

المقدمة

تأكيداً لرؤية وزارة الإعلام في إيجاد بيئة مناسبة لأداء تنافسي للإعلام العماني ورسالتها الساعية لتطوير أداء الإعلاميين وكل المشتغلين بالشأن الإعلامي وتشجيعهم على مزيد من العطاء والإجادة.

تأتي استمرارية مسابقة الإجادة الإعلامية وفق رؤية إعلامية تأخذ في حساباتها كل المتغيرات المتسارعة في عالم الإعلام والاتصال، وتصب في معين رؤية الارتقاء بتلك الوسائل والعاملين بها من خلال تكريم الأعمال الصحافية والإعلامية والمشتغلين بها.

لقد ارتأت اللجنة الرئيسية للمسابقة بأن يتم تخصيص الدورة الثامنة لهذا العام ٢٠١٩م لمسابقة الإعلام الجديد .

وسيتم تخصيص الدورات القادمة لمجالات إعلامية أخرى وفقاً لأهمية تلك المجالات والأنشطة التي تمارسها. كما أن الجائزة ستكون في مركز واحد بحيث يحصل المشارك على مكافأة مالية ودرع المسابقة وشهادة تقدير.

أما بالنسبة لطلبة الإعلام الدارسين في مؤسسات التعليم العالي تخصص إعلام فإن هناك جائزة خاصة لهم مع شهادة تقدير وتم استثناءهم من بعض شروط المسابقة ومنها العرض والبت والنشر بحيث تحدد المؤسسات الأكاديمية الأعمال التي يراد المشاركة بها في المسابقة، ويمكن مشاركة الموهوبين في مجال جائزة المحتوى السمعي / والبصري فقط لهذا العام.

سائلين المولى جللت قدرته التوفيق للجميع .

رؤية الجائزة

التنافس في مجالات الإعلام يحرك مكامن النجاح ويحقق الجودة.

رسالة الجائزة

تشجيع العاملين في مختلف مجالات العمل الإعلامي على الإبداع فيما يقدمونه من أعمال والاعتراف بجهودهم في تلك المجالات.

أهداف الجائزة

- أ. تقدير إسهامات العاملين في مختلف المجالات الإعلامية وتحفيزهم على الإبداع في الأعمال التي يقدمونها خدمة لرسالتهم الإعلامية.
- ب. تعزيز التنافس بين العاملين في مختلف المجالات الإعلامية.
- ج. تشجيع طلبة الإعلام في مؤسسات التعليم العالي على تقديم أعمال إبداعية تسهم في تطوير مجالات العمل الإعلامي بالسلطنة.

أهمية الجائزة

- أ. التعبير عن الاهتمام السامي لحضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم - حفظه الله ورعاه - في تقدير المجيدين في مجالات العلوم والفنون والآداب وبقية المجالات الأخرى .
- ب. الاهتمام بالطاقات البشرية إجمالاً وبالعاملين والمبدعين بشكل خاص باعتبار تطورهم وقوتهم في مجتمع من

المجتمعات مؤشراً تنموياً اقتصادياً وعلمياً حيوياً، حسب مقاييس المؤسسات والمنظمات الدولية.

ج. الاحتراف بالمجيدين العُمانيين في المجال الإعلامي ودعمهم مادياً ومعنوياً على غرار ما يحدث في الكثير من دول العالم.

مجالات الجائزة

تمنح الجائزة في المجالات الأساسية التالية:

- أ. الصحافة المطبوعة.
- ب. الإذاعة والتلفزيون.
- ج. الإعلام الجديد.

دورية الجائزة

تمنح الجائزة سنوياً في مجال من المجالات المشار إليها في الأعلى، والتي يتم تحديدها من قبل اللجنة الرئيسية للجائزة، كما تحدد اللجنة أيضاً المجالات الفرعية التي سيتم التنافس على جوائزها في المجال الرئيس.

مسارات منح الجائزة

- أ. تمنح الجائزة الرئيسية لكل من :
 - العاملين في مختلف مؤسسات العمل الإعلامي.
- ب. تمنح الجائزة التشجيعية :
 - طلبة الإعلام في مؤسسات التعليم العالي.

قيمة الجائزة

□ قيمة الجائزة الرئيسية للعاملين في مؤسسات العمل الإعلامي كافة:

• المركز الأول: مبلغ مالي + درع الجائزة + شهادة تقدير.

□ جائزة طلبة الإعلام في مؤسسات التعليم العالي:

• المركز الأول: جائزة خاصة + شهادة تقدير.

الشروط العامة للترشح للجائزة

١. أن يكون المترشح للجائزة مؤسسة صحفية أو إعلامية، أو مؤسسة من مؤسسات القطاعين الحكومي والخاص أو مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني أو من يمثلها..

٢. تقتصر مشاركة طلبة مؤسسات التعليم العالي على مجالات الصحف الإلكترونية، والمحتوى السمعي/البصري الإلكتروني، والحملات الإعلامية التوعوية الإلكترونية المتكاملة، والحملات الإعلانية التسويقية الإلكترونية المتكاملة وتقدم الأعمال رسمياً في هذا المسار من خلال مؤسسة التعليم العالي التي ينتمي إليها الطلبة.

٣. تقبل الجائزة الترشح الشخصي للهواة المستقلين في مجال الإنتاج السمعي/البصري الإلكتروني فقط، على أن يكون المترشح للجائزة وقت التقديم إليها على قيد الحياة.

٤. أن تكون الأعمال في مختلف المجالات الفرعية للجائزة قد تم نشرها أو بثها وتقديمها إلكترونياً وعن طريق الشبكة العالمية للمعلومات للجمهور باللغتين العربية أو الإنجليزية.

٥. لا تقبل مؤسسة الجائزة أعمالاً قدمت من قبل لنيل جائزة أخرى داخل السلطنة أو خارجها، على أن تقدم المؤسسة المترشحة للجائزة أو المترشح الفرد إقراراً مكتوباً بذلك. وفي حال اكتشاف مؤسسة الجائزة ما يخالف ذلك الإقرار يمكنها سحب الجائزة مباشرة.

٦. تقبل الأعمال التي يشترك فيها أكثر من شخص على أن يتولى الأشخاص الفائزون تقسيم قيمة الجائزة المالية بينهم دون تدخل من مؤسسة الجائزة.

٧. يحق لمن منح الجائزة في مجال فرعي في أي من المجالات الرئيسية للجائزة، ترشيح نفسه مرة أخرى في ذات المجال لكن في مجال فرعي غير الذي فاز فيه سابقاً.

٨. لا يحق لمن شارك في عضوية اللجنة الرئيسية للجائزة أو أسهم في تحكيم أي مجال من مجالاتها أو شارك في اللجان الإدارية والتنظيمية ترشيح نفسه للحصول عليها إلا بعد دورتين كاملتين من تاريخ مشاركته في اللجان السابقة.

٩. تقدم المؤسسات والأفراد طلب المشاركة في الجائزة من خلال تعبئة الاستمارة المتاحة على موقع الوزارة وترسل إلى دائرة

خدمات المراجعين بالوزارة مشفوعة بالمادة المشارك بها مع توفير الروابط الإليكترونية للأعمال المقدمة والتي ستمكن لجان التحكيم من الاطلاع عليها في صيغتها الإليكترونية على الشبكة العالمية للمعلومات.

١٠. لن تتحمل مؤسسة الجائزة عدم فعالية الروابط الإليكترونية للأعمال المتنافسة والتي قدمتها المؤسسات والأفراد.

١١. ستقوم لجان التحكيم بتقييم المضامين الإعلامية للصحف الإليكترونية وحسابات شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات المتقدمة للجائزة في الأشهر الثلاثة الأخيرة قبل التقدم للجائزة.

١٢. يقدم طلبه مؤسسات التعليم العالي مشاريع الصحف الإليكترونية والحملات الإعلامية التوعوية الإليكترونية المتكاملة، والحملات الإعلانية التسويقية الإليكترونية المتكاملة بصيغة PDF على أن يحتوي الملف كافة مراحل المشروع ومنشوراته. كما يمكنهم تقديم المحتوى السمعي/ البصري بصيغة MOV، أو MP4، أو MPEG.

١٣. يقدم المترشح الشخصي للجائزة ملفا يتضمن العناصر التالية:

أ - رسالة طلب الترشح للجائزة.

ب - استمارة الترشح للجائزة.

ج - صورتين فوتوغرافيتين حديثتين (٤ * ٦).

١٤. تحدد اللجنة الرئيسية للجائزة شروطاً فنية للمجالات الفرعية التي تشملها كل دورة من دورات الجائزة.

اللجنة الرئيسية للمسابقة

تتم إدارة الجائزة من قبل اللجنة الرئيسية لمسابقة الإجابة الإعلامية والتي تم تشكيلها بقرار وزاري رقم (٤١/٢٠١٧) من قبل معالي الدكتور وزير الإعلام الموقر ، ويتولى رئاسة اللجنة سعادة وكيل الوزارة ، وعضوية كلاً من.

– الدكتور/ خالد بن عبدالرحيم الزدجالي
مستشار الإنتاج الدرامي بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون

– الفاضل/ حمدان بن سليمان الحميدي
مستشار قانون المطبوعات والنشر بوزارة الإعلام

– الدكتور/ عبدالله بن خميس الكندي
الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس

– الدكتور/ محمد بن مبارك العريمي
رئيس مجلس إدارة جمعية الصحفيين العمانية

– الفاضل/ سعود بن سليمان الغماري
المدير العام المساعد للمديرية العامة للمطبوعات والمصنفات
الفنية بوزارة الإعلام – مقرر اللجنة

وظائف اللجنة:

- أ. رسم السياسات العامة للجائزة.
- ب. تحديد المجالات الرئيسية والفرعية لكل دورة من دورات الجائزة.
- ج. تشكيل لجان التحكيم لكل دورة من دورات الجائزة.
- د. التصديق على النتائج النهائية لأعمال لجان التحكيم.
- هـ. إعلان أسماء الفائزين بالجائزة والمصادقة على عناصر حفل التكريم لكل دورة من دورات الجائزة.

لجان التحكيم

- تحدد اللجنة الرئيسية للجائزة لجان التحكيم لكل دورة من دورات الجائزة بمعدل خمسة محكمين (٥) لكل مجال، مع مراعاة المعايير التالية في عملية اختيار أولئك المحكمين:
١. شخصيات بارزة ومتحققة في كل مجال من مجالات الجائزة ومن المشهود لهم علميا ومهنيا.
 ٢. مراعاة إجادة كل أعضاء لجنة التحكيم أو عدد ثلاثة منهم على الأقل للغة الإنجليزية، حتى يتمكنوا من تقييم الأعمال المقدمة باللغة الإنجليزية.
 ٣. الاستعانة بالمحكمين لدورة واحدة أو دورتين كحد أقصى.

جهات الترشيح

- أ- المؤسسات الصحفية و الإعلامية.
- ب- مؤسسات التعليم العالي.
- ج- جميع الجهات التي لديها أنشطة إعلامية.
- د- الهواة في المحتوى السمعي والبصري.

جائزة الإجازة الإعلامية

الدورة الثامنة ٢٠١٩ (الإعلام الجديد)

حددت اللجنة الرئيسية لجائزة الإجازة الإعلامية «الإعلام الجديد» مجالاً للتنافس على الجائزة في دورتها الثامنة لعام ٢٠١٩م تأكيداً لدور الإعلام الجديد في مسيرة العمل الإعلامي في سلطنة عُمان، وما تشهده هذه المسيرة من تطور وتقدم يواكب الركب العالمي في مختلف المجالات بقيادة حضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم، - حفظه الله ورعاه - . وقد حقق الإعلام العماني عبر مسيرته منذ عام ١٩٧٠م الكثير من التطورات الكمية والكيفية ولا تزال الجهود مستمرة لتحقيق المزيد من التطورات في المستقبل. وتأتي الدورة الثامنة لجائزة الإجازة الإعلامية للاحتفاء بالإعلام الجديد الإلكتروني في سلطنة عُمان وتقدير جهود القائمين عليه ودعمه لإسهامه المتنامي في مسيرة التنمية العُمانية. وقد حددت اللجنة الرئيسية للجائزة عدداً من المجالات الفرعية على أن يتم التركيز على مجالات فرعية أخرى في الدورات القادمة. والمجالات الفرعية التي حددتها اللجنة الرئيسية للجائزة في دورتها لعام ٢٠١٩م في مجال الإعلام الجديد هي:

١. الصحف الإلكترونية.
٢. المحتوى السمعي/البصري الإلكتروني.
٣. الحملات الإعلامية التوعوية الإلكترونية المتكاملة.
٤. الحملات الإعلانية التسويقية الإلكترونية المتكاملة.
٥. حسابات المؤسسات الحكومية والخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي.

الشروط والعناصر التقييمية للمجالات الفرعية للجائزة

(1) الصحيفة الإلكترونية: وسيلة اتصال جماهيرية تغطي الأحداث الجارية العامة منها والمتخصصة الإخبارية والمنوعة وباستخدام مختلف الفنون الصحفية المعروفة، وتكون متاحة للقراء والمستخدمين في صيغة إلكترونية فقط بدون مقابل ورقي، ويتم الاعتماد في قراءتها والحصول عليها على شبكة الويب. وسوف يتم تقييم الصحيفة الإلكترونية في جائزة الإفادة الإعلامية وفقا لعدد من العناصر، من أهمها:

1. أن تكون الصحيفة المترشحة للجائزة إلكترونية صرفة ولا يوجد لها نسخة ورقية.

2. تنوع مجالات التغطية الصحفية وموضوعاتها، وتعدد زوايا تلك التغطية.

3. تعدد الفنون والمصادر الصحفية المستخدمة لتقديم المضامين الصحفية.

4. سلامة اللغة المستخدمة من الأخطاء اللغوية والطباعية ووضوحها.

5. التزام معايير الدقة والموضوعية في عرض الموضوعات الصحفية.

6. كتابة وتحرير المواد الصحفية بما يتناسب وأساليب الصحافة الإلكترونية.

7. تعدد صيغ تقديم المادة الصحفية على شكل صوت وصورة ورسوم معلوماتية وغيرها من الخصائص التي يوفرها الاندماج الإعلامي للوسائل.

٨. حجم المحتوى التفاعلي في موقع الصحيفة ودرجة التفاعلية مع الجمهور.
٩. التحديث المستمر لموقع الصحيفة وحضور خاصية المتابعة المستمرة للأحداث.
١٠. مستوى التصميم الجرافيكي للحساب ومنشوراته.
١١. تصميم موقع الصحيفة بشكل يساعد الجمهور على سهولة التصفح وعرض الموضوعات والتفاعل معها.
١٢. درجة انعكاس الهوية البصرية للصحيفة على تصميمها وشكلها الإخراجي.
١٣. درجة فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في موقع الصحيفة.
١٤. درجة فاعلية استخدام التقنيات الإلكترونية مثل خدمات البث الحي، وخدمة إرسال الأخبار RSS، وإنتاج ملفات البودكاست Podcast، والوسائط الغنية Rich Media (استخدام ملفات الصوت والفيديو، وملفات Flash و GIF).

(٢) المحتوى السمعي/البصري الإلكتروني: مادة فلمية

سمعية/بصرية تقدم مضمونا إخباريا أو معلوماتيا أو ترفيهيا عاما أو متخصصا وتعتمد على واحدة أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي لبثها ومشاركتها. وقد يقدم هذا المحتوى كمادة مفردة في تلك الشبكات أو ضمن قناة يوتيوبية محددة.

وسوف يتم تقييم المحتوى السمعي/البصري في جائزة الإجابة الإعلامية وفقا لعدد من العناصر، من أهمها:

١. أن يكون المحتوى السمعي/ البصري الإلكتروني مادة تم إعدادها وإنتاجها بمواصفات وخصائص الإنتاج والبث الرقمي على الشبكة العالمية للمعلومات.

٢. وضوح هدف المحتوى السمعي/البصري والترابط المنطقي بين عناصر رسالته.

٣. أصالة فكرة المحتوى السمعي/البصري وقيمتها المضافة للجمهور.

٤. أصالة عناصر العمل الفني من موسيقى ومشاهد مصورة.

٥. سلامة اللغة المستخدمة في المحتوى السمعي/البصري من الأخطاء اللغوية ووضوحها.

٦. ملائمة الصيغة الفنية للمحتوى السمعي/البصري المقدم لخصائص شبكة التواصل الاجتماعي التي تم من خلالها تقديم ذلك المحتوى وبثه للجمهور.

٧. الجودة الفنية للصوت والصورة والعناصر الأخرى المستخدمة في إنتاج المحتوى السمعي/البصري وبثه للجمهور، بحيث لا تقل جودة الصورة عن P 1080.

٨. مستوى عناصر الإبداع والابتكار المستخدمة في إنتاج المحتوى السمعي/البصري وبثه للجمهور.

٩. درجة انعكاس وحضور الهوية البصرية للمؤسسة أو الشركة المنتجة للمحتوى السمعي/البصري.

١. درجة استخدام المؤثرات الصوتية، والمعالجات الجرافيكية، واستخدام تقنيات الرسم ثلاثي الأبعاد 3D.
٢. توفر آليات تمّكن المستخدمين من التفاعل مع المحتوى والتعليق عليه.

(٣) الحملات الإعلامية التوعوية الإلكترونية المتكاملة:

سلسلة من الجهود الاتصالية المنظمة والمتناسقة تقوم بها مؤسسة معينة لتوعية الرأي العام في موضوع من الموضوعات، أو إقناعه بتعديل سلوك أو اتجاه معين، أو غيرها من الأهداف التي يتم تحديدها بشكل واضح وباستخدام وسيلة من وسائل الاتصال على الشبكة العالمية للمعلومات.

وسوف يتم تقييم الحملات الإعلامية التوعوية الإلكترونية في جائزة الإبداع الإعلامية وفقا لعدد من العناصر، من أهمها:

١. أن تكون الحملة المترشحة للجائزة قد صممت ونفذت بمواصفات وخصائص الإنتاج الرقمي للحملات الإعلامية التوعوية، وتم بثها فقط على واحدة أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي.
٢. وضوح هدف الحملة الإعلامية التوعوية والترابط المنطقي بين عناصرها ومراحل تخطيطها المختلفة.
٣. أصالة فكرة الحملة الإعلامية التوعوية وقيمتها المضافة للجمهور.

٤. أصالة عناصر الحملة من موسيقى وصور ومشاهد مصورة.
٥. سلامة اللغة المستخدمة في الحملة الإعلامية التوعوية من الأخطاء اللغوية ووضوحها.
٦. ملائمة الصيغة الفنية للحملة الإعلامية التوعوية لخصائص شبكة التواصل الاجتماعي التي تم من خلالها تقديم تلك الحملة وبثها للجمهور.
٧. الجودة الفنية للصوت والفيديو والتصميمات الجرافيكية المستخدمة في إنتاج مواد الحملة الإعلامية التوعوية وبثها للجمهور.
٨. مستوى عناصر الإبداع والابتكار المستخدمة في إنتاج مواد الحملة الإعلامية التوعوية وبثها للجمهور.
٩. الاستفادة من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في استهداف جمهور بعينه لمتابعة الحملة الإعلامية التوعوية في شبكة بعينها، وإعادة استهداف ذلك الجمهور في شبكة أخرى.
١٠. ابتكار تنوع في الرسائل التوعوية، ووضوح أهداف الحملة من خلالها.
١١. تنوع وسائط الحملة التوعوية وتعددتها وانتشارها.
١٢. درجة انعكاس وحضور الهوية البصرية للمؤسسة أو الشركة المنتجة للحملة الإعلامية التوعوية.

(٤) الحملات الإعلانية التسويقية الإلكترونية المتكاملة:

سلسلة من الجهود الاتصالية المنظمة للترويج لسلعة أو خدمة معينة يقوم بها معلن محدد بهدف إقناع الجمهور وحثهم للحصول على تلك السلع والخدمات مستخدماً أي وسيلة من وسائل الاتصال على الشبكة العالمية للمعلومات.

وسوف يتم تقييم الحملات الإعلانية التسويقية الإلكترونية في جائزة الإبداع الإعلامية وفقاً لعدد من العناصر، من أهمها:

١. أن تكون الحملة المترشحة للجائزة قد صُممت ونُفذت بمواصفات وخصائص الإنتاج الرقمي للحملات الإعلانية التسويقية، وتم بثها فقط على واحدة أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي.

٢. ملاءمة الصيغة الفنية للحملة الإعلانية التسويقية لخصائص شبكة التواصل الاجتماعي التي تم من خلالها تقديم تلك الحملة وبثها للجمهور.

٣. أصالة فكرة الحملة التسويقية وقيمتها المضافة للجمهور.

٤. الجودة الفنية للصوت والصورة والفيديو والتصميمات الجرافيكية المستخدمة في إنتاج مواد الحملة الإعلانية التسويقية وبثها للجمهور.

٥. أصالة عناصر الحملة من موسيقى وصور ومشاهد مصورة.

٦. مستوى الإبداع والابتكار المستخدمة في إنتاج مواد الحملة الإعلانية التسويقية وبثها للجمهور.
٧. الاستفادة من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في استهداف جمهور بعينة للتعرض للحملة الإعلانية التسويقية في شبكة بعينها، والقيام بعملية إعادة التسويق في شبكة أخرى.
٨. ابتكار تنوع في الرسائل الإعلانية، ووضوح أهداف الحملة من خلالها.
٩. تنوع وسائط الحملة الإعلانية وتعددتها وانتشارها.
١٠. درجة انعكاس وحضور الهوية البصرية للمؤسسة أو الشركة المنتجة للحملة الإعلانية التسويقية.

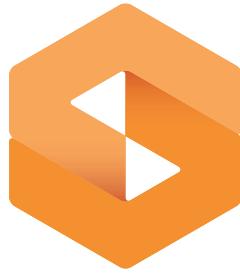
(٥) حسابات المؤسسات العامة والخاصة على شبكات

التواصل الاجتماعي: الحسابات الافتراضية التي تطلقها مؤسسة من المؤسسات على شبكة أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت بغرض التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

وسوف يتم تقييم حسابات المؤسسات الحكومية والخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي في جائزة الإبداع الإعلامية وفقا لعدد من العناصر، من أهمها:

١. تنوع موضوعات محتوى حساب المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي.

٢. تنوع الأنماط المستخدمة لتقديم محتوى حساب المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي.
٣. تنوع وظائف محتوى حساب المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي.
٤. مستوى التصميم الجرافيكي للحساب ومنشوراته.
٥. درجة انعكاس وحضور الهوية البصرية للمؤسسة على شكل الصفحة والمحتوى الذي تقدمه على شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. مستوى نشاط نشر الحساب للمحتوى، ودورية التحديثات التي يقوم بها.
٧. حجم المحتوى التفاعلي في حساب المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي.
٨. مستوى ودرجة التفاعل مع الجمهور في حساب المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي.
٩. مستوى الاستفادة من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة عناصر تفاعلية أكثر مع الجمهور لشرح رسالة المؤسسة أو إقناعه بوجهة نظرها.
١٠. درجة استفادة المؤسسة من خاصية شبكات التواصل الاجتماعي في ربط صفحاتها ببعضها البعض وإدارتها بشكل مترابط.



إعلامنا .. عهد يتجدد