

تدريب
Tadreeb



مؤسسة الأميرة العنود
Princess Alanood Foundation



الإتصال و الإعلام التّموي

هندسة الوجود و المعرفة



أسئلة الإنسان في هندسة الكون

- ما هي طبيعة الإنسان ، وطرق تفكيره في الكون؟
- ما هو البراديم الذي يرى فيه علاقته بالكون و الحياة و الموت؟
- ما الذي يدفع الإنسان للتفكير بهذه الطريقة ؟
- ما الذي حدث و قاد الإنسان الى هذا الخلل الوظيفي ؟ DYSFUNCTION
- ما هو دوافع هذا الإنسان للتغيير؟

”براديم“ بحوث الاتصال و الاعلام

- البراديم هو رؤية ذاتية و فكرية للعالم من حولنا من اجل تفكيك مكوناته المعقدة ليسهل فهمها
- و هو إطار تفسيري مبني على ٤ مرتكزات :
- علم الوجود **ONTOLOGY** تتعلق بالوجود و حقائقه للإنسان
- نظرية المعرفة **EPISTEMOLOGY** و يتعلق بالحقائق و التأكد منها
- المنهجية **METHODOLOGY** و تعني كيفية معرفة العالم من حولنا
- البعد القيمي **AXIOLOGICAL** و هل يمكن أن تخلق النظريات من القيم التي تؤثر على الحياد و التفكير و التفسير

إذا ٣ طرق لتكوين المعارف الإتصالية

١. المعرفة بالإكتشاف KNOWLEDGE BY DISCOVERY

٢. المعرفة بالتفسير KNOWLEDGE BY INTERPRETATION

٣. المعرفة بالنقد KNOWLEDGE BY CRITICISM

وتشترك هذه الطرق في سؤاليين هما:

I. ما هي المعلومات التي يمكن جمعها و إعتمادها للتحليل

II. ماذا تعني لنا تلك المعلومات

الاتصال في حياتنا في حياتنا اليومية

* ماذا نكتشف لو نظرنا حولنا؟ نجد أننا في محيط مليء بالرموز وهذه الرموز بحاجة إلى تفسير . ويتم التفسير عن طريق البحث عن معنى نفهمه.

* إذا نحن نعيش في دورات اتصالية متتابعة نؤثر فيها ونتأثر بها.
* ما هو الاتصال إذاً: هو عملية إضفاء (إعطاء) المعاني للأحداث أو لسلوكيات الآخرين.

* الفعل الاتصالي يتم بأذن أو بدون إذن. طالما أن هناك تجمع انساني لابد ان يكون هناك فعل اتصالي . (السجن الانفرادي عقوبة اتصالية)

* يستخدم الانسان الرموز والكلمات والأفعال من أجل التأثير في سلوكياته وسلوكيات الآخرين.

* الرموز هي كل سلوك يمثل تجربة سواء كانت بلغة شفاهة أو مكتوبة أو جسدية مثل الابتسامة أو لمسة اليد.

* أي سلوكيات هذه ؟

عندما ترتبط أهداف الأشخاص ببعضها تتوحد السلوكيات لتحقيقها عن طريق الاتصال.

* لماذا نستخدم الرموز؟

استخدام القوة اسرع الطرق ولكنه يخلق العمى الثقافي وعدم الرغبة في المشاركة. ولكن من خلال الاتصال تحصل على المشاركة في رؤية الواقع.

الرموز افضل الطرق لرؤية الواقع اتصاليا " خذوا عيني شوفوا بيها "

الاتصال يساعدنا في توظيف الرموز من أجل التأثير وتحقيق الأهداف من خلال :

الفهم

فهم السلوك من خلال السياق والتجارب المتراكمة.

التنبؤ

التنبؤ بنوعية السلوك المتوقع بناء على المثيرات Stimuli

* السيطرة والتحكم:

التحكم في نوعية السلوك المتوقع من خلال الرسائل Response

* رغبتنا في التأثير في الآخرين من أجل حثهم على تبني نمط سلوكي يعزز الترابط الانساني في تحقيق الأهداف المشتركة.

* طرق توظيف الرموز الاتصالية :

أولاً: الخطأ والصواب.

ثانياً: التنبؤ / التوقع الأولى

ثالثاً: التنبؤ / التوقع النسبي المبني على التجارب

ماذا لو أخطأت في التوقع الاتصالي؟

– لا شيء سوى خلل في عملية الدورة الاتصالية.

– عم القدرة في التأثير في سلوك الآخرين.

* هناك فرص أخرى تستطيع إعادة الدورة الاتصالية وتستفيد من التجربة السابقة.

* لا تستطيع تجنب الفشل الاتصالي ولكن تستطيع تقليل نسبة الخطأ عندما تنطلق في الاتصال بالآخرين من معرفة لعمليات الاتصال والعوامل المؤثرة في السلوك مثل:

– الثقافة. – الاهداف. – القيم. – الادوار الاجتماعية.

لو نظرنا للقطاع العام (موظفي الدولة) وسألنا ماذا ينتج هؤلاء؟

– انهم ينتجون المعلومات الممثلة في الحقائق والأرقام والصور

- هذا الإنتاج المعلوماتي من أجل خدمة الآخرين وإدارتهم وإدارة شؤونهم
- مثال في مجالات التربية والتعليم هي جوانب اتصالية واضحة **بديهيات** **الاتصال:**

١- الاتصالي حتمي: بمعنى أن الانسان لا يستطيع الفرار من الاتصال بالعزلة

أ- لا يمكن لنا الامتناع عن القيام بالسلوكيات الانسانية الضرورية مثل الأكل والشرب وكسب العيش.

ب- ملاحظة السلوك تعطي المعنى الحقيقي للرجبة في الملاحظة مثال "من راقب الناس مات هماً، ومن لم يراقبهم مات ضجراً".

ج- لا خيار لنا في الاتصال وإنما في كيفية هذا الاتصال.

٢- **الاتصال المقصود وغير المقصود** : بمعنى أننا نقوم في سلوكياتنا اليومية بأعمال اتصالية مقصوده وأخرى لا نقصدها .
أ- نحن لا نتنبه لسلوكنا الاتصالي.

ب- المستقبل قد لا يعرف فك رموز رسالتنا ويفسرها بطريقة مغايرة ونحتاج في ذلك إلى رسائل مساندة مثل لغة اللغة Meta Language

٣- **الاتصال لفظي وغير لفظي Verbal / Non Verbal**

٤- **الاتصال** يتم بالتزامن مع مستويين للمعنى والعلاقات الإنسانية:
أ- المعنى يعني المعلومات التي تحملها الرسالة.

ب- العلاقات تعني العواطف المدمجة في الرسالة من أجل البدء في السلوك أو المحافظة على العلاقة أو تغيير في العلاقة.

هـ- الاتصال الإنساني دوماً غير كامل

أ- كل شخص منا يحتاج إلى التراكم المعرفي والخبراتي لتفسير الرسائل والمعلومات .

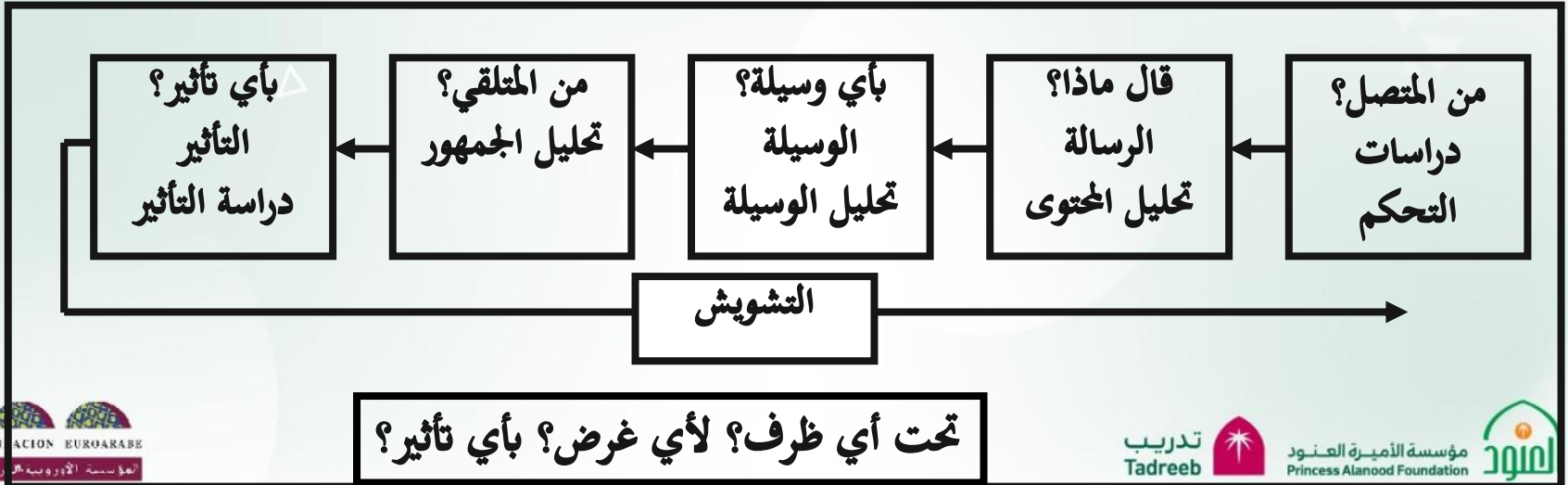
ب- نتيجة لهذه الخبرات المكتسبة كل شخص يجلب خبراته لعمليات الاتصال كإطار مرجعي **Frame of References** لتحقيق أهدافه وتوقعاته . مثال/ الشيتي والشيخ زايد.

ج- بناء على اختلاف الإطار المرجعي تختلف ردود الفعل للمثير نفسه قانون المطرقة **Law of the hammer** .

د- الرسالة المرسله قد لا تكون هي الرسالة المستقبلة ولكن هناك حد أدنى في تشابه ترميزها وإعادة فك الرموز.

عناصر نموذج الاتصال:

- * من أبرز الطرق لتوضيح مجال الاتصال، استخدام النموذج البصري
- * يتكون النموذج البصري من عدة عناصر في إطار تفاعلي.
- * من أول النماذج التي بنيت على الدراسات الاتصالية نموذج عالم السياسة الأميركي هارولد لا سويل .



تحليل العناصر

أولاً : القائم بالاتصال Communicator

* أو المتحدث، المصدر، المرسل. ونعني به الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يقومون بالاتصال بالآخرين من خلال سلوكيات

ثانياً: المستقبل Receiver

* المستمع أو المفسر أو الجمهور.

* ونعني به الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يقومون بتفسير ما قاله المرسل عن طريق اعطاء المعاني لسلوكيات المرسل.

ثالثاً: الرسالة Message

ونعني بها ذلك الجزء من سلوك القائم بالاتصال الذي يتم تفسيره (بآية

طريقة مكتوبة أو غيرها)

رابعاً: الوسيلة Medium الوسائل Media

* وتعني وسيلة نقل الرسالة: أهم وأبسط أنواع الوسائل هي الحواس خاصة حاستي السمع والبصر.

* أبلغ وصف للذات الإلهية يتعلق بالسمع والبصر.

* يتم ارسال الرسائل بين الأفراد والجماعات من خلال أكثر من وسيلة.

* من أبرز الوسائل وسائل الإعلام ولكن لا تقتصر عليها فهناك وسائل أخرى مثل اللغة والرسم والنحت.

خامساً: رسالة المتلقي العائدة (التجاوب) Feedback

وتعني بها رسالة المتلقي رداً على رسالة المرسل والتي تؤثر في سلوكيات المرسل والمستقبل.

* ليس كل رد فعل رسالة من المتلقي.

* نعتبر الرسالة العائدة من المتلقي في حالتين:

أ- هي رسالة نتيجة لرسالة القائم بالاتصال ولا تحصل إلا بها.

ب- انها تؤثر في سلوكيات القائم بالاتصال.

سادساً: الحالة الاتصالية Context أو السياق

* وتعني بها الحالة التي تمت فيها عملية ارسال الرسالة من القائم بالاتصال.

* تشمل الحالة الاتصالية عدة عناصر فرعية منها:

- المكان
- الزمان
- عدد الحضور (الجمهور)
- حالة الجمهور (تعريف الموقف / الحالة / رسمي / غير رسمي)
- * مثل : صوت إطلاق النار يتم تفسيره حسب الحالة الاتصالية
- في الأعراس: احتفالية
- في الحرب : تبادل إطلاق النار
- في الملاعب الرياضية: لحظة الانطلاق
- في محيط السجن : وجود عنصر خطر.

سابعاً: المعنى Meaning

* نعي بذلك المعنى التفسيري والدلالي للسلوك الاتصالي الذي قام به المرسل / أو المصدر.

* لا يعني أن الرسالة بالضرورة تحمل المعنى وإنما المعنى لدى المتلقي.

* رسالة المعنى : الجمال والقبح في عين من يراه.

Beauty is in the eyes of the beholder

أبعاد عمليات الاتصال

هناك العديد من أبعاد عمليات الاتصال من أهمها:

البعد الانثروبولوجي الدوافع الانسانية للتعامل مع البيئة المحيطة

البعد الاجتماعي الدوافع نحو تكوين المكانة الاجتماعية.

البعد النفسي الحاجة إلى الإشباع النفسي الاتصالي.

البعد الاقتصادي : اشباع الحاجات الانسانية وتكوين الفائض

أسئلة الأبعاد الاتصالية:

١- كيف يساعدني سلوكي الاتصالي في تحقيق أهدافي؟

٢- كيف يؤثر سلوكي الاتصالي على طبيعة علاقتي مع الآخرين
وجودتها؟

أجوبة الابعاد الاتصالية :

– البعد الانساني : خلق التوازن في النفس والمحيط

– البعد التطويري: الترقى في العلم وتحقيق الذات وتطوير المخترعات
والاكتشافات (الانسان المتطور). معظم الاكتشافات والتطورات هي
نتاج الاتصال الفعال.

– البعد التدميري: سوء الفهم يؤدي إلى خلق المشاكل للفرد (الصراع)

متطلبات الاتصال الفعال:

- ١- الاطار اللغوي المشترك باستخدام المفردات المشتركة مثل - Bad good بين البيض والسود في أمريكا.
- ٢- الاطار الثقافي لتفسير المعاني من القيم والأهداف.
- ٣- الاطار العقلي . بمعنى الاستعداد النفسي للاشتراك في الاتصال
مثل: طرح النكات في مكان العزاء.
- ٤- مرونة الاستجابة : بمعنى وضع النفس مكان الآخر وإعطاء المساعدة في فك الرموز أو التعامل مع فك الرموز المساندة.
- ٥- الاستماع الجيد: التركيز على الرسالة حتى لا يتم تفسيرها بطريقة مختلفة عن دورة الاتصال. مثل: قصة الرجل والكلب.
- ٦- الاتفاق على تعريف وتحديد الموقف الاتصالي ودرجة الرضا المشترك ،
التوافق عادة يكون ضمني وليس ظاهري.

٧- القدرة على إدارة دور المعلومات بمعنى العمل على ضبط ايقاع

الاتصال للاستيعاب أو التفاعل.

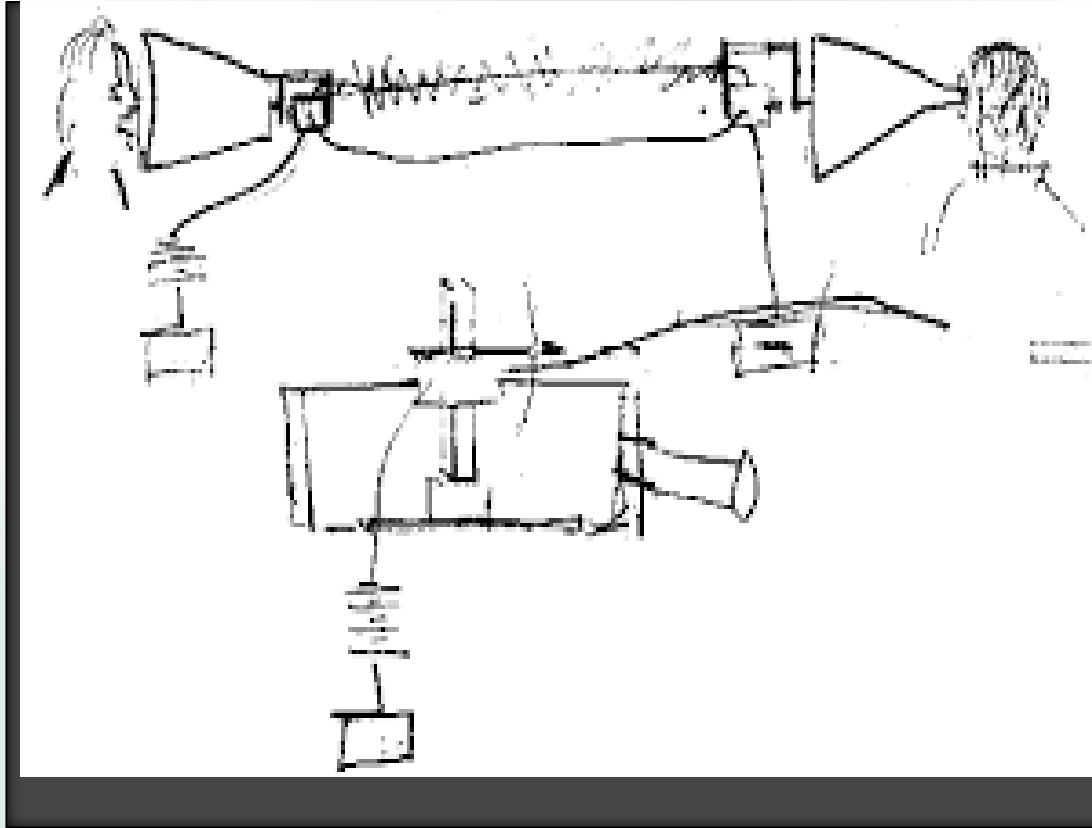
مثل: عند املاء رقم التليفون.

قاعدة اتصالية :

لا يمكن إرجاع/ عجلة الاتصال الانساني/ إلى الوراء، الاتصال مستمر.

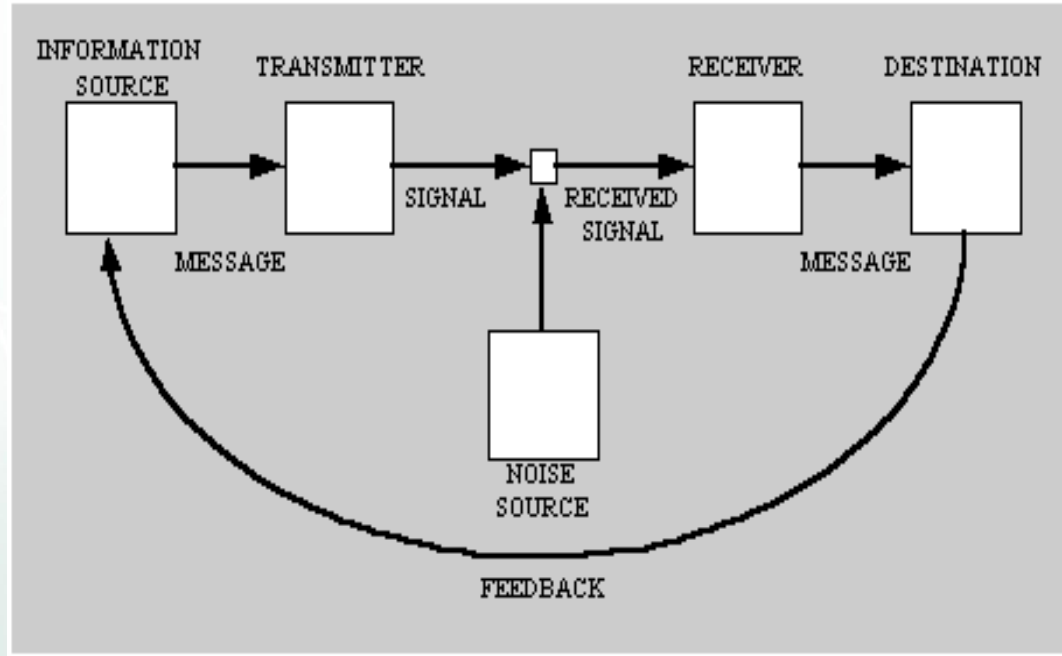
بمعنى لا تستطيع أن تطاء النهر مرتين

إيكولوجيا الإعلام التّموي



ماذا حدث منذ نموذج شانون الى الآن؟ و ماذا كان يقيس؟

نسخة من أوراق شركة بيل الأمريكية محفوظة في مكتبة الكونجرس ١٩٤٨ و تمثل الرسم التخلي لنموذج عالم الرياضيات شانون الأكثر تأثيرا في دراسة الاتصال و الاعلام



كانت البداية لصناعة اتصالية و تخصص علمي في مجال الإعلام

نموذج شانون و ويفرز ١٩٤٩م



كانت البداية لدخول القياس الرقمي و تدفق المعلومات

نموذج للمقاييس الرقمية للمعلومات مثل البت و البايت و التي جاءت نتيجة لبحاث علمية مثل بحث شانون

New Reality 1) The world is full of networked individuals using networked information

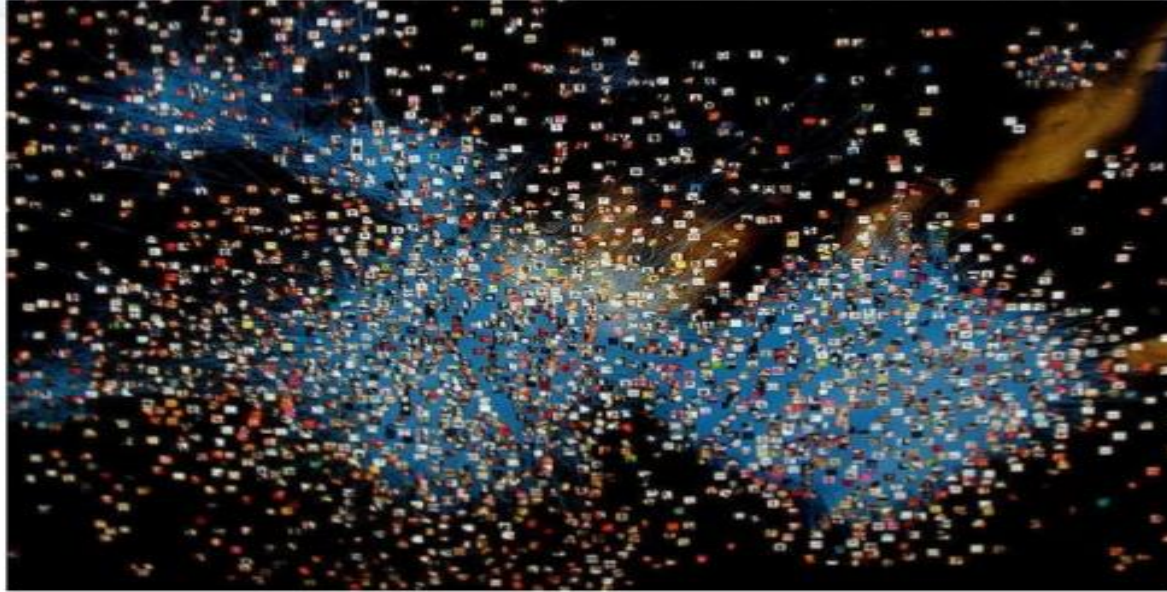


Image attribution: Flickrverse, *Expanding Ever with New Galaxies Forming Cobalt123*
<http://www.flickr.com/photos/cobalt/34248855/sizes/z/in/photostream/>

و بداية عصر الشبكات للمؤسسات و الأفراد

شبكات تدفق المعلومات



الاحتضار الورقي و التعثر الجماهيري

وسائل في وضع المتفرج في زمن الحراك الرقمي.
يكمل المشهد بوجود كراس لزوار المريض الرقمي من
الإذاعة و التلفزيون التي سيطلها التغيير تدريجيا.

علم البيئة و علم الايكولوجي

علم البيئة علم يختص بدراسة كافة الظواهر الطبيعية وتفاعلها مع الحياة ومدى تأثيرها والتغيرات التي تطرأ عليها نتيجة النشاطات الإنسانية اليومية. على المدى القصير والطويل.

هذه التغيرات قد تكون مناخية (كظاهرة الاحتباس الحراري) أو جيولوجية (كانجراف التربة والتصحر) أو قد تؤدي إلى تغيرات في التنوع الحيوي لبقعة معينة.

ولقد درجنا في اللغة العربية على إطلاق اسم البيئة على التسمية **ecoglogy**

فاختلط بذلك الأمر مع مفهوم البيئة بمعنى **environment** وأصبح عالم

الايكولوجي وعالم البيئة وكأنهما تسميتان مرادفتان لمجال عمل واحد ولكن الواقع يختلف عن ذلك تماماً

فعالم الايكولوجي يعنى بدراسة وتركيب ووظيفة الطبيعة أي انه يحدد الحياة وكيفية استخدام الكائنات للعناصر المتاحة أما عالم البيئة **environmental فيعنى بدراسة التفاعل بين الحياة والبيئة ، أي انه يتناول تطبيق معلومات في مجالات معرفية في دراسة السيطرة على البيئة ، وهو يعنى بوقاية المجتمعات من التأثيرات الضارة.**

ايكولوجيا الاعلام

- ▶ علم يهتم بدراسة وسائل و تقنيات الاتصال و الاعلام و دورها في حياتنا
- ▶ علم يهتم بكيفية تاطر حياتنا و تصوراتنا و مشاعرنا و فهمنا لبيئة الاتصال و الاعلام و دورها في مسعانا نحو النجاح او زيادة فرص نجائنا و نجاحنا في هذا العالم من حولنا
- ▶ دراسة تختص بالتحول الكبير في ثقافة انسان العصر الحديث بسبب التداخل في حياتنا مع تكنولوجيا و وسائل الاتصال التقليدية و الرقمية

التداخل العلمي

- ▶ تحول و تداخل علمي بين العلوم الطبيعية و العلوم الإنسانية
- ▶ علم ايكولوجيا الاتصال احد تلك الجسور في التداخل و الترابط
- ▶ فهذه البيئة التصلالية الجديدة أصبحت تؤثر فينا من حيث:
 - ١. تؤثر فيما نعرف و نشاهد و نسمع و ربما ما نفعل
 - ٢. تحديد أدوار جديدة و كيفية القيام بها(اعلامي- صحفي)
 - ٣. تحديد ما يسمح به و ما يمنع نشره او الإفصاح عنه(اخبار الجريمة و المحاكمة و تحرك القوات)

البيئة الظاهرة و بيئة الاعلام الكامنة

- ▶ على من تقع مسؤولية معرفة ووصف بيئة الاتصال الحديثة و تأثيرها في حياتنا؟ تقع علينا كمختصين و خبراء مستقبل
- ▶ ركزنا في كثير من دراسات الاعلام و الإتصال على عناصر النموذج و تركنا البيئة المحيطة به
- ▶ يقدم مقترح التشابه بين الوسيلة و الفعل في بيئة اعلام منظمة الدفاع عن حمل السلاح الاميريكية و التي تقول:
البنادق لا تقتل و انما الناس يفعلون
- ▶ الوسائل الإعلامية لا تؤثر و انما صناع المحتوى يفعلون
- ▶ مارك توين يقول: عندما تصبح المطرقة بيدك تبدو الأشياء امامك كمسامير

الوسائل تلعب الدور و تعطي النعمة

- ▶ الوسيلة هي الرسالة عرفها اهل الفن قبل الاعلام
- ▶ فنفس النعمة عندما تعزف على الدف تختلف منها على الناي او الكمان
- ▶ و الصورة تختلف في لوحة الرسم الزيتي عن المنحوت
- ▶ الوسيلة هي الرسالة لان الوسيلة تسبق الرسالة
- ▶ لكي نبني الرسالة لا بد من مكوناتها و مكونات صناعتها و آلية صنعها
- ▶ بل ان رسالة وسيلة قد تصبح مادة خام لوسيلة أخرى

بيئة الاتصال

- ▶ تداخل بيئة الوسائل فمحتوى الصحيفة أصبح يؤثر في محتوى تويتر او التليفزيون و الواتس اب
- ▶ المحتوى ينقل معه للوسيلة الجديدة شفرات البناء و رمزية الصيغة وجمالية الأسلوب لخلق رسالة جديدة
- ▶ المستخدم أيضا أصبح هو المحتوى بمعنى ان عليهم تفسير الرسائل التي بنيت وفق شفرات اتصالية تم استزراعها فيهم من قبل
- ▶ اذا كانت الرسالة صنعت و المستقبل النهائي في البال فان تأثير الرسالة محدود في مقابل تأثير الوسيلة

دراسة لانس سترات: دراسة الوسائل كوسائل

- ▶ يبدأ بقصة الطالب الجماهيري (عود من عرض حزمه) كما نقول
- ▶ و يسأل عن اختلاف خرافات الماضي مع الحاضر و دور الاعلام الرقمي فيها
- ▶ يرى ان بعضنا اصبح منتجا او متاخلا مع بيئة الاعلام و لابد ان نخرج منها لفهم طبيعتها
- ▶ قصة art عند بدء التشفير الفضائي الرقمي و عدم قدرة القناة على النجاح و البقاء في بيئة خرجت عن القواعد و فكت شفرات الترميز

بناء الوسائل

- ▶ نصنع الوسائل و نطورها لخدمنا فتطوعنا لخدمتها (المعايدة بالرسائل النصية)
- ▶ ايفرت روجرز في نظرية و نموذج نشر المستحدثات الإعلامية و تأثيرها في التنمية نموذجا
- ▶ دخول البرقية و الراديو و التلفزيون و الانترنت في مجتمعنا نموذجا
- ▶ هناك تأثير مرغوب و تأثير غير مرغوب و البحث العلمي مستمر للتحكم و السيطرة عليهما

بناء واقعنا الاتصالي

- ▶ الوسائل الاتصالية هي التي تساعدنا على بناء واقعنا الاجتماعي
- ▶ علماء ايكولوجيا الاعلام ينظرون الى من خلال نظرية " المقسم الاجتماعي / الثقافي " بين الواقع الفعلي و الواقع الافتراضي
- ▶ السمك يعيش في بيئة الماء و يموت في بيئة الهيئة و نحن كذلك نعيش في بيئة الواقع و دخلنا بيئة الواقع الافتراضي
- ▶ فالبكتيريا تعيش في بيئة الحليب لتخمره و تحوله الى لبن و زبادي
- ▶ فماذا عن الوسائل التي أصبحت تعيش في حياتنا فاي بكتيريا هي ؟ و ماذا سنتج من تفاعلها من ثقافة جديدة؟

الوسيلة بيئة

- ▶ الوسيلة ليست قائما بالاتصال فقط و انما هي
- ▶ مسرح يلعب فيه الافراد ادوارهم من مرسل و مستقبل و مراقب و متابع
- ▶ المسرح الاتصالي لا يؤثر في افعالنا و لكنه يحدد امكان ما نستطيع فعله و قوله بمعنى انه بيئة تشجع على أشياء و تعمل على حجب أشياء او وقف نموها
- ▶ الوسائل هي أسلوب جديد لمعيشة أشياء قد لا نحتاج الى معاشتها او التعامل معها بشكل مباشر (مواجهة اسد في الادغال مثلا)
- ▶ الوسائل تقوم بعملية تخدير للمشاعر و العقول و الأجساد عن عدم المعيشة الفعلية .و التقنية فن عدم معيشة الواقع

تطبيقات الإعلام الوطني في البيئة الرقمية وعبر العالم

· تطبيقات الإعلام ومنتجاته ونظرياته المعيارية ونماذجه ومؤسساته تركز على التجمع الإنساني المحلي / الوطني و لكن عين التأثير على التميز العالمي.

· ولذلك هناك افتراض بحثي أن الإعلام ووسائله ومنتجاته هي تعبير وإمتداد للثقافة الوطنية / المحلية

· دافيا ماكميلان (2009) قسمت العالم منهجيا من الناحية الإتصالية الإعلامية الى اربع توجهات تحليلية :

1-التوجه الوطني:

بحيث أن الدول تتبع هويتها الى مراحل وحقب زمنية غارقة في القدم وقبل التاريخ الثقافي الحديث.

2.التوجه النقدي:

والمبني على نقد التوجه الوطني وتعتبره رد فعل ايدولوجي يناهض هيمنة الغرب الصناعي.

3.التوجه النفسي :

والذي يرى التوجه الوطني كتعبير عن احتياج نفسي داخلي للمجتمعات للتكتل تحت مفاهيم تجمعهم وتعزز من قوتهم مثل مفهوم "الدولة" "الوطن" بدلا من الجماعة والقبيلة.

4.التوجه الإتصالي:

والذي تنعكس فيه قوة الإتصال لدى الجماعات المختلفة على صناعة منتجات وتطبيقات اتصالية إعلامية تجمعهم في هوية واحدة وثقافة مشتركة.

تطبيقات مجتمعات التوجه الإنصالي التقليل:

يقتصر النظر في بعض الأحيان عند طرح مفهوم "التطبيقات"
على تلك التي ظهرت مع الطفرة الرقمية وتطبيقات
"السوشيال ميديا".

ولكن التاريخ الإعلامي يعطينا نماذج متصلة للتطبيقات
الوطنية لبيئة دولية منذ ازدهار صناعة الإعلام. ومنها:

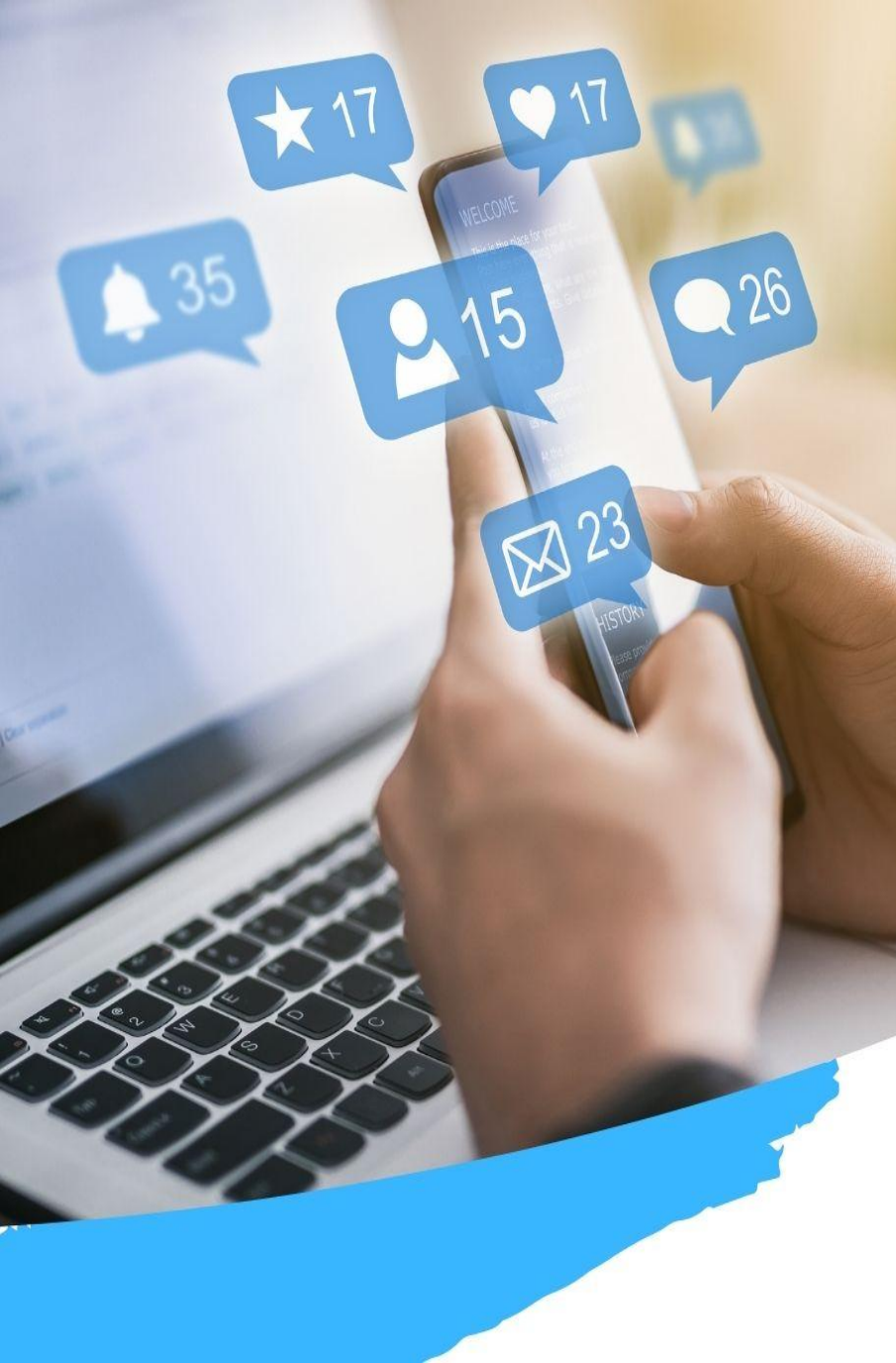




اولا: المجتمع الاتصالي المٌتخيل IMAGINED COMMUNITIES

· ويمكن تصوير هذا التطبيق لمجتمع متفرق في الزمان والمكان ولا يلتقي وجها لوجه . ويجمعة مشترك اتصالي متخيل مثل "قراء صحيفة حول العالم" - طبعات الشرق الاوسط إنموذجا . الجامع المشترك للإنتاج والإستهلاك هو اللغة المشتركة.

· ومنها ظهر لنا النموذج الإنتاجي للسينما الوطنية على غرار نموذج هوليوود الأمريكي , ظهر بوليوود الهندي و نوليوود النيجيري وعربود المصري .



اولا: المجتمع الاتصالي المٌتخيل IMAGINED COMMUNITIES

· وتهدف هذه النماذج الى تفكيك النموذج الأمريكي
بالبديل الوطني وفقا لمفهوم وقف التمريك او
التغرب de-westernization

· وتنتج عن هذا النموذج تدويل الوطني في
المجتمعات الاليكترونية . مثال كيف كان العالم
العربي في فترة الحرب العالمية يعتمد على
الاذاعات الدولية . ومن رحمها ولدت الإذاعات
الاقليمية "صوت العرب" و"صوت الجماهير" كمجتمع
متخيل .



اولا: المجتمع الاتصالي المٌتخيل IMAGINED COMMUNITIES

• تطور النموذج تليفزيونيا وولدت نماذج مثل CNN

• لم يقتصر النموذج على ميلاد الوسيلة وإنما بدأ بتحويل المحتوى الوطني المرتبط بهوية لغوية الى منتج دولي .

• وبالتالي اصبح لدينا نماذج للأجناس الفنية Genre مثل الدراما الأمريكية المطولة Dallas و الأمريكية الجنوبية Telenovela.

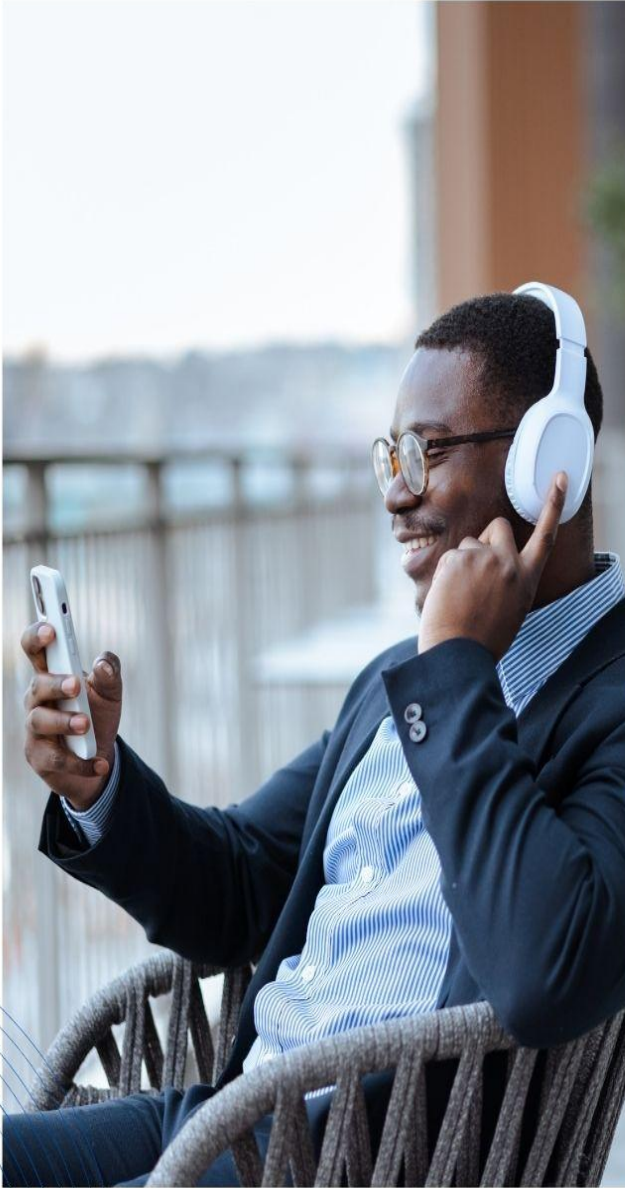
ثانيا: صعود المواجهة في المفاهيم والتطبيقات الوطنية

• وهي مرحلة العمل على مواجهة مفاهيم العولمة Globalization لمعالجة خلل عدم التوازن بين دول المركز (الغرب المنتج) ودول الهامش (دول العالم المستهلك) بظهور مفاهيم مثل الامبريالية الثقافية Cultural Imperialism و مواجهة منتجات هوليوود مثال "كيف نقرأ دونالد دوك"

• يقول جون Tomlinson " الامبريالية الثقافية وعولمة الثقافة " (1999) ان تطبيقات عولمة الثقافة إعلاميا هي منهجية استجواب للثقافات الضعيفة وأهمية دور الثقافة الغربية في مفاصل السياسة الدولية والاقتصاد الدولي وملكية التقنية.

• ويكشف توملينسون عن تنوع تطبيقات العولمة الثقافية بظهور دراسات حول تطبيقات الاشكال الفنية للبرامج Format وصيغها الناجحة تسويقا Formulas . ومنها افكارلتطبيقات برامج المسابقات الدولية "من سيربح المليون" والترفيهية " Idols .





تتبع: صعود المواجهة في المفاهيم والتطبيقات الوطنية

· نتج عن هذه التطبيقات ما يعرف بالهجين البرامجي Hybridity نتيجة المزج بين الصيغ البرمجية الدولية والمحتوى المحلي.

· ومنها خرج ابداع محلي خاص مثل الدراما الكورية واليابانية المعروفة بـ"الدراما العصرية Trendy Dramas وهي الدراما التي تركز على الحياة الرومانسية والمهنية للشباب من أبناء ملاك الشركات الكبرى والحياة المرفهة.

· وهذا النوع من الابداع مؤشر على رفض الجمهور للتطبيقات المعولمة و تشجيع الابداع المحلي



ثالثا: تطبيقات التبشير بالعولمة التقنية:

• تعددت المفاهيم العالمية التي انعكست على
البناء النظري والتطبيقي المحلي ومنها:

1. الاستعداد للصدمة الثقافية Cultural Shock مثل اطروحات
الفين توفلر

2. التبشير بالقرية الكونية وهي أهم اطروحات الكندي مارشال
مكلوهان كنموذج لتطبيقات النظام العالمي الجديد.
وهي نموذج للعبة الاتصالية والعبة الحديدية العسكرية وغيرها
في ميادين الحياة .

يتبع: تطبيقات التبشير بالعولمة التقنية:

3. تعددت مفاهيم مكلوهان للتطبيقات التقنية مثل "القرية الكونية" و "الوسيلة امتداد لحواس الإنسان" و "الحتمية التكنولوجية". وتعددت معها التحديات المحلية / الوطنية لنسفسها مثل جدليات ريموند وليام الذي يرى أن الممارسة الثقافية المحلية والسلطات المحلية قادرة على كبح جماح تلك المفاهيم.

4. ولكن من يحكم ويسيطر على القرية الكونية ؟



ميلاد تطبيقات التقسيم والسيطرة

1. بدأت الفجوة الرقمية تتسع والسيطرة الرقمية وتم تقسيم العالم الى نادي آبل ونادي أندرويد في أبسط الصور وترتفع لنادي تطبيقات سويفت البنكية الخ منظومة الهيمنة

2. لم يقف العالم مكتوف الأيدي ومحدود الفكر و الإبداع. ودخلت العديد من الدول الى معترك التطبيقات الوطنية وانقسمت الى:



مستقبل تحالفات وتبادل خبرات للتطبيقات الوطنية والاقليمية	دخول مفرد لميدان التطبيقات الوطنية والدولية	دخول مفرد لميدان التطبيقات الوطنية
STC-pay مدفوعات الاتصالات المسافرين	Alipay- WeChat	ابشر - صحتي - توكلنا

ميلاد تطبيقات التقسيم والسيطرة

3. بداية التحول للتطبيقات الكبرى Super Apps والخروج من تحت العباءة الامريكية وبداية العباءة الصينية

نماذج للتحديات المستقبلية:

4

ديناميكيات التطبيقات
الرقمية الدولية اخترقت
الحدود الوطنية مما يتطلب
بناء دفاعات عبر استيعاب
معظم التخصصات العلمية
تحت مظلة واحدة وليس
البرمجة والتقنية فقط.

3

تحديات منهجية لدارسي
الإعلام للتفكير في دراسات
تتجاوز التقسيم الثابتة
المحلي والإقليمي والدولي
الى تقسيمات ديناميكية
في الجغرافيا الاتصالية
وتداخل الاسواق والتزام
مع الكبار او التحالف مع من
يعرض تقنيته للتكتل.

2

بناء شركات
للدخول في
التطبيقات
الكبرى للمنطقة
العربية
والاسلامية.

1

بناء تحالفات
لحماية
التطبيقات باللغة
العربية وتوسيع
نطاقها.

الإتصال والإعلام التّموي

قوة المفهوم وتلون المعنى

الإعلام التنموي

- الإعلام الذي يهدف الى توظيف و استخدام وسائل الإتصال المختلفة عن طريق التخطيط و التنسيق الجيد لتحسين الظروف الإجتماعية و الإقتصادية للمجتمع
- الإعلام الذي نشأ تعبيراً عن إحتياجات و اهتمامات المجتمع ثم تطور ليصبح مطلباً وطنياً ثم الخطة الوطنية
- أحد أبرز نماذج الإعلام المتخصص و المتعلق بقيام المنظومة الإعلامية الرئيسة و الفرعية بواجبات معالجة قضايا التنمية

الإعلام التنموي و خصائصه

- الإعلام الذي يسعى لتحويل مجتمع ما من حالة الفقر الى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي.

١. إعلام هادف
٢. جزء من خطة التنمية
٣. متكامل و شامل
٤. متطور و متجدد
٥. مرتبط بالواقع المعاش للمجتمع
٦. يملك رؤية استراتيجية
٧. أنمائي منفتح على العالم للاستفادة من تجارب الآخرين

مضامين التنمية

- • توسعت مضامين التنمية وباتت تغطي مناحي عديدة.
- •
- ليس فقط إقتصادية، وإجتماعية وسياسية وثقافية... بل وربما روحية ونفسية.
- • لقي مفهوم التنمية البشرية المستدامة رواجاً، وصار التعريف البسيط لها أنها
- "عملية توسيع الخيارات"

تحديات التنمية

- تتركز أبرز تحديات التنمية بحسب المصادر الدولية والإقليمية، الحكومية منها والأهلية حول:
 ١. الفقر واللامساواة؛ التنمية الإقتصادية والتفاوت في توزيع الثروات؛ التهميش والإقصاء الإجتماعي؛
 ٢. حقوق الإنسان وحياته الأساسية؛ تحديات الشباب؛ المشاركة العامة؛
 ٣. التحضر والنمو العشوائي للمدن؛
 ٤. تمكين المرأة؛
 ٥. البيئة؛ ضعف القدرات المؤسسية؛
 ٦. التعليم والمعرفة؛
 ٧. الصحة والرعاية الإجتماعية؛
 ٨. التنمية السياسية وعدم الإستقرار؛ قضايا العدالة الإجتماعية؛ وتحديات المجتمع المدني.

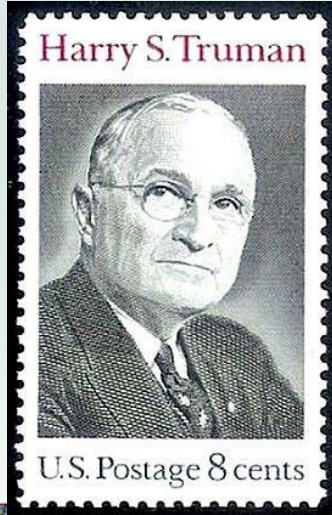
المعلومات و قود الإعلام

• تلخص مقولة الرئيس السابق للبنك الدولي: "من أجل خفض الفقر علينا تحرير الوصول إلى المعلومات وتحسين نوعيتها"، تتطلب ذلك مجموعة عمليات، منها:

١. جمع المعلومات الكافية والموثوقة .
٢. أن يكون هناك **مصدرا موثوقا** يمكن بلوغه،
٣. **شفافية** المعلومات،
٤. **أو حرية تداولها**.

الإعلام التنموي : محطات قوة المفهوم وتلون المعنى

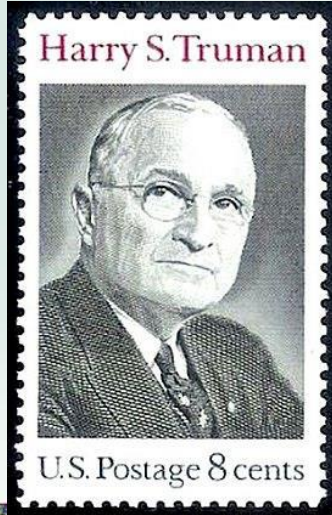
- بدأت رحلة العالم مع مفهوم الإعلام التنموي مباشرة بعد الحرب
- العالمية الثانية ، منذ أن أعلن الرئيس الأمريكي هاري ترومان
- في خطابه في العشرين من شهر يناير عام ١٩٤٩ أن هذا هو
- زمن "التنمية" .



- زمن تنموي محمل بنظرة دولية للدول النامية
- ودعوة لاستثمار إقتصاديتها على التفوق الغربي .

الإعلام التنموي : محطات قوة المفهوم وتلون المعنى

- يقول ترومان في ذلك الخطاب
- "علينا الشروع في برنامج واضح المعالم للاستفادة من تطورنا العلمي وتقديمنا الصناعي من أجل نهضة وتنمية المناطق الأقل نمواً".



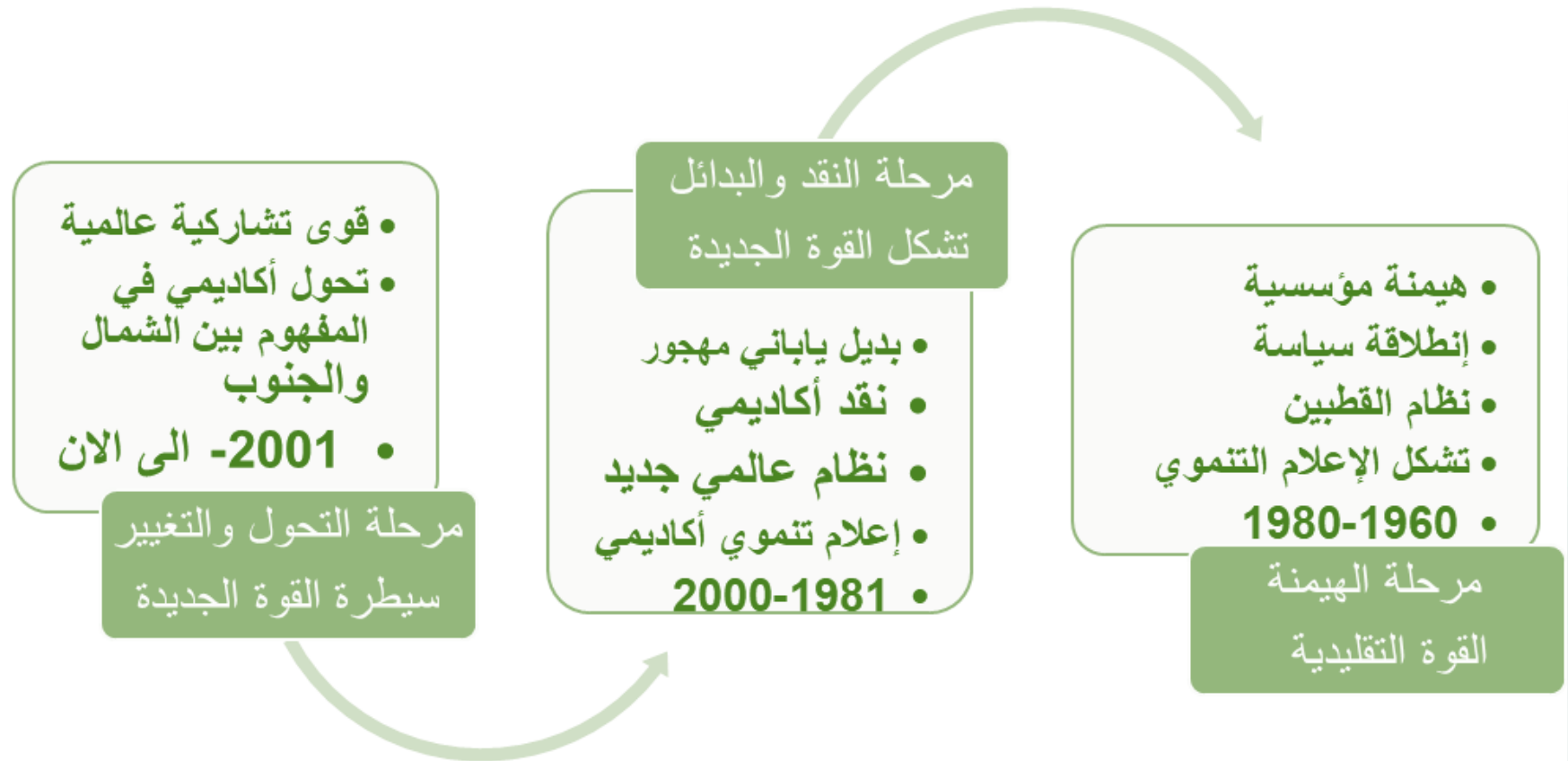
- إذا هو ميلاد سياسي لرحلة الإعلام التنموي انطلاقاً من تلك الرؤية الأمريكية/ الغربية وتدايعياتها

أسئلة القوة وإتجاهات التحول

١. ما هي مرتكزات القوة التي ولد في بيئتها مفهوم "الإعلام التنموي" وفقا لرؤية ابرز منظري المرحلة من الامريكيين؟
٢. ما هي زوايا معاشتي لتطور المفهوم من "الاعلام والتنمية" ، و"الإعلام في التنمية" الى "الإعلام التنموي" ، مع تجاهل لرؤية الشرق والتيه في رؤية الغرب؟
٣. ما هو مستقبل "الإعلام التنموي" في زمن "القوة الجديدة" التي تبناها كل من هيمانز

– Heimans and Timms (وتمز) ٢٠١٤

تغيرات الإعلام التنموي من القوة التقليدية الى القوة التشاركية



التغير الاجتماعي- الإعلام التنموي - التشاركية

- **التغير الاجتماعي** " تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية، سواء كان ذلك
- في البناء أو الوظيفة خلال فترة زمنية محددة ".
- **الإعلام التنموي** : استخدام وسائل الإتصال والإعلام في تحويل مسار المجتمعات الى حال
- أفضل بطريقة علمية ومهنية لفنون الإعلام.
- **المشاركة المجتمعية** تعني تمكين أفراد المجتمع من حق صناعة المحتوى وبناء الرسائل
- وبنها عبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل.
- **المجال العام** Public Sphere و يمثل الإرادة الإتصالية للأفراد في تكوين وتعزيز مفهوم
- المجتمع المدني وتطوير مؤسساته مما يعني أن للأفراد
- ١ حق في التعبير
- ٢ وحق في التأثير من خلال ذلك الرأي

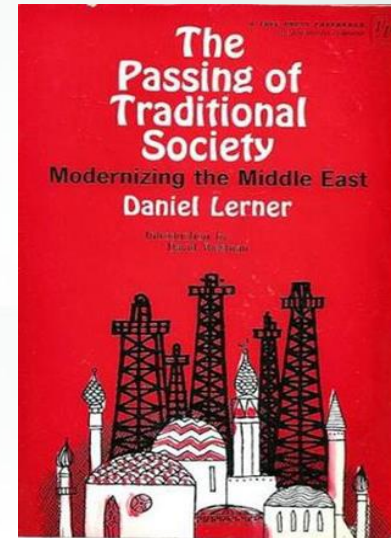
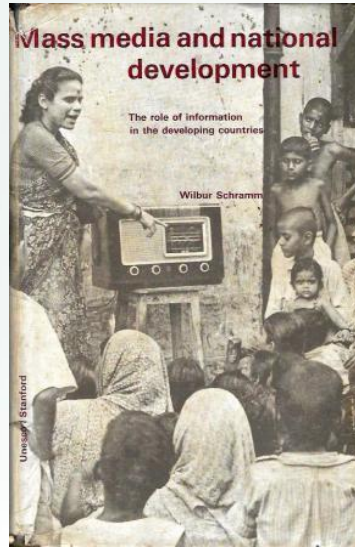
نماذج من أدبيات المرحلة الأولى

- ميلاد الإعلام التنموي في بيئة سماها الفن توفلر في كتابه " الموجة الثالثة" بالظاهرة الكونية
- دعم من قوة اقتصادية وحماية فكرية وعسكرية
- تحول نحو هيمنة للإعلام النفعي القائم على تدفق الافكار والمنتجات
- زيادة الاستهلاك

١٩٦٩

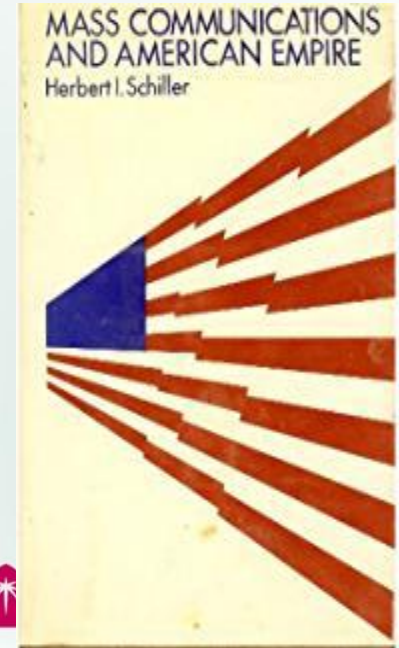
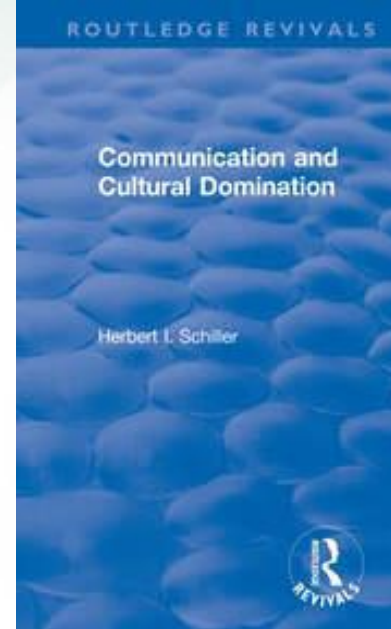
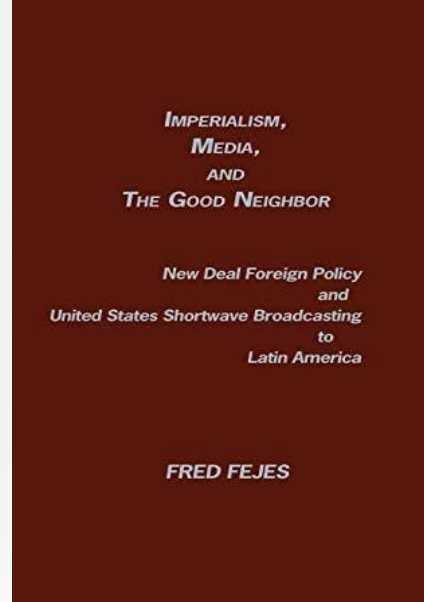
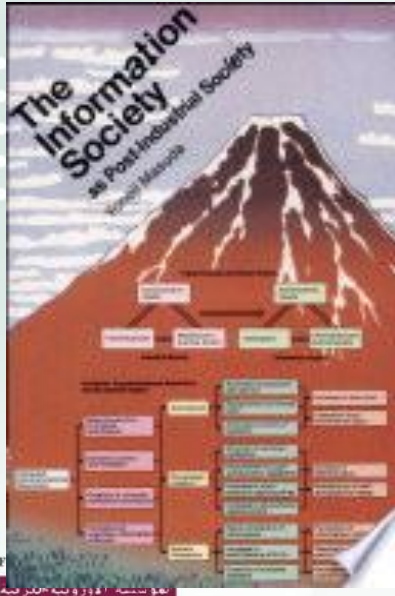
١٩٦٤

١٩٥٨



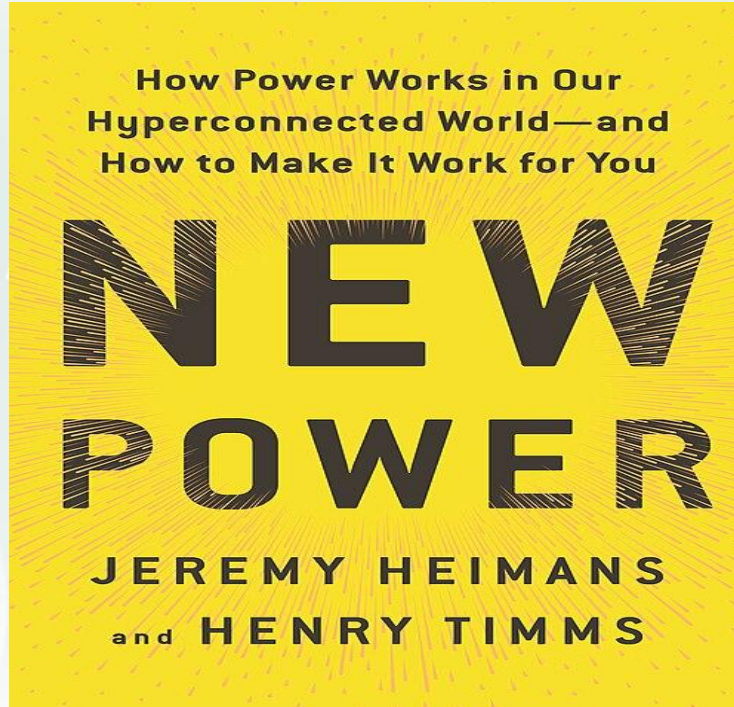
نماذج من أدبيات المرحلة الثانية

- نشاط المدرسة النقدية في الإعلام الأكاديمي والتموي
- ظهور البديل الياباني للإعلام التتموي الغربي في بيئة تهيمش وعدم استفادة



القوة في إعلام المرحلة الثالثة

١. تراجع للقوة التقليدية وزوال قدسية النماذج الغربية
٢. إحتضان و تسكين أكاديمي للإعلام التنموي
٣. تباعد في ابحاث الإعلام التنموي بين دول الشمال و دول الجنوب



القوة في إعلام المرحلة الثالثة

- مقارنة بين مكونات القوة في المجتمع الصناعي التقليدي والمجتمع المعلوماتي

م	القوة التقليدية	القوة الجديدة
1	مؤسسية : ادارة وتمثيل للقطاع و التحكم	غير رسمية وتشاركية في القرار وتنظيم ذاتي وتحكمه الشبكات
2	حصرية ، تنافسية ، سلطوية ودمج للمصادر	منفتحة ومتعددة المصادر وتعتمد على الذكاء الجماعي و التشاركية
3	توجيهية واسرار مهنية وتفريق بين المجال الخاص والعام	شفافية وانفتاح تام ومتجذر
4	احترافية تخصصية	ثقافة انتاج ذاتيه وأعملها بنفسك
5	انتماء طويل المدي و مشاركة قليلة	انتماء قصير الأمد ومشروط وتشاركي

إعلام تنموي استشرافي بين Feedback و Feedforward

• من اتصال المعلومة الراجعة الى المعلومة المستشرفة

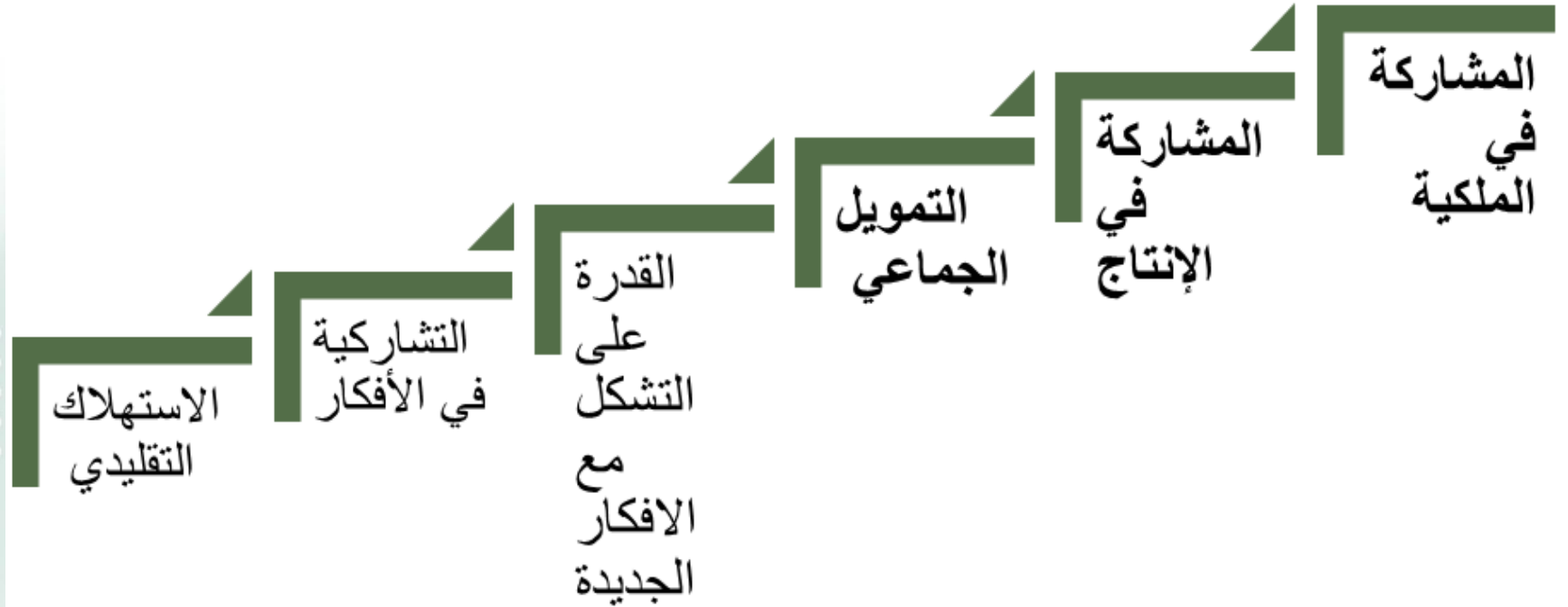
١. بروز الحاجة للدراسات المستقبلية العربية و التعلم من الفشل الذاتي ومن فشل الغير

٢. نسف نموذج التقدم القائم على اللحاق بالغرب والبدء بالبناء في عالم رقمي

٣. بدء مسألة صحة مسلمات و نظريات ومناهج البحث الغربية

٤. بناء بدائل عربية خاصة في الإعلام التنموي

سمات إعلام القوة الجديدة



الإعلام التنموي ... خروج من مأزق واستشراف مستقبل

- **أولاً:** الاعتراف أن الإعلام التنموي أصبح في عالمنا بضاعة بحثية للرسائل
- العلمية و الترقيات والمؤتمرات دون تأثير حقيقي في المجتمع
- **ثانياً:** بدات الجامعات الغربية والمؤسسات المانحة التخلي تدريجيا عن الإهتمام
- بالإعلام التنموي وبداء المفهوم بأخذ شكلا من ابحاث تطوير الذات وتنمية
- القدرات

خروج من مأزق واستشراف مستقبل

- خلاصة القول كما جاءت في كتاب "صور المستقبل العربي" (ص ١٣ أن):
- "لقد حكم الفكر التنموي في معظم دول العالم الثالث خلال العقود الثلاثة الماضية مفهوم ساذج
- عن التنمية ، ألاء وهو أنها مجرد تكرار لتجربة النمو التاريخي للرأسمالية الغربية، وهو مفهوم
- يغفل تاريخية تلك الظاهرة " بسبب :
 ١. السبق التكنولوجي
 ٢. السيطرة على موارد العالم
 ٣. فتح اسواق العالم لمنتجاتها
 ٤. معالجة مشاكل فقرها باستعمار غيرها والتوسع الاستيطاني

الإعلام التّموّلي: نماذج لبناء الخبرات التطبيقية

التشخيص الإتصالي

COMMUNICATION AUDITING

التدقيق والمراجعة الإتصالية

Communication Audits

- الإتصال الفعال ركن أساس لنجاح المؤسسات وتحقيق النتائج ،
- وهو جزء من عملية التخطيط الاستراتيجي لجميع المنظمات .
- قاعدة:
- **عندما يكون الإتصال التنظيمي ضعيفاً تصبح نتائج الأداء المؤسسي ضعيفة من حيث:**
- انخفاض التزام الموظفين، وانخفاض الإنتاج، والتغيب عن العمل، وزيادة الاضطرابات الصناعية، وارتفاع معدل الموظفين .
- ويترتب على ذلك أن أنظمة وممارسات الاتصال يجب أن يتم تصميمها وتنفيذها وتقييمها بعناية

التدقيق والمراجعة الإتصالية

Communication Audits

- الخطوة الأولى في تطوير استراتيجية اتصال متماسكة هي:
 ١. التأكد من حالة الصحة الإتصالية للمنظمة.
 ٢. اكتشاف المواضيع الأساسية في الممارسة الحالية،
 ٣. تطوير المواضيع وتوضيحها وتحقيقها كأهداف إستراتيجية للمستقبل
 ٤. يحتاج المديرون إلى معرفة مدى جودة الواقع الإتصالي للمنشأة ، وهذا يعني أنه إذا لم تصل المعلومات الحيوية إلى الجمهور المستهدف، يصبح هناك خلل إتصالي يحتاج الى مراجعة وتصحيح مسار.
- يعرف مانويل ١٩٨٥ المراجعة والتدقيق الإتصالي بأنه عملية تحليلية شمولية ومعمقة للفلسفة الاتصالية ومفاهيمها وبنيتها وقنواتها والممارسات المرتبطة بصناعة محتواها وتأثيره لدى أي منشأة. وهي عمليات جمع للبيانات وتحليلها من العاملين والمستفيدين من خدمات المنشأة ومنتجاتها .

التدقيق والمراجعة الإتصالية

Communication Audits

- يركز المدقق و المراجع الإتصالي على **فحص البنائية** **والوظيفية للمنشأة** وهيكلها التنظيمي، والبرامج الإتصالية ومنتجاتها المختلفة، والجمهور المستهدف والشراكات الإستراتيجية.
- وهذا الفحص والتدقيق والمراجعة تكون مبنية على تراكم **معرفي** سابق للاستفادة من نماذج التميز ونقاط الفشل.
- ويتم جمع البيانات عن طريق **الإستبيان كأبرز الأساليب** والذي تم تطويره من قبل الجمعية الدولية للإتصال وتبناه وطوره وظيفيا بعض الباحثين .
- وكذلك يتم جمع البيانات عن طريق **الاساليب النوعية** عن طريق المقابلات المعمقة والملاحظة بالمشاركة ومجموعات التركيز.

التدقيق والمراجعة الإتصالية

Communication Audits

• وهناك ٥ مرتكزات للتدقيق والمراجعة الاتصالية:

١. جودة الرسائل Message Quality

٢. الوسائل الإتصالية Message Delivery

٣. جودة العلاقات الإتصالية Quality Relationship

٤. طبيعة الإتصال بين الجمهور المستهدف Audience

Communication

٥. الإستشراف والتوصيات Projection & Recommendations

استبيان التدقيق والمراجعة

- ويتم تقسيم الإستبيان الى عدة محاور تتكون من :
 - ١ . كمية المعلومات المستلمة لكل زاوية من المواضيع المحددة
 - ٢ . كمية المعلومات المستلمة من المصادر المحددة
 - ٣ . كمية المعلومات المستلمة عبر القنوات المحددة
 - ٤ . كمية المعلومات المستلمة حول المواضيع المحددة
 - ٥ . كمية المعلومات المستلمة حول القضايا ضمن المواضيع المحددة
 - ٦ . كمية المعلومات المرسلّة حول القضايا المحددة

التدقيق والمراجعة النوعية

• ويتم بناء أسئلة نوعية من محاور الاستبيان لتكون اسئلة مفتوحة للتدقيق النوعي وهي:

١. تحديد أساليب وسرعة تزويد القطاع الإتصالي بالمعلومات
٢. تحديد أساليب صناعة المحتوى وتدقيقه
٣. قياس سرعة إرسال واستلام المعلومات للجمهور المستهدف
٤. تحديد الجوانب المعرفية للاستشراف المستقبلي ونجاح التخطيط الإتصالي

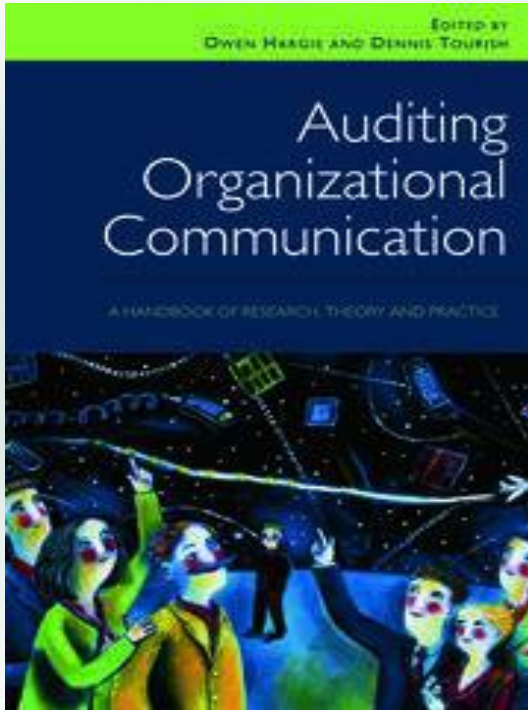
عيوب التدقيق والمراجعة الإتصالية

من ابرز عيوب التدقيق والمراجعة الاتصالية:

١. هي طول المدة الزمنية

٢. والتكاليف المرتفعة

و لكن في ظل البيئة الرقمية تم علاج هذه المشاكل .



نموذج لأبرز أدبيات المراجعة الإتصالية

المعالجة التكاملية

IMC

الإتصال التسويقي المتكامل

Integrated Marketing Communication (IMC)

توحيد الرسائل عبر جميع الوسائل

ماذا نقصد بـ الإتصال التسويقي المتكامل

- عبارة عن إتجاه استراتيجي يساعد على ضبط و توحيد الرسائل عبر جميع الوسائل.
- رسالة واحدة مستمرة و منضبطة.
- و يشمل ايضا الأساليب التسويقية و القنوات الإتصالية و تحويلها الى برنامج تكاملي لتعزيز قوة تأثير الرسائل
- يعمل على مشاعر و سلوكيات الجمهور المستهدف

أهمية الإتصال التسويقي المتكامل

١. بنا ثقة الجمهور
٢. ثبات الرسائل
٣. ضبط درجة التباين بين ارسائل و الوسائل
٤. يزيد من الولاء المؤسسي
٥. يستنهض الجهود التسويقية للاستفادة من قوة الرسائل و الولاء

مكونات و عمليات الإتصال التسويقي المتكامل

المكونات

١. العلاقات العامة
٢. الإعلام
٣. الإعلان
٤. التخفيضات
٥. التسويق المباشر
٦. المبيعات الشخصية
٧. شبكات التواصل

العمليات:

١. تحديد الجمهور المستهدف
٢. تحديد الأهداف الإتصالية
٣. تصميم الرسائل
٤. تحديد الوسائل
٥. تحديد الميزانية

٦. قياس الأثر

نموذج و صعوبات الإتصال التسويقي المتكامل

• النموذج:

- شركة / مؤسسة تستخدم الإعلان و الإعلام و شبكات التواصل و الإعلانات الخارجية و الرعاية البرامجية و الفعاليات عبر كل الوسائل فماذا حدث؟

• الصعوبات:

١. صعوبة التنسيق بين الفرق الميدانية و الابداعية
٢. صعوبة قياس الأثر المتداخل
٣. صعوبة الاستمرار و المحافظة على توحيد الرسائل عبر كل الوسائل

فوائد الإتصال التسويقي المتكامل

١. يثري تجربة الجمهور المستهدف و العملاء
٢. يعزز الصورة الذهنية
٣. يزيد من جهود و فاعلية التسويق و المبيعات

IMC يعني

- ليس عملية اتصالية فقط و إنما ثبات إتصالي
- المؤسسة التي تفشل في تطبيق IMC فهي تفشل أيضا في توثيق علاقاتها المؤسسية مع الجمهور المستهدف

الإعلام و ميادين التنمية المستدامة

مدينة الرياض إنموذجاً

- حددت مدينة الرياض (١٥) ميداناً للتنمية المستدامة تتقاطع جميعاً مع وسائل الإعلام المختلفة

١. الرعاية الصحية ٢. النقل و المواصلات

٣. الحماية الاجتماعية ٤. الإسكان ٥. العمل و التوظيف

٦. التعليم و التدريب ٧. الرياض المدينة الذكية

٨. الثقافة ٩. الرياضة ١٠. السياحة ١١. الترفيه

١٢. العدل و القضاء ١٣. الكوارث الطبيعية

١٤. المناطق الريفية ١٥. الاستثمار ١٦. نهتم بكم (التفاعل)

استراتيجية القائم بالاتصال في المؤسسات والشركات :

أولاً : الاستراتيجية الفاعلة : وتتكون من :

أ- الأفعال Action ومنها :

- خلق التحالفات والمناسبات
- القيام بالمبادرات والرعايات
- اتصال مباشر

ب- الإشهار :

- تقديم المعلومات الهامة

ثانياً : الاستراتيجية التفاعلية وتتكون من :

أ- الاستجابة الاستباقية : لتحديد مسار الرسالة

ب- الاستجابة العدائية : مثل الهجوم، الإحراج ، التهديد ، الصدمة

ج- الاستجابة الدفاعية : الإنكار ، الاعتذار ، التبرير.

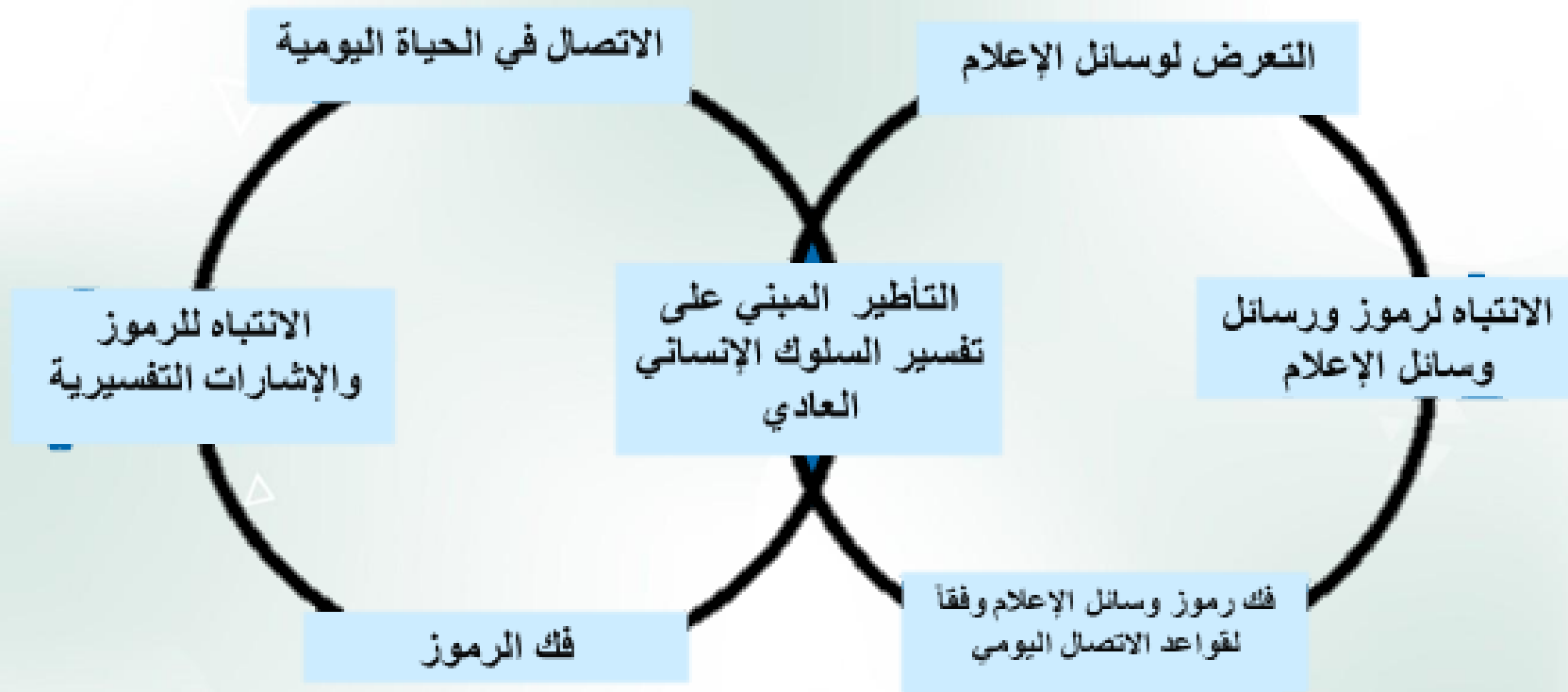
د- الاستجابة التحويلية : التنازل أو التملق أو إعادة التسمية.

هـ- الاستجابة الصوتية : بيان الحرص ، والاهتمام ، الندم ، الأسف.

و- الاستجابة التصحيحية : التحري والتحقيق ، التراجع والندم ، القيام

بالإجراءات التصحيحية.

نموذج التداخل بن وسائل الاعلام والاتصال ي حياتنا اليومية



تحليل الجمهور

يمكن تحليل الجمهور حسب الجوانب التي تؤثر فيه

رؤية الموقف
- طبيعة الحضور
- حجم الحضور
- التركيبة العاطفية للجمهور

الجوانب الديموغرافية
العمر، الجنس، التعليم،
الوظيفة، العرق، الإقامة

الجوانب النفسية
القيادة، الثقة في النفس
المواجهة، الفضول

الاستعداد للموضوع
- الخلفية المعرفية
- الاهتمامات الخاصة
- الرؤى والمواقف المسبقة

الاتصال الاستشرافي

- الاتصال الحالي هو اتصال يقوم على دورة المعلومات الآنية
- الاتصال الاستشرافي يعتمد على التخطيط لدورة الاتصال المؤجله
- الرسائل المؤجله تظهر على شكل خطط و آمال
- مثال : السؤال التقليدي للطفل ماذا سيصبح مستقبلا؟
- الخطة الوطنية الاستشرافيه (الخمسيه)

اليات الاستشراف

- تحليل الواقع الراهن
- تخيل الصورة المستقبلية بإبعادها المختلفة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية ... الخ
- رسم خارطة الوصول الى هناك
- تكوين رسائل الاستشراف (الشعارات جزء منها)
- بث الرسائل و استكمالها من خلال دورة الاتصال الاستشرافية
- الاعتماد على رسائل الحدس الاستشرافي feed forward

ما هي رؤيتنا الاستشرافية؟

اتأثير من خلال الاعلام في المجالات التالية

- ١- الدراسات و التحليل
- ٢- الصورة الذهنية
- ٣- العمل العام و الخاص و التطوعي
- ٤- الرسائل الاستشرافية للجيل الجديد
- ٥- الرسائل للمواطن عموما
- ٦- الرسائل للرجل و للمرأة و الطفل و المقيم
- ٧- الرسائل لمؤسسات المجتمع السعودي
- ٨- الرسائل للإعلام العربي و الاسلامي و العالمي

الرأي العام

المفاهيم
التأثير

مفاهيم الرأي العام

➤ تعددت تعريفات الراي العام بحيث يسهل قياصة دون الاتفاق على تعريفه

➤ قدم كماخي (٢٠٠٩) ما يقرب من ٤٠ تعريفا للرأي العام

➤ و يعرفه الفهيد بـ:

➤ الفهم المعلن رمزيا حول أمر ما ، و الذي يعتنقه الفرد بعد إدراك حسي مقصود و بصيرة معنوية تلقائية و يأتي نتيجة مقايصة بين آراء أخرى مساوية في القوة ، معاكسة في الاتجاه ، و يعقد بغلبة الظن ، فلا رأي في حقيق ، كما انه لا رأي في مجهول.

سمات الرأي العام

١. سلوك انساني صادر عن افراد
٢. يحتوي على التعبير الرمزي / اللفظي
٣. التعبير مشترك مع آخرين
٤. يتجه نحو هدف معين و أوضاع معروفة
٥. موضوعه يهم العديد من الناس
٦. هو فعل او استعداد لفعل يتوافق مع الهدف المشترك
٧. يقع ضمن إطار ثقافي مشترك
٨. يتضمن الاستعداد للتعبير عن الاتجاه
٩. تعبير عن السلوك اللحظي
١٠. يحتوي الفاظا دائمة او مؤقتة
١١. يحتوي جوانب للصراع بسبب الانحياز لجانب دون الآخر

حالات الرأي العام و خصائصها

- الرأي العام العاطفي (تلقائي – رد فعل- مرتبط بالمصالح)
 - الرأي العام العقلاني (نتيجة دراسة و تفكير ينبع من الصفة)
 - و تبرز الخصائص التالية عند تقييم الرأي العام:
١. مدى الانتشار بين الجمهور محل الملاحظة و القياس
 ٢. الاستمرارية في الراي حيال الموضوع/ القضية
 ٣. شدة الرأي و قوته بين الجمهور
 ٤. معقولية الرأي و مدى الارتكاز على الحقائق و الاسس

تقسيمات الرأي

- أولاً: الزمن (دائم – مؤقت – يومي)
- ثانياً: التأثير (قائد – مستتير – محايد/غير مكترث – منقاد)
- ثالثاً: الحجم (اغلبيه – ائتلاف – اقلية – ساحق او إجماع)
- رابعاً: الجغرافيا (محلي – و طني – شعوبي – دولي)
- خامساً: البروز (كامن – ظاهر – متوقع – سلبي)

مكونات الرأي العام السعودي

➤ لخص فؤاد كماخي تلك المكونات في :

١. الدين (المسجد – الشورى – الامر بالمعروف)
٢. العادات و التقاليد
٣. النظام السياسي (البيعة – الأنظمة – المؤسسات -)
٤. قادة الراي العام (الصفوة)
٥. العائلة

تابع- مكونات الرأي العام السعودي

٦. المجالس (الامارات- الشورى – البلدي)

٧. وسائل الاعلام

٨. التربية و التعليم

٩. الثقافة (الديوانيات – الأندية - المعرض)

١٠. الاقتصاد

١١. مؤسسات المجتمع المدني (الجمعيات- الهيئات-المراكز)

١٢. الأحداث الكبرى (الأزمات-الحروب – الكوارث)

وظائف الرأي العام

١. دعم القرارات
٢. إثراء المناقشة
٣. مواجهة الحملات المضادة
٤. تحديد ملامح المجتمع و مواقفه
٥. تعزيز العاطفة و الاتجاه أو التحرك السلوكي
٦. رفع الروح المعنوية
٧. تعزيز الرقابة و وقف الاختراق
٨. التعبئة العامة

أساليب التأثير في الرأي العام

١. أسلوب الإثارة
٢. أسلوب التكرار و الملاحظة
٣. أسلوب عرض الحقائق
٤. أسلوب تحويل الانتباه
٥. أسلوب توظيف البرامج المحدودة
٦. أسلوب افتعال الأزمات او تصديرها
٧. أسلوب إثارة الرعب و الفوضى
٨. أسلوب الشائعات

أساليب قياس الرأي العام

- أولاً: الاستطلاعات (سريعة و فورية)
- ثانياً: الاتجاهات (سريعة و محددة بشدة الرأي و عمقه)
- البحوث العلمية (منهجية و محددة)

يتم جمع البيانات من خلال:

١. الملاحظة بالمشاركة
٢. المقابلة
٣. صحيفة الاستقصاء
٤. تحليل المحتوى
٥. التجريب العلمي

تدريب
Tadreeb



مؤسسة الأميرة العنود
Princess Alanood Foundation



X     AlanoodOrg