



ملامح خطة مرحلية لصناعة المحتوى الرقمي الإعلامي



المحتوى الرقمي الإعلامي

هو الإطار

الذي تنتمي إليه العناصر الإعلامية الرقمية
كالنص الصحفي والصورة والفيديو والصوت والرمز
وفق علاقة تكاملية تسهم في صناعة القيم الصحفية المضافة،
باستخدام تقانات الاتصالات والمعلومات وتطبيقاتها،
التي تتيح توليد احتمالات قابلة للمعالجة المعرفية،
اعتماداً على إشكاليات القضايا المطروحة.

مستقبل الإعلام في مجتمع المعرفة

- هل سينتهي عصر التحقيق الصحفي والمقالة وزاوية الرأي؟
- هل سينتهي عصر الريبورتاج التلفزيوني؟
- هل يمكن للبرامج الإذاعية والتلفزيونية أن تحافظ على النماذج التقليدية؟
- المادة الصحفية في عصر المحتوى الرقمي ليست هي ذاتها المادة الصحفية في عصر الطباعة
- المادة الصحفية سوف تتحول إلى مجموعة من العناصر التي سيكون من حق المتلقي الجديد إعادة تركيبها عبر تطبيق معين، لأن هذا المتلقي صار جزءاً من العملية الإعلامية، ولأنه يرغب أن يتولى بنفسه صناعة محتوى رقمي يتوافق مع أفكاره وطموحاته.
- قريباً... سنشهد مواد إعلامية، قام المتلقي بإعادة صياغتها بطريقة لعب البازل، حيث يضع الفقرات التي يراها مناسبة أما صور يختارها هو، واقتباسات تناسبه.



من صحافة المؤسسة إلى صحافة الفرد

- في الماضي كان الإعلام جزءاً من السلطة، وكانت المؤسسة الإعلامية هي الوحيدة القادرة على القيام بالمهام الإعلامية.
- عندما يكون الإعلام مرتبطاً بالسلطة نكون أمام حالة إعلامية عنوانها:
من المؤسسة الإعلامية الحكومية إلى الأفراد
- عندما دخلت التقانات الحديثة للاتصالات والمعلومات تحول مفهوم الإعلام إلى مفهوم الاتصال، ومع هذا التحول صرنا أمام إعلام تبادلي
- مع ظهور صحافة المواطن أتيح المجال لكل مواطن أن يكون صحيفياً
- التقانات الحديثة وضعتنا أمام نموذج إعلامي جديد دخل إليه الفرد وصار قادراً على التواصل والنشر الإعلامي عبر شبكة الإنترنت التي تصل إلى كل الناس.



الإعلام صناعة

- ❖ مرجعيات ووقائع (موارد)
- ❖ الصحفيون (اليد العاملة)
- ❖ وسائط الإعلام (الأدوات الصناعية)
- ❖ نماذج العمل (الأساليب المعتمدة)
- ❖ التسويق (الترويج)



الهدف

الوصول إلى منتج إعلامي تنافسي
يتوافق مع تقانات المعلومات والاتصالات الحديثة
ويلبي حاجة المتلقي
بما يؤهله
للإسهام في صناعة متكاملة للمحتوى الرقمي



الرؤية

تقديم المعلومات
التي يحتاجها المتلقي
وقت حاجته إليها
بعيداً عن حدود الزمان والمكان،
بما يتيح له
صناعة المعرفة المفيدة آنياً ومستقبلياً.





المهام - الصحفي

- الارتقاء بمستوى الأداء من خلال التدريب الذاتي ومتابعة التطورات في تقانات الإعلام
- المشاركة في الدورات التدريبية التخصصية
- رقمنة وأرشفة الانتاج الصحفي الشخصي
- بناء علاقة متميزة مع المتلقي
- اعتماد منشورات وسائل التواصل الاجتماعي المفيدة لتطوير المواد الصحفية
- إنشاء صفحات وقنوات افتراضية خاصة على شبكة الإنترنت
- المشاركة في المواقع العالمية (يوتيوب - ويكيبيديا... إلخ)



المهام - الاتحاد

- وضع خطة تدريبية تحت شعار كل صحفي صانع للمحتوى الرقمي
- تحفيز الصحفيين والمؤسسات الإعلامية على رقمنة المنتج الإعلامي في منظومة معلوماتية متكاملة
- خلق حالة تنافسية بين منتجات المحتوى الرقمي الإعلامي وتسويقها
- عقد اتفاقات مع الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية وكليات الإعلام لتوظيف المشاريع الطلابية لخدمة صناعة المحتوى الرقمي الإعلامي
- إقامة ورشات عمل تخصصية بالتعاون مع مراكز الدراسات والمؤسسات الإعلامية حول مقومات صناعة رائدة للمحتوى الرقمي
- إطلاق مشروع الخدمات الصحفية والتدريبية
- العمل مع محرك البحث شمرا والجمعية العلمية السورية للمعلوماتية لوضع خارطة تدوينية رقمية لسورية
- توسيع دائرة التواصل الاجتماعي المفيد عبر الشبكات بما يتيح الوصول إلى منهجية: **كل مواطن مراسل صحفي**
- التعاون مع الاتحاد الدولي للصحفيين في مشاريع الرقمنة
- دعم التطبيقات التي ترتبط بالخدمات الإعلامية الرقمية





المهام - المؤسسات

- تشكيل مجموعات عمل إنتاجية للمحتوى الرقمي في المؤسسات الإعلامية
- توفير البنى التحتية القادرة على تشكيل بيئة عمل رقمية
- تجميع الوثائق والمرجعيات في بنك معلومات إعلامي
- تأسيس نظم معلومات صحفية جامعة تتيح للإعلاميين الوصول إلى القيم المعرفية المضافة
- إثراء المواقع الإلكترونية بالقيم المضافة



المهام - المتلقي

- خلق حالة تفاعلية بين المتلقي والصحفي
- طرح الأفكار التي يعبر من خلالها عن طموحاته المستقبلية
- تكريس الحالة المفيدة في المنشورات والتعليقات والردود
- التحول نحو أن يكون مراسلاً صحفياً افتراضياً...

كل متلقي صحفي



شكراً لإصغائكم