

الاسم:

اللقب:

الفوج:

التاريخ: 2024/01/15

امتحان السداسي الخامس في مقياس:

- نظريات الإعلام والاتصال -

- سنة ثالثة إعلام -

أجب عن الأسئلة التالية :

السؤال الأول: (2ن): ما تقييمك، مع التعليل، لنظرية الحقنة تحت الجلد من حيث empirical evidence؟

تجربتي نظرية الحقنة تحت الجلد لا تتفق راح والسعة لبقاعة بسبب افتقارها
للمعيار التجسري، فحيث أن الفحوصات في مجال تأثير وسائل الإعلام
تكون من أجل الجماهير أكثر تعقيداً، وتتأثر بعوامل مختلفة مثل الفوارق الشخصية
والسياق الاجتماعي، إلا أن التجربة التجسرية المحدودة والمتغيرة لا تدعم بقوة فكرة
التأثير الإعلامي المباشر والعفوي، وهو ما تفترضه هذه النظرية.

السؤال الثاني (07.5 ن): أتم الجدول التالي (أسماء النظرية وروادها تكتب وجوبا بالإنجليزية):

الفروض	الرواد	النظرية
<ul style="list-style-type: none"> المحتوى الإعلامي ليس له أي تأثير على الجمهور، بل هو ببساطة بمجال صنع، وبمستوى الإعلام. No Selective Perception: الافتراض هو أن الأفراد لا يدركون أو يصفون الرسائل الإعلامية بشكل انتقائي بناءً على مواقفهم أو معتقداتهم أو قيمهم الموجودة مسبقاً. وبدلاً من ذلك، يُعتقد أن محتوى الوسائط له تأثير عالمي على الجميع. 	<p>Harold Lasswell... 1</p> <p>Herta Herzog... 2</p>	<p>Hypodermic... Needle Theory.....</p>
<ul style="list-style-type: none"> تعتبر أن أي رسالة إعلامية يجب أن تتغير وفقاً لبيئة الجمهور، حيث يمكن أن يتغير المحتوى أو الطريقة التي قادة الرسالة، لتتناسب مع احتياجات الجمهور. لا يمكن إرسال نفس الرسالة إلى جميع الناس، بل يجب أن تتغير وفقاً لرسائله الإعلامية. 	<p>Elihu Katz 1</p> <p>Paul Lazarsfeld 2</p>	<p>Two-step Flow Theory.....</p>
<ul style="list-style-type: none"> من أجل النجاح، يجب أن يتغير بين الابتكار والبيئة التي يمكن من خلالها أن تنتشر. يمكن من خلالها اتخاذ القرار هو عملية عقلانية في أذهان الأفراد من خلال وزن المزايا والعيوب قبل القبول أو الرفض للأفكار. 	<p>Everett Rogers 1</p> <p>Thomas Valente 2</p>	<p>Diffusion of Innovations Theory.....</p>

السؤال الثالث (4.5 ن): ما المقصود بالاصطلاحات التالية؟

أ- Media Pluralism (1.5 ن)
تعتبر التعددية الإعلامية بعدد وتنوع وسائل الإعلام، الملكية والحوثوي، فهناك حثيوسد
إعلامي معيّن، وتكون على وجود بصويرة والبيعة من الأهلولة ووجهات النظر من الإعلام
لوهو ر. مجتمع حثيوسد.

الابتساق الموجه يشير إلى انتماء الفرد إلى فئة اجتماعية معينة، فالأفراد ليس لديهم برود فعل أو تفسيرات
أو قرارات انتقائية متوقعة مما لا يتجارية لعمومي ويسائل الاجلاد

ت- التحيز التاكديدي confirmation bias (1.5 ن):

هو تحيز معرفي يشير إلى ميل الأفراد للبحث عن المعلومات وتفسيرها وتذكرها بطريقة تؤكد
صحة قناعاتهم أو عن غيرهم. المرهورة حساسية مع تجنب وتقليل أو إهمال المعلومات
التي تتعارض عنهم

السؤال الرابع (06 ن) : أذكر أربعة انتقادات مع الشرح وجهة لنموذج انتشار المبتكرات.

01 مخوزع المسمى : تقديرها لموزها فليلا لا انتشار الابتكار، مما
يعني ضمان وجود سلسلة وحلقة يمكن التنبؤ بها،
في حين يكون تبني الابتكار أكثر تعقيداً مما يشتمل على حلقات برود الفعل
والانتقالات

02 المعاملة المتجانسة للبيئتين : تفترض النظرية معاملة متجانسة للبيئتين، ويصنف
إلى مجموعتين متجانستين. ويرى النقاد أن هذا التفسير
المفرط يهمل التنوع داخل كل مجموعة ولا يأخذ في الاعتبار الاختلافات
الفردية في عملية التبني

03 الإغراء في التركز على جفائلي الابتكار : يرى النقاد أن النظرية تركز كثيراً
على خصائص الابتكار (رون الخطأ الأجنبي
الذي في السياق الاجتماعي والثقافي الذي يحدث فيه الانتشار، حيث بعد البدء
الاجتماعية والعلاقات الشخصية من العوامل التي تساهم في الانتشار، التي قد لا يتم
التركيز عليها

04 افتراض أنماز مبرر العقلاني : يرى النقاد أن النظرية تفترض عقلية
الأنماز مبرر العقلاني من قبل المبتدئين،
مع إهمال الجوانب العاطفية والنفسية التي يمكن أن تؤثر على
مشاركتهم