

الإعلام التفاعلي

INTERACTIVE MEDIA

تتناول هذه المادة مفهوم الإعلام التفاعلي كأحد أبرز التطورات في مجال الاتصال والإعلام الرقمي. تستعرض أساليبه المختلفة، مثل الصحافة الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والبيث التفاعلي، والتطبيقات الذكية. كما تناقش تأثير التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام على صناعة المحتوى الإعلامي، وأهمية إشراك المستخدمين في تشكيل الرسائل الإعلامية.

وصف المادة:

تركز المادة على دراسة تطور الإعلام التفاعلي، وأبرز أدواته وتقنياته، وتأثيره على عملية الاتصال الجماهيري. كما تستعرض كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في الإعلام التفاعلي، مع تحليل دور الجمهور في إنتاج المحتوى وتوزيعه. بالإضافة إلى ذلك، تناقش المادة القضايا الأخلاقية والتحديات التي تواجه الإعلام التفاعلي، مثل الخصوصية والمصادقية.

أهداف المقرر:

1. تعريف الطلاب بمفهوم الإعلام التفاعلي وتطوره التاريخي.
2. تمكين الطلاب من فهم الأدوات والمنصات المستخدمة في الإعلام التفاعلي.
3. تحليل تأثير الإعلام التفاعلي على الجمهور وصناعة المحتوى.
4. دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام التفاعلي والتسويق الرقمي.
5. فهم الجوانب الأخلاقية والقانونية للإعلام التفاعلي.
6. تعزيز مهارات الطلاب في إنتاج محتوى إعلامي تفاعلي فعال.

المخرجات المتوقعة:

1. قدرة الطالب على التمييز بين الإعلام التقليدي والإعلام التفاعلي.
2. فهم كيفية عمل منصات الإعلام التفاعلي وتأثيرها على الجمهور.
3. تطوير مهارات تحليل وتقييم المحتوى الإعلامي التفاعلي.
4. الإلمام بأساسيات إنتاج محتوى رقمي تفاعلي.
5. إدراك القضايا الأخلاقية والتحديات المرتبطة بالإعلام التفاعلي.
6. اكتساب القدرة على استخدام وسائل الإعلام التفاعلي في التواصل الفعال.