

النظريات الإعلامية

MEDIA THEORIES

تهدف هذه المادة إلى دراسة أهم النظريات الإعلامية التي تفسر كيفية تأثير الإعلام على الأفراد والمجتمعات. تركز المادة على تحليل النماذج والنظريات الإعلامية التي تتناول العلاقة بين الإعلام والجمهور، وكيفية تأثير الرسائل الإعلامية على الرأي العام والسلوكيات الاجتماعية.

وصف المادة:

تتناول المادة مجموعة من النظريات الإعلامية الأساسية، مثل نظرية التأثير المباشر (نظرية التأثيرات المباشرة)، ونظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الحدث الكبير، وغيرها من النظريات التي تفسر دور الإعلام في تشكيل القيم الاجتماعية والاتجاهات السياسية. كما يتم دراسة تأثير الإعلام في المجتمع من خلال تحليل طريقة نقل الرسائل الإعلامية وأثرها على المتلقي.

أهداف المقرر:

1. تعريف الطلاب بأهم النظريات الإعلامية وأدوات التحليل التي توفرها.
2. تمكين الطلاب من فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور وفقاً للنظريات الإعلامية.
3. دراسة تأثير الإعلام على الرأي العام والسلوكيات الاجتماعية.
4. تعليم الطلاب كيفية تحليل تأثير الرسائل الإعلامية في مختلف السياقات الاجتماعية والثقافية.
5. تمكين الطلاب من مقارنة وتقييم مختلف النظريات الإعلامية.
6. تطوير مهارات التفكير النقدي في تحليل دور الإعلام في المجتمع.

المخرجات المتوقعة:

1. قدرة الطالب على فهم وتفسير أهم النظريات الإعلامية.
2. إتقان استخدام النظريات الإعلامية لتحليل تأثير الإعلام على الجمهور.
3. القدرة على تحليل تأثير الرسائل الإعلامية على الرأي العام والسلوك الاجتماعي.
4. فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع باستخدام أساليب نظرية.
5. القدرة على تقييم النظريات الإعلامية بناءً على المعطيات الحديثة.
6. تطوير مهارات التفكير النقدي في التعامل مع الوسائل الإعلامية وتحليل رسائلها.