

المقدمة:

يلعب الإعلام دورًا أساسيًا في مختلف الأزمات والمواقف والقطاعات، حيث يمكن أن يسهم في الاستجابة للأزمات بشكل موضوعي، من خلال تقديم الحلول وتحقيق نتائج تسهم في تجاوز الأزمة بأسرع وقت ممكن. من ناحية أخرى، يمكن للإعلام أن يزيد من حدة التوتر بين الأطراف المعنية في الأزمة، مما يؤدي إلى استمرارها وتفاقم المشكلات الناتجة عنها. وبناءً على ذلك، من الضروري التمييز بين الإعلام الذي يساهم في حل الأزمة وبين الإعلام الذي قد يعزز تطور الأزمة. تتضمن عملية الرصد الإعلامي جمع البيانات وتحليل محتوى وسائل الإعلام المتنوعة مثل الأخبار المطبوعة، الإذاعية، والإنترنت، وكذلك عرض النتائج المستخلصة. علاوة على ذلك، تُعد مراقبة وسائل الإعلام أداة تنظيمية مهمة وتوفر أيضًا مزايا في العمليات الانتخابية، مثل القدرة على تقييم نزاهة الانتخابات استنادًا إلى حرية التعبير للوسائل الإعلامية والناخبين والمرشحين، فضلًا عن عملها كأداة إنذار مبكر تجاه العنف المرتبط بالانتخابات وتعزيز مشاركة النساء والأقليات. ورغم أهمية الرصد الإعلامي، فإن مراقبة وسائل الإعلام لم تصبح بعد ممارسة روتينية لدى العديد من المؤسسات.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في إدارات الإعلام والرصد والاتصال في الوزارات والمؤسسات.
- العاملون في مجال البحوث والدراسات والمؤسسات الإعلامية.
- العاملون في مجال الحملات الاجتماعية وصناعة الرأي العام.
- المعنيون بتحليل المحتوى الإعلامي وصناعة الرأي العام.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته وخبراته في هذا المجال.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم الرصد الإعلامي وأهميته وآلية دعمه لصانع القرار.
- تطبيق خطوات الرصد الإعلامي وتحليل المحتوى واستخلاص المؤشرات والنتائج.
- فهم الخصائص النفسية والدلالات الفكرية في الرسائل الإعلامية.
- استعراض أحدث النظريات والعلوم في أساليب الرصد والتحليل الإعلامي.
- التعرف على النماذج الناجحة في الرصد وتحليل المحتوى الإعلامي.
- تطبيق الرصد الإعلامي في مجالات الإعلام الإلكتروني والصحفي والتلفزيوني.

الكفاءات المستهدفة:

- مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال والرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية.
- تقديم مفهوم الإعلام ووسائل الخبر الصحفي وأساليبه.
- فهم الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وأهميته.
- تعلم خطوات الرصد الإعلامي وتحليل المضمون واستخلاص المؤشرات.
- التعرف على آليات الرصد الإعلامي واستخداماته في تحليل المحتوى الإعلامي.
- فهم الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية.
- ممارسة التطبيقات العملية على الرصد الإعلامي في مختلف الوسائل الإعلامية.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال والرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية

- مقدمة عن الإعلام ووسائل نقل الخبر الصحفي وأساليبه المختلفة.
- تعريف الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وأهمية هذا النوع من الرصد.
- استعراض استخدام الرصد الإعلامي الحديث وتقنيات الرصد الفعالة.
- التعرف على أنواع الرصد في الإعلام التلفزيوني والإلكتروني.
- آلية دعم صانع القرار من خلال الرصد الإعلامي للمواقع الاجتماعية.

الوحدة الثانية: خطوات الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وتحليل المضمون واستخلاص المؤشرات

- استعراض آليات الرصد وأساليبه واستخداماته في تحليل المضمون الإعلامي.
- التدرب على خطوات الرصد الإعلامي وتطبيقاتها.
- تمرين عملي على خطوات تحليل المضمون الإعلامي واستخلاص المؤشرات.
- تصميم استمارات تحليل المضمون في الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي.
- تطبيقات عملية للرصد الإعلامي من الصحافة والتلفزيون والإعلام الجديد.

الوحدة الثالثة: تحليل مضمون المادة الإعلامية

- دراسة استمالات الإعلام العاطفية والمنطقية وأساليب التخويف.
- العوامل المؤثرة في إثارة التوتر العاطفي في الرسائل الإعلامية.
- خصائص وصفات تحليل المضمون الإعلامي.
- دراسة تطبيقية على موقع "العربية. نت" ونماذج تطبيقية لتحليل المحتوى الإعلامي.

الوحدة الرابعة: معرفة الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية

- تدريب المشاركين على فهم الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية.
- تطبيق تمارين عملية على الدلالات الفكرية في الرسائل الإعلامية.
- استعراض أحدث النظريات والأساليب في مجال الرصد والتحليل الإعلامي.
- الاطلاع على أبرز النماذج الناجحة في الرصد وتحليل المحتوى الإعلامي.

الوحدة الخامسة: التطبيقات العملية على الرصد الإعلامي

- التدريب على الرصد الإعلامي الإلكتروني.
- تطبيقات عملية في الرصد الإعلامي الصحفي.
- التدرب على الرصد الإعلامي التلفزيوني.

الختام:

تسعى هذه الدورة إلى تعزيز مهارات المشاركين في مجال الرصد الإعلامي، بما يتضمنه من تحليل دقيق للمحتوى الإعلامي واستخلاص المؤشرات الهامة، التي تساهم في دعم صنع القرار واتخاذ الإجراءات المناسبة في أوقات الأزمات.