

الموسم العلمي الدولي السادس

17-18 أبريل 2019

جامعة سوهاج

مقر انعقاد البرنامج

القاهرة – جمهورية مصر العربية

المؤتمر العلمي الدولي الأول للإعلام والإعلام الجديد

”دور الإعلام والإعلام الجديد في صناعة الرأي العام وتوجيهه!“

مقدمة

منذ فجر التاريخ والإنسان يبتكر وسائل مختلفة للاتصال ليتمكن من التواصل مع من حوله ولتبادل معهم الأخبار والمعلومات؛ وكذلك ليُلبّي حاجته في التعبير عن أفكاره، ويسعى لتوثيقها؛ وهو يطور بشكل مستمر تلك الوسائل؛ وأساليب الرسائل التي يقوم بتمريرها عبرها؛ وما زال العقل البشري يطور تلك الوسائل والأساليب ويبحث في سبل جديدة لتوظيفها في خدمة أهداف المرسل لتوجيه المستقبل نحو تلك الأهداف.

في خضم التطور الحاصل في وسائل الإعلام والإعلام الجديد وبرامجهما؛ والذي تنعكس على تطور الأهداف وتوسعها، يرى المختصون أن صناعة الرأي العام أصبحت أكثر سرعة وتشكلاً من ذي قبل وذلك بسبب انتشار وسائل الإعلام الجديد، وسهولة وصول معظم الناس إليها ومشاركتهم في إدارة محتواها، وهو ما يجعل من الضروري دراسة الظواهر والنظريات والبرامج المتعلقة بصناعة الرأي العام بهدف تسليط الضوء على إيجابياتها وتجنب سلبياتها ومعالجتها.

الأهداف

- 1- دراسة النظريات والظواهر والبرامج الحديثة المعنية بالإعلام والإعلام الجديد، للوصول إلى معالجات وحلول لإشكالياتها.
- 2- توظيف الوسائل والدراسات العلمية الحديثة في عملية صنع الرأي العام لتجنب المؤثرات الإعلامية فيها.
- 3- تبادل الآراء والمعلومات من قبل المتخصصين لإيجاد أفضل السبل في بناء قواعد ونظريات وأنظمة تعنى بتوجيه الإعلام والإعلام الجديد نحو ما ينفع الرأي العام ويزيد من وعيه.
- 4- تمكين مراكز صنع القرار من تبني سياسات سليمة في مجال قوانين وأنظمة عمل وسائل الإعلام والإعلام الجديد عبر تقديم دراسات علمية رصينة تختص بهذا الشأن.
- 5- تثقيف المجتمعات الإنسانية حول مخاطر التوجهات والمنافذ السلبية للإعلام والإعلام الجديد وتمكينهم من التمييز لاختيار القنوات البناءة التي تساعد في نهضة الإنسان علمياً ومعرفياً وثقافياً.

المحاور

- 1- وسائل التواصل الاجتماعي وبرامجه وتطبيقاته ودورها في صناعة الرأي العام.
- 2- الصحف الإلكترونية وكيفية التمييز بين توجهاتها وأهدافها.
- 3- المجموعات والغرف المغلقة عبر شبكة الإنترنت وحجم تأثيرها في صناعة الرأي العام.
- 4- النماذج والوسائل الحديثة المصممة لتوجيه الرأي العام مثل (الذباب الإلكتروني - الصفحات المستأجرة - المؤسسات الافتراضية) وحجم تأثيرها في صناعة الرأي العام.
- 5- تأثير الإعلام الجديد في التغيرات الثقافية والاجتماعية.
- 6- البيئة التفاعلية ودور الإعلام الجديد في إيجادها وإدارتها.
- 7- التأثير والتأثر المتبادلين بين الخطاب الإعلامي والإعلام الجديد.
- 8- تطور وسائل الإعلام التقليدي وتأثرها بالإعلام الجديد.
- 9- الإعلام الجديد دوره في تقليل قيود الزمان والمكان والحجم المتوقع لهذا الدور مستقبلاً.
- 10- برامج وآليات تطبيقية لمعالجة توجيه الرأي العام نحو أهداف تتعارض مع القيم الإنسانية المشتركة.
- 11- استراتيجيات وخطط عمل مقترحة لتوظيف الرأي العام في برامج التنمية والتطوير عبر وسائل الإعلام والإعلام الجديد.