



الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

تجربة الجهاز في تفعيل دور الإعلاميين ووسائل الإعلام المختلفة
وأثر ذلك في تعميم الرقم الإحصائي

إعداد

لؤي شحادة

الوكيل لشؤون التخطيط والتطوير والعلاقات الدولية

كانون ثاني/يناير، 2022

الموضوعات

أولاً: آليات تعامل الإحصاء مع الصحفيين ووسائل الإعلام.

ثانياً: مميزات العاملين في موضوع التعامل مع الصحفيين ووسائل الإعلام والنشر والتسويق.

ثالثاً: الآثار المترتبة على تعميم الرقم الإحصائي للإعلاميين ووسائل الإعلام المختلفة.

رابعاً: الوسائل التي تم اتباعها في تفعيل العلاقة مع الإعلاميين ووسائل الإعلام المختلفة.

خامساً: التطلعات.

مقدمة

لقد سعى الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني منذ تأسيسه على إيجاد أحسن وأفضل الطرق فيما يخص العلاقة مع المجتمع الإعلامي بكافة أشكاله سواء كانت المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، سعياً منه للتوصل مع الإعلاميين وتفعيلهم من أجل الكتابة الصحفية فيما يتعلق بموضوع الإحصاءات من خلال جعل المادة الإحصائية سهلة الفهم والتذوق عندهم.

أولاً: آليات تعامل الإحصاء مع الصحفيين ووسائل الإعلام

- كيف جند الإحصاء وسائل الإعلام المختلفة والصحفيين لصالحه من أجل تحقيق أهدافه ونشر رسالته.
1. تم التعامل مع الصحفي على أنه بشر وكذلك احترام مبادئه ومبادئ وقوانين الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها.
 2. جوابنا للسؤال الذي يطرح من الوسيلة الإعلامية جاهزاً، وعدم الغضب أمامهم بأي حال من الأحوال.
 3. إعطاء الراحة والأمان للوسيلة الإعلامية والصحفي.
 4. إكرام الوسيلة الإعلامية وإعطاءها نوعاً من التشجيع والدعم.
 5. إشباع رغبات الصحفيين ووسائل الإعلام المختلفة من خلال تلبية ما يحتاجونه من بيانات ومطبوعات واستفسارات.
 6. عدم التهجم على وسائل الإعلام والصحفيين، وعدم التحدث عنهم بكلام رديء.
 7. عدم الكذب على وسائل الإعلام والصحفيين.
 8. لم نعلق كثيراً على ما تكتبه وسائل الإعلام والصحفيين بحق الإحصاء.
 9. لم نصوب ما تسرب عن الإحصاء في الإعلام.

ثانياً: مميزات العاملين في موضوع التعامل مع الصحفيين ووسائل الإعلام والنشر والتسويق

1. الموهبة.
2. المعايضة الصحفية للأحداث والأخبار.
3. الثقافة العامة.
4. الإقبال على العمل برغبة وحماس.
5. المصداقية: الخبرة والمعرفة والدراية والذكاء والتجربة والتدريب.
6. الجاذبية: الحنكة والقدرة على الصياغة اللغوية المناسبة والمشوقة.
7. القوة: المقدر على طرح القضايا المقنعة دون خوف رقابة ذاتية.
8. الجرأة.

ثالثاً: الآثار المترتبة على تعميم الرقم الإحصائي للإعلاميين ووسائل الإعلام المختلفة

يمكن القول بان سياسية الجهاز التي تم اتباعها وانتهاجها، قد اثار بشكل إيجابي كبير في نشر رسالة وأهداف رسالة الجهاز. كما أثر بشكل كبير في رفع نسبة التجاوب والتفاعل من قبل الإعلاميين والصحفيين والمؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها. ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

1. التعريف بالإحصاء وبالرقم الإحصائي وكيفية التعامل معه واستخدامه من طرف الإعلاميين ووسائل الإعلام.
2. الترويج عن أهمية الرقم الإحصائي في عملية اتخاذ القرار ورسم السياسات المختلفة من طرف الإعلاميين ووسائل الإعلام.
3. التعريف بأهمية الرقم الإحصائي للجمهور الإعلامي.
4. تلبية احتياجات الجمهور الإعلامي من البيانات الإحصائية.
5. تنمية الوعي الإحصائي لدى الجمهور الإعلامي وكيفية التجاوب مع متطلبات الإحصاء والتجاوب معه.
6. التعريف بأهمية الرقم الإحصائي في عملية التخطيط ورسم السياسات المختلفة من قبل الإعلاميين ووسائل الإعلام.

رابعاً: الوسائل التي تم اتباعها في تفعيل العلاقة مع الإعلاميين ووسائل الإعلام المختلفة

1. لقاء الجهاز في شهر

لقد كان لقاء الجهاز في شهر من الأنشطة الرئيسية والناجحة في الجهاز، وهو عبارة عن لقاء شهري تم عقد بصفة دورية في موعد محدد ولمدة ساعتين، وتم خلاله الالتقاء مع بعض أفراد الأسرة الإعلامية بمختلف أنواعها سواء المحلية أو الدولية، وذلك للحديث حول موضوع إحصائي ما من كافة جوانبه المختلفة، بحضور بعض الشخصيات المعنية بالجهاز وشخصيات أخرى ذات مستوى عالٍ من خارج الجهاز ذات علاقة بالموضوع المطروح.

حيث تم الاتفاق بصفة دائمة مع مجموعة من الصحفيين من (20 - 30 صحفي) من أجل حضور هذا اللقاء الذي يعتبر بحد ذاته تشاوري أكثر منه للنشر، حيث يتم إرسال بعض المواد المتعلقة بالموضوع لهم قبل عقد الاجتماع بأسبوع من أجل الإطلاع على الموضوع حتى يكونوا قادرين على المتابعة والنقاش خلال اللقاء.

أهداف اللقاء :

1. تدريب الصحفيين على كيفية التعاطي مع البيانات والأرقام الإحصائية إعلامياً وإعلامهم بكيفية جمع البيانات واستخراج النتائج وكذلك ربطها مع الموضوعات الأخرى وتحليلها.
2. تعريف الإعلاميين بموضوعات الإحصاء وكيفية التفاعل معها، بالإضافة إلى التشاور معهم في قضايا الساعة وعلاقتها بالإحصاء.
3. تبسيط رسالة الجهاز من الناحية المعلوماتية.

4. إبراز مختلف نشاطات الجهاز المختلفة وإصداراتها المتنوعة لهم.
5. جذب أكبر عدد ممكن من الإعلاميين نحو الجهاز ونشاطاته وإصداراته بين فترة وأخرى.
6. التعرف على احتياجات الإعلاميين من البيانات الإحصائية.

ومن الأمثلة على عقد هذا النشاط:

عنوان اللقاء	الحضور
جدول غلاء المعيشة الفلسطيني، أهميته وطرق احتسابه.	رئيس الجهاز، وزير الاقتصاد والتجارة، وكيل وزارة المالية
الفقر في فلسطين.	رئيس الجهاز، وزير التخطيط والتعاون الدولي، وزير الشؤون الاجتماعية
سوق العمل في فلسطين وكيفية احتساب البطالة	رئيس الجهاز، وزير العمل، رئيس الاتحاد العام لنقابات عمال فلسطين

2. نشرة عبر الفاكس

نشرة شهرية توزع على حوالي 200 جهة مختصة بالموضوع، تقع في حوالي 6 صفحات، تتناول كل مرة موضوع إحصائي ما من كافة جوانبه، تم توزيعها من خلال موديم الفاكس الموجود على جهاز الحاسوب، ويقوم بتحريرها عدد من المختصين داخل الجهاز، وقد استطاع الجهاز تناول عدة موضوعات من خلال هذه النشرة مثل غلاء المعيشة الفلسطيني، الحسابات القومية في فلسطين، القوى العاملة في فلسطين مؤشرات إحصائية، التعليم في فلسطين مؤشرات إحصائية، الصحة في فلسطين مؤشرات إحصائية، الزراعة في فلسطين مؤشرات إحصائية.

وقد لاقت هذه النشرة تجاوباً كبيراً وفعالاً من كافة المؤسسات والجهات التي تصلها لما تحمله من موضوعات هامة ذات العلاقة باعتبار انه تقدم بطريقة سهلة وقابلة للفهم بسرعة.

محتوى النشرة:

1. نشرة شاملة تعكس مختلف جوانب ونواحي الموضوع المطروح للنشر والتعميم، بحيث لا تحتوي على جداول إحصائية فقط بل على تحليل أو شرح لبعض البيانات الهامة.
2. نشرة ذات لغة النشرة مبسطة وغير معقدة ويسهل فهمها واستيعابها من قبل الجمهور المستهدف.
3. نشرة تناول محتواها على العديد من الاتجاهات، تحليل، دراسة، قراءة، والخروج بتوصيات نهائية للموضوع المطروح.
4. كانت تحتوي النشرة على جداول وأشكال بيانية وإحصائية مكملة لمضمون المحتوى.

أهداف النشرة

1. تعميم ونشر بيانات الجهاز المختلفة على أكبر عدد ممكن من الجهات الرسمية والخاصة والإعلامية.
2. تبسيط رسالة الجهاز من الناحية المعلوماتية.
3. إبراز مختلف نشاطات الجهاز المختلفة وإصداراتها المتنوعة إلى الجمهور المستفيد.
4. جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور نحو الجهاز ونشاطاته وإصداراته بين فترة وأخرى.
5. تعتبر وسيلة وقناة أخرى من قنوات الجهاز على الاتصال مع الجمهور المستفيد بأقل وقت ممكن وحسب احتياجات الجهاز بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة.

3. النشرة الإلكترونية الشهرية

نشرة شهرية توزع عبر البريد الإلكتروني (القاعدة المتوفرة لدى العلاقات العامة حوال 400,000 بريد الكتروني داخل وخارج الوطن) تتناول عدة موضوعات (بيانات صحفية، نشرات، صور، مؤشرات إحصائية، مخرجات إحصائية للشهر القادم).

وقد لاقت هذه النشرة تجاوباً كبيراً وفعالاً من كافة المؤسسات والجهات التي تصلها لما تحمله من موضوعات هامة ذات العلاقة باعتبار انه تقدم بطريقة سهلة وقابلة للفهم بسرعة.

أهداف النشرة

1. تعميم ونشر بيانات الجهاز المختلفة على أكبر عدد ممكن من الجهات الرسمية والخاصة والإعلامية.
2. تبسيط رسالة الجهاز من الناحية المعلوماتية.
3. إبراز مختلف نشاطات الجهاز المختلفة وإصداراتها المتنوعة إلى الجمهور المستفيد.
4. جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور نحو الجهاز ونشاطاته وإصداراته بين فترة وأخرى.
5. تعتبر وسيلة وقناة أخرى من قنوات الجهاز على الاتصال مع الجمهور المستفيد بأقل وقت ممكن وحسب احتياجات الجهاز بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة.

4. كراس المؤتمر الصحفي

يعتبر هذا الكراس من الوسائل الفاعلة والمميزة في إيصال المادة الإحصائية المراد نشرها لوسائل الإعلام لما يتضمنه من مؤشرات و بعض التعريفات الأساسية الخاصة بالموضوع حيث يتضمن هذا الكراس عدة أبواب تتعلق بمقدمة حول الموضوع و كذلك بيان صحفي لأهم النتائج لإضافة إلى بعض الجداول الأساسية و بعض التعريفات الأساسية الخاصة بالموضوع.

و يسعى الجهاز من وراء ذلك إلى إعطاء صورة واضحة للموضوع المراد الإعلان عن نتائجه حيث يتم توزيع هذا الكراس على الإعلاميين و الصحفيين بعد الإعلان عن النتائج من طرف المسؤولين في الجهاز و ذلك بهدف وضعهم في الصورة ليكونوا قادرين على رصد الموضوع من كافة الجوانب.

5. خدمة التزويد بالإحصائيات - المواد / التقارير / البيانات:

تعتبر هذه الخدمة من الأمور الهامة في الجهاز، حيث يعطي الجهاز كافة التسهيلات والإمكانات للصحفيين في مجال تزويدهم بالبيانات والتقارير الإحصائية المطلوبة وذلك بالسرعة القصوى، وذلك بعدة وسائل وطرق سواء كانت عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني، الهاتف، الحضور للجهاز فيما يخص تزويدهم بالبيانات.

وكذلك يقوم الجهاز بتزويد كافة المؤسسات الإعلامية سواء المرئية أو المسموعة أو المكتوبة بالتقارير الإحصائية بصفة دورية. وقد أثبتت هذه الخدمة نجاحها بشهادة الجميع، حيث أن الإعلاميين استطاعوا التواصل والتميز في الكتابة الصحفية الإحصائية ورصد التطورات أولاً بأول.

6. التدريب

سعى الجهاز لتأهيل الإعلاميين في مجال التعامل مع الإحصاء في كافة الجوانب والموضوعات من خلال عقد دورات تدريبية لهم، وذلك من خلال وضع برنامج تدريبي لهم وتأهيلهم للتعامل الأفضل مع الرقم الإحصائي والقدرة على فهم دلالاته من أجل رفع مستوى وعي الجمهور إحصائياً. وقد قام الجهاز بعقد أكثر من دورة تدريبية داخل وخارج الجهاز.

كما تم ابتعاث صحفيين لدورات تدريبية خارجية وكذلك مشاركتهم في ورش عمل وندوات دولية خارجية حول الإحصاء

7. التواصل

سعى الجهاز إلى المحافظة على التواصل مع الإعلاميين منذ البداية، من خلال إيجاد أفضل السبل والطرق الحديثة في كيفية التعامل معهم وكذلك تقديم الخدمة المميزة لهم وفق المستجدات والتكنولوجيا الحديثة، وعلى مدار الساعة ويقوم الجهاز بصفة دورية بمتابعة هذا الموضوع من خلال دائرة العلاقات العامة لرصد فعالية التواصل معهم بكافة الطرق والوسائل من خلال التشاور مع ومعرفة احتياجاتهم أولاً بأول. من خلال مشاورتهم في عقد المؤتمرات الصحفية، آلية نشر البيانات الصحفية، آلية تزويدهم بالبيانات والنشرات.... الخ.

وتمثل التواصل مع وسائل الإعلام في الآتي:

1. تغطية أخبار ونشاطات وفعاليات الجهاز أولاً بأول.
2. إصدار التقارير والبيانات الصحفية عند إصدار أية مطبوعة أو نشرة إحصائية.
3. تنظيم مؤتمرات صحفية عند الإعلان عن أي موضوع إحصائي تم تنفيذه.
4. إجراء المقابلات والندوات الإذاعية والمرئية والمكتوبة مع المسؤولين والمعنيين في الجهاز.
5. استخدام الإحصاءات في التقارير والروبرتاجات والتحقيقات الصحفية والإعلامية بمختلف أنواعها.

8. غرفة الصحافة على الصفحة الإلكترونية للجهاز

تم إنشاء قسم خاص للصحافة والإعلاميين ووسائل الإعلام في صفحة الجهاز الإلكترونية تحت مسمى (غرفة الصحافة) وهذه القسم يشمل على عدة مواضيع تتعلق بالبيانات الصحفية، أخبار، صور، نشرات...الخ. وذلك بهدف إيجاد اقصر الطرق وأسهلها للصحفيين في الوصول للبيانات والموضوعات التي يرغبون في الحصول عليها من الجهاز وفي زمن قياسي جداً.

9. قاعدة العناوين الإلكترونية والبريدية:

تعتبر هذه القاعدة الشريان الأساسي لنشر البيانات والمنتجات الإحصائية بالإضافة إلى الترويج عن نشاطات وفعاليات الصور، حيث يمتلك الجهاز قاعدة عناوين تقدر بأكثر من 400,000 عنوان بالإضافة إلى الاشتراك في مجموعات عناوين محلية وعربية ودولية، حيث أن هذه القاعدة مقسمة حسب المواضيع والجهات ، وهي قائمة تشمل كافة المؤسسات الرسمية والخاصة والصحفيين بمختلف أنواعها على المستوى المحلي والعربي والدولي.

الأهداف:

1. التواصل المستمر مع الجهات المعنية.
2. المقدر على السيطرة على كافة الاتجاهات والقطاعات.
3. بناء شبكة علاقات قوية للمؤسسة (أصدقاء المؤسسة).
4. إيصال رسالة المؤسسة للمعنيين بأسرع الطرق والوسائل.
5. ضمان تواصل المؤسسة مع الجمهور المعني.

أنواع قواعد العناوين:

1. عناوين بريدية (الاسم، المسمى الوظيفي، المؤسسة، العنوان، رقم الهاتف، رقم الفاكس، رقم الهاتف الخليوي، البريد الإلكتروني)

الهدف: إرسال النشرات والمنتجات الإحصائية، المشاركة في المؤتمرات والندوات واللقاءات

التصنيف: مؤسسات، سفارات، وزارات، جامعات، إعلام، مراكز بحثية.....الخ

2. عناوين إلكترونية، وتشمل (أسم الشخص أو المؤسسة وبريدها الإلكتروني)

الهدف: إرسال الدعوات والبيانات الصحفية لها

التصنيف: مؤسسات، سفارات، وزارات، جامعات، إعلام، مراكز بحثية.....الخ.

3. دليل الهاتف، وتشمل (أسم الشخص أو المؤسسة وهواتفها الأرضية أو الخليوية ورقم فاكسها)

الهدف: المقدر على سرعة الاتصال بها من طرف المؤسسة.

التصنيف: مؤسسات، سفارات، وزارات، جامعات، إعلام، مراكز بحثية.....الخ.

كيفية وآلية بناء قواعد المستخدمين:

تم ويتم بناء القاعدة من خلال:

1. الاتصال مع المؤسسات الرسمية والأهلية والبحثية.....الخ.
2. البحث في الانترنت.
3. الحصول على أدلة العناوين التي تنشر.
4. اللقاءات والندوات والزيارات التي تتم للمؤسسة.
5. الزيارات والأنشطة التي تشارك بها المؤسسة وموظفيها داخل الدولة أو خارجها.

التحديث: ضرورة التحديث بصفة دائمة ومستمرة لكافة المعلومات والبيانات.

10. حوار المنتجين والمستخدمين

اعتمد الجهاز في نشر وتعميم بياناته الإحصائية على تنفيذ برنامج حوار مع مستخدمي البيانات من وزارات ومؤسسات حكومية ومنظمات غير حكومية ومؤسسات القطاع الخاص ومراكز الأبحاث ومؤسسات إعلامية وصحفيين وغيرها من الجهات وذلك بهدف توطيد علاقة الجهاز مع هذه الشرائح والتواصل معها واستمراج رأيها بشأن ما ينتجه الجهاز من بيانات إحصائية. ويهدف برنامج حوار المنتجين والمستخدمين الى التعرف على احتياجات المستخدمين والإعلاميين واخذ رأيهم بالمنتجات الإحصائية بهدف تطوير المنتجات الإحصائية في الجهاز وتلبية احتياجاتهم .

واستطاع الجهاز ومنذ إنشائه من تجسيد هذا النهج الذي أثبت نجاعة كبيرة من خلال ورشات العمل التي عقدها لهذا الغرض، في معظم المحافظات الفلسطينية، حيث يعقد هذا البرنامج على مدى كل عام مشتملاً على عدة موضوعات إحصائية متعلقة بالإحصاءات الجغرافية والاقتصادية والسكانية والاجتماعية وغيرها.

11. خدمات الجمهور

هدف الجهاز منذ إنشائه عام 1993 إلى تنفيذ الخطة الشاملة للإحصاءات الرسمية، ومن أجل خدمة القطاعات الفلسطينية المختلفة بكافة أنواعها، والقطاعات غير الفلسطينية، أنشأ الجهاز قسماً خاصاً لتلبية احتياجات المستخدمين وسمي قسم خدمات الجمهور، بهدف توفير هذه البيانات للمهتمين والمستخدمين بمختلف فئاتهم، من خلال تزويد المستخدمين والمؤسسات الحكومية والسياسيين والمستخدمين بالبيانات الإحصائية وإعطاء صورة واضحة عن المجتمع الفلسطيني. ويقوم هذا القسم يومياً بتلقي العديد من الطلبات والرد عليها من خلال الفاكس والبريد الإلكتروني بالإضافة إلى المراجعين. ويقوم هذا القسم بصفة مستمرة ويومية بالتنسيق مع الإدارات الفنية داخل الجهاز من أجل توفير البيانات المطلوبة

12. تكريم الصحفيين ووسائل الإعلام

حرص الجهاز منذ تأسيسه على توثيق العلاقة مع الصحفيين والإعلاميين، من خلال تكريمهم عن طرق منحهم شهادات ودروع تقديرية لمساهماتهم في نشر وتعميم رسالة الإحصاء، ولا سيما في تعدادات السكان والمنشآت. كما قام الإحصاء بتنظيم مسابقة لأفضل عمل إحصائي إعلامي خلال العام 2010 حيث تم تكريم الفائزين بالمسابقة على شرف يوم الإحصاء العالمي 2010/10/20.

خامساً: التطلعات

1. **الغرفة الصحفية:** يسعى الجهاز حالياً لإنشاء مركز إعلامي إحصائي خاص بالإعلاميين والصحفيين، سعياً من الجهاز في التواصل معهم ووضعهم بالصورة وبمجمال الأحداث والموضوعات أولاً بأول. ويهدف هذا المركز إلى تقديم كافة الخدمات والإمكانيات للإعلاميين من خلال توفير الإنترنت والمطبوعات لهم، ومساعدتهم في إعداد التقارير الصحفية عن الجهاز من خلال هذا المركز.

2. **استخدام رسائل SMS:** من خلال إرسال رسائل قصيرة عبر الهاتف الخليوي للصحفيين ووسائل الإعلام والإعلاميين، تعلم بأهم وأحدث الأنشطة الإحصائية.