

الدعاية والرأي العام

PUBLICITY AND PUBLIC OPINION

تهدف هذه المادة إلى دراسة تأثير الدعاية على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. تركز المادة على استراتيجيات الدعاية المستخدمة في وسائل الإعلام وكيفية تأثيرها على الأفراد والجماعات، بالإضافة إلى دراسة العوامل المؤثرة في الرأي العام وتوجهاته.

وصف المادة:

تتناول المادة أسس الدعاية ووسائلها المتنوعة، سواء كانت في وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية، وكيفية استخدامها لتوجيه الرأي العام. كما تركز على تحليل تقنيات الدعاية، مثل الإعلانات السياسية والتجارية، وكيفية تأثيرها على مواقف الجمهور واتجاهاته. يتم أيضاً دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام، والعوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر في تطور الرأي العام.

أهداف المقرر:

1. تعريف الطلاب بمفهوم الدعاية وأدواتها المختلفة.
2. تمكين الطلاب من فهم تأثير الدعاية على تشكيل الرأي العام.
3. تحليل استراتيجيات الدعاية المستخدمة في وسائل الإعلام وكيفية تأثيرها على الجمهور.
4. دراسة العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة في الرأي العام.
5. تعليم الطلاب كيفية التعامل مع تأثيرات الدعاية على المجتمع.
6. تطوير مهارات التفكير النقدي في تحليل الرسائل الإعلامية وتأثيرها.

المخرجات المتوقعة:

1. قدرة الطالب على فهم أسس الدعاية وأدواتها في تشكيل الرأي العام.
2. إتقان تحليل استراتيجيات الدعاية المستخدمة في الإعلام.
3. القدرة على فهم تأثير الدعاية على توجهات الرأي العام.
4. تطوير مهارات التفكير النقدي تجاه الرسائل الإعلامية المؤثرة على الجمهور.
5. قدرة الطالب على التعامل مع العوامل المؤثرة في تطور الرأي العام.
6. فهم العلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام في المجتمعات المختلفة.