



مرفق رقم (1)

ورقة مفاهيمية
لورشة العمل المتخصصة بشأن:
الإعلام العربي.. بين مواكبة التحول الرقمي والحفاظ
على خطابه في ظل التنافسية

والتي تنظمها إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بقطاع الإعلام والاتصال
وبنظام الفيديو كونفرانس (Microsoft Teams)

الأمانة العامة: القاهرة



ورشة عمل متخصصة بشأن:

الإعلام العربي.. بين مواكبة التحول الرقمي والحفاظ على خطابه في ظل التنافسية

الأمانة العامة: القاهرة- يوم الثلاثاء الموافق 2021/8/3

وبنظام الفيديو كونفرانس (Microsoft Teams)

أولاً: خلفية الموضوع:

في إطار الخطة العلمية السنوية لإدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بقطاع الإعلام والاتصال لعام 2021، تنظم الإدارة ورشة عمل متخصصة بشأن: "الإعلام العربي.. بين مواكبة التحول الرقمي والحفاظ على خطابه في ظل التنافسية"، وتأتي فكرة عقد هذه الورشة انطلاقاً من:

- مبادرة التحول الرقمي التي أطلقها المنتدى الاقتصادي العالمي في عام 2015 بوصفها جزءاً من مبادرات متعددة أطلقها العالم لتشكيل المستقبل، ويُعد التحول الرقمي المرحلة الثالثة من تبني التكنولوجيا الرقمية، التي تمر بثلاث مراحل؛ الكفاءة أو المهارة، والاستخدامات الرقمية، والتحول الرقمي.
- استرشاداً بالخطة الاستراتيجية الإعلامية العربية للأعوام (2017-2021)، ومحاورها الاستراتيجية.

ويُعد التحول الرقمي أساس الثورة الصناعية الرابعة؛ بسبب ما أحدثه من تغير تكنولوجي ينطوي على اعتماد مهارات جديدة للأفراد، إضافة إلى إعادة هيكلة المؤسسات، وقد أحدثت هذه الطفرة التكنولوجية نقلة نوعية في أداء المؤسسات المجتمعية المختلفة التي أدركت أهمية اللحاق بثورة التقنيات الحديثة لتكون أكثر إدراكاً ومرونة في العمل، وأكثر قدرة على التجديد والإبداع والابتكار.

ومن هنا؛ أصبح "التحول الرقمي" ضرورة حتمية واتجاهاً عصرياً يتوافق وطبيعة ما يشهده عالمنا من متغيرات وما تصبو إليه دول العالم وشعوبها من تطور وازدهار، والتحول الرقمي في المؤسسات يعني الانتقال من الاتجاهات والأنماط التقليدية الحالية إلى الاتجاهات والأنماط المستقبلية التي تشدد على إنتاج المعرفة وابتكارها والانفتاح على الثقافة العالمية؛ بما يكفل عدم العزلة عن العالم من جهة، ويحفظ الهوية الدينية والثقافية والقيمية من جهة أخرى.

وإذا كانت كل المؤسسات المجتمعية مطالبة باللاحق بركب التقدم التكنولوجي والثورة المعلوماتية التي أحرزتها البشرية؛ فإن المؤسسات الإعلامية هي الأكثر اهتماماً والأجدر مطالبة بالتفاعل مع التطورات التكنولوجية الحديثة والانخراط في العصر الرقمي الذي تتسارع خطواته وتتنامى قدراته يوماً بعد يوم.



وقد أسهمت جائحة كورونا التي واجهها العالم بداية عام 2020 في الإسراع باتجاه وسائل الإعلام التقليدية نحو التحول الرقمي، والاعتماد على نظم وأساليب تكنولوجية متطورة؛ للتغلب على حالة التوقف والإغلاق التي فرضت على الكثير من دول العالم، وتزايد عدد الساعات التي يمضيها الأفراد أمام شاشات التلفزيون ومنصات الإعلام البديل؛ للبحث عن المعلومات والأخبار حول الجائحة وتطوراتها، والاعتماد عليها بوصفها وسيلة أساسية- وربما وحيدة- لقضاء الوقت وتحقيق المتعة والتسلية والترفيه في ظل التوقف شبه الكامل للمسارح ودور السينما والمقاهي وأماكن اللعب والترفيه.

ويمكن القول إن فيروس كورونا غيّر أنماط الحياة في العالم، وحصر أنشطة الناس داخل منازلهم لفترات طويلة؛ حيث نشطت الشركات والمؤسسات المتخصصة في إنتاج الأفلام والمسلسلات خارج شاشات العرض التقليدية، وقدمتها من خلال منصات رقمية نجحت في جذب المشاهدين لمتابعة الأعمال السينمائية والتلفزيونية، وسرعان ما وجد المشاهدون ضالتهم في هذه النوعية من الخدمات الترفيهية التي تُقدم دون فواصل إعلانية وفي الأوقات التي يرغبون المشاهدة فيها.

وقد أصبح التحول الرقمي في الإعلام واقعا معاشا في الدول المتقدمة التي دخلت بالفعل عصر الإعلام عبر المنصات الرقمية، وفتحت شبكات الجيل الخامس الباب أمام التحول الرقمي الذي شمل كل أساليب الممارسة الإعلامية استنادا إلى التقنيات الحديثة، وأصبحت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي جزءا رئيسا في الطفرة التي يشهدها الإعلام المعاصر. وأصبحنا أمام واقع يصعب فيه الفصل بين الواقع والشبكات الاجتماعية وتطبيقات الهواتف الذكية، وبات كل ذلك يندرج تحت مسمى "الحقيقة المبرمجة" Compact Reality، ومع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تزايدت قدرة الآلات والروبوتات على معالجة البيانات والتعامل مع المحتوى الإعلامي ومراجعة النصوص بل تقديم نشرات الأخبار والبرامج التلفزيونية، وأصبح توفير التقارير الإخبارية الآلية أمرا متاحا، كما استُبدل الروبوتات بالعنصر البشري من مراسلين ومصورين.

وإذا كانت وسائل الإعلام في الدول المتقدمة قد قطعت شوطا كبيرا وحققت تقدما ملحوظا في مجال التحول الرقمي الذي أصبح واقعا معاشا لدى الكثير منها، فإن وسائل الإعلام في بعض الدول لا تزال تخطو خطواتها الأولى في هذا المجال، بل إن البعض منها ربما يعجز عن استيعاب التقنيات الحديثة لأسباب متعددة؛ منها ضعف الإمكانيات وقصور النظم والمؤسسات الإعلامية ذاتها.



ثالثاً: الأهداف المرجوة من ورشة العمل:

تستهدف هذه الورشة التعريف بالتجارب العربية الرائدة في مجال التحول الرقمي للمؤسسات الإعلامية العربية، وتداعيات التحول الرقمي على المشهد الإعلامي، وما يفرضه ذلك من تبعات تلقي بظلالها على موضوعية ومهنية الرسالة الإعلامية، كما ترصد الورشة أهم التحولات التي طرأت على شكل ومضمون الإعلام والصحافة العربية بفعل التطور التقني، وصولاً إلى طبيعة العلاقة مع الجمهور في العصر الرقمي، ومستقبل صناعة الإعلام في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي، وما يواكب النمو المتسارع في تلك المحاور من تطور في المشهد الإعلامي العربي والدولي. ما استدعى أن يكون تركيز هذه الورشة منصباً على تلك التحولات وتأثيرها في الإعلام وتأثرها به؛ بهدف إيجاد الأفكار التي يمكن بها الحفاظ على مسار الإعلام وفق الأسس المهنية والقواعد الأخلاقية من خلال طرح العديد من الأسئلة حول سبل فهم الإعلام والتعامل مع التحديات في ظل ما تبثه وسائل الإعلام التقليدي منها والحديث، وما تنشره من صور وقناعات وأفكار.

رابعاً: جلسات ورشة العمل:

الجلسة الأولى:

مفاهيم عامة حول التحول الرقمي وتأثيره على الخطاب الإعلامي

المحور الأول: البنية الدلالية والسيميولوجية لخطاب الإعلام العربي في ظل التنافسية.
المحور الثاني: التغطيات الإعلامية الموضوعية وتحديات صناعة التأثير في زمن الصحافة الإلكترونية.

المحور الثالث: كيف يمكن للتحول الرقمي أن يؤثر في تغيير سلوكيات وعادات القراء.

المحور الرابع: كيف يمكن الانتقال من منبر إعلامي قديم إلى مؤسسة إعلامية رقمية.

الجلسة الثانية:

المحور الأول: ما تأثير التكنولوجيات الحديثة في تطوير محتوى الرسائل الإعلامية.

المحور الثاني: كيف يمكن للإعلام المرئي مواكبة التطور السريع الذي يشهده الإعلام الإلكتروني.

المحور الثالث: أبرز التحولات العالمية التي ترسم ملامح المشهد الإعلامي العربي.

المحور الرابع: العوائد المترتبة على عملية التحول الرقمي في مؤسسات الإعلام العربية وعلى مستوى التنافسية وتطوير الصناعة الإعلامية وتحفيز الإبداع واستقطاب

الاستثمارات من خلال الأدوات الحديثة لزيادة المردود المادي.

الجلسة الثالثة:

عرض تجارب وخبرات الدول العربية في مجال التحول الرقمي للمؤسسات الإعلامية



خامسا: الجهات المعنية بورشة العمل:

- 1- الجهات المعنية بالبحوث والدراسات في وزارات الإعلام بالدول العربية.
- 2- المندوبيات الدائمة للدول الأعضاء لدى جامعة الدول العربية.
- 3- العاملون في الأمانة العامة، وعلى وجه الخصوص قطاع الإعلام والاتصال.
- 4- الباحثون المتخصصون بالإعلام في الدول العربية.
- 5- مراكز البحوث والدراسات الاستراتيجية في الدول العربية.
- 6- المنظمات والاتحادات الممارسة لمهام إعلامية.

سادسا: التساؤلات المطروحة للإجابة عليها في ورشة العمل

(طاولة مستديرة)

التساؤل الأول: لماذا يطرح موضوع التحول الرقمي في العمل الإعلامي بهذا الزخم في وقتنا الحالي؟

التساؤل الثاني: ما هي مبررات الاهتمام بالتحول الرقمي من قبل المؤسسات الإعلامية في الوقت الحاضر؟

التساؤل الثالث: ما تأثير التكنولوجيات الحديثة في تطوير محتوى الرسائل الإعلامية؟

التساؤل الرابع: كيف يمكن الانتقال من منبر إعلامي قديم إلى مؤسسة إعلامية رقمية؟

التساؤل الخامس: كيف يمكن الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة لتطوير مؤسساتنا الإعلامية العربية؟

التساؤل السادس: هل سيؤدي التحول الرقمي واستخدام الذكاء الاصطناعي إلى اندثار وسائل الإعلام التقليدية وفقدان العاملين في تلك الوسائل لوظائفهم؟

ملاحظات عامة:

➤ آلية انعقاد ورشة العمل بنظام الفيديو كونفرانس (Microsoft Teams) داخل الأمانة العامة وفي تمام الساعة الحادية عشر صباحا، وسوف تقوم الأمانة بموافاة المشاركين برابط المشاركة الإلكتروني بوقت كافٍ.

➤ مدة المشاركة بمدخل في إحدى محاور الورشة (15 دقيقة كأقصى مدة لكل مشاركة).

➤ مدة التعقيب على إحدى المشاركات أو على أحد محاور الورشة (5 دقائق كأقصى مدة لكل تعقيب).

➤ يتم تلقي المداخلات والتعقيبات مكتوبة بنظام (Word) لغاية يوم الأحد الموافق 2021/8/1، عبر البريد الإلكتروني لإدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية rss.dept@las.int. لغرض تحكيمها من قبل لجنة علمية مختصة تضم اساتذة وخبراء في مختلف محاور الورشة.