



أسس الرصد الاعلامي الشامل

29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



اسس الرصد الاعلامي الشامل

المرجع: 113588_120569 التاريخ: 29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026 المكان: دبي (الإمارات العربية المتحدة) الرسوم: Euro 4600

المقدمة

يشير بعض المؤرخين في مجال الإنتاج والتطوير الإعلامي إلى أن آليات الرقابة الإعلامية يمكن تتبعها منذ منتصف القرن الثامن عشر، عندما ظهرت خدمات إخبارية لرصد بعض الموضوعات المهمة، لا سيما الموضوعات الاقتصادية والتجارية. في الخمسينيات من القرن الماضي، ومع الانتشار الواسع لمحطات التلفزيون، ظهرت آلية لمراقبة المحتوى والمواد السمعية والبصرية من خلال الشركات المتخصصة، وتسجيل هذه المحتويات والمواد على الوسائط المرئية والمسموعة، وتصنيفها وتحليلها، وتسجيلها بالصوت والصورة. الإعلام: تم إعداد تقارير عنها من قبل المجتمع وصانعي السياسات.

الفئات المستهدفة

- الموظفون في إدارات الإعلام والرقابة والاتصالات بالوزارات والهيئات.
- العاملين في مجالات البحث والبحوث والمؤسسات الإعلامية.
- العاملون في الحركات الاجتماعية وصناعات الرأي العام.
- الأشخاص الذين يتابعون تقارير تحليل المحتوى الإعلامي وصناعة الرأي العام.

أهداف الدورة

- مساعدة المشاركين على فهم أهمية المراقبة، وكذلك الوسائل التي يمكنهم من خلالها دعم صانعي القرار من خلال هذه العملية. لمراقبة موقع الويب وتحليله بشكل فعال
- الدراية بخطوات مراقبة المحتوى وتحليله واستخراج المؤشرات والنتائج. يهدف هذا المساق إلى تعريف المشاركين بالخصائص النفسية والآثار الفكرية للرسائل الإعلامية.
- مراجعة لأحدث طرق الرصد والتحليل مجموعة متنوعة من النظريات والعلوم. من خلال مراقبة وتحليل محتوى الوسائط، من المهم تحديد النماذج التي تعمل بشكل جيد. يمكن القيام بذلك من خلال التطبيقات العملية، مثل مراقبة وسائل الإعلام الإلكترونية، ومراقبة وسائل الإعلام الصحفية، ومراقبة وسائل الإعلام التلفزيونية.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: الراصد ومنهجية الاتصال والإدراك والتفكير

- آليات الرصد الاعلامي
- على ماذا يعتمد الرصد
- عناصر الرصد

الوحدة الثانية: أنواع الرصد الاعلامي

- مجالات الرصد
- الرصد الشامل
- رصد وسائل الاعلام المرئي
- رصد وسائل الاعلام المسموع
- رصد وسائل الاعلام المكتوب
- رصد وسائل الاعلام الالكتروني
- رصد الفعاليات الاعلامية

الوحدة الثالثة: أشكال الرصد

- أدوات الرصد الاعلامي
- الإحصاء الكمي في الرصد الاعلامي
- مراحل الرصد الاعلامي
- نموذج مقترح لهيكل مركز رصد اعلامي

الوحدة الرابعة: تعريف الاتصال - مستويات الاتصال

- الاتصال الذاتي والذهني واهميته
- تعريف الإدراك ومفهومه بالنسبة للراصد
- خطوات الإدراك بالنسبة للراصد الاعلامي
- عناصر عملية الإدراك

الوحدة الخامسة: الاعلام المعاصر

- دور الراصد في الاحساس بالمتغيرات
- خصائص الاعلام المعاصر
- العلاقة بين الاعلام التقليدي والمعاصر
- الظواهر التي صاحبت الاعلام المعاصر

الوحدة السادسة: انواع جمهور وسائل الاعلام

- تصنيف الجمهور وفقا للاتجاهات التطبيقية الحديثة
- الجمهور الهام
- الجمهور الخاص
- الجمهور الوسيط
- الجمهور العام

الوحدة السابعة: أنواع التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام

- الخبر وتعريفاته
- أجزاء الخبر
- أسئلة بناء الخبر
- عناصر الخبر
- نماذج الخبر

الوحدة الثامنة: مصادر الخبر الصحفي

- القوالب الصحفية
- قالب الهرم المعكوس
- الوحدة الأولى: الخبر الالكتروني
- تحليل المحتوى الاعلامي
- مفهوم التحليل
- مفهوم المحتوى
- تعريفات تحليل المضمون

الوحدة التاسعة: خصائص منهج تحليل المضمون والنتائج

- خطوات تحليل المضمون
- وحدات تحليل الموضوع
- التحليل الكمي والتحليل الكيفي
- خصائص تحليل المضمون الاعلامي
- اشكال المحتوى الاعلامي