



أسس الرصد الاعلامي من المواقع الاجتماعية وتحليل واستخلاص المؤشرات

4 - 8 يوليو 2027

لشبونة (البرتغال)



اسس الرصد الاعلامي من المواقع الاجتماعية وتحليل واستخلاص المؤشرات

المرجع: 120489_174400 التاريخ: 4 - 8 يوليو 2027 المكان: لشبونة (البرتغال) الرسوم: Euro 5600

المقدمة:

يلعب الإعلام دورًا مهمًا في مختلف الأزمات وتنوع المجالات والمستويات، حيث يمكن لوسائل الإعلام الاستجابة للأزمات بموضوعية، يجب النظر في جميع جوانب الأزمة من أجل البحث عن حلول بما يؤدي إلى نتائج الأزمة ويتغلب على الأزمة بأسرع ما يمكن، من ناحية أخرى، يمكن لوسائل الإعلام من خلال بعض الممارسات أن تزيد التوترات بين جميع أطراف الأزمة، وبالتالي، استمرار الأزمة وتفاقم المشاكل الناجمة عنها، ما يعني هنا أن هناك فرقًا بين الإعلام الذي يتعامل مع الأزمة والإعلام الذي يعزز التطور المستمر للأزمة ويحل الأزمة، تشتمل عملية الرصد الإعلامي على جمع البيانات وتحليل محتوى وسائل الإعلام ذات الصلة مثل الأخبار المطبوعة والمذاعة والإنترنت، وعرض النتائج، بالإضافة إلى كونها أداة تنظيمية، توفر مراقبة وسائل الإعلام أيضًا فوائد أكبر للعملية الانتخابية، بما في ذلك القدرة على تقييم نزاهة الانتخابات على أساس حرية التعبير لوسائل الإعلام والناخبين والمرشحين، كما أنه بمثابة إنذار مبكر للعنف المرتبط بالانتخابات، بما في ذلك تعزيز مشاركة النساء والأقليات، وتحسين التثقيف الإعلامي لمسؤولي الانتخابات وعامة الناس، على الرغم من أهمية عمليات الرصد الإعلامي، إلا أن مراقبة وسائل الإعلام لم تصبح ممارسة روتينية.

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 بتقارير تحليل المحتوى الإعلامي وصناعة الرأي العام.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم الرصد وأهميته وآلية دعم صانع القرار من خلاله.
- تطبيق خطوات الرصد وتحليل المضمون واستخلاص المؤشرات والنتائج.
- معرفة الخصائص النفسية والدلالات الفكرية في الرسائل الإعلامية.
- استعراض أحدث النظريات والعلوم في أساليب الرصد والتحليل.
- فهم أهم النماذج الناجحة في الرصد وتحليل المضمون الإعلامي.
- التطبيقات العملية على الرصد الإعلامي الإلكتروني والصحفي والتلفزيوني.

الكفاءات المستهدفة:

- مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال والرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية.
- مقدمة عن الإعلام ووسائل الخبر الصحفي وأساليبه.
- مفهوم الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وأهميته.
- خطوات الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وتحليل المضمون واستخلاص المؤشرات.
- آليات الرصد وأساليبه واستخداماته وتحليل المضمون الإعلامي.
- تحليل مضمون المادة الإعلامية.
- معرفة الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية.
- التطبيقات العملية على الرصد الإعلامي.

محتوى الدورة

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

- مقدمة عن الإعلام ووسائل الخبر الصحفي وأساليبه
- مفهوم الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية وأهميته
- استخدام الرصد الإعلامي الحديث
- أنواع الرصد التلفزيوني والإلكتروني
- آلية دعم صانع القرار من خلال الرصد الإعلامي من المواقع الاجتماعية

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

- آليات الرصد وأساليبه واستخداماته وتحليل المضمون الإعلامي
- التدريب على خطوات الرصد الإعلامي
- تمرين على خطوات تحليل المضمون
- تمرين على استخلاص المؤشرات والنتائج
- تصميم استمارات تحليل المضمون في الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي
- تطبيقات عملية للرصد من الصحافة والتلفزيون والإعلام الجديد

الوحدة الثالثة، تحليل مضمون المادة الإعلامية:

- الاستمالات العاطفية، الاستمالات المنطقية
- استمالات التخويف
- العوامل المؤثرة في إثارة التوتر العاطفي
- خصائص وصفات تحليل المضمون
- دراسة تطبيقية على موقع "العربية، نت" نماذج تطبيقية

الوحدة الرابعة، معرفة الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية:

- التدريب على معرفة الخصائص النفسية في الرسائل الإعلامية
- تمارين عملية على الدلالات الفكرية في الرسائل الإعلامية
- استعراض أحدث النظريات والعلوم في أساليب الرصد والتحليل
- الاطلاع على أهم النماذج الناجعة في الرصد وتحليل المضمون الإعلامي

الوحدة الخامسة، التطبيقات العملية على الرصد الإعلامي:

- الرصد الإلكتروني
- الرصد الصحفي
- الرصد التلفزيوني