

جلسة «من الإعلام إلى الترنند» تناقش تأثير السعي لتحقيق الانتشار







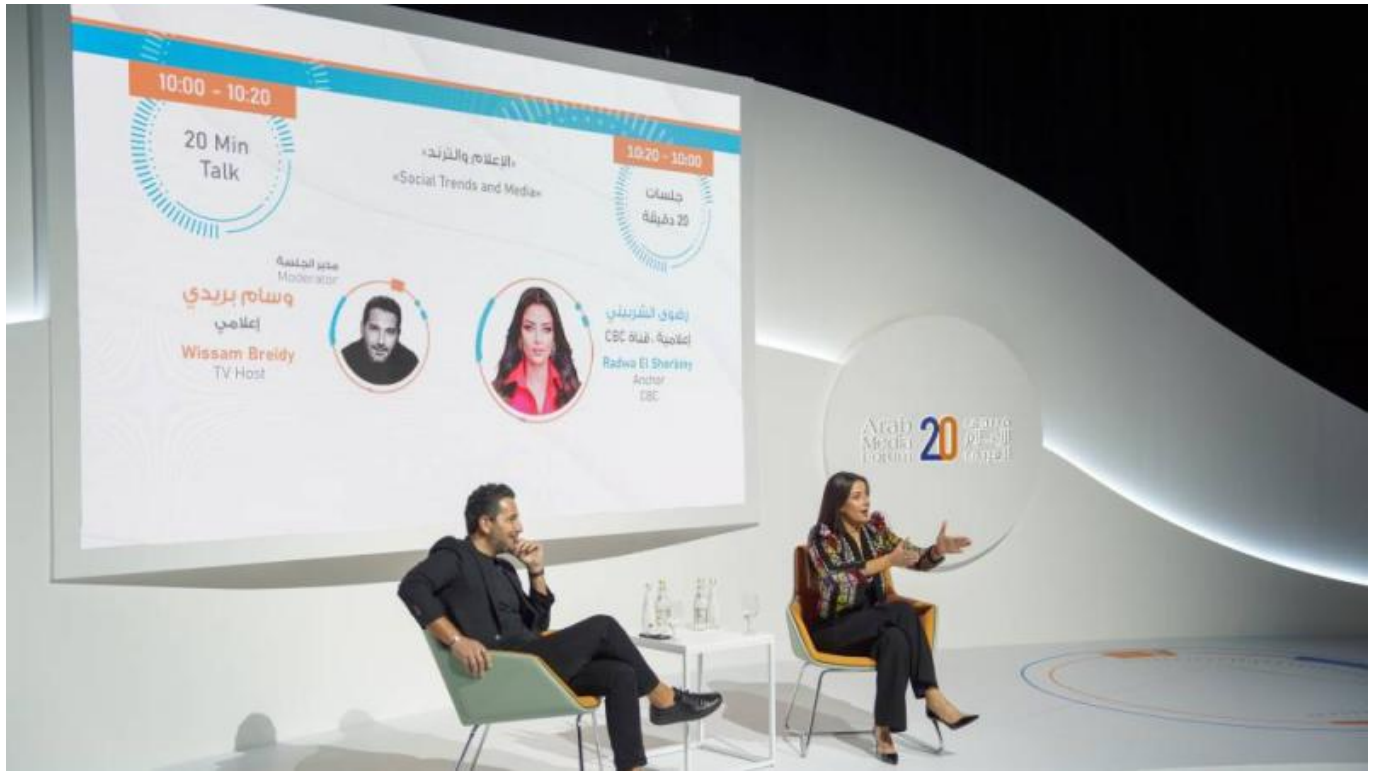














دبي: «الخليج»

في أولى جلسات الدورة العشرين لمنتدى الإعلام العربي، ناقشت جلسة «الإعلام والتrend» ضمن برنامج جلسات 20 دقيقة، أثر التطور التكنولوجي في عالم الاتصال في العمل الإعلامي، في ضوء الانتشار الكبير لمنصات التواصل في المجتمعات العربية، والزيادة الكبيرة في نسب المتابعين، لاسيما فيما يتعلق بظاهرة سباق «التrend». واستضافت الجلسة، الإعلامية المصرية رضوى الشربيني، من قناة «سي بي سي» وحاورها وسام بريدي، حيث تناولت العلاقة بين منصات التواصل، والعمل الإعلامي، وهل أثر السعي وراء الانتشار السريع والواسع بين المتابعين في منصات التواصل، في أداء الإعلاميين.

وفي إجابة عن سؤال عما إذا كان أي محتوى يمكن أن يتحول إلى «تrend» بغض النظر عن قيمته الحقيقية، وهل يمكن وضع بعض الإعلاميين في خانة محاولة الاستفادة من هذه الظاهرة في تحقيق الانتشار، بركوب الموجة، بغض النظر عن إيجابية الموضوع أو سلبيته، أوضحت رضوى الشربيني أن «التrend» قد يكون سلبياً أو إيجابياً، فإذا كان الموضوع مستقطباً لجمهور كبير على شبكات التواصل، ويستفيد منه المتابعون، فهذا إيجابي، أما إذا كان يستهدف التشهير بأشخاص بعينهم أو الإساءة إليهم أو تناول موضوع أو آخر بشكل خطأ، فهذا بالتأكيد سلبي.

وقالت إن هناك الكثير من الموضوعات التي تحظى بمتابعة كبيرة على منصات التواصل الاجتماعي وتعتبر إيجابية للغاية لاسيما ما يُصنّف بين الموضوعات الجيدة التي تخلق «التrend» وتلامس المجتمع بصورة مباشرة، ومنها على سبيل المثال الترابط الأسري وتعزيز مكانة المرأة في المجتمع، فضلاً عن أثر التrend في تسليط الضوء على العديد من الموضوعات التي تترك نتائج إيجابية على المجتمع.

وعن الفرق بين الإعلامي وصانع المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي، قالت رضوى الشربيني إن الإعلامي يجب عليه الالتزام بنسق أخلاقي ومهني واضح، إذ يتوجب عليه التزام قواعد وأسس العمل الإعلامي المتعارف عليها بين أصحاب المهنة، ولا بد أن يكون حريصاً على تطبيقها، وأن يسعى إلى تقديم محتوى إعلامي يراعي المتلقي ويحترمه بغض النظر عن مستواه التعليمي أو الثقافي أو الاجتماعي، وضمن الأطر الأخلاقية المرعية في المجال الإعلامي. وعن أوجه الشبه والتناقض بين الإعلامي وصانع المحتوى، قالت الشربيني أن الإعلامي ملتزم بالقواعد والأسس

المهنية، في حين أن صانع المحتوى لا يلتزم بأطر مهنية محددة، مشيرة إلى أن الإعلامي من الممكن أن يكون صانع محتوى، في حين أن العكس غير صحيح، حيث لا يمكن لصانع المحتوى أن يكون إعلامياً نظراً لعدم إلمامه بقواعد المهنة وأسسها وضوابطها الاحترافية، لافتة إلى أن الإعلامي يجب أن يراعي الواجبات المرتبطة بعمله ورسالته في المقام الأول وهو ليس مطالب بأن يكون «صانع ترند».

وحول اللغة المستخدمة في مختلف القنوات الإعلامية وتلك المستخدمة على منصات التواصل، أكدت رضوى الشربيني أن الإعلامي لابد أن يكون حريصاً على ألا ينجرّف إلى استخدام تعبيرات أو ألفاظ غير لائقة، في حين من غير المقبول إطلاقاً أن يتلفّظ الإعلامي بألفاظ نابية أو يستخدم تعبيرات خارجة، أو مسيئة.

وقد انطلقت اليوم (الثلاثاء) في دبي أعمال منتدى الإعلام العربي الذي يحتفل في هذه الدورة بمرور 20 عاماً على انطلاقه، بمشاركة أكثر من 3000 من القيادات الإعلامية العربية والعالمية، ورؤساء تحرير الصحف، وكبار الكُتاب والمفكرين والمعنيين بالعمل الإعلامي في المنطقة، ضمن التجمع الإعلامي الأكبر على مستوى العالم العربي، حيث تعقد الدورة العشرين تحت شعار «مستقبل الإعلام» وتتناول من خلال عدد كبير من الجلسات الرئيسية والنقاشية وجلسات 20 دقيقة وورش العمل أهم الموضوعات المتعلقة بكيفية الارتقاء بالأداء الإعلامي وتحقيق الريادة الإعلامية العربية ورفع مستوى تنافسية مؤسسات الإعلام في المنطقة وبما يواكب تطلعات التنمية خلال المرحلة المقبلة.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.