

عنوان المداخلة: الإستراتيجية الاعلامية إحاطة مفاهيمية نظرية دراسة حالة: الجزائر القنوات الإعلامية، الجرائد، المجلات

جامعي ياسين : أستاذ باحث

قسم العلوم السياسية

مؤسسة الانتماء : جامعة باتنة_1.

مؤسسة الانتماء : جامعة باتنة - 1

عبد الكريم هشام: أ. محاضر /كلية الحقوق والعلوم السياسية

البريد الالكتروني: yassine3700@gmail.com

1. ملخص الدراسة :

تتناول هذه الدراسة الاستراتيجيات الإعلامية الصحيحة والهادفة، من أهم عناصر عمل المؤسسات الإعلامية لتنفيذ برامج عملها بشكل صحيح ومدرس، ووفق خطوات تتابعية مرتبطة للوصول إلى الهدف وتحقيقه، كما أن المؤسسات غير الإعلامية، تحتاج إلى استراتيجية عمل إعلامية للترويج لأنشطتها.

يشير مفهوم العالم في هذه الوحدة إلى أي وسائل اتصال غايتها إيصال المعلومات، والتأثير على جمهور عريض ويشمل هذا المصطلح الصحف، والتلفزيون، والإذاعة، واللوحات الإعلانية، والشبكات الاجتماعية، والبث احلي عبر تقنيات الصوت والفيديو، والبريد الإلكتروني للمساهمة في إيصال المعلومات المراد إيصالها على أوسع نطاق وفق معايير الأداء الإستراتيجي الإعلامي.

2. الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الإستراتيجية الإعلامية، الإحاطة المفاهيمية، النظريات.

2. تقديم موضوع البحث:

تهتم الاستراتيجية الاعلامية في صناعات الإعلان أو تقديم المحتوى (البث عبر الإنترنت) بكيفية تسليم الرسائل إلى المستهلكين أو الأسواق المتخصصة، ويشمل ذلك في تحديد خصائص الجمهور المستهدف أو السوق المستهدف،

الذي ينبغي أن يتلقى الرسائل وتحديد خصائص الوسائط التي سيتم استخدامها لتوصيل الرسائل، بقصد التأثير على سلوك الجمهور المستهدف أو السوق ذي الصلة إلى الموجز الأولي. أمثلة على هذه الاستراتيجيات اليوم تدور حول نهج الاتصالات التسويقية المتكاملة حيث يتم استخدام قنوات متعددة من وسائل الإعلام ، مثل الإعلان والعلاقات العامة والأحداث ووسائط الاستجابة المباشرة.

تكمن أهمية الاستراتيجية في الوسائط على أنها استخدام مزيج وسائط مناسب من أجل تحقيق النتائج المرجوة والمثلى من الحملة الإعلامية. والتي تلعب دوراً رئيسياً في العمل على الوصول إلى النتائج المرجوة، ولا يقتصر Media Strategy فقط على شراء العملاء لمنتجاتهم أو خدماتهم ، بل يركز أيضاً على وضع رسالة مناسبة تجاه الأشخاص المناسبين في الوقت المناسب والتأكد من أن الرسالة ذات صلة ومقنعة ثم تصميم استراتيجية وسائل الإعلام لتحقيق الهدف المذكور أعلاه.

مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: ما مدى تأثير الإستراتيجية الإعلامية على وضع القرارات الحكومية؟

تهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز العلاقة التكاملية و التفاعلية بين الإستراتيجية الإعلامية والقرارات الحكومية.

1- خطابات تعبوية للذات لبناء الشخصية المؤسسية.

2 - خطابات نفسية لتغطية القبول النفسي للجماهير .

3- خطاباً قانونياً وأخلاقياً وإنسانياً للرأي العام، حول المشاريع وأهدافها وفوائدها

كما أن الاستراتيجية الإعلامية باختصار، هي طرق والوسائل الإعلامية ومنها التقليدية والحديثة للترويج لمشاريع وعمل المؤسسة، وطرق ووسائل ومحتوى إرسال الرسائل الإعلامية التعريفية والترويجية للجماهير وقياس الأثر تتابعياً، الربط والارتباط ما بين الرسائل، وضوح الرسائل وعدم الغموض في محتواها، وأيضا الشرائح الموجهة لفئات الجماهير .

مفاهيم الدراسة: الإعلام الإستراتيجي، النظريات، المفاهيم، الإعلام السياسي، الإستراتيجيات، صناعة القرار .

التعريفات الإجرائية: تعتبر الاستراتيجيات الإعلامية الصحيحة والهادفة، من أهم عناصر عمل المؤسسات الإعلامية

لتنفيذ برامج عملها بشكل صحيح ومدرس، ووفق خطوات تتابعية مرتبطة للوصول إلى الهدف وتحقيقه، كما أن

المؤسسات غير الإعلامية، تحتاج إلى استراتيجية عمل إعلامية للترويج لأنشطتها.

يشير مفهوم العالم في هذه الوحدة إلى أي وسائل اتصال غايتها إيصال المعلومات، والتأثير على جمهور عريض. ويشمل هذا المصطلح الصحف، والتلفزيون، والإذاعة، واللوحات الإعلانية، والشبكات الاجتماعية يتفق مع الدور الجديد للدولة بمتطلبات عصر المعرفة مما يعود على المواطن بالرفاهية و جودة الحياة"

الإستراتيجية: من منظور تقليدي يعكس مصطلح " إستراتيجي " جذورا عسكرية قوية يستخدم القادة العسكريون الإستراتيجية في التعامل مع خصومهم، عبر سنوات التاريخ الإنساني، و قد فكر عددا كبير من أصحاب النظريات العسكرية مليا، و كتبوا حول الإستراتيجية، من زوايا مختلفة كثيرة.

الإستراتيجية الإعلامية: مصطلح الحكومة المتكاملة أو الحكومة الشاملة يقصد به تعاون جميع الجهات الحكومية و ربطها الكترونيا لتحقيق التكامل فيما بينها، و ذلك لتوفير الخدمات و المعلومات الحكومية من خلال توفير منصة الكترونية واحدة وباسم مستخدم واحد **User name** و تقديمها للمستفيدين ، مما يتطلب رفع الكفاءة التشغيلية و الإنتاجية للجهات الحكومية و تطوير الخدمات الحكومية للمستفيدين باستمرار و تعزيز التواصل الحكومي من خلال توضيح و تبسيط كافة الإجراءات المعاملات الحكومية و إشراك المستفيدين في عملية صنع القرار.

3- الإجراءات المنهجية:

اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي واستعنا في جوانب أخرى بالمنهج التحليلي النقدي.

للإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا تمت صياغة المحاور التالية:

المحور الأول: الغرض من الاستراتيجية وسائل الإعلام.

المحور الثاني: الأطر المفاهيمية لنظريات الاستراتيجية الإعلامية..

المحور الثالث: معالم القوة والضعف في نظرية الاستراتيجية الإعلامية

3. خلاصة النتائج

مما سبق يمكن التوصل إلى الاستنتاجات التالية:

لا يختلف اثنان على دور الإعلام السياسي في تحقيق نجاح الدول في شتى المجالات كما يمكن لنفس الإعلام خلق فشل ذريع لبعض الدول، وتبقى الدول المتقدمة سباقة في معرفة هذا الأمر وبادرة إلى الاهتمام الاستراتيجية الإعلامية. وفي هذا المجال يقول بن جورين "لقد أقام الإعلام دولتنا واستطاع أن يتحرك للحصول على مشروعيتها الدولية."، وثبت أن إسرائيل تدير أمورها عبر ثلاثة آفاق:

1 عسكري

2 سياسي

3 إعلامي.

الاستخدام الاستراتيجي الإعلامي أسلوب التبرير لكل الأعمال المستقبلية التي يقوم بها الجيش أو المنظومة من خلال كم هائل من الأخبار والمعلومات تتضمن رسائل بسيطة ومحددة وقرأت ما سوف يحدث قبل حدوثه.

ونستخلص مما ذكر أعلاه ضعف الإعلام والاتصال السياسي في الدول النامية فهو إعلام مسير من عدة أطراف، فغالبا ما يكون مسيرا من قبل النظام الحاكم والذي يستعمل هذا الإعلام من أجل بسط سيطرته على الحكم، ولكم في قنوات الاتصال المتعددة من إخبارية وثقافية وسياسية وحتى رياضية خير دليل على ذلك، وفي بعض الأحيان وهو الأخطر يسقط ذات الإعلام المحلي في فخ التأطير الدولي الذي تمارسه أجهزة الإعلام الخاصة. بالقوى العظمى في العالم مدفوعة ببعض اللوبيات وجماعات الضغط فتصنع من أجهزة الإعلام المحلية لا شعوريا وسيلة لبسط نفوذها النفسي، وهذا ماصطلح عليه بالضبط في هذه الندوة الدولية بعولمة الإعلام والاتصال السياسي لمعظم الدول المعولمة، المعاصرة خاصة الدول النامية.

4. المراجع

- _ **حسني محمد نصر**، مقدمة في الاتصال الجماهيري - المدخل والوسائل - ، مكتبة الفلاح، الإمارات العربية المتحدة 2001، ص 229
- _ **سمير محمود قديح**، باحث في الشؤون الأمنية والاستراتيجية، الحرب النفسية وطرق التصدي لها، المنتدى العربي للدفاع والتسلح، <http://www.almatareed.org>
- _ **تأثير الحرب النفسية على القرارات الداخلية للدول (نظرية التأطير أنموذجا) من إعداد : بوعيس يوسف أستاذ مساعد قسم أ، معهد الحقوق والعلوم السياسية**
- المركز الجامعي نور البشير، البيض.**
- _ Črnič, T. O and I. Vobič (2013). Converging practices and discourses: Obstacles in production culture for interactivity in Slovenian online newspapers. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, August 2013; vol. 19,3: pp. 365-381
- _ **صدر في بغداد ،كتاب بعنوان ((نظريات الاعلام)) رؤية جديدة 2015 للمؤلفان الدكتور علي عبد الهادي والدكتورة رشا عادل**
- _ Quandt T (2008) No news on the World Wide Web: A comparative content analysis of online news in Europe and the United States. *Journalism Studies* 9(5): 717-738
- _ **الوحدة 8 بناء الاستراتيجية العالمية اخلطط التكتيكية وأالدوات والتقنيات الالزمة للوصول إلى جمهورك عبر الوسائل العالمية ص 8.**
- _ Deuze, M (2004) what is multimedia journalism? *Journalism Studies* 5(2): 139-152
- _ Devlin, J., and Berk, E. (1991). Why hypertext? In E. Berk and J. Devlin, eds., New York: McGraw-Hill. Hypermedia Handbook, pp. 9-11 Hypertext/
- _ Fion S L ؛ فوجل ، دوغلاس ؛ ليمام ، معز . (2003). المعلوماتية الافتراضية للمجتمع: أجندة للمراجعة والبحث . ITTA:المجلة نظرية تكنولوجيا المعلومات والتطبيق. المجلد 5 العدد 1. ص 47-61.
- _ **التفاعل عبر الإنترنت ولماذا يتجنب المرشحون ذلك" ، مجلة الاتصالات 50 (4): 111-132.**

_ دالبرج ، لينكولن. (1998). الفضاء الإلكتروني والمجال العام: استكشاف الإمكانيات الديمقراطية للشبكة. التقارب ، المجلد 1 ، العدد 4 ، 170-84. دوى: 10.1177

_ الاطار المفاهيمي للاتصال والاتصال مُساهمة موقع الدكتور حمام محمد زهير :: الاعلام و الاتصال

Admin في الجمعة فبراير 07, 2014

_ الوحدة 8 بناء الاستراتيجية إعلانية وخطط التكتيكية والادوات والتقنيات اللازمة للوصول إلى جمهورك عبر الوسائل الاعلانية ص 6.

_ أهمية الاستراتيجيات الإعلامية الكاتب :يوسف مصطفى 16أغسطس 2017 07:19 م

_ أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية دراسات حالة لمشروعات "الهيئة الملكية للجبيل وينبع" بالسعودية. "قناة السويس الجديدة" بمصر "إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب ص 11

_ أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية دراسات حالة لمشروعات "الهيئة الملكية للجبيل وينبع" بالسعودية. "قناة السويس الجديدة" بمصر "إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب ص 09

_ Posted in Marketing and Strategy Terms, Total Reads: 8494