



ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية
جامعة الدول العربية

الاجتماع الأول
للجنة الإعلام الجديد

تونس 20 - 21 أكتوبر/تشرين الأول 2017

انتخاب رئيس ونائبي رئيس لجنة الإعلام الجديد

لدورة عامي 2017 / 2018

إنتخاب رئيس ونائبي رئيس لجنة الإعلام الجديد

لدورة عامي 2017 / 2018

تنفيذا للمادة الحادية عشرة من النظام الداخلي للجمعية العامة والمجلس التنفيذي واللجان الدائمة للاتحاد والتي تنص على ما يلي :

« تنتخب كل لجنة من بين الأعضاء العاملين رئيسا لها ونائبا أولا نائبا ثانيا للرئيس لدورة مدتها عامان على أن يكون الإنتخاب بالأسماء ويراعي فيها ما يتمتع به كل مترشح من خبرة مهنية في مجال تخصص كل لجنة ومن معرفة بشؤون الاتحاد ومتابعة لنشاطه ويشترط أن يقدم كل مترشح رئاسة اللجان طلب ترشيح كتابي من هيئته تلتزم فيه بمتابعته للنشاط خلال دورة كاملة».

تولت الإدارة العامة للاتحاد التعميم على الهيئات الأعضاء لدعوتها إلى ترشيح مسؤول الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية لديها لرئاسة دورة عامي 2017 – 2018 في حال رغبت في ذلك وفق الأسس والشروط والآليات الجديدة الخاصة بانتخاب رؤساء اللجان الدائمة بالاتحاد ونوابهم التي أوصى بها المجلس التنفيذي الثالث والتسعين وصادقت عليه الجمعية العامة الخامسة والثلاثين لاتحاد إذاعات الدول العربية المنعقدين بتونس من 7 إلى 11 ديسمبر/كانون الأول 2015 (المرفقة).

وقد توصلت الإدارة العامة للاتحاد حتى تاريخه بالترشيحات الكتابية التالية :

(1) الأستاذ إلياس جراية / مدير الاتصال بمؤسسة التلفزة التونسية

لمنصب رئيس لجنة الإعلام الجديد أو النائب الأول لرئيس اللجنة

(2) الأستاذ ملاذ خالص محمد / مدير المواقع الإلكترونية بشبكة الإعلام العراقي

لمنصب رئيس أو النائب الأول لرئيس لجنة الإعلام الجديد

(3) الأستاذ الدكتور محمد محمد احمدين / رئيس مجلس إدارة شركة CNE

الهيئة الوطنية للإعلام - مصر

لمنصب رئيس لجنة الإعلام الجديد

كما أرسلت الهيئة الوطنية للإعلام ضمن نفس خطاب الترشيح مقترح إسمين إضافيين للنائب الأول والنائب الثاني للجنة الإعلام الجديد وهو ما يتعارض مع أسس وشروط انتخاب رؤساء ونواب اللجان الدائمة حيث لا يجوز لأي هيئة أن ترشح شخصًا واحدًا لأكثر من منصب واحد (إما منصب الرئيس أو نائبًا أولاً أو نائبًا ثانيًا).

يرجى من اللجنة الكريمة التفضل بالإطلاع والعمل على إنتخاب رئيس اللجنة ونائب أول

ونائب ثاني لدورة 2017 - 2018 و 2018 - 2019.

توصيات المجلس التنفيذي في اجتماعه الثالث والتسعين
المصادق عليها من قبل الدورة العادية الخامسة والثلاثين
للجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية
(تونس : 9-11 ديسمبر/كانون الأول 2015)

أسس وشروط وآليات انتخاب رؤساء اللجان الدائمة بالاتحاد ونوابهم :

- (1) لكل هيئة عضو عامل بالإتحاد الحق في ترشيح أحد ممثليها لمنصب رئاسة أية لجنة من اللجان الدائمة للاتحاد أو منصب النائب الأول للرئيس أو النائب الثاني ولا يجوز لأي هيئة أن ترشح شخصاً واحداً لأكثر من منصب واحد (إما منصب الرئيس أو نائباً أولاً أو نائباً ثانياً).
- (2) يكون الانتخاب لمنصب رئيس اللجنة الدائمة فقط لدورة مدتها سنتان قابلة للتجديد لمرة واحدة ويجوز للهيئة إعادة ترشيحه بعد مرور دورة كاملة.
- (3) أن يشغل المرشح عند ترشيحه وظيفة (منصباً) متقدمة في هيئته في مجال اختصاص اللجنة المرشح لها.
- (4) أن يكون طلب الترشيح معززا بالسيرة الذاتية للمرشح بصورة تسمح التعرف على مدى توفر الشروط.
- (5) يتم قبول الترشيحات لمنصب رئيس اللجنة ومنصبي نائب الرئيس في أجل أقصاه شهر قبل انعقاد اللجنة الدائمة المعنية، وتُرفض كل طلبات الترشيح التي ترد إلى الإدارة العامة بعد انقضاء هذا الأجل ويعتبر تاريخ استلام الاتحاد لخطاب الترشيح هو التاريخ المعتمد لقبول الترشيحات.
- (6) أن تكون الهيئة المقدمة للترشيح لرئاسة اللجنة أو أحد نائبيه ملتزمة بسداد المبالغ المترتبة عليها تجاه الاتحاد وأن لا تقل نسبة السداد عن 50% من نسبة مساهمتها السنوية في موازنات الاتحاد.
- (7) أن تلتزم هيئاتهم بمشاركتهم في الاجتماعات الدورية والطارئة التي تعقدها اللجان المرشحين لها وكذلك التزامها بمشاركة رئيس اللجنة في اجتماعات المجلس التنفيذي والجمعية العامة.
- (8) يحق للأعضاء العاملين والمشاركين التصويت لانتخاب رؤساء اللجان الدائمة ونوابهم بالأغلبية العددية البسيطة.

الترشيدات



التاريخ : 20 سبتمبر 2017

الأستاذ / المهندس عبد الرحيم سليمان
السيد المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية

الموضوع : حول المشاركة في الإجتماع الأول للجنة الإعلام الجديد.

المرفق : - استمارة مشاركة

- سيرة ذاتية للمترشح

تحية طيبة وبعد،

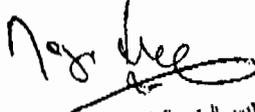
تبعاً لمراسلتكم عدد 1328 بتاريخ 12 سبتمبر 2017 والمتعلقة
بالمشاركة في الإجتماع الأول للجنة الإعلام الجديد في تونس يومي 20
و21 أكتوبر 2017.

أتشرف بإعلامكم أن السيد إلياس الجراية مدير ادارة الاتصال
والاعلام الجديد سيمثل التلفزة التونسية في أشغال هذه اللجنة، كما نقترح
ترشيحه لمنصب رئاسة اللجنة أو النائب الأول.

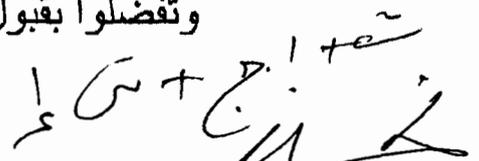
وتفضلوا بقبول فائق عبارات الاحترام والتقدير.

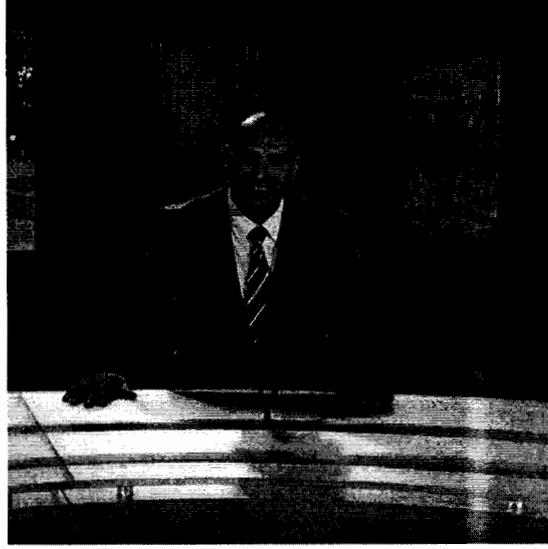
الرئيس المدير العام للتلفزة التونسية

مجيد المرابيحي


الرئيس المدير العام للتلفزة التونسية بالنيابة
مجيد المرابيحي




20 سبتمبر 2017
F 379



الإسم واللقب : إلياس الجراية
تاريخ ومكان الولادة : 22 سبتمبر 1970 بصفاقس
الرتبة : صحفي رئيس.
مكان العمل : التلفزة التونسية
الخطة الوظيفية : مدير الاتصال

المسار المهني :

أستاذ شباب مكلف بالإعلام والتوجيه بالشبكات الموحد لإعلام الشباب *2 أكتوبر 1995
رئيس قسم الإعلام والتوثيق بوحدة الإعلام والتوثيق وسبر الآراء بالمرصد الوطني للشباب بوزارة الثقافة والشباب والترفيه من 2 جوان 2003
رئيس خلية الإصغاء والمتابعة بوحدة الإعلام والتوثيق والمتابعة بالمرصد الوطني للشباب بوزارة الثقافة والشباب والترفيه من 8 ديسمبر 2003
رئيس مصلحة الإعلامية وتراسل المعطيات بإدارة الإعلام والتوثيق بالمرصد الوطني للشباب بوزارة الشباب والرياضة والتربية البدنية من 5 أكتوبر 2006
كاهية مدير الإتصال والحوار مع الشباب بإدارة الإعلام والتوثيق بالمرصد الوطني للشباب بوزارة الشباب والرياضة والتربية البدنية من 4 أوت 2008
مدير بإدارة الإتصال بالتلفزة التونسية منذ 1 أكتوبر 2009
مجالات التكوين :

- شهادة في رتبة قائد شباب عربي أوت 1993
- الشهادة الوطنية للإسعاف في الحماية المدنية جوان 1995
- شهادة في التوثيق جوان 1997
- شهادة في الإعلامية المكتبية نوفمبر 2000
- شهادة في الانترنت والوسائط المتعددة جانفي 2002
- شهادة في الأنترنات وتصميم المواقع جوان 2005
- شهادة في صحافة الهاتف الجوال فيفري 2017
- النشاط الإعلامي :

- منتج ومنتشط برامج بالإذاعة الوطنية التونسية منذ أكتوبر 1991 إلى سبتمبر 2009
- منسق ومؤطر أول فريق لإذاعة الشباب 1995
- منتج برامج بقناة 21 من جوان 2000 / 2006
- صحفي بقناة تونس 7 منذ فيفري 2007 / مارس 2009
- منسق تحرير مجلة التلغزة التونسية من أكتوبر 2009 إلى جانفي 2011
- عضو بلجنة التحكيم للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون 2015-2016
- مكون أول مجموعة راديو واب بثمانية محطات إذاعية 2013 - 2015
- عضو فريق الخبراء للميديا الجديدة بإتحاد إذاعات الدول العربية 2014-2015
- المشاركات والتربصات الدولية :
- المشاركة في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون – تونس 1993
- المشاركة في تريبص دولي حول التوثيق والاعلام الشبابي – باريس 1997
- المشاركة في ملتقى دولي حول إعلام الشباب ومسايرته للتطورات الحديثة – بلجيكا 1999
- المشاركة في مهرجان القاهرة للإذاعة والتلفزيون – مصر 1999
- المشاركة في الورشة العربية حول الإعلام وسلامة المرور – لبنان 2002
- المشاركة في تظاهرة التعرف على برامج الإعلام والتوثيق الخاصة بالشباب – رومانيا 2005
- المشاركة في ندوة الإعلام الشبابي العربي – المملكة العربية السعودية 2005
- المشاركة في المؤتمر العالمي للشباب في مجتمع المعلومات والمعرفة* تونس يومي 14-15 نوفمبر 2005
- المشاركة في المرحلة الثانية من القمة العالمية لمجتمع المعلومات * تونس 16-18 نوفمبر 2005
- مقرر اللجنة الوطنية للإعلام والتكنولوجيات الحديثة للإستراتيجية الوطنية للشباب : 2009
- المشاركة ضمن الوفد الرسمي في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون بالقاهرة 2009
- رئيس الوفد الرسمي في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون بالقاهرة 2010
- المشاركة في اجتماع فريق العمل المكلف بصياغة التصور حول طريقة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإتحاد إذاعات الدول العربية ومتابعة تنفيذه – الجزائر مارس 2014
- المشاركة في القمة العالمية للإعلام –الدوحة مارس 2016
- المشاركة في ملتقى دولي دراسي حول أهمية دور الموقف الإعلامي في وسائل الإعلام – باريس وألمانيا سبتمبر 2016
- المشاركة في دورة للتعرف على كيفية إستغلال وسائل التواصل الاجتماعي في هيئة الإذاعة البريطانية BBC مارس 2017
- الجوائز والأوسمة:
- الجائزة الأولى لبرامج الشباب الإذاعية على الصعيد العربي في إطار المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون سبتمبر 1993
- الوسام الوطني للاستحقاق في قطاع الشباب – الصنف الرابع جويلية 2001
- جائزة أحسن إنتاج إعلامي إذاعي تناول موضوع السلامة المرورية ماي 2002

De:
Envoyé:
À:
Objet:
Pièces jointes:

<aziz imn <aziz_imn@yahoo.com
jeudi 28 septembre 2017 06:51
asbu.hq@gmail.com
الاجتماع الاول للجنة الاعلام الجديد/ ترشيح
سيرة ذاتية ملاذ.docx

السيد مدير عام اتحاد اذاعات الدول العربية المحترم

م/ ترشيح

تحية طيبة..

نرشح السيد (ملاذ خالص محمد / مدير المواقع الالكترونية في شبكة الاعلام العراقي)
لمنصب رئيس او نائب اول او نائب ثاني للجنة الاعلام الجديد ونرسل لحضراتكم السيرة
الذاتية للسيد ملاذ.

مع التقدير

عزيز علي رحيم
مدير شؤون اتحاد اذاعات

الدول العربية

28 SEP. 2017
E 2342

ملاذ خالص محمد

الاسم: ملاذ خالص محمد الامين

التولد: 1959

التحصيل الدراسي: بكالوريوس احصاء/ ادارة واقتصاد 1980/1979

الخبرات:

- عملت في الصحافة الورقية كمحرر منذ 1977 في مجلة المرأة العراقية
- رئيس قسم التحقيقات 1989 /مجلة المرأة
- محرر الصفحة الاخيرة جريدة العراق /1990- 1993
- محرر في جريدة الصباح 2003
- رئيس قسم المراسلين /جريدة الصباح 2005
- رئيس قسم التحقيقات في جريدة الصباح 2008 ولغاية 2012
- مدير تحرير المواقع الالكترونية في شبكة الاعلام العراقي 2012
- عضو في لجنة اعادة انجاز الموقع الالكتروني لوكالة الانباء العراقية 2016
- رئيس تحرير المواقع الالكترونية في شبكة الاعلام العراقي 2017
- عضو عامل في نقابة الصحفيين العراقية منذ 1978

الهيئة الوطنية للإعلام
الإدارة المركزية للعلاقات الدولية



السيد المهندس / عبد الرحيم سليمان

المدير العام لاتحادات إذاعات الدول العربية

تحية طيبة وبعد،،،

بالإشارة إلى انعقاد الاجتماع الأول للجنة الاعلام الجديد فى تونس
٢٠ و ٢١ أكتوبر ٢٠١٧ .

برجاء الإفادة أن الهيئة الوطنية للإعلام ترشح كل من :-

- الأستاذ الدكتور/ محمد محمد احمدين رئيس مجلس إدارة شركة CNE (رئيسا للجنة)
- الأستاذ/ ناصر إبراهيم الشوربجي مهندس بقطاع الإنتاج (نائب أول)
- الأستاذ/ خالد مصطفى احمد مدير عام الشؤون الفنية واستوديوهات الأحداث الجارية بقطاع الهندسة الاذاعية (نائب ثانى)

لذا يرجى التكرم بالتنبيه باتخاذ اللازم فى هذا الشأن .

وتفضلوا بقبول وافر التحية والتقدير ،،،

رئيس

الإدارة المركزية للعلاقات الدولية

” بسمة حبيب ”

18 OCT 2017
E 2537

1) إقرار مشروع جدول الأعمال

مشروع جدول الأعمال

انتخاب رئيس ونائبي رئيس للجنة الإعلام الجديد لدورة
عامي 2017 - 2018 و 2018 - 2019

- 1 إقرار مشروع جدول الأعمال
- 2 عرض حول استخدامات الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية في صناعة الأحدث والتواصل التفاعلي
- 3 عرض حول دواعي وأهداف تأسيس لجنة الإعلام الجديد
- 4 الجوانب التقنية والتشغيلية للإعلام الرقمي
1.4 عرض إدارة التكنولوجيا والتطوير حول خدمات المنظومة السحابية ASBU Cloud وإمكانيات تبادل المضامين عبر الإنترنت
2.4 أفق التبادلات الإخبارية والبرمجية عبر الانترنت بين الهيئات الأعضاء :
إسهام الهيئات ودور الاتحاد
- 3.4 وسائل الإعلام الحالية وأفاق الإعلام الرقمي الجديد - التدابير المرافقة -
- 4.4 استخدامات الإعلاميين لوسائط الميديا الاجتماعية
- 5 التدريب في مجال الإعلام الجديد
- 6 مذكرة حول إعداد ميثاق لجنة الإعلام الجديد: المبادئ والمعايير التنظيمية والمهنية والأخلاقية في استخدام المضامين عبر الإنترنت ووسائط الميديا الاجتماعية
- 7 تجارب الهيئات الأعضاء في استخدام وسائط الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية
- 8 ما يستجد من أعمال

(2) عرض حول إستخدامات الإعلام الجديد
والميديا الإجتماعية في صناعة الأحداث
والتواصل التفاعلي

الخبير الدكتور وليد حيوني

الميديا الجديدة: المفاهيم والسمات والاستخدامات

د. وليد حيوني

1 - في ماهية الميديا الجديدة وخصائصها:

- نوع جديد من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف.
 - يعتمد على الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي.
 - إعلام وسائلي يعتمد بشكل رئيس على الأنترنت.
- تطرح الميديا الجديدة عدة رؤى جديدة تتحدى بها النظريات الاتصالية التقليدية والمفاهيم التقليدية لعملية الاتصال وأطرافها: المصدر – الرسالة – المتقبل
- ظهرت من خلال وسائط الميديا الجديدة ممارسات جديدة تعلي من دور الجمهور الذي كان ومازال مهما في الاتصال الجماهيري التقليدي.
 - تضاءلت سيطرة المرسل والمؤسسة الإعلامية التقليدية على العمل الإعلامي، بعد أن أصبح بوسع كل من يستطيع استخدام الأنترنت أو أية أداة أخرى من أدوات الميديا الجديدة أن يصبح إعلاميا بالشكل الذي يرغب فيه.
 - خلقت الميديا الجديدة فضاءات جديدة للتواصل والتفاعل بين الأفراد للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة.
 - ساعدت الميديا الجديدة على تعزيز الديمقراطية وحرية التعبير وخاصة في السياق العربي
 - فتحت عضوية الأفراد في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية الباب أمام الممارسة السياسية في الفضاء الرمزي.
 - يمكن للصحفي – من خلال وسائط الميديا الجديدة - أن يطور طرق جمعه للمادة الصحفية ووسائل التقائه بمصادره، حيث يمكن عقد مؤتمرات صحفية عن بعد والاتصال بهم عبر البريد الإلكتروني وعقد مؤتمرات فيديو ونقاشات جماعية وحجرات دردشة وأيضا الإطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي وعلى أفكار مواضيع صحفية مختلفة والبحث عن زوايا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.
 - تتسم الميديا الجديدة بعدة سمات متميزة، منها:

- التغطية الصحفية الفورية
- التغطية الصحفية الحية
- التغطية الصحفية المتعمقة
- التغطية الصحفية التفاعلية
- التغطية الصحفية متعددة الوسائط
- التغطية الصحفية المتكاملة
- التغطية الصحفية الذاتية
- المعالجة الصحفية المستمرة

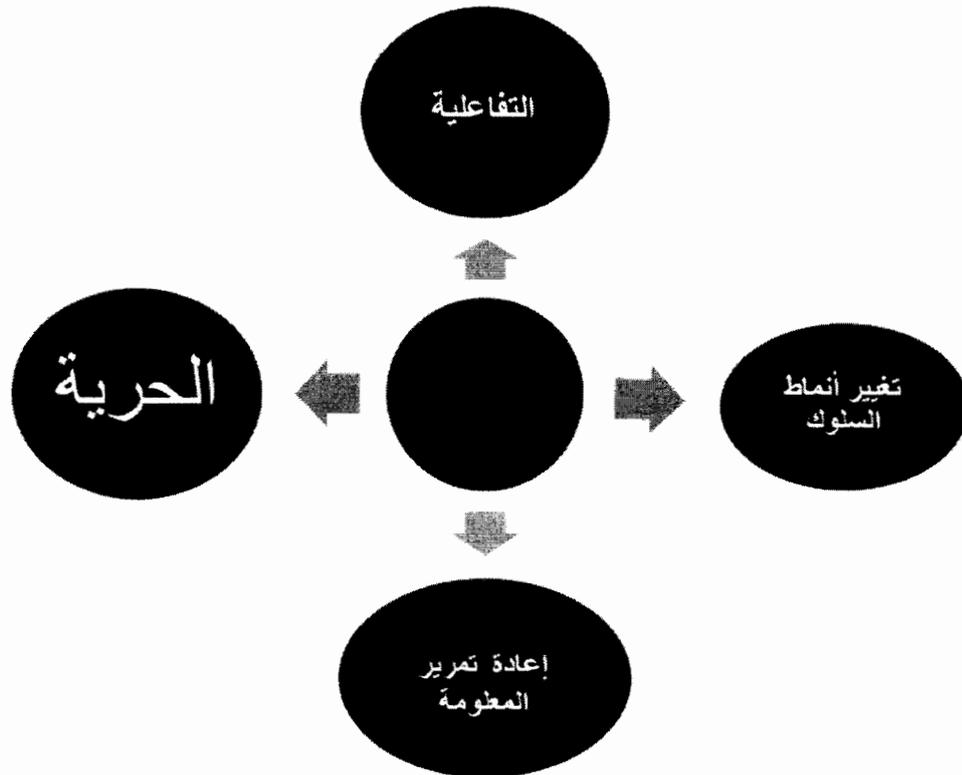
○ تتميز الميديا الجديدة بـ :

- السرعة في تغطية الأحداث
- توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافيا
- تحسين الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره
- ارتفاع نسبة القيم الإخبارية

○ أفرزت هذه الثورة الاتصالية بعض الظواهر:

- ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية
- زيادة مساحة المشاركة والتبادل والقابلية للتحرك والتوصيل والشبوع والانتشار
- الانتقال إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية
- تجاوز الدور الإخباري المناط بعهدة الوسائل التقليدية
- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في المواضيع الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم، بل والاعتماد عليهم في عمليات التعهيد الجماعي (crowdsourcing).

أضفت الميديا الجديدة عدة خصائص جديدة على العمل الصحفي، ففرضت على الصحفي واقعا مهنيا جديدا، حيث لا بد أن يكون ملما بالمعرفة التقنية لأسلوب التعامل والكتابة للوالب.

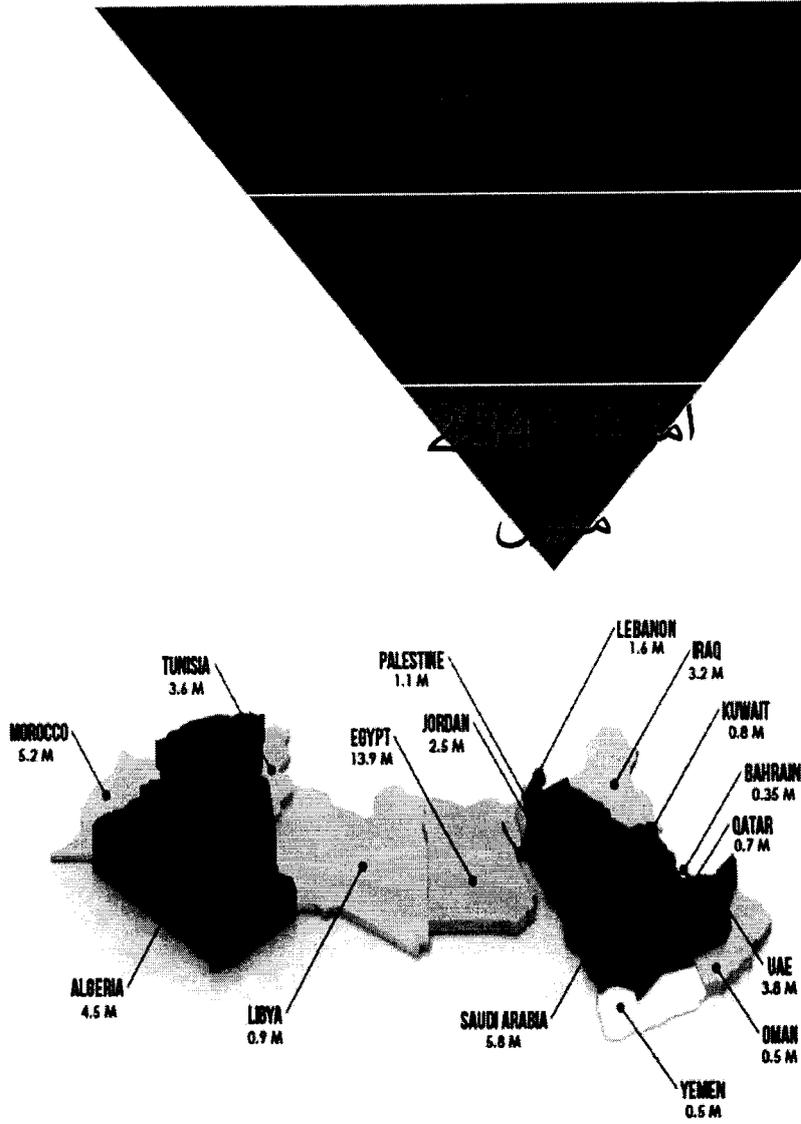


2 - الأبعاد الاجتماعية للميديا الجديدة:

- تعددت استخدامات الميديا الاجتماعية وخاصة في قاعات الأخبار وفي عملية الإنتاج الإخباري وجمع المعلومات وتنوع المصادر وتعددتها وتوظيف المضامين التي ينتجها المستخدمون في المادة الإخبارية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية.
- أظهرت الميديا الاجتماعية نتائج جديدة في علاقة بطرق استهلاك الأفراد لوسائل الإعلام التقليدية في سياق ما يعرف بتعدد الشاشات (الكمبيوتر والهاتف الذكي والشاشات اللوحية وتلفزيون الواب) وانتشار استخدام المنصات المحمولة لاستهلاك الأخبار وإمكانات إنتاج المضامين والتحكم في توزيعها.
- استطاعت تطبيقات الوسائط الاجتماعية وخاصة مواقع الفيسبوك وتويتر أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالوسائط المتعددة.
- سمحت الشبكات الاجتماعية أن تخلق جماعات اجتماعية ذات اهتمامات متجانسة سواء على مستوى محلي أو على صعيد عالمي.
- عمدت الشبكات الاجتماعية إلى تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي.
- أسهمت تطبيقات مواقع الشبكات الاجتماعية - عبر مواءمتها مع تقنيات الهاتف المحمول واللوحات الرقمية - في ظهور ما يمكن أن نسميه "ميديا الموبايل" أو إعلام الهاتف المحمول.
- أفرزت الميديا الاجتماعية العديد من المتغيرات الإعلامية، ومن أهمها تحويل المتلقي من مجرد مستقبل سلبي للمعلومة إلى صانع ومتفاعل وناشر لها في نفس الوقت.
- أسهمت الميديا الاجتماعية في إعلاء دور الجمهور:
 - عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم: أكثر من مليارين
 - عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم من خلال الشاشات اللوحية: 1.74 مليار
 - عدد مستخدمي تويتر في العالم: 238 مليون
 - عدد مستخدمي تويتر في العالم من خلال الشاشات اللوحية: 262 مليون أي 80 %

المصدر: <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/>

أرقام عن مستخدمي شبكة الفايبروك:



تتسم الميديا الاجتماعية بمجموعة من السمات:

- المرونة وانهايار فكرة الجماعات المرجعية بمعناها الكلاسيكي.
- لم تعد الحدود الجغرافية محددًا رئيسًا في تشكيل المجتمعات الافتراضية.
- نهايتها إلى عزلة.
- مجتمعات افتراضية لا تقوم على الإلزام بل على الاختيار.
- فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة.
- بدرجة عالية من اللامركزية تنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي.

3 - الميديا الجديدة والمقاربات البديلة للفضاء العمومي:

- يجتمع الأفراد في فضاءات المجال العمومي التقليدي لتبادل الآراء وتداول الأفكار والنقاش حول المسائل المتعلقة بالشأن العام.

- يتحول الاتصال في فضاءات المجال العمومي التقليدي من نظام ذي استخدامات عملية مرتبطة بالوظائف التقليدية (الإخبار والتثقيف والترفيه) إلى مورد أساسي للديمقراطية باعتبارها إدارة الجماعة لذاتها عبر النقاش.
- أصبحت الميديا الجديدة تؤسس لفضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنماطا متعددة من التفاعل وأنماطا جديدة من الكتابة (التدوين مثلا).
- خلق الفضاء العمومي الافتراضي أشكالاً جديدة من الفعل الجمعي.
- خلق الفضاء العمومي الافتراضي نخبا جديدة وهجينة: المدونون، مشرفو صفحات التواصل الاجتماعي، مسؤولو البيع والتسويق...
- منح هذا الفضاء شريحة الشباب فرصا جديدة للظهور والتعبير عن آرائهم داخل الفضاءات الافتراضية وأيضا ممارسة النقد الاجتماعي وإنتاج المضامين وممارسة أدوار جديدة عبر الجماعات الافتراضية (حملات المناهضة أو المناصرة الإلكترونية مثلا).

4 - صحافة المواطن أو الفضاءات التواصلية البديلة:

- إنتاج المحتويات الإعلامية الوسائطية لم يعد حكرا على المؤسسات الإعلامية المتخصصة.
- تعتبر ملايين المدونات التي يتم نشرها وتحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة على الأنترنت وروابط البث المباشر وتليفزيون الواقع من أهم النماذج لما ينتجه المواطن الصحفي.
- ألغت صحافة المواطن جوانب عديدة من ثوابت وسائل الإعلام التقليدي.
- تتيح مشاركة الأفراد في الحياة السياسية في خضم أزمة تمثيلية وسائل الإعلام التقليدية لكل الشرائح الاجتماعية.

(3) عرض حول دواعي وأهداف تأسيس
لجنة الإعلام الجديد

(3) تقرير الإدارة العامة حول دواعي وأهداف تأسيس لجنة الإعلام الجديد :

3-1 دواعي إنشاء لجنة الإعلام الجديد :

حرصا من اتحاد إذاعات الدول العربية على مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع الذي يميز المشهد السمعي البصري في المنطقة العربية والعالم وانسجاما مع توجهه القائم على الارتقاء المتواصل بمستوى أدائه ونوعية خدماته المقدمة إلى الهيئات العربية الأعضاء عمل الاتحاد على توفير كل الإمكانيات والوسائل لتأسيس لجنة متخصصة في الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية تعمل في إطار آليات واضحة ووفق معايير مضبوطة على إحكام توظيف واستخدام ما يُوفره الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية من مزايا وفرص في التبادلات التلفزيونية الإخبارية والبرامجية بين الهيئات الأعضاء.

وتنفيذا لتوصية المجلس التنفيذي الرابع والتسعين المنعقد بتونس يومي 7 و8/12/2015 « بإحداث لجنة متخصصة في الإعلام الجديد تضم ممثلي عن الهيئات الأعضاء من المسؤولين عن الإدارات والأقسام المتخصصة في المجال تعهد إليها مهمة وضع الآلية المناسبة في التعامل مع مجال الإعلام الجديد ».

تم تنظيم الاجتماع التأسيسي لهذه اللجنة بتونس في 4 و5/11/2016.

وقد شكل الاجتماع فرصة مناسبة لمسؤولي الإعلام الجديد ممثلي الهيئات الأعضاء ومدراء الأخبار أعضاء اللجنة الدائمة للأخبار المشاركين في هذا الاجتماع لمناقشة هذا الموضوع الذي عرضت خلاله الإدارة العامة للاتحاد حصيلة جهودها في الإعداد لاستحداث هذه اللجنة والوثيقة التأسيسية لها التي قامت بإعدادها بمشاركة خبير مختص في مجال الميديا الاجتماعية.

وقد تمت الموافقة بالإجماع على تأسيس هذه اللجنة المتخصصة والتوجيه بالشروع في تنفيذ ترتيبات وآليات عملها وذلك مواكبة لما يشهده مجال الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية من تطور متسارع وما يوفره من فرص بتوظيف تطور وتقنيات وتكنولوجيا التواصل الحديثة في منظومة التبادلات بين الهيئات الأعضاء.

وقد تم بمناسبة عقد الاجتماع التأسيسي للجنة تنظيم عرض خاص في استخدام وتبادل مضامين وسائط الإعلام الجديد عبر الشبكة السحابية ASBU Cloud وشرح آلية عملها والإمكانيات الهامة التي توفرها في مجال تبادل واستخدام المضامين الإخبارية الصادرة عن وسائط الميديا الاجتماعية والمزايا التي يمكن أن يُوفرها هذا النظام لإثراء نشاط اللجنة المتخصصة في الإعلام الجديد وتحديث نوعية وحجم التبادلات الإخبارية والبرامجية بين الهيئات الأعضاء فضلا عن الاستفادة من مزايا السرعة والنجاعة والفاعلية التي توفرها خدمات هذه الشبكة.

ويتنزل إنشاء لجنة الإعلام الجديد ضمن هذا السياق المتكامل الذي يعمل الاتحاد في إطاره على مواكبة التطورات التكنولوجية والمستجدات الإعلامية على المستويين العربي والدولي.

فبعد تجربة عمل تواصلت 3 سنوات لفريق عمل مكلف من قبل اللجنة الدائمة للأخبار لصياغة تصور حول طريقة تعاطي الاتحاد وهيئاته الأعضاء مع شبكات التواصل الاجتماعي ومتابعة تنفيذه، عقد خلالها فريق العمل ثلاث إجتماعات بدورية سنوية وقدم مجموعة من المقترحات البناءة والقيمة في اتجاه دعم نشاط الاتحاد وهيئاته الأعضاء في هذا المجال ، أوصت اللجنة بضرورة إحداث لجنة متخصصة في الإعلام الجديد بما يضيف مزيدا من النجاعة والجدوى للعمل في هذا التخصص لا سيما في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات وتقنيات الميديا الاجتماعية وأهمية استفادت الهيئات العربية من هذا التطور بما يمكنها من رفع التحديات الجديدة التي أفرزها تطور الإعلام الجديد.

وقد صادق المجلس التنفيذي الرابع والتسعين والجمعية العامة الخامسة والثلاثين على هذه التوصية وتولت الإدارة العامة للاتحاد اتخاذ الترتيبات الضرورية لإحداث هذه اللجنة إعتبارا لأهميتها وضرورة توفير كل المتطلبات لدعم نشاطها خدمة للهيئات الأعضاء.

(مرفق تقرير وتوصيات الاجتماع التأسيسي للجنة الإعلام الجديد)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ح.ح. * .ح.ح.

انعقد الإجتماع التأسيسي للجنة الإعلام الجديد بتونس يومي 4 و 5 نوفمبر/تشرين الثاني 2016

برئاسة المهندس عبد الرحيم سليمان المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية وحضور الأستاذ عباس عبود سالم مدير القناة الوثائقية العراقية بشبكة الإعلام العراقي ورئيس اللجنة الدائمة للأخبار ومسؤولي قطاع الإعلام الجديد بالهيئات الأعضاء إضافة إلى أعضاء اللجنة الدائمة للأخبار الآتي أسماؤهم :

1- شركة أبو ظبي للإعلام :

* الأستاذ / ابراهيم الأحمد
رئيس مركز الأخبار

* الأستاذ/ رائد الشايب
رئيس وحدة المكاتب الخارجية والتبادل الإخباري بمركز الأخبار

2- مؤسسة التلفزة التونسية :

* الأستاذ/ إلياس الجراية
مدير الاتصال

* الأستاذة/ سميرة مهداوي
رئيسة مصلحة التبادلات الإخبارية

3- المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري :

* الأستاذ/ عادل سلاقجي
ص.ح.ف.ي

4- الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون - سلطنة عمان :

- * الأستاذة/ سعاد بنت عبد الله الإسحاقية
مديرة مكتب التعاون الدولي والمكلفة بأعمال
رئيس قطاع الإعلام الإلكتروني
* الأستاذ/ جمعة الحراصي
مدير دائرة التحرير المرئي

5- شبكة الإعلام العراقي :

- * الأستاذ / عباس عبود سالم
مدير القناة الوثائقية
* الأستاذ / علي موسى فياض الكناني
مدير الأخبار

6- الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون - فلسطين :

- * الأستاذ/ زاهر زهد
رئيس وحدة الإعلام الإلكتروني

7- المؤسسة القطرية للإعلام :

- * الأستاذ/ عبد المجيد محمد جاسم الأنصاري
مستشار المدير لشؤون الأخبار

8- قناة ليبيا الوطنية :

- * الأستاذ/ محمد القريو
مستشار إخباري

9- اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري:

- * الأستاذ/ عمرو محمد جلال الشناوي
رئيس قناة النيل للأخبار

10- المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج :

* الأستاذه/حورية خثير	مديرة المركز
* الأستاذه/ محمد أحمد إبراهيم	منسق التبادلات الإخبارية
* المهندس / رائد حبش	مهندس اتصالات

11- المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني :

* الدكتور/ عدنان سلهب	رئيس قسم التدريب
-----------------------	------------------

12- الإدارة العامة للاتحاد :

* المهندس/عبد الرحيم سليمان	المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية
* الأستاذه/ محمد الفـرا	مدير إدارة الشؤون الإدارية والمالية
* المهندس/باسل الزعبي	مدير الادارة الهندسية
* الأستاذه/ مفيدة الإمام	رئيسة مكتب المدير العام
* المهندس/محمد عبد الله عثمان	رئيس قسم السواتل
* المهندسة/ إيناس الجبالي	رئيسة قسم الانتاج والتشغيل
* الأستاذه / ياسر جرانة	رئيس قسم الإذاعة
* الأستاذه/نبهة بن صالح	رئيسة قسم التلفزيون
* الأستاذه/ أحمد الأشقر	رئيس وحدة الأخبار
* الأستاذه/ أسماء سعيد	رئيسة وحدة البرامج التلفزيونية
* الأستاذه/ خميس الشايب	المسؤول الإعلامي

لدى ترأسه الجلسة الافتتاحية لأشغال اللجنة المتخصصة في مجال الإعلام الجديد أبرز المهندس عبد الرحيم سليمان المدير العام للاتحاد السعي الدؤوب للاتحاد على الارتقاء المتواصل بمستوى خدماته وجودة أداءه مبينا في هذا السياق أهمية مجال الميديا الإجتماعية والإعلام الجديد في المنطقة العربية والعالم ومشيرا إلى الدور المتنامي لوسائط الميديا الإجتماعية في المشهد السمعي البصري عموما وفي مجال التلفزيون بالخصوص.

كما بين المدير العام للاتحاد ما يشهده مجال الإعلام الجديد من تطور متسارع وقدرته المتنامية على التأثير في الرأي العام العربي والعالمي بما يفرض ضرورة مواكبة الاتحاد وهيئاته الأعضاء لهذا التطور والعمل على الاستفادة القصوى مما يوفره من فرص ومزايا في خدمة التبادلات الإخبارية والبرامجية.

وأشار المدير العام إلى أهمية هذا الإجتماع التأسيسي للجنة الإعلام الجديد الذي سيكون خطوة أولى نحو إرساء لجنة متخصصة في المجال تعمل وفق معايير محددة وآليات مضبوطة من أجل تأمين الاستخدام الأفضل والتوظيف الأمثل للتقنيات الحديثة في سبيل دعم التعاون المشترك وتحقيق أهداف الاتحاد.

ثم تم بعد ذلك عرض الوثائق التأسيسية لهذه اللجنة والتي تضمنت 3 محاور كبرى :

1) الوثيقة الأولى: أهمية إنشاء لجنة استشارية في الإعلام الجديد

- 1.1 تحديات الإعلام الجديد بالنسبة للهيئات الأعضاء في الاتحاد
- 2.1 توظيف الإعلام الجديد في مؤسسات الإعلام السمعي البصري العمومي العربي
- 3.1 تحديات الإعلام الجديد بالنسبة للهيئات العربية
- 4.1 تجارب مقارنة: سياسة الاتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون في مجال الإعلام

الجديد والميديا الاجتماعية

(2) الوثيقة الثانية: أوراق عمل الاجتماع الأول للجنة الإعلام الجديد

1.2 الأهداف العامة للجنة

2.2 مجال الاختصاص

3.2 المهام

4.2 العضوية

(3) الوثيقة الثالثة: نظام تبادل مضامين الإخبارية الشبكية الخاص بهيئات الاتحاد :

The ASBU OnLine News Exchange System

1.3 توصيف منظومة تبادل مضامين الإخبارية الشبكية

2.3 مستخدمو المنظومة

3.3 مكونات المنظومة من زاوية المحتويات

4.3 الاستخدامات الممكنة

5.3 الخصوصيات التقنية

6.3 إدارة نظام التبادل

وبعد نقاش معمق حول مختلف جوانب الوثيقة التأسيسية أوصت اللجنة بما يلي :

❖ ترحيب المشاركين في الاجتماع بتأسيس اللجنة المتخصصة في مجال الإعلام

الجديد والميديا الإجتماعية اعتبارا لحتمية مواكبة الاتحاد وهيئاته الأعضاء لما

يشهده هذا المجال من تطور.

❖ تمشين جهود الإدارة العامة للاتحاد في سبيل إحداث لجنة متخصصة في الإعلام

الجديد وإعداد الوثيقة التأسيسية لهذه اللجنة بمشاركة خبير مختص في المجال.

- ❖ حث الهيئات الأعضاء على تفعيل دور إدارات وأقسام الإعلام الجديد لديها ودعوة الهيئات التي لم تُحَدِّثْ بعد هذه الأقسام أو الإدارات إلى الإسراع بالقيام بذلك.
- ❖ تأكيد أهمية أن يكون أعضاء اللجنة المتخصصة في الإعلام الجديد ممثلي الهيئات الأعضاء فيها من الكفاءات الشابة المختصة بالمجال نظرا لما تتمتع به هذه الشريحة من روح المبادرة والتفاعل الإيجابي والسريع مع التطور المتسارع لقطاع الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية.
- ❖ تكون كل هيئة عضو بالاتحاد مسؤولة عن مضامين المواد التي تعرضها للتبادل ضمن شبكة تبادلات وسائط الإعلام الجديد للاتحاد كما يتعين أن تكون مالكة لحقوق التأليف للمواد التي تعرضها على التبادل.
- ❖ يتولى الاتحاد تأمين المتطلبات الهندسية الضرورية لمنظومة تبادل المضامين الشبكية ووضعها في خدمة الهيئات كما يتولى تأمين السلامة المعلوماتية لهذه الشبكة.
- ❖ تتولى اللجنة وضع ميثاق يتضمن المبادئ والمعايير التنظيمية والأخلاقية والمهنية الخاصة باستخدام مضامين التبادلات ضمن هذه الشبكة والمنسجمة مع المبادئ والمواثيق المعمول بها في منظومة التبادلات للاتحاد.
- ❖ تعقد اللجنة المتخصصة في الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية إجتماعا سنويا بحضور أعضاءها ويتم خلال الإجتماع القادم انتخاب رئيس ونائبي رئيس للجنة وفق الآليات المعمول بها في رئاسة اللجان الدائمة للاتحاد.

❖ تقوم الادارة العامة للاتحاد بإعداد وثيقة مفصلة حول مجالات اختصاص اللجنة ومهامها وعضويتها وآليات عملها وإرسالها إلى الهيئات الأعضاء لمنحها إمكانية الإلمام الكامل بمختلف جوانب عمل اللجنة.

❖ تأكيد الادارة العامة للاتحاد إستعدادها لتأمين خدمات الربط عبر منظومة المينوس السحابية MENOS-Cloud للهيئات الراغبة في ذلك بهدف توفير الفرص والامكانيات التي تتيحها هذه المنظومة في الاستفادة من المضامين والمواد الإخبارية والبرامجية المتبادلة عبر الإنترنت والميديا الإجتماعية.

❖ تتولى الادارة العامة تنظيم دورتين تدريبيتين خلال السنة القادمة 2017 في إطار برنامج التدريب التي ستنظمه أكاديمية التدريب بالاتحاد حول موضوعي :

- خدمات المينوس السحابية MENOS-Cloud

- الميديا الإجتماعية

❖ يعقد الاجتماع القادم للجنة الإعلام الجديد بتونس خلال فترة إنعقاد الاجتماع العاشر للجنة الدائمة للأخبار في النصف الثاني من سنة 2017.

(2-3) أهداف إنشاء لجنة الإعلام الجديد :

يمثل مجال الإعلام الجديد رهانا أساسيا بالنسبة للإعلام العمومي السمعي البصري العربي فهو يوفر لها موارد لتجديد ذاتها وتحديث طرق إنتاج المضامين وتوزيعها وتعزيز العلاقة مع الجمهور ضمن إعلام تفاعلي منفتح على محيطه وبيئته.

ويهدف إنشاء لجنة الإعلام الجديد بالخصوص إلى :

❖ توفير إطار إستشاري لتحقيق أهداف الاتحاد في الإرتقاء بخدماته الموجهة للهيئات الأعضاء.

❖ تطوير قدرات الهيئات العربية في مجال الإعلام الجديد على المستوى الصحفي والتحريري والبرامجي.

❖ تطوير قدرات الهيئات العربية على التعاون معا لتطوير الإستخدام والإبتكار في مجال الإعلام الجديد.

❖ توفير إطار جماعي للتفكير الإستراتيجي في مجال الإعلام الجديد.

❖ تعزيز إمكانيات وفرص النفاذ إلى المضامين المتداولة عبر وسائط الإعلام الجديد من خلال توظيف المنصات الجديدة للميديا الإجتماعية خاصة لدى فئات الشباب.

❖ تحديث وسائل الإعلام العمومية وتعزيز مكانتها ونوعيتها باعتبارها إعلاما يموله المجتمع وفي خدمة المجتمع.

3-3) نظام التبادلات الإخبارية والبرامجية الشبكية الخاص بالاتحاد :

The ASBU Online News Exchange System

هو نظام يمكن الهيئات الأعضاء من عرض وتبادل المضامين على مواقعها الإلكترونية (نصوص وصور وتقارير وفيديوهات قصيرة وملفات صوتية وبرامج وغيرها) بشكل حيني ومتواصل.

ويتيح هذا النظام توفر منصة إلكترونية للمواد والمضامين المتأتية من المواقع الإلكترونية للهيئات ومن إنتاجاتها الإخبارية والبرامجية المختلفة وتوظيفها لفائدة باقي الهيئات الأعضاء في الاتحاد لاستخدامها والاستفادة منها في مواقعها الخاصة بها.

ويتم في إطار هذا النظام تبويب المضامين وفق مجالات متخصصة (رياضة - سياسة - اقتصاد - ثقافة - منوعات).

ويكون هذا النظام متاحا للهيئات الأعضاء فقط ويفتح الإستخدام مضامينه أمام صحفيي الهيئات التحريرية الخاصة بالمواقع وبغرف الأخبار والمنتجين بالقطاعات البرامجية وفق ضوابط تقنية تضمن السلامة المعلوماتية للنظام والنفاد إليه استنادا إلى معايير وضوابط تحدد ضمن إتفاقية إستخدام وميثاق مهني وأخلاقي يتم الإتفاق بشكل جماعي بين الهيئات الأعضاء على مبادئه.

(مرفق مشروع إحداث لجنة الإعلام الجديد)

الاختصاصات ونظام تبادل المضامين الشبكية)

مشروع إحداث لجنة الإعلام الجديد: اختصاصات اللجنة

terms of reference

ونظام تبادل المضامين الإخبارية الشبكية الخاص بهيئات الاتحاد

الفهرس

1. الوثيقة الأولى: شرح الأسباب أو في أهمية إنشاء لجنة استشارية في الإعلام الجديد
 - 1.1 تحديات الإعلام الجديد بالنسبة للهيئات الأعضاء في الاتحاد
 - 2.1 توظيف الإعلام الجديد في مؤسسات الإعلام السمعي البصري العمومي العربي
 - 3.1 تحديات الإعلام الجديد بالنسبة للهيئات
 - 4.1 تجارب مقارنة: سياسة الاتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون في مجال الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية
2. الوثيقة الثانية: أوراق عمل الاجتماع الأول للجنة الإعلام الجديد
 - 1.2 الأهداف العامة للجنة
 - 2.2 مجال الاختصاص
 - 3.2 المهام
 - 4.2 العضوية
3. الوثيقة الثالثة: نظام تبادل مضامين الإخبارية الشبكية الخاص بهيئات الاتحاد
 - 1.3 توصيف منظومة تبادل مضامين الإخبارية الشبكية
 - 2.3 مستخدمو المنظومة
 - 3.3 مكونات المنظومة من زاوية المحتويات
 - 4.3 الاستخدامات الممكنة
 - 5.3 الخصوصيات التقنية
 - 6.3 إدارة نظام التبادل

الوثيقة الأولى

1. شرح الأسباب أو في أهمية إنشاء لجنة استشارية في الإعلام الجديد New Media

1.1. تحديات الإعلام الجديد بالنسبة للهيئات الأعضاء في الاتحاد

يمثل الإعلام الجديد أو الرقمي Digital media أو New Media رهانا أساسيا بالنسبة للإعلام العمومي السمعي البصري العربي.

فالإعلام الجديد يمثل بالنسبة إلى مؤسسات الإعلام السمعي البصري العمومي العربي موارد لتجديد ذاتها تنظيميا وتجديد طرق إنتاج المضامين وتوزيعها وتعزيز العلاقة مع الجمهور لتطوير نموذج جديد لإعلام سمعي بصري عمومي منفتح على بيئته فقال.

كما أن الإعلام الجديد يسمح بتعزيز النفاذ إلى الإعلام العمومي السمعي البصري العربي من خلال توظيف المنصات الجديدة وخاصة منصات الميديا الاجتماعية خاصة لدى فئات مخصوصة كفئات الشباب.

كما يتيح توظيف منصات الإعلام الجديد وتطبيقاته (مواقع الانترنت، تطبيقات الميديا الاجتماعية، تطبيقات المنصات المحمولة) من تحديث الإعلام العمومي-السمعي البصري العربي وتعزيز مكانته وشرعيته باعتباره إعلاما يموله المجتمع في خدمة المجتمع.

ويمثل الاستثمار في منصات الإعلام الجديد وتطبيقاته أمرا حيويا بالنسبة للإعلام العمومي السمعي البصري العربي نظرا لتغير بيئة الإذاعة والتلفزيون: ظهور تكنولوجيات جديدة لاستهلاك وسائل الإعلام، ظهور تكنولوجيات جديدة لتوزيع المضامين مكانة وتعاضم المنصات المحمولة.

1.2. توظيف الإعلام الجديد في مؤسسات الإعلام السمعي البصري العمومي العربي

- ضعف استخدام منصات الإعلام الجديد وتطبيقاته ومواقع الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العمومية التي لا تزال غير مبتكرة وغير متفاعلة بالشكل الكافي مع التصورات في هذا المجال.
- ضعف الموارد البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام الجديد المختلفة والموارد البشرية (الصحفية والتقنية).
- محدودية التخطيط الاستراتيجي في مجال الإعلام الجديد إذ نلاحظ في هذا المجال غياب المشاريع الابتكارية والتجريبية
- أنظر على سبيل المثال ما تقوم به البي بي سي ¹ bbcnewslab أو التلفزيون العمومي الفرنسي ² France Tv nouvelles écritures
- ضعف المبتكرات الصحفية والبرمجية في مجال الإعلام الجديد على غرار المضامين الصحفية الشبكية التفاعلية Web documentary و Interactive features و Visual stories و Interactive maps and graphics
- و Interactive storytelling و Interactive timeline

1.3. تحديات الاعلام الجديد بالنسبة للهيئات

- تطوير استراتيجية واضحة المعالم في مجال الإعلام الجديد تتصل ب
- تأهيل الموارد البشرية
- تطوير منصات جديدة لتوزيع المضامين (منصات محمولة، منصات الميديا الاجتماعية)
- إدماج التكنولوجيات الجديدة في طرق إدارة البرامج والتفاعل مع الجمهور
- تطوير استراتيجيات خاصة بكل المنصات Cross media

1.4. تجارب مقارنة: سياسة اتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون UBE في مجال

الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية

وضع الاتحاد الأوروبي عدة آليات عمل في مجال الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية

¹ <http://bbcnewslabs.co.uk>.

² <http://nouvelles-ecritures.francetv.fr/>

– وحدة **Media Online Services Unit** وحدة متخصصة في المحتوى الرقمي
Digital content تقدم خدمات وتقارير في مجالات السرد الإخباري الرقمي **Digital**
Storytelling والميديا الاجتماعية والكفاءات الرقمية **Digital Skills**

الرابط: <http://www3.ebu.ch/about/media-online>

– **Storytelling and Social Media Database** وهي قاعدة بيانات أنشأتها وحدة **Unit**
Media Online Services. وتجمع قاعدة البيانات كل ما يتصل باستراتيجيات الهيئات
الأعضاء في مجال الميديا الاجتماعية

الرابط: <https://www3.ebu.ch/fr/learning-networking/socialmedia-db>

– قمة الميديا الاجتماعية **Social media Summit**

قمة سنوية تجمع خبراء الميديا الاجتماعية للنقاش في تصورات الميديا الاجتماعية

الرابط لقمة **2016**

www3.ebu.ch/fr/contents/events/2015/03/social-media-trends-summit-2015.html

فريق عمل اتجاهات الميديا الاجتماعية **Eurovision Social media trend groups**

فريق فرعي أنشأته وحدة خدمات الإعلام الشبكي وحدة **Media Online Services Unit** يجمع
منذ **20** سبتمبر **2015** خبراء الميديا الاجتماعية اللذين يعملون في الهيئات الأعضاء

الرابط <http://www3.ebu.ch/fr/groups/media-online/social-media-trends-group.html>

مجلة خاصة بالميديا الاجتماعية وغرف الأخبار **Social newsroom**

وهي مجلة شهرية خاصة بتطبيقات الميديا الاجتماعية في غرف الأخبار. وقد صدر منها **9** أعداد. وتجمع
المجلة التجارب الجيدة **Best practices** في مجال استخدامات الميديا الاجتماعية والتفاعل مع
الجمهور **Audience participation** ومضامين المستخدمين **User Generated content**

الرابط https://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/magazine/SocialNewsRoom_01/index.html

الوثيقة الثانية

أوراق عمل الاجتماع الأول للجنة الإعلام الجديد

وثيقة تتضمن تحديدا لاختصاصات اللجنة terms of references

الوثائق التي استندنا إليها لإنجاز العمل

- خطة عمل الاتحاد لعام 2015
- توصيات الاجتماع الثاني المنعقد بالجزائر في 3-4-5. 2014.
- مخرجات اجتماع 9-10 أبريل-نيسان 2015 الاجتماع الثالث لفريق العمل المكلف بمتابعة وتنفيذ طريقة تعامل الاتحاد مع شبكات التواصل الاجتماعي
- النظام الداخلي للجمعية العامة والمجلس التنفيذي والمكتب التنفيذي للشؤون الطارئة واللجان الدائمة لاتحاد إذاعات الدول العربية سبتمبر 2000 الاختصاصات الدائمة الخاصة بالإعلام الجديد

اللجنة الدائمة للإعلام الجديد هي أحد الهياكل الاستشارية الرئيسية التي يحقق بواسطتها الاتحاد أهدافه التي نصت عليها اتفاقية.

1. الأهداف العامة للجنة

- تطوير القدرات المؤسسية للهيئات في مجال الإعلام الجديد على المستوى الصحفي (التحريري) والبرامجي
- تطوير القدرات التعاونية للهيئات على العمل معا لتطوير قدراتها الابتكارية في مجال الإعلام الجديد. فاللجنة تمثل الأهداف العامة للجنة
- تطوير القدرات المؤسسية للهيئات في مجال الإعلام الجديد على المستوى الصحفي (التحريري) والبرامجي
- تطوير القدرات التعاونية للهيئات على العمل معا لتطوير قدراتها الابتكارية في مجال الإعلام الجديد إطارا جماعيا للتفكير الاستراتيجي في مجال الإعلام الجديد وفريق عمل Task Force لتطويره سياسات عملية في هذا المجال.

2. مجال الاختصاص

- تشمل أعمال هذه اللجنة المجالات المتصلة بالإعلام الجديد وتطبيقاته في:
- تطبيقات الإعلام الجديد في مجال الإذاعة والتلفزيون: التلفزيون عند الطلب، (Video On Demand)، التلفزيون عبر الانترنت IP TV، مواقع الإذاعة والتلفزيون على الانترنت....
 - الميديا الاجتماعية social media ومواقعها وتطبيقاتها المختلفة التي توظفها مؤسسات الإذاعة والتلفزيون.
 - المنصات المحمولة: تطبيقات الهواتف الذكية smartphones والشاشات اللوحية tablett

3. المهام

- وتشمل مهام اللجنة:
- أولا: الرصد الاستراتيجي في مجال التكنولوجيا Technology intelligence والاستشراف prospective
 - التخطيط لإنجاز التقارير الخاصة برصد اتجاهات الإعلام الجديد وتطبيقاته في الإذاعة والتلفزيون. وبالنظر إلى طبيعة مجال الإعلام الجديد وتطوراته المتواصلة فإن اللجنة تسعى إلى إرساء منظومة متكاملة ومؤسسة لرصد هذه التطورات من خلال إنتاج تقرير سنوي حول المجال يعني بأهم تطورات الإعلام الجديد. ويمثل هذا التقرير أداة من أدوات التخطيط الاستراتيجي strategic planification وأخذ القرار decision making tool في مجال الإعلام الجديد لفائدة مؤسسات الإعلام العمومي العربي.

ثانيا : التدريب في مجال الإعلام الجديد

- تعمل اللجنة على تصميم خطط عملية في مجال التدريب في مجال الإعلام الجديد بما في ذلك التخطيط لدورات. وفي هذا الإطار تعمل اللجنة على رصد اتجاهات التدريب العالمية في مجال الإعلام الجديد وتنجز تقريرا يتضمن أهم هذه الاتجاهات مما يساعد الهيئات الأعضاء على تصميم سياساتها الخاصة في مجال التدريب في الإعلام الجديد.

ثالثا الدراسات والنشر

- تعمل اللجنة على التعاون مع اللجان الأخرى لتطوير الاهتمام بالإعلام الجديد وتقديم مقترحات لهيئة مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية لتخصيص ملفات أو دراسات خاصة بالإعلام الجديد. كما أنها تقترح، بالعودة إلى ما تقوم به في مجال الرصد الاستراتيجي والاستشراف قائمة في المسائل التي يمكن تناولها في المجلة وفي سلسلة الدراسات.

رابعا في مجال التطبيقات التكنولوجية الخاصة بغرف الأخبار

- تعمل اللجنة على وضع آليات لدعم قدرات الهيئات الأعضاء على الابتكار وعلى تطوير تطبيقات مبتكرة في مجال الإعلام الجديد بما في ذلك الميديا الاجتماعية على وجه الخصوص لفائدة الهيئات الأعضاء وخاصة في مجال الأخبار وفي غرف الأخبار.
- كما تعمل اللجنة على دعم سياسات الهيئات الأعضاء في مجال تطوير قدراتها على توظيف تطبيقات الإعلام الجديد في مجال الإنتاج الإخباري. ولتحقيق هذا الهدف المخصوص يمكن للجنة أن تطور بالتعاون مؤسسات خاصة عالمية وعربية تطبيقات خاصة بغرف الأخبار لصالح الهيئات

خامسا في مجال تطبيقات الإعلام الجديد في البرامج غير الإخبارية

- بالنظر إلى أهمية الميديا الاجتماعية في مجالات التسويق والعلاقة بالجمهور فإن اللجنة تعمل على تطوير قدرات الهيئات من خلال تطوير حلول تعاونية تسمح بتملك الهيئات لهذه التطبيقات (من خلال تطوير حلول تكنولوجية لفائدة الهيئات بالتعاون مع منظمات شريكة داعمة أو من خلال مؤسسات خاصة).

4. العضوية

- ينتمي إلى اللجنة رؤساء اقسام الإعلام الجديد ورؤساء أقسام الأخبار والبرامج، بالنظر إلى خصوصية الإعلام الجديد وتطبيقاته التي تشمل كل مجالات الإذاعة والتلفزيون

الوثيقة الثالثة

نظام تبادل مضامين الإخبارية الشبكية الخاص بهيئات الاتحاد

THE ASBU ONLINE NEWS EXCHANGE SYSTEM

تنتج الهيئات الإذاعية والتلفزيونية، أعضاء الاتحاد، مضامين خاصة بمواقعها الإخبارية. وتختلف هذه المضامين المتاحة على المواقع عما ييثر في القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية إذ يمكن أن تكون هذه المضامين:

- نصوص
- نصوص + صور
- نصوص وفيديوهات قصيرة
- نصوص وملفات صوتية قصيرة
- فيديوهات لبرامج كاملة في إطار تكنولوجيا Replay (نشرة إخبارية كاملة أو سهرة تلفزيونية)

1. توصيف منظومة تبادل مضامين الإخبارية الشبكية

يتمثل المقترح الذي نتقدم به في وضع نظام يمكن الهيئات الأعضاء من تبادل المضامين المتاحة على مواقعها. ويتيح هذا النظام منصة لموارد متأتية من مواقع الهيئات الأعضاء والتي يمكن أن توظفها الهيئات التحريرية للمواقع الإخبارية التابعة للهيئات الأعضاء على وجه الخصوص.

يتمثل النظام في منظومة إنترانت داخلية Intranet في شكل موقع واب داخلي أو بوابة داخلية web portal يقوم بتجميع كل المضامين المنشورة على مواقع الهيئات الإخبارية بشكل حيني (كل المواد التي تنشر حينيا على المواقع الهيئات وعلى صفحاتها في مواقع الميديا الاجتماعية)

ويقع تبويب هذه المضامين وفق المعايير التالية:

- تقارير news report
- فيديوهات video files
- ملفات صوتية audio files
- رسوم بيانية infographics
- صور photos

2. مستخدمو المنظومة

- صحفيو الهيئات التحريرية الخاصة بالمواقع
- صحفيو الهيئات التحريرية في غرف الأخبار الخاصة بالقنوات التلفزيونية
- صحفيو الهيئات التحريرية في غرف الأخبار الخاصة بالقنوات الإذاعية
- ولا يمكن لهيئة غير منخرطة في المنظومة أن تنفذ إليها أو أن تستخدم مضامينها، إذ يمكن الانطلاق بشبكة لا تضم بالضرورة كل الهيئات الأعضاء.

3. مكونات المنظومة من زاوية المحتويات

- تقارير مكتوبة
- تقارير صوتية
- تقارير فيديو
- رسوم بيانية Graphics

كما يمكن أيضا تبويب المضامين وفق مجالات مخصوصة:

- رياضة
- سياسة
- اقتصاد

4. الاستخدامات الممكنة

تمكن هذه المنظومة مستخدميها من:

- البحث داخل هذه البوابة للاطلاع على المضامين، تقارير نصية، تقارير صوتية، تقارير فيديو، رسوم بيانية Graphics
- إعادة استخدام المضامين بالطرق الآلية:
 - إعادة نشر المادة على مواقه الهيئات (مع ذكر المصدر)
 - توظيف ملف صوتي أو فيديو في إطار تقرير آخر. وعلى هذا النحو يتحوّل الموقع إلى بنك معطيات للمضامين Content Data base مما يجعل منه وكالة أنباء داخلية متعدّدة الوسائط متاحة إلى كل الهيئات التحريرية للهيئات الأعضاء.

مثال: يمكن لصحفي من هيئة ما أن يعدّ تقريراً عن قطاع الزراعة في العالم العربي أن يبحث عن تصريح لوزير عربي في الزراعة في شكل ملف فيديو لإدراجه في تقرير إخباري خاص بالموقع وهكذا توفر البوابة مصدراً جديداً لملفات الفيديو والصوت لشبكة الهيئات الأعضاء.

5. الخصوصيات التقنية:

- موقع وب (نظام تبادل) متاح فقط لأعضاء الهيئات التحريرية لمواقع الهيئات الأعضاء مع إمكانية فتحه للهيئات التحريرية للمحطات في إطار منطلق الاندماج **Converged news room**
- إضافة تطبيق خاص يتيح النشر الآلي للمضامين المنشورة على موقع الهيئة مباشرة في منظومة التبادل
- تتكون المنظومة كما يمكن أن نرى ذلك في الرسم البياني التالي من ثلاثة مكونات:
- قاعدة بيانات **database**: تجمع كل المواد التي يتم تجميعها آلياً من مواقع الهيئات ثم يخزنها في قاعدة بيانات مشتركة.
- محرك بحث فعال يتيح البحث في قاعدة البيانات التي تتوفر على معطيات وقع رسمها
- تصميم واجهة عرض تفاعلية **Interface** تتيح عرض كل المواد بطريقة حينية وحسب المواضيع...
- تصميم مدخل خاص بالملفات الصوتية
- مدخل خاص بملفات الفيديو

6. إدارة نظام التبادل

- يدير الموقع فريق يتكون من صحفي (1) لإدارة المضمون ومن متخصص تقني (1) لإدارة الموقع تقنياً. ويخضع نظام التبادل إلى مسؤولية قسم الإعلام الجديد.
- كما سيتيح النظام إلى رؤساء تحرير المواقع التابعة للهيئات بأن يحذفوا المضمون التي لا يرغبون في نشرها متى يشاؤون ذلك بشكل آلي دون الرجوع إلى المسؤول التحريري على المنظمة أو إلى المسؤول التقني عنها

- كما تضع لجنة الإعلام الجديد اتفاقية استخدام خاص بالملكيّة الفكرية وحقوق التأليف (أنظر على سبيل المثال نموذج

EURORADIO NEWS EXCHANGE

https://euroradionews.ebu.ch/images/euroradio_news__rules_E.pdf

وتضع كذلك ميثاق استخدام بين الأعضاء بعد الاتفاق بشكل جماعي على مبادئها

4) الجوانب التقنية والتشغيلية للإعلام الرقمي

خدمات الشبكة السحابية ASBU Cloud



توطئة:

لقد شهدت أنظمة الاتصالات على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي تطورات كبيرة أدت إلى توفير خدمات الانترنت بوثوقية عالية وبتدفق ممتاز. إضافة إلى ذلك، فإن التطور المستمر الذي تشهده البرمجيات وإدارة الخدمات السحابية، تسمح باستخدامات متعددة لهذه البرمجيات في نفس الوقت. ونذكر منها على سبيل المثال : البث المباشر ونقل الملفات وإجراء عمليات الإنتاج والتحرير على خدوم الشبكة السحابية، حيث أصبح من الممكن نقل غرف الأخبار إلى المنزل والسيارة. ونسوق كمثال حيّ لهذه الاستخدامات الانتخابات الأمريكية التي عمدت إلى استخدام الشبكة السحابية في تغطيتها الإخبارية بواقع 36527 ساعة موزعة بين نقل الملفات والبث الحيّ حيث بلغ العدد الإجمالي للبث المتزامن 365 برنامجا.

التعريف

تعتمد الشبكة السحابية على ثلاث ركائز أساسية وهي :

- خدمات البنية التحتية وتتألف من خوادم واجهزة الخزن والاسترجاع للخزن ونظام الحماية للشبكة وتوزيع وموازنة الاحمال.
- خدمات قواعد البيانات وخدوم تصفح الانترنت وادوات التطوير والتسييل.
- البرامج التطبيقية مثل مونتاج البرامج ومعالجة النصوص وتعميمها على الجهات المعنية ربطها مع وسائل التواصل الاجتماعي.
- المستخدم يتولى النفاذ على خدمات الشبكة السحابية عبر المتصفح والهاتف المتنقل والحاسوب الشخصي.

الفوائد المتوخاة من الشبكة السحابية

- خفض الكلفة المالية الرأسمالية
- المشاركة في البرمجيات والخدمات والتي ستؤدي الى خفض الكلفة المالية على جميع المستويات ، التشغيل والصيانة والادارة...الخ.
- انشاء الشبكات التقديرية مما يسمح :
 - لأعضائها النفاذ الى المعلومة في اي وقت من اي مكان. سواء المنزل او خارج اماكن العمل.
 - مشاركة العمل مع مراسلين وصحفيين من خارج الهيئة.
- استخدام خطوط الانترنت وشرائح الموبايل من الجيل الثالث (4G, 3G).

البنية التحتية لشبكة الاتحاد :

البنية التحتية

○ لندن (المركز الرئيسي للبيانات TELEHOUSE Data Centre) :

تحتوى على خوادم للتبادل التدفقي (Streaming) والملفات (Files)، خوادم للتخزين المركزي، أجهزة الحماية Security Equipment ، أجهزة المحولات والوصلات المتقاطعة (Routers & Cross Connections)، الإنترنت ذات السعات العالية (1Gbits & Above)

○ تونس (الإدارة العامة للاتحاد) :

تحتوى على خوادم للتبادل التدفقي (Streaming) والملفات (Files)، خوادم للتخزين المركزي، أجهزة الحماية Security Equipment ، أجهزة المحولات (Routers)، الإنترنت ذات السعات المتوسطة و أجهزة ثابتة ومحمولة للدخول الى الشبكة السحابية.

○ الجزائر (مركز تشغيل المينوس):

تحتوى على خوادم للتبادل التدفقي (Streaming) والملفات (Files)، خوادم للتخزين المركزي ، خدوم MAM Server لإدارة الدخول لنظام المينوس (الأرشيف المركزي والمحلى وجزر المونتاج...الخ) أجهزة الحماية Security Equipment وأجهزة المحولات (Routers)، الإنترنت ذات السعات المتوسطة .

الخدمات التي تقدمها شبكة الاتحاد :

- تبادل المحتويات الاخبارية والبرامجية والرياضة.
- توفير منصة لربط حسابات تويتر للبرامج والقنوات الهيئات الاعضاء.
- ستسمح بالتنسيق والتواصل عند تطوير تطبيقات VOIP.
- يمكن تطوير تطبيقات الـ OTT في المستقبل

أهم مميزات شبكة الاتحاد السحابية ASBU-Cloud :

1. ارتباطها بشبكة المينوس للتبادل البرامجي والاخباري حتى تتمكن الهيئات الأعضاء الغير مرتبطة بنظام المينوس من الاستفادة من التبادلات البرامجية والاخبارية من خلال مدها بالأجهزة المطلوبة لربطها بمركز تشغيل المينوس (NOC) باستخدام خطوط الانترنت. (مثال : هيئات فلسطين والصومال وجزر القمر وجيبوتي والتي أوصى المجلس التنفيذي في اجتماعه الأخير بمدعم بهذه التجهيزات)
2. إمكانية تخزين المحتوى (البرامجي والاخباري) في الخدوم Servers واستعادتها وقت الحاجة من خلال وصلات الانترنت
3. إمكانية تبادل المحتوى في شكل تدفقي Streaming أو ملف File وسعات كبيرة على نظام التلفزيون القياسي (SDTV) والعالى الدقة (HDTV) ومستقبلا الفائق الدقة (UHD)
4. ربط غرف الأخبار (News Room) مع شبكة المينوس لتسهيل التعامل مع الملفات وتبادلها بكل يسر وفعالية داخل غرف الأخبار وتبادلها من خلال نظام المينوس والشبكة السحابية.
5. ربط المراسلين والمكاتب الخارجية لدى الهيئات داخل و/أو خارج المنطقة العربية وبالتالي خارج منطقة تغطية المينوس.
6. استخدام البرمجيات الحاسوبية مضمنة التعريفات للخدمات لتسهيل استخدام هذه الشبكات وربطها بنظام المينوس (الحجز والتنفيذ والفوترة).

والجدير بالذكر أن الخدمات السحابية لا تتطلب ساعات عالية للانترنت وإنما تحتاج إلى ساعات تتراوح ما بين 6 إلى 20 ميجابت في الثانية حتى تتمكن من استقبال وإرسال المادة بجودة جيدة.

وعليه فإن خدمات الشبكة السحابية ستمكن الهيئات الأعضاء من تطوير أداءها ورفع مستوى خدماتها من خلال إدخال الخدمات السحابية ضمن عملية الإنتاج والبث وتبادل الأخبار والبرامج بتقنية التلفزيون عالي الدقة ناهيك عن خفض كلفة التشغيل والتبادل.

تطوير الخدمات المستقبلية للشبكة الاتحاد

- يسعى الاتحاد الى تطوير تطبيقات إضافية ليتم استخدامها وتشتمل على ما يلي :
- تطبيقات معدلة لشبكة نقل المحتوى (CDN) تستخدم بروتكول مخطط بيانات المستخدم (UDP) للنقل المتدفق (TS) فوق مخرج (ASI) ، لتمكين استغلال أجهزة الترميز وفك الترميز (DVB-Codex) الحالية في الشبكة السحابية.
 - تطبيقات الاتصال الصوتي فوق الانترنت (VoIP)
 - تطبيقات إدارة المحتوى الإعلامي (MAM) للأرشفة والإنتاج الإذاعي (تلفزيون + راديو).
 - تطبيقات الاعلام الجديد (New Media)



ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية

جامعة الدول العربية

وسائل الإعلام الحالية وأفاق الإعلام الرقمي الجديد

– التدابير المرافقة –

إدارة التكنولوجيا والتطوير

أكتوبر 2017

وسائل الإعلام الحالية وأفاق الإعلام الرقمي الجديد - التدابير المرافقة -

تحديات الاعلام الحالي:

تحتل الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العمومية مكانة هامة ومرموقة في توزيع الإعلام السمعي البصري عبر البث الإذاعي الأرضي والساتلي أما بالنسبة لتوفيرهم للمحتوى على الأنترنت فالأمر يختلف تماما حيث تحديات عديدة أهمها ما يلي:

1- ظهور لاعبين ومنافسين جدد

فإضافة إلى مواجهتهم للمنافسة من قبل قنوات إذاعية خاصة فهم يواجهون منافسة شرسة من لاعبين جدد على النت مختصين بتوزيع الأخبار مثل BuzzFeed و Huffington Post على المستوى العالمي، بينما نجد عدد المواقع المحلية على المستوى الوطني ومختصين في توزيع الفيديو حسب الطلب مثل Netflix و Amazon ووسطاء رقميين بما فيهم محركات البحث مثل Google ومواقع مستضيفة للفيديو مثل Youtube وشبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook.

2- عدم توفر المصادر المالية والموارد البشرية من أسباب ضعف تواجد

الإعلام الإذاعي العمومي على النت

إن أغلب الجهود والموارد تتركس لبلوغ المتلقين عبر البث الإذاعي Broadcast وهذا الالتزام غير موجود بالنسبة للـonline.

3- النفاز للانترنت وأثرها على المتابعة الإعلامية :

إن نفاز المشاهدين للنت بشكل متزايد عن طريق الهاتف الجوال والحواسيب اللوحية والابتعاد شيئاً فشيئاً عن الحواسيب المحمولة يفرض تخيين استراتيجية التواجد online عن طريق الهواتف الجواله.

4- شبكات التواصل الاجتماعي عند الشباب

تموقع وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الفئات الشبابية في النفاز الى الاعلام. يفرض تواجد المحتوى الاعلامي العمومي على هذه المنصات بشكل محكم للتواصل مع هذه الفئة.

ويمكن حوصلت دواعي التغيير فيما يلي:

- 1- محتوى إعلامي كثيف ومتنوع وجذاب يوفره منافسون جدد على الأنترنت والهاتف الجوال وإقبال المشاهدين عليه وخاصة الفئات الشبابية.
- 2- عدد المتلقين للإعلام من خلال الهواتف الذكية في ارتفاع نظرا لوفرة الهواتف الجواله وانخفاض أسعارها في الأسواق وازدياد ذكائها.
- 3- نفاز المتلقين المكثف للواب عبر الهواتف الجواله عوضا عن الحواسيب المحمولة.
- 4- التواجد المكثف للمتلقين على شبكات التواصل الاجتماعي وضرورة الوصول إليهم على هذه المنصات.
- 5- الظروف الاقتصادية للعديد من البلدان تفرض التقليل من النفقات فيما يخص الإعلام العمومي مما يفرض عليها أن تنجز أكثر بأقل تكاليف.

وبالنسبة لمؤسسات الإعلام الإذاعي العمومي الراغبة في تعزيز تواجدها الإعلامي online أن تنتهز الفرص التي يمنحها الإعلام الرقمي لتحافظ على بقائها في المشهد الإعلامي وفيما يلي بعض التدابير التي من شأنها أن تساعد على ذلك:

1. تطوير طرق عمل المؤسسات الإذاعية العمومية وتحديث هياكلها

التنظيمية

2. تطوير استراتيجية التواجد online من خلال تكييف التوزيع على

الأنترنت لاستقباله على الهاتف الجوال

3. تطوير التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي

تطوير طرق عمل المؤسسات الإذاعية العمومية وتحديث هياكلها التنظيمية

الانتقال نحو إنتاج وتوزيع المحتوى السمعي البصري عبر منصات مختلفة: الإذاعة، التلفزيون، والأنترنت، الهاتف الجوال بطريقة سريعة و ناجعة وبتكاليف منخفضة أمر صعب ويتطلب الكثير من الوقت والجهد وتنسيق الجهود وطريقة جديدة في التفكير والتسيير.

فالحلول التكنولوجية متوفرة اليوم وتسمح بالاستخدام المشترك لمنصات الإنتاج والتشغيل الرقمية والتي تعتمد تكنولوجيات المعلومات من حواسيب وحوادم وشبكات معلومات محلية تعتمد بروتوكولات ال IP ووصلات نفاذ للأنترنت عالية السرعة.

هذا وتسهل هذه الحلول بشكل كبير عملية إعادة استخدام المحتوى و إعادة صياغته (re formatting) لتوزيعه عبر منصات مختلفة.

فيمكن لفرق الإنتاج الخارجية أن تصور وتسجل المحتوى على معدات تسجيل مشتركة shared storage. يمكن بعد ذلك لمختلف المتدخلين من الاذاعة والتلفزيون والأنترنت والهاتف الجوال وشبكات التواصل الاجتماعي صياغتها وتوزيعها كلا على المنصة التي يعنى بها.

هذا من شأنه أن يبلغ نفس المحتوى عددا أكبر من المتلقين باستخدام نفس الموارد بما من شأنه أن يجعل إنتاج المحتوى والبرامج أكثر نجاعة مع الضغط على التكاليف.

والاشتراك في استخدام الحلول التقنية والمحتوى يلاقي مقاومة شديدة واعتراض من المتدخلين والذين يميلون ويخبرون البقاء على طرق العمل التقليدية كل في اختصاصه ولفائدة منصة توزيع واحدة!

والانتقال نحو العمل المشترك والمدمج يتطلب إرادة قوية ومتابعة متواصلة من المسؤولين الأوائل في هذه المؤسسات تفرض التغيير التدريجي أو الفوري حسب إمكانيات كل مؤسسة واستعداداتها.

ومن طرق العمل التي يمكن ذكرها كما وردت في تقرير الـ

EBU - MEDIA INTEGRATION IMPS KEY FINDINGS FROM VISITS TO EBU MEMBERS – December 2014

Reuters Institute – PUBLIC SERVICE NEWS AND DIGITAL MEDIA 2016

نذكر هيئات تلفزيونية أوروبية مثل الـ BBC وهيئة YLE الفنلندية التي خطت خطوات كبيرة في هذا المجال والتي تعتمد مبدأ التشارك في معدات الانتاج واعتماد موارد بشرية متعددة الاختصاصات لتجميع وحرير وتوزيع الأخبار على مختلف المنصات. فقد تقرر في هذه الهيئات أن يشتغل كل صحفي لفائدة كل منصات التوزيع (مع بقاء بعض مختصين في الأخبار الإذاعية ومختصين في الأخبار التلفزيونية).

ففي هيئة YLE الفنلندية هناك مسؤول أول ينسق بين كيفية توزيع الأخبار على مختلف المنصات واختيار المنصة التي تنشر الخبر أولا.

وكذلك بالنسبة للـ BBC فهي تعتمد قاعة أخبار واحدة لتجميع وحرير وصياغة الخبر لمختلف المنصات. فالصحفي المراسل مكلف بالتصوير من موقع الحدث وإعداد الخبر لتوزيعه على القناة التلفزيونية والإذاعية والأنترنت.

أما بالنسبة للإذاعيين الألمان ARD و ZDF فالهيكل التنظيمي و طرق العمل يختلفان فصحفي التلفزيون و الـ online يعملان بالتوازي كل لمنصة التوزيع الخاصة به مع بعض الاستثناءات لبرامج إخبارية قصيرة توزع بالتوازي وتكمل بعضها على الأنترنت والقناة التلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي فهذه تعتمد فرق متعددة الاختصاصات.

بالنسبة لـ France TV فهي إلى حدّ سنة 2016 لا تعتمد طريقة الدمج ومازالت تعتمد طرق العمل التقليدية حيث تعتمد كل منصة الموارد الخاصة بها لإعداد الأخبار إلا أنها تعتزم الانتقال إلى نظام العمل المدمج في القريب.

كما خلصت الدراسة الصادرة عن :

Reuters Institute – PUBLIC SERVICE NEWS AND DIGITAL MEDIA 2016
أن الهيئات التلفزيونية الأكثر تطورا وتواجدا في الاعلام الرقمي أنشأت فرق عمل متعددة الاختصاصات من موظفين منتدبين ومتعاقدين خارجين لتطوير خدماتها على الواب وعلى الهاتف الجوال ولتابعة التطورات التكنولوجية الجديدة واستخدامها لتوزيع المحتوى.

2. تطوير استراتيجية التواجد online وتكييف التوزيع على الأنترنت لاستقباله على الهاتف الجوال

من أبرز التطورات الأخيرة للإعلام الرقمي الانتقال من الإبحار على الأنترنت عبر الحواسيب المحمولة نحو الإبحار عبر الحواسيب اللوحية والهواتف الجواله.

هذا وتجدر الإشارة وأن الهواتف الذكية أصبحت من المصادر الهامة لتلقي المعلومة.

وبالتالي أصبح من الضروري للمؤسسات الإعلامية الإذاعية التواجد على منصة التوزيع من خلال تطوير موقع الهيئة على النت واستخدام التقنية المناسبة ليعرض بالشكل المناسب على شاشات الهواتف الذكية يحمل ويرفع بطريقة أسرع مع أكثر تركيز على الفيديو.

Applications – Apps كما يمكن من خلال التطبيقات الخاصة بالهاتف الجوال للمؤسسة من معرفة اهتمامات المتلقي وتمكينه من محتوى مشخّص حسب اختياراته في أي وقت وفي أي مكان. كما تمكّنه من مشاهدة برامج حسب الطلب عن طريق التسييل الفيديو Streaming video.

3. تطوير التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي

يعتبر تواجد المؤسسات الإذاعية على شبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook من الوسائل لبلوغ عدد أكبر من المشاهدين والمستمعين والتواصل معهم كما أنها تمثل وسيلة لجلب مشاهدين ومستمعين جدد نحو مواقع الويب الخاصة بها.

وبالنسبة للفئات الشبابية التي شبه انقطعت عن متابعة القنوات التلفزيونية والإذاعية يجدر بالهيئات الإذاعية الذهاب أو التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تتلقى هذه الفئة المحتوى كل حسب اهتماماته وتوزيع محتوى أكثر تناسبا مع اختياراتهم.

ومن المهم على الهيئات الإذاعية في تواجدها على شبكات التواصل أن تكون لها استراتيجية في نشر محتوى مكيف بشكل مناسب لهذه المنصات: يمكن وضع فيديو حسب الطلب على الـ YouTube بمدد زمنية طويلة أو قصيرة أو متوسطة في حين بالنسبة لـ Facebook يستحسن أن توضع لقطات من الفيديو بمدد قصيرة مع إجاد التفاعلية مع المشاهدين في حين بالنسبة لـ Twitter يكون الاكتفاء بعرض نصوص قصيرة و صور.

الخاتمة :

يمثل التطور التكنولوجي للهيئات الإذاعية السمعية والبصرية تحديات وفرص للارتقاء بالأداء وبلوغ عدد أكبر من المشاهدين من خلال التواجد على الأنترنت online وعلى الهاتف الجوال من خلال تطوير تطبيقات توفر المحتوى حسب اهتمامات المتلقي وتمنحه التفاعلية وتعرض محتوى متكامل وحيني.

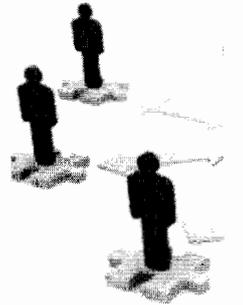
ولبلوغ الفئة الشبابية على الهيئات أن يكون لها حضور قوي بمحتوى مناسب على شبكات التواصل الاجتماعي.

ومن العوامل المحورية للانتقال للإعلام الجديد هو تبني تكنولوجيات المعلومات في التشغيل والانتاج وتغيير أساليب عمل لتصبح أكثر تشاركية في المعدات والمحتوى.

والأكثر أهمية هو تغيير العقلية لقبول التغيير واكتساب المهارات ليصبح المتدخلون متعددي الاختصاصات للتعامل مع الإعلام الرقمي ومواجهة المنافسة الشرسة والحفاظ على البقاء وحتى لا تكون المؤسسة أكبر عدواً لنفسها.

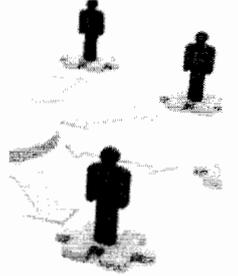


استخدامات الإذاعيين لشبكات التواصل الاجتماعي



ادارة التكنولوجيا والتطوير





الفهرس

- توطئة
- استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والمضامين المنتجة من المستخدمين
- توجهات عامة للهيئات الأعضاء
- توجهات لمواجهة التحديات و التغييرات في غرف الأخبار





ASBU
اتحاد إذاعات الدول العربية
جامعة الدول العربية



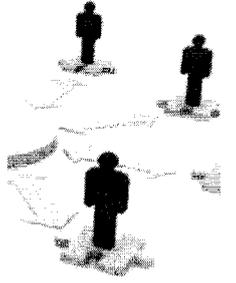
توطئة

أدى التطور الهام للتكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصال الى انفجار نموذج إنتاج الإعلام التقليدي المدمج والمغلق فلم يعد إنتاج المضامين الإعلامية حكرا على المؤسسات الإعلامية التي كانت تنفرد باختيار و تجميع و تكيف و توزيع الأخبار .

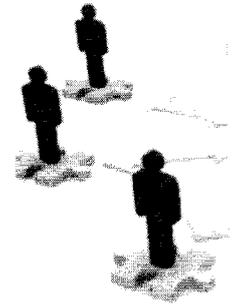
بالفعل فبتغير طرق إنتاج المضامين الإعلامية و مكان إنتاجها والأهم من ذلك كله منتجها من ناحية و بالانتشار الواسع لشبكات الاتصال عريضة النطاق و تعدد شبكات التواصل الاجتماعي ومنصات التوزيع المتاحة على الانترنت مثل Tweeters, Youtube, Facebook, etc. من ناحية أخرى أصبح لأي شخص يمتلك حد الأدنى من المهارات و معدات رقمية و النفاذ للشبكة العالمية إمكانية إنتاج مضامين من نصوص وصور و تسجيلات صوتية و فيديوية و كذلك إمكانية ترويجه عبر مختلف أنحاء العالم في الوقت الحقيقي real time بدون أي عناء و بكلفة زهيدة.

كما أصبح اليوم للقارئ أو المتلقي وأكثر من أي وقت مضى إمكانية اختيار و تحديد طريقة تلقي الأخبار و المضامين التي يرغب في الاطلاع عليها وفي ظل الكم الهائل من المضامين الإعلامية أصبح اهتمامه من الموارد النادرة الذي يسعى العديد لاستقطابها.

كما ان نموذج التوزيع عبر الانترنت يمكن من بلوغ متلقين أكثر بكثير مما يسمح به البث الفضائي كما يسمح بالتعرف على خيارات المبحر على الشبكة من خلال تعقب ما يبحث عنه على الواب من خلال ما يعرف بـ behavioural targeting بالتالي أصبح من الممكن توزيع الأخبار و عرض الإعلانات الممولة بصفة موجهة للفئات المعنية في الوقت المناسب و في السياق المناسب و بطريقة مشخصة.



YouTube



facebook
scgpool



ASBU

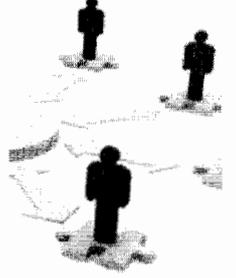
اتحاد إذاعات الدول العربية
الاتحاد العربي للإذاعة



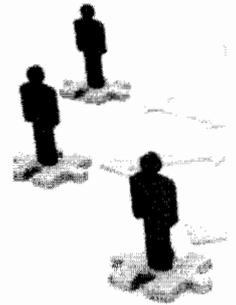
كذلك يمثل تعدد محركات البحث Search engines مواقع جميع الأخبار News aggregators والمدونات blogs ومواقع التواصل الاجتماعي وما لديها من إمكانيات جميع الأخبار من التحديات الجسيمة التي تواجهها المؤسسات الإعلامية بما فيها الإذاعية broadcasters من مؤسسات إذاعية وتلفزيونية إلا أنها في نفس الوقت تمنحها فرص متعددة للارتقاء بخدماتها.

بالفعل فإن انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لم يؤثر فقط في طريقة التواصل بين الناس أثناء الأزمات و الكوارث بل كذلك غير من طريقة تغطية المؤسسات الإعلامية الكبرى لهذه الأحداث. فقد أصبح من الممكن لهذه المؤسسات تقديم تغطية حية live لهذه الأحداث دون ان يكون لها مراسلين على الميدان من خلال جميع أخبار مستمدة من المضامين التي ينتجها المستخدمون User Generated Content - UGC والمتوفرة على الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن هذا السيل العارم من المعلومات والمضامين الإخبارية وتعددية المصادر يجعل المتلقي في حيرة من مدى صحتها وأهميتها بالنسبة إليه ومن هنا أهمية الدور الذي يضطلع به الإذاعيون من تثبت و تقصي وتوضيح السياق والأبعاد المتصلة بهذه المضامين وبالتالي تزويده ليس بمجرد معلومات بل بالمعرفة .



YouTube™



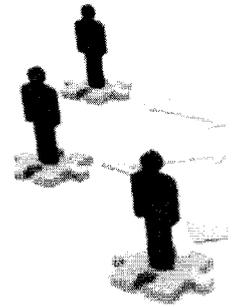
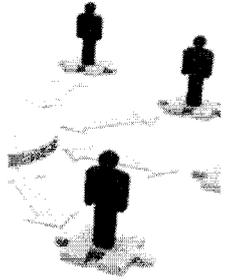
facebook
facebook



استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي و المضامين المنتجة من المستخدمين

إن المضامين المنتجة من المستخدمين أو المواطنين citizen generated content والمتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تضيف بعداً آخر للإعلام من خلال توفير وجهات نظر مختلفة ومتعددة. كما ان المشاركة الفعالة للمواطنين من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعد من المؤثرات الأساسية في تغيير المشهد الإعلامي في المنطقة العربية و جعله أكثر تشاركية و ديمقراطية. ففي ظل الاستخدام المتزايد و اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي من مختلف فئات المجتمع ولتوطيد العلاقة القائمة بين الإذاعيين والمواطنين والاستجابة بشكل أفضل لتطلعاتهم وبالتالي للقيام بوظائفها الديمقراطية أصبح من الضروري على الإذاعات والتلفزيونات تنمية استخداماتها للمضامين المنتجة من المواطنين والمتوفرة على الانترنت و ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وإدراجها بشكل أفضل وبصفة قارة ضمن طرق عملها. و للذكر لا للحصر يمكن تلخيص أبرز فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و المضامين المنتجة من المستخدمين بالنسبة للإذاعيين فيما يلي:

- كمصدر للمعلومات يمكن من خلاله التعرف عن أولى الأخبار حول أحداث هامة ومصورة من مستخدمي أو مواطنين وبالتالي الانتفاع بالسبق الإعلامي





ASBU

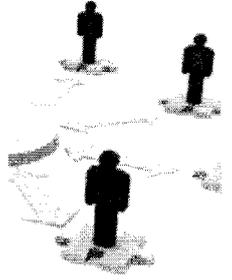
اتحاد إذاعات الدول العربية
جامعة الدول العربية



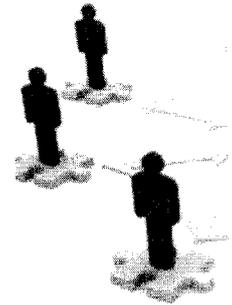
- الاستفادة أثناء الأزمات و الكوارث من المضامين المتوفرة عبر الانترنت والمنتجة من طرف مواطنين في مكان الحدث دون تواجد مراسلين على الميدان والأمثلة كثيرة مثل ما حدث أثناء تغطية أحداث الثورات العربية وزلزال هايتي
- التعرف عن كذب على مشاغل الجمهور واهتماماته وتطلعاته من خلال الاطلاع على المواضيع التي يتطرق إليها
- توفير فرص التفاعل وتدعيم الثقة والوفاء بين الاذاعات والتلفزيونات والمواطنين
- تشريك المستخدمين و المواطنين في اقتراح مواضيع وأفكار جديدة
- الاستيحاء والاستفادة من خبرات بعض المتدخلين لتطوير المضامين الإخبارية و البرنامجية

إلا أن استخدام الإذاعيين للمضامين المنتجة من المستخدمين والمتوفرة عبر الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي لا يخلو من الصعوبات والتحديات فجانب هام مما يعرض لا يعدو أن يكون سوى شاشة من الضباب لحجب الرؤى أو تشويهها وهي كما تمثل مواقف متحدية للقوى العامة فهي تستخدم بنفس الدرجة كأداة دعابة propaganda وفي حملات إعلامية من طرف مختلف الأنظمة.

كما أن الاستخدام الأمثل لهذه المضامين يتطلب التثبت والتحري والبحث وغريبة المعلومات بشكل مستفيض والتأكد من عدم خرقها لحقوق الملكية و انتهاكها للقانون وهو أمر مستنزف للوقت وليس بالهين إلا أنه أساسي لضمان مصداقية المؤسسة والحفاظة على ثقة المواطنين.



YouTube



facebook
FACEBOOK



توجهات عامة للهيئات الأعضاء

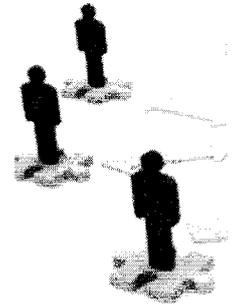
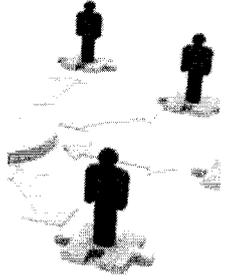
مع تزايد استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي و تفاعله معها وليكون للإذاعيين مكان في سوق إعلامية اشتدت فيها المنافسة و لضمان مستقبل إعلامي أكثر إشراقا أضحى من الضروري على الإذاعات والتلفزيونات أن تفتح عن هذه الشبكات والمضامين الخارجية مع الانتباه وتوخي الحذر في التعامل معها لما يمكن أن تمثله من مخاطر.

و لضمان توفر سمعة مهنية لدى الإعلاميين في القطاع العمومي تركز على الوثوقية والثقة يتعين ضمان حياد التقرير الإخباري وكذلك وضع توجهات و إجراءات صارمة مع السهر على تطبيقها لمعالجة المضامين الصادرة عن شبكات التواصل الاجتماعي ترمي إلى التثبت من صحتها وجودتها التقنية وتطبيقها لقيم الإنتاج من حقوق الملكية ، و التحفظ واحترام القانون، الخ.

و لتنمية استخدام المضامين المنتجة من المستخدمين يمكن للإذاعيين :

1 - دعوة المستخدمين للمشاركة بمضامين في مجالات معينة حسب توجيهات واضحة و بالمقاييس المرتقبة يعلن عنها مسبقا

2 - توفير المعلومات و الامكانيات اللازمة للمستخدمين من أرقام هاتف ومواقع واب و بريد الكتروني لتمكينهم من الاتصال والمشاركة بالمضامين

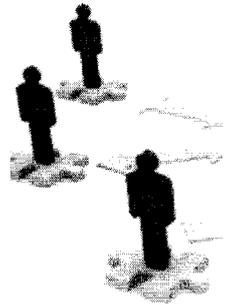
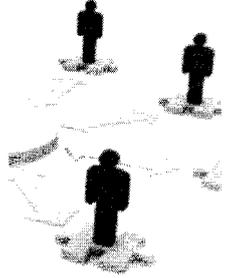




3 - جعل المضامين التي ينتجها المستخدمون جزءا من المضامين التي يعرضها و يبتها الإذاعيون ما من شأنه أن يشجع المستخدمين على المساهمة بمضامين أكثر وجودة أعلى

4 - الأخذ بعين الاعتبار شكاوي الجمهور و ملاحظاتهم والتعامل معها بصدق و شفافية و إعلامهم بأي تغيير في البرامج أو المضامين الناجمة عن ملاحظاتهم

5 - التعاون مع الجامعات والمعاهد المتخصصة لترسيخ استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة والصحفيين المستقبليين و العمل على بعض المشاريع المشتركة ذات العلاقة.





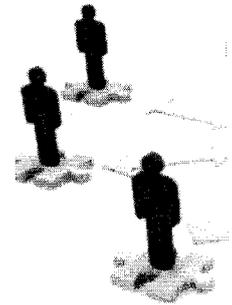
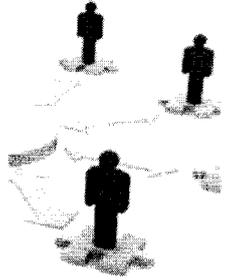
توجهات لمواجهة التحديات والتغيرات في غرف الأخبار

في عصر الانترنت أصبح للتقنيين وللوسائل التقنية دور مباشر وأساسي في الإعلام الحديث لا يقل أهمية عن دور الإعلاميين أنفسهم و بالتالي أصبح تضافر وتنسيق جهود التقنيين والإعلاميين أمر ضروري لمواكبة هذه التطورات وتحقيق رسالة المؤسسة الإعلامية سيما في التعامل مع المضامين الإخبارية في غرف الأخبار.

كما أن تواجد الإذاعات والتلفزيونات على الانترنت من خلال المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي ومشاركتها الفعالة والناشطة في الحوار العمومي واستخدامها للمضامين المنتجة من المواطنين يفرض تغييرات جوهرية في طبيعة وآليات عمل غرف الأخبار.

فمما يفرضه التعامل مع الواقع الإعلامي الجديد يتعين التفتن إلى ما يلي:

- 1 - ضرورة إرساء ثقافة غرف أخبار تكافئ الابتكار وتعطي فرص أكبر للأجيال الشابة التي هي مؤهلة أكثر للتأقلم مع الواقع الإعلامي الجديد والتكنولوجيات الحديثة.
- 2 - تشجيع مبادرات الصحفيين الأكثر استعدادا للتغيير والتأقلم مع التكنولوجيات وأساليب العمل الحديثة





3 - انتداب مطوري برمجيات للعمل في غرف الأخبار وتنسيق جهودهم مع بقية المتدخلين في إنتاج المضامين الإعلامية و ذلك استجابة لمتطلبات الإعلام الجديد الذي أصبح مزجاً بين البرمجيات والمضامين

4 - وضع توجيهات و آليات خاصة وصارمة للتثبت من الخبر وصحته ومصدره وعدم اختراقه للقوانين أو حقوق الملكية

5 - ضرورة إحداث مجموعات عمل من الفئات الشابة الأكثر تأهلاً لاستخدام تكنولوجيا المعلومات ومن اختصاصات مختلفة ضمن قاعات الأخبار تعنى بـ:

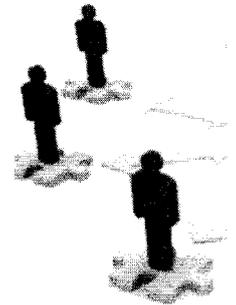
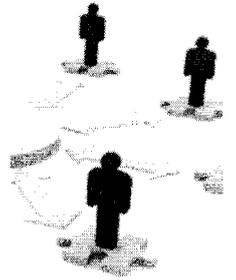
(1.5) استكشاف الأخبار والفيديو و الصور المنتجة من المستخدمين و المتوفرة عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات ومختلف المواقع ذات العلاقة

(2.5) في إطار البحث عن مضامين و معلومات دقيقة حول مواضيع ذات الاهتمام الاطلاع على مدونات المجموعات المتخصصة في هذه المسائل

(3.5) التثبت من صحة الخبر والفيديو و الصور و المتصلة به وتشريك الجمهور في عملية التحري وترتيب الخبر

(4.5) إدراج المضامين ذات الجودة (ليس فقط الجودة التقنية بل كذلك الأكثر مطابقة لقيم الإنتاج) ضمن مصادر الأخبار وتوزيعها على بقية مصالح الأخبار الأخرى للاستفادة منها

(5.5) إنشاء مواقع و مدونات و برمجيات ذات بعد تفاعلي



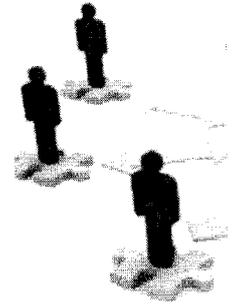
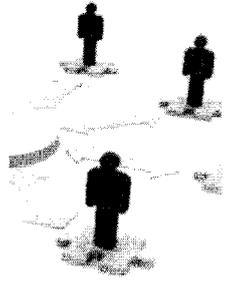


لاستقبال مداخلات وآراء والمضامين المنتجة من المواطنين
و ذلك في إطار التعرف على مشاغلهم و حاجياتهم

(6.5) التعرف على منتجي المضامين والمتدخلين الأكثر نشاطا
ووثوقية و تسجيل المعطيات الخاصة بهم في قاعدة
بيانات ليتسنى الرجوع إليهم عند الحاجة وتشريكهم
في التثبت من صحة الخبر أو طلب آرائهم في مسائل
محددة

6 - تطوير طرق عرض الخبر و اثرائه بمضامين متعددة الوسائط
وتوزيعه عبر مختلف منصات التوزيع الحديثة المتاحة للوصول
إلى أكبر عدد ممكن من فئات الجمهور التي تتعامل مع الإنترنت
والهواتف الذكية و اللوحات المحمولة

7 - المشاركة في الحوار العمومي من خلال انشاء مدونات و السهر
على مواكبتها



5) التدريب في مجال الإعلام الجديد

5) التدريب في مجال الإعلام الجديد

1.5) أكاديمية التدريب الاعلامي لاتحاد إذاعات الدول العربية

يولي الاتحاد أهمية بالغة للتدريب سعيًا منه إلى تطوير القدرات والمهارات لمجابهة التحديات المطروحة في كافة مجالات العمل الإذاعي والتلفزيوني (البرامجية والهندسية والإعلامية والإدارية والاقتصادية) وحرصًا على تأهيل الموارد البشرية العربية في القطاع المرئي والمسموع لتمكينها من مواكبة التحولات التقنية والإنتاجية المتسارعة التي يعيشها الفضاء السمعي البصري.

ومن هذا المنطلق ، جاء قرار الجمعية العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية في دورتها الخامسة والثلاثين المنعقدة أواخر ديسمبر 2015 بإنشاء أكاديمية للتدريب الإعلامي صلب الإدارة العامة للاتحاد ، تكون موجهة إلى كافة الكوادر المتدخلة في العمل السمعي البصري والإعلام الجديد داخل الهيئات الأعضاء وخارجها. وبهذا الاعتبار فإن الأكاديمية ليست مشروعًا تجاريًا بحثًا ، بل هي خدمة إضافية يقدمها اتحاد إذاعات الدول العربية لأعضائه ضمن باقة خدماته المعهودة.

❖ تدشين أكاديمية التدريب الإعلامي

مثل تدشين أكاديمية التدريب الإعلامي التابعة لاتحاد إذاعات الدول العربية أحد أهم الأحداث التي ميّزت المشهد الإعلامي والاتصالي العربي عام 2017 حيث أشرف المهندس عبد الرحيم سليمان المدير العام لاتحاد إذاعات الدول العربية يوم السبت 29 أبريل 2017 على تدشين أكاديمية التدريب الإعلامي برعاية معالي الأمين العام لجامعة الدول العربية الأستاذ أحمد أبو الغيط رفقة وزير تكنولوجيا الاتصالات والاقتصاد الرقمي في الحكومة التونسية الدكتور محمد أنور معروف والأستاذ محمد عبد المحسن العوّاش رئيس اتحاد إذاعات الدول العربية ووكيل وزارة الإعلام المساعد للتخطيط الإعلامي والتنمية المعرفية بدولة الكويت وبحضور الأستاذ أحمد عسّاف نائب رئيس الاتحاد والمشرف العام على الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية.

كما حضر حفل التدشين رؤساء وممثلو عدد من الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية الأعضاء في الاتحاد وجمع من المدعوين ووسائل الإعلام التونسية والعربية والدولية.

وفي كلمته الافتتاحية لحفل التدشين الرسمي للأكاديمية ثمن الأمين العام لجامعة الدول العربية جهود الاتحاد في المجال السمعي البصري وفي العمل على إنشاء الأكاديمية التي ستستفيد منها الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في الدول الأعضاء والإعلاميين العرب عامة ، مشدداً على أهمية الدور الذي ستقوم به الأكاديمية في النهوض بمستوى الإعلام العربي.

وفي كلمته بهذه المناسبة ، استعرض رئيس اتحاد إذاعات الدول العربية الأستاذ محمد عبد المحسن العواش فكرة إنشاء الأكاديمية وكيفية تبلورها من مجرد فكرة إلى مشروع قائم ليضع بصمة في المشهد الإعلامي العربي مؤكداً أن اتحاد إذاعات الدول العربية هو من أهم وأنجح مؤسسات العمل العربي المشترك.

وتحدث المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان في كلمته خلال حفل التدشين عما يمثله إنشاء هذه الأكاديمية في مسيرة الاتحاد من أهمية بالغة وأثر إيجابي على الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية مؤكداً على أهمية انخراط الهيئات العربية الأعضاء في عملية تدريب وتطوير معارف المهنيين العاملين في القطاع السمعي البصري ، وأعرب المدير العام عن أمله في أن تكون هذه الأكاديمية نموذجاً متفرداً في الوطن العربي.

2.5) التدريب في مجال الإعلام الجديد

بدأت أكاديمية الاتحاد للتدريب منذ إنطلاقها أداء دورها الفاعل في إعادة تأهيل الكوادر الإعلامية العربية وتطوير مهاراتها المختلفة وتمكينها من مواجهة التطورات التكنولوجية التي تشهدها الساحة الإعلامية العربية والدولية في مجال الإذاعة والتلفزيون.

ويستقطب مجال الإعلام الجديد إهتماما كبيرا ضمن برامج وخطط التدريب المدرجة في دورات الأكاديمية حيث تم تنظيم دورتين الأولى حول " الصحافة باستخدام الهاتف الجوال " خلال شهر أوت 2017 شهدت مشاركة مكثفة ومتميزة والثانية مبرمجة لشهر ديسمبر 2017.

كما سيشهد عام 2018 تنظيم دورات إضافية في مجال الإعلام الجديد وهي :

(1) منصات توزيع التلفزيون الرقمي

(2) دليل البرامج الإلكترونية

(مرفق خطة التدريب المنجزة عام 2017)

والخطة المبرمجة لعام 2018)

أكاديمية التدريب الاعلامي باتحاد اذاعات الدول العربية

أنشأ اتحاد اذاعات الدول العربية صلب الادارة العامة للاتحاد بتونس أكاديمية تدريب تقدم خدمات عالية الجودة انطلق نشاطها في أواخر أبريل/نيسان 2017.

وتوفر هذه الأكاديمية الجديدة فرص التدريب وإعادة التأهيل لكامل الكوادر الإذاعية والتلفزيونية من أجل تمكينها من مواكبة التغيرات المتسارعة التي يعيشها الفضاء السمعي البصري في العهد الرقمي ومن أجل تمكينها لمواجهة التحديات المطروحة في كافة مجالات العمل الاذاعي والتلفزيوني البرمجية والهندسية والإعلامية والإدارية والاقتصادية.

تاريخ الدورة	الدورات التدريبية قيد الإنجاز
9-13/10/2017	الصحافة البنّاءة - Constructive Journalism
31/10-1/11/2017	الشبكات الاجتماعية والرياضة

تاريخ الدورة	الدورات التدريبية المنجزة
11-20/9/2017	تكوين المكونين في المجال السمعي البصري
24-28/7/2017	تخطيط شبكات البث التلفزيوني الرقمي الأرضي DVB-T/T2
17-21/7/2017	أنظمة الصوت الرقمية متعددة القنوات في الإنتاج والبث
18/5/2017 - 16	انتاج البودكاست الاذاعي " Podcast production "
12/5/2017 - 8	ادارة المشاريع " Project Management "
5/5/2017 - 2	تدريب على إدارة نظام نيتيا الرقمي في الانتاج الإذاعي " Training NETIA Administrator "
29/4-2/5/2017	الصحافة باستخدام الهاتف الجوال
25/9-4/10/2017	الهوية البصرية باستخدام الجرافيك

تاريخ الدورة	الدورات التدريبية المخطط تنفيذها لنهاية 2017
4-8/ 12/2017	القياسات الرقمية للاشارة التلفزيونية / مراقبة جودة الملفات HD / SDI Measurements / File Quality Control
4-8/ 12/2017	الصحافة باستخدام الهاتف الجوال

دورة تكوين المكوّنين في المجال السمعي والبصري

وعملت الدورة على المساهمة في تكوين مدربين عرب من بين المهنيين الممتازين في شتى مجالات العمل السمعي والبصري من خلال تقديم الأدوات والأساليب اللازمة التي تمكن المشارك من اكتساب كل أدوات عملية تعلّم ناجعة. وهي تندرج ضمن استراتيجية الاتحاد لإرساء قاعدة بيانات للمدربين العرب في المجال السمعي البصري.

اختتمت بأكاديمية التدريب الإعلامي في اتحاد إذاعات الدول العربية الدورة التدريبية حول "تكوين المكوّنين في المجال السمعي والبصري" وذلك في الفترة من 11 إلى 20 سبتمبر/أيلول 2017 بمقر الأكاديمية بمدينة تونس.

وشهدت الدورة مشاركة 18 متدرّبا من 10 هيئات، وينتمون إلى 7 بلدان كالآتي: الجزائر: 3 - تونس: 6 - السودان: 1 - السعودية: 1 - فلسطين: 4 - مصر: 2 - سوريا: 1

وأشرفت على الدورة كل من إناس نويبة و ريم الزرقوني من تونس وهما خبيرتان في هندسة التكوين بالمركز الوطني لتكوين المكوّنين وهندسة التكوين. كما ألقى السيد عماد قطاطة رئيس تحرير إذاعة "شمس اف ام" شهادته حول الخبرات التي تلقاها في دورة مماثلة لتكوين المكوّنين.

الدورة التدريبية حول "إنتاج البودكاست الاذاعي"

نظمت أكاديمية التدريب الإعلامي في اتحاد إذاعات الدول العربية دورة تدريبية حول "إنتاج البودكاست الاذاعي" وذلك في الفترة 16 - 18 / 05 / 2017 بمبنى الأكاديمية بمدينة تونس.

عملت الدورة على تقديم المعرفة النظرية والتطبيقية اللازمة لفهم واستيعاب إنتاج وتوزيع البودكاست (المدونة الاذاعية) كواسطة رقمية جديدة في عصر الصحافة الرقمية , وتضمنت الدورة إلى جانب التدريب النظري جانبا عمليا.

وكان عدد المشاركين في الدورة 12 متدرّبا من 7 هيئات، وينتمون إلى 5 بلدان كالآتي: (الجزائر: 2 - تونس: 3 - السودان: 2 - مصر: 3 - موريتانيا: 2)

وأشرف على الدورة كل من الخبيرين:

-عماد الرواشده من الأردن
-أنيس المبروك من تونس

الدورة التدريبية حول "الصحافة باستخدام الهاتف الجوال"

نظمت أكاديمية التدريب الإعلامي في اتحاد إذاعات الدول العربية دورة تدريبية حول موضوع : "الصحافة باستخدام الهاتف الجوال" وذلك في الفترة من 29 أبريل إلى 2 ماي 2017 بمبنى الأكاديمية بمدينة تونس.

تطرقت الدورة الى تدريب الصحفيين والمحررين على استخدام الموبايلات الذكية والأجهزة اللوحية لتجميع وتحرير وبت الأخبار على جميع المنصات. وكذلك التدليل على إيجابيات وسلبيات صحافة الهاتف الجوال, وتوفير ما يكفي من المعطيات المتعلقة بالمعدات والبرمجيات والمناهج والتقنيات التي تمكن الصحفيين من استخدام هذا النوع من الصحافة. كان عدد المشاركين في الدورة 14 متدرّبا من 9 هيئات، وينتمون إلى 7 بلدان كالآتي: (الجزائر: 3 - تونس: 3 - فلسطين: 2 - لبنان: 2 - السودان: 2 - البحرين: 1)

وأشرف على الدورة كل من الخبيرين:
- السيد "كيفن بيردن" من بريطانيا
- السيد عدنان الشواشي من تونس

مع الإشارة إلى أنه سيعاد إنجاز هذه الدورة من 4 إلى 8 ديسمبر 2017.

تقييم الدورات الهندسية المنفذة

في المرحلة الأولى والثانية والثالثة

من خطة أكاديمية التدريب الاعلامي لعام 2017

1 - دورة بعنوان " تدريب على إدارة نظام نيتيا والبرمجيات الإذاعية الرقمية في الإنتاج / Training NETIA Administrator " في الفترة من 02 ولغاية 2017/05/05

شارك في الدورة /11/ متدرب من أربع دول عربية / ستة مؤسسات اعلامية (مرفق قائمة المشاركين) ونفذ الدورة الخبير الفرنسي لوهويو باسكال من شركة نيتيا الفرنسية وساعده المهندس مروان قلع من تونس .

وقد تميزت هذه الدورة بمجموعة من النقاط أهمها :

- دورة متخصصة عملية بامتياز ومستوى متقدم من المعلومات
- خبير متميز
- اهتمام وتفاعل كبير من قبل المتدربين

2 - دورة بعنوان " إدارة المشاريع / Project Management " في الفترة من 08 ولغاية 2017/05/12

شارك في الدورة /14/ متدرب من أربع دول عربية / سبعة مؤسسات اعلامية (مرفق قائمة المشاركين) ونفذ الدورة الخبير عثمان الحسن من السودان , وقد نفذت الدورة بالتنسيق وبمساندة الاتحاد الدولي للاتصالات ITU . وقد تميزت هذه الدورة بمجموعة من النقاط أهمها :

- معلومات مكثفة ومركزة في صلب المبادئ والنظريات والاسس المعتمدة عالميا في ادارة المشاريع مع تقسيم المشاركين الى مجموعات تقوم كل مجموعة بوضع مقترحاتها لكل موضوع من مواضيع محاور الدورة ونقاشها في النهاية للوصول الى الاستنتاجات التي ترسخ أفكار محاور الدورة
- خبير متميز اضافة الى معلوماته الغنية ساهم في ادائه في جذب اهتمام وتفاعل كبير من قبل المتدربين

3 - دورة بعنوان " أنظمة الصوت الرقمية متعددة القنوات في الإنتاج والبث " في الفترة من 17 إلى 2017/07/21 .

شارك في الدورة /18/ متدربا من أربع دول عربية / تسعة مؤسسات اعلامية (مرفق قائمة المشاركين) ونفذ الدورة الخبير الهندي باشكار بال والخبير الأردني ممدوح الجرلي من شركة دولبي وساعد في الاعداد والتحضير والتدريب المهندس مروان قلح من تونس ، وقد تميزت هذه الدورة بمجموعة من النقاط أهمها :

- دورة متخصصة تواكب التطورات في مجال الصوت
- خبراء جيون
- اهتمام وتفاعل كبير من قبل المتدربين

4 - دورة بعنوان " تخطيط شبكات البث التلفزيوني الرقمي الأرضي DVB-T/T2 " في الفترة من 24 إلى 2017/07/28 .

شارك في الدورة /12/ متدربا من أربع دول عربية / سبعة مؤسسات اعلامية (مرفق قائمة المشاركين) ونفذ الدورة الخبير من جنوب أفريقيا كوني شاتي من شركة LS Telecom وقد نفذت الدورة بمساندة الاتحاد الدولي للاتصالات ITU. وقد تميزت هذه الدورة بمجموعة من النقاط أهمها :

- دورة متخصصة في مجال هام جدا تحتاجه الهيئات على نطاق واسع للتحويل الى النظام الرقمي في الارسال التلفزيوني الأرضي DVB-T
- تشارك بين الجانب النظري والعملي في التدريب بشكل فعال
- اهتمام وتفاعل كبير من قبل المتدربين

5 - دورة بعنوان " دورة الهوية البصرية باستخدام الجرافيك - Branding " في الفترة من 09 / 25 إلى 2017/10/04 .

شارك في الدورة /15/ متدربا من خمسة دول عربية / هي السعودية - الجزائر - العراق - عمان - تونس وينفذ الدورة الخبراء المتخصصين من تونس الأستاذة هالة الساسي والأستاذ مسعودي عبد الساتر اضافة الى المدرب المساعد شكري الواد من التلفزة التونسية.

تميزت الدورة بالتدريب العملي الذي قدم للمشاركين من خلال تقسيمهم الى ثلاث مجموعات , قدمت كل مجموعة مشروعا خاصا بها لهوية بصرية تم نقاشه وتقييمه في الجلسة الختامية

تبويب البرنامج التدريبي 2018

الدورات	التصنيف	الرقم
DVB-T البث الأرضي الرقمي الأرضي	تقنيات البث Transmission	1.
T-DVB البث الأرضي الرقمي الأرضي		2.
DVB-S البث التلفزيوني الساتلي		3.
Development of ASB/MIENS Clouds Network تطويرات نظام السحابة من شبكة الألياف البصرية		4.
HF Transmission Coordination Tools أدوات تنسيق البث الإذاعي على الموجات القصيرة		5.
Radio Automation أتمتة وتخطيط وبرمجة البث الإذاعي	تقنيات الإنتاج الإذاعي Radio production	1.
IP based Radio Studios Design تصميم الاستديوهات الإذاعية على أساس ال IP		2.
TV Systems Development/ HDTV Studios Design تطور الأنظمة التلفزيونية وتخطيط الاستديوهات عالية الدقة	تقنيات الإنتاج التلفزيوني TV production	1.
HD / SDI Measurements / File Quality Control القياسات الرقمية للإشارة التلفزيونية / مراقبة جودة الملفات		2.
TV Automation أتمتة البث التلفزيوني		3.
Multi Channel digital Audio الصوت الرقمي متعدد القنوات		4.
المونتاج للبرامج التلفزيونية / صورة NLE Editing for TV Production	التلفزيون TV	1.
Mastering High Definition cameras تكنولوجيا وتشغيل كاميرات عالي الدقة		2.
Forming creative scenes using external lighting تشكيل المشاهد الإبداعية باستخدام الإضاءة الخارجية		3.
Graphic for Branding الغرافيك لإنتاج الهوية البصرية وشارات البرامج التلفزيونية		4.
Distribution Platforms Digital TV منصات توزيع التلفزيون الرقمي	الاعلام الجديد New Media	1.
Electronic Program Guide EPG دليل البرامج الإلكترونية		2.
IPTV البث التلفزيوني باستخدام بروتوكولات الإنترنت	الدورات الاحتياطية Redundant Courses	1.
إنشاء المحتوى الرقمي للويب Digital Content Creation for Web		2.
Electronic Program Guide EPG دليل البرامج الإلكترونية		3.

6) مذكرة حول إعداد ميثاق لجنة الإعلام الجديد

(6) مذكرة حول إعداد ميثاق التبادلات عبر وسائط الإعلام الجديد :

المعايير المهنية والتنظيمية والأخلاقية في استخدام وتبادل
المضامين عبر وسائط الميديا الاجتماعية والإعلام الجديد :

تتفيذا لتوصيات الإجماع التأسيسي للجنة الإعلام الجديد الذي انعقد بتونس في 4 و 5 نوفمبر/تشرين الثاني 2016 والتي صادق عليها المجلس التنفيذي السادس والتسعين والجمعية العامة السادسة والثلاثين بشأن « تتولى لجنة الإعلام الجديد وضع ميثاق يتضمن المبادئ المهنية والمعايير التنظيمية والأخلاقية لاستخدام وتبادل المضامين عبر وسائط الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية يكون منسجما مع المبادئ والمواثيق المعمول بها في منظومة التبادلات للاتحاد » ،

واعتبارا لضرورة تحديد الضوابط والمعايير التي سيتم اعتمادها ضمن نظام تبادل المضامين الإخبارية والبرامجية العربية عبر وسائط الإعلام الجديد والميديا الاجتماعية بين الهيئات الأعضاء على مستوى المحتوى والشكل وحقوق الاستخدام وتأمين السلامة المعلوماتية وحماية حقوق التأليف وشروط وأخلاقيات الاستخدام.

فإن اللجنة الموقرة مدعوة إلى إعداد ميثاق خاص بالتبادلات لمضامين الإعلام الجديد بين الهيئات الأعضاء وفق الآلية التي تراها مناسبة.

والأمر معروض على لجننتكم الموقرة لاتخاذ ما ترونه مناسبا في الغرض

الميديا الجديدة والأخلاقيات الصحفية

الخبير الدكتور وليد حيوني

الميديا الجديدة والأخلاقيات الصحفية

د. وليد حيوني

○ نعني بالأخلاقيات الصحفية التزام جمهور الإعلاميين في سلوكهم تجاه أنفسهم وتجاه جماهيرهم بمبادئ وقيم أساسية، والالتزام بهذه المبادئ والقيم الأساسية هو نوع من الواجبات الشخصية.

○ تمثل الأخلاقيات الصحفية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة، بمعنى أن نزاهة الصحفي أمر رئيسي في تحديد أهداف هذه المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة تسعى إلى مراقبة المجتمع من خلال تزويد الجمهور بالوقائع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكيل رأي عام واع.

فتحت تجارب المواقع الاجتماعية الباب على مصراعيه أمام حرية التعبير وخاصة في المجتمعات التي تعيش حالة من الانتقال الديمقراطي مثل تونس ومصر وذلك من خلال إتاحة الفرصة أمام كل فرد للتعبير وإبداء الرأي في كل قضاياها، وقد حول هذا المعطى نشاط الأنترنت إلى فاعلين في كل ما يتعلق بتحويلات المشهد الإعلامي.

أمام هذا الزخم في تدفق الأخبار سواء من قبل الصحفيين أو من قبل الجمهور في عصر وسائل الاتصال الحديثة، أصبحت مسألة الأخلاقيات تطرح بشدة.

هل يمكن تطبيق الأخلاقيات الصحفية التقليدية على الميديا الجديدة، أم أنها تحتاج إلى منظومة جديدة من الأخلاقيات ؟

تثير قضية أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل المتغيرات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الجديدة عدة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي.

يرى الشق الأول أن البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة إلى صياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، نظرا لـ:

- أن البيئة الإعلامية الإلكترونية تشهد ميلاد إعلاميين جدد، بعضهم ينتمي إلى مؤسسات إعلامية تقليدية لها تقاليدها وأخلاقياتها، وبعضهم تم تأهيله في أكاديميات إعلامية، إلا أن عددا كبيرا من هؤلاء الإعلاميين يمارس عمله الإعلامي إما لأول مرة أو دون خبرة إعلامية، وفي كل الحالات فهم بحاجة لمرشد وموجه أخلاقي.

- أن الطبيعة الكونية أو الشمولية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الإعلامية الإلكترونية تدعو إلى لتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات، نظرا لتغير طبيعة هذه البيئة من فترة لأخرى.

يرى الشق الثاني عدم وجود حاجة لسن موثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الإلكترونية

باعتبار أن ثراء البيئة يضاهاى قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية، ويطرحون في ضوء هذه الرؤية عدة مبررات من بينها صعوبة وضع ضوابط محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة.

أخلاقيات الإعلام عامة ولا تختلف من وسيلة إلى أخرى، كما أن القيم والضوابط الأخلاقية هي واحدة بصرف النظر عن طبيعة البيئة الإعلامية التي يتم تطبيقها فيها وبصرف النظر عن جدة أو قدم الوسيلة الإعلامية.

مسؤولية الصحفي جلية تجاه أربعة أطراف رئيسية "إعلان ميونيخ" الصادر سنة 1971 :

- تجاه زملائه

- تجاه مصادره

- تجاه الأشخاص المعنيين بالأخبار

- تجاه الجمهور

تتضمن مدونات السلوك الخاصة بالميديا الاجتماعية في أغلب المؤسسات الإعلامية المبادئ العامة التالية:

- أن الأخلاقيات الصحفية الخاصة بالميديا التقليدية تبقى صالحة في مجال الميديا الاجتماعية، حيث لا يتخلى الصحفي في فضاءات الميديا الاجتماعية عن قيمه الصحفية وعن المبادئ التي تقوم عليها هويته المهنية.

- يظل الصحفي مسؤولا عما يكتب، سواء كان ذلك أثناء ممارسته المهنية أو أثناء أنشطته المتنوعة في فضاءات الميديا الاجتماعية، بما في ذلك المسؤولية القانونية.

- يؤثر استخدام الصحفي للميديا الاجتماعية على صورته باعتباره فاعلا اجتماعيا، حيث تؤثر أنشطته على صورته، على غرار علامات الإعجاب Like والوصلات التي يوصي بها.

- يؤثر استخدام الصحفي للميديا الاجتماعية على علاقته بمؤسسته.

- يؤثر استخدام الصحفي للميديا الاجتماعية على توظيف مضامين المستخدمين.

آليات التنظيم الذاتي في الميديا الجديدة:

موثيق الشرف المهنية:

تمثل موثيق الشرف المهنية الدليل المرجعي لمعايير السلوك المهني أو الممارسات الصحفية والمحدد للواجبات والحقوق والممارسات المهنية المحظورة.

تتضمن مدونة سلوك معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع، وهو قائمة من التوجيهات تهدف إلى إرشاد الصحفيين ومساعدتهم في إصدار أحكام أخلاقية عندما يواجهون مشاكل أخلاقية في عملهم الصحفي.

تعد الموثيق الأخلاقية أداة مهمة لتحقيق التنظيم الذاتي الاختياري لمهنة الصحافة، حيث تغطي موثيق الشرف الصحفية والإعلامية المشاكل الأخلاقية الأساسية التي يواجهها الصحفيون أثناء أدائهم لعملهم، سواء خلال جمع الأخبار والمعلومات أو التعامل مع المصادر أو طريقة النشر والإذاعة أو طريقة تقديم القصص الصحفية وكيفية ضمان جودة المعلومات التي تقدم إلى الجماهير.

هيئات التنظيم الذاتي:

1 - هيئات التحرير:

يتم إحداثها داخل المؤسسة الإعلامية عن طريق الانتخاب لتسهر على تحديد الخط التحريري للمؤسسة والعمل على احترامه، وعادة ما تتألف من رئيس التحرير ومن الصحفيين أنفسهم، كما يمكن أن تشمل بعض الأشخاص الآخرين كالخبراء وأعضاء إدارة المؤسسة، وبالنسبة لوسائل الإعلام المتخصصة، فقد جرت العادة وخاصة في الدول الأوروبية أن تضم هيئة التحرير عددا من الخبراء حول المواضيع التي تتناولها الوسيلة الإعلامية.

2 - مجلس الصحافة:

يعتبر مجلس الصحافة هيئة مستقلة تماما عن الدولة تتكون من ممثلين عن الناشرين أو أصحاب المؤسسات الصحفية وعن الصحفيين وعن الجمهور، ويوجد مجلس الصحافة في أغلب الدول الديمقراطية العريقة والناشئة، باستثناء فرنسا.

يقوم مجلس الصحافة بمعالجة الشكاوى التي يتقدم بها الجمهور في علاقة بالمضامين الإعلامية التي ينشرها الصحفيون، ولا تستند معالجة الشكاوى على القوانين بل على الموثيق الأخلاقية.

3 - الوسيط:

خلافًا لمجلس الصحافة، يعمل الوسيط لوسيلة إعلام واحدة، ويؤمن التواصل بين العاملين في المؤسسة الإعلامية والجمهور (القراء أو المشاهدين أو المستمعين أو مستخدمي الوسائط الإلكترونية)، ويتلقى ملاحظات الجمهور وشكاويهم حول أداء المؤسسة الإعلامية ويحاول حل الخلافات بين الطرفين (المؤسسة والجمهور).

7) تجارب الهيئات الأعضاء في استخدام
وسائط الإعلام الجديد والميديا الإجتماعية

تجربة التلفزة التونسية

لأن إستخدام الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي يزداد دوره وتتعاظم أهميته يوما بعد يوم حتى باتت هذه المواقع المختلفة إحدى ركائز الإعلام الحديث في كافة أنحاء العالم فإن مؤسسة التلفزة التونسية كمنشأة عمومية بقناتها الوطنية1 والوطنية2 قد واصلت انفتاحها على كل ما هو تطور رقمي وتكنولوجي لتدعيم تواصلها مع جمهورها بالطرق الاتصالية الحديثة.

التلفزة التونسية التي مضى على إنشائها أكثر من نصف قرن وضعت خطة واضحة المعالم لإفادة المتلقي ومتابعة مشاغله والإستجابة لتطلعاته وتوجهه إلى إعلام محايد ومستقل وهادف في آن عبر مجموعة من التطبيقات من بينها إطلاق بوابة التلفزة التونسية وصفحتها الرسمية على الواب ومواقع التواصل الإجتماعي كفايسبوك وتويتر وإنستاغرام وإعتمادها على صحافة الموبايل في تغطية الأحداث داخل أسوار المؤسسة أو خارجها حتى يتسنى للمشاهد متابعة كل البرامج السياسية والرياضية والثقافية والترفيهية والتفاعل معها وتقييمها والمشاركة في النقاش حولها لحظة بلحظة.

كل هذه التطبيقات والبرامج المعتمدة من قبل مؤسسة التلفزة التونسية تمكن المشاهد أينما كان من متابعة البث الحي للقتاتين على أجهزة الهاتف الجوال وجميع الأجهزة الذكية الأخرى التي تعمل تحت نظام الأندرويد والايواس مواكبة لكل ما استجد في الاعلام التفاعلي والميديا الجديدة .

وتسعى مؤسسة التلفزة التونسية بحكم تاريخها وريادتها في المجال
البصري الى مزيد توطيد علاقتها بالمشاهدين والمواطنين في كل
المناطق القريبة أو البعيدة عبر فيض الوسائل الاتصالية الحديثة بما
يتناسب مع طبيعة المؤسسة ودورها ومحتواها ومهمتها كمنشأة
عمومية في ظل هذه الثورة الحاصلة في المجال التكنولوجي والتي
فرضت نسقا اعلاميا جديدا فاق كل التوقعات.