

تكليف تطبيقي (علم النفس الإعلامي)

في إطار ما درسناه في المحاضرة عن موضوع انتشار الشائعات، يصبح الدور الأهم لمتخصص الإعلام الرقمي هو القدرة على دحض هذه الشائعات بفعالية. يتطلب ذلك فهمًا عميقًا لجمهور الشائعة والعقلية التي تنتبهاها. الآن، حان الوقت لتطبيق هذه المعارف في مشروع تطبيقي.

يهدف هذا التكليف إلى تطوير مهاراتك في التفكير الاستراتيجي وتصميم رسائل مضادة تستند إلى مبادئ علم النفس الإعلامي لدحض المعلومات المضللة في البيئة الرقمية.

المطلوب:

اختر شائعة افتراضية أو معلومة مغلوطة ذات طابع اجتماعي أو صحي، وقم بتصميم مقترح لحملة إعلامية مصغرة لدحض هذه الشائعة.

يجب أن يشمل التكليف جزأين أساسيين:

الجزء الأول: التحليل الاستراتيجي: قم بتقديم خطة موجزة ومكتوبة تشمل العناصر التالية (بحد أقصى 200 كلمة):

1. الشائعة الافتراضية: اكتب نص الشائعة التي اخترتها.
2. الجمهور المستهدف: حدد الفئة الأكثر عُرضة لتصديق هذه الشائعة (مثال: كبار السن، الأمهات الجدد، مستخدمو منصة معينة).
3. المنصة المختارة: اختر منصة رقمية واحدة لتنفيذ الحملة عليها، مثل منصة (X) أو انستجرام، موضحًا سبب اختيار هذه المنصة للوصول إلى الجمهور المستهدف ودحض الشائعة.

الجزء الثاني: المنتج الإعلامي (التطبيق العملي)

بناءً على الخطة المكتوبة، قم بتصميم منتج إعلامي واحد يُستخدم في الحملة، ويكون هدفه دحض الشائعة بشكل فعال.

- اقتراحات للمنتج: اختر واحدًا
 - تصميم إنفوجرافيك موجز (Infographic) لدحض الشائعة.
 - كتابة منشور لمنصات التواصل الاجتماعي: يوضح المعلومة الصحيحة.
 - صور فوتوغرافية: لتصحيح المعلومات المرئية.
 - كتابة سيناريو (script) لرسالة فيديو قصير: لا يتجاوز 30 ثانية لدحض الشائعة (مع تحديد المشاهد والرسائل الصوتية).

التسليم النهائي:

1. التقرير التحليلي (الجزء الأول): يُقدم في ملف بصيغة PDF بحد أقصى 200 كلمة.
2. المنتج الإعلامي (الجزء الثاني): يجب إدراج الصورة أو الانفوجرافيك أو المنشور أو ملف السيناريو النصي في نفس الملف؛ ليصبح التسليم ملف PDF واحدًا فقط.
3. اللغة: اللغة العربية الفصحى.