ويمكن الاطلاع على بعض النصائح حول كيفية تحقيق ذلك في المقاطع التي تلي.

استخدام الاختصارات: EBDF لا يعني شيئاً

ماذا تعني PPRD جنوب أو سيوداد CIUDAD بالنسبة لك؟ من المرجح جداً، لا شيء!

هذه العناوين المؤلفة من مختصرات باستخدام تقصير أو أحرف من الاسم الرسمي لا تعني شيئاً إلا إذا كنت تعمل لهذه المشاريع أو تعاملت معها بطريقة ما. قد يكون أسهل بكثير بالنسبة لك استخدام الاختصارات عندما تقوم بعمل فردي أو في مؤتمر مع الأشخاص الذين يعرفون المشروع الخاص بك، لكنها لا تعني شيئاً للشخص العادي ... وبصراحة، هذه المختصرات لا تهم إلا المعنيين!

ولذلك، عند التواصل مع العالم الخارجي ابذل جهداً لإيجاد بديل قصير يصف ما تقوم به لاستخدامه جنباً إلى جنب مع العنوان الرسمي. على سبيل المثال:

PPRD (برنامج الوقاية والاستعداد والرد على الكوارث الطبيعية والاصطناعية) = الحماية المدنية
أو معالجة الكوارث البيئية
سيوداد (برنامج التعاون في مجال التنمية الحضرية والحوار) = التعاون في مجال التنمية الحضرية

نحن لا نقترح حذف الاسم الرسمي. سوف تقوم باستخدامه في تواصلك، ولكن لا تبدأ قصتك به، بل ضعه في الخلفية في مكان ما.

صحيح أنه يمكن للمختصرات أن تصبح راسخة، ولكن هذا يحتاج إلى وقت وجهد من جانبك. على سبيل المثال EU الاتحاد الأوروبي و UN الأمم المتحدة و WWF الصندوق العالمي للطبيعة كلها مختصرات. ونجحت في ذلك بعض المشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، مثل تراسيكا (ملاحظة للقراء من الجنوب - تراسيكا هو برنامج ضخم للنقل في البلدان الشرقية).

الأقل هو الأكثر فعالية: طول النصوص

يُقال "الأقل هو الأكثر فعالية" وهذا صحيح بشكل خاص في الكتابة. نحن نعيش في عصر "السريع والسهل"، في عصر الرسائل القصيرة ووسائل الإعلام الاجتماعية! وعلاوة على ذلك، الناس مشغولون وليس لديهم فعلا الوقت الكافي لقراءة نصوص طويلة، إلا إذا كان كتابا أو شيئا يتعلق بعملهم، على سبيل المثال.

ولذلك، حتى لو كان جمهورك المستهدف له مصلحة في ما تقوله، أو عند إعداد تقرير أطول، فكر في القارئ وابعث رسائلك في طريقة أقصر، ضمن صميم الموضوع.

الكتابة المختصرة أو الكتابة الضيقة كما تسمى، هي أكثر صعوبة وتحتاج الى مهارات، ولكنها تتحقق بفضل الممارسة، وشيئا من الجهد. وهذا الجهد المبذول سوف يحظى بالمكافأة حيث تصبح القصة أكثر إثارة للاهتمام وبالتالي فعالة وناجحة. وقد يقول قائل أن هذا الأمر هو أيضا مسألة ثقافة، كما هو الحال في بعض اللغات والثقافات حيث الجمل الطويلة هي أكثر قبولا. وحتى مع ذلك، نحن نصر، نصيحتنا لك ... لا تستخدم خمس كلمات عندما يمكنك استخدام ثلاثة!

ما يمكنك القيام به في النصوص المعدة للمنشورات، لكتيب، او نشرة، وما إلى ذلك هو تجزئتها. استخدم العناوين الفرعية، والمربعات، ورموز نقطية، والخط الغليظ وغيرها من العناصر التي تسهل على القارئ. هذا الاسلوب يتمتع بفعالية حيث أن كل قارئ يختار ما يمثل اهتمامه. أنظر بعناية إلى هذه النشرة وسوف تفهم ما نعنيه.

ويمكن الاطلاع على نماذج من النصوص المجزأة في فصل الأمثلة (صفحة 20)

نصيحة: اكتب ما تريد كتابته، ثم عد وأكتب مرة أخرى، حاذفا ما هو غير ضروري



التوقيت: عامل مستخف به

قد تكون رسالتك جيدة ... ولكن ...

... إذا كان توقيتك سيئا يمكن أن تمنى بالخسارة!



في مجال التواصل، التوقيت هو كل شيء. ومع ذلك، يميل كثير من الناس إلى التقليل من أهميته. التوقيت مهم من ناحيتين:

- أن تقرر متى ترسل قصتك (اليوم والوقت)
- أن تعرف متى تكون أفضل ساعة وأفضل يوم للوصول إلى الصحفيين

تواريخ يجب تفاديها: الأحداث الهامة (الانتخابات، كأس العالم، الخ)، والأعياد الدينية

تواريخ يجب تعقبها: عند استطاعتك التقاط خبر ما، الأيام العالمية مثل اليوم العالمي للبيئة، اليوم العالمي للمرأة.

ينبغي الأخذ في الاعتبار أن: وسائل الاعلام لديها وتيرة واحتياجات مختلفة، على سبيل المثال وكالات الأنباء والإذاعة هي فورية بينما التلفزيون أو المجلة المطبوعة بحاجة الى مزيد من التنظيم (صور، لقطات).

اعتبار آخر لمسألة الوقت الحساسة

وضع التواريخ في مواقع بارزة يُظهر النص قديما بشكل سريع جدا. تجنب التواريخ في العنوان والمقدمة، إلا إذا كانت لبيان صحافي كنت قد كتبت في الوقت المحدد وسوف يتم إرساله مباشرة. في حال كنت متأخرا بعض الشيء في إرسال الأخبار، أقله لا تضع التاريخ في المقدمة، ضع كلمة "آخر الاخبار" او "مؤخرا"، و"خبا" التاريخ الدقيق في مكان آخر.

نصيحة: إذا كنت متأخرا في إرسال تقرير ما، استخدم يوم نشره كتاريخ



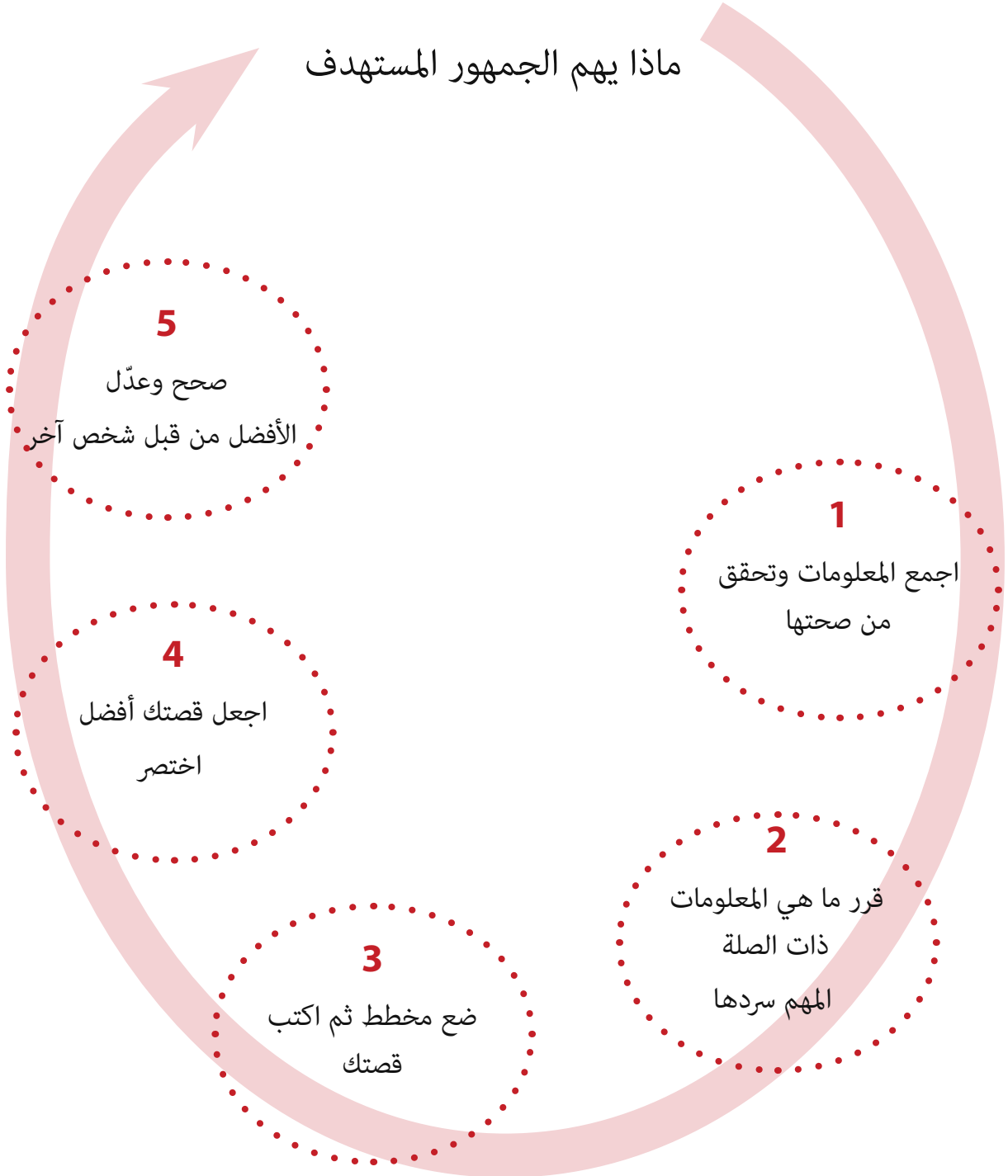
عند الكتابة من اجل المنشورات، كن حذر للغاية في تجنب التواريخ وحتى الأسماء التي يمكن أن تجعلها تبدو قديمة في وقت قريب جدا. إذا كنت تبدأ النص قائلا: "في عام 2010 ..." وأنت تقرأ في عام 2012، يبدو التاريخ قديما. كذلك مع الأسماء، قد يكون الشخص المذكور قد ترك عمله ويبقى المنشور ذو صبغة "قديمة".

دورة الكتابة

فيما يلي خمس خطوات جرى إعدادها كنوع من قائمة مرجعية، ودعيناها دورة الكتابة:

قصتك

ماذا يهم الجمهور المستهدف



الكتابة لوسائل الإعلام

الدور الخاص للصحفيين

الصحفيون هم عاملون عاديون مثلي ومثلك. لكنهم يتميزون بمواهبهم في القدرة على سرد القصص. وهي قصص تستند إلى وقائع، تقدم لك المعلومات، وتساعدك على خلق الصور، وتثير اهتمامك تجاه مسألة ما، وما إلى ذلك.

ما هو مهم للمشاريع المختلفة أن وسائل الإعلام تبحث دائما عن قصص لتقديمها. ولذلك من الضروري أن تعرف وسائل الإعلام المحلية، وتبني العلاقات مع الصحفيين، وتصبح مصدرهم، ويتم إيرادك كخبير عندهم، وأن تمنحهم قصة تستحق التغطية أو حتى تمنحهم قصة يستخدمونها إما كليا أو جزئيا (نسخ ولصق). من المفيد في بناء العلاقات مع الصحفيين أن تحدد مواصفاتهم كما تفعل مع جمهورك المستهدف، وهذا يعني معرفة ما هي الموضوعات التي يكتبونها، وكيفية التواصل معهم، هل يقبلون الدعوات وغيرها، وإنشاء قاعدة بيانات مع الصحفيين.

نصيحة: الصحفيون يبحثون عن القصص، اعثر على قصتك



طرح الأسئلة، والحصول على القصة

يمكن لاستخلاص قصتك أن يشكل تحديا. لكن، إذا لم يكن لديك قصة قد لا يكون لديك مشروع.

لذا اطرح الأسئلة، مرة أخرى، لرسم قصتك. اسأل نفسك:

- لماذا تهتم نشاطاتك المواطنين؟
- هل تحدث فرقا؟ كيف؟
- ماذا تقول لعائلتك عن مشروعك؟
- هل لديك قصة إنسانية لسردها؟ هل يمكنك ان تعطي ملامح أو وجهة شخصية لنشاطك؟
- هل أنت تتعامل حاليا مع نشاط ذو مغذى؟
- هل سبق لك أن صنعت شيئا - كبيرا أو صغيرا- ظهرت نتائجه؟
- هل هناك شخصية عامة مهمة مشاركة في المشروع تمثل دعم وإقرار جيدين من قبل طرف ثالث؟



الصحفيون والبيان الصحفي

في علاقاتك مع وسائل الاعلام يعتبر البيان الصحفي أداة اتصال رئيسية، ولكن ...
تتلقى وسائل الإعلام عشرات البيانات في الأسبوع! بيانك الصحفي يتنافس مع العديد من الآخرين، لذلك اجعله مثيرا للاهتمام
بالتأكيد من أجل جذب الانتباه.

نصيحة: خلال تواصلك مع وسائل الإعلام لا تضجر الآخرين بالكثير من العناوين، والمصطلحات، والاحصائيات، والأطر المؤسسية
وغيرها



إذا استحوذت قصتك على اهتمام وخيال الصحافي وإذا كانت المعلومات صحيحة زمنيا وواقعا، فمن المرجح أن يتم تغطيتها

أهم أجزاء البيان الصحفي (وأية نصوص مكتوبة أخرى تستخدم لأغراض التواصل) هي العنوان والمقدمة. مزيد من المعلومات حول
هذا الموضوع يتبع .

كتابة البيان الصحفي

ما هو البيان الصحفي وكيفية استخدامه هو السؤال الأول الذي يجب الإجابة عليه. ينبغي النظر إلى البيان الصحفي كمقال تعده حول نشاط تريد أن تعلنه أو معلومات حول مشروعك تتعلق بالاستهلاك العام. وسوف ترسل هذا البيان إلى وسائل الإعلام لكي تستخدمه، أما كمعلومات خلفية، أو أملا، لنشره كلمة كلمة. هناك عناصر معينة قياسية يمكن وضعها في بيان صحفي، يشار إليها في المثال أدناه.

أشرنا في بداية هذا الكتيب، إلى ما يفعله الناس عندما يسكون بصحيفة أو مجلة. تماما، ينطبق الشيء نفسه على الأشخاص العاملين في وسائل الإعلام. عندما يلتقط الصحفيون بيان صحفي، أول شيء يقرأونه هو العنوان. إذا استحوذ الأخير على اهتمامهم، سوف يقرأون الفقرة الأولى وربما الثانية. وإذا استطاعت القصة حقا أن تخلق اهتماما من قبلهم فإنهم قد يقرأون أكثر، وفي نهاية المطاف، يقومون بتغطيتها.

نصيحة: تذكر ما قلناه عن الحجم ... صفحة واحدة أو واحدة ونصف، بما في ذلك المعلومات الأساسية ومعلومات الاتصال هي الحجم الأمثل لبيان صحفي



العنوان

ينبغي على عنوان بيانك الصحفي أن يجذب القارئ، وأن يدفعه للرغبة في معرفة المزيد، ويجب أن يكون حيويا وفعالاً، ويخلق الاهتمام وما شابه. ولكن، في نفس الوقت، يجب أن يكون قصيرا ومفهوما، حتى يتمكن الناس من فهمه من خلال لمحة سريعة.

يجب على العناوين الرئيسية أن لا تكون:

يمكن للعناوين الرئيسية أن:

طويلة ومملة

"نظمت XTP-EMW ورشة عمل إقليمية تحت عنوان
"خطط عمل الكفاءة الوطنية (NEAPs) يومي 20-21
كانون الثاني/يناير 2012 في فندق APC في كييف، أوكرانيا"

حافلة بالمصطلحات

"مشاريع MEDSO II و URMS الممولة من
جانب الاتحاد الأوروبي UE توقع مذكرة تفاهم"

مكتوبة بالاختصارات

EA يرى أن إنفاق EDF لا يفيد SMEs

عامة جدا

"زيارة فريق مشروع FZQY إلى أذربيجان"

غير مفهومة

"يشارك IFGO في تنظيم المنتدى حول الطاقة
المتجددة وكفاءة الطاقة 'بناء الشراكات التمويلية'"

حول لقاء، حدث، وما إلى ذلك دون

وجود وجهة مثيرة للاهتمام

"ورشة عمل مشروع الزراعة السنوية الثانية، بروكسل،
20-25 كانون الثاني/يناير 2012"

تحكي قصة

"هل هي وصفة جيدة للزراعة؟
استبدال المبيدات بطائر البوم"

تشير إلى حقائق

"للتعامل مع مشجعي كرة القدم، حرس
الحدود يتعلمون اللغة الانجليزية"

تعلن من خلال الأرقام

"الذكرى العاشرة لفيميمب 13 FEMIP مليار
يورو لإنجاز 168 مشروعا في 9 بلدان"

تكون حيوية

"استخدم الترولي باص لرفافك"

تطرح الأسئلة

"هل لهجرة الأدمغة من البلدان الفقيرة إلى
البلدان الأغنى آثار سلبية فقط؟ تقرير فيمب
Femise يبحث حالي فلسطين وتونس"

تتلاعب بالكلمات والعبارات

"مسارات تجارية جديدة للصابون الطبيعي القديم"

نصيحة: خاصة بالنسبة للعناوين لا يجب عليك أن تكون صحيحا نحويا



المقدمة

لا ينبغي للمقدمة أن تكون طويلة، إذ ما تحاول القيام به، كما قلنا أعلاه ... هو جذب الاهتمام. ولذلك لا تضيع المساحة (والوقت) بوضع العناوين، والأسماء الطويلة، والأماكن، والمصطلحات وأسماء اللجان التي تفهمها أو تهتم لامرأها فقط أنت وزملاؤك. لا ينبغي على المقدمة كاملة أن تكون أطول من فقرتين وجيزتين، لأن الناس لا يقرأوا إلى حد أبعد قبل أن يقرروا ما إذا كان ينبغي عليهم أن ينفقوا المزيد من الوقت على ذلك.

من خلال مقدمة جيدة، لا تثير فقط الاهتمام، بل تستطيع أيضاً أن تخبر قصتك الأساسية لأولئك الذين لا يهتمون لمعرفة المزيد.

أحد الأخطاء الشائعة هو أن تبدأ بيان صحفى مع معلومات عملية ومملة وان تحتفظ بالمعلومات المثيرة للاهتمام للنهاية. لا تدفن معلوماتك المثيرة للاهتمام في نهاية بيانك الصحفى، لأنه ببساطة قد لا يصل القراء الى نهاية البيان!

يجب على المقدمة أن ترد على ستة أسئلة وهي: من وماذا وأين ومتى ولماذا وكيف، وهذا هي القاعدة التي يطبقها الصحفيون عند الكتابة. يكتب الصحفيون مستخدمين هرمياً خيالياً مقلوباً راساً على عقب. هذا يعني أنه يجب أن يقال كل شيء من البداية، بحيث يمكن أن "يقطع" المقال من الأسفل دون ترك تفاصيل مهمة. قد يحتاج المحرر في غرفة الأخبار، إلى تقصير النص وعادة لا يملك الكثير من الوقت ولا يعرف الموضوع، وبالتالي تتم عملية القطع من الأسفل.

الأسئلة الستة: من وماذا وأين ومتى ولماذا وكيف

من يشارك (المشروع الخاص بك، الشركاء الآخرون)

ماذا حدث، قصتك

أين مكان الحدث

متى الزمن

لماذا سبب الحدوث

كيف تطور، جرى

هنا مثال حول عنوان ومقدمة وهميين، النص نفسه، كتب بشكل مختلف.

أيهما الأفضل؟

دراسة رئيسية تجد ان 200 مليار يورو تلزم لإنجاز شبكة سكك حديدية عالية السرعة

ما لا يقل عن 200 مليار يورو يجب أن تستثمر على البنية التحتية في السنوات العشر المقبلة إذا أراد الشركاء المتوسطيون متابعة التقدم المحرز من أجل شبكة متكاملة للسكك الحديدية العالية السرعة تربط بين السواحل الجنوبية للبحر الأبيض المتوسط من لبنان إلى مصر، وفقا لدراسة جديدة أساسية أجراها مشروع MedRAIL الممول من الاتحاد الأوروبي.

MedRAIL تسلم المسودة النهائية لتقرير الأبحاث

قدمت MedRAIL المسودة النهائية لتقرير الأبحاث IRN في 26 كانون الثاني/يناير 2008. يقدم تقرير الأبحاث IRN دراسة عامة كمية وتحليل استراتيجي، بما في ذلك توصيات للعقد القادم، واضعا الأساس للمرحلة الثانية من التقرير الذي يسعى إلى تحقيق هدف عام ومتفق عليه بصورة مشتركة.

النص الثاني هو الأفضل لأنه في المثال الأول، لا العنوان ولا المقدمة تعطي القارئ أي معلومات مثيرة للاهتمام. من الممكن أن تكون المعلومات التي تجذب الانتباه في هذا البيان الصحفي الوهمي قد "دفتت" في الفقرة 9.

ومثال آخر

قلة من سكان مولدوفا على بينة من أهمية الغابات، نتائج دراسة جديدة

قلة ضئيلة فقط من الناس الذين يعيشون في مناطق الغابات في مولدوفا واعون لأهميتها البيئية، وفقا لدراسة جديدة من قبل برنامج الغابات FLEG الذي يموله الاتحاد الأوروبي، حيث ترى الغالبية العظمى الغابات كمصدر للحطب، مع فهم ضعيف حول تأثير قطع الأشجار غير القانوني.

مناقشة مشاكل المجتمعات المجاورة للغابات وحلولها

في 1 تشرين الثاني/نوفمبر 2011، قدمت CNBT نتائج الدراسة المعنونة "معرفة، وسلوك، وإدراك الناس الذين يعيشون في المجتمعات المجاورة للغابات"، التي أجريت في إطار برنامج في مولدافيا، إلى المؤسسات الرسمية والمنظمات غير الحكومية المعنية.

العنوان والمقدمة في النص الأول لا يقدمان شيئا أكثر من الاعلان عن إجراء الدراسة، في حين أن الحقائق المثيرة للاهتمام هي النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

نصيحة: العنوان والمقدمة يجب أن يكشفوا عن قصة، يشدا القارئ ويجذبها الاهتمام



عند الكتابة، يجب الأخذ في الاعتبار أيضا ...

- الموثوقية / المصدقية - بعض "الخطاء"، وسيتوقف الناس عن الثقة بك
- الاتساق - كن متسقا في التجانس البصري، والشعارات والألوان (الرسومات)، اسم المشروع، والرسائل الأساسية، وأسلوب النص، الخ.
- الاقتباسات (التصريحات) - استخدمها لجعل النص أكثر حيوية، حقيقي، ممتع، إنساني، مقنع، وما إلى ذلك. ابرزها من خلال وضعها بخط مائل.
- اللغة - أكتب بطريقة واضحة ودقيقة، لا تحاول التأثير باستخدام الكلمات الصعبة، لا تحاول التستر على شيء لا تعرفه، لا تستخدم خمس كلمات عندما يمكنك استخدام ثلاثة!
- الصور- لإضفاء فعالية أكثر ارفق النص بصور ذات نوعية جيدة، صالحة للنشر، توضح ما تريد أن تقوله، مع إضافة التعليق عليها. (للمزيد حول الصور يرجى الرجوع إلى منشور "دليل المصور" من مركز معلومات الجوار الأوروبي)

في البيان الصحفي، وكذلك في غيره من المواد التي تسلمها ...

- ضع بعض الفقرات في النهاية كمعلومات أساسية مع مزيد من التفاصيل حول المشاركة في القطاع أو البلد.
- ضع الحقائق والأرقام التقنية جدا في النهاية أو كوثيقة مصاحبة.
- ضف روابط مفيدة.
- أعط دائما اسم ورقم هاتف جهة الاتصال في نهاية البيان في حال اراد أحد الصحافيين المتابعة معك.

نصيحة: انظر حولك وجد بيان صحفي تستحسنه، ثم انسخ أسلوبه، والعناصر التي تعتقدتها جيدة ومناسبة، إبتدع نموذجا واستخدمه في المستقبل



مثال على مقدمة جيدة لقصة صحافية:

استخدم الترولي باص لزفانك - 2011-12-06

هناك موضة جديدة في العاصمة المولدوفية شيزيناو حيث يقوم بعض الأزواج باستخدام ترولي باص بدلا من سيارة ليموزين لزفانكهما. وتطلب هذه العربة الكهربائية أيضا في حفلات أعياد الميلاد، وحفلات اختتام السنة المدرسية وغيرها من المناسبات. قبل عام، لم يكن من الممكن تصور ذلك. معظم الأشخاص كانوا ينظرون الى الترولي باص بازدراء تام، ويمكن تبرير هذا السلوك بسبب مظهر الباصات الرديء. وتغير كل ذلك في نيسان/أبريل 2011، عندما، عشية عيد الفصح، وبفضل دعم الاتحاد الأوروبي، ظهرت الدفعة الأولى من الترولي باصات الجديدة في شوارع شيزيناو.

نصيحة: تصفح مجلتنا للقصص الصحافية لترى كيف أن كل مشروع يحمل في طياته قصة للسرد ...



صفحة التقارير الصحفية لمركز معلومات الجوار الأوروبي لمنطقة الجنوب

http://www.enpi-info.eu/list_type_med.php?lang_id=470&id_type=6

عنوان قوي

أوكرانيا: بنك الاستثمار الأوروبي يمنح قرض بقيمة 450 مليون يورو لتحسين الطرق

التاريخ

تاريخ الإصدار: 27 أيار/مايو 2011

مقدمة قوية

يقدم بنك الاستثمار الأوروبي (EIB) أكبر قرض على الإطلاق للشركاء الشرقيين: تمت اليوم الموافقة على 450 مليون يورو لتحسين الطرق في أوكرانيا، وبالأخص خمسة أقسام من الطرق السريعة المتفرعة من العاصمة كييف.

تفاصيل إضافية

وسوف تؤثر الأعمال على 350 كلم من الطرق السريعة التي تربط مدن دريسدن - كاتوفيتسه - لفوف - كييف، وموسكو- كييف - أوديسا، وكذلك الممرات الوطنية الرئيسية في أوكرانيا.

تصريح

وذكرت نائب رئيس بنك الاستثمار الأوروبي إيفا سريبر: "إن المشروع الحالي هو هام من أجل تطوير إضافي للتعاون الاقتصادي بين الاتحاد الأوروبي والبلدان الشرقية الشريكة. سيعتمد هذا المشروع إلى تحسين مستوى روابط أوكرانيا ذات الأولوية في مجال النقل مع الدول المجاورة الأعضاء في الاتحاد الأوروبي وروسيا البيضاء وروسيا المجاورتين."

السياق

وهذا هو القرض الثاني من بنك الاستثمار الأوروبي لإعادة تأهيل شبكة الطرق الأوكرانية. وقد مَوَّل القرض السابق بقيمة 200 مليون يورو الطريق M-06 التي تربط كييف مع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي المجر وسلوفاكيا وبولندا.

معلومات خلفية

معلومات أساسية: قدم بنك الاستثمار الأوروبي - بنك الاتحاد الأوروبي - حتى الآن قروض في أوكرانيا، بما في ذلك القرض الحالي، ما مجموعه 916 مليون يورو. وبمعزل عن البنية التحتية للطرق، مَوَّل البنك مشاريع في قطاع الطاقة، ورفع مستوى البنية التحتية للمياه، ومشاريع دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة.

معلومات للاتصال

دوسان اندريتشكا

d.ondrejicka @ eib.org

هاتف: 83334 - 352 43 79 +

موبايل: 352 621 45 92 34 +

خمسة نصائح أخرى



- 1** وثيقة المشروع المرجعية لا تصنع مواد تواصل جيدة: في كثير من الأحيان تستخدم المشاريع ما يوجد في وثيقتها المرجعية أو عرضها التقني للتواصل. وبالتالي فأنها تشير إلى الأهداف العامة وأهداف محددة، والإنتاجية، والعناوين الرسمية، وما إلى ذلك التي لا تجعل من النص نصا مثيرا للاهتمام وجذابا. لا يجب أن تستخدم النصوص من هذه الوثائق في مواد التواصل الخاصة بك، يجب إعادة صياغة وتبسيط المحتوى.
- 2** كن مباشرا: قل ما تريد أن تقوله من البداية، مع التركيز على المعلومات الجديدة التي يجب إيصالها. لا تبدأ مع تفاصيل لا علاقة لها بما تريد أن تقوله، على سبيل المثال في إطار أي فصل من فصول عملية برشلونة يأتي مشروعك. كذلك، إذا كان المشروع هو استمرار لنشاط سابق لا تبدأ من خلال الإشارة إلى المراحل السابقة ولكن تحدث عن ما هو جديد، ومن ثم أكتب حول الاستناد على العمل الذي أنجز في الماضي.
- 3** الأرقام تجعل من التواصل مثيرا للاهتمام: إذا كان لديك أرقام محددة تتعلق ما تفعله، والتي تدعم فعالية مشروعك، على سبيل المثال كم عدد الناس المستفيدين، وفي أية قرى، وعدد التمارين التي جرت، وما إلى ذلك، استخدمهم في تواصلك. الأرقام تلعب دورا مقنعا، ويمكن أن تخلق انطبعا مساعدا.
- 4** عناوين مشروعك: في كل كتاباتك، حتى على المواقع الالكترونية، توخى الحذر حين كتابة العناوين. إذا كان الاسم الرسمي للمشروع طويلا ومملا استخدم نسخة مختصرة وضع الاسم الرسمي في مكان ما في أسفل النص. يجب التوافق على هذا مع مدير مشروعك في الاتحاد الأوروبي.
- 5** اللغة: إذا كنت تكتب بلغة ليست لغتك، تأكد من أن يقوم المتحدث أصلي بالقاء نظرة على ذلك. قد تؤدي اللغة الرديئة الركيكة إلى إضفاء اللامهنية على المشروع، وحتى إلى امكانية عدم فهم ما تريد قوله أو قول شيء لا تعنيه.

أمثلة وغيرها

نقدم لك في هذا القسم بعض الأمثلة حول مسائل تطرقنا لها سابقا. ونعرضها فقط من أجل مساعدتك على فهم ما نعنيه بشكل افضل.

ماذا يجب على المشاريع أن تقوم به هو البحث عن العناوين، والنصوص، والمنشورات، والبيانات الصحفية، والصور، وغيرها التي تلاقى الاستحسان والنظر إليها عن كثب. لماذا هي جيدة؟ ماذا أستحسن فيها؟ ماذا لا أجده مرغوبا؟ ومن ثم انسخها ...!

هناك الكثير من المصادر حيث يمكنك أن تجد أمثلة على ذلك. استخدم العناصر التي تريد وتجدها فعالة، وتأكد من عدم استخدام العناصر السيئة.

أسلوب الكتابة: أكتب لكي تشد الاهتمام، لا لتبعث على الملل

نص البيان الصحفي لأحد المشاريع:

المفوضية الأوروبية تقدم دراسة عن فوائد حماية البيئة في منطقة الجوار وروسيا

أصدرت المفوضية الأوروبية هذا الأسبوع نتائج من مشروع دراسة دولية عن الفوائد الاجتماعية والاقتصادية لحماية البيئة المعززة في البلدان الشريكة في الجوار الأوروبي وروسيا الاتحادية. ووفقا للدراسة، يمكن لاعتماد جزئي، طوعي للتشريعات البيئية للاتحاد الأوروبي أن ينقذ حياة ما بين 50.000 إلى 150.000 شخص كل عام في هذه البلدان، ومرد ذلك إلى انخفاض معدلات تلوث الهواء وحده.

نص التنبيه الاخباري لمركز المعلومات:

جيران الاتحاد الأوروبي يستطيعون إنقاذ حياة ما يصل إلى 150.000 شخصا من خلال اعتماد تشريعات الاتحاد الأوروبي البيئية

يمكن إنقاذ حياة ما بين 50.000 إلى 150.000 شخص نتيجة لانخفاض معدلات تلوث الهواء في حال قامت بلدان الجوار الأوروبي بإعتماد ولو جزئي وطوعي للتشريعات البيئية في الاتحاد الأوروبي، مع قيمة فوائد أخرى تصل الى حد 21 مليار يورو في السنة. تأتي هذه الأرقام من نتائج مشروع الدراسة الدولية الصادرة عن المفوضية الأوروبية حول الفوائد الاجتماعية والاقتصادية لتعزيز حماية البيئة في الدول الشريكة في الجوار الأوروبي وروسيا.

نص البيان الصحفي لأحد المشاريع:

راديو المواطن

تونس: مشروع يوروميد حول "وسائل الإعلام والديمقراطية"

تقوم الجمعية التونسية للتنشيط السمعي البصري ووسائل الإعلام المتعددة (ATAAM)، المستفيدة من منحة في إطار الدعوة الأولى لتقديم مقترحات لبرنامج يوروميد للشباب، بتنفيذ مشروعها في إطار بادرة العمل 3 (التدريب والربط بين الشبكات) "نافذة على تعزيز الثقافة الديمقراطية من خلال تطبيق مشاريع ملموسة تستخدم وسائل الاعلام المتعددة" من 25 إلى 30 آذار/مارس 2012.

أطلقت الجمعية التونسية ATAAM مع شركائها منذ 5 آذار/مارس 2012 موقع على شبكة الانترنت بما في ذلك إذاعة على شبكة الويب والتي ستكون بمثابة منبر للمواطنين للتعبير عن أنفسهم حول مواضيع مثل حقوق الإنسان والمواطنة.

نص التنبيه الاخباري لمركز المعلومات:

إذاعة على الإنترنت لتعزيز حرية التعبير في تونس

تم في تونس هذا الشهر إطلاق إذاعة على شبكة الإنترنت من قبل الجمعية التونسية للتنشيط السمعي البصري ووسائل الإعلام المتعددة (ATAAM)، الممولة في إطار منحة من برنامج يوروميد للشباب، وهي تهدف إلى أن تكون بمثابة منبر لتمكين المواطنين من التعبير عن أنفسهم حول مواضيع مثل حقوق الإنسان والمواطنة.

طرح الأسئلة

هذا مثال مختلق حول ما نعينه بأن تسأل نفسك أسئلة معينة تساعدك على إيضاح ما تريد أن تقوله:

- هل تريد فقط للوصول إلى الأعضاء والزملاء؟ - كلا، نحن نريد التحدث إلى النساء خارج برنامجنا.
- إلى أي فئة من النساء تريد أن تصل؟ - إلى النساء المتعلقات، اللواتي تتراوح أعمارهن بين 22 و 40 عاما، واللواتي يعشن في المدن X، Y، Z، والمهتمات في إنشاء مشاريعهن الخاصة.
- هل تستهدف قطاع معين من الجمهور - أي قطاع؟ 60 شابة من هذه المدن الثلاث اللواتي قد يشكلن جزءا من القوة العاملة النشطة.
- هل سيؤثر نشاطك على الآخرين؟ كيف؟ - من المتوقع أن يبلغ عدد أسر هؤلاء النساء قرابة 3000 شخص.
- ما هو الشيء الذي يجب أن يعرفه المتلقي؟ - الفرص التي يتيحها برنامج يموله الاتحاد الأوروبي الذي يدرّب النساء على كيفية إقامة مشروع تجاري، بالإضافة إلى أنه من المهم بالنسبة للمجتمع ان يتم دعم صاحبات المشاريع.
- ماذا تريد أن تقول؟ يدعم الاتحاد الأوروبي المساواة بين الجنسين كما أن النساء في هذه المدن الثلاث يحظين بفرصة جيدة لتحسين نوعية حياتهم.
- هل تريد أن تحدث اهتمام إعلامي؟ - نعم، من أجل إثارة اهتمام النساء وحثهن على المشاركة، وكذلك خلق الاستدامة. سوف نستخدم الاذاعة والصحافة المكتوبة. وسوف نصطحبهم للالتقاء مع والتحدث إلى النساء اللواتي سيتم تدريبهن.
- هل لديك كل المعلومات التي تحتاجها؟ - أنشطة البرنامج واضحة في المعطيات، ولكن تحتاج إلى تأكيد عدد الناس الذين سيستفيدون.

ما القصة التي تنتج عن هذه المعلومات؟ ماذا يمكن أن يكون عنوان ومقدمة البيان الصحفي الذي يعلن هذا البرنامج؟

ستون شابة من X، Y، Z يتعلمن براعة تأسيس شركة تجارية

نحو 60 امرأة شابة يعشن في X، Y، و Z سيتم تدريبهن على كيفية متابعة حلمهن واقامة المشاريع الصغيرة، التي من شأنها ليس فقط تحسين حياتهن، بل أيضا المستوى المعيشي لحوالي 3000 شخصا من أفراد أسرهن. هؤلاء النساء، واللواتي جرى اختيارهن مسبقا، سيشاركن في برنامج يموله الاتحاد الأوروبي من شأنه أن يبين لهن كيفية تحويل المعرفة والممارسة المكتسبة إلى أعمال تجارية مزدهرة.

وقالت السيدة م. التي تدير برنامج 'نساء من أجل التغيير' "إن هذا المشروع الرائد سوف يشجع المزيد من النساء على إنشاء الأعمال التجارية، وبهذه الطريقة إلى تعزيز دورهن في مجتمعهن".

الأقل هو الأكثر فعالية: الكتابة المختصرة

ماذا تعني الكتابة المختصرة؟ هي تعني الاستغناء عن بعض الكلمات أو المعلومات بحيث ان حذفهم لا يقلل من قيمة قصتك.

هنا مثال على ذلك:

ست مدارس في قطاع غزة تشارك في مشروع دعم الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة

يقوم الاتحاد الأوروبي بدعم مشروع في ست مدارس ابتدائية في غزة يهدف الى ضم نحو 60 طفلا من ذوي الاحتياجات الخاصة في الأنشطة الصفية واللاصفية، بينما يقوم في الوقت نفسه بتدريب 400 موظفا مدرسيا على أساليب التعليم الشامل. ويشترك حوالي 6000 طفل آخر في أنشطة مشروع الإدراج في مدارس قطاع غزة الممتد لاربع سنوات (GA-S-INK) الذي يستمر حتى عام 2012، مع مساهمة من الاتحاد الأوروبي بقيمة 400,000 يورو، تساوي 51% من مجموع الميزانية.

مقدمة تشير
الى جميع العناصر

أمل جديد للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة - مشروع للاتحاد الأوروبي لمساعدة المدارس في غزة

يستفيد حوالي 6000 طفل من ست مدارس ابتدائية في غزة - بينهم 60 طفلا يعانون من صعوبات في التعلم - وكذلك معلمي وموظفي هذه المدارس، من مشروع يموله الاتحاد الأوروبي يهدف إلى ضمان دور كامل للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة في الأنشطة داخل وخارج المدرسة.

المقدمة مختصرة

كسر العزلة: مشروع الاتحاد الأوروبي يجلب الأمل للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة

يأمل ستون طفلا من ذوي الاحتياجات الخاصة في تخفيف عزلتهم نتيجة للمشروع الذي يموله الاتحاد الأوروبي الذي يشمل حوالي 6000 طفل و400 موظف من ست مدارس في قطاع غزة.

مختصرة أكثر

تجزئة النص

من المهم تجزئة النص باستخدام الرموز النقطية، والخط الغليظ، والخط المائل، وهلم جرا لأنها تجعل القراءة أسهل، وخاصة بالنسبة للنصوص الطويلة، كما تمكن الآخرين من التقاط ما تريد قوله بلمحة سريعة.

وهنا مثالين عن نص حيث من السهل التقاط المعلومات، وهي من بيان صحفي، تم تعديله من قبلنا:

الاتحاد الأوروبي يختار 14 مشروعاً للمجتمع المدني لتمويلها في جورجيا

2012-01-31

تم اختيار أربعة عشر منظمة غير حكومية في جورجيا لتنفيذ الأنشطة الهادفة إلى تعزيز دور المجتمع المدني في البلاد، وفقاً لبيان صحفي صادر عن وفد الاتحاد الأوروبي في تبليسي. وسيكون المحور الرئيسي لأنشطتها، والممولة في إطار الآلية الأوروبية للديمقراطية وحقوق الإنسان، تعزيز حقوق الإنسان والإصلاح الديمقراطي، ودعم سيادة القانون والحكم الرشيد.

وستنفذ هذه المنظمات الجورجية والأوروبية الغير الحكومية مشاريع متناهية الصغر في المجالات ذات الأولوية التالية:

- تعزيز حقوق الفئات الضعيفة (بمن فيهم النازحون داخلياً، والأقليات العرقية والدينية وغيرها، والأطفال، والنساء، والأشخاص ذوي الاعاقات)؛
- الصحة، والحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وحقوق العمال؛

حقوق المساواة في المعاملة والسلامة البدنية، وتشجيع اندماجهم في المجتمع.

وقد تم اختيار هذه المشاريع من دعوة الآلية الأوروبية للديمقراطية وحقوق الإنسان وقيمتها 1,2 مليون يورو لتقديم المقترحات التي أطلقت في نيسان/ أبريل 2011. وتتراوح ميزانيات المشاريع بين 38.000 إلى 100.000 يورو.

مقتبس من:

<http://www.enpi-info.eu/eastportal/news/delegation/27779/EU-selects-14-civil-society-projects-to-fund-in-Georgia>

Euronest للمساعدة في تعزيز الروابط بين الاتحاد الأوروبي وأذربيجان وأرمينيا وجورجيا ومولدوفا وأوكرانيا

2012-04-02

يجتمع أعضاء من البرلمان الأوروبي وبرلمانيون من الشركاء الشرقيين للاتحاد الأوروبي في باكو في 2-4 نيسان/ أبريل لمناقشة سبل العمل معاً في مجال الطاقة والتجارة وقضايا حقوق الإنسان، في ما سيكون الدورة العادية الثانية للجمعية البرلمانية ليورونست، المنتدى لتعزيز التكامل السياسي والاقتصادي بين الاتحاد الأوروبي وأذربيجان وأرمينيا وجورجيا ومولدوفا وأوكرانيا.

ونقل بيان صحفي عن أحد رئيسي يورونست، الاشتراكي الديمقراطي البلغاري، النائب في البرلمان الأوروبي كريستيان فيغنين قوله انه "متفائل جداً أن هذه الصيغة المتعددة الأطراف سوف تفيده أيضاً الاتصالات الثنائية بين الدول الأعضاء". وسوف تعقد بعض اللجان أعمالها على هامش الاجتماع. وهي:

- أمن الطاقة
- الشؤون الاجتماعية
- الشؤون السياسية
- التكامل الاقتصادي

مقتبس من:

http://www.enpi-info.eu/maineast.php?id=28524&id_type=1&lang_id=450

هنا مثال من نص حيث من السهل التقاط المعلومات، مأخوذ من تقرير صحفي لمركز معلومات الجوار الأوروبي:

المياه ، والارتباط بالهوية المتوسطية

www.enpi-info.eu

عكس التراث المائي في منطقة البحر الأبيض المتوسط الأسلوب الذي تعامل به سكان المناطق الريفية والحضرية مع ندرة المياه ، وكيف تطوّرت النظم المحلية حول إدارة المياه في الوقت الحاضر ، لا يحظى معظم هذا التراث بالحماية ، ويقامه مهود بسبب التطورات الحديثة ، سواء الاجتماعية أو الاقتصادية يقوم المشروع التعاوني الإقليمي "ريمبي" (تفتيح معاً اكتشاف تراثنا المائي المولود من الاتحاد الأوروبي بتضمين المنظمات على هذا التراث التاريخي. وتكثيف التوعية العامة لدى المواطنين ، ولأن المياه تشكل الذاكرة الحية لمجتمع البحر الأبيض المتوسط وعلاقته مع البيئة ، كما اكتشفت لفتت مجموعة من المتطوعين الشباب في الجزائر .

النص وكالة استخبارات والمركز الإعلامي لأكاديمية الأوروپية لتشرافه وجوار المدن مشروع ريمبي

مدينة الجزائر - جازائري من العلوم من شمال وجنوب المتوسط ، طلاب ودراسيون ، متطوعين ومواطنين من تونس ومغربيين ، من رومانيا من الجزائر كوا من قبل نسخة التوظيف والتدريب - دورات الأماطير ، وروحيه الكائنات.

لم يعد كل شيء حول التطور الريفي الجوار. فورا لتنام التنمية السياحية البيئية ، دائما ما تواجهنا مشاكل ما كنا نعلمه حول الإدارة ، كيف يمكن أن نحافظ على هذا التراث المائي في القصص والتقاليد القديمة بأمانا كيف يمكن استخدام المياه للتطوير البيئي؟

بناء على ذلك ، التطوعون في الجزائر من بلدان متفرقة والتفكير من بعضها ، وأصبح جميعهم شغافا ومفتوحة الأ وهي إنشاء دليل لإقامة التفتيح وبناء على ذلك ، التطوعون في الجزائر من بلدان متفرقة والتفكير من بعضها ، وأصبح جميعهم شغافا ومفتوحة الأ وهي إنشاء دليل لإقامة التفتيح

شركاءنا ، وهي جوف التي روي على يد 100 كيلومتر إلى الجزائر من مدينة الجزائر يدان عليهم أنهم كندا أسيونين - جيل صوب تركيا ، من خلال مشروع ريمبي (تفتيح معاً اكتشاف تراثنا المائي) ، المشروع

بمبادرة من المركز الإعلامي لأكاديمية الأوروپية لتشرافه وجوار المدن مشروع ريمبي

مركزنا ، مراكش ، الدار البيضاء

المركز الإعلامي لأكاديمية الأوروپية لتشرافه وجوار - تقرير رقم 28

المياه ، والارتباط

الأوروپوسطي التعاوني بالإشتراك مع الجمعية (جمعية التفكير والتبادل لغاثة البيئة والتنشيط) لهذا المشروع في عام 2019 قيمة تمويله من جانب الأوروپي إلى حدود واحد يورو كجزء من برنامج الأوروپي المتوسطي 4 يورو في التراث.

المطرف في قلب حضارة البحر الأبيض المتوسط تشكل الماء واستثمارها في الحضارة المتوسطية - وذلك للمشاركة في تحقيق هدفنا في الاعتراف - إيمان إرشادي للمدارس والمدارس

إعادة اكتشاف التراث والمناطق طوبيا ، والأبار وسجاري المياه والجماعات ، التي تدرى فورت في منطقة غشة بالمواقع الأثرية الرومانية. وقد جرى من خلال هذا المشروع الإقليمي تنظيم الترميم الجوار في حول الحضارات القديمة حيث تم وضع قوائم إحصائية للتأثير والتأثير الحضارة في مدينة مراكش ، وكذلك في اليونان وتركيا ، ويصنع مائير هاري ، الرئيس الدولي لمشروع "ريمبي" معضنا هو الشباب معنا من أجل إعادة اكتشاف تراثنا المائي. جوه هذا المشروع هو الذاكرة الحية للإنسان وبيئته. ويصنف "هدفنا العام هو أن يعدد مؤلفو منطقة البحر الأبيض إعادة اكتشاف قيمة تراثنا المائي المرتبط بإدارة المياه". وهكذا لا يهدف مشروع ريمبي إلى استرجاع التراث المتوسطي الأثري ، والمعاصر والتاريخي ، بل يهدف أيضا رفع مستوى التوعية في المجتمع حول أهمية هذه التركة الثقافية التي هي الماء في واقع الأمر ، نتيجة للتفكير الذي يصيبه التطور وأيضا التغيرات الديموغرافية التي أصبحت تهدد التراث المائي في المناطق الريفية والتي لا تزال على حد سواء في الجزائر على سبيل المثال ، في كثير من الحالات ، أصبحت قنوات المياه والأبار والبرك تحت الأرض ونظام توزيع المياه التقليدي في وادي مزاب الواقع 100 كيلومتر إلى الغرب من الجزائر العاصمة على الشبان ومهتدة من قبل نظم المجتمع الحديث ، مثل التكنة الحديثة ويمكن قول الشيء نفسه عن التغيرات الحضرية والتطوير ، والتأثير والجماعات الحديثة المدن حيث يهدد التوسع من الريف والتوسع الحضري المتسارع هذا التراث التاريخي.

إننا نواجه تحديات متزايدة مع أي مشروع يتعلق بأي تراث مادي لا يحظى بالقبول - تكامل مائير هاري ، "في مراكش ، الصوب ، كان هناك ، قبل خمسين عاما ، أكثر من مائة ينبوع أما الآن فقد اختفى نصفها ، أو هي عرضة للإهمال".

يمكن للمنظمات المحلية أن تحدث التغيير في مواجهة هذا التحدي ، يعمل مشروع ريمبي على توعية المجتمعات المحلية من خلال الأنشطة التي تصب في

الجزائر - متطوعون شباب مشاركون في الترميم

مركزنا ، مراكش ، الدار البيضاء

مركزنا ، مراكش ، الدار البيضاء

www.aumedconnect2.net

يساهم في أعمال تجارب التراث الثقافي ، هذه الشبكات وتضمين التعاون

الهدف: دعم المشاريع الأوروپية المتعددة في كبرياتها عبر المدن الأوروپية التي تتعاون في مشاريع الأوروپية 2014-2020 من أجل تعزيز التماسك الاجتماعي في المجتمعات المحلية وتعزيز التنمية الاقتصادية المحلية. وهذا يعني أن المشاريع الأوروپية المتعددة في كبرياتها عبر المدن الأوروپية التي تتعاون في مشاريع الأوروپية 2014-2020 من أجل تعزيز التماسك الاجتماعي في المجتمعات المحلية.

التمويل: من 100000 يورو إلى 500000 يورو

التمويل: من 100000 يورو إلى 500000 يورو

ENPI info centre

www.enpi-info.eu

ابق على اتصال



كتيبات أخرى من مركز المعلومات عن المشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي المتوفرة على شبكة الإنترنت:

دليل المصور

http://www.enpi-info.eu/files/publications/Photographer%20handbook_AR.pdf

دليل الصحفي

<http://www.enpi-info.eu/files/publications/Journalist%20handbook%20Arabic.pdf>

www.enpi-info.eu



تنفذ المشروع مؤسسة

Action Global Communications

تم إعداد هذا المنشور من قبل مركز معلومات الجوار الأوروبي. ويستند على خبرة المساهمين فيه، وفيهم الصحفيون، وخبراء التواصل والعلاقات. المعلومات الواردة هي صحيحة في وقت كتابتها (آذار/مارس 2012)، ولكن يجب الاقرار بأن بعض الامور يمكن ان تتغير، ولا سيما فيما يتعلق بالأمثلة المستخدمة.

EU Neighbourhood Info Centre
An ENPI project

مركز معلومات الجوار الأوروبي هو مشروع معلومات وتواصل إقليمي يموله الاتحاد الأوروبي يسلم الضوء على الشراكة بين الاتحاد الأوروبي ودول الجوار. تدير المشروع مؤسسة Action Global Communications.

www.enpi-info.eu