ONO ORGANIZATION OF NEWS OMBUDSMEN

الموفق الاعلامي

دليل المستخدم

(النشرة الأولى)

بدعم من مكتب التعاون الألماني

التعاون الألماني
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus

HAICA

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

معهد إيريش بروست للصحافة الدولية: منسق المشروع

معهد إيريش بروست للصحافة الدولية هو منظمة غير ربحية تابعة لجامعة دورتموند، ألمانيا. يقوم بالبحث العلمي حول وسائل الإعلام الدولية و يحاول في الوقت نفسه نقل المعرفة من هذا البحث إلى الواقع الصحفي. نذكر على سبيل المثال مشروع (ميديا اكت) و الذي كان مشروع بحث كبير حول المساءلة والشفافية في وسائل الإعلام في أوروبا والعالم العربي. عمليا كانت المشاريع الموجهة تتمثل في مدرسة صيفية ألمانية-أردنية للصحفيين الشبان من كلا البلدين ورحلة بحث قام بها طلاب الصحافة الألمانية إلى تنزانيا و مؤتمر حول المساءلة في الإعلام مع الصحفيين المصريين والتونسيين.

مرصد الاعلام في شمال افريقيا و الشرق الاوسط

منظمة مستقلة، تتشكل من جمعيات من شمال افريقيا و الشرق الاوسط. الهدف الاساسي لهذا المرصد، هو رصد موقف، و تحيز ومهنية الصحافة المكتوبة والاعلام المسموع و المرئي خلال الحملات الانتخابية. والى هذا اليوم، نجح المرصد في رصد الاعلام في الفترات الانتخابية في كل من الجزائر, ومصر، والاردن، ولبنان، والمغرب، وفلسطين، وسوريا، وتونس، واليمن، والسودان.

الهيئة العليا المستقلّة للاتّصال السّمعي والبصري

الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري هي هيئة تعديليّة تعنى بالمشهد الإعلامي السمعي والبصري في تونس، تأسست في 03 ماي 2013، من اجل العمل على تنظيم القطاع السمعي والبصري وضمان استقلالية وسائل الإعلام وتعزيز حرية التعبير التي تعد ركيزة من ركائز الديمقراطية.
تتكفل هذه الهيئة بتعديل المشهد الإعلامي وتنظيمه خلال فترة الانتقال الديمقراطي والاستعداد للمواعيد الانتخابية. كما تسعى إلى نشر ثقافة التعديل والتعديل الذاتي لإرساء إعلام مهنى مستقلّ عن كلّ السلط السياسيّة والماليّة.

المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والإتصاليين

مؤسسة عمومية تونسية ذات صبغة إدارية تخضع لإشراف رئاسة الحكومة.
يهدف المركز إلى تطوير قطاع الإعلام الوطني قصد النهوض به وتحسين خدماته وأدائه ومن أجل ذلك يضطلع المركز بالدرجة الأولى بمهمّة التكوين المستمرّ و تأهيل الصحفيين والإتصاليين .

Contacts

Prof Dr Susanne Fengler, Director
Susanne.Fengler@tu-dortmund.de
Nadia Leihs, Project Coordinator Germany (Leihs@gmx.de)
Amirouche Nedjaa, Project Coordinator Tunisia (Nedjaa@yahoo.fr)

Disclaimer

Responsible according to press law: Prof Dr Susanne Fengler
Editing: Nadia Leihs and Amirouche Nedjaa
Translation : Dr Redouane Boudjema
Illustrations & Layout : Tawfiq Omrane
supported by : ONO, HAICA, CAPJC, Federal Foreign Office

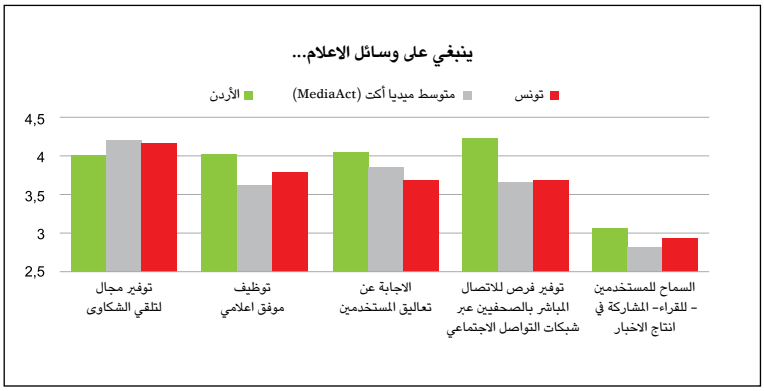
تقديم

الزملاء الأعزاء رؤساء التحرير ومدراء وسائل الإعلام والصحافيين،

منذ الثورة، ووسائل الإعلام التونسية تواجه عدة تحديات في محاولتها الموازنة بين حرية التعبير والمسؤولية. غير أن الدعوة إلى «حرية مسؤولة» غالباً ما تكون مسألة مبهمة. ومن الصعب الموازنة بين حرية التعبير والصحافة المسؤولة وخاصة عندما يكون التحدي في أوقات الإرهاب. وفي الغالب قد تكونون واجهتم ذلك في الواقع.

نود بالمناسبة أن نقدم لكم، من خلال هذا الكتيب، مفهوم الوساطة، الذي كان يطلق عليه «صوت الجمهور وضمير غرفة الأخبار». يُعتبر الموفقون الاعلاميون في كثير من البلدان بمثابة وسيلة من وسائل التعديل الذاتي لوسائل الإعلام. لِذا فإنهم سيلعبون دوراً متزايدا في تونس خلال السنوات المقبلة خاصة أن الهايكا (الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري) أدمجت هذا المفهوم في كراسات الشروط الخاصة بإصدار التراخيص لوسائل الإعلام. توجد اليوم العديد من التجارب الناجحة في أوروبا في هذا الصدد وبالأخص في سويسرا وفرنسا، حيث يُطلب من محطات البث الإذاعي والتلفزي أن تتوفر على أداة تسهر على معالجة شكايات الجمهور

ويتميز الموفق الإعلامي، بخصال عديد مقارنة بأدوات التعديل الذاتي الأخرى، كمجالس الصحافة أو مدونات الأخلاق الوطنية أهمها أن المؤسسة الإعلامية وحدها هي المسؤولة عنه، والأكيد أن الاستفادة لن تشمل فقط مهنة الصحافة والمجتمع ككل، بل إنها ستطال بشكل مباشر الوسيلة الإعلامية.وقد أثبتت الدراسة التي أنجزها معهد «أريش بروست» الأهمية البالغة لمفهوم الموفق الإعلامي باعتباره واحدا من أكثر أدوات التعديل الذاتي تأثيرا داخل المؤسسة الإعلامية نظرا لتزايد الإقبال على هذه الخطة داخل القطاع المهني واستقلالها عن القوى المؤثرة داخل وخارج المشهد الإعلامي.



درجة قبولية مختلف أدوات مساءلة وسائل الإعلام في تونس والأردن. المصدر: "ميديا أكت 2014"

الدور المزدوج للموفق(ة) الإعلامي(ة)

يلعب الموفقون الإعلاميون دور «السفراء» بالنسبة إلى الجمهور والفاعلين المؤثرين كالسلطات والسياسيين ورجال الأعمال ورجال الدين فهم يفسرون القرارات التحريرية ويوضحون المعايير المهنية للمؤسسة. ذلك

أن مجرد إحساس الجمهور بالتعامل معه بجدية من شأنه أن يولد لديه درجة كبيرة من الثقة والإحترام. وهذا يؤدي إلى الرفع من عدد القراء/المشاهدين/المستمعين. في كثير من الأحيان فمن شأن اعتذارٍ صادق من قبل وسيلة إعلامية أن يثني مشتك من رفع قضية أمام المحكمة.

وفي زمن التغييرات الأساسية والجدل الكبير حول دور وسائل الإعلام في تونس، يمكن للموفقين الإعلاميين أن يلعبوا دوراً هاماً في تفسير الممارسات الصحفية وتعزيز فهم أفضل لدور الصحافة. وبالتالي، فإنهم يساعدون بدرجة كبيرة في ضمان صحافة مستقلة.بالإضافة إلى أنهم سيكونون بمثابة «ضمير غرف الأخبار» بالنسبة إلى زملائهم ذلك أن ضغط العمل الروتيني يجعل الصحافيين يرتكبون أخطاءً حتى عن حسن نية.

ويعزز الدور الجديد النقاشات الداخلية حول أخلاقيات مهنة الصحافة وجودتها،

ويجعل الصحفيين على حذر من المتاجرة في الفضائح والتلاعب السياسي وضغوط عالم الأعمال. و يمكن أحيانا لأفراد من الجمهور أن يقدموا إضافات مفيدة للمادة الصحفية.

وفي إطار هذه الرؤية الجديدة للأدوار الإعلامية نقدم لكم هذا الكتيب الذي يحتوي على معلومات قيمة عن دور الموفق الإعلامي ومهامه. ونأمل أن نقنع أكبر عدد ممكن من مسؤولي وسائل الإعلام وكذلك الصحافيين بضرورة توظيف الموفق الإعلامي صلب غرف الأخبار من أجل توسيع شبكة الموفقين الإعلاميين التونسيين. ففي هذا الدليل تجدون المعلومات الأساسية حول المهام اليومية ومؤهلات الموفق الإعلامي. ويهمنا في هذا الإطار أن نعبر عن سعادتنا الكبيرة بكسب دعم المنظمة العالمية للموفقين الإعلاميين التي منحتنا الموافقة لترجمة أجزاء من دليلها حول الموفقين الإعلاميين العصريين نحو اللغة العربية لأول مرة. بالإضافة إلى ذلك، فإننا نقدم لكم بفخر خبرات مديري وسائل الإعلام والصحافيين التونسيين الذين قاموا مسبقاً بإدخال مفهوم الموفقين الإعلاميين لجمهورهم وزملائهم.
وجدير بنا أن نوضح أن هذا الدليل قد تم إعداده من قبل معهد «إريش بروست» التابع لجامعة دورتموند ومرصد الإعلام في شمال افريقيا والشرق الأوسط (تونس) وذلك بفضل تمويل من مكتب التعاون الألماني. في نفس الوقت.وهذا الدليل هو ثمرة التعاون المستمر مع الصحفايين التونسيين ومسؤولي وسائل الإعلام الذين ساهموا في مشروعنا الرائد «الموفق الإعلامي في تونس» منذ سنة 2014، و بفضل الدعم المستمرأيضا لكل من «المركز الأفريقي لتدريب الصحافيين والاتصاليين» و «الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري».

مع مودّتنا.

أ. د. سوزانا فنغلر　　عميروش نجاع　　نادية لايز

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

من هو الموفق الاعلامي؟

بقلم جيفري دفوركن

لماذا يجب على مؤسستكم الإعلامية وعلى أية وسيلة إعلامية أخرى أن تكون لديها موفق اعلامي؟

في البداية، لا بد من الإشارة إلى أنه يوجد تصور متأصل و لصيق بهذا المنصب في حد ذاته مفاده أنه يوجد أمر ما غير سوي يتم على مستوى تنظيم الأخبار وانتاجها. وإلا فلماذا تزعج الإدارة نفسها لخلق هذا المنصب؟ويعتقد كثير من الصحفيين أن الإدارة ملت من تلقي الشكاوى باستمرار لذلك فعندما يجد الصحفيون أنفسهم في وضعية الاستماع إليهم من قبل الموفق الإعلامي يذهب في اعتقادهم أن الإدارة وظفت شخصا لتأمين مهمة الإشراف على الشكاوى والعقوبات وتسييرها.

ومن جانب آخر يمكن للجمهور أن يرى في خلق منصب موفق إعلامي اعترافا ضمنيا بهشاشة الصحيفة، أو الموقع الالكتروني أو الناشر.

الوظيفة الأكثر انعزالية في قاعة التحرير

الوظيفة الأكثر انعزالية في قاعة التحرير

من المؤكد أنه قد تكون لهذه الافتراضات و الرؤى تأسيسا معينا لكن في الغالب فإن واقع المؤسسات عموما والإعلامية منها على وجه الخصوص يمكن أن تعاني مما يعرف بـ«تفكير المجموعة».

فتذهب ضحية الكثير من الأوهام والمغالطات ذلك أن الذين هم خارج المؤسسة الإعلامية لا يمكنهم بكل حال من الأحوال معرفة حرص الصحافيين داخل غرف الأخبار أن يكونوا هم الأفضل من بين المؤسسات لكن المتابعين بحكم وجودهم

خارج المؤسسة لا يمكنهم أن يفهموا درجة النوايا الحسنة للمؤسسة والصحافيين.

لا يمكن أن يرتبط وجود موفق اعلامي بالشكوك الموجودة لدى الجمهور ولا بغرض تهدئة الإدارة أو مساندة قاعة التحرير بشكل خاص بل أن وظيفته تحقق غايات أعمق من ذلك بكثير فدوره يحقق التوازنات المفقودة داخل المؤسسة ويضع البديهيات والافتراضات داخل المؤسسة على محك المراجعة والتي تفسر ما يجري أثناء العمل بمبررات مقبولة وصحيحة وبأسباب معلومة ويتمثل دور الموفق الإعلامي في مراجعة هذه البديهيات وطرح أسئلة بسيطة من قبيل :

هل أنتم متأكدون؟ كيف علمتم بذلك؟

يُؤَمّن الموفق دور الوسيط بين الجمهور والمؤسسة الصحفية، بهدف التأكد من كون المضامين المنتجة تستجيب للمعايير الكبرى. وهي مهمة مشروعة فلماذا لا يهدف إلى تحقيق ذلك؟ فالقراء والمستمعون والمشاهدون جديرون بذلك.

يعرف من يوجد بيننا، ممن سبق له وأن قام بهذه المهمة، الكثير من القصص حول ما يصلح و ما لا يصلح. هذا الدليل، موجه نحو مساعدة الموفق الاعلامي الحديث العهد بهذه المهمة، أو ذلك الأمين الذي لا يزال يعمل و يبحر عبر مختلف الاتجاهات المختلفة و المتناقضة لوسائل الإعلام في القرن الواحد و العشرين. كما يستهدف هذا الدليل طلبة الصحافة، و الجمهور المهتم. فعندما يتعلق الأمر بممارسة صحفية ذات نوعية عالية، فكل واحد منا معني بهذا.

داخل قاعة التحرير كل ما يحدث يجب أن يتم نحو الأفضل

وقبل الوصول لذلك، لا بد من الاعتراف بهذه المسألة المثيرة الخاصة بالنوع واللغة.

فكلمة «الموفق الاعلامي»، يمكن أن تثير ردود فعل قوية من قبل الذين يعتقدون بأن النساء يتم إقصاءهن من هذه المهنة. فبعيدا عن هذا، لا بد أولا من الإشارة إلى أن الكلمة لها أصول اسكندنافية. و مع ذلك، فإن الكلمة يمكن أن تكون لها تبعات

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

لا تتطابق مع حساسيات القرن الواحد والعشرين. بالنسبة للبعض، يمكن للكلمة أن تحمل معنى، أن مكان المرأة ليس في قاعة التحرير. لهذا السبب، يفضل البعض استخدام تعبير يحمل تدقيقا أكبر، و بأكبر حيادية، ككلمة «ممثل القراء»، أو «المحرر العام»، أو «محرر القراء».

نحن في منظمة «الموفقون الإعلاميون» ،لا نشعر بوجود أي انحياز في الكلمة. فلا تحمل الكلمة أية تبعات جنسانية أو تمييزية.

فالمهم، هو أن يتم العمل، و أن يتم بشكل جيد من قبل الذين يشغلون هذا المنصب، بغض النظر عن انتمائهم الجنسي، سواء كانوا رجالا أم نساء.

لا يعمل كل الموفقون الاعلاميون بالطريقة نفسها. غير أنه تنشأ بعض التحديات و المعضلات المتماثلة و المتشابهة. نحاول تحديد التساؤلات المفيدة أكثر. فالموفقون الاعلاميون يتقاسمون أمرا أساسيا: التزام كبير بتحسين الأداء الصحفي. فقبول الجمهور داخل مسار جماعي، وتحرير ونشر المعلومة، لا يمكن أن يكون إلا هدفا ساميا ،جديرا بالثناء والتنويه.

ترى منظمة «الموفقون الإعلاميون»، ومعهد اريش بروست ومرصد الاعلام في شمال افريقيا والشرق الأوسط اللذين يدعمون هذا الدليل، أن هذا المصطلح يؤسس لممارسة صحفية متميزة وعالية الجودة. وبالنظر إلى وضع الممارسة الصحفية في عالمنا اليوم، من الممكن أن يكون من الصعب الدفاع عن هذا المثل الأعلى. لكن مستقبل الصحافة في حد ذاتها، بل و الديمقراطية نفسها، هي في آخر المطاف الرهان المركزي اليوم.

تعريف منظمة الموفقون الاعلاميون

تأسست منظمة الموفقون الإعلاميون سنة 1980، هي منظمة غير ربحية مسجلة تضم أعضاء قارين وآخرين مشاركين على المستوى الدولي. تقيم مؤتمرا سنويا لمناقشة الممارسات الصحفية، و المسائل المتعلقة بمهنة الموفق الاعلامي. ويشارك الموفقون الإعلاميون بشكل مستمر في المؤتمرات والندوات الخاصة بمسائل المعايير والأخلاقيات والقيم الصحفية.

أهداف منظمة الموفقين الاعلاميين

تسهر منظمة «الموفقون الإعلاميون» على مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب قبول المساءلة. بهدف تحسين الخدمات المقدمة إلى الجمهور في البحث عن المعلومة. وتتلخص أهدافها في إرساء:

- أعلى المعايير الخاصة بالوساطة الصحفية.
- قيمة الموفقين الاعلاميين في كل الهياكل الصحفية.
- منتدى لتبادل الخبرات والمعلومات والأفكار من بين أعضائها ومع الجمهور بشكل عام.

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

لماذا يعتبر الموفق الاعلامي حاجة حيوية بالنسبة الى المؤسسة الاعلامية؟

يساهم الموفق الإعلامي في تحسين نوعية الأخبار من خلال التحقق من دقتها ونزاهتها، ويعمل على تعزيز الذوق السليم والتوازن بين كل الأطراف. ويساعد المؤسسة الصحفية على الانفتاح على الجمهور بقدر كبير وأن تصبح أكثر مسؤولية تجاهه، وهو ما يحقق لها نسبة كبيرة من المصداقية.
ويعزز درجة وعي مهنيي الإعلام بكل ما يتعلق بانشغالات الجمهور.
ويساهم عبر أدائه لمهامه في مساعدة الناشرين ورؤساء التحرير أو مدراء الإذاعات والقنوات التلفزيونية من ربح الوقت وذلك عبر إرسال الشكاوى والدعاوى للشخص المناسب. كما أنه يجنب المؤسسة الشكاوى التي يمكن أن تتحول إلى محاكمات قضائية غالية التكاليف.

ما هي الجهة المستفيدة وماهي الجهة التي تدفع؟

لا شك أن المستفيد الرئيسي هو الجمهور، فالموفقون الإعلاميون يقومون بالمساعدة في شرح المسار الصحفي، ويقومون بدور مهم في إرساء صحافة مستقلة، تقوم على تبني آليات التعديل الذاتي عبر السماح للجمهور بالإطلاع على المسار الصحفي وعلى التأثيرات الحكومية المفرطة وعلى تأثيرات المعلنين، وهي مهمة تساهم بذلك في وضع جماعات الضغط على الهامش.
وتتكفل المؤسسة الصحفية بدفع المقابل المالي لمن يشغل هذا المنصب. فالموفقون الإعلاميون غالبا ما يتم توظيفهم بعقود عمل محددة الآجال مع التنصيص على شرط يحتويه هذا العقد فحواه: «بدون نتائج، لا تجديد للعقد».

شهادات ميدانية: تقديم الموفق الاعلامي للجمهور

محمد الأحمدي - راديو رقاب
موفق اعلامي (صيف 2015) و عضو الهيئة المديرة للجمعية المسيرة للراديو

«كان الأمر صعبا في البداية، فالناس يتصلون للتساؤل حول خيار موسيقي أو آخر ، أو لطلب شغل في حين يتصل البعض الآخر للاستفسار عن الإشهار لمؤسساتهم.»

عبدالقادر جلال – راديو توانسا أف أم
موفق إعلامي لدى راديو توانسة اف أم منذ 2015

«أتلقى دائما شكاوى المستمعين واعمل على معالجتها. كما أنني أقوم بتفسير و شرح مهمة الموفق الإعلامي للمستمعين... لا بد من حث وسائل الإعلام التونسية على الالتحاق بالمشروع، و على ضرورة الحديث عن دور الموفق الإعلامي لأن الصحفيين والجمهور وعلى حد سواء لا يعرفون ما ذا يعني الموفق الإعلامي.»

أيمن شريقي – راديو 6
الموفق الاعلامي في راديو 6 منذ خريف 2015

«أتلقى الكثير من الشكاوى من المستمعين ولكن معظمها ليست لها جدوى. هناك من المستمعين الذين يطلبون تغيير نوع الموسيقى، في حين أن الآخرين لديهم مطالب خاصة بالتقنيين ولكن هناك أيضا بعض الاستفسارات حول الصحفيين... فئة أخرى من المستمعين يتصلون بنا بعد بث بعض الأخبار، ليعبروا عن موقفهم من الخبرو امكانية أن يساهم في خلق الفتنة، وأنه كان من الأجدر عدم بثها. وأحاول جاهدا أن أقدم لهم بعض التوضيحات والتفسيرات.»

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

هادي سنوسي - راديو موزاييك

موفق اعلامي في راديو موزاييك افم منذ 2014

«تواجه كل التجارب الجديدة في بدايتها العديد من الصعوبات. يعيش المستمعون هذه التجربة الجديدة معنا، فالمستمعون لم تكن لديهم أية فكرة عن الموفق الاعلامي ولا عن دوره. فقد كانت هناك في البداية نقاشات مع المستمعين عن طريق الهاتف، حيث أقوم بتفسير دوري و شرح عملي للمستمعين، كما قام زملائي بتقديم إيضاحات حول هذه الخطة الجديدة للجمهور. وقد لا حظت في الأخير أن الناس انتهى بهم الأمر لفهم مهمتي، و الأرقام توضح جيدا ذلك، كما أن عدد الشكاوى ذات العلاقة بعملي عرفت ارتفاعا سنة 2015 بالمقارنة مع سنة 2014.»

نزهة بن محمد - رئيسة تحرير براديو6

«كانت ولا زالت تربطنا علاقات جيدة مع مستمعينا، لذلك فان دخولنا هذا المشروع يهدف إلى تحسين العلاقات مع الجمهور، وتحسين عمل الصحفيين.... نحن بحاجة لشخص يجيب عن شكاوى المستمعين، من أجل حل هذه المشاكل قبل أن تتحول إلى متابعات قضائية.

فالموفق الإعلامي يتحول إلى صوت الجمهور داخل الراديو، كما أنه سيساعد على تحسين نوعية الحصص. ويساهم دوره في وضع حدود ومعايير لاحترام قواعد وأخلاقيات المهنة.»

من يمكنه أن يصبح موفقا اعلاميا؟

بقلم جيفري دفوركن

اطرحوا جملة من الأسئلة على أي موفق إعلامي حول طبيعة مهنته، فسيجيبكم بالتأكيد بأنها من أكثر المهن تعليمية و كثافة و أهمية في الصحافة العصرية. وحتى المنظمات الصحفية التي لها تقاليد عريقة في الوساطة تتفق مع هذا الرأي. كما أن الناشرين ورؤساء التحرير الذين يؤمنون بهذا الدور يعتقدون أنه لا يمكن تسيير قاعة التحرير في غياب موفق إعلامي.

واعتبارا لجملة من الأسباب ستصبح وضوحا أكثر في المستقبل فإن دور الموفق الاعلامي المستقل فعليا سيشكل دائما رابطا حيويا أساسيا من بين مختلف العناصر والمكونات الصحفية التي تدخل في نطاق تشكيل ثقافة إعلامية مدنية ومسؤولة تقر بوجوب المساءلة وضرورتها. هذا بالإضافة إلى أن هذه الخطة الإعلامية تساهم بشكل فعال في خلق الظروف التي تمكن وسائل الإعلام والجمهور من العمل سويا من اجل ضمان صحافة متميزة في خدمة المتلقي أولا وأخيرا. والأكيد أن انتشار الانترنيت والتزايد المطرد والمكثف لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد هيأ مناخا كبيرا لعديد الهيئات والمنظمات المختصة في تقصي الإعلام ورصده ونقده.

تتعدد الطرق والوسائل التي يحقق بها الموفق الإعلامي صفته المهنية بتعدد الثقافات، ومع ذلك تلتقي كل الثقافات في التزامها اتجاه الصحافة بالتعديل الذاتي وبالاستقلالية الصحفية وباقرار مبدأ إشراك الجمهور في المسار الصحفي.

وبعد ذلك لماذا هذه القناعة الراسخة بأن وسائل الإعلام يجب أن تكون مسؤولة أمام الجمهور؟ ألا يكفي الدورالذي يقوم به المدونون والذي يتقاطع مع مهمة الموفق الإعلامي وبمقابل أقل وجهد أيسر؟ واذا سلمنا جدلا بهذه المسؤولية فتجاه من تشعر المؤسسة الإعلامية بمسؤولياتها؟ أمام قرائها، أو مستمعيها أو مشاهديها الأوفياء؟ أو أمام الفضاء التدويني وانتقادات وسائل الإعلام؟

أليس من الصواب ترك الآلاف من الآراء والتفاعلات داخل فضاء المنافسة حتى تتمكن أحسن الآراء من البروز؟

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

لا خلاف أن الموفقين الإعلاميين ينظرون إلى الأشياء بشكل مختلف. فطبيعة وظيفتهم تستوجب الوقوف عند وجوه التباين بين مختلف الانتقادات بهدف تأمين الالتزام مع الجمهور وترسيخ ثقافة الاعتراف به وبأهمية وجوده في المسار الصحفي داخل المؤسسة الصحفية.

والواضح أنه دون هذه العلاقة النقدية مع الجمهور تتوقف وسائل الإعلام عن أداء دورها الطبيعي في الحياة المدنية للمستمعين والمشاهدين والقراء. فيتحولون بذلك إلى مرآة دون لون لا تعكس إلا وجهات نظر المؤسسات الإعلامية. ويلتقي ذلك مع موقف طريف لاحد الموفقين الاعلاميين والذي يرى أن ثقافة وسيلة اعلامية ما يجب أن تشبه الغشاء الذي تنفذ منه السوائل وسمح بالتالي للأحسن الأفكار بالتدفق والحركة في الاتجاهين.

ولكن لماذا الإلحاح على حق الجمهور في المساءلة؟ لأن الجمهور الذي نقدم له الخدمة الإعلامية و الذي يبحث عن المعلومة، هو مكون أساسي في أية ديمقراطية وبالتالي فأن المواطنين المطلعين هم الذين يمكنهم القيام بخيارات راشدة و مستنيرة. وتلك هي المهمة الرئيسية التي ينتظرها كل من المؤسسة الإعلامية والجمهور من الموفق الإعلامي.

ينظر الموفقون الإعلاميون إلى العالم بشكل مغاير ويتمثل دورهم في إظهار التباينات بين مختلف الانتقادات والمواقف وترسيخ ثقافة الاعتراف بوجوب إقرار دور الجمهور في المسار الصحفي داخل المؤسسة.

تتعدد طرق ووسائل أن يصير الواحد موفقا اعلاميا، بتعدد الثقافات، ومع ذلك تشترك هذه الثقافات كلها في التزامها اتجاه الصحافة بالضبط الذاتي، وبالاستقلالية الصحفية، و بالإرادة في إشراك الجمهور في المسار الصحفي.

ما هي الصفات الأساسية المطلوب توفرها في الموفق الاعلامي؟

وماذا يفعل هدا الشخص بالضبط ؟

إن الإجابة المنتظرة لكل من قام بمثل هذا العمل أو مازال يقوم به الآن الذين سبق لهم القيام بهذا العمل، أو الذين لا زالوا يقومون به، تتمثل في الصبر والمثابرة والتطلع إلى الأفق، فهي الخصائص الأساسية التي تنصهر مع الدربة الجيدة على الممارسة الصحفية والصرامة الأخلاقية علاوة على العزم الواضح على مساعدة الإدارة والصحفيين والجمهور خاصة على فهم الشروط اللازمة لممارسة صحفية جيدة.

ويمكن اعتبار وظيفة الموفق الإعلامي مهمة مركبة فهو المستشار والمحاور والمدرب.

فهي وظيفة شاملة تنطوي على ضغوط كثيرة بحكم تنوع المهام وتوزع الأدوار... تساهم عديد الفوارق والخفايا في ضمان توازن هذا المقعد المشكل من ثلاثة أرجل والذي يتسع إلى الصحفي والمؤسسات الصحفية والجمهور كي يجلسوا عليه.

ولا تعتبر وظيفة الموفق الإعلامي شكلا من أشكال العلاقات العامة التي تسير وفق مبدأ أن المؤسسة لا تخطئ أبدا أو أنها نادرا ما تقوم بذلك. فالموفق الإعلامي هو ضمير المؤسسة الصحفية والذي يجب أن ينتقدها عندما تغيب معايير الممارسة الصحفية السليمة.

ولقد ازدادت الحاجة لصحافة متميزة اليوم أكثر من أي وقت مضى خاصة وأن المواطنين أصبحوا يواجهون اليوم مجموعة من الخيارات و المطالب والمطالب المضادة، والتي تتسبب لهم في قلق كبير.

كيف يمكن للموفق الإعلامي، والحالة تلك، أن يساهم في بناء صحافة نزيهة ومتميزة؟ وكيف يمكن إقناع أكثر الجهات الثلاث مطلبية -الصحفيون، مدراء المؤسسات الإعلامية والجمهور والذين غالبا ما تكون مصالحهم متضاربة بأن الهدف الرئيسي هو أن تكون لدينا صحافة تعبر بأقصى قدراتها؟ وماهي المداخل التي تمكن الموفق الإعلامي من الاندماج في هذا المسار الأساسي؟ وماهي المهام التي يجب أن يقوم بها بالتدقيق؟

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

شهادات من الميدان: إدخال المفهوم إلى قاعة التحرير

محمد الأحمدي - راديو رقاب

تمت العملية على مستويين، فالمحور الأول جرى مع الجمعية التي تسير الراديو، وl'AMRAC وCOSPE مع المنظمات التي تساند الراديو، كمنظمتي في حين أن المحور الثاني، تم مع الزملاء من خلال إخبارهم بإنشاء منصب الموفق الإعلامي، وبتحضير حصة لأقدم نفسي، ولأعلم الجمهور بوجود موفق إعلامي في الإذاعة، وبفتح عنوان إلكتروني للموفق الإعلامي. تعودت جمعيتنا على أن يقوم كل عضو منها شارك في دورة تكوينية أو في ورشة عمل، بعرض ملخص عن ما دار بها عند عودته. لذلك فعند عودتي من الورشة التدريبية التي نظمها معهد إيريش بروست في جوان 2015 بتونس، شرحت دوري وألححت على استقلاليتي، خاصة وأن ما أقوم به في الإذاعة أقوم به بشكل تطوعي. وشرحت لهم أن مهمتي تتحدد في كوني وسيطا بين الوسيلة الإعلامية والجمهور.

أيمن الشريقي – راديو6
أنجح دائما في إقناع زملائي وأسعى جاهدا الى أن أكون شديد الحذر وأعمل على أن أقدم ملاحظاتي بكل مودة.

هادى سنوسي - راديو موزاييك
أحظى باحترام كبير من كل الصحفيين فهم الذين يحترمون عملي. وقد لاحظت وجود تحسن في أداء الصحفيين، و احترامهم للميثاق منذ أن بدأت عملي كموفق إعلامي.

بديع بوزكري - محامي مختص في القضايا التي تهم وسائل الاعلام، شارك في المشروع كموفق اعلامي لراديو6 قبل التحاقه براديو كلمة.
يعتقد بعض الصحفيين أن الموفق الإعلامي سيحل مشاكلهم مع الإدارة أو مشاكلهم مع زملائهم الصحفيين. كما يرى البعض الآخر، أن الموفق الإعلامي سيمارس عليهم الرقابة. لذلك أوضحت أن الموفق الإعلامي هو الرابطة بين المستمعين ووسائل الإعلام. فهو الذي يقوم بتبليغ شكاوى الجمهور للصحفيين بخصوص بعض التجاوزات، و يحاول أن يحل المشاكل بشكل ودّي. يبقى الموفق الإعلامي عضوا غريبا عن الجسم الصحفي (الصحفيين)، لذلك فلا بد من وقت كاف حتى يتم قبوله من قبل الصحفيين. فالمرور من حالة «غياب الوساطة الإعلامية»، إلى حالة وجود وسائل إعلامية بموفقين إعلاميين سيتطلب بعض الوقت. فلا بد من العمل على تحسيس الصحفيين ورؤساء التحرير لقبول فكرة العمل الصحفي في وجود موفق إعلامي.

كيف يعمل الموفقون الاعلاميون؟

بقلم جيفري دفوركن

لا يوجد موفقان إعلاميان اثنان يعملان بالطريقة نفسها. فبشكل عام يعمل الموفقون الاعلاميون على الدراسة والرد على التعليقات، والشكاوى المتعلقة بالأخبار والروبورتاجات التي يتم بثها أو نشرها. كما يقومون بجمع التفسيرات وردود المحررين وباقي العاملين لفائدة القراء والمستمعين والمشاهدين ويدونون نقائص المؤسسات الصحفية، عندما لا تزودهم بالمعلومات الضرورية أو لا تتعاون معهم بشكل جيد.

ويضطلع الموفقون الإعلاميون بتحرير المواضيع أو إنتاج برامج تتطرق لمحاور تهم الجمهور العام. وعندما تقتضي الضرورة الرد على مظالم محددة تبين للموفق الإعلامي ضرورة أخذها بعين الاختبار يستطيع الموفقون الاعلاميون التعبير عن بعض الانتقادات وتقديم التفسيرات اللازمة أو الاعتذار للجمهور...

ويؤمن الموفقون الإعلاميون إلى جانب التنسيق بين المنتديات العامة أو اللجان الاستشارية للقراء من أجل ضمان اتصال جيد بالجمهور. بالإضافة لذلك يسعى الموفقون الإعلاميون إلى ربط علاقات مع عدة جماعات وذلك بهدف تقديم التوضيحات الضرورية حول الممارسة الصحفية قصد إرساء علاقة جد بين الطرفين كما يقوم البعض منهم بإرسال استبيانات للتدقيق في الوقائع التي تضمنها عمل صحفي ما وذلك إلى الأشخاص الذين تظهر أسماءهم في المواد الإعلامية المنشورة أو التي يتم بثها،قصد الاستفادة من معلوماتهم في تجويد المادة الاعلامية.

يعمد أغلب الموفقين الإعلاميين الى العمل بشكل منفرد وقد يستعين الموفق بمساعد، ولكن هذا الأمر يختلف من ثقافة لأخرى. ففي الوقت الذي تعترف فيه الصحافة في المجتمعات الغربية بالجهد الفردي كأحسن طريقة لممارسة هذه المهنة، فإن ثقافات أخرى لا تنظر بنفس الطريقة إلى الممارسة الصحفية...

ففي اليابان مثلا ينزع الموفقون الإعلاميون إلى العمل الجماعي في المؤسسة الصحفية الواحدة.

وفي كل الأحوال فان الموفقين الإعلاميين يعملون بشكل مستقل عن الإدارة، ومهما كانت الاختلافات والتباينات بينهم فان الموفقين الاعلاميين يشتركون في المنطلقات التالية: الالتزام بالتنظيم الذاتي للصحافة، و الاستقلالية الصحفية، وإرادة إشراك الجمهور في المسار الصحفي.

شهادات من الميدان: ما ذا يفعل الموفقون الإعلاميون الجدد؟

هادي سنوسي - راديو موزاييك

أقوم في بادئ الأمر بتسجيل الشكوى، ثم اتصل بالأشخاص المعنيين بالموضوع وأخصص لهم الوقت الكافي لتقديم الرد ثم أتكفل بمتابعة العملية. والى جانب ذلك أعد تقريرا شهريا تأليفيا حول تلك الشكاوى، و تدخلات الصحفيين، وملاحظاتي، وردود الصحفيين المعنيين. يضم تدخلي في حصة «ميدي شو»، في آخر جمعة من كل شهر، أعرض تقريري. كما اتمتع بخط هاتفي مباشر وعنوان إلكتروني من أجل تلقي الشكاوى مرتين في الأسبوع.

محمد الأحمدي - راديو رقاب

أقدم دائما ملاحظاتي للصحفيين بشكل ودي، و أدعم ذلك بحجج مبنية، وتكون غالبا ملاحظاتي بعدية، لكن قد يحدث أن تكون تدخلاتي بشكل قبلي، عندما أرى أن ما يحدث مناقض للمسار العام للمؤسسة والممارسة الصحفية . ذات مرة، مثلا، أقدمت طفلة على محاولة انتحار. و قد أراد بعض الزملاء إرفاق الخبر بصورة لهذه الطفلة. وقد عبرت عن رأيي بضرورة عدم نشر صورة البنت مع الخبر، مع الالتزام بعدم ذكر اسمها، احتراما لأخلاقيات المهنة وحفاظا على حياتها الخاصة.

أيمن الشريقي - راديو 6

توجد في بعض الأحيان، شكاوى تتعلق بأخبار يعتقد المستمعون بأنها عارية من الصحة، لذلك أتحقق من الصحفي المعني بالخبر، و أحاول أن أعطي تفسيرات لصاحب الشكوى. ذات مرة، مثلا، تدخل الممثل دالي نهدي ليقدم شكواه... ففي حصة تدخل عن طريق الهاتف، حيث قام الصحفي بقراءة تعليقات الجمهور على صفحة راديو 6 على الفايس بوك، حول جدل كان هو موضوعه، ومن ضمن التعليقات التي قرأت، كانت هناك تعليقات شاتمة للفنان. لذلك هاتف الراديو، ليقدم شكوى، فحواها، أنه كان من الضروري عدم قراءة كل التعاليق على الأثير،

بما فيها تلك التعاليق الشاتمة، وقد اتصلت بالصحفية وشرحت لها الموقف، وأوصيتها بعدم تكرار ذلك في المستقبل. كما أستمع للتقنيين وللصحفيين، الذين يردون على المستمعين، و أعطيهم ملاحظات حول ضرورة أن يكون الرد بشكل مهني وودي. أنا أقوم بعمل الموفق الإعلامي دون أن أكون قد تلقيت تكوينا في ذلك. وأسعى جاهدا لأعطي صورة جيدة وطيبة عن الراديو.

عبدالقادر جلال – راديو توانسا أف أم

أنا على اتصال دائم بزملائي. ألح كثيرا على ضرورة التأكد من المعلومة وضرورة التحقق منها قبل نشرها وبثها، كما أدعوهم إلى توخي الحذر عندما يتحدثون عن القضايا المتعلقة بالإرهاب، والقضايا الحساسة، وأن يأخذوا وقتهم للتحقق من دقة المعلومة، وعدم التسرع في البحث عن السبق الصحفي والبروز الشخصي. كما اشدد على ضرورة احترام أخلاقيات المهنة.

المدونات الأخلاقية الصحفية

بقلم جيفري دفوركن

تحمل المدونات الصحفية الأخلاقية فوائد متعددة في آن واحد، فهي تتضمن توصيفا واضحا لفحوى المبادئ التي تنوي المؤسسة الصحفية العمل وفق مقتضياتها. كما تزود الصحفيين بالتوضيحات اللازمة لممارسة المهنة. وتوضح للجمهور أن الحكم على المؤسسة الصحفية يكون انطلاقا من المبادئ المنصوص عليها.

من البديهي أن وضع مدونة أخلاقية أمر مفيد جدا غير أنه تجدر الإشارة إلى كل مدونة لا تخلو من النقائص والمآخذ ويتبين ذلك إلى الموفق الإعلامي أكثر من غيره سواء الصحفيين أو الإدارة... فوجود مدونة لأخلاقيات المهنة، هو أمر مهم في حد ذاته، لأن مؤشر دال على أن المؤسسة الصحفية تأخذ الممارسة الصحفية مأخذ الجد.

وتتضمن مدونة أخلاقيات المهنة بشكل رسمي القيم والمبادئ التي على ضوئها يتم توجيه المؤسسة الصحفية، والتي بالاستناد إليها يقوم الجمهور بحقه في مساءلة الوسائل الإعلامية، والصحفيين في حد ذاتهم. وهذا ليس انجازا متواضعا، خاصة وأن عمليات سبر الآراء تشير إلى أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام ما فتئت تتقلص.

> ***حدثني ذات مرة أحد الصحفيين كان يعمل موفقا اعلاميا في جريدة أنه من واجب كل صحفي أن يعمل كموفق اعلامي، لأن ذلك سيمكنه فهم كيفية تأثير عمله على الناس أولا و كيفية التعامل مع الجمهور ثانيا. Craig Silverman, « Regret the Error », 2011***

ويتعزز هذا المنحى في الاهتمام بالجمهور والعمل على الاستجابة لطلباته انطلاقا مما يدور في فضاء التدوين، والذي يدفع باستمرار وسائل الإعلام للرضوخ لمساءلة الجمهور، خاصة وأن المؤسسات الإعلامية متهمة بالانشغال بتوسيع جمهورها أكثر من انشغالها بإعلامه.

وينظر إلى المدونات الأخلاقية (والموفقون الإعلاميون)، على أنها مهام برزت في

سياق التعاطي مع الأخطاء التقديرية المرتكبة من قبل مؤسسات صحفية كانت لها سمعة جيدة سابقا.

وقد شهدت الجامعات تزايدا في عدد المتخصصين في أخلاقيات المهنة، وفي وسائل الإعلام، هذا بالإضافة إلى ارتفاع عدد المدونين وهيئات ومراصد الإعلام التي ساهمت في إحداث تغيرات في الجامعة. فقد أصبحت أخلاقيات المهنة تدرس، وانتشرت مدونات أخلاقيات المهنة وهي مدونات أنتج بعضها الصحفيون، وبعضها الآخر كان ثمرة العمل المتواصل الذي قامت به الإدارة، والبعض الآخر كان مصدرها جمعيات الصحفيين. وتتميز عديد المدونات بكونها مفصلة وخاصة، بينما يتصف البعض الآخر منها بكونه عام. تكتفي فيه هذه المدونات بتقديم توجيهات عامة، ولا تقوم على قواعد صارمة، في حين تعرض المدونات الأخرى بشكل مفصل إلى مختلف الخروقات، وتنص مدونات أخلاقيات المهنة على الإجراءات اللازمة في حال عدم الالتزام.

يتحمل الموفقون الإعلاميون، مسؤولية أخلاقية داخل قاعات التحرير. وهو أمر يعود لكون الصحافة مدعوة في الغالب للقيام بخيارات، في ظروف لا تعرف مساراتها ونهاياتها بشكل واضح ودقيق. خاصة وأنه يمكن أن تنجر عنها عواقب وخيمة بالنسبة إلى المؤسسة وهو ما يعطي لهذه القرارات ثقلا ووزنا كبيرين. وفي الواقع، وينبني التعاطي مع القضايا التي تتعلق بأخلاقيات الصحافة بالعمل على توخي «الخيارات الأقل سوءا»، بهدف خدمة أكبر عدد من القراء والمستمعين والمشاهدين.على الرغم من أنه قد يتم تقديم خدمات أسوأ إلى الجمهور انطلاقا من هذه الخيارات دون أن يتم التفطن الى ذلك.

كل شيء متعلق بالسياق

مدير السياسات والمعايير التحريرية، بي بي سي

الأكيد أن وضع مدونة أخلاقية أسلم بكثير من عدم وجودها، والمؤكد أكثر أنه لا توجد مدونة أخلاقية خالية من الشوائب والعيوب خاصة بالنسبة للموفق الاعلامي.

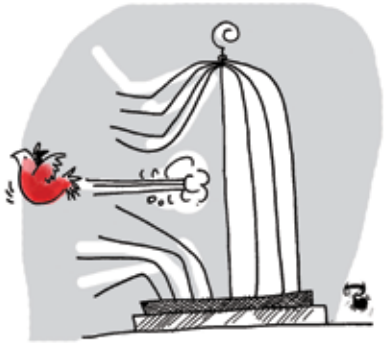
ماهي النقائص والحدود ذات العلاقة بهذه الخطة الاعلامية؟

يرتبط ذلك في جزء كبير منه بردة فعل الصحفيين تجاه الملاحظات والمقترحات التي تتضمنها تقارير الموفق الإعلامي والتي قد يواجهونها بالرفض والمقاومة. ويحولون فضاء قاعة التحرير لى فضاء مغلق.

- يمكن أن تكون تلك النقائص متعلقة بالجمهور الذي قد يقدم شكاوى بشكل عاطفي وخالية من أي أساس منطقي وموضوعي. بل قد تكون هذه الشكاوى حاملة لكثير من الشتائم والقدح.
- لا تتحقق الفائدة المنتظرة من خطة الموفق الإعلامي إذا لم يكن بارزا وظاهرا للعيان ويعمل بفعالية مع الجمهور. ويساهم ضعف الرؤية لدى الوسيط في عدم الوصول إلى الغاية المنشودة.

من النتائج التي يمكن أن تقدمها هذه الخطة إلى كل الأطراف المتدخلة.

- غياب ثقافة النقد في الفضاء العمومي.
- وقد يؤدي هذا العمل بطبيعته إلى المساس بوسائل الإعلام عبر الكشف عن الأخطاء بشكل شفاف



هادي سنوسي - راديو موزاييك

تحدثت إلى الكثير من الأشخاص حول دور الموفق الإعلامي. أعتقد أن مفتاح الحل يوجد بين أيدي مسؤولي وسائل الإعلام، وليس بين أيدي الصحفيين، لأن الصحفيين مقتنعون بفكرة الموفق الإعلامي وبضرورة وجوده.

لا يريد مسؤولوا وسائل الإعلام أن يوجد بينهم من بإمكانه أن يتدخل في عملهم، ويمكن أن يحد من سلطاتهم، ويقف أمام بعض تصرفاتهم. إنهم يريدون أن تكون لديهم أيادي طليقة وحرة. إنهم يرون في الموفق الإعلامي ذلك الشخص الذي سيحد من حريتهم.

ريم بن فقيرة - تي ان ان

ريم بن فقيرة صحفية تونسية تعمل حاليا بالقناة التلفزية «العربي». شاركت في المشروع التجريبي 2014/2015 وقدمت مفهوم الموفق الاعلامي لزملائها في القناة التلفزية ت ن ن التي كات تعمل بها

يتمثل المشكل الأساسي في تونس، في كوننا لا نهتم برجع الصدى، فكل الاهتمام متعلق بالمضمون، و نحن شبه متأكدين من أن هذا المضمون سيكون له أثر على المشاهد. ففي عقلية المسؤولين (مدراء و رؤساء التحرير في تونس)، فإن رأي الجمهور غير مهم، وهو ما يجعلهم لا يهتمون برجع الصدى.

وكل هذا يجعل مسؤولية الموفق الإعلامي صعبة. يعرف زملائي ما معنى الموفق الإعلامي، وهم يتفقون على ضرورة وجوده، لأنهم يرون أن وجود الموفق الإعلامي يتناغم مع أخلاقيات المهنة. المشكل موجود على مستوى الإدارة والمسؤولين، فهي ليست أولوية بالنسبة إليهم. كما أنهم يتناولون الموضوع من الزاوية المالية، فهم كثيرا ما يكررون بأن ليس لديهم ميزانية يمكن أن تخصص لهذا المنصب.

USEFUL INFORMATION, LITERATURE, LINKS

Organization of News Ombudsmen. En ligne: http://newsombudsmen.org

Jeff Dvorkin: Le Médiateur de Presse Moderne. Guide de l'utilisateur. Organization of News Ombudsmen.

Karen Rothmyer: Donner la parole au public. Comment les ombudsmans de presse garantissent l'obligation de rendre compte, instaurent la confiance et ajoutent de la valeur aux organes de presse. Friedrich Ebert Stiftung, 2013. En ligne: http://tinyurl.com/hysyyuf

Fernand Nouwligbèto et Sahadou Zato: La radio écoute ses auditeurs. Guide de l'étude d'auditoire pour les radios locales en Afrique. Aachen (Allemagne), Catholic Media Council (CAMECO), 2015. CAMECO Practice Series, 03. En ligne: http://tinyurl.com/jkjt2w4

Steve Buckley, Sawsen Chaabi and Bechir Ouarda: Etude sur le développement des médias en Tunisie basée sur les Indicateurs de développement des médias de l'UNESCO. UNESCO, Paris 2012. En ligne: http://tinyurl.com/gljokoy

Larbi Chouikha (2015): Des séquelles de l'étatisation aux aléas de la transition. La difficile transformation des médias. Des années de l'indépendance à la veille des élections de 2014. Communication, vol. 33/2/2015, Tunis 2015. En ligne: http://tinyurl.com/j3vr5mz

Julia Fröhlich, Daniel Däschle, Andrés Geerts & A. Sofie Jannusch: Rapport d'enquête: La participation de la communauté dans les radios locales et communautaires. Aachen (Allemagne), Catholic Media Council (CAMECO), 2012. CAMECO Practice Series, 01. En ligne: http://tinyurl.com/zmkahjj

Barry James: Liberté de la presse: sécurité des journalistes et impunité. UNESCO 2007. En ligne: http://tinyurl.com/jo7feew

Andrew Puddephatt: The Importance of Self Regulation of the Media in Upholding Freedom of Expression. UNESCO 2011. En ligne: http://tinyurl.com/gogmf5r

Adeline Hulin and Mike Stone: The Online Media Self-Regulation Guidebook. The Representative on Freedom of the Media (OSCE), Vienna 2013. En ligne: http://tinyurl.com/jj7zncr

Cristina Elia und Stephan Russ-Mohl: Mediator and Arbiter on a Delicate Mission. Neue Zürcher Zeitung, October 5, 2007. En ligne: http://tinyurl.com/z9ug6gu

Yael de Haan, Jo Bardoel: Accountability in the newsroom. Reaching out to the public or a form of window dressing? In: Studies in Communication Sciences 12/2011, 17-21. En ligne: http://tinyurl.com/z6oefc4

David Nolan & Tim Marjoribanks (2011): «Public Editors» and media governance at The Guardian and The New York Times. In: Journalism Practice, 5:1, 3-17, DOI: 10.1080/17512786.2010482764. En ligne: http://tinyurl.com/j3rr4nm

Sadok Hammami: مفهوم الوساطة, 1999. En ligne: http://sadokhammami.blogspot.fr/2013/12/blog-post.html

إنشاء منتدى لتبادل الخبرات وال

مساعدة الصحافة على تحقيق الشفافية ووجوب

من هو الموفّق الإعلامي؟

- محامي الجمهور
- سفير غرفة الأخبار
- ضمير غرفة الأخبار

ما هي امتيازات وجود موفق إعلامي؟

- اتخاذ دور قيادي للمساءلة الإعلامية
- تحسين مصداقية وهيبة المؤسسة الإعلامية الخاصة بك بصفة عامة
- تعزيز الثقة والولاء بين جمهورك
- تعزيز الروابط بين جمهورك وغرفة الأخبار
- توفير فهم أفضل لطبيعة جمهورك و إلى ما يحتاجه
- تجنب الدعاوى القضائية
- تجنب التشريعات التقييدية
- التشاور بشأن الممارسة الصحفية الجيدة
- تحسين الجودة الصحفية

ما هي مهام الموفق الإعلامي؟

- شرح القرارات التحريرية إلى جمهورك
- الرد على الشكاوى والاقتراحات من جمهورك
- تطوير أواصر الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور
- مناقشة المعايير الصحفية مع الصحفيين
- تسليط الضوء على أمثلة بارزة للصحافة الجيدة
- رفع درجة الوعي بأخلاقيات مهنة الصحافة
- نقد الممارسات غير المحترفة